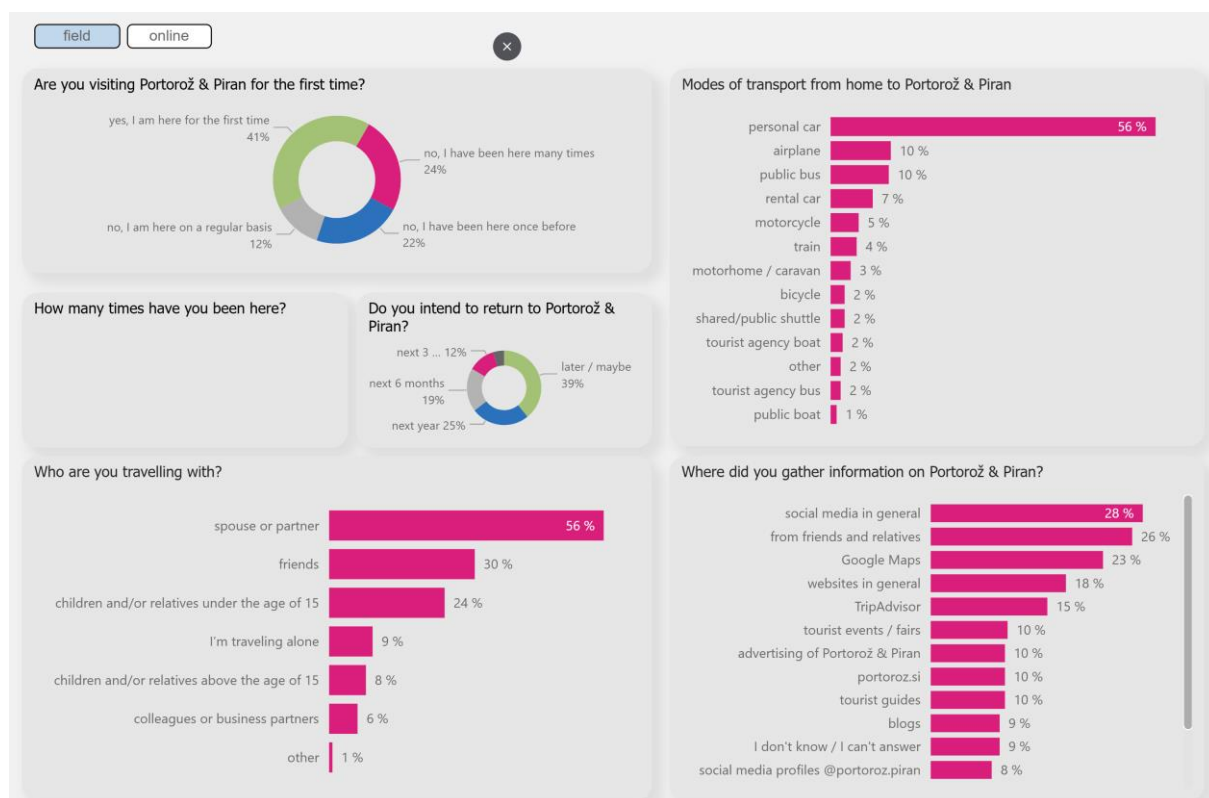


Portorož & Piran – povzetek rezultatov terenske raziskave, stanje 23. 3. 2026

Obdobje analize zajema podatke, zbrane z anketiranjem na terenu (turistične točke destinacije Portorož & Piran) v obdobju enega leta, tj. april 2025 do marec 2026. Sodelovalo je 324 obiskovalcev, v analizo je zajetih 291.

Pogostost obiska in dostop do destinacije

Slaba polovica sodelujočih (41 %) je tokrat prvič obiskala Portorož & Piran, skoraj četrtna (22 %) drugič, ostali pa so tu redni obiskovalci ali so destinacijo obiskali že večkrat.* Več kot polovica se pripelje z lastnim avtomobilom, sledi letalo (10 %), avtobus (10 %) in najeti avto (7 %). Največ, tj. dobra polovica jih destinacijo obišče s partnerjem (56 %) in/ali s prijatelji (30 %).



