



Številka: 0912-8/2017/46

Ljubljana, 15. 2. 2019

GENERALNI SEKRETARIAT VLADE REPUBLIKE SLOVENIJE

Gp.gs@gov.si

ZADEVA: GRADIVO: Letno poročilo stalne koordinacijske skupine za promocijo Republike Slovenije – predlog za obravnavo

1. Predlog sklepov vlade:

Na podlagi šestega odstavka 21. člena Zakona o Vladi Republike Slovenije (Uradni list RS, št. 24/05 – uradno prečiščeno besedilo, 109/08, 38/10 – ZUKN, 8/12, 21/13, 47/13 – ZDU-1G in 65/14) in prvega odstavka 40. člena Uredbe o notranji organizaciji, sistemizaciji, delovnih mestih in nazivih v organih javne uprave in v pravosodnih organih (Uradni list RS, št. 58/03, 81/03, 109/03, 43/04, 58/04 – popr., 138/04, 35/05, 60/05, 72/05, 112/05, 49/06, 140/06, 9/07, 33/08, 66/08, 88/08, 8/09, 63/09, 73/09, 11/10, 42/10, 82/10, 17/11, 14/12, 17/12, 23/12, 98/12, 16/13, 18/13, 36/13, 51/13, 59/13, 14/14, 28/14, 43/14, 76/14, 91/14, 36/15, 57/15, 4/16, 44/16, 58/16 in 84/16) je Vlada Republike Slovenije na ... seji dne ... sprejela naslednji:

SKLEP

Vlada Republike Slovenije se je seznanila z letnim poročilom stalne koordinacijske skupine za promocijo Republike Slovenije.

Stojan Tramte
GENERALNI SEKRETAR

Priloga:

- Letno poročilo 2018

Sklep prejmejo:

- Urad Vlade Republike Slovenije za komuniciranje
- Generalni sekretariat Vlade Republike Slovenije
- Kabinet predsednika Vlade Republike Slovenije
- Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo
- Ministrstvo za zunanje zadeve
- Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano
- Ministrstvo za izobraževanje, znanost in šport

<ul style="list-style-type: none"> - Ministrstvo za kulturo - Ministrstvo za javno upravo - Urad Vlade RS za Slovence v zamejstvu in po svetu - Služba Vlade RS za razvoj in evropsko kohezijsko politiko - Slovenska turistična organizacija - Javna agencija Republike Slovenije za spodbujanje podjetništva, internacionalizacije, tujih investicij in tehnologije 		
2. Predlog za obravnavo predloga zakona po nujnem ali skrajšanem postopku v državnem zboru z obrazložitvijo razlogov:		
/		
3.a Osebe, odgovorne za strokovno pripravo in usklajenost gradiva:		
mag. Kristina Plavšak Krajnc, direktorica Petra Ložar, vodja Oddelka za promocijo		
3.b Zunanji strokovnjaki, ki so sodelovali pri pripravi dela ali celotnega gradiva:		
/		
4. Predstavniki vlade, ki bodo sodelovali pri delu državnega zbora:		
/		
5. Kratek povzetek gradiva:		
UKOM je na strani upravljalca znamke in koordinatorja promocije prevzel vodenje in organizacijo skupine. V letu 2018 se je skupina sestala štirikrat in dosegla pomembne premike pri izvajanju velikih projektov in poenotenju nastopa Republike Slovenije v tujini. Gradivo je bilo medresorsko usklajeno.		
6. Presoja posledic za:		
a)	javnofinančna sredstva nad 40.000 EUR v tekočem in naslednjih treh letih	NE
b)	usklajenost slovenskega pravnega reda s pravnim redom Evropske unije	NE
c)	administrativne posledice	NE
č)	gospodarstvo, zlasti mala in srednja podjetja ter konkurenčnost podjetij	NE
d)	okolje, vključno s prostorskimi in varstvenimi vidiki	NE
e)	socialno področje	NE
f)	dokumente razvojnega načrtovanja: <ul style="list-style-type: none"> - nacionalne dokumente razvojnega načrtovanja - razvojne politike na ravni programov po strukturi razvojne klasifikacije programskega proračuna - razvojne dokumente Evropske unije in mednarodnih organizacij 	NE
7.a Predstavitev ocene finančnih posledic nad 40.000 EUR: (Samo če izberete DA pod točko 6.a.)		

