

POSLOVNO POROČILO
2022

Turističnega združenja Portorož, g. i. z.



UVOD

Leto 2022 je v poslovanju Turističnega Združenja Portorož zaznamovala negotovost morebitne ukinitve TZP in morebitna reorganizacija aktivnosti lokalne turistične organizacije (LTO) v Občini Piran. Navkljub začasni ustavitvi namere občine po reorganizaciji aktivnosti LTO v drugi polovici leta 2022, so te aktivnosti občine na delovanje TZP pustile nepopravljive posledice.

TZP je v letu 2022 izvedel vse predvidene tržne in promocijske aktivnosti, vključujoč nastope na številnih mednarodnih turističnih sejmih, borzah in workshopih, vse-obsegajočo promocijsko kampanjo na 7 ključnih trgih v kateri so sodelovali tudi lokalni ponudniki ter izvedel izdatno promocijo odmevnejših dogodkov na destinaciji.

Glavni dogodek v so-financiranju TZP je predstavljal dogodek HOG Rally v juniju 2022, ki je na destinacijo privabil več kot 42.000 ljubiteljev motornih koles Harley Davidson.

V letu 2022 smo v vseh nastanitvenih kapacitetah občine Piran zabeležili **1.830.808 prenočitev**, kar nas ponovno umešča v sam vrh med slovenskimi destinacijami. V primerjavi z letom 2021 je to 19 % več, v primerjavi z letom 2019 pa samo 1 % manj. Tujci, med katerimi je bilo največ Avstrijcev, Nemcev in Italijanov (vir: ttaksa.si), so ustvarili skoraj dve tretjini (58 %) vseh prenočitev. S tem so se močno približali razmerju izpred pandemije, ko so tujci ustvarili 70 % vseh prenočitev. V hotelih občine Piran je bilo lani ustvarjenih 11 % manj prenočitev v primerjavi z letom 2019, nasprotno pa so v ostalih nastanitvenih zmogljivostih zabeležili za dobro petino prenočitev več kot v letu pred pandemijo.

Žal sta zaradi negotovosti povezanih z aktivnostmi Občine za reorganizacijo LTO, TZP zapustila dva dolgoletna člana ekipe, ki sta vodila oddelka digitalnega marketinga in kongresne dejavnosti TZP.

I REALIZACIJA PROGRAMA DELA

Področja delovanja Turističnega združenja Portorož, g. i. z.

1. Razvoj in oblikovanje turistične ponudbe.
2. Trženje.
3. Projekti.
4. Prireditve.
5. Aktivnosti uresničevanja strategije razvoja turizma v občini Piran do leta 2025.
6. TIC-i.
7. Administrativno-podporne aktivnosti TZP-ja.
8. Koordinacija drugih projektov.

1. RAZVOJ IN OBLIKOVANJE TURISTIČNE PONUDBE

V letu 2022 so se nadaljevale aktivnosti, ki smo jih pričeli v letu 2021 za vzpostavitev novega rezervacijskega sistema za distribucijo namestitev in doživetij (Halky). Nov rezervacijski sistem bo omogočil boljšo uporabniško izkušnjo in lažji online nakup doživetij kot obstoječi sistem Phobs. Sistem Halky je bil vzpostavljen konec leta 2022. Nov rezervacijski sistem bo v polni obliki zaživel v sezoni 2023.

2. TRŽENJE

Naloga združenja je načrtovanje, organizacija in izvedba trženjskih aktivnosti.

Ponatis tiskovin

Ponatisnjene so bile sledeče tiskovine:

- Zloženska Objemi Piran. Zloženska Objemi Piran je trenutno natisnjena v sedmih jezikovnih različicah. Ponatise v letu 2022: slovenski jezik: 4.000 izvodov, angleška in nemška verzija 2 x 6.000 izvodov, italijanski jezik: 4.000 izvodov. Skupaj ponatis 20.000 izvodov, z manjšimi popravki.
- Turistični zemljevid Piran & Portorož + direktorij Klasičen zemljevid z izsekom mesta Piran, izsekom Portoroža in zaokroženim področjem cele piranske občine. Dodatna vsebina zemljevida je t. i. direktorij (seznam nastanitvenih obratov, kulturno zgodovinske atrakcije ...). Ponatis je obsegal 30.000 izvodov.
- Zemljevid Kulturni zakladi, angleška in nemška verzija, naklada 5.000 kom.
- Vrečke TZP: izdelava 1.000 kom.

JUMBO PLAKATI

S pomočjo jumbo plakatov smo obiskovalce in občane seznanjali s prireditvami na destinaciji. Nastal je predvsem strošek tiska in oblikovanja plakatov, ki so bili izobešeni na površinah, ki jih ima v lasti Občina Piran. Plakatirane so bile površine na območju občine Piran in v TIC-ih Turističnega združenja Portorož.

V sklopu promocije dogodka Tartini 330 je TZP financiral jumbo plakate za promocijo dogodkov v centralni Sloveniji.

OGLAŠEVANJE V MEDIJIH

V tiskanih mediji smo oglaševali dogodke v sklopu prireditev Tartni 330 v časniku Finance. Poleg tega smo oglaševali MICE produkt destinacije na srbskem tržišču v publikaciji TU Magazine. Objave v tiskanih medijih smo uporabljali za promocijo lokalnih prireditev in ostalih novic z destinacije Portorož in Piran v mesečniku Obala Plus.

Radijsko oglaševanje na lokalnem radiu Radio Capris je potekalo s pomočjo letnega zakupa medijskega prostora za oglaševanje prireditev v občini Piran.

ODNOSI Z JAVNOSTMI

Odnosi z javnostmi obsegajo komuniciranje z mediji (priprava sporočil za javnost in odgovorov na novinarska vprašanja, izjave za medije, organizacija novinarskih konferenc, zbiranje medijskih objav) in organizacijo študijskih tur novinarjev na destinaciji.

PR Agencije

Tuje PR agencije komunicirajo s tujimi javnostmi in zagotavljajo študijske obiske tujih novinarjev na destinacijo. Na nemško govorečih trgih sodelujemo z agencijo Uschi Liebl PR, ki sodeluje tudi s predstavništvom STO v Nemčiji. PR aktivnosti na italijanskem trgu izvaja agencija AT Comunicazione iz Milana. V letu 2022 smo ponovno vzpostavili polno sodelovanje z obema agencijama in tako poskrbeli za boljšo komunikacijo na tujih trgih (Avstrija, Nemčija in Italija).

Ažurirali smo splošne predstavitve destinacije v nemškem, italijanskem in angleškem jeziku. Na nemško govorečih trgih smo medijem poslali pet sporočil za javnost na temo velnesa, doživetij, kulinarike in prireditev. Italijanskim medijem je bilo poslanih sedem sporočil za javnost na temo prireditev, kulinarike in nezamenljivih žetonov destinacije.

V letu 2022 so še posebej izstopale objave v medijih: Lonely Planet, The Guardian, Euronews, Oggi, Vanity Fair Italia, Donna Moderna, Bild der Frau in Kleine Zeitung.

23. marca smo predstavili destinacijo Portorož & Piran izbranim italijanskim novinarjem v središču Milana. Dogodek v elitni restavraciji Identità Golose je obiskalo 30 predstavnikov medijev, kot so La Repubblica, Il Giornale, Donna Moderna, Elle, Dove, Bell'Europa in drugi. Na dogodku, ki je bil organiziran v sodelovanju s Slovensko turistično organizacijo in agencijo AT Comunicazione, smo predstavili ponudbo naše destinacije in jih razvajali z istrsko kulinariko. Dogodek ocenjujemo kot zelo uspešen, saj so mu sledile čudovite objave, med drugim v reviji Oggi in v dnevniku QN Quotidiano Nazionale. Za obisk destinacije pa smo na dogodku navdušili tudi vplivnico Silvio Fascians (na Instagramu ima 180.000 sledilcev).

Študijske ture novinarjev

V letu 2022 smo gostili skupine in individualne novinarje in vplivneže. Turistično združenje Portorož jim v okviru študijskega obiska pripravi program na destinaciji. Nudi jim vodene ogledе, doživetja in gostinske storitve na destinaciji. Pri pripravi programov sodelujemo s številnimi ponudniki na destinaciji.

Študijske ture novinarjev, blogerjev in vplivnežev na destinaciji Portorož & Piran v letu 2022:

	Medij/Novinar/Vplivnež	Org.	Št. oseb	Država	Termin
1	Marc Casals (El País, Ctxt and El Orden Mundial)	TZP	2	Španija	11. 2.
2	Ginger Hebel in fotografinja Nadine Brigger (Tagblatt der Stadt Zürich)	STO	2	Švica	26. 3.
3	De Zondag	STO	2	Belgija	26. 3.
4	Silvia Fascians (silviafascians.it, 180.000 sledilcev)	AT	2	Italija	13.-15. 4.
5	Georges Desrues (freelance)	STO Dunaj	2	Avstrija	25.-27. 4.
6	Norbert Eisele Hein (Camping & Reise)	ULPR	2	Nemčija	18.-20. 5.
7	Torino Magazine: Guido Barosio + fotograf	AT	2	Italija	2.-5. 6.
8	Radio SI	TZP		Slovenija	24.5.
9	James March, Nat Geo Traveller	ZZMS	2	Velika Britanija	9. 6.
10	Frank Keil (Popscene.club)	TZP	1	Nemčija	25.-28. 7.
11	Vera Holroyd (passportsandspice.com)	STO	2	ZDA	26.-31. 7.
12	Gemma Bowes, The Times	STO	4	Velika Britanija	11.-13. 8.
13	Hajdi Korošec (43.900 sledilcev)	TZP	4	Slovenija	13.-16. 8.
14	ZDF	STO DE		Nemčija	18.-20. 8.
15	Silia Eleftheriadou (The Viennese Girl, 50.500 sledilcev)	ULPR in STO	1	Avstrija	15.-17. 9.
16	Nemški novinarji: Cornelia Liederbach (Chefs!), Meike Dinklage (Brigitte), Alexander Rabl (freelance), Sabrina Glas (Salzburger Nachrichten)	ULPR	5	Nemčija in Avstrija	6.-9. 10.
17	Zala Iskra Strnad (15.000 sledilcev)	ZZMS	2	Slovenija	14.-16. 10.
18	Jeffrey Mo, National post, Toronto Star	TZP	1	Kanada	20-21. 10.
19	Nathalie Costa, Meet&Travel magazine	KUS	2	Francija	21.-22. 11.

20	Francoska TV ekipa (France 3), Valentine Patry	TZP	2	Francija	3. 12.
	SKUPAJ		40		

V letu 2022 smo skupno gostili 20 skupin oziroma 40 novinarjev, blogerjev in vplivnežev iz enajstih držav. Do novinarskih obiskov je lani prišlo v sodelovanju z STO-jem, našimi PR agencijami v Italiji in Nemčiji, Združenjem zgodovinskih mest Slovenije in Kongresnim uradom Slovenije, v šestih primerih pa smo obisk organizirali sami, brez posrednikov. Izpostaviti velja obiske novinarjev Torino Magazine, Brigitte, Nat Geo Traveller, The Times ter snemalni ekipi ZDF in France 3. Dobre rezultate so prinesli tudi obiski vplivnežev, kot je bila na primer Silvia Fascians.

Primerjava s prejšnjimi leti:

	Število skupin novinarjev	Število oseb	Število držav
2019	28	117	17
2020	11	34	6
2021	27	88	12
2022	20	40	11

Lani nas je obiskalo nekaj manj novinarjev kot leta 2021. Opazi se, da so prihajali v manjših skupinah. Zaradi velike zasedenosti razpoložljivih zmogljivosti na destinaciji je bilo večji del leta težko zagotoviti nastanitve za novinarje.

Oblikovanje sporočil za javnost

Združenje oblikuje sporočila za javnost za slovenske medije. V letu 2022 je bilo poslanih 20 sporočil. Namenjena so bila promociji prireditev, poročilom o turističnem obisku in predstavitvi našega dela.

Organizirali smo dve novinarski konferenci: aprila smo medijem predstavili HOG Rally 2022, maja pa oglaševalsko kampanjo Mi smo tu in destinacijske nezamenljive žetone (NFT). Redno spremljamo vse objave o naši destinaciji.

Vse leto smo članom Turističnega združenja Portorož pošiljali mesečni novičnik, v katerem smo povzemali glavne aktivnosti združenja. Lani je bilo poslanih 12 novičnikov.

V okviru sodelovanja znotraj projekta Love Istria (štiri istrske turistične destinacije) je tudi skupno komuniciranje z javnostmi. Slovenskim medijem smo lani poslali dve skupni sporočili za javnost, eno ob skupni predstavitvi na razstavi EXPO v Dubaju in eno z najavo decembrskih prireditev. Pri pošiljanju sporočil se turistične organizacije vseh štirih občin izmenjujemo.

DIGITALNE AKTIVNOSTI DESTINACIJE

Digitalno komuniciranje – digitalna kampanja

Turistično združenje Portorož se je tudi 2022 hitro odzvalo in takoj ob sprostitvi COVID ukrepov pričelo najprej s v zimskem času z oglaševanjem na domačem trgu s pomočjo nagovorne digitalne platforme Moja Slovenija. Komunicirali smo zimska družinska doživetja. **Oglaševali** smo dva tedna pred zimskimi počitnicami v **februarju 2022 (11.2.-24.2.2002)** na domačem trgu preko Iprom Clouda – Sistema

slovenskih spletnih medijev s tremi vrstami oglasnih pasic. Oblikovali smo oglasne pasice na osnovi komunikacijske platforme Moja Slovenija, pristajalno stran z doživetji in ponudbami paketov z nastanitvami za družine. Zabeležili smo **4.609.696 prikazov** in **4.886 klikov** ter dosegli **1.028.080 uporabnikov**.

Spomladi 2022 smo pričeli tudi s **celovito oglaševalsko kampanjo** tako na **domaćem trgu** kot na tujih primarnih trgih (**avstrijski, nemški in italijanski**). Na novo pa smo oglaševali tudi na vzhodnoevropskih trgih, in sicer na **Madžarskem, Slovaškem in Češkem**. Kampanja je potekala v dveh delih: spomladanski del od **25.4.-31.5** in jesensko del od **30.9.-1.11.2022** ter zimski del (**praznični december**) od **30.11.-31.12.2022**.

V sodelovanju z agencijo April8 smo pripravili **ново kreativno** za kampanjo »**Mi smo tu**« s sloganom »**Odkrij G.O.A.T destinacijo – greatest of all times**«, s katero smo želeli izpostaviti butično ponudbo na destinaciji Portorož & Piran, ki jo gostje ne smejo zamuditi. Slogan kampanje se je glasil: »It's not about the people, it's about the experiences!« Gre za destinacijo, ki na vsakem koraku vzbuja tvojo pozornost, kjer so doživetja drugačna in družba nepričakovana. Koza je element istrskega zaledja, ki dopolnjuje mondeni Portorož in avtentični Piran. Koza je tudi prisposoba za „stress-free way of life“ kot finalni outcome oddiha na destinaciji. Kampanja se je osredotočala na 3 glavne USP-je destinacije: doživetja, wellbeing in sezonalizacija.

Celoletna kampanja je bila kompleksna in poteka preko različnih digitalnih destinacijskih kanalov in medijskega zakupa na spletu. Izdelali smo idejni koncept kampanje, zasnovali smo pristajalne strani v štirih jezikovnih različicah, oblikovali 6 različnih pasic v različnih dimenzijah. Izdelali smo 20 nosilnih imidž fotografij in nosilni video ter dva podporna videa partnerjev LifeClass Hotels & Spa (Istrabenz Turizem) ter St. Bernardin Resort (Sava Turizem).

Oglaševali smo **na spletu in družbenih omrežjih** destinacije, stična točka kampanje pa so bile vsebine na pristajalnih straneh, kjer so lahko gostje izvedeli vse podrobnosti o ponudbi destinacije ter tudi rezervirali doživetja. Povezave do pristajalnih strani:

SI: <https://www.portoroz.si/si/mi-smo-tu>

IT: <https://www.portoroz.si/it/un-dicembre-di-festa>

DE: <https://www.portoroz.si/de/startseite>

EN: <https://www.portoroz.si/en/>

Spomladanski del kampanje je potekal od **25.4.-31.5.** na slovenskem, avstrijskem, nemškem, italijanskem, češkem, madžarskem in slovaškem trgu. Skupno smo zabeležili **22.542,907 prikazov** in **64.098 klikov** na oglase.

Jesenski del kampanje je potekal od **30.9.-1.11.2022** na slovenskem, avstrijskem in nemškem trgu. Skupaj smo zabeležili **25.711,522 prikazov** oglasov in **22.628 klikov** na oglase.

Zimski del kampanje (praznični december) je potekal od **30.11.-31.12.2022** na slovenskem, italijanskem in avstrijskem trgu preko programatičnega zakupa Iprom Cloud na desktopu in mobilnih platformah. Skupno smo zabeležili **15.980,742 prikazov** oglasov (Slovenija 4.229.545, Italija 3.732.240, Avstrija 8.018.957) in **25.228 klikov na oglase** (Slovenija 10.957, Italija 6.174, Avstrija 8.097).