* Na vprašanje »Kolikokrat ste že bili tukaj« odgovarjajo le sodelujoči v spletni raziskavi, v poročilu prikazani na zavihku *online*.

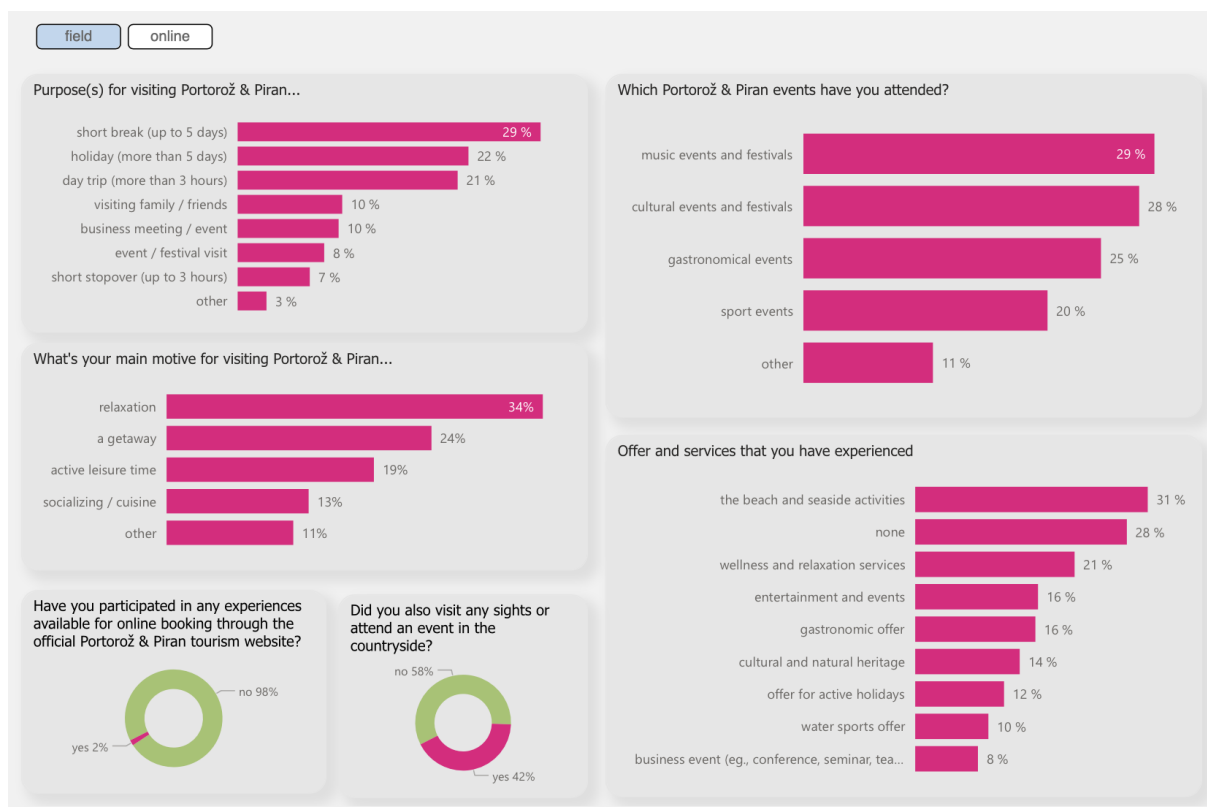
Informacije o Portorožu & Piranu v največji meri pridobijo na spletnih omrežjih (28 %) ter od znancev in prijateljev (26 %), sledijo Google Maps (23 %) in spletne strani (18 %). **Lastne kanale destinacije navaja približno po desetina obiskovalcev:** uradno oglaševanje Portorož & Piran (10 %), portoroz.si (10 %) in profil @portoroz.piran (8 %).