I. Ocena finančnih posledic, ki niso načrtovane v sprejetem proračunu				
	Tekoče leto (t)	t + 1	t + 2	t + 3
Predvideno povečanje (+) ali zmanjšanje (–) prihodkov državnega proračuna				
Predvideno povečanje (+) ali zmanjšanje (–) prihodkov občinskih proračunov				
Predvideno povečanje (+) ali zmanjšanje (–) odhodkov državnega proračuna				
Predvideno povečanje (+) ali zmanjšanje (–) odhodkov občinskih proračunov				
Predvideno povečanje (+) ali zmanjšanje (–) obveznosti za druga javnofinančna sredstva				
II. Finančne posledice za državni proračun				
II.a Pravice porabe za izvedbo predlaganih rešitev so zagotovljene:				
Ime proračunskega uporabnika	Šifra in naziv ukrepa, projekta	Šifra in naziv proračunske postavke	Znesek za tekoče leto (t)	Znesek za t + 1
SKUPAJ				
II.b Manjkajoče pravice porabe bodo zagotovljene s prerazporeditvijo:				
Ime proračunskega uporabnika	Šifra in naziv ukrepa, projekta	Šifra in naziv proračunske postavke	Znesek za tekoče leto (t)	Znesek za t + 1
SKUPAJ				
II.c Načrtovana nadomestitev zmanjšanih prihodkov in povečanih odhodkov proračuna:				
Novi prihodki	Znesek za tekoče leto (t)		Znesek za t + 1	
SKUPAJ				

7.b Predstavitev ocene finančnih posledic pod 40.000 EUR:	
Poročilo o delu stalne koordinacijske skupine za promocijo Republike Slovenije nima finančnih posledic.	
8. Predstavitev sodelovanja z združenji občin:	
Vsebina predloženega gradiva (predpisa) vpliva na: – delovanje občin, – financiranje občin. – pristojnosti občin,	NE
Gradivo (predpis) je bilo poslano v mnenje: – Skupnosti občin Slovenije SOS: NE – Združenju občin Slovenije ZOS: NE Združenju mestnih občin Slovenije ZMOS: NE	
8. Predstavitev sodelovanja javnosti:	
Gradivo je bilo predhodno objavljeno na spletni strani predlagatelja:	NE
Skladno s sedmim odstavkom 9. člena Poslovnika Vlade RS (Uradni list RS, št. 43/01, 23/02 – popr., 54/03, 103/03, 114/04, 26/06, 21/07, 32/10, 73/10, 95/11, 64/12, 80/13 in 10/14) javnost ni bila povabljen k sodelovanju, ker gre za predlog sklepa Vlade.	
9. Pri pripravi gradiva so bile upoštevane zahteve iz Resolucije o normativni dejavnosti:	NE
10. Gradivo je uvrščeno v delovni program vlade:	NE
mag. KRISTINA PLAVŠAK KRAJNC DIREKTORICA	

Priloga:

- Letno poročilo 2018

Priloga

Letno poročilo 2018: Stalna koordinacijska skupina za promocijo RS

Vlada RS je na pobudo Urada Vlade RS za komuniciranje (UKOM) oblikovala stalno koordinacijsko skupino za promocijo Republike Slovenije. Osnovni namen skupine je usklajevanje promocijskih aktivnosti države, skupno nastopanje in večje sodelovanje pri projektih. Delovanje skupine tako omogoča strateško, skrbno načrtovano in usklajeno delovanje različnih državnih organov na področju promocije Republike Slovenije.

