

INFORMACIJA O TIJEKU SEZONE I AKTUALNOM STANJU NA TRŽIŠTIMA

[kolovoz 2015.]



UVOD	3
AUSTRIJA.....	8
BELGIJA I NIZOZEMSKA	11
ČEŠKA	14
FRANCUSKA	17
ITALIJA	20
MAĐARSKA	22
NJEMAČKA	24
POLJSKA	28
RUSIJA	30
SAD I KANADA	34
SKANDINAVIJA.....	38
SLOVAČKA	41
SLOVENIJA	44
ŠPANJOLSKA I PORTUGAL.....	46
ŠVICARSKA.....	50
UJEDINJENA KRALJEVINA	52

UVOD

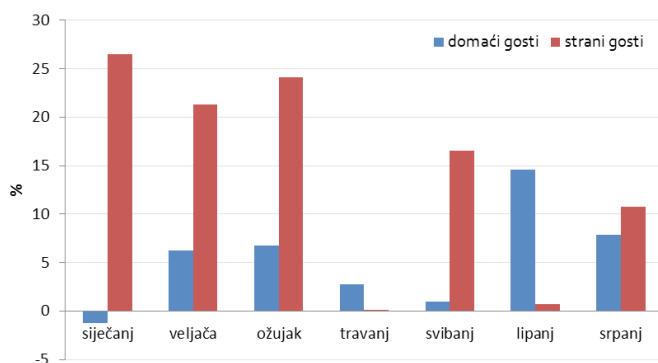
Tijekom **srpnja**, broj dolazaka stranih turista rastao je za 10,80 % te je ostvareno 3.228.635 dolazaka, a broj dolazaka domaćih turista veći je za 7,87 %, što predstavlja 267.368 dolazaka. Broj noćenja stranih turista rastao je za 9,23 % (20.928.602 noćenja), dok je broj noćenja domaćih turista u porastu od 5,76 % (2.063.832 noćenja).

Promatrano dinamički, turistički promet koji ostvaruju **strani turisti**, nakon prva tri mjeseca 2015., tijekom kojih je rastao dvoznamenkastim stopama, u travnju je bio u blagom padu, što se može objasniti ranijim datumom Uskrsa, a time i manjom spremnošću na putovanje turista s emitivnih tržišta prema destinacijama Hrvatske. U svibnju ponovno dolazi do značajnog rasta broja dolazaka i noćenja stranih turista, dok je u lipnju zabilježen pad u broju stranih noćenja, uz blagi rast broja dolazaka. Srpanj donosi snažan rast turističkog prometa stranih gostiju.

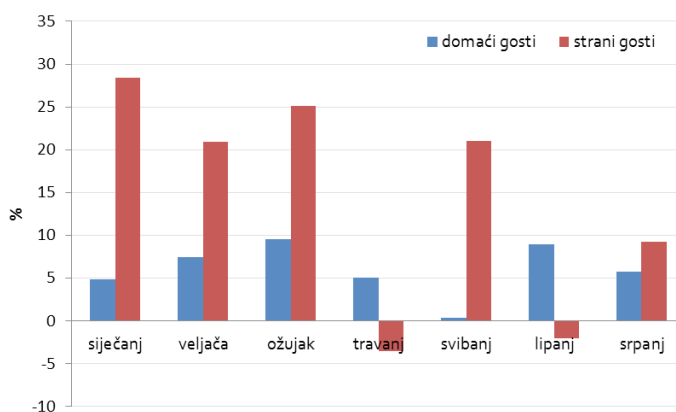
Sagledamo li **kumulativne pokazatelje**, razvidno je kako su ukupni turistički dolasci (domaći + strani) za **razdoblje siječanj – srpanj** pozitivni (+ 8,79 %, tj. 7.932.353 dolaska), kao i ukupna turistička noćenja (+ 7,31 %, tj. 40.391.446 noćenja). Kumulativni pokazatelji prometa stranih turista govore o plusu od 8,80 % u dolascima (6.971.141 dolazak) te plusu od 7,24 % u noćenjima (36.113.697 noćenja). Istovremeno, 952.212 domaćih turističkih dolazaka predstavlja rast od 8,68 %, dok 4.277.749 noćenja predstavlja rast od 7,87 %.

Pozitivni **rezultati u srpnju** ostvareni su s većine ključnih tržišta izuzev Rusije, Norveške, Japana, Danske i Ukrajine. U srpnju najveće stope rasta bilježe tržišta BiH, SAD-a, Finske, Kanade, Mađarske i Njemačke.

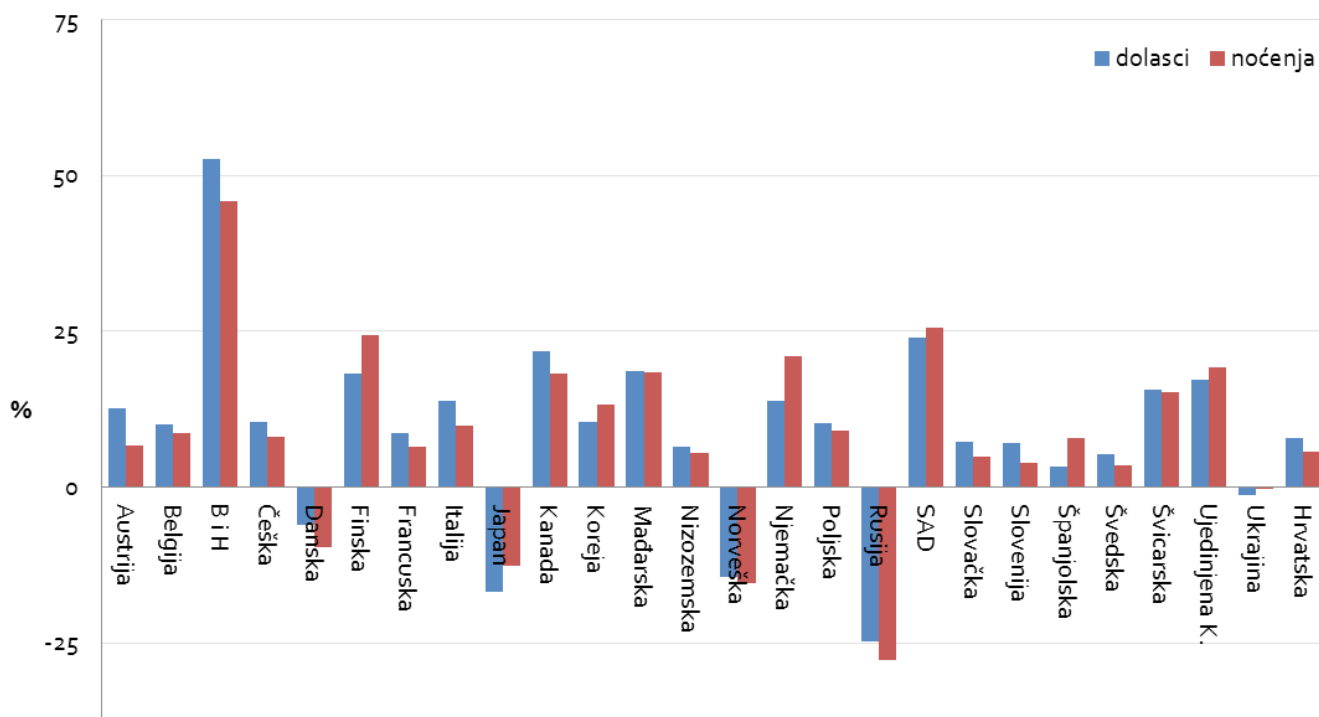
Turistički dolasci (postotna fluktuacija mjesečnog prometa – usporedba 2015. i 2014.)



Turistička noćenja (postotna fluktuacija mjesečnog prometa – usporedba 2015. i 2014.)



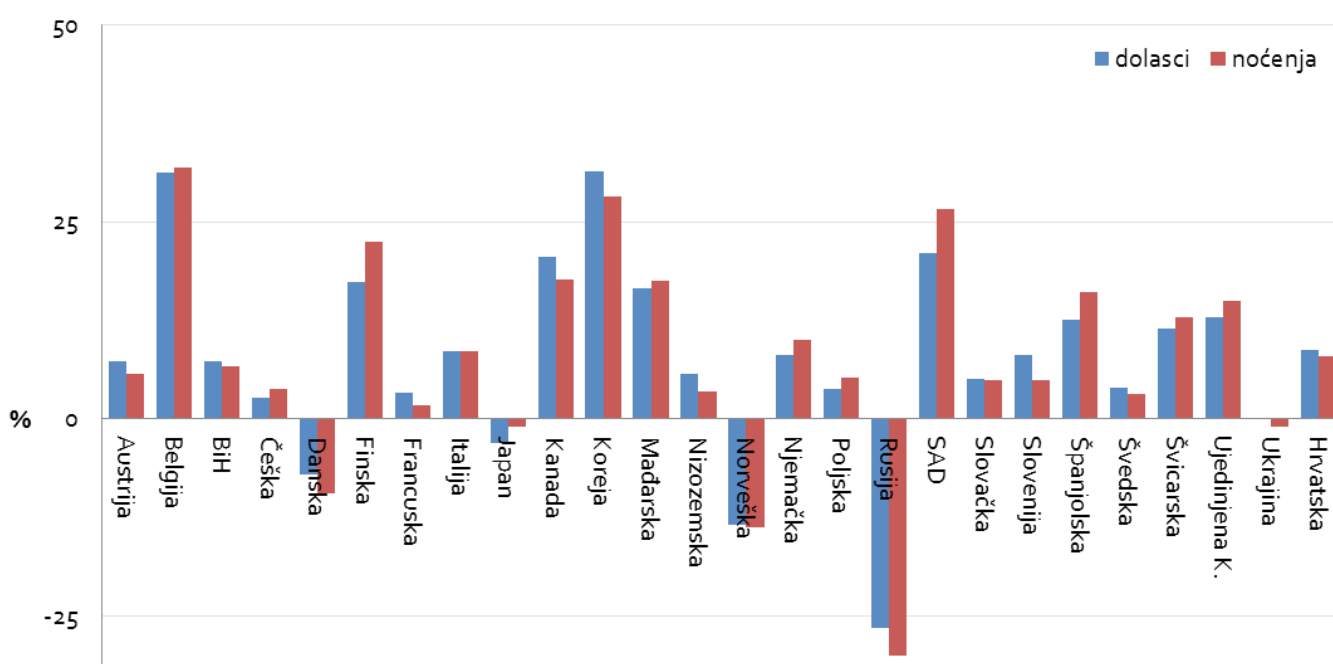
Pregled rasta/pada broja dolazaka i noćenja po tržištima (u %) u srpnju 2015.



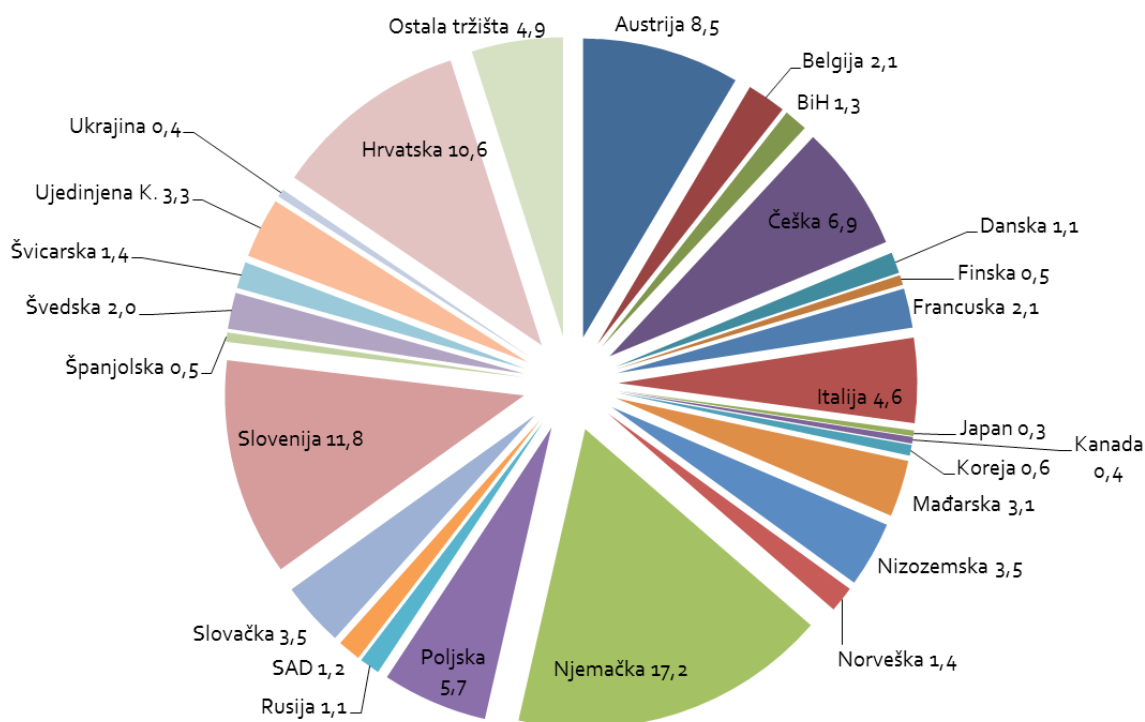
Pozitivni rezultati u razdoblju siječanj – srpanj ostvareni su s većine glavnih emitivnih tržišta, a najveće stope rasta bilježe Belgija, Južna Koreja, SAD, Kanada, Finska i Ma-

đarska. Tržišta koja bilježe pad turističkog prometa su Rusija, Norveška, Danska, Japan i Ukrajina.

Pregled rasta/pada broja dolazaka i noćenja po tržištima (u %) u razdoblju siječanj – srpanj 2015. (kumulativ)



Udjel pojedinih tržišta u ukupnom turističkom prometu na nacionalnoj razini u razdoblju siječanj – srpanj 2015.



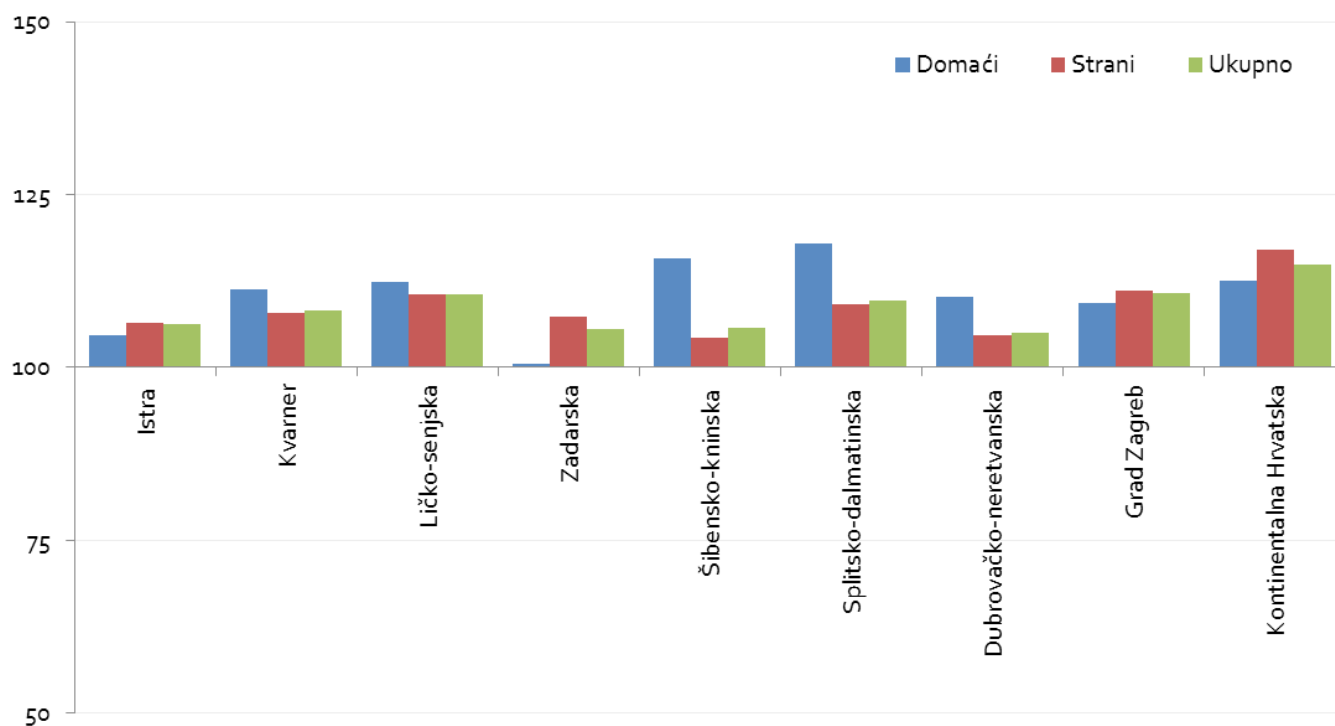
U razdoblju siječanj – srpanj, sve hrvatske županije/turističke regije bilježe rast broja ukupnih turističkih noćenja. Prema stopama rasta prednjače kontinentalna Hrvatska

(+ 14,92 %), Grad Zagreb (+ 10,79 %) i Ličko-senjska županija (+ 10,60 %).