Namen obiska in storitve

Glavni namen obiska je krajši oddih do 5 dni (29 %), sledijo daljše počitnice (22 %) in dnevni obiski (21 %), vključno s tistimi na kratkih postankih je dnevnih obiskovalcev 28 %. **Več kot 5 dni jih ostane dobra petina, tj. 22 %.**

	Povp. št. dni bivanja
lastna nepremičnina	6,7
B&B (nočitev z zajtrkom)	5,7
kampiranje	5,3
zasebna nastanitev (sobe ali apartmaji)	4,9
hostel	4,3
hotel	4,2
turistična kmetija	4,0
pri sorodnikih ali prijateljih	3,5
TOTAL	4,5

Destinacijo obiše dobro tretjina zaradi sprostitve, četrtnina za pobeg iz vsakdana ter petina za aktivno preživljanje prostega časa. Več kot četrtnina se udeležuje glasbenih in kulinarčnih dogodkov ter kulturnih dogodkov in festivalov, petina tudi športnih prireditev.



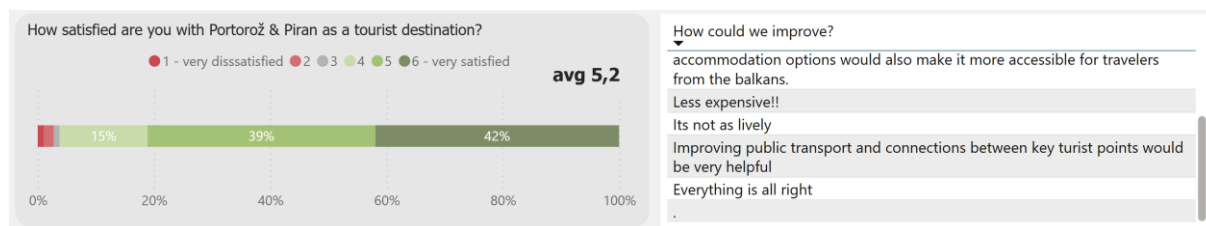
Največ, a pravzaprav le slaba tretjina obiskovalcev, destinacijo doživlja na plaži in ob morju. Wellness storitve koristi dobra petina obiskovalcev (21 %), ostale storitve manj kot petina – sledijo kulinarika (16 %) ter dogodki in zabave (16 %). Dobra četrtina (28 %) obiskovalcev ne koristi nobenih storitev, ki jih nudi destinacija Portorož & Piran. **Slaba polovica (42 %) je obiskala tudi podeželje.**

Zadovoljstvo z destinacijo

Sodelujoči obiskovalci zadovoljstvo z destinacijo v povprečju ocenjujejo z oceno 5,2 (na lestvici od 1 do 6), **81 % jih je podalo oceno 5 ali 6.**

Med razlogi za nezadovoljstvo izpostavljajo:

- Visoke cene, slabo razmerje med kakovostjo in ceno
- Stranišče na plaži; neurejenost
- Neraznolikost kulinarike; premalo gostinske ponudbe
- Javni prevoz; povezanost med glavnimi turističnimi točkami
- Prenizka kakovost oz. odsotnost kakovostne ponudbe, zaprte trgovine



Na destinacijo bi se 85 % sodelujočih ponovno vrnilo, 85 % pa bi destinacijo priporočilo drugim (tj. skupni delež ocen 5 in 6). Povprečna ocena za ponovni obisk je 5,2, za priporočilo prav tako 5,2. Tisti, ki se ne bi vrnili, kot razlog navajajo enake pomanjkljivosti kot pri splošnem nezadovoljstvu.

Ocene posameznih aktivnosti/ponudbe

Najbolje splošno ocenjene aktivnosti/ponudbe so **poslovni dogodki** (povprečna ocena 5,5 na lestvici 1-6)¹ ter **plaža in aktivnosti ob morju** (5,2), ki sta na nivoju ali višje od splošnega zadovoljstva. Sledi zadovoljstvo z **zabavo in dogodki** (5,1). Najnižje je ocenjeno zadovoljstvo s **ponudbo vodnih športov** (4,9) ter **wellness in storitve za sprostitev** (4,2).