Skupina se je v letu 2017 sestala petkrat, v letu 2018 (zaradi volitev in novega imenovanja članov) pa štirikrat, in sicer:

- 30. 1. 2018
- 20. 3. 2018
- 29. 8. 2018
- 14. 12. 2018

Na dnevnem redu so bile predstavitve Slovenije na velikih mednarodnih prireditvah – Slovenska hiša na ZOI Pjongčang 2018, predstavitev na EXPO Dubaj, Evropsko leto kulturne dediščine 2018, svetovni dan čebel ipd.

Temeljni namen skupine je na vladni ravni povezati različne resorje, ki se ukvarjajo tudi s promocijo Slovenije, da bi nastopili enotno, z racionalizacijo stroškov in strateško usklajeno. Skupina skrbi tudi za uveljavljanje nacionalne znamke I feel Slovenia na ključnih področjih. Strateško upravljanje nacionalne znamke Republike Slovenije I feel Slovenia je bistvenega pomena, saj gre za izjemno pomemben vidik predstavljanja države v svetu.

Sestava stalne koordinacijske skupine za promocijo Republike Slovenije

V stalno koordinacijsko skupino za promocijo Republike Slovenije so poleg Urada Vlade RS za komuniciranje kot skrbnika nacionalne znamke I feel Slovenia, ki vodi skupino, vključeni predstavniki vseh organov in javnih agencij, ki imajo pristojnosti in naloge na področjih promocije. Po sestavi nove vlade 2018 je Vlada RS imenovala tudi nove člane skupine za promocijo, in sicer:

- mag. Kristina Plavšak Krajnc, Urad Vlade Republike Slovenije za komuniciranje, vodja;
- Petra Ložar, Urad Vlade Republike Slovenije za komuniciranje, namestnica vodje;
- Andreja Slomšek, Kabinet predsednika Vlade Republike Slovenije, članica;
- Eva Štravs Podlogar, Ministrstvo gospodarski razvoj in tehnologijo, članica, Natalija Medica, namestnica;
- Nataša Prah, Ministrstvo za zunanje zadeve, članica, Veronika Stabej, namestnica;
- Luka Kočever, Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano, član, Jernej Kovač, namestnik;
- mag. Poljanka Pavletič Samardžija, Ministrstvo za izobraževanje, znanost in šport, članica, Tina Hrastnik, namestnica;
- Jan Škoberne, Ministrstvo za kulturo, član, Katarina Culiberg, namestnica;
- Uršula Majcen, Ministrstvo za javno upravo, članica, Oliver Butina, namestnik;
- Olga Belec, Urad Vlade Republike Slovenije za Slovence v zamejstvu in po svetu, članica, Saša Jerele, namestnica;
- Nina Katarina Omerza, Služba Vlade Republike Slovenije za razvoj in evropsko kohezijsko politiko, članica, Nataša Kogej, namestnica;

- mag. Maja Pak, Slovenska turistična organizacija, članica, mag. Livija Kovač Kostantinovič, namestnica;
- mag. Gorazd Mihelič, Javna agencija Republike Slovenije za spodbujanje podjetništva, internacionalizacije, tujih investicij in tehnologije, član, namestnica Anja Erjavec;
- mag. Polona Prešeren, Urad Vlade Republike Slovenije za komuniciranje, sekretarka skupine

Naloge stalne koordinacijske skupine za promocijo Republike Slovenije

Naloge se tudi z imenovanjem novih članov niso spremenile in ostajajo naslednje:

- priprava predlogov strateških usmeritev glede upravljanja nacionalne znamke Republike Slovenije I feel Slovenia na področju državne uprave, gospodarstva, turizma, kulture, športa in ostalih relevantnih področij;
- priprava predlogov za oblikovanje enotnih kriterijev, meril in navodil glede uporabe nacionalne znamke Republike Slovenije I feel Slovenia na področju državne uprave, gospodarstva, turizma, kulture, športa in ostalih relevantnih področij;
- podpora pri implementaciji nacionalne znamke Republike Slovenije I feel Slovenia na relevantnih področjih in pri zagotavljanju enotnega komuniciranja znamke na vseh področjih državne in javne uprave;
- usklajevanje promocijskih aktivnosti Republike Slovenije na strateški ravni;
- koordinacija promocijskih aktivnostih na pomembnih mednarodnih dogodkih in projektih.