V vseh **7 državah** skupaj smo dosegli **48.254,428 prikazov oglasov** in **86.098 klikov** na oglase. V večini držav smo dodatno oglaševali tudi z videi na Youtubeu. Z oglasi smo tako **skupaj dosegli 1.031.372 spletnih uporabnikov**.

Letos smo v kampanjo **vkjučili tudi veliko lokalnih turističnih ponudnikov**, o tega 2 večji hotelski verigi (**Istrabenz Turizem in Sava Turizem**) in **deset manjših ponudnikov** (Locap Group, Aerodrom Portorož, Istrske hiške Slovenske Istre, AllYear Biking, Gold Istra, COB, Ribogojnica Fonda, Piran Walking Tour, Gostilna Na burji, TourismsLOVEnia Mihaela Rupnik Cek s.p.). Izbirali so lahko med predstavitvijo na pristajalni strani kampanje in na družbenih omrežjih ter vključitvijo v spletno oglaševanje, e-novičnike in

plačanimi objavami na družbenih omrežjih. H kampanji sta največ prispevali podjetji **Istrabenz Turizem in Sava Turizem**, za katere smo tako v spomladanskem kot jesenskem delu imeli dodatno oglaševanje na programatičnem omrežju Iprom Cloud ter na družbenih omrežjih Facebook in Instagram.

Istrabenz Turizem (LifeClass Hotels & spa) je v **spomladanskem delu kampanje od 25.4-10.5.2022** v sklopu dodatno zakupljenega paketa oglaševal na **madžarskem, italijanskem in avstrijskem trgu**. Dosegli so skupno **3.568.481 prikazov in 24.600 klikov**. V **jesenskem delu** kampanje je oglaševanje potekalo od **30. 9. do 14. 10. 2022**. Oglaševali so v **Italiji, Avstriji in Nemčiji**. V vseh državah so skupaj **zabeležili 784.813 prikazov oglasov in 11.400 klikov** (predvideno 683.389 prikazov in 4.100 klikov). Oglaševali so z video oglasom na Facebooku in Instagramu, pri čemer je največ klikov zabeleženih v Italiji (5.750), najvišjo odzivnost pa smo zabeležili v Avstriji: 2,13 %. V vseh državah **skupaj so zabeležili tudi odličen engagement**: 658 reakcij na oglaševanje, 10 komentarjev in 16 delitev oglasov.

Sava Turizem (St. Bernardin Resort) je v **spomladanskem delu** oglaševala od **22.4.-8.5.** na **slovenskem trgu** in dosegla **1.024.782 prikazov ter 17.548 klikov**. V **jesenskem delu** pa so preko Iprom Cloud realizirali več prikazov od predvidenih in tako presegle planirane klike (in seveda tudi prikaze): Avstrija realizacija: 2.563.818 prikazov (110 % več) in 2.669 klikov (50 % več od predvidenega), Nemčija realizacija: 4.482.232 prikazov (323 % več) in 2.930 klikov (90 % več od predvidenega).

Še posebej smo ponosni na uspešno povezovanje partnerjev na destinaciji, v Sloveniji je to namreč prej izjema kot pravilo. V kampanji smo izpostavili nova presenečenja, s katerimi smo želeli dvigniti dodano vrednost destinacije in spodbuditi izven penzijsko potrošnjo. **Turistično gospodarstvo** je prepoznalo skupno vrednost vložkov v medijsko oglaševanje na skupnih trgih. Tako so partnerji svoje oglaševanje izvedli v enakem terminu, na enakih trgih in podobnih kanalih, kot je potekalo oglaševanje za celotno destinacijsko kampanjo. To se je izkazalo za odlično potezo, saj smo dosegli odlične rezultate ter promocijske in prodajne učinke. **Podjetje Elan** pa nam je za snemanje videa in foto vsebin posodilo svoj novi model **jadrnice Elan E6**.

Ponovno smo v komunikaciji destinacije Portorož in Piran uvedli znak **Destinacija priporočila**, ki so ga prejeli vsi ponudniki lokalnih izdelkov in avtentičnih doživetij ter namestitev, ki izpolnjujejo kriterije za popoln oddih. Znak gostom omogoča lažjo orientacijo in izbiro ustrezne kakovostne ponudbe.

V sklopu **celoletne destinacijske kampanje** smo **vzpostavili nov TikTok profil za Portorož in Piran**. V ta namen je April8 pripravil 30 tik tok videev, ki smo jih vsak drugi dan objavili na omenjenem profilu: <https://www.tiktok.com/@portoroz.piran?lang=en>. V prvem delu kampanje do 5.6.2022 je TikTok profil upravljala agencija April8, nato je vodenje profila prevzela **vplivnica Noemi Zonta**, za katerega redna ustvarja in objavlja vsebine in ima 30.400 všečkov, kar je zelo dober rezultat za obdobje 6 mesecev.

V času kampanje smo poslali **8 tematskih e-novičnikov v 4 jezikih (SI, IT, DE, EN)** na temo doživetij in ponudbo partnerjev, ki so sodelovali v kampanji, ter na temo **nagradne igre Poišči kozo in o NFT žetonih**. V povprečju je novičnike odprlo kar 33 % vseh naslovnikov, kar je odličen rezultat, saj se povprečje drugače vrta okoli 20 %.

V sklopu kampanje smo na destinacijo povabili **vplivneže** in organizirali **2 nagradni igri** (Poišči kozo, Ustvari svojo praznično voščilnico).

V **nagradni igri »Poišči kozo«** je od junija do novembra skupaj sodelovalo **328 oseb**. Vsak mesec smo podelili 1 lokalno doživetje, **glavno žrebanje je potekalo 11.11.2022**, kjer smo podelili 1x vikend paket v St. Bernardin Resort za 2 osebi, 1x večerjo v Istrian Bistro & Tapas bar (LifeClass Hotels & Spa) za 2 osebi ter panoramski polet Aerodroma Portorož za 1 osebo. V sklopu nagradne igre smo pridobili **320 novih elektronskih naslovov**, ki smo jih uvozili v sistem za marketinško **avtomatizacijo Klaviyo**.

V **nagradni igri** »Ustvari svojo virtualno voščilnico in okraši Portorož & Piran«, ki je potekala od **1.12. do 20.12.**, je sodelovalo **194 oseb**. Pridobili smo **190 naslovov**, ki smo jih uvozili v sistem za marketinško **avtomatizacijo Klaviyo**. Podelili smo nagrado – 1x doživetje za 1 osebo.

Celotna kampanja na domačem in tujih trgih je bila vredna 120.000 evrov, polovico smo financirali iz sredstev razpisa Slovenske turistične organizacije.

Kampanjo smo dodatno podprli z aktivnostmi, ki smo jih izvedli z ostalimi obalnimi občinami v okviru promocijskih aktivnosti **Love Istria**.

V **spomladanskem delu** je namreč na ravni **Love Istria** potekala kampanja »**Aktivna doživetja Istre**«, ki je gostovala na portalu www.portoroz.si. Kampanja je potekala od **15.3.-5.4.2022** na slovenskem, italijanskem in avstrijskem trgu. Skupno je bilo **realiziranih 2.598.139 prikazov oglasov** ter 44.426 klikov na oglase.

Ravno tako je v **jesenskem delu** na ravni **Love Istria** potekala kampanja »**Lokalna doživetja Istre**«, ki je gostovala na portalu www.portoroz.si. Kampanja je potekala od **30.8.-20.9.2022** na slovenskem, italijanskem in avstrijskem trgu. Skupno je bilo **realiziranih 2.844.431 prikazov oglasov** ter **22.264 klikov** na oglase.

Prav tako smo se odlično povezovali z nosilcem primarnega produkta Mesta in Kultura Združenjem zgodovinskih mest Slovenije ter uspešno promovirali mesto Piran in produkte kulturnega turizma.

Doseganje ciljev razpisa

STO je opredelil kot minimalni pogoj za doseganje učinkovite promocije turistične ponudbe vodilne destinacije 1 cilj, s katerimi vodilna destinacija uresničuje namen in cilje tega javnega razpisa:

vpeljava vsaj ene novenapredne tehnološke rešitve oziroma nadgradnja obstoječe s seznama

1. Implementacija prvega destinacijskega žetona NFT

Portorož & Piran je **prva slovenska lokalna turistična destinacija** s svojim **nezamenljivim žetonom**. V sklopu destinacijske kampanje "Mi smo tu" smo uporabili **tehnologijo NFT** in se tako predstavljali kot napredna, digitalna in trajnostna destinacija. Turistično združenje Portorož je lansiralo prve NFT-je destinacije Portorož & Piran, ki predstavljajo nadgradnjo s sodobnimi tehnološkimi pristopi komunikacije lanskoletne promocijske kampanje. Za nosilni vizualni element smo izbrali Srečko, prikupno istrsko kozo, ki uporabnikom takoj sede v srce. Destinacijski NFT-ji delujejo po principu lojalnosti – uporabnik lahko dobi tri NFT-je iz treh različnih kolekcij, če izvede tri aktivnosti. Prva je bilo sodelovanje v [nagradni igri](#), druga aktivnost je prijava na destinacijske [e-novice](#), tretja pa deljenje stickerja Srečke [na Instagramu](#) z oznako destinacijskega profila portorozpiran. Vsak uporabnik, ki je zbral tri NFT-je, je prejel poseben Golden GOAT NFT, ki je vključeval **nagrado** (lokalna doživetja). Na voljo so bile 3 kolekcije in 100 zlatih NFT-jev. Skupno smo imeli **317 NFT-jev**, oddali smo jih **120**, od teh je **61 različnih lastnikov**.

Golden Goat NFT-je, ki smo jih razkrili konec avgusta 2022, smo krili iz sredstev razpisa, ostale pa smo pridobili s pomočjo partnerjev agencije April 8. Povezave do Pristajalnih strani NFT:

SI: <https://www.portoroz.si/si/mi-smo-tu/nft>

EN: <https://www.portoroz.si/en/we-are-here/nft>

IT: <https://www.portoroz.si/it/noi-siamo-qui/nft>

DE: <https://www.portoroz.si/de/wir-sind-hier/nft>

10. maja 2022 smo organizirali tudi **novinarsko konferenco**, na kateri smo številnim novinarjem predstavili nezamenljive žetone in letošnjo promocijsko akcijo »Mi smo tu«.

Slika: primer oglasa za NFT žetone



2. Nadgradnja statistične aplikacije za zbiranje podatkov o zasebnih kapacitetah

V okviru razpisa smo **nadgradili Statistično aplikacijo za zbiranje podatkov o zasedenih kapacitetah** na destinaciji in analizo zasedenosti v primerjavi s preteklimi leti in obdobji. Dodatno smo vzpostavili vnos zasedenosti sob kot nov parameter poleg zasedenosti ležišč v Občini Piran.

Vzdrževanje spletne strani

V letu 2022 smo dodatno vzpodbujali ponudnike k vključevanju v spletni rezervacijski sistem PHOBS, ki je integriran na portoroški portal in služi za rezervacijo nastanitev in doživetij. Nadaljevali smo z vključevanjem novih 5-zvezdičnih doživetij v slovenski Istri, ki omogočajo spletno rezervacijo v realnem času (možnost takojšnje rezervacije doživetij ne glede na število prijav). Poudarek je na osebnemu pristopu do turistov na destinaciji, ki jim želimo približati celoletno butično ponudbo doživetij in podaljšati čas obiska tudi izven sezone. Za dodatno spodbujanje rezervacij doživetij smo v okviru STO razpisa izvedli tudi več kampanj z nagradnimi igrami in omogočili uporabnikom, da izkoristijo 10% popust ob spletni rezervaciji doživetij. V letu 2022 smo preko spletnega **sistema PHOBS prodali 92 doživetij in 37 nakupov nastanitev**, preko novega rezervacijskega sistema **Halki 6 doživetij**.

Za **tehnično vzdrževanje portala** imamo z izvajalci AV studio, Ljubljana, pogodbo o vzdrževanju, za vsebinsko vzdrževanje pa poskrbimo na združenju. Vsebinsko vzdrževanje poteka v štirih jezikovnih različicah in se osredotoča na vsebinski SEO (optimizacijo spletne strani) na osnovi opravljenih analiz s sodobnimi digitalnimi analitičnimi orodji. V okviru razpisa STO smo v letu 2022 imeli zakupljeno licenco za analitično orodje 8Data, s katerim smo analizirali konkurenco, spremljali ključne besede in analizirali aktivnosti destinacije na različnih kanalih.

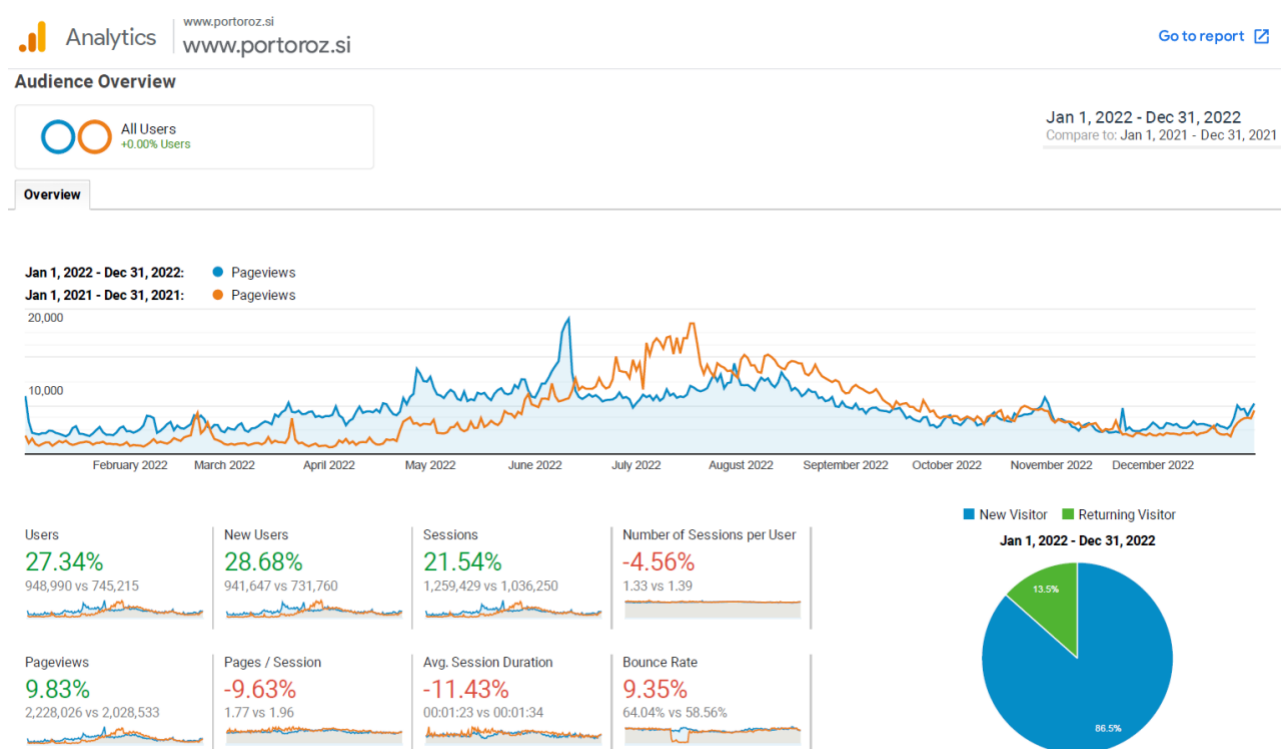
Vzdrževanje digitalnih kanalov – mesečni fiksni stroški

Za vzdrževanje portala imamo z izvajalci AV studio pogodbo o vzdrževanju z mesečnim pavšalom, ki zajema:

- stroške vzdrževanja portala in gostovanje na strežniku v znesku 296 € (brez DDV),
- mesečni pavšal GDPR v znesku 50 € (brez DDV)
- 5 uredniških ali programerskih ur za SEO optimizacijo portala (245 € brez DDV).

Analitika spletnega portala www.portoroz.si

V letu 2022 smo dosegli **rekorden obisk portala www.portoroz.si**, in sicer kar 948,990 uporabnikov (+27.34 % več kot 2021 in 89.31 % več kot 2020), zabeležili pa smo tudi **rekordno število ogledov vseh strani in podstrani na www.portoroz.si**, in sicer **2.228,026 milijona** (10 % več kot 2021). Zabeležili smo tudi **rekordno število sej/ogledov, in sicer 1.259,429 milijona** (+21.54% več kot 2021). Od tega je 86.5 % novih uporabnikov in 13.5 % tistih, ki so portal v preteklosti že obiskali.