Aktivnost	Povprečje (lestvica od 1 do 6)	N
Poslovni dogodki (npr. konference, seminarji, team building)	5,4	24
Plaža in aktivnosti ob morju	5,2	89
Zabava in dogodki	5,1	47
Ponudba za aktivne počitnice	5,0	34
Kulinarična ponudba	5,0	46
Kulturna in naravna dediščina	5,0	40
Ponudba vodnih športov	4,9	28
Wellness in storitve za sprostitev	4,2	61

Ocena porabe na dan*

PORABA NA DAN V EUR	NASTANITEV	HRANA IN PIJAČA PRI PONUDNIKU NASTANITVE	HRANA IN PIJAČA DRUGJE	DRUGA PORABA	SKUPAJ
POVPREČNA	159	20	57	22	258
HOTELSKI GOSTJE	176	22	57	25	280
DRUŽINE	151	17	64	19	251

* Ocena ne izhaja iz neposrednih navedb porabe s strani sodelujočih, temveč je preračunano iz njihovih odgovorov o porabi in številu dni bivanja.

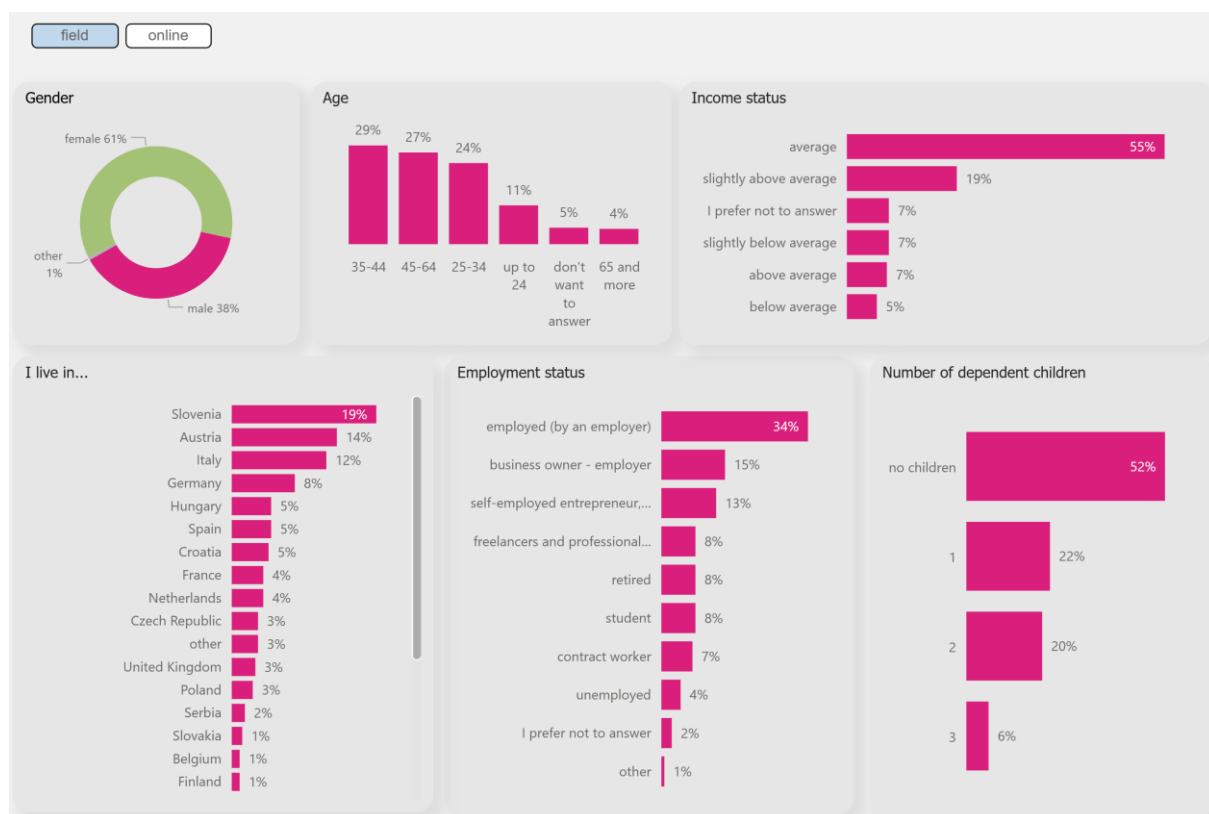
¹ Delež obiskovalcev, ki imajo izkušnjo s poslovnimi dogodki, je sicer najnižji.