DOGOVORI STALNE KOORDINACIJSKE SKUPINE V 2018 – PREGLED PO PODROČJIH

Tudi v letu 2018 smo nadaljevali prakso in se usklajevali predvsem o velikih projektih na nacionalni ravni, pri katerih je bilo oz. je nujno medresorsko usklajevanje. Na sestanke skupine smo občasno povabili tudi predstavnike organizacij izven javnega sektorja, ki sodelujejo pri večjih projektih.

Eurovolley 2019:

Metod Ropret (predsednik Odbojarske zveze Slovenije) in Tomaž Ambrožič (Sport Media Focus) sta predstavila največji športni dogodek leta 2019 v Sloveniji – evropsko prvenstvo v odbojki. Odbojka pa sodi med najbolj elitne ekipne športe, ne samo v Evropi pač pa po celem svetu, Odbojarska zveza Slovenija pa je pri organizaciji tekmovanja potrebovala finančno pomoč države. Skupina je sprejela sklep: Ker gre za velik in (mednarodno) medijsko odmeven dogodek, medresorska skupina podpira pomoč in sodelovanje s strani države ter meni, da gre za enega izmed prioriteten dogodkov. MIZŠ pripravi ustrezno gradivo za Vlado RS.

Culture.si:

Rok Avbar iz Društva Ljudmila je predstavil možnosti, ki jih ponuja spletna stran culture.si. Gre za primer dobre prakse, ki presega zgolj okvirje kulture in bi ga v prihodnje lahko razširili tudi na ostala področja. Skupina je sprejela sklep: Spletno stran v prihodnje bolj intenzivno uporabljajo tudi resorji, ki so zastopani v medresorski skupini.

Slovenska hiša na OI Tokio 2020

Predstavnika Olimpijskega komiteja Slovenija (OKS) Matic Švab in Peter Dokl sta predstavila splošni koncept Slovenske hiše na olimpijskih igrah. OKS se je v sodelovanju s partnerji, med katerimi je tudi država, že lotil priprav na igre v Tokiu. Tudi Slovenska hiša v Tokiu bo ohranila koncept, ki je bil zastavljen v Pjongčangu.

UKOM (upravljanje znamke I feel Slovenia in promocija RS):

- UKOM si je med ključne cilje nadaljnega uveljavljanja znamke IFS zadal področje gospodarstva, športa, krepitev znamke v državni upravi in na področju kulture kot priprava na evropsko leto kulturne dediščine, v letu 2019 pa je osrednja usmeritev v gospodarstvo.
- Sodelovanje na (mednarodnih) konferencah in dogodkih: Znamko I feel Slovenia smo predstavljali različnim javnostim, tudi na različnih konferencah, forumih in posvetih. Med drugim smo sodelovali:
 - pri pripravah diplomatov pri odhodu v tujino,
 - na mednarodnem seminarju "Models of economic diplomacy for efficient internationalization« (29. 5. 2018);
 - na festivalu Zlati boben, kjer je bil poseben panel I feel Slovenia (19. 10. 2018);
 - na mednarodnem forumu City. Nation. Place. Branding Global v Londonu, kjer smo imeli odmevno predstavitev znamke praktikom in strokovnjakom znamčenja držav iz celega sveta (8. 11. 2018).
- Evropsko prvenstvo v Futsalu: S STO smo sodelovali pri promociji Slovenije na evropskem prvenstvu v Futsalu, kjer smo prizorišče opremili z znamko I feel Slovenia in poskrbeli za medijsko središče, ki je bilo stičišče tujih novinarjev.
- Sodelovali smo s Kajakaško zvezo Slovenije, Nordijskim centrom Planica in Smučarsko zvezo Slovenije (pri finalu v Planici).
- V sodelovanju z MZZ in MK smo pripravili več postavitvev razstave razstava I feel Slovenia. I feel culture., ki je povezala promocijo Slovenije in Evropsko leto kulturne dediščine:
 - Dresden (28. 5. - 8. 6. 2018)
 - Bern (11. - 20. 6. 2018)
 - Zagreb – notranja razstava v hrvaškem NUK-u (13. - 26. 6. 2018)
 - Moskva – podzemna železnica (13.11. 2018 - 1. 12. 2018)