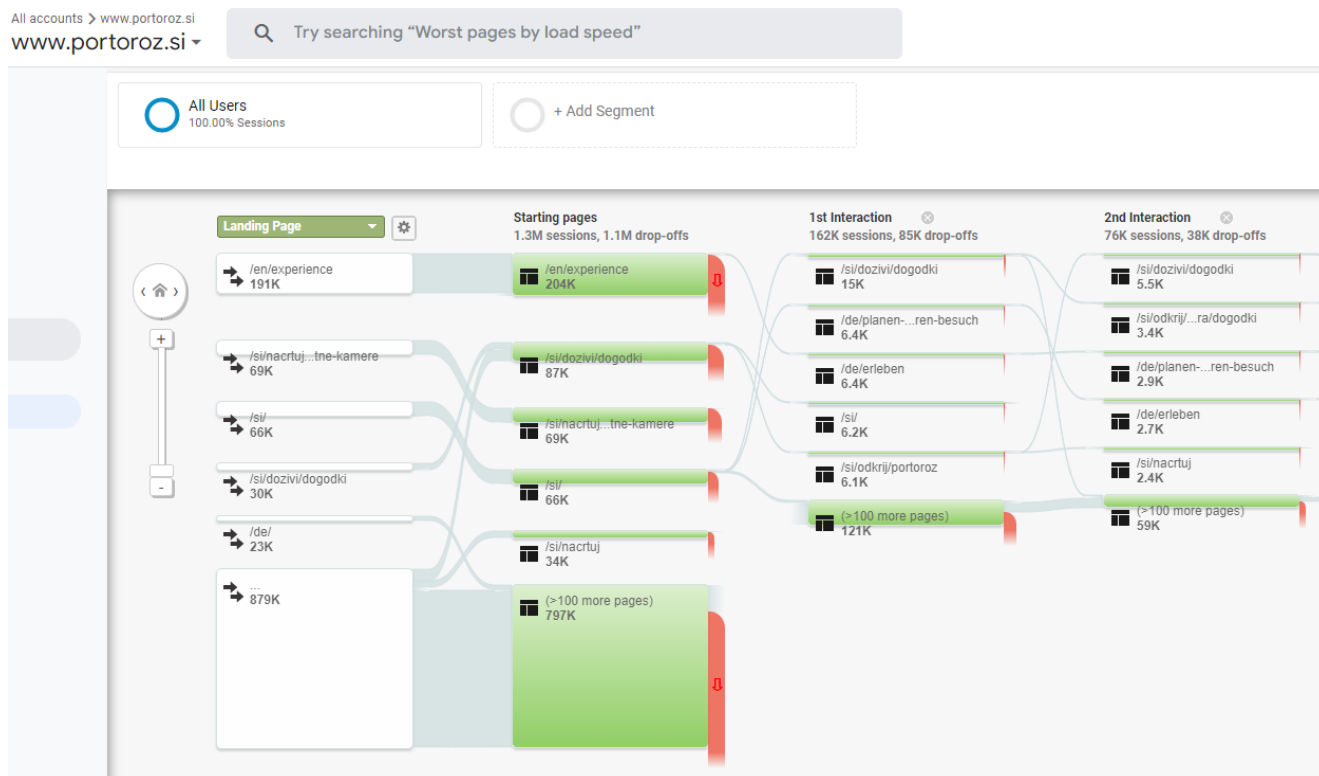


Graf 1: Obisk spletne strani www.portoroz.si 1.1.2022 – 31.12.2022 v primerjavi z 1.1.2021 – 31.12.2021

Vir: Google Analytics, januar 2022

Najbolj obiskana vsebina na portalu so bila doživetja v angleškem jeziku (<https://www.portoroz.si/en/plan-your-stay/adventures>), na drugem mestu **dogodki** in na tretjem mestu **spletne kamere**, sledi slovenska vstopna stran www.portoroz.si, rubrika »načrtuj« <https://www.portoroz.si/si/nactuj> in razne ostale podstrani.

Slika 3: Prikaz najbolj obiskanih strani na portalu www.portoroz.si od 1.1.2022-31.12.2022



Vir: Google Analytics, januar 2022

Med obiskovalci je v letu 2022 ponovno prevladal obisk iz **Slovenije** (60%) med tujimi obiski pa je največ **Avstrijcev** in **Italijanov**, ki so ponovno na tretjem mestu, Nemci pa so zdrsili na četrto mesto po obisku, sledijo uporabniki z **Madžarske**, Hrvaške, Češke, Slovaške. 53 odstotkov uporabnikov je do portala dostopalo preko mobilnih naprav, 45 odstotkov preko računalnika in 2 odstotka preko tablic.

Country	Users	% Users
1. Slovenia	580,029	60.12%
2. Austria	100,089	10.37%
3. Italy	98,774	10.24%
4. Germany	67,207	6.97%
5. Hungary	18,957	1.96%
6. Croatia	11,917	1.24%
7. Czechia	10,665	1.11%
8. Slovakia	10,320	1.07%
9. United States	10,141	1.05%
10. Switzerland	7,082	0.73%

Tabela 1: Demografija obiskovalcev spletne strani www.portoroz.si po državi izvora 1.1.2022 – 31.12.2022 v primerjavi z 1.1.2021 – 31.12.2021 na ključnih ciljnih trgih

Vir: Google Analytics januar 2023

Digitalna orodja za merjenje učinkovitosti digitalnih kanalov

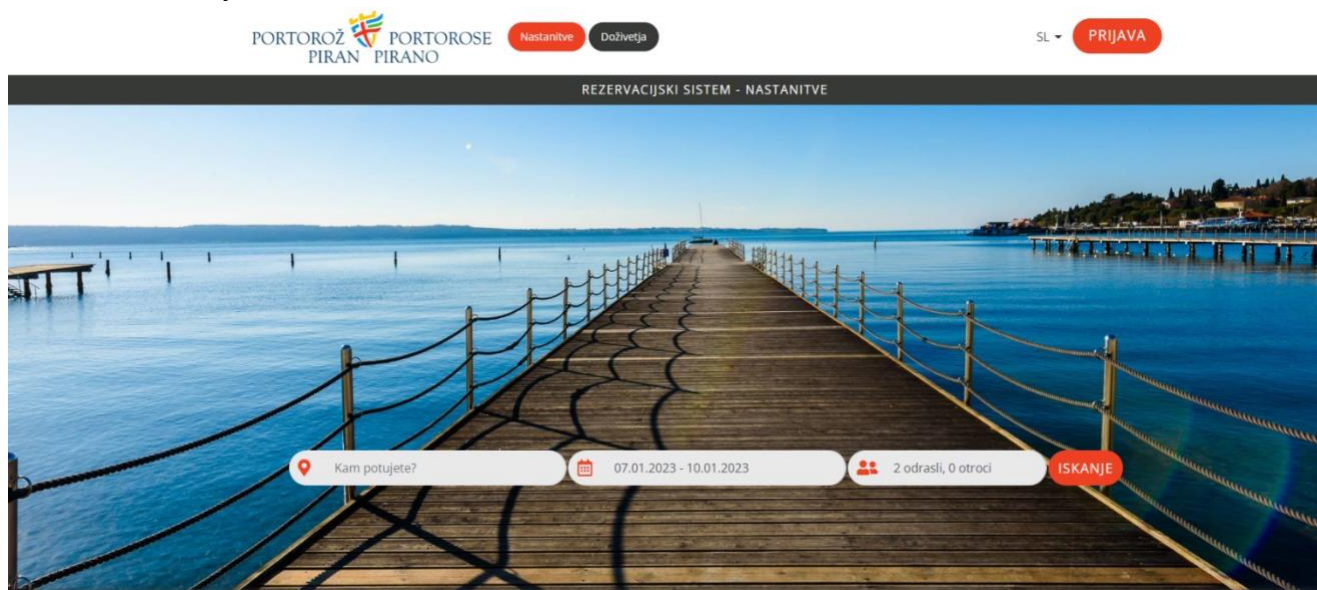
S pomočjo **Google Analytics** smo proučili obnašanje obiskovalcev spletne strani www.portoroz.si ter določili različne cilje na spletni strani, ki smo jih redno spremljali. Nastavili smo določene cilje s pomočjo Google Tagmanagerja.

Pri analitiki in določanju ciljev portala smo uporabljali pametno **orodje 8DATA**, ki zagotavlja zbiranje podatkov o promocijskih aktivnostih iz različnih digitalnih virov in virov, ki so specifični za turizem ter omogoča analizo pridobljenih podatkov. Na osnovi analize in avtomatskih priporočil za izboljšanje, ki jih orodje ponuja na osnovi strojnega učenja, smo mesečno optimizirali kampanje na domačem in na tujih trgih, da smo dosegali učinkovitost v najvišji možni meri. Zakupili smo licenco za leto 2022.

Nove tehnične nadgradnje

Vzpostavili smo **nov rezervacijski sistem Halki**, ki bo tako lokalnim ponudnikom doživetij in namestitev kot tudi uporabnikom nudil boljšo uporabniško izkušnjo in nakupno pot. Z novim sistemom želimo pospešiti spletno prodajo lokalnih in edinstvenih doživetij. Sistem je vzpostavljen v 4 jezikih (SI, EN, DE, IT): <https://booking.portoroz.si/sl/>

Slika: Nov rezervacijski sistem Halki



Vir: www.booking.portoroz.si

Nov spletni obrazec za objavo dogodkov

Pod rubriko »dogodki« smo na portalu v začetku junija pod <https://www.portoroz.si/si/objava-dogodka> vzpostavili **nov spletni obrazec za organizatorje dogodkov**, kjer organizatorji na enostaven način naložijo vse pomembne informacije o posameznem dogodku. Na ta način smo želeli izboljšati komunikacijo med organizatorji dogodkov in TZP-jem ter ažurnost pri objavi dogodkov na portalu <https://www.portoroz.si/si/dozivi/dogodki>.

Nadgradnja statistične aplikacije za zbiranje podatkov o zasebnih kapacitetah

V okviru razpisa smo **nadgradili Statistično aplikacijo za zbiranje podatkov o zasedenih kapacitetah** na destinaciji in analizo zasedenosti v primerjavi s preteklimi leti in obdobji. Dodatno smo vzpostavili vnos zasedenosti sob kot nov parameter poleg zasedenosti ležišč v Občini Piran.

Digitalna kampanja

Opisana pod točko **3. Digitalno komuniciranje** v okviru razpisa STO.

Kreiranje novih digitalnih vsebin

Implementacija prvega destinacijskega žetona NFT

Portorož & Piran je **prva slovenska lokalna turistična destinacija** s svojim **nezamenljivim žetonom**. V sklopu destinacijske kampanje "Mi smo tu" smo uporabili **tehnologijo NFT** in se tako predstavljali kot napredna, digitalna in trajnostna destinacija. Turistično združenje Portorož je lansiralo prve NFT-je destinacije Portorož & Piran, ki predstavljajo nadgradnjo s sodobnimi tehnološkimi pristopi komunikacije lanskoletne promocijske kampanje. Za nosilni vizualni element smo izbrali Srečko, prikupno istrsko kozo, ki uporabnikom takoj sede v srce. Destinacijski NFT-ji delujejo po principu lojalnosti – uporabnik lahko dobi tri NFT-je iz treh različnih kolekcij, če izvede tri aktivnosti. Prva je bilo sodelovanje v [nagradni igri](#), druga aktivnost je prijava na destinacijske [e-novice](#), tretja pa deljenje stickerja Srečke [na Instagramu](#) z oznako destinacijskega profila portorozpiran. Vsak uporabnik, ki je zbral tri NFT-je, je prejel poseben Golden GOAT NFT, ki je vključeval **nagrado** (lokalna doživetja). Na voljo so bile 3 kolekcije in 100 zlatih NFT-jev. Skupno smo imeli **317 NFT-jev**, oddali smo jih **120**, od teh je **61 različnih lastnikov**.

Golden Goat NFT-je, ki smo jih razkrili konec avgusta 2022, smo krili iz sredstev razpisa, ostale pa smo pridobili s pomočjo partnerjev agencije April 8. Povezave do Pristajalnih strani NFT:

SI: <https://www.portoroz.si/si/mi-smo-tu/nft>

EN: <https://www.portoroz.si/en/we-are-here/nft>

IT: <https://www.portoroz.si/it/noi-siamo-qui/nft>

DE: <https://www.portoroz.si/de/wir-sind-hier/nft>

V avgustu in septembru 2020 smo vzpostavili **marketinško avtomatizacijo pošiljanje elektronske pošte z orodjem Klaviyo**. Pripravili smo predloge za e-novice in vzpostavili proces avtomatskega pošiljanja, pripravili pop-upe za zbiranje dodatnih prijav na e-novice in vzpostavili segmentacijo baz za e-novice, nastavili smo kampanje in vzpostavili meritve za spremljanje učinkovitosti kampanj z e-novicami. V 2022 smo nadgrajevali baze, vključili nove ciljne skupine za MICE segment, obveščanje članov in nadgradili licenco za leto 2022. Skupaj je v bazi preko 8.000 naslovov.

V celem letu smo poslali **78 novičnikov** v slovenskem, nemškem in italijanskem jeziku ter 13 novičnikov s pregledom dela za člane Turističnega združenja Portorož. V povprečju je novičnike odprlo kar 35 odstotkov vseh naslovnikov, kar je odličen rezultat, saj se povprečje drugače vrti okoli 20 %.

AR aplikacija nexto.io Legende Pirana, virtualni vodnik po Piranu s pomočjo obogatene resničnosti, z audio/visualnimi vsebinami, kvizom in nagradno igro je bila predstavljena v letu 2019 kot primer dobre prakse za promocijo kulturnega turizma v okviru projekta Turizem 4.0.

Leta 2017 smo v okviru **aplikacije NEXTO** izdelali AR vsebine za promocijo kulturne dediščine v Piranu, ki obsega **AR predstavitev Legende Pirana** in Piranske kulturne poti. Preko aplikacije do kulturnih vsebin v Piranu dostopa do 700 uporabnikov mesečno, kar predstavlja najboljšo uporabo aplikacije v Sloveniji v okviru NEXTA. V letu 2022 je bila uporaba aplikacija nekoliko manjša zaradi nekaterih še veljavnih omejitev koronavirusa in pa proti koncu leta 2022 zaradi nadgradnje sistema, ki smo jo predvideli za leto 2023.

Slika: Predstavitev aplikacije Nexto na destinacijskem portalu Portorož & Piran.



Vir: www.portoroz.si

Projekti LOVE ISTRIA

Večino digitalne promocije izvajamo na družbenih omrežjih Facebook in Instagram Love Istria.

Vsebinska strategija destinacije slovenska Istra kot osrednjo zgodbo izpostavlja zgodbo o soli, ki se prepleta s kulturo obalnih mest, kulinariko in naravnim okoljem. Kulturna doživetja v mestih se prepletajo z novim trendom sodobnega aktivnega preživljanja prostega časa na prostem ob posebni mikroklimi, ki nas v vseh letnih časih napolni z novo energijo in povrne vitalnost. Zaledje nam omogoča kulinarčna doživetja začinjena s soljo in solnim cvetom iz Piranskih solin ter produkti zaledja kot so oljčno olje, vino, sveža zelenjava in sadje iz Šavrinskih gričev. Vse je strnjeno na majhnem prostoru in nudi našim obiskovalcem veliko (še) neodkritih kotičkov za aktivna avtentična doživetja.

Leta 2022 je vodenje in upravljanje družbenih omrežij za Love Istria (FB, IG) prevzela zunanja agencija Luca Stančič Kodarin s.p., ki 3x tedensko redno objavlja na FB in IG poleg navadnih objav tudi storyje in redno pošilja mesečna statistična poročila.

V spomladanskem delu je na ravni Love Istria potekala kampanja »Aktivna doživetja Istre«, ki je gostovala na portalu www.portoroz.si (<https://www.portoroz.si/si/odkrij/slovenska-istra/aktivna-doizivetja-istre>) Kampanja je potekala od **15.3.-5.4.2022** na slovenskem, italijanskem in avstrijskem trgu. Skupno je bilo **realiziranih 2.598.139 prikazov oglasov ter 44.426 klikov na oglase**.

Ravno tako je v **jesenskem delu** na ravni Love Istria potekala kampanja »Lokalna doživetja Istre«, ki je gostovala na portalu www.portoroz.si (<https://www.portoroz.si/si/odkrij/slovenska-istra/lokalna-doizivetja-istre>). Kampanja je potekala od **30.8.-20.9.2022** na slovenskem, italijanskem in avstrijskem trgu. Skupno je bilo **realiziranih 2.844.431 prikazov oglasov ter 22.264 klikov na oglase**.

Na www.portoroz.si smo v okviru podstrani s ponudbo celotnega slovenskega dela Istre, ki domuje na www.slovenska-istra.si/, redno **nadgrajevali vsebine** (dogodke, doživetja in ostalo ponudbo v slovenski Istri). Vse vsebine so prevedene v štiri jezikovne različice: slovensko, italijansko, nemško in angleško.

Aprila 2022 smo objavili razpis za **ново spletno stran**, na katerem je izbrana agencija AV Studio iz Velenja in takoj smo pričeli z vzpostavljanjem nove spletne strani na ločeni domeni www.loveistria.si ter www.slovenska-istra.si. Pri projektu so sodelovale vse 4 lokalne turistične organizacije s postavitvijo strukture, izborom besedila in fotografij ker zunanjih povezav. Celotno besedilo je poenotila Ines Drame, prevode v IT, EN in DE so uredili zunanji prevajalci.