Profil obiskovalcev

Med sodelujočimi obiskovalci je 61 % žensk in 38 % moških. Večina je zaposlena ali so lastniki podjetij, s povprečnim ali višjim dohodkom, z odraslimi otroki.

Prihajajo iz Slovenije (19 %), Avstrije (14 %), Italije (12 %), Nemčije (8 %) ter Madžarske, Španije in Hrvaške (vse po 5 %).

Največji starostni skupini predstavljajo obiskovalci med 35 in 44 let (29 %) in med 45 in 64 let (27 %); sledijo stari med 25 in 34 let (24 %).



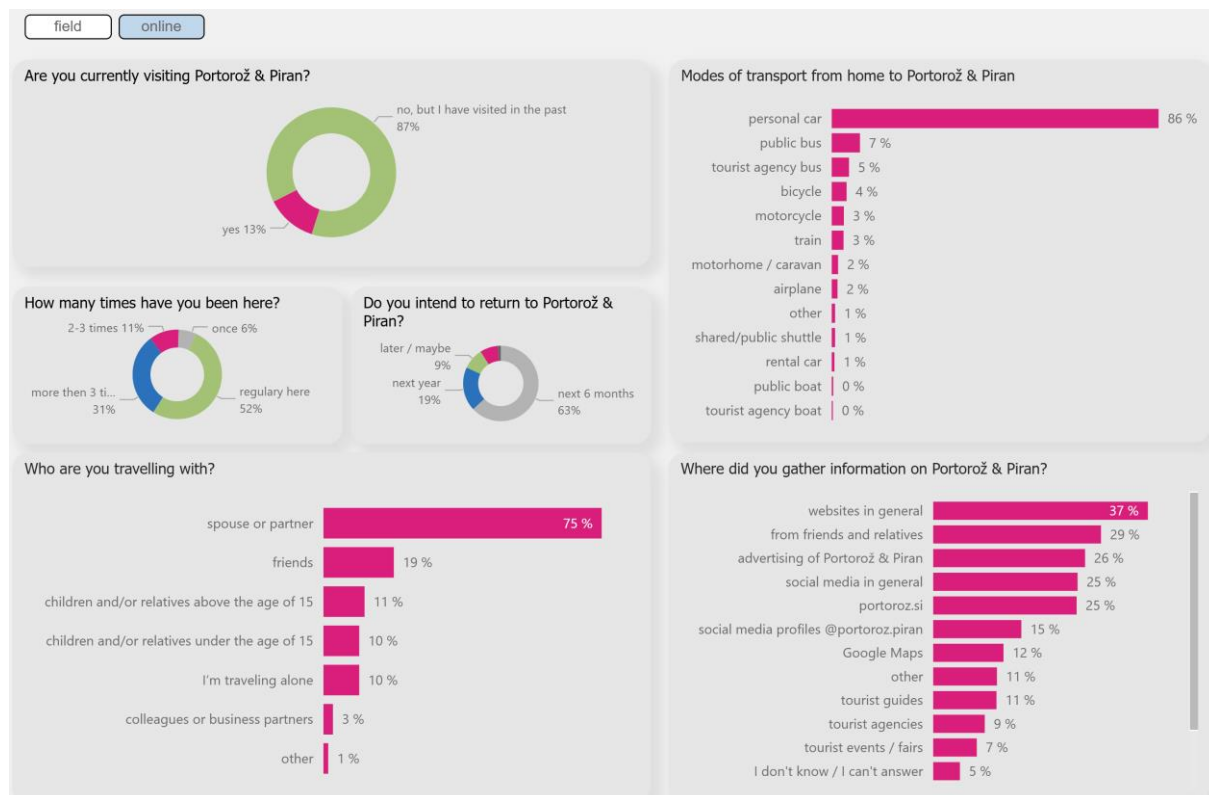
Portorož & Piran – povzetek rezultatov spletne raziskave, 23.3.2026