Rezultati po županijama (noćenja u razdoblju siječanj – srpanj, indeks 2015./2014.):

	DOMAĆI	STRANI	UKUPNO	Udjel u ukupnom prometu (%)
Istra	104,60	106,38	106,30	30,02
Kvarner	111,28	107,83	108,17	16,44
Ličko-senjska	112,41	110,50	110,60	2,67
Zadarska	100,59	107,34	105,64	13,93
Šibensko-kninska	115,83	104,29	105,74	6,96
Splitsko-dalmatinska	117,98	109,14	109,72	17,46
Dubrovačko-neretvanska	110,14	104,63	105,03	8,76
Grad Zagreb	109,37	111,15	110,79	2,25
Kontinentalna Hrvatska	112,62	116,95	114,92	1,51

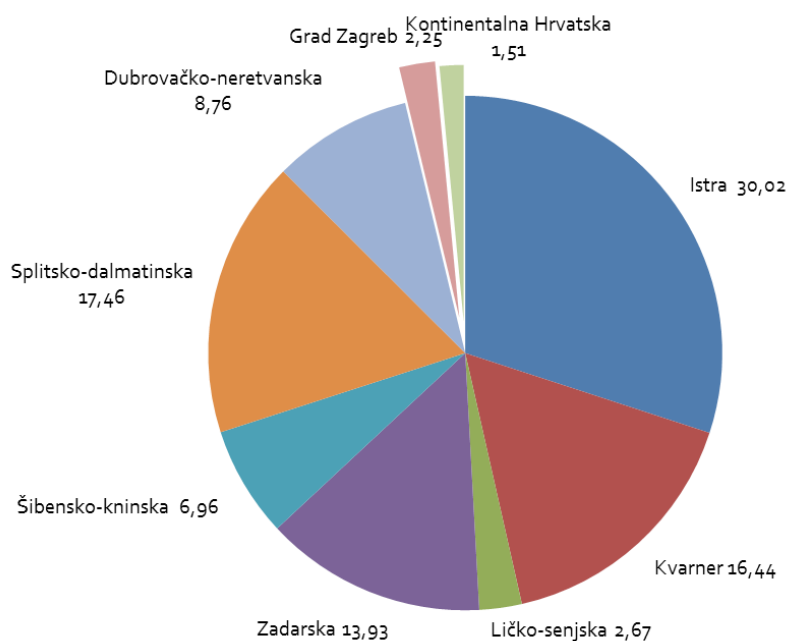
Pregled kretanja broja noćenja po županijama/regijama u razdoblju siječanj – srpanj 2015. (indeks 2015./2014.)



U razdoblju siječanj – srpanj Istra ostvaruje najveći udjel u ukupnom broju noćenja u Hrvatskoj koji iznosi 30,02 %,

zatim slijedi Splitsko-dalmatinska županija s udjelom od 17,46 % te Kvarner s udjelom od 16,44 %.

Udjel županija/regija u ukupnom broju noćenja u razdoblju siječanj – srpanj 2015. (u %)



VODEĆA TRŽIŠTA PREMA TURISTIČKOM PROMETU U SRPNJU 2015. – PREGLED PO KLASTERIMA



AUSTRIJA

Turistički promet s tržišta u razdoblju siječanj – srpanj

2015.			2014.			indeks 2015./14.	
dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
657.267	3.439.672	8,52	612.932	3.254.988	8,65	107,23	105,67

Izvor: Hrvatska turistička zajednica

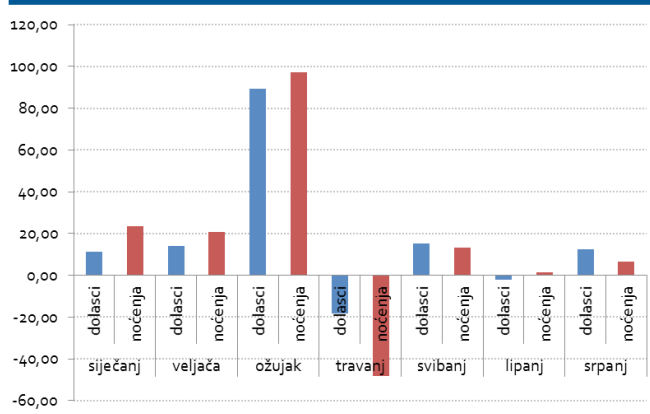
Gospodarsko-političko stanje na tržištu

Zbog rastuće nezaposlenosti austrijska koalicijska vlada usmjerava svoje aktivnosti u rasterećenje bruto poreznih davanja osobnih dohodaka, kako bi poboljšala standard svojih građana te povećala njihovu potrošnju. Parlament bi trebao donijeti i potvrditi odluku vlade prema kojoj bi 4,4 milijuna Austrijanaca od 1. siječnja 2016. trebalo imati veći osobni dohodak. Paket je „težak“ pet milijardi eura, a porezno rasterećenje provodilo bi se kroz tzv. tarifna davanja. Dosadašnje tri tarifne stope povećale bi se na šest. Tako bi radnik za prosječna mjesečna primanja od 2.100 eura, na godišnjoj razini trebao imati 900 eura više. Svi koji imaju godišnja primanja manja od 11.000 eura, na njih se primjenjuje tzv. „negativan porez“. Umjesto dosadašnje potpore od 110 eura, dobivali bi 400 eura, najniže mirovine uvećale bi se za 110 eura, a dječji doplatk povećao bi se sa sadašnjih 220 eura na 400 eura.

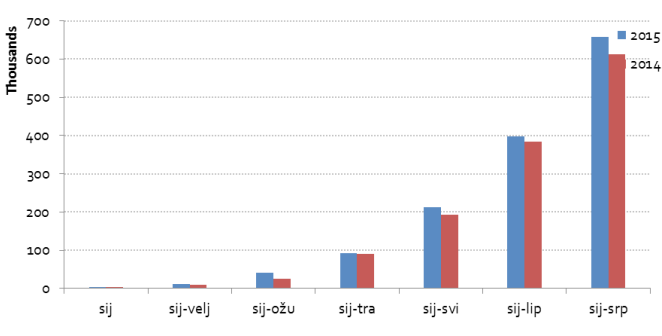
Emitivni turistički promet

Statistik Austria objavila je analizu turističkog ostvarenja za 2014. Sagledavajući trendove putovanja, zanimljiva je usporedna analiza putovanja u posljednjih deset godina. Austrijska populacija starija od 15 godina, 2005. ostvarila je 5,38 milijuna turističkih putovanja, a u 2014. 6,73 milijuna putovanja (+ 25,1 %). Kratka putovanja (1 – 3 noćenja) povećala su se za 5,6 %, a „glavna putovanja“ (više od četiri noćenja) za 1,1 %. U vlastitoj zemlji Austrijanci su realizirali 2,98 milijuna putovanja (44,3 %). Najtraženija destinacija (s udjelom od 23,1 %) je Italija, slijede Hrvatska (17,7 %), Njemačka (13 %), Grčka (6,7 %), Španjolska (5,2 %) i Turska (4,3 %). Prema udjelu najtraženijih desti-

Austrija – dolasci i noćenja po mjesecima (I. – VII. 2015.) – postotna fluktuacija u usporedbi s prethodnom godinom



Austrija – kretanje broja dolazaka u razdoblju siječanj-srpanj 2015. (kumulativno)



nacija, u posljednjih deset godina Italija je izgubila 1,7 %, Grčka 3,4 %, Turska 0,9 %, dok je Hrvatska imala povećanje od 2,9 % te Španjolska 0,7 %.

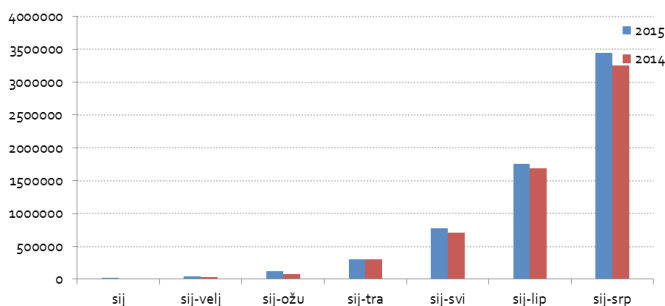
Najveće udruženje organizatora putovanja, turističkih agencija i autobusera u Austriji ÖRV (Österreichischer ReiseVerband) objavilo je godišnju brošuru „Fakten und Zahlen Österreichischer Reisemarkt 2014“. Najtraženija destinacija Austrijanaca (za kratka i „glavna putovanja“) u 2014. bila je Italija s 1.872.900 putnika (+ 7,3 %), slijedi Njemačka s 1.480.300 putnika (veliki udjel poslovnih putovanja) uz povećanje od 2,9 %, Hrvatska s 1.047.600 putnika (+ 9,2 %), Španjolska s 505.200 putnika (+ 14,9 %), Grčka s 365.100 putnika (- 4,3 %), Turska s 342.800 putnika (- 1,4 %), Francuska s 301.200 putnika (- 5,2 %), Mađarska s 282.900 putnika (- 7,3 %) te Ujedinjena Kraljevina s 213.400 putnika (- 16 %). U posljednjih 16 godina glavni godišnji odmor kraći je za 3,9 dana pa je prosjek dana godišnjih odmora u 2014. iznosio 8,4 dana.

Prema anketi njihovih članova u 2015., pored nacionalne zemlje, najtraženije destinacije su Italija i Hrvatska s udjelom od 14 %, Španjolska sa 6 %, Turska s 5 % i Grčka i Njemačka s 3 %.

Bank Austrija objavila je podatak o protuvrijednosti eura u odnosu na vlastitu zemlju koji se dobiva u pojedinoj turističkoj destinaciji. U odnosu na prošlu godinu, zbog jakog dolara, euro je izgubio na vrijednosti za 17 %. U Mađarskoj se za 100 eura dobije protuvrijednost od 168 eura (u odnosu na prošlu godinu + 4 %), u Turskoj 163 eura (- 3 %), u Bugarskoj 158 eura (+ 1 %), u Hrvatskoj 139 eura (+ 1 %), u Sloveniji 124 eura (+ 3 %), u Grčkoj 119 eura (+ 3 %), u Njemačkoj 106 eura (+ 1 %), u Francuskoj 105 eura (+ 1 %), u Italiji 103 eura (+ 1 %) i u Švicarskoj 59 eura (- 14 %).

Obzirom da su u svim pokrajinama započeli školski praznici, u ovom razdoblju najintenzivnije putuju obitelji s djecom. Očekuje se da će 3,474 milijuna Austrijanaca krenuti na godišnje odmore. Prema anketi koju je proveo Institut für Freizeit und Tourismusforschung, Hrvatska po prvi put preuzima vodstvo od Italije kao najtraženije turističke destinacije. Potvrdu navedenog dobili smo kroz objavljeni tekst u dnevnom tisku Österreich gdje se navodi da će u Hrvatsku na godišnji odmor otputovati 1,44 milijuna Austrijanaca, što je 17 % svih predviđenih putovanja. Slijedi Italija s 1,1 milijun ili 13 %, Španjolska sa 678.000 ili 8 %, Grčka s 400.000, Turska s 339.000 te SAD i

Austrija – kretanje broja noćenja u razdoblju siječanj – srpanj 2015. (kumulativno)



Austrija – kretanje udjela tržišta u ukupnom turističkom prometu u 2015. u usporedbi s 2014. (%)



Kanada. Izvan Europe želi putovati 11 % Austrijanaca, od toga 3 % želi otići u Sjevernu Ameriku. Većina putovanja, odnosno 2,98 milijuna putovanja ili 44,3 %, realizirat će se u vlastitoj zemlji.

Kod 21 % anketiranih, najvažniji motiv putovanja je opuštanje i oporavak, slijedi kupanje s 18,6 %.

Kod putovanja van domicilne zemlje, glavno prijevozno sredstvo je osobni automobil s udjelom od 55 %, slijedi avion s 30 %. Trećina svih putovanja realizira se *online*.

Stanje bukinga

Organizatori putovanja zadovoljni su stanjem bukinga za Hrvatsku, naročito u segmentu privatnog smještaja, apartmana i vila te grupnih aranžmana. Ostali su krenuli u dodatne promidžbene aktivnosti kako bi smanjili neznatan zaostatak u odnosu na prošlu godinu.

Aktivnosti predstavništva

- Workshop&Somerlounge der Destinationen, kojeg smo organizirali u sklopu udruženja Corps Touristique 1. srpnja u Beču, polučio je odlične efekte. Odazvalo se preko 320 sudionika (organizatori putovanja, turističke agencije, poslovni turistički subjekti, novinari turističkih dnevnih i tjednih časopisa i magazina). Brošura o mogućnostima *shoppinga* u pojedinim turističkim zemljama koja je plijenila veliku pozornost, a koja će biti distribuirana na više od 1.000 adresa poslovnih subjekata i medija, zasigurno će dodatno promidžbeno animirati našu zemlju.
- Dana 8. srpnja održan je sastanak s Heinrich Wilhelm Kanne-Hunfeldom, direktorom turističke agencije THV Reisen iz Salzburga, koja je u 2014. imala preko 3.000 gostiju u Hrvatskoj. Ove godine imaju veliki broj grupnih raspisa za sezonu i veliki su potencijal za projekt Hrvatska 365. Dogovoreni su uvjeti poslovne suradnje, po novim modelima sufinanciranja u 2016.

BELGIJA I NIZOZEMSKA

Turistički promet s tržišta u razdoblju siječanj – srpanj

	2015.			2014.			indeks 2015./14.	
	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
Belgija	103.926	514.010	1,27	96.780	481.991	1,28	107,38	106,64
Nizozemska	224.465	1.433.434	3,55	212.398	1.384.718	3,68	105,68	103,52

Izvor: Hrvatska turistička zajednica

Gospodarsko-političko stanje na tržištu

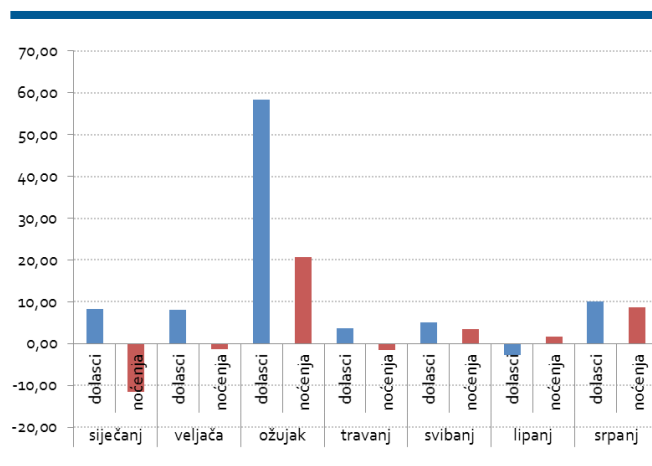
Nizozemski Središnji ured za statistiku (CBS) objavio je da su u 2014. Nizozemci češće ljetovali na brodu nego prijašnjih godina. U proteklih sedam godina broj ljetovanja na brodu (uključujući i krstarenja) porastao je za 40 %, naročito ljetovanja u inozemstvu. CBS je također objavio da je maloprodaja u Nizozemskoj porasla za 4,7 % u usporedbi s lipnjem prošle godine, što predstavlja najveći porast maloprodaje od 2008. U usporedbi s 2014., promet je porastao za 5,1 %, a cijene u maloprodaji bile su 0,4 % niže. Najviše je porastao promet u tzv. *non-food* segmentu.

Barometar belgijske narodne banke stabilizirao se tijekom srpnja nakon što je rastao tijekom prethodnih pet mjeseci. Sveukupna stabilizacija rezultat je divergentnih trendova promatranih grana gospodarstva. Indikator je virtualno nepromijenjen u proizvodnji, ali se poslovna klima znatno poboljšala u trgovini.

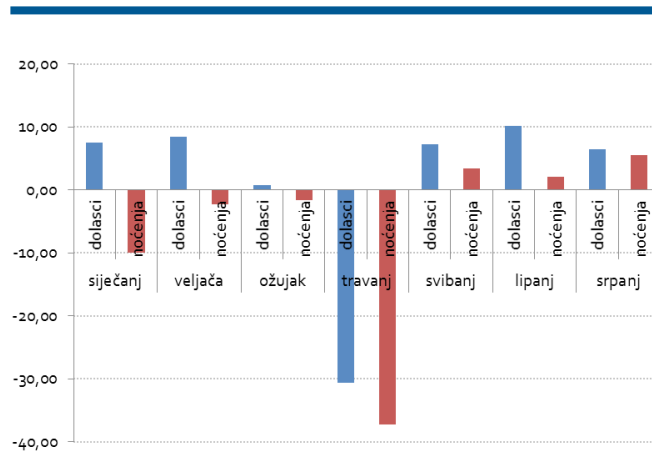
Emitivni turistički promet

Nizozemsko udruženje putničkih agencija ANWR objavilo je rezultate istraživanja prodaje svojih članica do kraja srpnja koje provodi s institutom GfK. Prodaja tijekom posljednjeg tjedna srpnja porasla je za 16 % u usporedbi s istim tjednom lani. Smanjuje se gubitak s početka godine, a u kumulativu su rezervacije za 2015. u padu od 1 %.