Decembra smo pripravili izbor hotelov in kampov za **nov direktorij v tiskani obliki** na ravni destinacije Love Istria.

V letu 2018 smo pričeli s skupno digitalno komunikacijo z ostalimi istrskimi občinami. Odprli smo profile Love Istria, kjer dnevno komuniciramo z uporabniki na družbenih omrežjih Facebook in Instagram. V letu 2019 smo dodatno vzpostavili YouTube kanal Love Istria, na katerem smo objavili 25 promocijskih videov, ki smo jih posneli v letu 2018. V letu 2021 pa smo nadaljevali z aktivnostmi na družbenih omrežjih (Facebooku, Instagramu), novem katalogu in novih video vsebinah za komunikacijo na ravni destinacije slovenska Istra.

Namen projekta je dvig imidža destinacije slovenska Istra na tujih trgih kot destinacije, ki nudi obiskovalcem veliko (še) neodkritih kotičkov za aktivna avtentična doživetja. V okviru razpisa STO smo se osredotočili na celoletno Facebook promocijo preko sponzoriranih objav.

Vsebine slovenske Istre združujemo na spletnem portalu destinacije Portorož in Piran www.portoroz.si in so dosegljive na domenah domenah www.slovenska-istra.si oz. www.loveistria.si.

Temelj komunikacije predstavlja letni komunikacijski koledar, kjer so v ospredju 5-zvezdična doživetja v določenem obdobju v skladu z nosilnimi temami, ki so zapisane v komunikacijskem koledarju destinacije Portorož/Piran. Vanje poleg doživetij, aktivnosti in kulinarike, vključujemo pomembnejše dogodke v slovenski Istri.

Osnova za sponzorirane objave so sporočila za javnost, ki jih pripravljamo enkrat mesečno oziroma po potrebi. Vsebine objavimo na pristajalni strani na destinacijskem portalu v obliki novice kot osrednji stični točki za izvajanje obveščanja uporabnikov.

USPji: raznolikost, avtentičnost, strnjenost ponudbe (vse je na dosegu roke), bližina morja, najbližja stik z Mediteranom, sol, morje, aktivnosti v naravi (na in ob morju), kulinarika, kultura in dediščina.

Nagovarjamo: pari in družine

Ključni trgi: Italija, Avstrija, Slovenija

Sporočilo: 365 dni doživetij, aktivnosti, raznolikosti na majhnem področju

Promocijsko podprti projekti

1. E-novičniki

Januarja smo na 3.000 naslovov poslali **novičnik za slovenski, nemški in italijanski trg** na temo dobrega počutja in zimskih aktivnosti ob morju. Poslali smo tudi **novičnik na temo kongresnega turizma in industrije dogodkov (MICE)**.

Februarja smo na 3.000 naslovov smo poslali **novičnik za slovenski, nemški in italijanski trg** na temo zimskih počitnic ob morju za družine. Na 1.200 naslovov smo poslali tudi **novičnik na temo kongresnega turizma in industrije dogodkov (MICE)**.

Na 3.000 naslovov smo poslali **novičnik Pomlad v Portorožu in Piranu** ter **napoved dogajanja ob Tartinijevem letu** pod skupno blagovno znamko **Tartini 330**, za slovenski, nemški in italijanski trg. Na 1.200 naslovov smo poslali tudi **novičnik na temo kongresnega turizma in industrije dogodkov (MICE)**.

Na 3.000 naslovov smo vsak teden v aprilu pošiljali **napovednike prireditev ob Tartinijevem letu, splošne napovednike prireditev** v Portorožu in Piranu ter **izbrana doživetja** za slovenski, nemški in italijanski trg.

Na 1.200 naslovov smo poslali tudi **novičnik na temo kongresnega turizma in industrije dogodkov (MICE)**.

Maja smo vsak teden na 6.000 naslovov (SI, DE, IT, EN) pošiljali **splošne napovednike prireditev** v Portorožu in Piranu, **pripravili smo partnerski novičnik v okviru kampanje Mi smo tu za Izbrane vrhunske namestitve ter raziskavo o edinstvenih doživetjih na destinaciji** za slovenski, nemški in italijanski trg.

Na 6.000 naslovov smo za slovenski, nemški in italijanski trg skupaj **poslali 6 novičnikov**: Poletje v Portorožu in Piranu za vsak okus, Praznik vina in česna + ostali dogodki, Tartuf – prestižni zaklad slovenske Istre, Tartini 330: Alessandro Quarta. Na 1.200 naslovov smo poslali tudi **novičnik na temo kongresnega turizma in industrije dogodkov (MICE)**.

Avgusta smo na 6.000 naslovov za slovenski, nemški in italijanski trg **poslali dva novičnika**: napovednik avgustovskih dogodkov in posebej še napovednik Tartini festivala.

Septembra smo na 4.200 naslovov smo za slovenski trg **poslali dva novičnika**, enega na temo doživetij (lov na tartufe) in drugega na temo aktivnosti v naravi.

Oktober smo na 4.100 naslovov za slovenski in italijanski trg poslali **novičnik na temo jesenskih prireditev**: Pedočada, koncert Pihalnega orkestra Piran, Tartini 330 - Tartini 313ctr0nic in 25. Festival slovenskega filma. Na 6.000 naslovov smo za slovenski, italijanski in nemški trg poslali **novičnik na temo krompirjevih počitnic** v Portorožu in Piranu.

V sklopu destinacijske kampanje pa smo na 7.000 naslovov poslali **novičnik** v štirih jezikih za **partnerja LifeClass**.

Na 6.200 naslovov smo poslali **novičnik o decembrskih prireditvah** (Mesec penin, Festival penin, Festival penin Gourmet v Restavraciji Sophia) za slovenski, italijanski in nemški trg.

Skupno smo v celem letu poslali smo **78 novičnikov** v slovenskem, nemškem in italijanskem jeziku ter **13 novičnikov** s pregledom dela za člane Turističnega združenja Portorož. V povprečju je novičnike odprlo kar 35 odstotkov vseh naslovnikov, kar je odličen rezultat, saj se povprečje drugače vrti okoli 20 %.

2. Objava dogodkov in novih rubrik na portalu www.portoroz.si

V letu 2022 smo na spletnem portalu www.portoroz.si skupno objavili **370 prireditev v 4 jezikih**.

3. Objava novic na portalu www.portoroz.si

V letu 2022 smo na spletnem portalu www.portoroz.si skupno objavili **39 novic v 4 jezikih**.

4. Drsališče Grando

Januarja smo promocijsko podprli zadnji teden odprtja **drsališča Grando**. Skupno smo v obeh terminih oglaševanja (21. 12.-2.1.2021 in 10.-15.1.2022) na Facebooku dosegli 62.939 uporabnikov (1.079 odzivov, 907 klikov).

5. Tartini 330

Januarja smo na družbenih omrežjih pričeli z **rednimi objavami o Tartiniju** v počastitev 330. obletnice njegovega rojstva. Vsak teden smo na FB in IG objavili po 1 objavo o življenju Tartinija ter o prihajajočih dogodkih.

Marca smo izvedli **oglaševanje dogodka ob obletnici Tartinijevega rojstva** (Tartini 330): koncert Chouchane Siranossian in Venice Baroque Orchestra. Oglaševali smo preko sponzoriranih objav na Facebooku in Instagramu, uredili smo prevode programske knjižice ter objavili dogodke na portalu in družbenih omrežjih.

Aprila smo nadaljevali z oglaševanjem **dogodka ob obletnici Tartinijevega rojstva** (Tartini 330): koncert Chouchane Siranossian in Venice Baroque Orchestra, ki je bil 8. aprila v Piranu. Oglaševali smo preko sponzoriranih objav na Facebooku in Instagramu.

Maja smo na 6.000 naslovov vsak teden v maju pošiljali **napovednike prireditev ob Tartinijevem letu**,

Maja smo oglaševali koncert **Tartini 330: Stefan Milenković in Camerata Novi Sad**. Oglaševali smo preko sponzoriranih objav na Facebooku in Instagramu v Sloveniji, Avstriji in Italiji.

Julija smo v okviru projekta **Tartini 330** preko družbenih omrežij oglaševali **koncert Alessandro Quarta in I Filarmonici di Roma**. Oglaševali smo preko sponzoriranih objav na Facebooku in Instagramu v Sloveniji, Avstriji in Italiji.

V okviru projekta **Tartini 330** smo od **16. do 29. avgusta** preko družbenih omrežij oglaševali **Tartini festival**. Oglaševali smo preko sponzoriranih objav na Facebooku v Sloveniji, Avstriji in Italiji.

6. Jazz Festival Portorož

Od 13. maja dalje smo preko sponzoriranih objav na Facebooku in Instagramu oglaševali drugi jazz koncert iz sklopa koncertov leta Koncert jazz/rock/funk/fusion. Junija smo promocijsko podprli dogodek **Jazz Festival Portorož/Piran**. Na Facebooku in Instagramu smo preko sponzoriranih in ostalih objav dosegli **385.712 uporabnikov, 8.739 odzivov, 10.265 klikov na povezave, 225 komentarjev in 298 delitev**.

V sodelovanju z LifeClassom Portorož smo preko družbenih omrežij izvedli dve nagradni igri in podelili šest vstopnic za Jazz Festival. Vsebine dogodkov smo prevedli v italijanski, angleški in nemški jezik in jih objavili na spletni strani www.portoroz.si. Koncerte smo promovirali preko tedenskih napovednikov prireditev, ki jih pošiljamo na 6.000 naslovov (SI, DE, IT, EN)

7. “Mesec penin” in “Festival penin”

Leta 2022 smo razširili spremljevalni program Festivala penin na vso destinacijo. K sodelovanju smo povabili lokalne restavracije, ki ves december ponujajo posebne degustacijske menije s spremljavo penečih vin in tako soustvarjajo **Mesec penin**. V projektu sodeluje deset ponudnikov: Rizibizi, Marina Portorož, COB, Sophia, La bottega dei sapori, Vecchia osteria – Stara gostilna, Na burji, Istrian bistro & Tapas bar ter Cafè Central in Vinoteka Koželj. Ponudba je predstavljena na podstrani portala www.festivalpenin.si v štirih jezikih in vse pripadajoče podstrani (Mesec penin <https://www.portoroz.si/si/dozivi/dogodki/festival-penin/mesec-penin> in Festival penin Gourmet <https://www.portoroz.si/si//dozivi/dogodki/festival-penin/3914>).

Vzpostavili smo **spletno prodajo vstopnic** za Festival penin na novem rezervacijskem sistemu Halki v štirih jezikih.

Objavili smo **štiri dogodke na Facebooku** za Prižig lučk in odprtje božičnega sejma, Otroške predstave v parku, Mesec penin, Festival penin.

Preko družbenih omrežij smo preko **plačljivih objav na Facebooku** za Slovenijo, Avstrijo in Italijo oglaševali decembrsko dogajanje v Portorožu & Piranu (prižig lučk, božično-novoletni sejem in predstave za otroke) ter o Festivalu penin in Mesecu penin.

Na 6.200 naslovov smo poslali **novičnik o decembrskih prireditvah** (Mesec penin, Festival penin, Festival penin Gourmet v Restavraciji Sophia) za slovenski, italijanski in nemški trg.

8. Misli na morju, noge v lavorju

Mesečno smo delili objave projekta na FB in na našem portalu pod rubriko »dogodki«.

9. Pasta Grannies

YouTube kanal **Pasta Grannies** je objavil video o Mariji iz Nove vasi, ki je prikazala, kako se naredijo domači istrski fuži. Ustvarjalci YouTube kanala so nas kontaktirali junija lani in takoj smo jim ponudili pomoč pri snemanju videa. Julija smo z njihovo snemalno ekipo odšli v Novo vas, kjer smo jim predstavili gospo Marijo Panger. Pasta Grannies ima 425k sledilcev na Facebooku, 660k na Instagramu in 830k naročnikov na YouTube-u. [Marijin video](#) ima trenutno **73.000 ogledov**. Na **Facebooku Portorož & Piran** je objava imela **156 všečkov, 7 komentarjev in kar 22 delitev**.

10. Zelena shema

Aktivno smo sodelovali z Občino Piran pri oddaji prijave za **pridobitev znaka Slovenia Green Destination**. Občina Piran je prijavo oddala 18. 1. 2022. Pripravili smo tudi [pristajalno stran](#), na kateri smo izpostavili partnerje, ki so pridobili znak Zeleni ključ.

Tudi v mesecu maju so se nadaljevale aktivnosti vezane na Zeleno shemo slovenskega turizma.

11. Ostali projekti - razno

- Aprila smo preko družbenih omrežij oglaševali dogodek **Harley Davidson HOG Rally in Šupeter po domače**.
- Aprila smo vzpostavili podstran za dogodek Harley Davidson <https://www.portoroz.si/si/dozivi/dogodki/hog-harley-davidson-portoroz> v SI in EN jeziku.
- Aprila smo preko družbenih omrežij oglaševali dogodek »**Praznik olja in bledeža**« v **Padni**.
- Preko družbenih omrežij smo julija oglaševali tudi prireditev **Praznik vina in česna**.
- Preko družbenih omrežij smo od junija do novembra oglaševali **nagradni igri NFT in Poišči kozo**.
- 31. avgusta smo izvedli **žrebanje za prejemnike zlatega NFT žetona "G.O.A.T. - Mi smo tu"** ter podelili tri glavne nagrade in 14 manjših (lokalna doživetja). Izvedli smo mesečno žrebanje za **nagradno igro Poišči kozo** in podelili 3 doživetja.
- Septembra smo objavili novo podstran [Michelinovi nagrajenci](#) v štirih jezikih in objavili novo doživetje [Kolesarska tura: Tartuf experience](#) ponudnika Bora Experience.
- Oktobra smo objavili **plačano objavo na Facebooku na temo krompirjevih počitnic** in izpostavili prireditve: LifeClassov športi dan & Challe Salle, LifeClass HalloweenFest, Dnevi kakijev in kulinarčni pohod po Krajinskem parku Strunjan. V objavi smo izpostavili tudi lokalna doživetja naših partnerjev.
- Novembra smo izvedli **finalno žrebanje nagradne igre Poišči kozo** in podelili tri glavne nagrade: vikend paket za dve osebi v Hotelu Histron in vikend paket za dve osebi v hotelu Terme Krka Strunjan.

Spletni rezervacijski sistem PHOBS in doživetja

Posodobili smo doživetja na spletnem portalu in dodali razpoložljive termine za leto 2022 v spletni rezervacijski sistem PHOBS.

V sodelovanju s Fakulteto za turizem - Turistico smo konec maja izvedli raziskavo o edinstvenih doživetjih na destinaciji.

Študentska praksa

Od maja do septembra smo na oddelku za digitalni marketing bili mentorji dvema študentkama na praksi s Fakultete za turistične študije. Ob koncu prakse sta osvojili sledeče znanje: objava in priprava marketinškega plana objav, oblikovanje in pošiljanje e-novičnikov, urejanje dogodkov na portalu www.portoroz.si, sodelovanje in pomoč pri digitalni kampanji ipd.

Izobraževanja, seminarji, konference

Januarja smo se udeležili prve SEO delavnice v organizacijo agencije AV Studio.

23. februarja smo se udeležili prvega sklopa **Ipromove Akademije**. Tokrat smo na **webinarju** spoznavali Spletno nakupovanje v 2021 in pričakovanja v 2022, se seznanili z izsledki raziskave Shopper's mind 2021 za Slovenijo in pregledali trende, kaj je značilno za celotno spletno nakupno izkušnjo, v katerih kategorijah Slovenci najpogosteje nakupujemo na spletu, kako se odločamo o nakupu ter prek katerih naprav raziskujemo in nakupujemo.

15. marca smo udeležencem redne letne skupščine **Združenja kulturnih domov in ustanov Slovenije – KUDUS predstavili osnove digitalnega marketinga ter naši oglaševalski akciji 2020 in 2021** kot primera dobre prakse.

Marca smo se udeležili tudi sledečih **spletnih izobraževanj**: Info SRIPT Inno Hub: Inovacije in digitalizacija v turizmu, Uporaba LinkedIna v poslovne namene ter Sponsorship Hacks: Creative Strategies for the Modern Events in Targeting Event Attendees on Values, Not Demographics.

Maja smo se udeležili **delavnice digitalnega marketinga**, ki je v organizaciji **Združenja zgodovinskih mest Slovenije** potekala v Slovenskih konjicah. 12. maja smo se udeležili digitalne konference DIGGIT v Ljubljani, na kateri so bili predstavljeni tudi naši nezamenljivi žetoni.

1. junija smo se udeležili prve **NFT konference ENEFTI**, kjer je direktor **Aleksander Valentin predstavil prvi destinacijski NFT**.

16. junija smo se udeležili dogodka v organizaciji **Slovenske turistične organizacije z naslovom Digitalni preboj**, kjer je bila predstavljena nova Strategija digitalne preobrazbe slovenskega turizma 2022-2026.

