

ODLIČNIH ŠPORTNIKOV NE ZNAMO IZRABITI V PRID TURIZMA

Piše: Duša Podbevšek - Bedrač

V PRIHAJAJOČIH VALENTINOVIH DNEH NA OBALI, ŠE ZLASTI V PORTOROŽU, PRIČAKUJEJO VEČJI OBISK. NA VSE BOLJ PRILJUBLJEN PRAZNIK SO SE ŠE POSEBNO DOBRO PRIPRAVILI V HOTELIH S PROGRAMI SOŽITJA ZA DVA IN V RESTAVRACIJAH S KULINARIČNIMI PRESENEČENJI. VALENTINOVO, PUSTOVANJE IN ŠOLSKE POČITNICE BODO ŽE PRVA VEČJA PRELOMNICA V TURISTIČNEM OBISKU OBALE, KJER SE TURISTIČNA SEZONA ZAČNE Z VELIKONOČNIMI IN PRVOMAJSKIMI PRAZNIKI.

V Turističnem združenju Portorož menijo, da bo letošnje leto zelo težko za slovenski turizem, tudi na Obali. Optimistično sicer upajo, da bodo dosegli vsaj take rezultate, kot so jih v minulem letu, torej približno 1,3 milijona turističnih prenočitev (rekordno leto je bilo 2011 z več kot 1,4 milijona prenočitvami). »Skrb zbujaajoče je, da so ruski gosti, ki so zelo dobri potrošniki, lani ustvarili za kar 18 odstotkov manj prenočitev in da je izvenpenzijska potrošnja upadla za kar dvajset odstotkov,« pravi mednarodno znani turistični strokovnjak **Jadran Furlanič**, direktor Turističnega združenja Portorož.

ALI JE ZA PADEC KRIVO TO, DA JE PREPOZNAVNOST NAŠE DEŽELE ŠE VEDNO SLABA?

Nedvomno. Prepoznavnost je zelo slaba. Na bližnjih trgih smo kraji tako in tako najbolj odvisni od lastne promocije. Veste, kaj me najbolj ježi? Da celo glede odličnih rezultatov, ki jih dosegajo naši športniki, kar je po moji oceni najcenejša promocija za Slovenijo, ne naredimo ničesar. Tega ne znamo izrabiti v prid turizma. Razumi, kdor more! Prav tako vse premalo investiramo v marketinške dejavnosti. Tudi v načinu

promocije, razen v nekaj svetlih primerih, smo zelo zaostali, ne uporabljamo novejših metod oglaševanja. Vzrok? Ni denarja. V prepoznavnost države bi bilo treba vlagati veliko več. Je pa to težko, če se dnevno piše o korupciji, krajah, cenenih prodajah. S tem se izniči še del tistih sredstev, ki jih vlagamo v promocijo.

VSE MORDA LE NI TAKO ČRNO ...

Ne govorim o tragediji, vendar kaže, da bomo cepetali na mestu. Res pa je, da dosegamo boljše rezultate zaradi geografske lege Slovenije in da smo za Avstrijce, Nemce, Italijane in druge sosedje dosegljivi z avtomobilom v le nekaj urah.

ALI PROJEKT RIVIERA 365, V KATEREM IMATA GLAVNO VLOGO PORTOROŽ IN OPATIJA, ŽE ROJEVA SADOVE IN PRIVLAČI VEČ TUJIH TURISTOV?

Letos smo ga komaj izpeljali s sredstvi, ki so nam na voljo. Prireditve v okviru Riviera 365 naj bi bile pompozne in zanimive, kar pomeni tudi drage. A denarja ni, kako naj potem Riviera 365 rojeva sadove.

SPOMLADI ZAPUŠČATE DIREKTORSKI STOL, NA KATEREM STE BILI ZELO USPEŠNI. ZAKAJ?

Odhajam v zasluženi pokoj, vendar se bom še vedno ukvarjal s turizmom. V štiridesetih letih delovanja v turizmu sem se veliko naučil, a bom tudi v prihodnje še usvajal nova znanja. Veselim se, še bolj pa se tega veseli moja žena Branka, da si bova končno lahko privoščila dopust v poletnih mesecih.

KAM PA ZA VALENTINOVO?

Na Štajersko, na sneg, na mariborsko Pohorje.



JADRAN FURLANIČ

O IZBIRI MINISTRA ZA GOSPODARSTVO

»Edina svetla točka te vlade v letošnjem letu – v mislih imam turizem – je prava izbira ministra za gospodarstvo. Ker ga poznam, mislim, da bo postavil prave smernice za nadaljnji razvoj turizma. S pravim vložkom bi lahko turizem postal vodilna panoga v tej državi.«