Belgija – dolasci i noćenja po mjesecima (I. – VII. 2015.) – postotna fluktuacija u usporedbi s prethodnom godinom



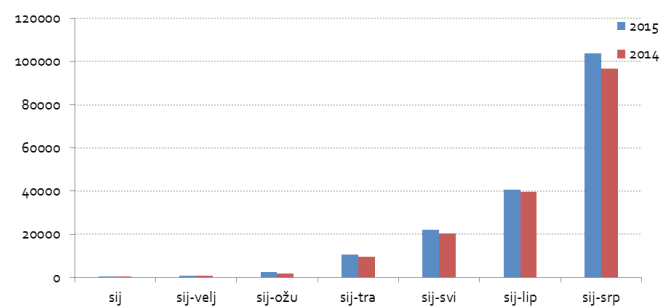
Nizozemska – dolasci i noćenja po mjesecima (I. – VII. 2015.) – postotna fluktuacija u usporedbi s prethodnom godinom



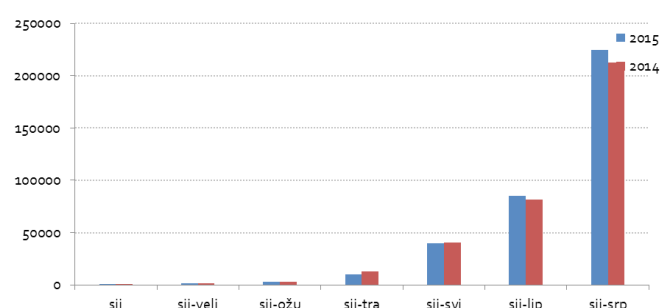
Najprodavanija odredišta su Španjolska, Portugal i Grčka. Nakon pronalaska rješenja za grčku dužničku krizu, buking koji je nekoliko tjedana bio u padu, ponovno je krenuo istim intenzitetom kao i prije izbijanja krize te je Grčka i dalje u plusu (+ 4 %). Nastavno na preporuku Ministarstva

vanjskih poslova, nizozemski i belgijski organizatori putovanja prekinuli su sve operacije za Tunis do kraja listopada, tako da je ova sezona za Tunis definitivno izgubljena. U rujnu će organizatori putovanja donijeti odluku hoće li ponovno lansirati ovu destinaciju u 2016. Od situacije

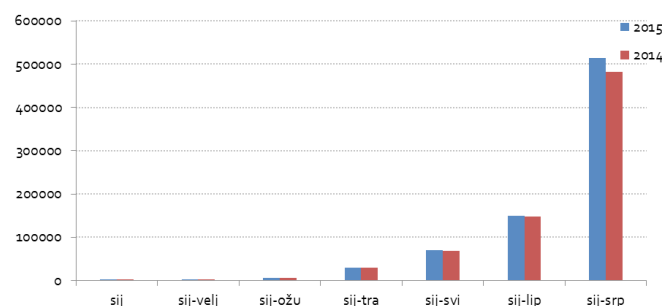
Belgija – kretanje broja dolazaka u razdoblju siječanj – srpanj 2015. (kumulativno)



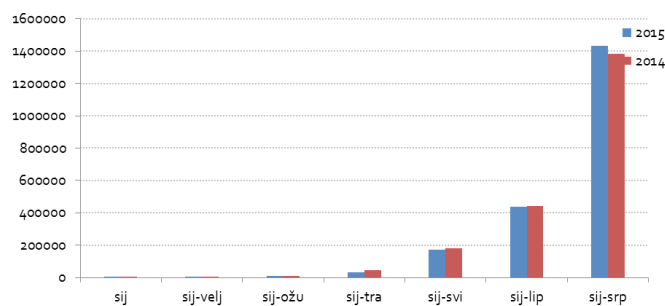
Nizozemska – kretanje broja dolazaka u razdoblju siječanj – srpanj 2015. (kumulativno)



Belgija – kretanje broja noćenja u razdoblju siječanj – srpanj 2015. (kumulativno)



Nizozemska – kretanje broja noćenja u razdoblju siječanj – srpanj 2015. (kumulativno)



u Tunisu najviše su profitirala španjolska avio-odredišta (Baleari i Kanarski otoci), budući da je većina organizatora putovanja svoje zrakoplove preusmjerila na ta odredišta. Turoperatorske operacije za Egipat su, unatoč opasnosti od terorističkih napada i izbijanja nasilja, i dalje u tijeku, ali uz naputak putnicima na pojačan oprez i izbjegavanje vladinih zgrada te mjesta na kojima se okupljaju stranci.

Na nizozemskom tržištu u porastu je i Njemačka, uglavnom na račun Francuske koja ostvaruje značajniji pad, kao i Turska. U organiziranom prometu u Nizozemskoj, Hrvatska bilježi pad od oko 3 % uglavnom zbog lošeg rasporeda proljetnih praznika koji su ove godine počeli kasnije te kolidirali s ostalim praznicima (Spasovo i Duhovi), iako prema statistikama krajem srpnja i nizozemsko i belgijsko tržište ostvaruju porast.

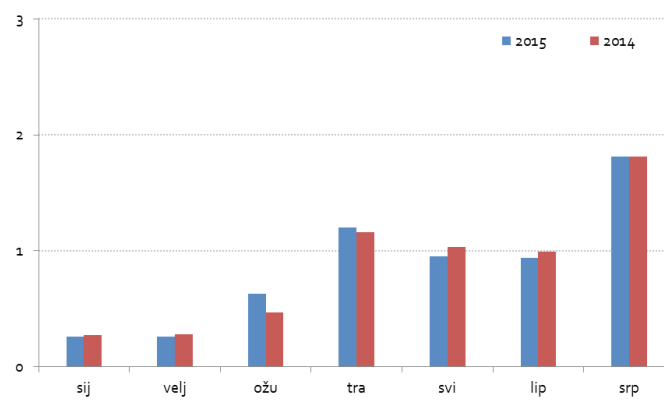
Organizator putovanja TUI Arke bilježi porast, dok Thomas Cook bilježi minus. S prodajom su uglavnom zadovoljni organizatori putovanja za kamp, autobuseri nešto manje, kao i ID Riva.

Belgijsko organizirano tržište putovanja krajem lipnja bilježi oko 8 % slabiji buking nego prošle godine u istom razdoblju. U ponudi organizatora putovanja najlošije su se prodavali aranžmani s vlastitim prijevozom (- 8 %), dok se turoperatorski sa zračnim prijevozom prodaje nešto bolje, iako ostvaruju pad od 6 %, koji se povećao nakon izbijanja krize u Tunisu koje je jedno od omiljenijih odredišta Belgijanaca. Pozitivan rezultat ostvaruju tipična turoperatorska odredišta poput Španjolske i Grčke, dok su Turska Italija, Austrija, Francuska i Hrvatska u blagom padu.

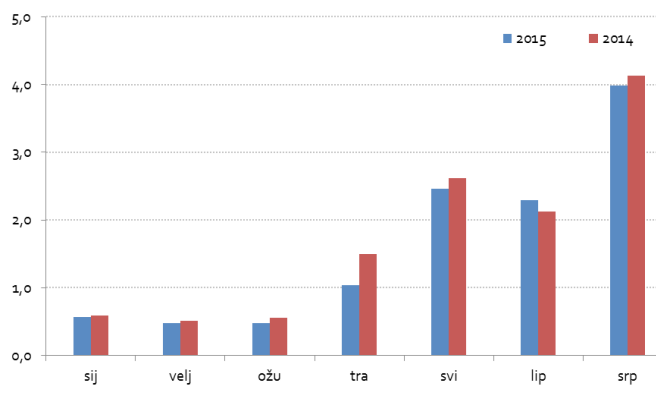
U segmentu aranžmana s vlastitim prijevozom, organizator putovanja TUI ostvaruje plus, avio-program za Dubrovnik ostvaruje minus (jednako kao i kod Thomas Cooka). Split se kod Thomas Cooka prodaje dobro, a u padu

su aranžmani s vlastitim prijevozom. S prodajom je ove godine zadovoljan i Caractere, organizator putovanja specijaliziran za smještaj u luksuznim objektima.

Belgija – kretanje udjela tržišta u ukupnom turističkom prometu u 2015. u usporedbi s 2014. (%)



Nizozemska – kretanje udjela tržišta u ukupnom turističkom prometu u 2015. u usporedbi s 2014. (%)



Turistički promet s tržišta u razdoblju siječanj – srpanj

2015.			2014.			indeks 2015./14.	
dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
407.745	2.771.260	6,86	397.311	2.670.386	7,09	102,63	103,78

Izvor: Hrvatska turistička zajednica

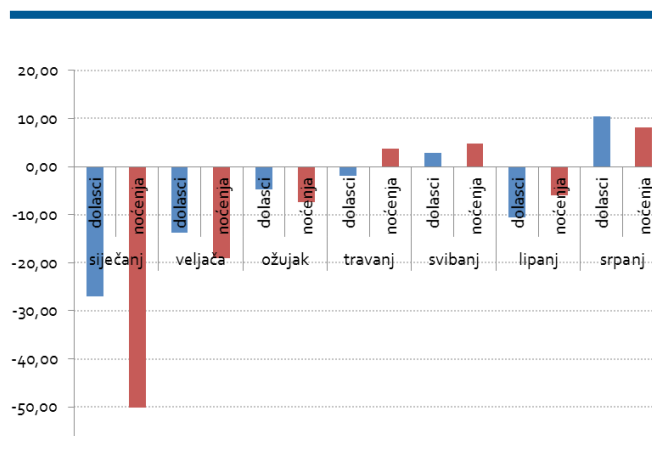
Gospodarsko-političko stanje na tržištu

Stopa inflacije u lipnju je iznosila 0,5 %, dok je stopa nezaposlenosti iznosila 6,2 %. Ministarstvo financija u travnju je prognoziralo ovogodišnji rast gospodarstva na 2,7 %. Zbog rasta gospodarstva od 4 % u prvom kvartalu, revidirali su predviđenu stopu rasta na 3,9 % godišnje razine, dok je stopa rasta za sljedeću godinu ostala na 2,5 %. Prema mišljenju Ministarstva financija, gospodarstvo bi u ovoj godini trebalo biti stimulirano nižom cijenom goriva i fondovima EU. U sljedećoj godini stimulacija će izostati pa će se rast kretati u normalnim uvjetima realnog rasta. Do kraja godine prognoza za nezaposlenost je oko 5,7 %, dok će u 2016. pasti na 5,5 %. Dodatna radna snaga uvest će se iz inozemstva. Do kraja godine inflacija će zadržati istu stopu koja se bilježi u ovom trenutku, dok će u 2016. narasti na 1,5 %.

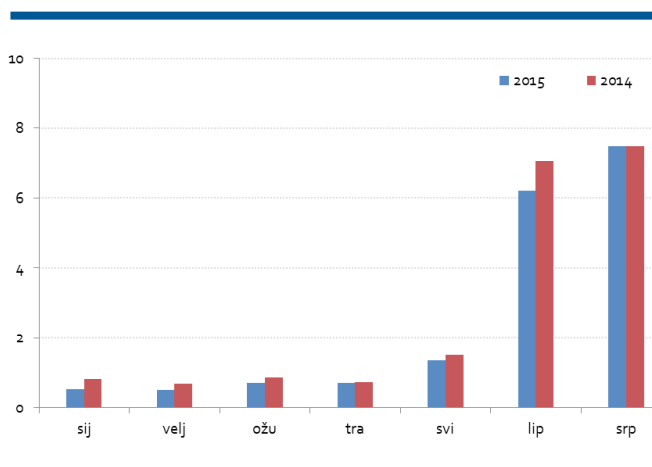
Prema podacima Češkog zavoda za statistiku, u zemlje EU ide 83 % češkog izvoza. Država pritom podržava izvoznu politiku koja češki izvoz orijentira na 12 prioritarnih država izvan EU. Najveći trgovinski partner Njemačka, u ovoj, u odnosu na prošlu godinu, uvezla je 7 % više proizvoda, dok je Slovačka uvezla 13 % više proizvoda.

Polovinom srpnja opet jača češka kruna, što je logičan slijed nakon gospodarskih povećanja (od početka godine raste BDP, dolazi do viškova u trgovinskoj bilanci, rastu rezerve). CNB intervencijama želi oslabiti krunu kako bi se dostigla „zdrava granica“ inflacije na 2 %.

Češka – dolasci i noćenja po mjesecima (I. – VII. 2015.) – postotna fluktuacija u usporedbi s prethodnom godinom



Češka – kretanje udjela tržišta u ukupnom turističkom prometu u 2015. u usporedbi s 2014. (%)



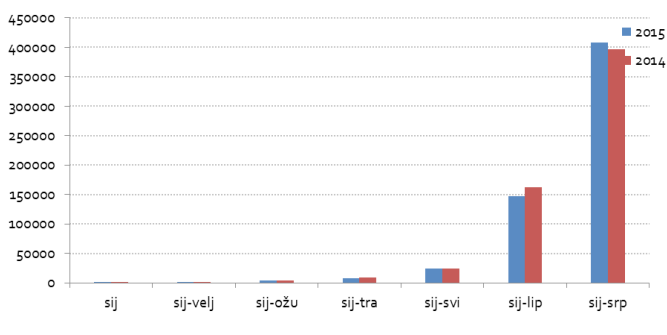
Automobilska industrija postiže odlične rezultate. U prvih šest mjeseci proizvedeno je 673.241 osobnih vozila ili 6 % više u odnosu na isto razdoblje prošle godine. Ukupan izvoz automobila povećao se za 7,14 %.

Emitivni turistički promet

Lipanski teroristički napad u Tunisu značajno je utjecao na potražnju za tom destinacijom. Prema podacima Udruge organizatora putovanja ACK CR pad prodaje te destinacije dosegao je 60 – 80 %. Zakupljeni su dodatni kapaciteti u Bugarskoj, a pojačan je i interes za Hrvatskom, Španjolskom i Turskom. Udruga je potvrdila interes Čeha za godišnjim odmorima te predviđaju isti broj putnika kao i prošle godine, što potvrđuje da Česi ne odustaju od godišnjih odmora.

Česi otkrivaju Albaniju koja je ove godine hit destinacija (prodaja se povećala za dvadeset puta). Najvažniji razlog

Češka – kretanje broja dolazaka u razdoblju siječanj – srpanj 2015. (kumulativno)



Komentari organizatora putovanja

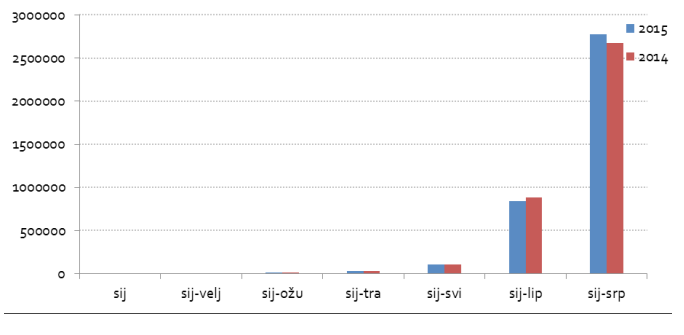
Prema podacima organizatora putovanja, prodaja je na prošlogodišnjoj razini. Stop bukinga je više u odnosu na prošlu godinu, što dokazuje dobru popunjenost hrvatskih hotela.

je uspostavljanje aviolinije Prag – Tirana. Povećan je i broj obitelji s djecom.

Anketa portala „kolektive“ SKRZ.CZ ukazuje koliko cijene utječu na odabir godišnjeg odmora. Kako bi postigli niže cijene aranžmana, termin godišnjeg odmora promijenilo bi 40 % Čeha, dok bi 22 % promijenilo i destinaciju. Dvije trećine ispitanika kupilo je aranžman s popustom. Mlađi biraju termine s velikim popustima, dok stariji biraju termine van glavne sezone. Veoma privlačne su cijene koje uključuju dizanje usluga, a najmanje pažnje posvećuju popustima koji se odnose na hranu i smještaj.

Češki tisak prenosio je informacije o požarima na jugu Hrvatske, ali su objavili da će Hrvatska ove godine ostvariti rekordni broj turista. Objavljene su i informacije da su hrvatski hoteli u srpnju javljali stop buking.

Češka – kretanje broja noćenja u razdoblju siječanj – srpanj 2015. (kumulativno)



Receptivni turistički promet

Potrošnja kineskih turista u Češkoj ubrzano raste. U ožujku i lipnju Kinezi su prvi put prešli rusku potrošnju. Za prvih šest mjeseci potrošnja je narasla za 119 %, dok je ruska pala za 49 %. Sljedeći porast očekuje se na jesen kada počinje direktan let Prag – Peking. Ove godine Češku bi moglo posjetiti 270.000 Kineza. Udjel potrošnje Kineza u češkim trgovinama je 26 % ili 21.500 CZK.

Aktivnosti predstavništva

- Priprema nastupa na regionalnom sajmu ITEP Pízenj u rujnu.
- Priprema prijedloga zajedničkih promotivnih aktivnosti predstavništva i Veleposlanstva RH u Pragu za 2016.
- Suradnja s novinskim redakcijama na pripremi članka o Hrvatskoj.
- Priprema pozivnog pisma za hrvatske turističke subjekte na hrvatsku poslovnu radionicu u Pragu, koja će se održati 20. listopada u sklopu međunarodnog B2B turističkog sajma Travel Meeting Point.
- Direktor predstavništva imao je telefonsko snimanje za emisiju Hrvatskog radija „Turistički sat“ o stanju na češkom tržištu te o stanju i uvjetima odabira Hrvatske kao destinacije za odmor Čeha.
- Ostvarena je suradnja s organizatorom putovanja Tchequie Tour koji uvodi nove programe za Hrvatsku, prvenstveno ture koje sadrže Dubrovnik, Split, Plitvice, Zagreb,... Predstavništvo im je omogućilo pristup kvalitetnim fotografijama.

FRANCUSKA

Turistički promet s tržišta u razdoblju siječanj – srpanj

2015.			2014.			indeks 2015./14.	
dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
231.454	859.688	2,13	223.910	844.809	2,24	103,37	101,76

Izvor: Hrvatska turistička zajednica

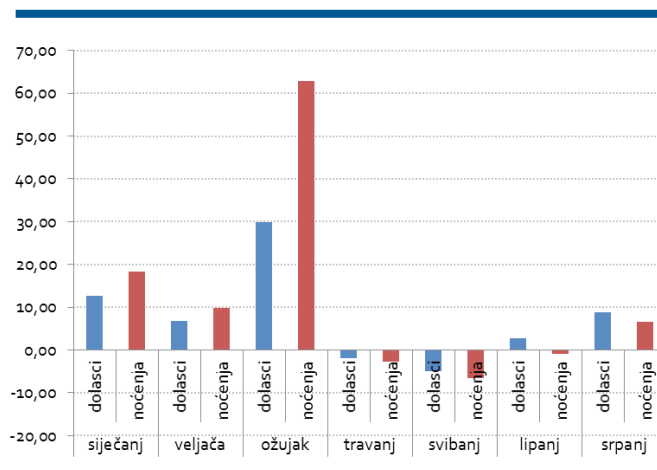
Gospodarsko-političko stanje na tržištu

Francuski opservatorij za ekonomska pitanja (OFCE) konstatirao je pozitivne pomake u francuskoj ekonomiji te istaknuo da od početka ekonomske krize 2007. Francuska nikada nije bila u povoljnijem kontekstu za izlazak iz složene ekonomske situacije. OFCE govori o porastu BDP-a za 1,4 % do kraja 2015. te prognozira porast od 2,1 % za 2016.