Avgusta smo skupaj s predstavniki **rezervacijskega sistema PHOBS izvedli izobraževanje za zaposlene v TIC-u** na temo doživetij, hotelskih rezervacij in novih funkcionalnosti sistema.

Septembra smo se udeležili **spletnega seminarja »Novi ZVOP-2: Visoke kazni po GDPR in ostale novosti«**.

Oktobra smo se 3x udeležili Digitalne akademije v trženju v organizaciji Slovenske turistične organizacije.

Oktobra smo se udeležili delavnice o Google Analytic 4.0.

Oktobra smo organizirali **delavnico o delovanju novega rezervacijskega sistema Halki**, najprej za zaposlene TZP, nato še za hotelirje na destinaciji.

15. novembra smo se udeležili plenarnega zasedanja **Dnevo slovenskega turizma** v Laškem. Naslednji dan smo sodelovali tudi na delavnici **IT Tour - digitalne zgodbe slovenskega turizma** v okviru DST.

Novembra in decembra smo se udeležili treh delavnic za **SEO optimizacijo** s strokovnjaki z agencije Red Orbit.

PROMOCIJSKE PREDSTAVITVE DESTINACIJE

S pomočjo promocijskih predstavitev utrjujemo prepoznavnost turistične destinacije Portorož & Piran, kreiramo nove zgodbe o destinaciji, pospešujemo prodajo obstoječih produktov in predstavljamo nove produkte.

SEJMI IN BORZE

Turistični sejmi, kot eno izmed orodij tržnega komuniciranja, predstavljajo pomembno možnost povečanja prepoznavnosti destinacijske turistične ponudbe in njenega trženja.

Nastop na sejmih oz. borzah kljub digitalizaciji izvajajo tudi svetovne turistične velesile in najbolj znane in razvite svetovne turistične destinacije. Ker so jedro turizma ljudje tudi sejmi in borze omogočajo neposredni stik med ponudnikom in kupcem kar je jedro tudi vsebinskega trženja in marketinga.

Turistični sejmi so se v letu 2022 ponovno odvijali v »živo«.

Destinacija Portorož & Piran se je v okviru destinacije Love Istria predstavila na stojnici STO:

- Sejem Freizeit Celovec, Avstrija, v času od 1. do 3. 4. 2022, nosilec predstavitve TZP;
- Sejem Urlaub & Camping Messe, Wels, Avstrija, v času od 1. do 3. 4. 2022, nosilec predstavitve Občina Ankaran - Turistična organizacija Ankaran;
- Borza TTG Rimini, Italija, v času od 12. – 14. 10. 2022, nosilec predstavitve Turistično združenje Izola, g. i. z.;

Stroški sejmskih in borznih nastopov so bili porazdeljeni v skladu s sprejetim Dogovorom, ki velja za štiri istrska združenja. Osnova za delitev stroškov je bila število ustvarjenih prenočitev.

Delitev stroškov:

- Občina Ankaran - Turistična organizacija Ankaran – 20 %,
- Mestna občina Koper – Zavod za mladino, kulturo in turizem Koper – 16 %,
- Turistično združenje Izola, g. i. z. – 24 %,
- Turistično združenje Portorož, g. i. z. – 40 %.

V letu 2022 smo v organizaciji STO München nastopili tudi na virtualnem sejmu – poslovnem dogodku. WFV Counter Days.

Turistično združenje Portorož je sofinanciralo v letu 2022 tudi specializirane sejmske nastope vezane na promocijo navtičnega in letalskega produkta.

SOFINANCIRANJE PROMOCIJSKIH NASTOPOV DOMA

Marca smo se skupaj s kolegi iz Izole, Kopra in Ankarana udeležili poslovnega dogodka Turistična pomlad v organizaciji Javnega zavoda za turizem Nova Gorica in Vipavska dolina. Sodelovali smo na strokovnem posvetu in na turistični borzi, regijo pa smo predstavili tudi z videom in pevskim nastopom Tjaše Fajdiga. Prejeli smo tudi javno pohvalo za odlično koordinacijo celotne Mediteransko – Kraške regije in njene predstavitve na EXPO 2020 v Dubaju.

Maja smo v sodelovanju z Marino Portorož in agencijo Bull Days – Luxury Experience gostili člane Lamborghini Club Italia.

31. maja smo skupaj s STO organizirali SIW (Slovenian Incoming Workshop) on tour. Dogodka se je udeležilo kar 36 agentov iz celega sveta.

16. oktobra smo se v okviru Love Istria s stojnico predstavljali na Istrskem kolesarskem maratonu.

Že več let se promoviramo kot teniška destinacija in to v sodelovanju s TENNIS PORTOROSE (z italijanskim podjetjem Tennis Services), ki so tudi leta 2022 na destinaciji ustvarili več kot 7000 nočitev.

Aktivnosti na morju smo promovirali s partnerstvom z maksijadnico Adriatic Europa. Ter s sofinanciranjem nastopov na navtičnih sejnih v Italiji v sodelovanju z Marino Portorož.

SOFINANCIRANJE PROMOCIJSKIH NASTOPOV V TUJINI

V organizaciji STO Milano smo sodelovali 22. 2. 2022 na virtualnem workshopu Feel Slovenia.

Turistično združenje Portorož je poleg predstavitev na bližnjih trgih v vlogi koordinatorja sodelovalo tudi pri uspešni predstavitvi makroregije Mediteranska in Kraška Slovenija na razstavi EXPO Dubaj.

V sodelovanju s STO se je destinacija Portorož & Piran predstavila na odmevni novinarski konferenci, ki je bila 23. 3. 2022 v Milanu. Poleg novinarske konference smo za novinarje pripravili tudi kulinarčni dogodek.

18. 9. 2022 smo izvedli predstavitev na dogodku »Aufsteirern« v Gradcu. Organizator in izvajalec predstavitve za Istro je bilo TZP. Predstavili smo se pod blagovno znamko Love Istria. Dogodek je obiskalo več kot 150.000 obiskovalcev. V sodelovanju z zamejskim klubom KOŠ iz Celovca se promoviramo na njihovih ligaških tekmah na celotnem tržišču Avstrije s pojavnostjo na spletni strani in klubskem avtobusu.

Od 22. do 24. septembra smo se v okviru destinacije Love Istria predstavili na dogodku Dnevi v zalivu v Starem Gradu na Hvaru.

REPREZENTANCA

Promocijska darila in reprezentančne storitve. Sklop promocijska darila in reprezentančne storitve obsega: promocijska darila (vrečke soli, oljčno olje, ...) za novinarje, turistične operatorje in druge pomembne goste ter pogostitev v izbranih primerih glede na pomen gosta in glede na doprinos gosta za destinacijo. Promocijska darila: PAKET SIMPLE: vrečka soli, promocijski material, v vrečki (manjša vrečka) 2,30 €/kos. PAKET MEDIUM: vrečka soli, notes in kemični svinčnik, promocijski material v vrečki 5,50 //kos. PAKET PREMIUM: vrečka soli, oljčno olje 100 ml, vino Portorose, promocijski material v večji vrečki

(standardni) 11,00 €/kos. Za potrebe priprave promocijskih daril smo naročili naslednje artikle: - Vrečke soli 250 g: 1,20 €/kos (piranska sol, izdelana vrečka, obešanka) 500 kos. - Oljčno olje 100 ml: 3,50 €/kos (Ekološko ZOP oljčno olje Munda) 50 kos. - Vino Portorose Portorož 0,5 L: 5,00.

POSLOVNA SREČANJA IN DOGODKI

Segment poslovnih srečanj ter dogodkov oziroma prireditev smo tematsko razdelili v dva sklopa. Prvi del se nanaša na industrijo srečanj, ki pa se dodatno deli na sklop srečanj (meetings) in incentive potovanj, ter na sklop kongresov.

Meeting in incentive potovanja

V februarju, marcu, aprilu, juliju in decembru smo na 1.200 naslovov poslali novičnik na temo kongresnega turizma in industrije dogodkov (MICE).

Marca smo sodelovali na spletnem dogodku agencije Toleranca Marketing »Special Conventa trend Bar«, na katerem je Kongresni urad Lviv predstavil problematiko vojne v Ukrajini in njen vpliv na poslovni turizem v Evropi in pri nas.

Destinacijo Portorož & Piran smo aprila predstavljali na poslovnem dogodku New Deal Europe v Londonu, ki je bil osredotočen na turizem balkanske regije in Evrope. Opravili smo 14 poslovnih sestankov.

V sodelovanju s Kongresnim uradom Slovenije smo se predstavili na webinarju, namenjenemu partnerjem mednarodnega združenja HelmsBriscoe. Prisotnih je bilo skoraj 30 agentov. Številni so izrazili izredno zanimanje za našo destinacijo.

Kot partner Kongresnega urada Slovenije smo se udeležili skupščine urada in prisostvovali predavanjem na temo položaja slovenske industrije srečanj znotraj nove strategije slovenskega turizma ter na okrogli mizi razpravljali o trendih, post-koronskem okrevanju in geopolitičnih vplivih na našo panogo.

Udeležili smo se neformalnega srečanja Kongresnih ambasadorjev in ambasadork Slovenije. Pred srečanjem v Ljubljani smo ambasadorjem ponudili možnost, da se udeležijo izbranega doživetja na destinaciji. V okviru Slovenskega ambasadorskega programa smo na destinaciji gostili 13 ambasadorjev. Predstavili smo jim našo destinacijo in jih povabili na pet-zvezdično doživetje »Vintage kulinarično doživetje Lisjak«.

Junija smo se skupaj z ostalimi člani Kongresnega urada Slovenije in predstavniki hotelov (LifeClass, Sava-Bernardin in Kempinski) udeležili MICE delavnice v Milanu. Obiskalo nas je 12 italijanskih agentov, s katerimi smo navezali nove poslovne stike.

Od 23. do 25. avgusta smo se skupaj z našimi partnerji predstavili na 14. Conventa Trade show v Ljubljani. Gre za največjo borzo poslovnega turizma v tem delu Evrope, kjer se srečujejo predstavniki konferenčnih centrov, hotelov, agencij za organizacijo dogodkov in drugi ponudniki. Letos je gostila okoli 200 tujih agentov s področja kongresnega turizma in organizacije dogodkov. Po zaključku borze, od 25. do 27. 8., pa smo v okviru Convente skupaj s partnerji LifeClass Hotels & Spa in St. Bernardin Resort na destinaciji gostili skupino osmih izbranih partnerjev s Poljske, Francije, Danske, Italije, Bolgarije in Nizozemske. Pripravili smo jim zanimiv program, ki je vključeval tako ogled kongresnih centrov kot tudi ogled najlepših delov naše destinacije.

Od 5. do 7. septembra se je destinacija Portorož & Piran predstavila na konferenci Associations World Congress 2022 v Lizboni.

Študijske ture agencij in tour operatorjev

Marca smo v sodelovanju z agencijo Roundabout Travel v hotelu Kempinski Palace Portorož predstavili destinacijo in izbrana 5-zvezdična doživetja 16-im ameriškim agentom, ki ponujajo individualna potovanja višjega cenovnega razreda.

V sodelovanju z agencijo Visit Slovenia Poland, ki na Poljskem promovira Slovenijo, smo gostili 13 poljskih turističnih agentov. Organizirali smo jim kolesarsko doživetje in voden ogled Pirana.

Obiskali sta nas turistični agentki iz agencije Project Italy, specializirane za poslovni turizem, ki sta na destinacijo po našem priporočilu prvič pripeljali skupino poslovnih gostov iz Evrope in ZDA. Pomagali smo jim pripraviti izjemen program, ki je vključeval številna doživetja. Gostje so bili navdušeni nad destinacijo.

Od 24. do 27. maja smo skupaj z ostalimi istrskimi občinami v okviru »Love Istra« gostili skupino 9-tih srbskih agentov.

Med 7. in 9. julijem smo v sodelovanju s Kongresnim uradom Slovenije in agencijo Intours organizirali študijsko potovanje za tuje agente. Obiskalo nas je osem agentov iz Nizozemske, Belgije, Švice, Italije, Nemčije in Poljske. Predstavili smo jim našo destinacijo in jih skupaj s partnerji LifeClass in Sava-Hoteli Bernardin pogostili s številnimi doživetji. Za agente je bil organiziran tudi izjemen večeren kulinarčni na pomolu v Portorožu.

V času od 29. avgusta do 4. septembra 2022 smo organizirali in gostili na fam tripu agentko Liso Grant, ki zastopa Skandinavijo. Agentka je bila navdušena nad našo lokalno ponudbo, doživetji in storitvami.

Od 8. do 9. septembra smo organizirali fam trip za turistične agente iz Nizozemske. Trg je pomemben predvsem za zasedbo kapacitet v pred in po sezoni.

2. oktobra se je združenje v okviru Love Istria udeležilo kulinarčnega doživetja v Vili Vipolže, kjer smo 90 članom in partnerjem združenja belgijskih agencij Selectair predstavili Mediteransko in Kraško Slovenijo.

13. oktobra smo organizirali fam trip za 12 čeških turističnih agentov. Čehi so v letu 2022 na destinaciji Portorož & Piran ustvarili 68.819 prenočitev. Po številu prenočitev je češki trg na petem mestu med tujimi trgi. Število prenočitev je bilo za 26 % višje v primerjavi z letom 2021.

Od 25. do 26. oktobra smo gostili skupino agentov iz Velike Britanije, Regent Holidays. Zelo nas je veselilo, da smo lahko ponovno seznanili turistične agente iz Velike Britanije z našo ponudbo. Trg je v letu 2022 ponovno padel, saj je bil index prenočitev 76.

KULTURNI TURIZEM

Tartini 330 in Jazz festival Piran/Portorož

Kulturni turizem so zaznamovale predvsem aktivnosti vezane na promocijo Tartini 330. Promocijsko je združenje pomembno podprlo prireditve v okviru Tartinijevega leta (Tartini 330) in Jazz festival Piran / Portorož.

Združenje zgodovinskih mest Slovenije (ZZMS) - Piran

Promocija kulturnega turizma se je izvajala tudi preko koordinacije aktivnosti Združenja zgodovinskih mest Slovenije (ZZMS). Mesto Piran je aktiven član ZZMS. Turistično združenje Portorož v okviru sodelovanja v projektni skupini za turizem sooblikuje turistični produkt mest kulture. Združenje zgodovinskih mest tesno sodeluje na nacionalnem nivoju s STO in Ministrstvom za kulturo. Konec leta 2020 smo se v sodelovanju z ZZMS prijavi na razpis Načrtovanje ukrepov za program »Turizem in kultura« iz sredstev mehanizma za okrevanje sta bila oblikovana dva predloga: - Urejanje trajnostne mobilnosti v zgodovinskih mestih: infrastruktura za trajno mobilnost v malih zgodovinskih mestih v smislu oblikovanja intermodalnih vozlišč. - Digitalizacija v turizmu: platforma kot digitalni kanal za sodelovanje in komuniciranje med kulturo in turizmom. Če bo predlog sprejet, se bomo vključili v izvedbo v imenu mesta Piran. ZZMS sodeluje na prireditvah po Sloveniji, sejnih in borzah v okviru STO. V letu 2022 se je TZP udeležilo sedmih sestankov Združenja zgodovinskih mest. Koordinacijo za mesto Piran in sodelovanje v skupnih projektih izvaja TZ Portorož v dogovoru z Občino Piran.

Druge aktivnosti v okviru Združenja zgodovinskih mest v letu 2022: - Promocijske aktivnosti: izdelava filma o kulturi in kulinariki, študijske ture jeseni, promocijska akcija s Slovenskimi železnicami, TV oglas kampanje Doživetje v mestih. Kampanja z billboardi po Sloveniji. - Dopolnjevanje mediateke: fotografiranje mest v obsegu iz leta 2021. - Digitalna promocija: urejanje, moderiranje FB, Instagram, blog (mesečno). - Razvoj produkta: Mesta in kultura s 5* doživetji. - Kulturni abonma (izmenjava koncerta Škofja Loka-Piran se je izvedel v letu 2022). - Ponatis kataloga Mesta kulture. - Spletna stran: vzpostavitev prodaje doživetij preko spleta. - Šola prenove. - Projekt EU Refresh, ustvarjalna Evropa.

GASTRONOMIJA

V letu 2022 so se na destinaciji Portorož in Piran zgodili pomembni premiki tudi na področju kulinarike. V nekaterih restavracijah je bila dosežena konsistentna ponudba v kakovosti in vrhunskosti.

Izstopale so restavracije COB, Stara Gostilna, Rizibizi, restavracija Sophia, zato smo na združenju na naši spletni strani uredili novo podstran Michelinovi nagrajenci. Restavracija COB je prva restavracija na destinaciji Portorož in Piran ter v slovenski Istri z Michelinovo zvezdico. Restavracije Stara gostilna, Rizibizi ter Sophia pa se lahko pohvalijo z Michelinovim krožnikom.