Obdobje analize zajema podatke, zbrane s spletnim anketiranjem (povabilo preko emaila na prejemnike e-novičnika) v obdobju enega leta, tj. april 2025 do marec 2026. V analiziranem vzorcu je 1257 sodelujočih.

Pogostost obiska in dostop do destinacije

13 % sodelujočih je bilo v času sodelovanja v raziskavi na destinaciji Portorož & Piran.

Dobra polovica sodelujočih (52 %) obiskuje Portorož & Piran redno ali pa so bili na destinaciji več kot trikrat (31 %). Najpogosteje so prišli z osebnim avtomobilom (86 %), sledijo javni (7 %) in turistični avtobus (5 %). Najpogosteje so potovali s partnerjem (75 %) ali s prijatelji (19 %). **63 % se jih namerava vrniti v Portorož & Piran v naslednjih 6 mesecih.**



Informacije o Portorožu & Piranu najpogosteje pridobijo preko spletnih strani (37 %), sledijo znanci in prijatelji (29 %) ter družbena omrežja (25 %), **kar 26 % iz oglaševanja destinacije Portorož & Piran, 25 % na portalu destinacije in 15 % na profilu @portoroz.piran.**

Namen obiska in storitve

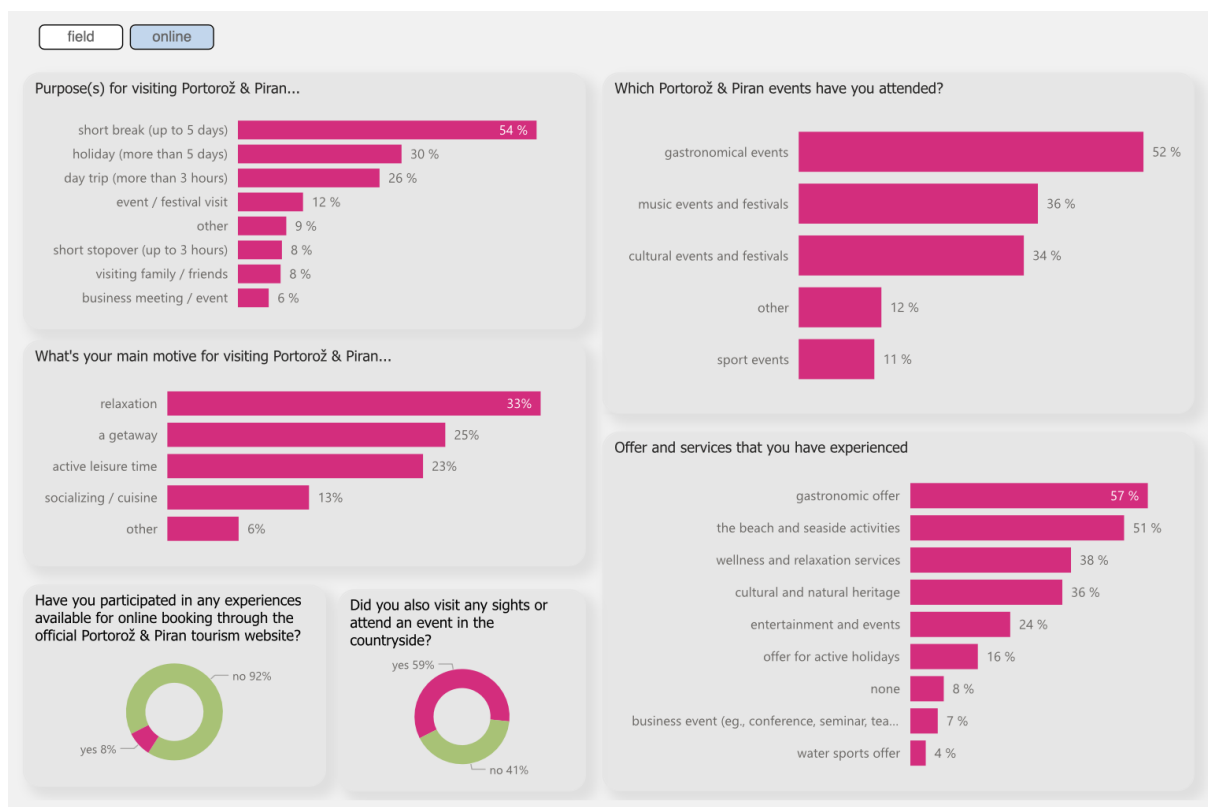
Glavni namen obiska je krajši oddih do 5 dni (54 %), sledijo daljše počitnice (30 %) in dnevni obiski (26 %), **v povprečju na destinaciji preživijo 12,5 dni.**