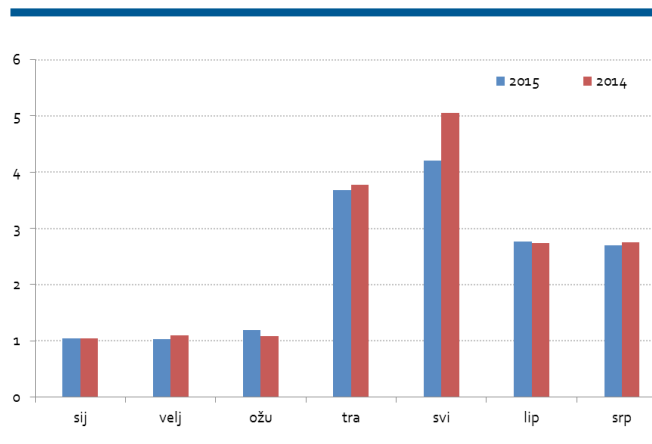
Više čimbenika objašnjava taj nenadani optimizam OFCE-a. Jedan od primarnih elemenata je pad cijena nafte za pola u godinu dana, što je automatski pridonijelo jačanju kupovne moći po domaćinstvu. Inovativna politika Francuske centralne banke koja je smanjila kamatnu stopu, također je pridonijela jačanju BDP-a. OFCE očekuje da će se državni deficit u 2016. smanjiti za 3 %, međutim, problem nezaposlenosti neće se uskoro riješiti te se očekuje da će krajem 2015. Francuska imati 9,8 % nezaposlenih. U 2016. broj nezaposlenih trebao bi se neznatno smanjiti (9,5 %).

Iako su predviđanja OFCE-a vrlo optimistična, ne treba zaboraviti na faktore rizika koji mogu promijeniti smjer trenutno pozitivnih pomaka u francuskoj ekonomiji. Riječ je o složenoj geopolitičkoj situaciji koja u slučaju pogoršanja može dovesti do nenadanog porasta cijena nafte. Eric Heyer, ekonomski stručnjak OFCE-a, ističe da bi u tom slučaju Europska komisija od Francuske mogla tražiti drastičnije smanjenje državnog deficita. Osim toga, treba uzeti u obzir tešku situaciju u kojoj se nalazi Grčka, za koju se ne zna kako će se završiti. Eventualni izlazak Grčke iz Europske unije mogao bi izazvati ozbiljne ekonomske probleme te pogoršati postojeću ekonomsku krizu.

Francuska – dolasci i noćenja po mjesecima (I. – VII. 2015.) – postotna fluktuacija u usporedbi s prethodnom godinom



Francuska – kretanje udjela tržišta u ukupnom turističkom prometu u 2015. u usporedbi s 2014. (%)



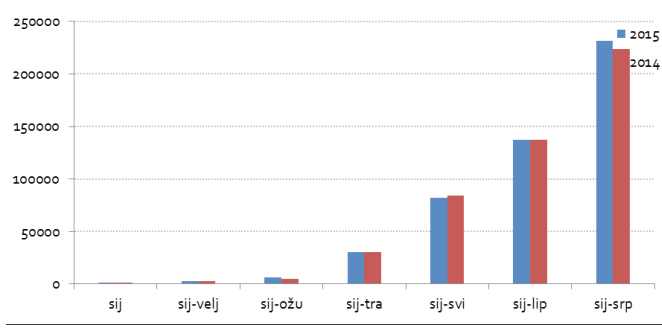
Emitivni turistički promet

Prema informacijama Ministarstva turizma, Španjolsku je u prvih šest mjeseci posjetilo 1,2 milijuna turista više u odnosu na prošlu godinu, što predstavlja rekord u ovom ključnom segmentu španjolske ekonomije. U prvom polovini godine 4,6 milijuna Francuza posjetilo je Španjolsku, što je 7,5 % više u odnosu na 2014. Više od 25 % turista putuje u Kataloniju, koja je najposjećenija španjolska regija, potom slijede Kanarski i Balearski otoci te Andaluzija.

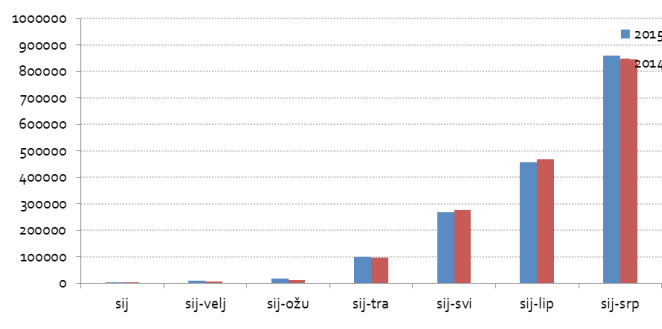
Španjolska je destinacija koja je najviše profitirala od „arapskog proljeća“ te niza atentata u arapskim zemljama. Francuski sindikat organizatora putovanja (SETO) zabilježio je porast od 18,5 % u ovogodišnjim zimskim rezervacijama za Španjolsku. Ista tendencija nastavlja se za ljetne rezervacije: rezervacije za Kanarske otoke su u porastu za 50 %, a za kontinentalnu Španjolsku za 16 %.

Francuski organizatori putovanja i turističke agencije nastavljaju otkazivati rezervacije za Tunis te preusmjeravaju klijente na Španjolsku, Grčku, Maroko i Tursku.

Francuska – kretanje broja dolazaka u razdoblju siječanj – srpanj 2015. (kumulativno)



Francuska – kretanje broja noćenja u razdoblju siječanj – srpanj 2015. (kumulativno)



Francuski organizator putovanja Step Travel u lipnju je organizirao studijsko putovanje u Crnu Goru na kojem su sudjelovali turistički agenti francuskih agencija. Najveći broj francuskih turista do sada je putovao u Crnu Goru na jednodnevni izlet s polaskom iz Dubrovnika. Ovim studijskim putovanjem Step Travel želio je uvjeriti francuske agente da se Crna Gora može jednako uspješno prodavati kao samostalna destinacija, koja svojom obalom, plažama, povijesnim, kulturnim i prirodnim znamenitostima može konkurirati Hrvatskoj. Organizatori putovanja ističu da dobra hotelska ponuda i niže cijene (u usporedbi s Hrvatskom), doprinose rastu interesa za Crnu Goru koja je idealna i za kongresni turizam te su MICE rezervacije u porastu.

Crna Gora, poput Hrvatske, pokušava iskoristiti aktualnu geopolitičku situaciju te se u kontekstu „zamjenskih destinacija“ (u odnosu na pretežito muslimanske zemlje), sve snažnije probija kao konkurentna destinacija Hrvatskoj.

Ljetne rezervacije Francuza u 2015.

Prema barometru SNAV/Atout France (Nacionalni sindikat turističkih agencija), veliki broj Francuza kasno odlučuje gdje će provesti godišnji odmor te su *last minute* rezervacije u velikom porastu. Ovogodišnje ljetne rezervacije za daleke destinacije u padu su za 5 % u odnosu na prošlu godinu, rezervacije za srednje destinacije su u porastu za 24 %, dok su rezervacije za Francusku u porastu za 12 % u odnosu na 2014. Među srednjim destinacijama vode Španjolska i Grčka, zatim Portugal, Italija i Ujedinjena Kraljevina, dok se među dalekim destinacijama najbolje prodaje Tajland.

Sindikatski francuskih organizatora putovanja (SETO) najavljuje porast od 8 % u broju rezervacija za Hrvatsku. Rezervacije za srpanj u porastu su za 13 %, dok su rezervacije za kolovoz u porastu za 4 %. Ako na navedene brojke dodamo podatke jednog od najvećih francuskih organizatora putovanja koji nije član SETO-a – Promovacances (+ 10 %) – realno je očekivati dobru ljetnu sezonu u Hrvatskoj.

Komentar i procjena tržišnih okolnosti

Kod većine francuskih organizatora putovanja dobri prodajni trendovi najavljuju dobru ljetnu sezonu u Hrvatskoj. Zanimljivo je da se ove godine veliki broj Francuza (34 %) u posljednji trenutak odlučuje gdje će provesti godišnji odmor te su prozvani šamponima *last minute* rezervacija. Budući da je turistička ponuda neusporedivo veća od potražnje, većina Francuza smatra da će zahvaljujući *last minute* rezervacijama dobiti povoljnije aranžmane.

Ako uz to uzmemo u obzir problematiku pretežito muslimanskih destinacija koje se masovno otkazuju na francuskom tržištu, smatramo da je realno očekivati dobru sezonu u Hrvatskoj.

Francuski organizatori putovanja prilagođavaju se aktualnoj geopolitičkoj situaciji te mnogi traže „zamjenske“ sigurne destinacije. Iako je Hrvatska posljednjih godina postala vrlo atraktivna destinacija na francuskom tržištu, veliki problem predstavlja manjak hotelskih kapaciteta, osobito hotelskih klubova. Odlična vijest za Hrvatsku je otvaranje prvog hotelskog kluba Marmare/TUI France u Bolu 2016., koji je jedan od najvećih francuskih organizatora putovanja i koji Hrvatsku predstavlja kao jednu od svojih prioritarnih destinacija.

Nedostatan broj zračnih linija iz Francuske za Hrvatsku predstavlja veliku „kočnicu“ za još bolju prodaju destinacije. Ove godine ta problematika osobito je pogodila istarsku regiju zbog ukidanja Ryanairovog leta za Pulu, što je utjecalo na veliki pad broja dolazaka Francuza u Istru. Predstavništvo je u kontaktu sa zračnim kompanijama za koje postoje pretpostavke da bi u sljedećem razdoblju mogle otvoriti nove zračne linije prema ovoj regiji.

Aktivnosti predstavništva

- Susreti s francuskim organizatorima putovanja: organizirani su susreti s Ilirija Resort Hotels iz Biograda s organizatorima putovanja Voyageurs du Monde, Bemex Tours, Karavel Promovacances i Nouvelle Frontière. Prezentirana je ponuda hotela grupacije, zadarske regije, određenih PPS regija te novih i na francuskom tržištu izuzetno zanimljivih oblika turizma (npr. agroturizam u biogradskom zaleđu).
- Sastanak s turističkom agencijom Globtour Event vezano za intenziviranje suradnje, okrenutost prema francuskom tržištu u sljedećem razdoblju te upoznavanje s njegovim specifičnostima. Održani su sastanci s francuskim agentima koje rade Hrvatsku i koje intenzivno traže nove programe i partnere.
- Pripreme za studijska i PPS putovanje novinara.
- Priprema za snimanje TV emisije La Tournée des Popottes (Cooking the World): kontakt s hrvatskim šefom koji će sudjelovati u emisiji o hrvatskoj gastronomiji. Emisija traje 52 minute i prosječno ju gleda oko pola milijuna ljudi. Snimanje i studijsko putovanje voditelja i ekipe planirano je za listopad/studeni. Emisija o hrvatskoj gastronomiji bit će emitirana u *prime time* France 5, jednog od najgledanijih televizijskih kanala u Francuskoj.
- Priprema dolaska u Hrvatsku Michela Druckera, poznatog francuskog TV novinara koji planira otputovati u Dubrovnik te priprema projekta predstavljanja Hrvatske u emisiji Vivement Dimanche. Riječ je živućoj legendi francuske televizije čiju emisiju svaki tjedan prati sedam milijuna gledatelja.
- U tijeku su sastanci sa zračnim kompanijama za koje postoje pretpostavke o otvaranju novih zračnih linija iz Francuske, uvažavajući činjenicu o još uvijek nedostatnim zračnim linijama s ovog važnog emitivnog tržišta. Održan je sastanak s Air Partnerom, u svrhu razmatranja mogućnosti otvaranja novih zračnih linija za Hrvatsku, odnosno povezivanja s organizatorima putovanja kao mogućim zakupcima dijela sjedišta.

ITALIJA

Turistički promet s tržišta u razdoblju siječanj – srpanj

2015.			2014.			indeks 2015./14.	
dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
460.209	1.849.480	4,58	424.118	1.703.697	4,53	108,51	108,56

Izvor: Hrvatska turistička zajednica

Emitivni turistički promet

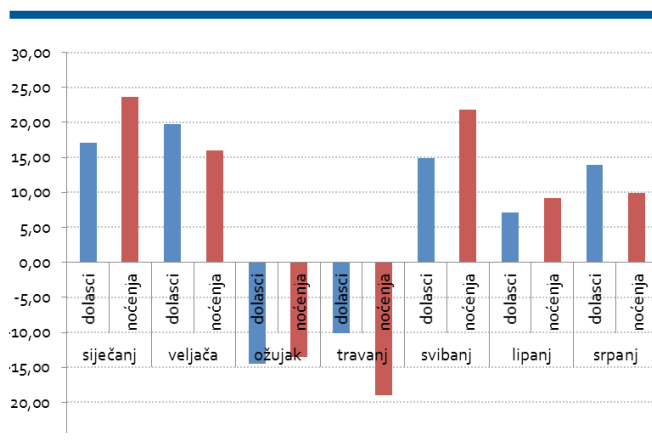
Prema istraživanju udruge Codacons (Koordinacija udruga za očuvanje okoliša i prava korisnika i potrošača), ljeto 2015. bilježi prvi porast odlazaka Talijana na godišnji odmor u posljednjih šest godina. Unazad nekoliko godina, broj građana koji su odlučili provesti godišnji odmor u razdoblju srpanj – rujan, drastično se smanjio te postigao negativan rekord u 2014. kada je na odmor otputovalo devet milijuna Talijana manje u odnosu na 2008. Već lošu situaciju pogoršale su i loše vremenske prilike prošle godine. Sukladno očekivanjima, zahvaljujući polaganom izlasku zemlje iz ekonomske krize, 2015. turistička godina nastavlja bilježiti dobre rezultate te se pretpostavlja da će u ovoj godini na odmor otputovati čak 1,9 milijuna Talijana više u odnosu na prošlu godinu. Biraju se *low cost* opcije te je cijena važan faktor pri odabiru destinacije. Stoga će veliki broj turista odabrati Hrvatsku, Španjolsku ili Grčku, zemlje koje imaju konkurentne cijene, objasnio je Carlo Rienzi, predsjednik udruge Codacons.

Prema rezultatima istraživanja udruge Federalberghi (Udruga talijanskih hotelijera), oko 50 % Talijana (30,4 milijuna) već je otišlo ili će ići na godišnji odmor (+ 8,6 %). Oko 80 % Talijana izabrat će Italiju kao destinaciju, dok će preostalih 20 % otputovati u inozemstvo. Troškovi godišnjeg odmora ostat će na razini 2014.

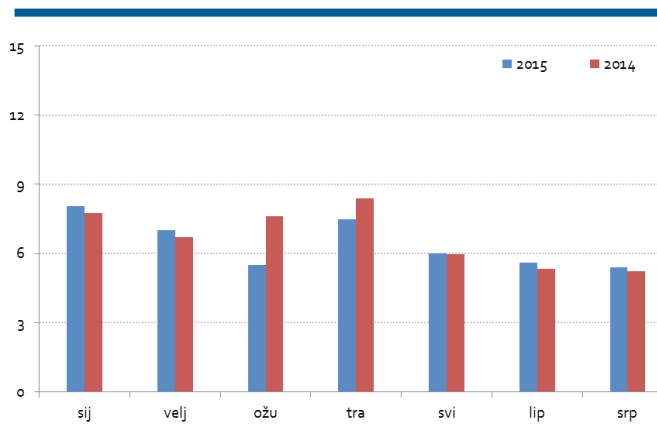
Rezultati Hrvatske

Hrvatsku je posjetilo 8,5 % više talijanskih turista u odnosu na isto razdoblje 2014., dok je broj noćenja povećan također za 8,5 % u odnosu na isto razdoblje 2014.

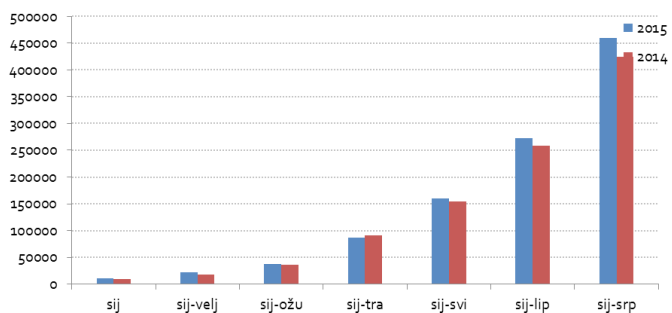
Italija – dolasci i noćenja po mjesecima (I. – VII. 2015.) – postotna fluktuacija u usporedbi s prethodnom godinom



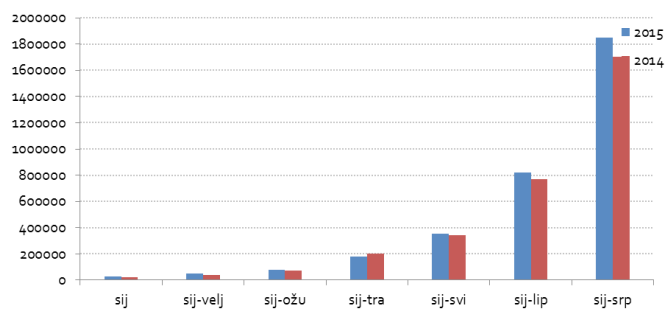
Italija – kretanje udjela tržišta u ukupnom turističkom prometu u 2015. u usporedbi s 2014. (%)



Italija – kretanje broja dolazaka u razdoblju siječanj – srpanj 2015. (kumulativno)



Italija – kretanje broja noćenja u razdoblju siječanj – srpanj 2015. (kumulativno)



MAĐARSKA

Turistički promet s tržišta u razdoblju siječanj – srpanj

2015.			2014.			indeks 2015./14.	
dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
235.772	1.236.251	3,06	202.364	1.052.186	2,80	116,51	117,49

Izvor: Hrvatska turistička zajednica

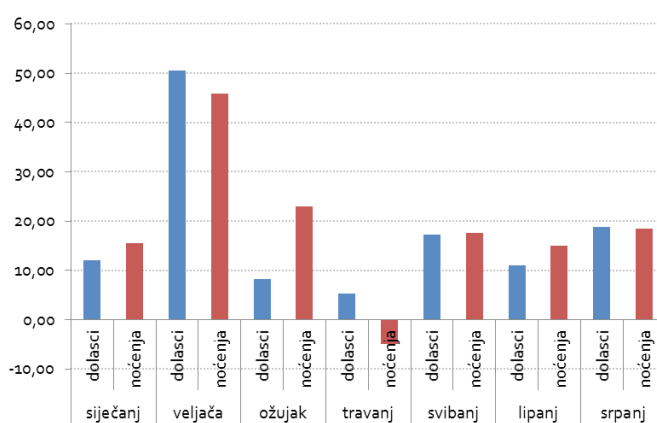
Gospodarsko-političko stanje na tržištu

Problemi zbog velikog broja izbjeglica koje stihijski pristižu u Mađarsku, postaju sve veći. Budući da Europska komisija do sada nije uspjela donijeti odgovarajuće jedinstvene mjere za rješavanje ovog problema, Mađarska je odlučila postaviti zaštitnu ogradu na granicu sa Srbijom te na taj način problem masovnih nelegalnih ulazaka staviti pod kontrolu. Troškovi rješavanja nastale situacije sve više rastu i ukoliko Europa ne nađe odgovarajuće globalno rješenje, gospodarska situacija (ne samo u Mađarskoj) će se dodatno zakomplicirati, što može imati utjecaja i na putovanja mađarskih i drugih turista u inozemstvo. Zatvaranje granice sa Srbijom može izravno utjecati i na Hrvatsku, kamo bi se veliki dio izbjeglica mogao uputiti nastojeći se domoći Zapadne Europe.