Tudi Turistično združenje Portorož se je odločilo kulinariki in Festivalu penin dodati večji pomeni, zato je razširilo v mesecu decembru spremljevalni program Festivala penin na vso destinacijo. K sodelovanju smo povabili lokalne restavracije, ki ves december ponujajo posebne degustacijske menuje s spremljavo penečih vin in tako soustvarjajo **Mesec penin**. V projektu je sodelovalo deset ponudnikov: Rizibizi, Marina Portorož, COB, Sophia, La bottega dei sapori, Vecchia osteria – Stara gostilna, Na burji, Istrian bistro & Tapas bar ter Cafè Central in Vinoteka Koželj. Ponudba je bila predstavljena na podstrani portala festivalpenin.si. Uredili smo spletno stran www.festivalpenin.si v štirih jezikih in vse pripadajoče podstrani (Mesec penin in Festival penin Gourmet). Vzpostavljena je bila spletna prodajo vstopnic za Festival penin na novem rezervacijskem sistemu Halki v štirih jezikih.

Ker si združenje prizadeva uporabo **lokalnega oljčnega olja v kulinariki** in nadaljnji razvoj oljkarstva na podeželju, se je združenje udeležilo posveta z lokalnimi oljkarji, na katerem je bilo govora »Kako do primerne tržne cene (vrednosti) za naše ekstra deviško olje?«.

10. decembra je v Portorožu potekalo **ocenjevanje penin za izbor Naj penine Portoroža 2022**. Mednarodna komisija je ocenjevala 48 vzorcev penin.

NAVTIKA IN LETALSTVO

Vlaganje v razvoj segmenta navtičnega in letalskega turizma je skladno s strateškim ciljem povečevanja kupne moči gostov na destinaciji. Predviden vložek v promocijske aktivnosti in sejemske nastope je bil letu 2022 37.000 eur.

Turistično združenje Portorož je sofinanciralo dva sejemska nastopa v sklopu navtičnega turizma Seatrade Cruise Global, Miami in Salone Nautico di Venezia.

Turistično združenje Portorož je sofinanciralo sejemski nastop Aerodroma Portorož na sejmu AERO Friedrichshafen,

3. PROJEKTI

ZELENA SHEMA SLOVENSKEGA TURIZMA – ZSST - Slovenia Green Destination

Občina Piran je septembra 2022 z veliko pomočjo Turističnega združenja Portorož pri izpolnitvi vseh zahtevanih aktivnosti prejela **zlati znak Zelene sheme slovenskega turizma**.

Vsako leto Slovenska turistična organizacija pozove slovenske destinacije in ponudnike, da se vključijo v Zeleno shemo slovenskega turizma in s tem ocenijo svoje trajnostno delovanje na področju turizma in širše.

V sklopu poziva v letu 2021 za pridobitev znaka Slovenia Green se je v shemo prijavila tudi destinacija Portorož - Piran, ki je želela svoje trajnostno poslovanje na področju turizma nadgraditi in preveriti z mednarodnimi orodji Green Destinations Standard. Portorož - Piran je prejel zlati znak, drugi najvišji na lestvici Slovenske turistične organizacije (STO).

V procesu pridobivanja znaka, ki je trajal poldrugo leto, je sodelovala Zelena ekipa iz različnih institucij, v tesnem sodelovanju s Turističnim združenjem Portorož, ki ga je vodila zelena koordinatorica iz Občine Piran.

Znaki, ki jih lahko pridobi posamezna destinacija, so bronasti, srebrni, zlati in platinasti. Destinacija Portorož - Piran si je prislužila zlatega, kar pomeni priznanje za trajnostno in zeleno delovanje na področju turizmu in širše. Obenem je to tudi zaveza, da bomo v Občini Piran nadaljevali s trajnostnim načrtovanjem tudi v prihodnje.

Zaradi zlatega znaka bo destinacija postala bolj prepoznavna po svojem okoljsko naravnem delovanju ter bo vključena bo v številne promocijske aktivnosti Slovenske turistične organizacije.

RIVIERA4SEASONS2, PORTOROŽ IN OPATIJA

Riviera4seasons2 je EU projekt Skupna dediščina za skupno mednarodno promocijo 365 dni zelenega turizma na Opatijski in Portoroški rivieri. V okviru projekta je nastal na Opatijski in Portoroški rivieri produkt Feel & Taste. Projekt se je pričel izvajati 1. 10. 2017 in se je zaključil 31. 12. 2019. Aktivnosti na projektu se morajo izvajati do vključno leta 2024. Avtor projektne ideje Feel & Taste je bilo svetovalno podjetje Elmarkt d. o. o. iz Portoroža.

Zaradi nižjih finančnih sredstev od pričakovanih za delovanje združenja in zaradi negotovosti glede samega delovanja združenja so bile v letu 2022 izvedene minimalne aktivnosti na projektu.

Aktivnosti na projektu v letu 2022:

- Organizacija Skål International je projektu Feel & Taste, ki je bil razvit v okviru čezmejnega projekta Riviera4Seasons2, podelila drugo nagrado v kategoriji Podeželje in biodiverziteta (Countryside & Biodiversity). Skål International, največja globalna mreža turističnih strokovnjakov, je pridružena članica Svetovne turistične organizacije (UNWTO). Že 21 let podeljujejo mednarodne nagrade za trajnostni turizem v turistični industriji. Na natečaju Sustainable Tourism Awards je letos sodelovalo

50 projektov iz 23 držav s celega sveta. Projekt Feel & Taste je na natečaj prijavilo Turistično združenje Opatija.

- Združenje je tudi v letu 2022 promoviralo na destinaciji, to je doma ponudnike občine Piran vključene v projekt Feel & Taste na način, da smo jih vključili v študijska potovanja novinarjev, blogerjev, turističnih agentov in tour operatorjev, da samo jih vključili v študijske izlete v okviru industrije poslovnih srečanj, da smo jih vključili v on-line promocijsko kampanjo, in da so lahko sodelovali v okviru prireditev v organizaciji združenja.
- S pomočjo tiskanega materiala in podajanja informacij je promocija ponudnikov Feel & Taste potekala tudi v Turističnih informacijskih centrih, ki delujejo v okviru združenja.
- Spletni portal Feel & Taste se vzdržuje v skladu z razpisnimi pogoji še 4 leta po objavi portala v sklopu projekta Feel & Taste. Skrbniki portala sta Turistična zajednica Opatija in Turistično združenje Portorož. Obe destinaciji skrbita za ažurnost podatkov na spletni strani in redno vzdrževanje. Stroške portala (gostovanje) plačuje TZP.

MORSKI PREVOZI WAYV

Nadaljevali smo aktivnosti na projektu Morski prevozi Wayv. Projekt se je zaključil v letu 2021, vendar se morajo aktivnosti na projektu nadaljevati še pet let. Dogovorjena je bila ponovna aktivacija ponudnikov morskih prevozov v občini Piran in promocija morskih prevozov s pomočjo promocijskih kanalov TZP.

TEČAJ ZA LOKALNE TURISTIČNE VODNIKE

Na osnovi Odloka treh obalnih občin iz leta 2006 je združenje zadolženo za organizacijo tečaja za pridobitev licence za lokalnega turističnega vodnika na območju obalnih občin in vodenja registra vodnikov.

Od 10. do 13. marca smo organizirali tečaj za lokalne turistične vodnike. Tečaja se je udeležilo 17 tečajnikov. Bogat program je obsegal predstavitve turističnih ponudnikov, terenske vaje, vodene ogleda in študijski izlet ter izpit za vodnika.

Administrativno delo z vodniki poteka celo leto. Obsega vse administrativne postopke vezane na Odlok. TZP vodi register lokalnih turističnih vodnikov. Ocenjujemo, da je 197 aktivnih vodnikov oz. vodnikov, ki izpolnjujejo pogoje v skladu z odlokom iz leta 2006. Od leta 2006 do danes je 413 tečajnikov opravilo tečaj za lokalnega turističnega vodnika.

MEDNARODNI DAN TURISTIČNIH VODNIKOV, 21. 2. 2022

21. februarja smo obeležili mednarodni dan turističnih vodnikov. Ob tej priložnosti smo organizirali brezplačno spletno delavnico, kjer smo predstavili digitalni marketing v turizmu, Gaja Brecej, direktorica Umanotere, pa je spregovorila o turizmu v času podnebnih sprememb.

SPREMEMBA ODLOKA O LOKALNEM TURISTIČNEM VODENJU IZ LETA 2006

Na Turističnem združenju Portorož smo že več let bili pobudniki za spremembo Odloka o lokalnem turističnem vodenju iz leta 2006. Aktivno smo že v letu 2021 in 2022 pripravili predlog sprememb Odloka. Z Občino Piran smo v letu 2022 prišli do zaključnega usklajenega predloga sprememb Odloka o lokalnem turističnem vodenju vendar je Občina Piran aktivnosti za spremembo Odloka preložila na leto 2023.

Ostali projekti:

Turistična društva v občini Piran

Predstavniki združenja sodelujejo v komisiji Občine Piran za sofinanciranje programa turističnih društev v občini Piran.

STO – Slovenska turistična organizacija

Združenje se aktivno vključuje v projekte STO.

Sodelovanje s CPP Piran

Marca smo sodelovali na strokovni INTERREG delavnici »Ohranjanje in valorizacija naravne ter kulturne dediščine pri razvoju trajnostnega turizma v zavarovanih območjih« v Krajinskem parku Strunjan.

Projekt INHERIT

V okviru projekta INHERIT je bila obnovljena pešpot od Belvederja do Beih skal. Krajinski park Strunjan je prvi slovenski prejemnik znaka INHERIT.

Sodelovanje s Turistico

Skozi celotno leto 2022 so zaposleni na TZP izvajali različne predstavitve za študente Fakultete za turistične študije – Turistica na sedežu združenja ali na fakulteti.

Mediteranska Slovenija

V letu 2022 smo aktivno sodelovali z ostalimi destinacijami Mediteranske Slovenije.

LAS Istre

Turistično združenje Portorož, g. i. z. je član LAS Istre. Združenje sodeluje kot aktivni član in vrši posredno promocijo LAS Istre.

4. PRIREDITVE

V aprilu smo sodelovali **pri promociji in operativni** Luka Koper 8. Istrski maraton, soorganizirali in promovirali smo 18. Solinarski praznik, Vespa world days 2022 Portorož (dogodek je potekal v kamniti dvorani Monfort) ter **10. Praznik olja in bledeža v Padni**.

Junija smo koordinirali in soorganizirali **HOG Rally** v Portorožu. Organizatorju smo nudili podporo za pridobitev vseh potrebnih dovoljenj, z lokalnimi partnerji koordinirali pripravo prireditvenih prostorov, poskrbeli smo za varnost in varovanje, organizirali prodajo lokalnih in gostinskih proizvodov na začasnih prodajnih mestih ter obveščali lokalno javnost o spremembah prometnega režima. Ustvarili smo štiri podstrani v štirih jezikih na našem portalu, ki so vključevale vse informacije o dogodku HOG Rally.

Podprli smo dogodek **Jazz Festival Portorož/Piran**. Na Facebooku in Instagramu smo preko sponzoriranih in ostalih objav dosegli 385.712 uporabnikov, 8.739 odzivov, 10.265 klikov na povezave, 225 komentarjev in 298 delitev. V sodelovanju s hoteli LifeClass smo preko družbenih omrežij izvedli dve nagradni igri in podelili šest vstopnic za Jazz Festival. Vsebine dogodkov smo prevedli v italijanski, angleški in nemški jezik ter jih objavili na spletni strani www.portoroz.si. Koncerte smo promovirali preko tedenskih napovednikov prireditvev. Nudili smo tudi pomoč pri zagotavljanju nastanitev sodelujočim glasbenikom.

V okviru projekta **Tartini 330** smo preko družbenih omrežij oglaševali koncert Stefana Milenkovića in Komornega orkestra Novi Sad (5. junij) ter Piranske glasbene večere (23. junij-4. avgust). Oglaševali smo tudi prireditvi Harley Davidson HOG Rally in Šupeter po domače.

Julija smo medijem poslali sporočilo za javnost o Prazniku vina in česna. Preko družbenih omrežij smo oglaševali tudi prireditev Praznik vina in česna. Sodelovali smo pri organizaciji **Praznika vina in česa** v Novi vasi.

Julija smo v okviru projekta **Tartini 330** preko družbenih omrežij oglaševali koncert Alessandro Quarta in I Filarmonici di Roma. Oglaševali smo preko sponzoriranih objav na Facebooku in Instagramu v Sloveniji, Avstriji in Italiji. Od 26. julija do 1. avgusta smo oglaševali koncert s PR člankom na spletnem portalu časnika Finance – Tartini 330: Alessandro Quarta in I Filarmonici di Roma. Članek je bil preko novičnika Poslovno jutro poslan tudi na 24.893 e-naslovov. 14 dni smo dogodek oglaševali na plakatih TamTam v središču Ljubljane, en mesec pa tudi na dveh jumbo plakatih ob primorski avtocesti in na tržaški cesti v Ljubljani.

Julija smo izdali **mesečni napovednik prireditev**, ki je bil poslan na vsa gospodinjstva v občini Piran. Na našem portalu smo v juliju objavili 34 prireditev v štirih jezikih.

Izdali smo **mesečni napovednik prireditev za september**, ki je bil v elektronski obliki distribuiran po različnih komunikacijskih kanalih.

Ob svetovnem dnevu turizma, 24. in 25. septembra, smo organizirali brezplačne vodene ogledе Romantični Piran in Skrite naravne lepote Padne. Žal smo morali tik pred zdajci ogledе odpovedati zaradi slabe vremenske napovedi.

Septembra smo na družbenem omrežju Facebook oglaševali dogodka **Arcade Show Portorož** in **Dan turizma**. Oglaševali smo preko plačanih objav v Sloveniji in Italiji (FVG, Veneto, Milano).

Sofinancirali smo **teniški turnir WTA Zavarovalnica Sava Portorož**, ki je potekal od 11. do 18. septembra.

Z nakupom umetniškega dela smo podprli dogodek **Ex-Tempore Piran**, 27. 8.-3. 9. 2022.

Na portalu TZP smo septembra objavili 44 prireditev v štirih jezikih.

Izdali smo **mesečni napovednik prireditev za oktober**, ki je bil v elektronski obliki distribuiran po različnih komunikacijskih kanalih.

Na portalu TZP smo novembra objavili 37 prireditev v štirih jezikih.

Novembra smo objavili **štiri dogodke na Facebooku** za Prižig lučk in odprtje božičnega sejma, Otroške predstave v parku, Mesec penin, Festival penin.

Od 26. novembra do 2. decembra smo dogodek Prižig lučk in obisk Miklavža **oglaševali na Radiu Capris in na LED displayu** na stavbi KS Portorož.

Pripravili smo **plačljivi objavi na Facebooku** za Slovenijo, Avstrijo in Italijo o decembrskem dogajanju v Portorožu & Piranu (prižig lučk, božično-novoletni sejem in predstave za otroke) ter o Festivalu penin in Mesecu penin.

22. novembra smo na www.24ur.com objavili promocijsko sporočilo o [decembrskem dogajanju v Portorožu in Piranu](#). Hkrati smo dogodek na strani oglaševali tudi s spletno pasico.

Na 6.200 naslovov smo poslali **novičnik o decembrskih prireditvah** (Mesec penin, Festival penin, Festival penin Gourmet v Restavraciji Sophia) za slovenski, italijanski in nemški trg.

Izdali smo **mesečni napovednik prireditev za december**, ki je bil v elektronski obliki distribuiran po različnih komunikacijskih kanalih.

Na portalu TZP smo decembra objavili 61 prireditev v štirih jezikih.

26. decembra smo v hotelu Kempinski Palace Portorož organizirali **9. Festival penin**. Na izbiro je bilo več kot sto penin in šampanjcev iz 39-ih kleti in petih držav (Slovenije, Hrvaške, Italije, Španije in Francije). Za glasbeni program je poskrbela italijanska skupina **Operapop**. Zanimanje za dogodek je bilo izjemno, vstopnice smo v predprodaji zelo hitro razprodali, pošle pa so tudi t. i. vstopnice gourmet, ki so poleg pokušine penečih vin vključevale tudi gala večerjo v restavraciji Sophia. Nekaj vstopnic je bilo na voljo še v redni prodaji na dan dogodka in tudi te so bile razprodane.

5. OSTALE AKTIVNOSTI

Upravljanje prireditvenega dela Monforta

Od 25. do 27. februarja smo leseno dvorano nekdanjega skladišča Monfort oddali v uporabo podjetju Elan, ki je posnelo dogodek ob lansiranju novega plovila Elan E6.

Od 13. do 17. aprila smo oddali dvorani v Monfortu za glasbeni dogodek Komunikacija ehlokacija: Jasna Hribernik in Ljuba Jenče.

Maja smo v nekdanjem skladišču soli Monfort s Turistico soorganizirali večerni dogodek ugledne mednarodne konference 7th UNESCO UNITWIN CONFERENCE: World Heritage and Tourism Innovation.

28. maja se je v prostorih nekdanjega skladišča soli – Monfort odvijal dogodek »Dan mladosti«.