	Povp. št. dni bivanja
lastna nepremičnina	15,1*
marina	13,3
pri sorodnikih ali prijateljih	13,1*
zasebna nastanitev (sobe ali apartmaji)	8,7*
kampiranje	7,7
hostel	6,0
B&B (nočitev z zajtrkom)	5,5
hotel	5,0
PZA (postajališče za avtodome)	4,3
turistična kmetija	3,0
TOTAL	6,7

*pri navedenih nastanitvah smo izločili vse ekstremne navedbe, ki so sicer lahko realne, vendar gre za nekaj primerov, ki ekstremno zvišujejo povprečje (vključno z ekstremnimi navedbami znašajo povprečja: lastna nepremičnina 38 dni; pri sorodnikih ali prijateljih 30 dni; zasebna nastanitev 21,5 dni; povprečje 12,5 dni)

Destinacijo obiskujejo zaradi sprostitve, pobega iz vsakdana ter aktivnega preživljanja prostega časa. V največji meri se udeležujejo kulinarčnih dogodkov in kulturnih in glasbenih prireditev ter festivalov. **Več kot polovica (59 %) je obiskala tudi podeželje, slaba desetina (8 %) pa se je udeležila doživetij**, ki so na voljo preko spletne rezervacije na portalu.

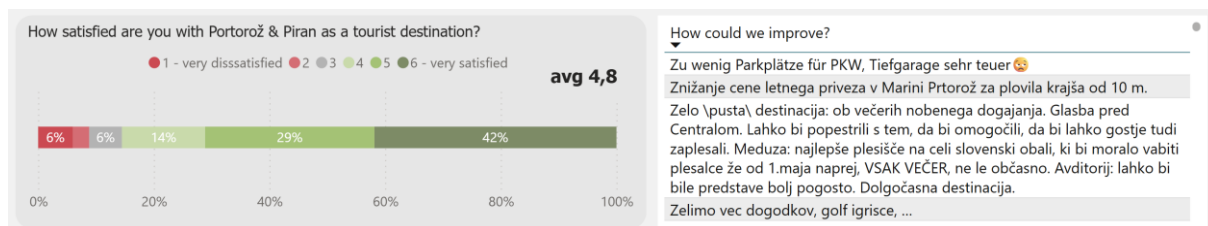
Največji delež obiskovalcev na destinaciji izkoristi kulinarčno ponudbo (57 %), plažo (51 %), sledi wellness in sprostitvev (38 %) ter kultura (36 %).