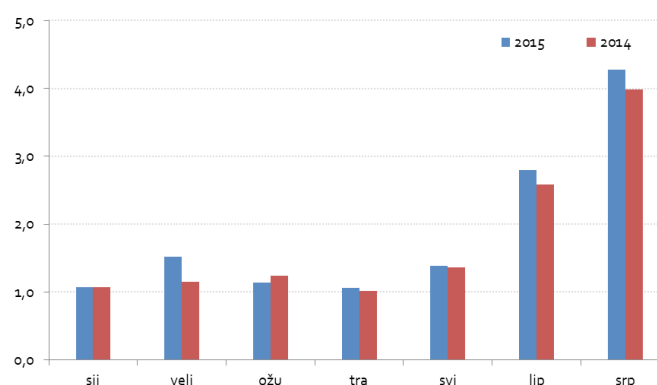
Gospodarska situacija i dalje je u usponu o čemu svjedoče i podaci o porastu potrošnje, posebno većem broju prodanih automobila, oživljavanja prometa nekretnina kao i porasta cijena nekretnina.

Prema podacima mađarskog ureda za statistiku (KSH), u prvom kvartalu 2015. BDP je zabilježio porast od 3,5 %, industrijska proizvodnja u svibnju bilježi porast od 1,5 % (u odnosu na isti mjesec prošle godine). U travnju je vrijednost izvoza (računato u eurima) povećana za 8,4 %, a vrijednost uvoza (računato u eurima) povećao se za 9,4 %. U razdoblju travanj – lipanj bilježi se nezaposlenost od 6,9 %. U lipnju je zabilježen pad cijena roba i usluga u iznosu od 0,6 % u odnosu na isti mjesec prošle godine. Domaća potrošnja pokazuje blagi rast; u svibnju je porasla za 4,4 % u odnosu na isti mjesec prethodne go-

Mađarska – dolasci i noćenja po mjesecima (I. – VII. 2015.) – postotna fluktuacija u usporedbi s prethodnom godinom



Mađarska – kretanje udjela tržišta u ukupnom turističkom prometu u 2015. u usporedbi s 2014. (%)



dine. Prosječna neto plaća u prvom kvartalu iznosila je 156.735.- HUF (oko 507 eura), što je za 4,1 % više u odnosu na isto razdoblje prošle godine.

Emitivni turistički promet

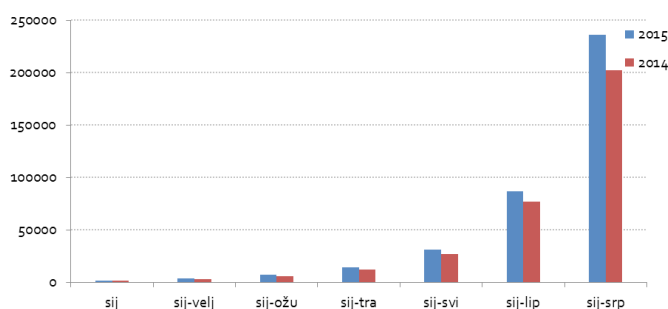
Tijekom lipnja Budapest Bank provela je istraživanje na uzorku od 1.200 ispitanika, od 18 do 75 godina koji koriste internet. Prema dobivenim rezultatima, tijekom srpnja ili kolovoza 48 % stanovništva planira putovati prosječno devet dana (prošle godine osam dana). Dok je prošle godine svega 16 % građana planiralo putovati u inozemstvo, ove godine planira putovati njih 23 %. Na putovanju planiraju potrošiti prosječno 151.000 HUF (oko 495 eura) za razliku od prošle godine kada su planirali potrošiti 118.000 HUF (oko 387 eura). Prema planiranoj potrošnji, 22 % građana planira potrošiti manje od 50.000 HUF (164 eura), dok preko 200.000 HUF (656 eura) planira potrošiti 23 % građana. Većina ispitanika na destinacijama koriste bankovne kartice, a sve je više onih koji koriste kartice kojima se može plaćati „na dodir“.

Rezultati Hrvatske

Rezultati s mađarskog tržišta za srpanj izuzetno su dobri (prvi najveći porast broja noćenja i drugi najveći porast broja dolazaka kada se gledaju najveća emitivna tržišta). Bilježi se porast broja dolazaka (+ 18,71 %) i noćenja (+ 18,41 %) pa je Mađarska u srpnju deveto najvažnije emitivno tržište prema broju dolazaka i osmo najvažnije emitivno tržište prema broju noćenja. U srpnju 2015. registrirano je 23.574 putovanja više nego u srpnju prošle godine.

U razdoblju siječanj – srpanj bilježi se porast broja dolazaka za 16,51 % (prvi najveći porast s najvažnijih emitivnih tržišta) i noćenja za 14,54 % (prvi najveći porast s najvažnijih emitivnih tržišta).

Mađarska – kretanje broja dolazaka u razdoblju siječanj – srpanj 2015. (kumulativno)

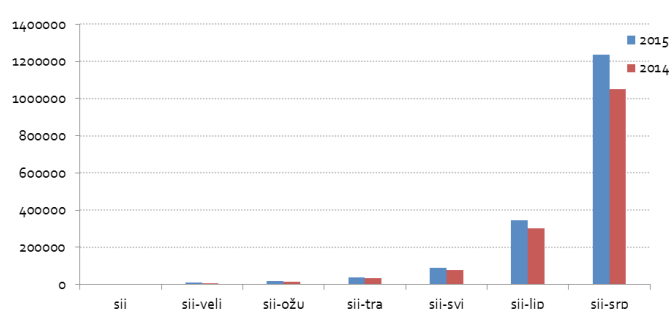


Gotovo svi mađarski organizatori putovanja koji imaju hrvatske programe imaju bolje rezultate nego u istom razdoblju prošle godine.

Aktivnosti predstavnštva

- Tijekom srpnja, veliki broj mađarskih medija objavio je priloge temeljene na statističkim podacima o porastu broja dolazaka i noćenja mađarskih turista u Hrvatsku tijekom lipnja.
- Tijekom srpnja, na komercijalnim radio i TV postajama, objavljeno je nekoliko priloga-razgovora s voditeljem ureda o tekućoj sezoni.
- U proteklom razdoblju izuzetno je dobro zapažena aktivnost predstavnštva na mađarskom jeziku na društvenim mrežama, posebno na Facebooku
- Tijekom srpnja, u mađarskim medijima nastavljen je kampanja oglašavanja domaćeg turizma, ali i oglašavanje Turske, Grčke i Egipta.
- U mađarskim medijima dodatno se oglašava Terra Reisen, najveći dosadašnji mađarski organizator putovanja u Hrvatsku, naglašavajući svoje programe za Hrvatsku. Međutim, krajem sezone Terra Reisen prestaje samostalno poslovati na mađarskom tržištu – veći dio poslovanja preuzima TUI Magyarorszag, odnosno TUI kani preuzeti samo programe smještaja u hotele. Uskoro će se na mađarskom tržištu pojaviti novi organizator putovanja koji bi trebao „preuzeti“ programe putovanja u apartmane.

Mađarska – kretanje broja noćenja u razdoblju siječanj – srpanj 2015. (kumulativno)



NJEMAČKA

Turistički promet s tržišta u razdoblju siječanj – srpanj

2015.			2014.			indeks 2015./14.	
dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
981.039	6.943.909	17,19	906.985	6.315.949	16,78	108,16	109,94

Izvor: Hrvatska turistička zajednica

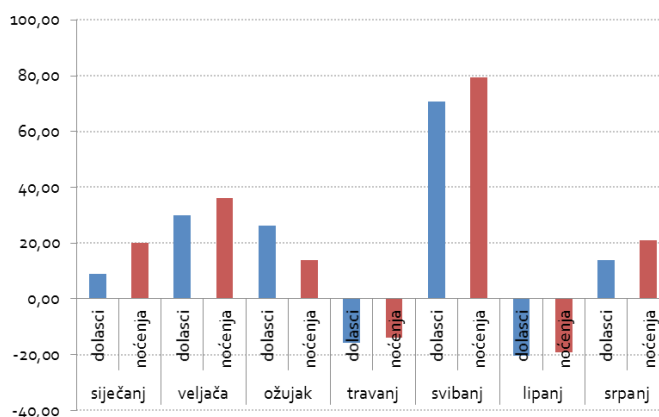
Gospodarsko-političko stanje na tržištu

Gospodarska kretanja tijekom srpnja bila su vrlo dinamična. Međutim, glavna tema vezana je za grčki referendum i eventualan ostanak ili izlazak Grčke iz eurozone. U razdoblju kada se očekivala normalizacija dužničke krize u Grčkoj, grčki vjerovnici predložili su referendum na kojem su se Grci morali izjasniti o prihvaćanju ili ne prihvaćanju prijedloga mjera štednje. Na referendumu koji je održan 5. srpnja, Grci su rekli „ne“ mjerama štednje, što je dodatno zagrijalo situaciju pa su njemački mediji neprestano izvješćivali o stanju u Grčkoj i o razvoju tog problema.

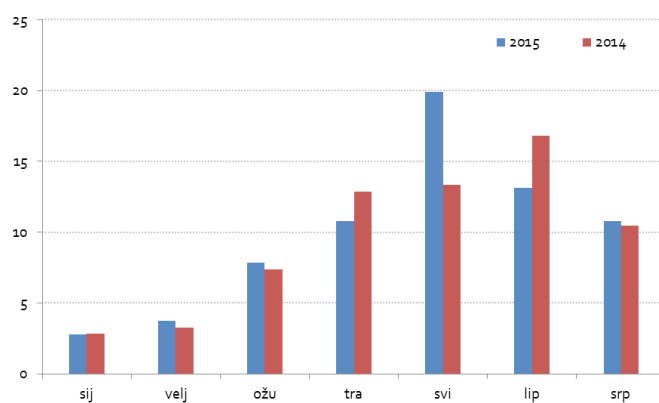
Nakon što je grčki parlament prihvatio reforme, u drugoj polovici srpnja došlo je do razmjernje normalizacije. Osim uloga u grčkom dugu, Nijemce je posebno interesirala situacija u grčkim turističkim destinacijama. Vijesti su bile različite: od urednog poslovanja do nestašice hrane u hotelima. Najučestalija vijest koja je dominirala i u turističkom sektoru bila je zatvaranje banaka i nestašica gotovine na bankomatima. Organizatori putovanja i mediji pozivali su Nijemce koji putuju u Grčku da se prije polaska na put opskrbe dovoljnom količinom gotovine.

Vruća tema u turističkom sektoru bilo je i pitanje je li Grčka izgubila dio gostiju koji su planirali putovati ili su već bukirali odmor u toj zemlji. Prema podacima organizatora putovanja, do većeg otkazivanja nije došlo, međutim, grčki turizam izgubio je u *last minute* ponudi.

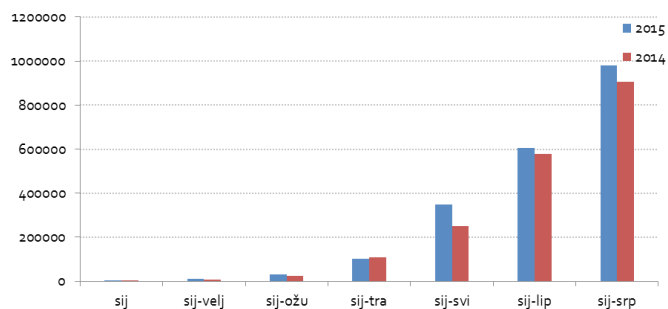
Njemačka – dolasci i noćenja po mjesecima (I. – VII. 2015.) – postotna fluktuacija u usporedbi s prethodnom godinom



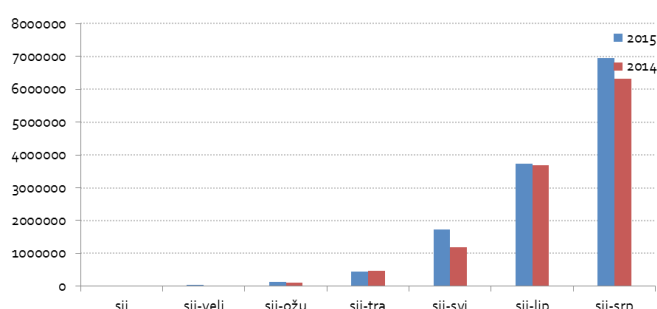
Njemačka – kretanje udjela tržišta u ukupnom turističkom prometu u 2015. u usporedbi s 2014. (%)



Njemačka – kretanje broja dolazaka u razdoblju siječanj – srpanj 2015. (kumulativno)



Njemačka – kretanje broja noćenja u razdoblju siječanj – srpanj 2015. (kumulativno)



Kako kriza utječe na prodaju aranžmana za Grčku u vašoj turističkoj agenciji?

Ne utječe. Prodaja je na visokoj razini.	23 %
Utječe značajno. Prodaja je u minusu.	45 %
Ne vidim razlike u odnosu na prošlu godinu.	32 %

Izvor: Fww

Iz ankete koja je provedena krajem srpnja i koja se odnosi na trenutno stanje prodaje, može se zaključiti da je trenutno kod polovice agencija prodaja za Grčku slabija u odnosu na lani. Valja napomenuti da je Grčka destinacija s jakim utjecajem organizatora putovanja i da se do kraja svibnja proda veći dio aranžmana za tekuću godinu (oko 80 %), zbog čega će opseg putnika koji će umjesto u Grčku otputovati u Hrvatsku, biti vrlo ograničen.

Emitivni turistički promet

Prodaja turističkih aranžmana u lipnju 2015., u odnosu na isto razdoblje prethodne godine, teško se može usporediti. U lipnju 2014. održavalo se Svjetsko nogometno prvenstvo i Nijemci nisu razmišljali o godišnjim odmorima, zbog čega je promet u turističkim agencijama bio manji za 18,5 % u usporedbi s 2013. To je jedan od bitnih faktora koji služe kako bi se razumjela situacija proteklog lipnja.

Prema GfK-u, promet u agencijama bio je 19,6 % veći u odnosu na isti mjesec 2014. Rast, iako veliki, je relativan jer je baza iz 2014. bila mala. Ipak, i taj rast pridonio je povećanju kumulativne realizacije koja je do kraja lipnja za 8,5 % veća u odnosu na lanjsku sezonu.

U srpnju je 16 % više bukinga, a u kolovozu 4,7 % više u odnosu na iste mjesece prošle godine. Gotovo 255 bukinga u lipnju odnosilo se na *last minute* aranžmane s polaskom do kraja srpnja.

U srpnju se optimizam u agencijama smanjio. Prema istraživanju tvrtke Dr. Fried + Partner (koje se provodi za stručni časopis Fww), proizlazi da samo 205 ispitanika smatra da će promet i dalje rasti, dok većina smatra da će se zadržati trenutni opseg prometa. Trećina ispitanika ocjenjuje trenutnu situaciju dobrom, a više od 50 % je zadovoljno prodajom.

Zbog slabog eura, organizator putovanja Studiosus u 2016. očekuje slabiju potražnju za dalekim destinacijama, uz iznimku Irana. Predviđa se slaba godina za daleke destinacije, ali jaka za Europu. Razlog je povećanje cijena u zemljama koje koriste američki dolar kao referentnu valutu. SAD će postati skuplji za 15 % u odnosu na prošlu godinu, Južna Amerika za 12,5 %, a Brazil za 21 %. Stoga Studiosus prilagođava ponudu i programe za 2016. tako da se npr. za SAD kapaciteti smanjuju za 20 %.

Drugačija je situacija s Iranom koji je već sada s 2.500 gostiju značajno odredište Studiosusa, iako kao odredište nije povoljno. Zato su u 2016. cijene putovanja više u prosjeku za 14 %. Ponuda je još povećana jer su u Studiosusu uvjereni da će u narednih godinu dana prodati sve raspisane termine za Iran.

Isto vrijedi i za Kubu, koja je također jedan od velikih pobjednika. Oporavak se osjeća i kod Južne Afrike, unatoč velikoj geografskoj udaljenosti i pretrpljenim teškim gubitcima zbog „krize ebola“.