V Monfortu se je odvijal večerni dogodek 27. svetovnega kongresa TASIFA (8.-12. junij).

Dvorano Monfort smo septembra oddali za družabni dogodek za VIP poslovne partnerje podjetja Gorenje, prireditev Arcade Show Portorož in dva družabna večera konference Microsoft NT.

Vzdrževanje novih pohodniških poti

V letu 2022 je TZP vzdrževal in dogradil signalizacijsko infrastrukturo.

7. TURISTIČNI INFORMATIVNI CENTRI

Turistično združenje Portorož, g. i. z. opravlja dejavnost informiranja gostov v Turistično informacijskem centru Portorož in Turistično informacijskem centru Piran. Februarja 2019 smo prevzeli v upravljanje prenovljeno stavbo v lasti Občine Piran v Padni in odprli nov Turistični informacijski center na podeželju, v središču vasi Padna.

Dejavnosti TIC-a se v skladu s časom spreminjajo. Osnovne dejavnosti seveda še vedno ostajajo informacijska dejavnost, receptivna točka za obiskovalce in delo z gosti. Poleg informacijske dejavnosti se izvajajo tudi promocija in prodaja lokalnih produktov, od spominkov do degustacijskih izdelkov na

degustacijskih dogodkih, ki smo jih izvajali v letu 2021 v Padni. V letu 2022 smo veliko pozornosti posvečali tudi prodaji avtentičnih doživetij in izletov. Poleg možnosti nakupa doživetij preko spleta je bila v TIC Piran vzpostavljena tudi prodajna točka za nakup izletov za individualne goste. TIC se je v zadnjem času preoblikoval tudi v prodajno naravnano dejavnost, vendar ostaja informacijska dejavnost še vedno primarna in predstavlja 80 % vseh dejavnosti. V letu 2022 se prodaja doživetij zvišalo. Najbolj prodajano doživetje je bilo Obisk ribogojnice Fonda.

TIC Padna je imel že v osnovi drugačno funkcijo kot centra v Piranu in Portorožu. Poleg izvajanja promocije podeželja in možnosti najema e-koles, je bila z vzpostavitvijo centra podana idealna možnost za vzpostavitev degustacijskega centra. V letu 2022 smo gostili preko 5.000 gostov iz križark.

Ocena števila obiskovalcev v Turistično informacijskih pisarnah Portorož, Piran in Padna v času od 1. 1.-31. 12. 2022:

Število obiskovalcev informacijske pisarne v Portorožu

MESEC	SKUPAJ
Januar	485
Februar	423
Marec	486
April	1.001
Maj	1.317
Junij	3.642
Julij	2.467
Avgust	2.803
September	1.170
Oktober	961
November	768
December	842
SKUPAJ	16.365

Število obiskovalcev informacijske pisarne v Piranu

MESEC	SKUPAJ
Januar	392
Februar	468
Marec	689
April	4.582
Maj	6.036
Junij	10.451
Julij	19.417
Avgust	22.498
September	15.810
Oktober	4.309
November	1.489
December	1.628
SKUPAJ	87.769

Število obiskovalcev informacijske pisarne v Padni:

MESEC	SKUPAJ
Januar	ZAPRTO
Februar	ZAPRTO
Marec	ZAPRTO
April	ZAPRTO
Maj	450
Junij	650
Julij	517
Avgust	364
September	350
Oktober	661
November	ZAPRTO
December	ZAPRTO
SKUPAJ	1.280

Obisk:

Leto 2022 je bilo po številu obiskovalcev, ki so obiskali TIC Piran, v primerjavi z letom 2021 boljše, saj je bilo zabeleženo za 10 % več obiskovalcev. V TIC Portorož je opazen padec obiska in smo se približali številkam iz leta 2020. Vsekakor pa je to v primerjavi z letom 2019 dosti slabše.

Obisk informacijske pisarne v Piranu je zaradi specifične povpraševanja (kulturne in druge atrakcije v mestu Piran) večji kot v informacijski pisarni Portorož, kjer turisti prvenstveno sprašujejo po namestitvi, dogodkih, možnosti aktivnih počitnic.

25. aprila 2022 smo odprli **TIC Padna**. V osnovi je TIC namenjen promociji zaledja in kot degustacijska točka za obiskovalce, potnike s potniških ladij in druge najavljene skupine. Delo TIC Padna lahko ocenimo kot zelo uspešno, saj smo v prostoru ponudili možnost nakupa lokalnih proizvodov, olja, vina, izdelkov iz sadja in lokalno pridelane zelenjave. Poleg tega smo nudili možnost najema gorskih električnih koles, kar se je izkazalo za zelo atraktivno in je bilo večinoma dnevno oddanih dnevno vseh šest koles. V letu 2022 smo uspešno organizirali številne degustacije tako za goste iz križark kot ostale napovedane skupine.

Zaposleni:

V Piranu in Portorožu imamo za nedoločen čas tri zaposlene in eno zaposleno za določen čas. Obenem zaradi obsega dela in delovne zakonodaje sodelujemo z zunanjimi sodelavci in študenti. V poletnih mesecih smo v letu 2022 sodelovali s Srednjo šolo Izola in omogočili dijakom, da pri nas opravljajo redno prakso. Ravno tako smo sodelovali s Turistico pri omogočanju prakse študentov.

Med operativne stroške spadajo:

- Funkcionalni stroški.
- Stroški vzdrževalnih del in nakupa delovnih sredstev.
- Stroški dela:
 - trije zaposleni za nedoločen čas in en zaposlen za določen čas
 - študenti.
- Prodajni program (stroški prodajnega materiala, stroški prodaje storitev).

8. OPERATIVNI STROŠKI UPRAVA TZP

Operativni stroški uprave združenja:

- Funkcionalni stroški: najem poslovnih prostorov, pisarniški material, telekomunikacije, vzdrževanje naprav, zavarovanje, vodenje računovodstva, poštni stroški, občasne odvetniške storitve in obresti.
- Vzdrževalna dela, nakup novih delovna sredstva ter amortizacija delovnih sredstev.
- Stroški dela, uprava:
 - direktor in štirje zaposleni za nedoločen čas, v letu 2022 sta bile podani dve odpovedi delovnega razmerja
 - izobraževanje zaposlenih.
- Stroški izplačila sejin članom nadzornega sveta združenja.

Uprava družbe:

mag. Aleksander Valentin, CHA je 9. 5. 2021 prevzel mesto direktorja Turističnega združenja Portorož, g. i. z. Imenovan je bil za pet letno mandatno obdobje.

Na 17. redni seji nadzornega sveta združenja, ki je bila 26. 5. 2022 je Aleksander Valentin podal odstopno izjavo z mesta direktorja Turističnega združenja Portorož, g. i. z.

Na 18. redni seji nadzornega sveta združenja, ki je bila 6. 9. 2022 je nadzorni svet sprejel sklep, da se za vršilca dolžnosti direktorja Turističnega združenja Portorož, g. i. z. za obdobje od 1. 10. 2022 do največ 12 mesecev oziroma do imenovanja novega direktorja združenja imenuje Aleksander Valentin.

9. DRUGO

30. avgusta smo sodelovali na Blejskem strateškem forumu – panel turizem. Na panelu je bila predstavljena aktualna tematika svetovnega turizma – »Nestabilnost kot edina konstanta«.

V novembru smo sodelovali na Dnevih slovenskega turizma - DST. DST predstavljajo najpomembnejše strokovno srečanje turističnega gospodarstva. Iz strokovnega vidika je bila za TZP zelo poučna predstavitev destinacije Malaga, Španija – »Vpliv tehnologije na prihodnost turizma«. V okviru DST smo sodelovali tudi na delavnici IT Tour - digitalne zgodbe slovenskega turizma.

Konec novembra 2022 so bile na nivoju turističnih združenj slovenske Istre, ki se predstavljajo pod blagovno znamko Love Istria dogovorjene skupne promocijske in trženske aktivnosti za leto 2023.

Direktor združenja sodeluje v strokovnem odboru Kongresnega urada Slovenije kot predsednik strokovnega sveta.

Predstavnica združenja sodeluje v upravnem odboru LAS Istre.

Predstavnica združenja sodeluje v komisiji za turistična društva občine Piran.

FINANČNO POROČILO TZP 2022

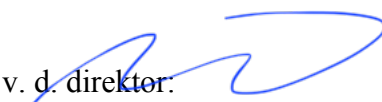
Kot je razvidno iz finančnega poročila v prilogi je TZP v letu 2022 realiziral 1.203.484,76 EUR prihodkov, kar je 101% glede na plan.

Stroški delovanja TZP v letu 2022 so bili 1.208.283 EUR, kar predstavlja 101% glede na plan.

TZP je v letu 2022 posloval z minimalno izgubo. Izguba je ob koncu leta znašala 4.814,51 EUR. Presežek odhodkov nad prihodki je posledica izrazito višjih stroškov izvedbe dogodka HOG rally na postavki čiščenja in odvoza odpadkov, ki je navkljub omejitvenim ukrepom, ob upoštevanju navodila NS, da naj TZP promocijske aktivnosti izvede po planu, ni bilo mogoče nadomestiti.

V prilogi predstavljamo tudi pregled največjih dobaviteljev z letnim prometom nad 10.000 EUR.

V prilogi prilagamo bilanco stanja in izkaz poslovnega izida za leto 2022 po SRS.



v. d. direktor:
mag. Aleksander Valentin, CHA
Portorož, marec 2022

		Plan 2022	Realizacija 1-12 2022	Index realizacija/plan
Prihodki				
	Sredstva turistične takse	€ 970.000,00	€ 985.000,00	102%
	Subvencije	€ -	€ 4.160,00	
	Članarine	€ 20.000,00	€ 26.075,00	130%
	Sredstva razpis STO	€ 80.000,00	€ 83.235,80	104%
	Sredstva razpis MGRT	€ 20.000,00	€ -	0%
	Sredstva razpis kultura	€ 10.100,00	€ -	0%
	Prihodki od prodaje storitev	€ 16.520,00	€ 38.269,00	232%
	Prihodki od prodaje blaga	€ 23.841,00	€ 13.298,20	56%
	Prihodki od oddaje prostorov (Monfort)	€ 19.600,00	€ 23.104,16	118%
	Konzorcij HOG	€ 30.000,00	€ 26.818,00	89%
	Tečaj za turistične vodnike	€ 6.500,00	€ 3.524,60	54%
SKUPAJ PRIHODKI		€ 1.196.561,00	€ 1.203.484,76	101%

		PROGRAM 2022	31/12/2022	Odstotek od plana	31/12/2021	INDEX 2022/2021
	SKUPAJ	1.195.868	1.208.283	101%	1.176.632	103%
RAZISKAVE IN RAZVOJ		9.650,00	4.903,86	35%	4.457,50	110%
	Raziskava zadovoljstva gostov	8.650,00	4.903,86	39%	4.457,50	110%
	STR poročilo	1.000,00	0,00	0	0	0%
TRŽENJE IN PROMOCIJA		564.700,00	597.226,51	114%	605.607,03	99%
	Zdravje in dobro počutje	226.200,00	266.222,17	118%	313.492,16	85%
	Kampanja		64.072,20		162.278,83	39%
	Tiskovine		18.317,00		20.740,69	88%
	PR		40.473,17		13.280,83	305%
	Spletna stran		35.333,30		23.246,26	152%
	Love Istria		16.076,40		6.710	160%
	Promocija destinacije na tujih in domačem trgu		34.906,40		43.926,10	123%
	Oglaševanje		32.736,00		26.028,24	126%
	Poslovna darila in reprezentanca		10.904,00		8.286,00	124%
	Sejmi in borze		13.403,70		8.995,35	149%
	Poslovna srečanja in dogodki/prireditve	206.500,00	214.694,36	109%	142.372,02	151%
	MICE		28.899,50		45.298,41	138%
	HOG		170.741,70		0	
	Prireditve		15.053,16		97.073,61	16%
	Kulturni turizem	50.000,00	49.544,90	99%	24.049,99	207%
	Tartini 330		34.618,90		19.502,20	285%
	Galerija na prostem		0,00		4.547,79	
	JAZZ festival		14.926,00		0,00	
	Navtika in letalstvo	37.000,00	28.988,45	78%	56.457,66	51%
	Morski prevozi		9.306,23		27.112,99	34%
	Aerodrom promocija		7.682,22		5.000	153%
	Navtika promocija		12.000,00		6.000	200%
	Maristra		0,00		18.345	
	Sonce in morje	10.000,00	1.800,00	18%	0	
	TU magazine		1.800,00			
	Gastronomija	35.000,00	40.976,63	117%	69.235,20	59%
	Gastronomske prireditve		40.976,63		50.635,95	81%
	Maristra-projekt		0		18.599,25	
URESNIČEVANJE STRATEGIJE		56.200,00	53.340,11	97%	29.109,33	183%
	Tečaj za turistične vodnike	6.500,00	3.254,33	50%	0	
	Upravljanje prireditvenega dela Monforta	10.600,00	11.435,20	87%	0	
	Vzdrževanje pohodniških poti	17.000,00	17.183,66	71%	22.805,84	75%
	Nadgradnja portala za distribucijo doživetij	22.100,00	21.466,92	83%	6.303,49	340%
INFORMIRANJE (TIC-i)		143.630,00	146.891,16	102%	120.283,74	122%
	Funkcionalni stroški in najemnine TIC-ov	25.000,00	28.320,95 €	113%	17.731,43	123%
	Vzdrževalna dela in nakup delovnih sredstev	5.000,00	4.324,20 €	86%	5.567,14	61%
	Stroški dela	93.630,00	99.905,28	107%	80.344,08	117%
	Zaposleni		86.027,85		80.344,08	113%
	Študenti		13.877,43		11.358,50	142%
	Stroški prodajnega materiala	5.000,00	3.248,02	65%	4.938,91	89%
	Stroški prodaje storitev	15.000,00	11.092,71	74%	11.702,18	95%
OPERATIVNI STROŠKI TZP		421.690,00	400.921,36	95%	417.174,40	98%
	Funkcionalni stroški	66.500,00	68.812,24	103%	68.529,99	100%
	Vzdrževalna dela in delovna sredstva (z amortizacijo)	17.000,00	15.288,35	90%	20.727,96	72%
	Stroški dela (brez TIC)	317.390,00	312.008,24	98%	321.073,65	97%
	Sejnine	10.800,00	4.812,53	45%	6.842,80	70%
	Delovanje NS	10.000,00	0,00	0	0	

Ime poslovnega subjekta:
**TURISTIČNO ZDRUŽENJE PORTOROŽ, G.I.Z. ENTE PER IL TURISMO
PORTOROSE, G.I.E.**
Sedež:
Obala 16, Portorož, 6320 Portorož - Portorose

Matična številka:
5062616000

Davčna številka:
89041259

Velikost (1-mikro, 2-majhna,
3-srednja, 4-velika):
1
Statusna sprememba:
0

Matična številka pred
statusno spremembo:

Podatki iz bilance stanja na dan 31.12.2022

v EUR s centi

Konto	Postavka	Oznaka za AOP	Znesek	
			Tekočega leta	Prejšnjega leta
1	2	3	4	5
00, 01, 02, 03, 04, 05, 06, 07, 08, 09, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 30, 31, 32, 60, 61, 63, 65, 66, 67	SREDSTVA	001	214.863,06	234.151,01
00, 01, 02, 03, 04, 05, 06, del 07, del 08, 09, del 13	A. DOLGOROČNA SREDSTVA	002	51.872,70	41.869,40
del 00, del 08, del 13	I. Neopredmetena sredstva in dolgoročne aktivne časovne razmejitve	003	15.415,71	730,87
del 00, del 08, del 13	1. Neopredmetena sredstva	004	15.415,71	730,87
del 00	a) Dolgoročne premoženjske pravice	005	15.415,71	730,87
del 00	b) Dobro ime	006	0,00	0,00
del 00	c) Dolgoročno odloženi stroški razvijanja	007	0,00	0,00
del 00, del 08, del 13	č) Druga neopredmetena sredstva	008	0,00	0,00
del 00	2. Dolgoročne aktivne časovne razmejitve	009	0,00	0,00
del 00, 02, 03, 04, 05, del 08, del 13	II. Opredmetena osnovna sredstva	010	32.927,75	37.609,29
del 00, del 02, del 03	1. Zemljišča	011	0,00	0,00
del 00, del 02, del 03	2. Zgradbe	012	0,00	0,00
del 04, del 05	3. Proizvajalne naprave in stroji	013	26.579,11	31.260,65
del 04, del 05	4. Druge naprave in oprema, drobni inventar in druga opredmetena osnovna sredstva	014	6.348,64	6.348,64
del 04, del 05	5. Biološka sredstva	015	0,00	0,00
del 02, del 04	6. Opredmetena osnovna sredstva v gradnji in izdelavi	016	0,00	0,00
del 08, del 13	7. Predujmi za pridobitev opredmetenih osnovnih sredstev	017	0,00	0,00
01	III. Naložbene nepremičnine	018	0,00	0,00
06, del 07	IV. Dolgoročne finančne naložbe	019	0,00	0,00
06	1. Dolgoročne finančne naložbe, razen posojil	020	0,00	0,00
del 06	a) Delnice in deleži v družbah v skupini	021	0,00	0,00
del 06	b) Druge delnice in deleži	022	0,00	0,00
del 06	c) Druge dolgoročne finančne naložbe	023	0,00	0,00
del 07	2. Dolgoročna posojila	024	0,00	0,00