Zadovoljstvo z destinacijo

Zadovoljstvo z destinacijo sodelujoči v povprečju ocenjujejo s 4,8 (na lestvici od 1 do 6), 71 % jih je podalo oceno 5 ali 6. Med razlogi za nezadovoljstvo so izpostavili:

- **Visoke cene storitev**, ki so po mnenju obiskovalcev pogosto previsoke za domačine in upokoјence ter ne odražajo vedno pričakovanega razmerja med ceno in kakovostjo.
- **Zaprtje ključne infrastrukture** v neprimernih terminih, kot so bazeni na Bernardinu in v Termah Portorož med zimskimi počitnicami.
- **Pomanjkanje prijaznosti in strokovnosti osebja**, vključno s slabšim znanjem slovenskega jezika pri zaposlenih.
- **Nezadostno čistočo in higieno** v nekaterih objektih, kar je bilo večkrat poudarjeno kot kritična točka.
- **Preveč kompleksno in nepregledno predstavitev ponudbe**, zaradi česar obiskovalci težko razberejo razpoložljive storitve in ugodnosti.
- **Zastarelo ali preveč preprosto opremo v wellness centrih** z visoko kategorizacijo (5*), kjer so pričakovanja gostov bistveno višja od dejanskega stanja.
- **Pomanjkanje lokalnega pridiha in tradicionalnih sestavin** v ponudbi, ki bi storitvam dodale avtentičnost.
- **Slabo organizacijo prostorov**, predvsem odsotnost ločenih površin za otroke in odrasle v wellness predelih.



85 % sodelujočih bi se ponovno vrnilo, 83 % pa bi destinacijo priporočilo drugim (tj. skupni delež ocen 5–6), v povprečju je verjetnost ponovnega obiska 5,4 in priporočilo drugim 5,3. Tisti, ki se ne bi vrnili, kot razlog navajajo navedene pomanjkljivosti.

Ocene posameznih aktivnosti/ponudbe

Sodelujoči najboljše ocenjujejo **wellness** (povprečna ocena 5,0 na lestvici od 1 do 6) in **poslovne dogodke** (5,0), najslabše pa zabavo in dogodke (4,6).

Aktivnost	Povprečje (lestvica od 1 do 6)	N
Wellness in storitve za sprostitev	5,0	482
Poslovni dogodki (npr. konference, seminarji, team building)	5,0	83
Ponudba za aktivne počitnice	4,9	203
Kulturna in naravna dediščina	4,9	456
Kulinarika	4,8	712
Ponudba vodnih športov	4,8	47
Plaža in aktivnosti ob morju	4,8	641
Zabava in dogodki	4,6	300

Pretekla poraba na destinaciji*

PORABA NA DAN V EUR	NASTANITEV	HRANA IN PIJAČA PRI PONUDNIKU NASTANITVE	HRANA IN PIJAČA DRUGJE	DRUGA PORABA	SKUPAJ
POVPREČNA	177	28	59	30	294
HOTELSKI GOSTJE	209	34	64	34	341
DRUŽINE	174	26	57	29	286

* Poraba je navedena za obiskovalce, ki so bili na destinaciji in so navedli okvirno porabo. Obiskovalci, ki se trenutno (v času sodelovanja) nahajajo na destinaciji, niso upoštevani.

Profil obiskovalcev

Med sodelujočimi je 49 % žensk in 50 % moških. Skoraj polovica (44 %) je upokojencev, nato zaposlenih (33 %), s povprečnim ali višjim dohodkom, z odraslimi otroki.

Prihajajo iz Slovenije (41 %), Avstrije (27 %) in Italije (18 %), 7 % je sodelujočih iz Nemčije in 2 % iz Madžarske.

Dobra polovica sodelujočih je v starostni skupini med 45 in 64 let (52 %), sledi tretjina starejših nad 64 let (33 %).