Nakon ovogodišnjeg RDA povlače se prve bilance o stanju na tržištu grupnih i autobusnih putovanja. Udruženje autobusera RDA procjenjuje da je ove godine poslovanje autobusera u jednoznačenkastom plusu.

Osim toga, njemački autobuseri imaju koristi od rastuće popularnosti Njemačke kao turističke destinacije. Turističke grupe iz prekomorskih zemalja započinju svoje europske ture upravo u njemačkim zračnim lukama poput Frankfurta i Münchena.

Od sveukupnih turističkih putovanja koja su Nijemci realizirali u 2014., 8 % otpada na putovanja autobusom, a unutar Njemačke čak jedno od deset. Prosječna cijena po osobi u 2014. za grupna putovanja iznosila je 1.046 eura, za autobusne ture 828 eura, što je 11 % više u odnosu na 2013. Prosječna starost klijenata je 59 godina.

Na povećanje cijena također utječe što organizatori putovanja sve više kombiniraju putovanja autobusom s drugim prijevoznim sredstvima. Tema ovogodišnjeg RDA-Workshopa bila je „Bus Plus“. Veliki broj organizatora paket-aranžmana predstavilo je svoju ponudu kružnih putovanja kombiniranih s dolascima zrakoplovom ili krstarenjima. „Osim što je u prošloj godini ostvareno 5,8 milijuna putovanja autobusom, 1,4 milijun putnika koji su doputovali zrakoplovom napravili su višednevne izlete autobusom u ciljanom području“, rekao je Dieter Gauf, generalni direktor RDA. Tu se također navodi dolazak i odlazak autobusom u zračne luke ili na krstarenja u zemlji i inozemstvu.

Nijemci koji koriste ovaj oblik prijevoza, 39 % putovanja ostvaruju u zemlji i 61 % u inozemstvu. Na domaćem tržištu prednjači Bavarska, zatim s većim rastom slijede Schleswig-Holstein i Mecklenburg-Vorpommern, izjavio je Eberhardt. Na inozemnom tržištu prednjači Italija koja je ispred Austrije, Poljske, Španjolske i Francuske.

Za mnoge zemlje, autobusni turizam ima važno značenje. Tako npr. 36 % svih putovanja u Češku otpada upravo na autobusne ture.

Obnavljanje klijentele za autobusne ture RDA vidi u sve većem procvatu udaljenih linija. Mnogi mladi ljudi doživjeli su ugodno i sigurno putovanje autobusom, na odredište se stiže na vrijeme i uslužno je orijentirano kao što je opremljenost wi-fi-jem. Niz linija su također jedna nova ekonomska potpora autobuserima. Po Eberhardt, aktivno je oko 180 tvrtki kao prijevoznici Mein Fernbus, Flixbus, Postbus & Co.

Stanje prodaje za Hrvatsku

Rezultati organizatora putovanja veći su za 10 do 20 % u odnosu na prošlu godinu. Potencijalni klijenti sve kasnije bukiraju što dovodi do promjena u politici organizatora putovanja. Ulazni buking za Hrvatsku nastavlja s rastom.

U srpnju gotovo svi organizatori putovanja bilježe dvoznamenkasti rast, što predstavlja dobar trend prije početka kolovoza. Kako sezona odmiče, organizatori putovanja javljaju o sve većoj pojavi stop bukinga.

Nakon prvih šest mjeseci, rast dolazaka iznosi 4,7 %, a noćenja 1,7 %. Predsezona je bila dobra, iako su u 2015. proljetni praznici u južnim njemačkim pokrajinama pomaknuti za dva tjedna ranije u odnosu na 2014., što je za Hrvatsku nepovoljnije.

U srpnju je u Hrvatsku iz Njemačke došlo 370.000 gostiju koji su realizirali 3,2 milijuna noćenja, što je za 20 % više u odnosu na 2014.

Srpanjski rezultati poboljšali su i kumulativna ostvarenja. Za prvih sedam mjeseci bilježi se 8 % više dolazaka i 10 % više noćenja. Do kraja srpnja realizirano je nešto manje od polovice planiranih dolazaka i noćenja za 2015.

Aktivnosti predstavništva

- U organizaciji Turističke zajednice grada Dubrovnika i predstavništava, u Münchenu je 30. lipnja priređen ručak za predstavnike medija koji djeluju na području Bavarske. Predstavicima 20-tak medija iz dnevnih redakcija, magazina i radija predstavljen je projekt za produženje sezone Hrvatska 365, gastronomski projekt Good Food Festival koji će se od 22. do 25. listopada održati u Dubrovniku, a Dubrovnik je predstavljen i kao atraktivno odredište za gradski turizam.

Dana 1. srpnja prezentirana je jesenska dubrovačka ponuda, koja je realizirana s najvećom bavarском medijskom kućom Münchner Merkur (minhenske dnevne novine s nakladom od 400.000 primjeraka) i specijalistom za Hrvatsku ID Riva Tours. Uz prisustvo više od 200 osoba, predstavljeno je putovanje u Dubrovnik koje se u jesen organizira za čitatelje Merkura, a dječjim reporterima koji za Merkur izvješćuju sa svojih putovanja u Hrvatskoj, odgovarano je na pitanja. Predstavnici ID Riva Tours prezentirali su detalje oko planiranog putovanja za čitatelje u Dubrovnik.

- Na Dunavskom festivalu (Donaufest) u Deggenedorfu koji se održao od 15. do 19. srpnja, ispostava je promovirala Hrvatsku i hrvatske turističke destinacije. Priliku za promociju dobilo je deset zemalja koje povezuje Dunav (Njemačka, Austrija, Slovačka, Mađarska, Srbija, Rumunjska, Bugarska, Moldavija, Ukrajina i Hrvatska). Na hrvatskom štandu posjetitelji su se informirali o hrvatskim turističkim destinacijama, interes za Hrvatsku bio je iznimno velik, a naročito za jadranske regije i Grad Zagreb. U suradnji s tvrtkom Grape food iz Nürnberga, nudili su se hrvatski proizvodi (vino, maslinovo ulje i proizvoda od maslinovog ulja, smokvenjak, rakije i dr.).

POLJSKA

Turistički promet s tržišta u razdoblju siječanj – srpanj

2015.			2014.			indeks 2015./14.	
dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
361.395	2.300.348	5,70	348.097	2.185.224	5,81	103,82	105,27

Izvor: Hrvatska turistička zajednica

Gospodarsko-političko stanje na tržištu

Državni zavod za statistiku Republike Poljske objavio je da je nezaposlenost u Poljskoj u srpnju 2015. iznosila 10,4 %, što je najniža stopa nezaposlenosti u zadnjih osam godina.

Bank of America objavila je prognozu rasta BDP-a u 2015. od 3,5 %, a u 2016. poljsko gospodarstvo razvijat će se stopom od 3,7 %. Isti izvor procjenjuje da će stopa inflacije imati negativan predznak, odnosno 0,5 % u 2015. i 1,5 % u 2016. uz nepromijenjenu eskontnu stopu u iznosu od 1,5 %.

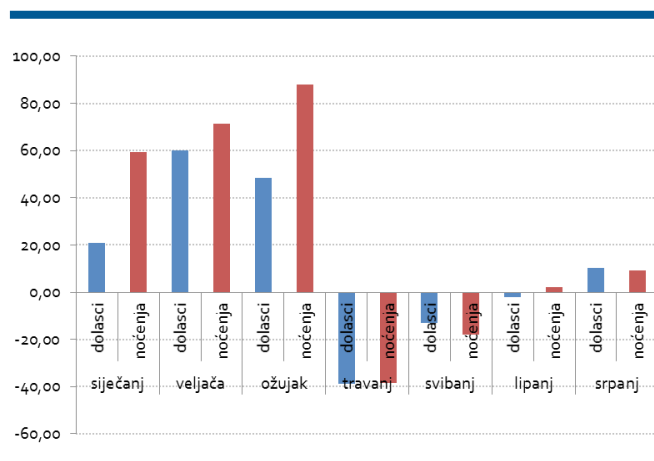
Zbog pada cijena nafte na svjetskom tržištu, pojeftinjuje benzin i procjenjuje se da će cijena benzina do kraja godine biti oko četiri zlate/litar.

Republiku Poljsku 25. listopada očekuju parlamentarni izbori, a 6. kolovoza predsjedničke ovlasti preuzeo je novoizabrani predsjednik Andrzej Duda.

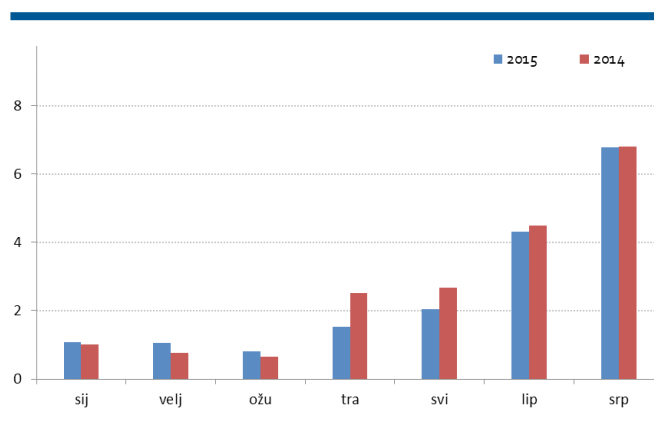
Emitivni turistički promet

U izvješću za lipanj najavili smo da će, usprkos poteškoćama u svibnju i lipnju, naredni mjeseci biti potvrda da poljski turisti nisu iznevjerili Hrvatsku. Dolasci i noćenja u srpnju su pozitivni, a bili bi još bolji za nekoliko postotaka da je iz Poljske za Hrvatsku bilo direktnih letova. Nešto

Poljska – dolasci i noćenja po mjesecima (I. – VII. 2015.) – postotna fluktuacija u usporedbi s prethodnom godinom



Poljska – kretanje udjela tržišta u ukupnom turističkom prometu u 2015. u usporedbi s 2014. (%)

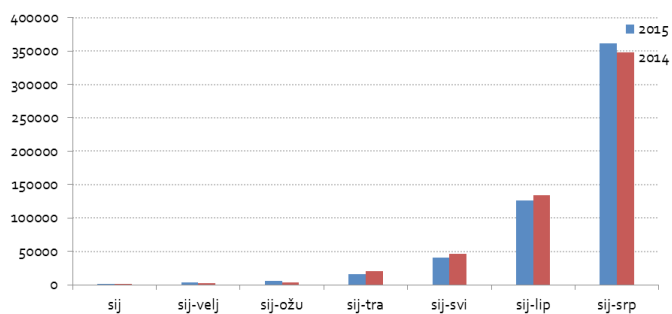


lošiji rezultati u srpnju zabilježeni su u Dubrovačko-neretvanskoj županiji, zbog nedostatka zrakoplova, ali i zbog smanjenja broja dolazaka i noćenja na Pelješcu i Korčuli zbog požara. Očekuje se da će minus u Dubrovačko-neretvanskoj županiji biti nadoknađen u sljedećim mjesecima. Sve ostale županije bilježe porast u dolascima i noćenjima, a neke bilježe i dvoznamenkaste poraste.

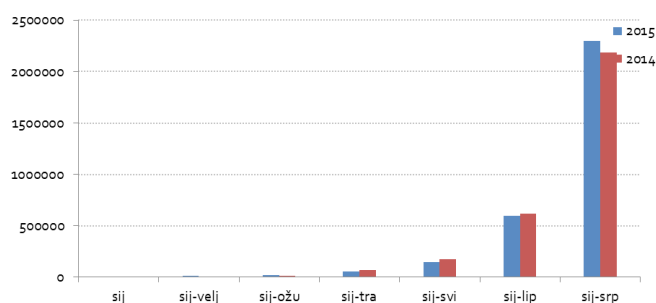
Aktivnosti predstavništva

Tema požara na Korčuli i Pelješcu praćena je i u poljskim medijima, koji su korektno prenosili vijesti o stvarnom stanju. Direktor predstavništva dao je izjavu glavnim informativnim TV postajama o situaciji vezanoj za požare.

Poljska – kretanje broja dolazaka u razdoblju siječanj – srpanj 2015. (kumulativno)



Poljska – kretanje broja noćenja u razdoblju siječanj – srpanj 2015. (kumulativno)



RUSIJA

Turistički promet s tržišta u razdoblju siječanj – srpanj

2015.			2014.			indeks 2015./14.	
dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
60.063	447.597	1,11	81.776	640.087	1,70	73,45	69,93

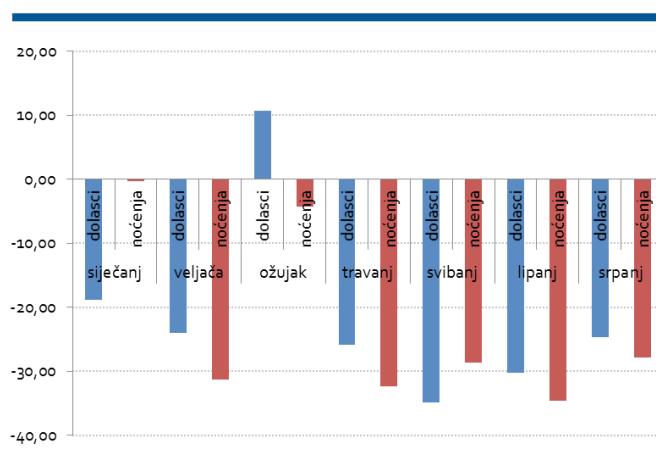
Izvor: Hrvatska turistička zajednica

Gospodarsko-političko stanje na tržištu

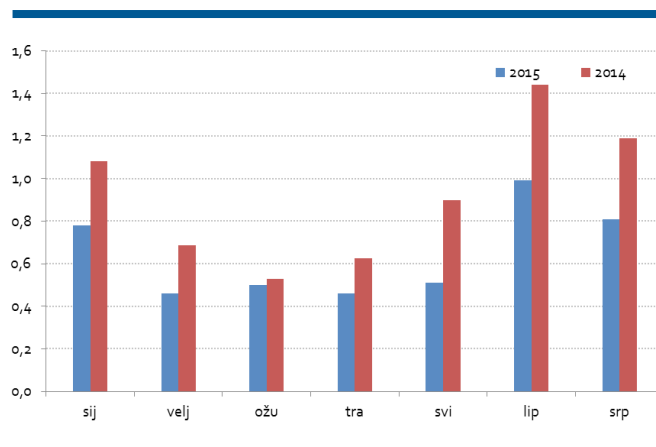
Središnja banka Rusije u svibnju i lipnju kupila je na unutarnjem tržištu 6,36 milijardi američkih dolara za popunu zlatnih i deviznih rezervi. U Banci su u lipnju izjavili da je jedna od zadaća tijekom sljedećih nekoliko godina povećati rezerve do razine koja će biti dostatna za nadomjestak značajnijeg odljeva kapitala tijekom dvije do tri godine, što bi, prema procjenama, mogle osigurati rezerve od 500 milijardi američkih dolara, koje bi mogle biti prikupljene za pet do sedam godina. Početkom kolovoza 2008. ruske rezerve dostigle su povijesni maksimum kada su iznosile više od 598 milijardi američkih dolara. Uoči početka političke krize između Rusije i Zapada, rezerve su se kretale oko 500 milijardi američkih dolara, nakon čega je započeo dugotrajan pad. Krajem svibnja 2015. ruske rezerve iznosile su 356,7 milijardi američkih dolara.

Ministarstvo financija predlaže obnavljanje popune Rezervnog fonda, ukoliko cijena nafte za barel naraste iznad 70 američkih dolara. Početkom srpnja vrijednost Rezervnog fonda iznosila je 4,265 trilijuna rubalja (oko 69,9 milijardi eura), a u Ministarstvu smatraju da se potpuno trošenje sredstava iz Fonda tijekom narednih nekoliko godina ne smije dopustiti. S obzirom da je rusko gospodarstvo u velikoj mjeri ovisno o vanjskim faktorima, tj. tržišnoj konjunkturi, nedostatak rezervi dovodi u pitanje njegovu održivost i uredno izvršavanje proračunskih obveza, budući da će se proračunski deficit uglavnom financirati iz Rezervnog fonda. Za ovu godinu planira se trošenje sredstava Fonda u visini 2,5 – 3 trilijuna rubalja (40 – 49 milijardi eura), a za 2015. – 2016. tek nešto više od jednog trilijuna (16 milijardi eura), kako bi do 2018. u Fondu ostalo oko 500 milijardi rubalja (8,1 milijarda eura).

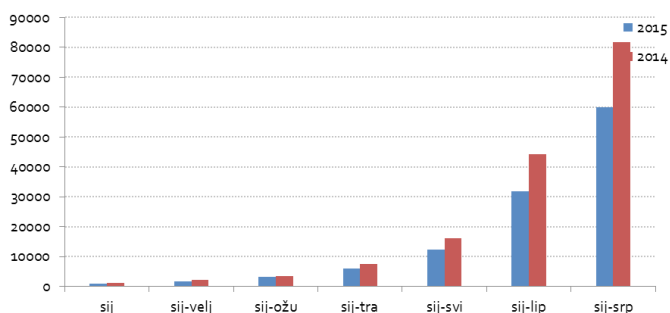
Rusija – dolasci i noćenja po mjesecima (I. – VII. 2015.) – postotna fluktuacija u usporedbi s prethodnom godinom



Rusija – kretanje udjela tržišta u ukupnom turističkom prometu u 2015. u usporedbi s 2014. (%)



Rusija – kretanje broja dolazaka u razdoblju siječanj – srpanj 2015. (kumulativno)



Zamjenik ministra vanjskih poslova Vasilij Nebenzia, izrazio je nadu da će vodeće svjetske agencije uskoro revidirati rejting Rusije, dodavši kako smatra da ekonomsku situaciju u zemlji treba ocjenjivati objektivno. Također, iznio je sumnje da se rejtinzi sastavljaju ne samo na temelju ekonomske situacije, već i iz političkih pobuda te upozorava na potrebu reforme sustava rejting agencija.