Podatki iz bilance stanja na dan 31.12.2022

v EUR s centi

Konto	Postavka	Oznaka za AOP	Znesek	
			Tekočega leta	Prejšnjega leta
del 07	a) Dolgoročna posojila družbam v skupini	025	0,00	0,00
del 07	b) Druga dolgoročna posojila	026	0,00	0,00
del 08	V. Dolgoročne poslovne terjatve	027	3.529,24	3.529,24
del 08	1. Dolgoročne poslovne terjatve do družb v skupini	028	0,00	0,00
del 08	2. Dolgoročne poslovne terjatve do kupcev	029	0,00	0,00
del 08	3. Dolgoročne poslovne terjatve do drugih	030	3.529,24	3.529,24
09	VI. Odložene terjatve za davek	031	0,00	0,00
del 07, del 08, 10, 11, 12, del 13, 14, 15, 16, 17, 18, 30, 31, 32, 60, 61, 63, 65, 66, 67	B. KRATKOROČNA SREDSTVA	032	136.496,08	191.780,29
67	I. Sredstva (skupine za odtujitev) za prodajo	033	0,00	0,00
del 13, 30, 31, 32, 60, 61, 63, 65, 66	II. Zaloge	034	4.187,00	3.071,06
30, 31, 32	1. Material	035	0,00	0,00
60	2. Nedokončana proizvodnja	036	0,00	0,00
61, 63	3. Proizvodi	037	0,00	0,00
65, 66	4. Trgovsko blago	038	4.187,00	3.071,06
del 13	5. Predujmi za zaloge	039	0,00	0,00
del 07, 17, 18	III. Kratkoročne finančne naložbe	040	0,00	0,00
17	1. Kratkoročne finančne naložbe, razen posojil	041	0,00	0,00
del 17	a) Delnice in deleži v družbah v skupini	042	0,00	0,00
del 17	b) Druge delnice in deleži	043	0,00	0,00
del 17	c) Druge kratkoročne finančne naložbe	044	0,00	0,00
del 07, 18	2. Kratkoročna posojila	045	0,00	0,00
del 07, del 18	a) Kratkoročna posojila družbam v skupini	046	0,00	0,00
del 07, del 18	b) Druga kratkoročna posojila	047	0,00	0,00
del 08, 12, del 13, 14, 15, 16	IV. Kratkoročne poslovne terjatve	048	41.254,18	28.704,77
del 08, del 12, del 13, del 15	1. Kratkoročne poslovne terjatve do družb v skupini	049	0,00	0,00
del 08, del 12, del 13, del 15	2. Kratkoročne poslovne terjatve do kupcev	050	26.961,54	3.677,60
del 08, del 13, 14, del 15, 16	3. Kratkoročne poslovne terjatve do drugih	051	14.292,64	25.027,17
10, 11	V. Denarna sredstva	052	91.054,90	160.004,46
19	Č. KRATKOROČNE AKTIVNE ČASOVNE RAZMEJITVE	053	26.494,28	501,32
del 99	Zunajbilančna sredstva	054	0,00	0,00
21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98	OBVEZNOSTI DO VIROV SREDSTEV	055	214.863,06	234.151,01
90, 91, 92, 93, 94, 95	A. KAPITAL	056	124.371,16	129.185,67

Podatki iz bilance stanja na dan 31.12.2022

v EUR s centi

Konto	Postavka	Oznaka za AOP	Znesek	
			Tekočega leta	Prejšnjega leta
90	I. Vpoklicani kapital	057	0,00	0,00
del 90	1. Osnovni kapital	058	0,00	0,00
del 90	2. Nevpoklicani kapital (kot odbitna postavka)	059	0,00	0,00
91	II. Kapitalske rezerve	060	0,00	0,00
92	III. Rezerve iz dobička	061	0,00	0,00
del 92	1. Zakonske rezerve	062	0,00	0,00
del 92	2. Rezerve za lastne delnice in lastne poslovne deleže	063	0,00	0,00
del 92	3. Lastne delnice in lastni poslovni deleži (kot odbitna postavka)	064	0,00	0,00
del 92	4. Statutarne rezerve	065	0,00	0,00
del 92	5. Druge rezerve iz dobička	066	0,00	0,00
94	IV. Revalorizacijske rezerve	067	0,00	0,00
95	V. Rezerve, nastale zaradi vrednotenja po pošteni vrednosti	301	0,00	0,00
del 93	VI. Preneseni čisti dobiček	068	129.185,67	116.583,89
del 93	VII. Prenesena čista izguba	069	0,00	0,00
del 93	VIII. Čisti dobiček poslovnega leta	070	0,00	12.601,78
del 93	IX. Čista izguba poslovnega leta	071	4.814,51	0,00
96	B. REZERVACIJE IN DOLGOROČNE PASIVNE ČASOVNE RAZMEJITVE	072	0,00	0,00
del 96	1. Rezervacije	073	0,00	0,00
del 96	2. Dolgoročne pasivne časovne razmejitev	074	0,00	0,00
del 97, del 98	C. DOLGOROČNE OBVEZNOSTI	075	0,00	0,00
del 97	I. Dolgoročne finančne obveznosti	076	0,00	0,00
del 97	1. Dolgoročne finančne obveznosti do družb v skupini	077	0,00	0,00
del 97	2. Dolgoročne finančne obveznosti do bank	078	0,00	0,00
del 97	3. Druge dolgoročne finančne obveznosti	079	0,00	0,00
del 98	II. Dolgoročne poslovne obveznosti	080	0,00	0,00
del 98	1. Dolgoročne poslovne obveznosti do družb v skupini	081	0,00	0,00
del 98	2. Dolgoročne poslovne obveznosti do dobaviteljev	082	0,00	0,00
del 98	3. Druge dolgoročne poslovne obveznosti	083	0,00	0,00
del 98	III. Odložene obveznosti za davek	084	0,00	0,00
21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, del 97, del 98	Č. KRATKOROČNE OBVEZNOSTI	085	90.491,90	104.965,34
21	I. Obveznosti, vključene v skupine za odtujitev	086	0,00	0,00
27, del 97	II. Kratkoročne finančne obveznosti	087	55,77	483,29
del 27, del 97	1. Kratkoročne finančne obveznosti do družb v skupini	088	0,00	0,00

Podatki iz bilance stanja na dan 31.12.2022

v EUR s centi

Konto	Postavka	Oznaka za AOP	Znesek	
			Tekočega leta	Prejšnjega leta
del 27, del 97	2. Kratkoročne finančne obveznosti do bank	089	0,00	0,00
del 27, del 97	3. Druge kratkoročne finančne obveznosti	090	55,77	483,29
22, 23, 24, 25, 26, 28, del 98	III. Kratkoročne poslovne obveznosti	091	90.436,13	104.482,05
del 22, del 23, del 28, del 98	1. Kratkoročne poslovne obveznosti do družb v skupini	092	0,00	0,00
del 22, del 23, del 28, del 98	2. Kratkoročne poslovne obveznosti do dobaviteljev	093	50.953,42	70.179,05
del 23, 24, 25, 26, del 28, del 98	3. Druge kratkoročne poslovne obveznosti	094	39.482,71	34.303,00
29	D. KRATKOROČNE PASIVNE ČASOVNE RAZMEJITVE	095	0,00	0,00
del 99	Zunajbilančne obveznosti	096	0,00	0,00

Kraj in datum oddaje

KOPER

Oseba, odgovorna
za sestavitev bilance

VIZIJA RAČUNOVODSTVO D.D.

Vodja družbe

ALEKSANDER VALENTIN

Obrazec je predpisala Agencija Republike Slovenije za javnopravne evidenice in storitve (AJPES) v sodelovanju s Slovenskim inštitutom za revizijo.

Ime poslovnega subjekta:
**TURISTIČNO ZDRUŽENJE PORTOROŽ, G.I.Z. ENTE PER IL TURISMO
PORTOROSE, G.I.E.**
Sedež:
Obala 16, Portorož, 6320 Portorož - Portorose

Matična številka:
5062616000

Davčna številka:
89041259

Velikost (1-mikro, 2-majhna,
3-srednja, 4-velika):
1
Statusna sprememba:
0

Matična številka pred
statusno spremembo:

Podatki iz izkaza poslovnega izida v obdobju 01.01.2022 - 31.12.2022

v EUR s centi

Konto	Postavka	Oznaka za AOP	Znesek	
			Tekočega leta	Prejšnjega leta
1	2	3	4	5
del 76	A. ČISTI PRIHODKI OD PRODAJE	110	147.529,13	64.808,52
del 76	I. Čisti prihodki od prodaje na domačem trgu	111	140.489,79	64.618,52
del 76	1. Čisti prihodki od prodaje proizvodov in storitev razen najemnin	112	138.349,62	57.109,13
del 76	2. Čisti prihodki od najemnin	113	0,00	0,00
del 76	3. Čisti prihodki od prodaje blaga in materiala	114	2.140,17	7.509,39
del 76	II. Čisti prihodki od prodaje na trgu EU	115	4.307,50	190,00
del 76	1. Čisti prihodki od prodaje proizvodov in storitev	116	4.307,50	190,00
del 76	2. Čisti prihodki od prodaje blaga in materiala	117	0,00	0,00
del 76	III. Čisti prihodki od prodaje na trgu izven EU	118	2.731,84	0,00
del 76	1. Čisti prihodki od prodaje proizvodov in storitev	119	2.731,84	0,00
del 76	2. Čisti prihodki od prodaje blaga in materiala	120	0,00	0,00
60, del 61, 63	B. POVEČANJE VREDNOSTI ZALOG PROIZVODOV IN NEDOKONČANE PROIZVODNJE	121	0,00	0,00
60, del 61, 63	C. ZMANJŠANJE VREDNOSTI ZALOG PROIZVODOV IN NEDOKONČANE PROIZVODNJE	122	0,00	0,00
79	Č. USREDSTVENI LASTNI PROIZVODI IN LASTNE STORITVE	123	0,00	0,00
del 76	D. SUBVENCIJE, DOTACIJE, REGRESI, KOMPENZACIJE IN DRUGI PRIHODKI, KI SO POVEZANI S POSLOVNIMI UČINKI	124	1.054.095,13	1.134.889,03
del 76	E. DRUGI POSLOVNI PRIHODKI	125	8,20	0,00
60, 61, 63, 76, 79	F. KOSMATI DONOS OD POSLOVANJA	126	1.201.632,46	1.199.697,55
40, 41, 43, 44, 47, 48, del 70, 72	G. POSLOVNI ODHODKI	127	1.206.739,47	1.181.565,98
40, 41, del 70	I. Stroški blaga, materiala in storitev	128	752.344,32	752.406,01
del 70	1. Nabavna vrednost prodanega blaga in materiala	129	3.248,02	23,96
40	2. Stroški porabljenega materiala	130	20.584,35	25.066,24

Podatki iz izkaza poslovnega izida v obdobju 01.01.2022 - 31.12.2022

v EUR s centi

Konto	Postavka	Oznaka za AOP	Znesek	
			Tekočega leta	Prejšnjega leta
del 40	a) stroški materiala	131	1.280,43	469,36
del 40	b) stroški energije	132	5.576,20	3.886,55
del 40	c) drugi stroški materiala	133	13.727,72	20.710,33
41	3. Stroški storitev	134	728.511,95	727.315,81
del 41	a) transportne storitve	135	26.651,63	8.828,22
del 41	b) najemnine	136	62.911,14	31.272,51
del 41	c) povračila stroškov zaposlenim v zvezi z delom	137	20.440,57	13.271,80
del 41	č) drugi stroški storitev	138	618.508,61	673.943,28
47	II. Stroški dela	139	411.069,62	400.425,27
del 47	1. Stroški plač	140	314.821,37	311.683,77
del 47	2. Stroški pokojninskih zavarovanj	141	27.861,69	27.584,01
del 47	3. Stroški drugih socialnih zavarovanj	142	22.823,58	22.684,26
del 47	4. Drugi stroški dela	143	45.562,98	38.473,23
43, 72	III. Odpisi vrednosti	144	14.394,93	18.002,38
43	1. Amortizacija	145	14.394,93	13.092,04
del 72	2. Prevrednotovalni poslovni odhodki pri neopredmetenih sredstvih in opredmetenih osnovnih sredstvih	146	0,00	0,00
del 72	3. Prevrednotovalni poslovni odhodki pri obratnih sredstvih	147	0,00	4.910,34
44, 48	IV. Drugi poslovni odhodki	148	28.930,60	10.732,32
44	1. Rezervacije	149	0,00	0,00
48	2. Drugi stroški	150	28.930,60	10.732,32
60, 61, 63, 76, 79, 40, 41, 43, 44, 47, 48, del 70, 72	H. DOBIČEK IZ POSLOVANJA	151	0,00	18.131,57
60, 61, 63, 76, 79, 40, 41, 43, 44, 47, 48, del 70, 72	I. IZGUBA IZ POSLOVANJA	152	5.107,01	0,00
77	J. FINANČNI PRIHODKI	153	0,00	0,00
del 77	Finančni prihodki od obresti (upoštevano že v II. in III.)	154	0,00	0,00
del 77	I. Finančni prihodki iz deležev	155	0,00	0,00
del 77	1. Finančni prihodki iz deležev v družbah v skupini	156	0,00	0,00
del 77	2. Finančni prihodki iz deležev v pridruženih družbah	157	0,00	0,00
del 77	3. Finančni prihodki iz deležev v drugih družbah	158	0,00	0,00
del 77	4. Finančni prihodki iz drugih naložb	159	0,00	0,00
del 77	II. Finančni prihodki iz danih posojil	160	0,00	0,00
del 77	1. Finančni prihodki iz posojil, danih družbam v skupini	161	0,00	0,00
del 77	2. Finančni prihodki iz posojil, danih drugim	162	0,00	0,00
del 77	III. Finančni prihodki iz poslovnih terjatev	163	0,00	0,00

Podatki iz izkaza poslovnega izida v obdobju 01.01.2022 - 31.12.2022

v EUR s centi

Konto	Postavka	Oznaka za AOP	Znesek	
			Tekočega leta	Prejšnjega leta
del 77	1. Finančni prihodki iz poslovnih terjatev do družb v skupini	164	0,00	0,00
del 77	2. Finančni prihodki iz poslovnih terjatev do drugih	165	0,00	0,00
74	K. FINANČNI ODHODKI	166	909,80	1.598,72
del 74	Finančni odhodki za obresti (upoštevano že v II. in III.)	167	0,00	0,00
del 74	I. Finančni odhodki iz oslabitve in odpisov finančnih naložb	168	0,00	0,00
del 74	II. Finančni odhodki iz finančnih obveznosti	169	0,00	0,00
del 74	1. Finančni odhodki iz posojil, prejetih od družb v skupini	170	0,00	0,00
del 74	2. Finančni odhodki iz posojil, prejetih od bank	171	0,00	0,00
del 74	3. Finančni odhodki iz izdanih obveznic	172	0,00	0,00
del 74	4. Finančni odhodki iz drugih finančnih obveznosti	173	0,00	0,00
del 74	III. Finančni odhodki iz poslovnih obveznosti	174	909,80	1.598,72
del 74	1. Finančni odhodki iz poslovnih obveznosti do družb v skupini	175	0,00	0,00
del 74	2. Finančni odhodki iz obveznosti do dobaviteljev in meničnih obveznosti	176	895,15	1.557,52
del 74	3. Finančni odhodki iz drugih poslovnih obveznosti	177	14,65	41,20
78	L. DRUGI PRIHODKI	178	1.852,30	124,00
del 78	I. Subvencije, dotacije in podobni prihodki, ki niso povezani s poslovnimi učinki	179	0,00	0,00
del 78	II. Ostali prihodki	180	1.852,30	124,00
75	M. DRUGI ODHODKI	181	633,26	13,66
80	N. CELOTNI DOBIČEK	182	0,00	16.643,19
80	O. CELOTNA IZGUBA	183	4.797,77	0,00
del 81	P. DAVEK IZ DOBIČKA	184	16,74	4.041,41
del 81	R. ODLOŽENI DAVKI	185	0,00	0,00
del 81	S. ČISTI DOBIČEK OBRAČUNSKEGA OBDOBJA	186	0,00	12.601,78
89	Š. ČISTA IZGUBA OBRAČUNSKEGA OBDOBJA	187	4.814,51	0,00
	*POVPREČNO ŠTEVILO ZAPOSLENIH NA PODLAGI DELOVNIH UR V OBRAČUNSKEM OBDOBJU (na dve decimali)	188	13,70	11,42
	ŠTEVILO MESECEV POSLOVANJA	189	12	12