- Nadaljevali smo z izdajanjem dovoljenj za promocijsko uporabo znamke, za katero zanimanje v zadnjih letih narašča. Izdali smo približno 90 dovoljenj za promocijsko uporabo znamke.
- Nadaljevali smo z dosledno uporabo in komuniciranjem znamke I feel Slovenia in njene zgodbe pri vseh načrtovanih promocijskih aktivnostih.

Gospodarstvo:

- Po letu, ko je 2016 je bila osvežena identiteta znamke IFS na področju gospodarstva, se tudi resor gospodarstva intenzivneje vključuje v vpeljevanje znamke na svoje področje, kjer uporabljajo pozicijski slogan »Slovenija. Zelena. Kreativna. Pametna.« oz. »Green. Creative. Smart.«
- Veliko pozornost namenjajo sporočilom in zgodbam, ki so v ozadju. Pripravili bodo javno naročilo (velik projekt) za vizualno/kreativno podobo in sporočila kampanje, oblikovali bodo kanale, orodja in vsebine. Vse to bo na voljo podjetjem pri njihovih predstavitvah v tujini. Njihove ciljne skupine so poslovni partnerji, tuji investitorji, talenti. Cilj je, da znamka I feel Slovenia postane del poslovnega modela.
- Znamka bo tudi v prihodnje pomemben element pri predstavitvah Slovenije, kot je na primer EXPO Dubaj 2020.

Turizem:

- Na področju turizma je znamka Slovenije najbolj dosledno vpeljana v vsa tržno-komunikacijska orodja in v vse aktivnosti, rezultati so zelo dobri.
- STO se je v letu 2018 osredotočil na temo kulture in kulturnega turizma, kar bodo nadaljevali tudi v 2019. Začeli so s pripravami na temo gastronomije, ki bo sledila v 2020. Dobro sodelujejo z gospodarskimi delegacijami (z zgodbami ali B2B), pripravljajo študijske obiske, gostijo tuje novinarje (v 2018 so jih 450), sodelujejo na sejmihi in borzah...
- 2018 so v domači javnosti sprožili kampanjo #ifeelSlovenia, v kateri so doslej zbrali milijon objav s ključnikom IFS. Cilj je zbrati 2 milijona objav. Na tujih trgih že nekaj let vodijo močne digitalne kampanje, s katerimi želijo dvigniti prepoznavnost in ugled Slovenije v svetu.
- STO je tudi izvedel večje javno naročilo za t.i. »big idea« na področju promocije slovenskega turizma. Globalna digitalna kampanja bo zaživela v začetku 2019, sprva bo osredotočena na nemški trg.
- V luči okrepljenega medsektorskega povezovanja deležnikov, ki uporabljajo znamko I feel Slovenia, se STO aktivno vključuje v medsektorsko povezovanje (turizem, šport, kultura, znanost, gospodarstvo...).