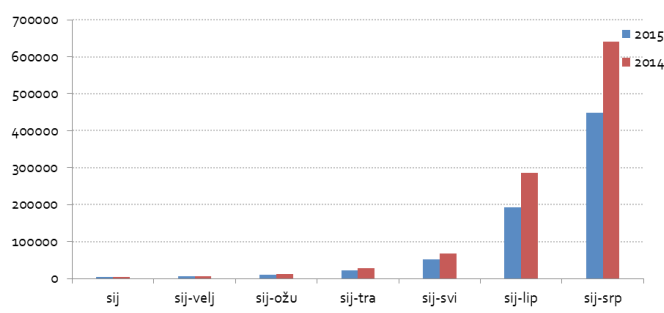
Suvereni rejtinzi Rusije nisu se mijenjali od 2010. do 2014. U travnju 2014. agencija S&P snizila je suvereni rejting Rusije do BBB-, a u listopadu iste godine to je učinila i agencija Moody's. U prvom kvartalu 2015. sve tri agencije dodatno su snizile suvereni rejting Rusije, pri čemu Moody's i S&P na razinu „špekulativnog“.

Predsjednik uprave Gazproma Aleksej Miller izjavio je da je kompanija 1. srpnja obustavila isporuku plina Ukrajini, s obzirom da Ukrajina nije uplatila avans za srpanj. Dan ranije, Naftogaz Ukrajine najavio je prekid kupovine ruskog plina, nakon što uvjeti isporuke nisu bili usuglašeni tijekom trilateralnih pregovora u Beču. Rusija je, naime, ponudila popust od 40 američkih dolara za tisuću kubnih metara, sukladno čemu bi cijena ostala na razini drugog kvartala, odnosno 247,17 američkih dolara, što Ukrajinu nije zadovoljavalo. Miller je izjavio da je ponuđena cijena u skladu s cijenama za susjedne zemlje, konkretno Poljsku.

Dva dana kasnije, predsjednik Europskog parlamenta Martin Schulz pozvao je Rusiju da bez odlaganja nastavi pregovore s Ukrajinom radi pronalaska dugoročnog rješenja.

Državna дума je, nakon tri godine diskusije, u trećem čitanju usvojila Zakon o javno-privatnom partnerstvu, koji bi mogao stupiti na snagu 1. siječnja 2016. Procjenjuje

Rusija – kretanje broja noćenja u razdoblju siječanj – srpanj 2015. (kumulativno)



se da će stupanje Zakona na snagu potaknuti odmrzavanje investicijskih projekata u vrijednosti oko 1,3 trilijuna rubalja (oko 21 milijarde eura). Sukladno tekstu Zakona, objekti ugovora o javno-privatnom partnerstvu mogu biti privatne ceste ili dijelovi privatnih cesta, mostovi, ostali objekti cestovne infrastrukture, ostala prometna infrastruktura (osim podzemne željeznice), uključujući morske i riječne luke, zračne luke, elektrane, hidrotehničke objekte, cjevovode, linije veza, objekte u zdravstvu i obrazovanju i dr.

Bez obzira na to što okvirni zakon do sada nije postojao, partnerstvo države i privatnih investitora do sada je funkcioniralo u obliku koncesija, o kojima zakon postoji još od 2005. Prema podacima Centra za razvoj javno-privatnog partnerstva s kraja svibnja 2015., u Rusiji je realizirano 595 projekata javno-privatnog partnerstva, od čega se 435 odnosi na koncesije (ostali su regulirani lokalnim zakonima).

Bjelorusija mora smanjiti ovisnost o trgovini s Rusijom i zemljama Euroazijske ekonomske unije, a povećati robnu razmjenu s EU i azijskim zemljama, izjavio je predsjednik Aleksandar Lukašenko. Prema riječima bjeloruskog predsjednika, nova izvozna strategija podrazumijeva da će se trećina proizvoda izvoziti u zemlje Euroazijske ekonomske unije, trećina u EU, a trećina u zemlje Azije, Bliskog Istoka, Latinske Amerike i Afrike, uz nadu da će takav pristup pomoći njegovoj zemlji da do 2020. ostvari pozitivan vanjskotrgovinski saldo. Trenutno, prema riječima Lukašenka, bjelorusko gospodarstvo „trpi posljedice i od rata sankcijama, koji vode Zapad i Rusija“. Prema podacima Ministarstva financija Bjelorusije, prošle godine uvoz je bio veći od izvoza za 4,4 milijarde američkih dolara, pri čemu su se oba pokazatelja praktički smanjila za 30 %. Na

Rusiju se odnosi 40 % bjeloruskog izvoza i čak 50 % uvoza, dok se na EU odnosi 30 % izvoza i tek jedna petina bjeloruskog uvoza.

Do lipnja pad rublje nije bio tako snažan da bi imao osjetan utjecaj na standard ruskih građana, no već u drugoj polovici srpnja bilježi se izrazito jak pad rublje u odnosu na američki dolar i euro. Prema mišljenju stručne javnosti očekuje se daljnje slabljenje rublje.

Receptivni turistički promet

Prema službenim podacima, turistička sezona u ruskim ljetnim destinacijama smatra se iznimno uspješnom. Najposjećenije destinacije su Soči, Anapa i Jalta. Broj *online* bukinga za Krim porastao je tri puta u odnosu na 2014., a za Krasnodarski kraj 1,5 puta. Prosječan broj noćenja ruskih turista na Krimu je deset dana i u prosjeku troše 3.100 rubalja dnevno. Najskuplja destinacija je Jalta i ruski turisti tamo troše u prosjeku 5.700 rubalja.

Vijesti iz sektora

- Prema procjenama ATOR-a (Udruženje ruskih organizatora putovanja), broj ruskih turista koji će ovo ljeto putovati na odmor u europske ljetne destinacije bit će manji za oko 40 % u odnosu na prošlo ljeto.
- Prema informacijama organizatora putovanja, vidi se pad upita i bukiranja za europske destinacije koji kod većine organizatora putovanja iznosi preko 45 %. Izuzetak je Crna Gora koja kod nekih organizatora putovanja bilježi porast u odnosu na prošlu godinu zbog vrlo konkurentnih cijena, bezviznog režima te velikog broja ruskih državljanina koji posjeduju nekretnine u Crnoj Gori.
- I dalje je po broju ruskih turista na prvom mjestu Turska (32 %), pa Egipat (22 %) Grčka, Španjolska, Cipar, Bugarska i Crna Gora.
- Ako analiziramo interes po kategorijama hotela, tada je slika ruskog turizma sljedeća: 31 % su izabrali hotele s pet zvjezdica, 29 % s četiri zvjezdice, a 34 % s tri zvjezdice. Također, bitno je napomenuti da 42 % ruskih turista bira opciju *all inclusive*, 18 % bira hotele s doručkom, a 12 % bira *ultra all inclusive*.
- Obzirom na slabu i nestabilnu rublju koja je i dalje u padu, 37 % turista kupuje aranžmane manje od tjedan dana prije leta, 25 % turista kupuje aranžmane u razdoblju od jednog do dva tjedna prije puta, a samo 17 % kupuje više od dva tjedna prije puta.
- Ove godine ruski turisti smanjili su potrošnju izvan granica Rusije gotovo dva puta.
- U razdoblju od srpnja 2014. do srpnja 2015. zatvorila se svaka šesta turistička agencija u Moskvi i St. Peterburgu.
- Zbog pada prihoda ruski građani su se, u prvom polugodištu 2015., u prvom redu odrekli putovanja i delikatesa.
- Prema informacijama koje prenosi Rata News, broj dolazaka ruskih turista u Grčku pao je u prvih pet mjeseci za 62 % u odnosu na isto razdoblje prošle godine.
- Vlada Tunisa spremna je kompenzirati 40 % troška čarter letova ruskim organizatorima putovanja, pod uvjetom da organizator putovanja popuni čarter na 50 %.
- Iako su turski hotelijeri u prosjeku spustili cijenu aranžmana za 27 % u odnosu na prošlu godinu, imajući u vidu cijenu u eurima, u prvih sedam mjeseci zabilježen je pad broja ruskih turista od oko 30 %.
- Dana 20. srpnja moskovski organizator putovanja Gold Line proglasio je stečaj.
- Zbog konzervativne poslovne politike ruskih organizatora putovanja, ove sezone broj čartera iz Rusije prepolovljen je u odnosu na 2014., a od leta za Dubrovnik odustali su i Aeroflot i Transaero. Bez obzira na navedeno te na ekonomsku i političku situaciju u Rusiji, potražnja za odmorom u Hrvatskoj pozitivno je iznenadila ruske organizatore putovanja i opći je zaključak da ove godine neće zaraditi na Hrvatskoj onoliko koliko su mogli.
- Rezultati marketinške i PR kampanje HTZ-a te aktivnosti predstavništva pozitivno su se odrazili na potražnju ruskih turista za odmorom u Hrvatskoj, što će svakako biti poticaj ruskim organizatorima putovanja da optimističnije planiraju sezonu 2016.

Aktivnosti predstavništva

- Održan je sastanak s organizatorom putovanja TUI Rusija povodom preliminarnih dogovora glede suradnje na projektu Advent u Zagrebu.
- Održan je sastanak s organizatorom putovanja Pax vezano uz zajedničko oglašavanje i strateške projekte u 2016.
- Održan je sastanak u konzulatu RH u Moskvi vezano uz žalbe ruskih organizatora putovanja glede ishodovanja viza za ruske turiste.
- Održan je sastanak s vlasnikom *web sitea* Plaže Hrvatske vezano uz potencijalnu suradnju na daljnjem širenju projekta.
- Održan je sastanak s organizatorom putovanja Ruski Ekspres vezano uz zajedničko oglašavanje.
- Tijekom srpnja, a po procjenama PR News Media Monitoring and Analysis Company, procjena ukupne vrijednosti objava iznosila je oko 200.000 eura. Obzirom na sezonu koja je u jeku, može se konstatirati da je Hrvatska kvalitetno zastupljena kao destinacija u raznim ruskim medijima.

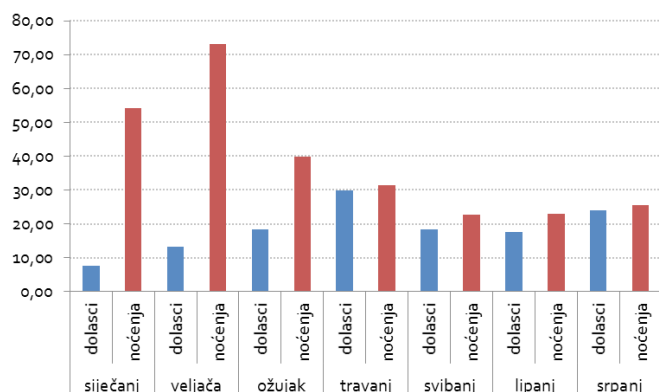
SAD I KANADA

Turistički promet s tržišta u razdoblju siječanj – srpanj

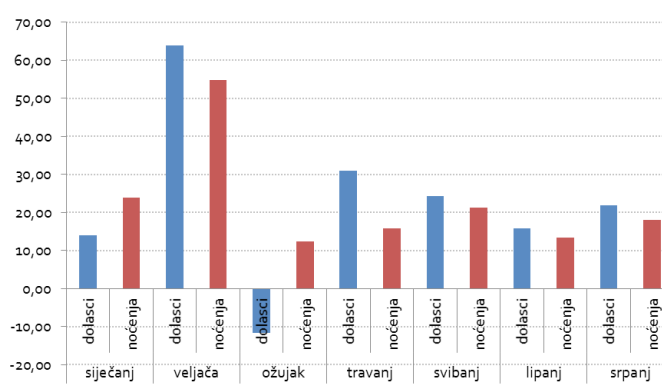
	2015.			2014.			indeks 2015./14.	
	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
SAD	177.647	503.671	1,25	146.764	397.900	1,06	121,04	126,58
Kanada	49.570	141.438	0,35	41.117	120.221	0,32	120,56	117,65
UKUPNO	227.217	645.109	1,60	187.881	518.121	1,38	120,94	124,51

Izvor: Hrvatska turistička zajednica

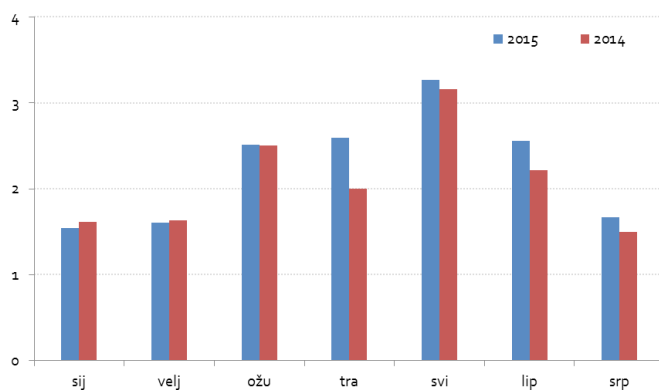
SAD – dolasci i noćenja po mjesecima (I. – VII. 2015.) – postotna fluktuacija u usporedbi s prethodnom godinom



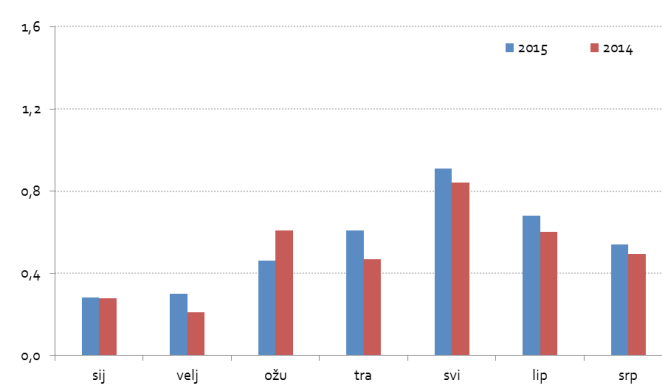
Kanada – dolasci i noćenja po mjesecima (I. – VII. 2015.) – postotna fluktuacija u usporedbi s prethodnom godinom



SAD – kretanje udjela tržišta u ukupnom turističkom prometu u 2015. u usporedbi s 2014. (%)



Kanada – kretanje udjela tržišta u ukupnom turističkom prometu u 2015. u usporedbi s 2014. (%)



Gospodarsko-političko stanje na tržištima

SAD

Realni BDP zabilježio je kretanje po stopi od 0,6 % (korigirano s - 0,2 % što je bila ranija procjena) u prvom kvartalu te 2,3 % u drugom kvartalu 2015. (prva procjena). Rast realnog BDP-a u drugom kvartalu odraz je rasta osobne potrošnje, izvoza, javne potrošnje i rezidencijalnih fiksnih investicija. Izvoz koji utječe na smanjenje BDP-a se povećao. Godišnja stopa rasta bruto domaćeg proizvoda kretala se po stopi od 2,3 % u drugom kvartalu u odnosu na prvi kvartal (2,9 %).

Stopa nezaposlenosti u lipnju smanjila se na 5,3 % u odnosu na svibanj kad je iznosila 5,5 %. Stopa inflacije u lipnju iznosila je 0,1 % zahvaljujući kontinuiranom padu cijena energenata.

Prema rezultatima istraživanja The Thomson Reuters/ University of Michigan's, povjerenje potrošača se neznatno smanjilo u srpnju, no to nije utjecalo na dominantan pozitivan trend kao rezultat pozitivne klime zapošljavanja i visine osobnog dohotka.

Zaključno s 22. srpnjem, razvidno je jačanje dolara u odnosu na druge svjetske valute koje uključuju euro, kanadski dolar, japanski yen, britansku funtu, švicarski franak, australski dolar i švedsku krunu (22. 7. 2015. – 117,555; indeks siječanj 1997. = 100). u usporedbi s podacima iz lipnja 2015. (27. 6. 2015. – 115,498; indeks siječanj 1997. = 100). Trenutno 1 USD iznosi 0,9128 eura, što ukazuje na jačanje dolara u odnosu na analizu od 7. srpnja kad je 1 USD iznosio 0,9113 eura.

Kanada

Bruto domaći proizvod Kanade zabilježio je kretanje po negativnoj stopi od 0,1 % u prvom kvartalu, što je lošije u odnosu na rezultate iz prethodnih kvartala radi smanjenja potrošnje, investicija i izvoza. Godišnja stopa rasta BDP-a kretala se po stopi od 2,06 % u prvom kvartalu 2015., što predstavlja manji pad u odnosu na isto razdoblje 2014.

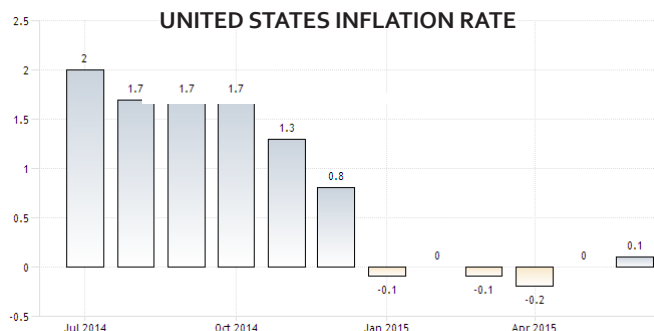
Stopa nezaposlenosti u lipnju ostala je nepromijenjena u odnosu na prethodna tri mjeseca i iznosi 6,8 %. Stopa inflacije u lipnju povećala se u odnosu na svibanj (0,9 %) i iznosi 1,0 %.

UNITED STATES GDP ANNUAL GROWTH RATE



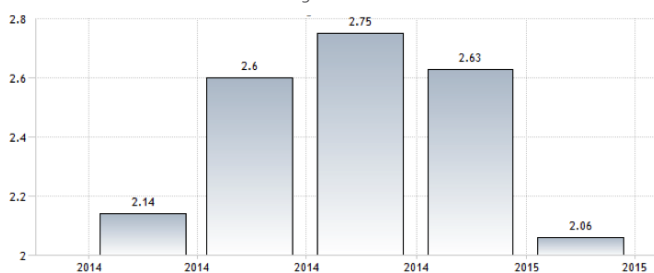
Izvor: www.tradingeconomics.com / Bureau of Labor Statistics, 3. 8. 2015.