Kultura:

- MK je imelo številne aktivnosti v okviru Evropskega leta kulturne dediščine, kjer so komunicirali identiteto Slovenije in nacionalne znamke I feel Slovenia.
- Sodelovali so tudi pri ostalih velikih projektih – svetovni dan čebel, Slovenska hiša Pjongčang.
- Slovenija je v Tallinu sodelovala na Europa Cantat 27.7. in 5.8.2018; Slovenija pa bo država gostiteljica tega festivala 2021, kar sovпада s predsedovanjem Slovenije Svetu EU.

Kmetijstvo:

MKGP se je usmerilo na prvo obeležitev svetovnega dneva čebel in internacionalizacijo. V svoje aktivnosti promocije svetovnega dne čebel so na MKGP povezali večino resorjev, ki so vključeni v skupino za promocijo; v aktivnosti so vključili tudi nacionalno znamko I feel Slovenia, kar je lep zgled medresorskega sodelovanja pri velikih projektih.

MZZ in javna diplomacija:

MZZ je z mrežo diplomatsko konzularnih predstavništva (DKP) močno vpeto v organizacijo in realizacijo številnih mednarodnih dogodkov in projektov, ki jih Republika Slovenija izvaja v tujini.

Sektor za javno diplomacijo na MZZ je vezni člen med resorji in diplomatsko-konzularno mrežo, kar je pri izvajanju velikih nacionalnih projektov zelo pomembno in hkrati omogoča boljšo koordinacijo mednarodnih aktivnosti.

MIZŠ:

V sodelovanju z OKS, MIZŠ in UKOM smo pripravili priročnik uporabe nacionalnih simbolov in znamk I feel Slovenia na športnih dresih.

SVRK:

V Službi Vlade RS za razvoj in evropsko kohezijsko politiko, organu upravljanja za evropske strukturne sklade in Kohezijski sklad, smo spremenili Navodila organa upravljanja na področju komuniciranja vsebin evropske kohezijske politike v programskem obdobju 2014–2020 in vanje vključili uporabo logotipa državne blagovne znamke I feel Slovenia. Ta logotip se tako lahko uporablja namesto logotipov posameznih ministrstev, lokalnih skupnosti in drugih deležnikov, za informacijo o nacionalnem sofinanciranju projekta. Tako se znamka I feel Slovenia lahko uporablja na vseh promocijskih in komunikacijskih gradivih sofinanciranih iz sredstev evropske kohezijske politike, kar prispeva k njeni prepoznavnosti predvsem pri slovenski javnosti.

SKLEPNE UGOTOVITVE

Že v letu 2017 se je izkazalo, da je bilo oblikovanje stalne koordinacijske skupine za promocijo nujno tako z vidika poenotenja projektov na področju celovite promocije Slovenije navzven kot tudi uveljavljanja in upravljanja nacionalne znamke I feel Slovenia.

To se je v praksi potrdilo v letu 2018, ko smo tudi z medresorskim sodelovanjem v okviru skupine odlično izpeljali projekt Slovenska hiša Pjongčang 2018 in s tem postavili temelje medresorskega sodelovanja za velike projekte, ki državo čakajo v naslednjih letih: Slovenska hiša Tokio 2020, EXPO Dubaj 2020, Gastronomska regija Evrope, Predsedovanje Svetu EU...

Pri tem obstaja močna zaveza, da imajo vsi veliki projekti enotno rdečo nit promocije, ki temelji na znamki I feel Slovenia in njeni identiteti. Splošni cilji promocije Slovenije in znamke I feel Slovenia ostajajo: vključenost znamke v strategije in razpise na nacionalni ravni, v govore vidnih predstavnikov države in vključenost v tržno-komunikacijska orodja različnih resorjev. Znamka naj postane tudi del vseh dogodkov, ki vključujejo elemente promocije države.

Nova sestava skupine se je prvič sestala decembra 2018 in jo v 2019 čakajo številni izzivi, ki so povezani s pripravami na velike dogodke, ki čakajo Slovenijo v prihodnjih letih.