UNITED STATES INFLATION RATE



Izvor: www.tradingeconomics.com / Bureau of Labor Statistics, 3. 8. 2015.

CANADA GDP ANNUAL GROWTH RATE
Percent Change in Gross Domestic Product



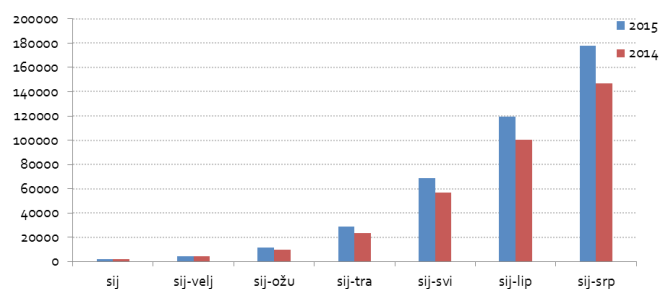
Izvor: www.tradingeconomics.com / Statistics Canada, 3. 8. 2015.

CANADA INFLATION RATE

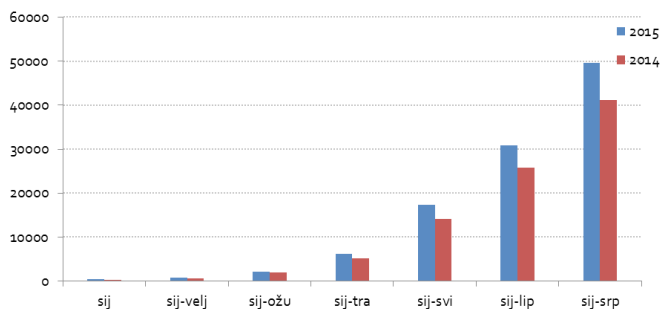


Izvor: www.tradingeconomics.com / Statistics Canada, 3. 8. 2015.

SAD – kretanje broja dolazaka u razdoblju siječanj – srpanj 2015. (kumulativno)



Kanada – kretanje broja dolazaka u razdoblju siječanj – srpanj 2015. (kumulativno)



Emitivni turistički promet

SAD – međunarodna putovanja

U razdoblju siječanj–svibanj, putovanja američkih putnika u inozemstvo dosegla su brojku od 27,2 milijuna što je 6 % više u odnosu na za isto razdoblje 2014. Nakon putovanja u Meksiko (41,8 %), Europa je i dalje najatraktivnija daleka destinacija – 15,4 % (4.193.086 putnika, 3,4 % više u odnosu na isto razdoblje 2014.).

Izvor: U.S. National Travel & Tourism Office, 5. 8. 2015.

Najprometnije zračne luke u SAD-u su:

1. New York (JFK)
2. Miami (MIA)
3. Los Angeles (LAX)
4. Newark (EWR)
5. Chicago (ORD)
6. Atlanta (ATL)
7. San Francisco (SFO)
8. Houston International (IAH)
9. Dallas-Ft Worth (DFW)
10. Washington Dulles (IAD)

Kanada – međunarodna putovanja

U razdoblju siječanj – svibanj ukupna međunarodna putovanja povećala su se za 0,3 % i iznose 14,4 milijuna. Prekooceanska putovanja povećala su se za 8,9 %, a putovanja u SAD smanjila su se za 4,7 %, što je rezultat slabljenja kanadskog naspram američkom dolaru.

Izvor: Canadian Tourism Commission, 5. 8. 2015.

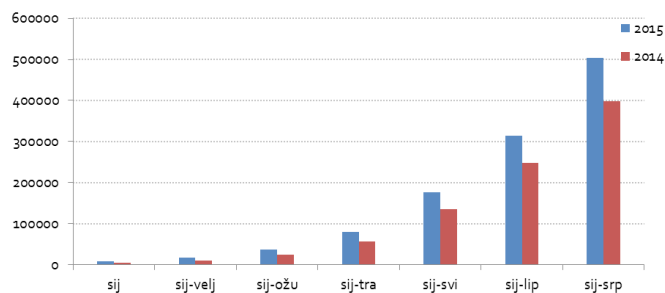
Ostale zanimljivosti s tržišta

Nastavlja se pozitivan trend bukinga s naglaskom na jesen i početak zime; ljetni mjeseci nešto su manje popularni za organizirana grupna putovanja u odnosu na predsezonu i posezonu, no prisutan je solidan broj FIT klijenata koji najviše putuju u srednju i južnu Dalmaciju, Zagreb i Kvarner. Raste broja bukinga organiziranih tura za oko 12 %.

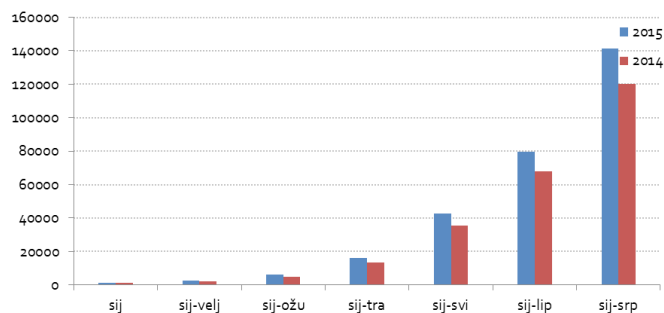
Escorted Tours za jesen i zimu i dalje bilježi porast bukinga od 10 %. Cruising je u porastu od oko 20 %. Raste i interes za tzv. Affordable Croatia zimskim programima; oko 15 % više u odnosu na prošlu godinu.

Programi organizatora putovanja za iduću godinu su u opticaju i važno je napomenuti da su američkim putnicima zbog jakog dolara cijene vrlo atraktivne te se u 2016. očekuju još bolji rezultati. Također se očekuje dodatni rast zahvaljujući održavanju Global Sales Meetinga Collete Vacations, suradnji s Central Holidays, Kompas International i Virtuosom. Temeljem odličnih rezultata u 2015. (na današnji dan zabilježili su 1.605 putnika, odnosno 50 % porasta u odnosu na 2014., Gate 1 (partner Kompas Holidays) uveo je dodatne polaske u travnju 2016. Najveći interes je iz američkih država New York, California, Florida, New Jersey, Massachusetts, Illinois, Texas, Nevada, Ohio, Oregon i Washington.

SAD – kretanje broja noćenja u razdoblju siječanj – srpanj 2015. (kumulativno)



Kanada – kretanje broja noćenja u razdoblju siječanj – srpanj 2015. (kumulativno)



Rezultati Hrvatske

U srpnju je s tržišta SAD-a i Kanade ukupno realizirano 74.775 dolazaka (SAD – 56.634, Kanada – 18.141) i 245.659 noćenja (SAD – 184.906, Kanada – 60.753), što predstavlja porast od 24,2 % u dolascima i 23,9 % u noćenjima u odnosu na isto razdoblje 2014.

U prvih sedam mjeseci s tržišta SAD-a i Kanade ukupno je realizirano 219.148 dolazaka (SAD – 171.441, Kanada – 247.707) i 632.6879 noćenja (SAD – 494.289, Kanada – 138.590), što predstavlja povećanje od 21,4 % u dolascima i 24,8 % u noćenjima u odnosu na 2014. Prosječan boravak povećao se s 2,8 na 2,9 dana.

Razvidan je kontinuirani rast interesa i prometa sa sjevernoameričkog tržišta s naglaskom na tržište SAD-a, što je u skladu s rastom gospodarstva, izraženim jačanjem dolara, potrošačke moći te interesa potražnje za putovanjem u Europu i Hrvatsku.

Aktivnosti predstavništva – samostalno i u suradnji s PR agencijom Grayling

- Ažuriranje Press kita.
- Asistencija Geri Bain, freelancer za JaxFax – članak o Zagrebu za jesensko izdanje JaxFax-a; asistencija oko članka o Rovinju i hotelu Adriatic – Sasha Levine, Departures; asistencija za članak Heidi Mitchell u Bride's magazine – honeymoon story Hvar (očekivana objava u listopadu/studenome) i Istria and the wine country of Croatia u Visa Luxury Magazinu krajem ljeta/početkom jeseni.
- Aktivnosti na društvenim mrežama.
- Priprema *press objave*: „Hrvatska – destinacija za vjenčanje i medeni mjesec“ i aktivni *pitching*.
- Sudjelovanje na obilježavanju obljetnice rođenja Nikole Tesle u organizaciji Veleposlanstva Republike Hrvatske i Tesla Motors u Washington DC-u 9. srpnja.
- Priprema PR materijala i kreiranje profila izlagača za IMEX America u Las Vegasu.
- Udružene marketinške aktivnosti s Kompas Holidays International, Central Holidays i Virtuosom.
- Sastanci s upravom USTOA-e na temu usklađivanja zahtjeva USTOA aktivnih članova i ažuriranje itinerera 2016 USTOA Out Of Country Meeting-a.
- Detaljno istraživanje i analiza turističke potražnje tržišta SAD-a i Kanade.

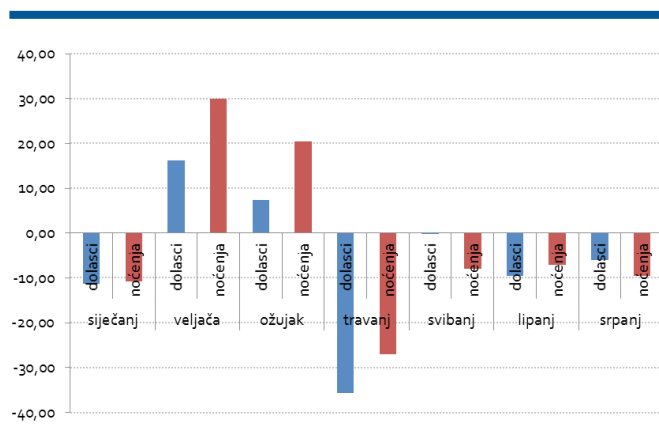
SKANDINAVIJA

Turistički promet s tržišta Skandinavije u razdoblju siječanj – srpanj

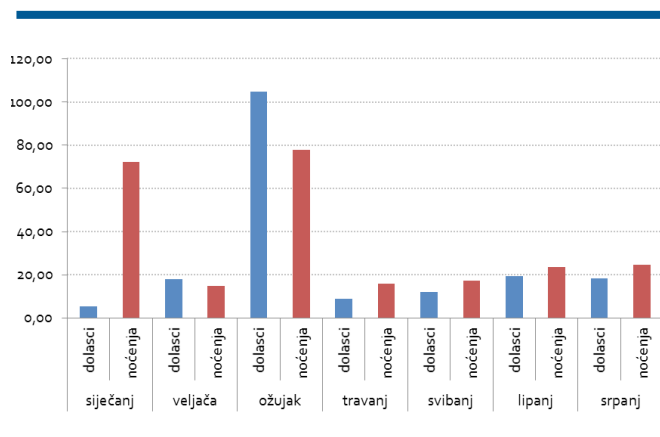
	2015.			2014.			indeks 2015./14.	
	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
Danska	65.708	461.119	1,14	70.681	508.940	1,35	92,96	90,60
Finska	45.277	214.970	0,53	38.598	175.441	0,47	117,30	122,53
Norveška	92.636	567.571	1,41	107.059	657.418	1,75	86,53	86,33
Švedska	144.620	790.982	1,96	139.150	767.196	2,04	103,93	103,10
UKUPNO	348.241	2.034.642	5,04	355.488	2.108.995	5,61	97,96	96,47

Izvor: Hrvatska turistička zajednica

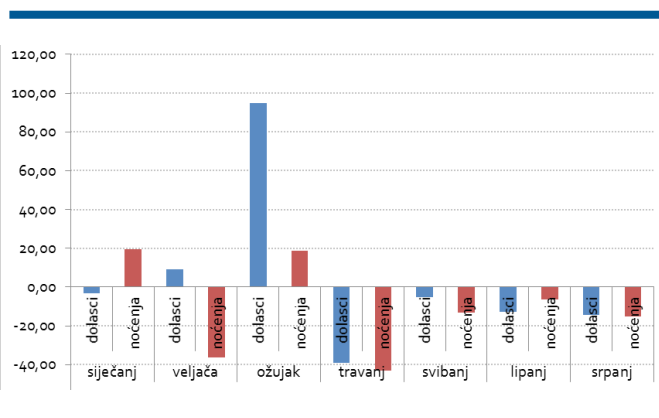
Danska – dolasci i noćenja po mjesecima (I. – VII. 2015.) – postotna fluktuacija u usporedbi s prethodnom godinom



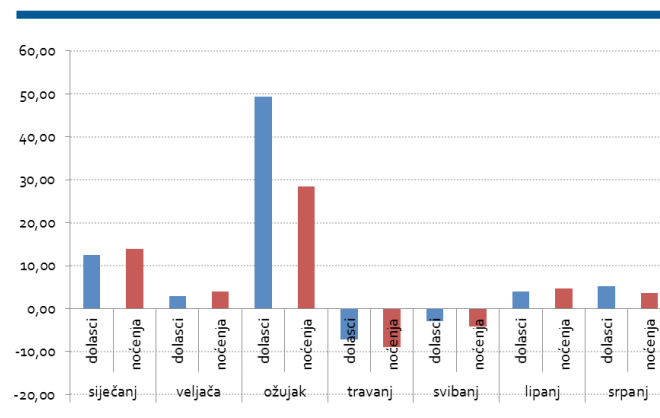
Finska – dolasci i noćenja po mjesecima (I. – VII. 2015.) – postotna fluktuacija u usporedbi s prethodnom godinom



Norveška – dolasci i noćenja po mjesecima (I. – VII. 2015.) – postotna fluktuacija u usporedbi s prethodnom godinom



Švedska – dolasci i noćenja po mjesecima (I. – VII. 2015.) – postotna fluktuacija u usporedbi s prethodnom godinom



Emitivni turistički promet

Po prvi put u povijesti, Norwegian Air je tijekom srpnja prevezao više putnika od svog najvećeg konkurenta SAS-a. Norwegian je prevezao rekordnih 2,69 milijuna putnika, dok je SAS prevezao 2,59 milijuna putnika. Analitičari poručuju da je srpanj izuzetak budući da je Norwegian Air niskotarifni avioprijevoznik kojem je srpanj vrhunac sezone, dok je SAS koncentriran na cjelogodišnje poslovanje. SAS je imao popunjenost zrakoplova od 86,9 %, dok je Norwegian imao popunjenost od čak 93,8 %.

Nakon neuspješnih pregovora između danskog sindikata i Ryanaira, irski avioprijevoznik odlučio je zatvoriti svoje baze u Danskoj i zrakoplove preusmjeriti u druge zemlje. Linije za Dansku ostaju do daljnjeg, ali će se smanjiti broj naleta na Dansku budući da zrakoplovi više neće polaziti iz danskih zračnih luka i neće koristiti dansko kabinsko osoblje.

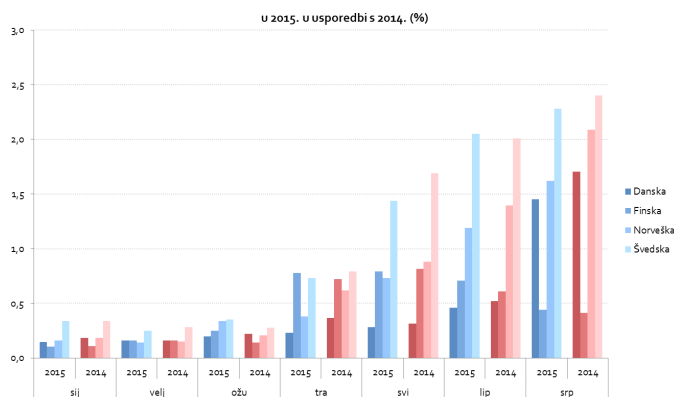
Najveći organizatori putovanja na tržištu javljaju da grčka kriza nije previše utjecala na potražnju za grčkim destinacijama. U jeku najveće krize primijetio se mali pad interesa za destinacijama, ali se nakon smirivanja situacije booking popravio te Fritidsresor ima 5 % bolju prodaju nego prošle godine, što znači da im već šestu godinu zaredom raste prodaja za grčke destinacije.

Zahvaljujući lošem vremenu tijekom srpnja, organizatori putovanja bilježe odlične prodajne rezultate. Organizator putovanja Ving (Thomas Cook) do sada je prodao oko 90 % kapaciteta ljetnih paket-aranžmana te su im trenutne cijene *last minute* ponude u prosjeku skuplje 200 eura u odnosu na prošlu godinu.

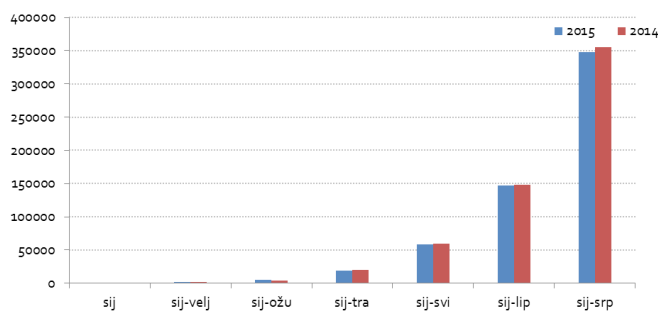
Njihov najveći konkurent Fritidsresor (TUI Nordic) također bilježi odličnu prodaju ljetnih aranžmana. Odlično se prodaju i jesenski i zimski paket-aranžmani, a kod nekih organizatora putovanja prodaja je u porastu 15 – 20 % u usporedbi s prošlom godinom.

Organizator putovanja Apollo iz Norveške prodao je 99 % planiranog kapaciteta za srpanj. Za Grčku, Rodos i Kretu tradicionalno je rezervirano 80 % kapaciteta, zatim slijede destinacije u Hrvatskoj, Bugarskoj i Španjolskoj.

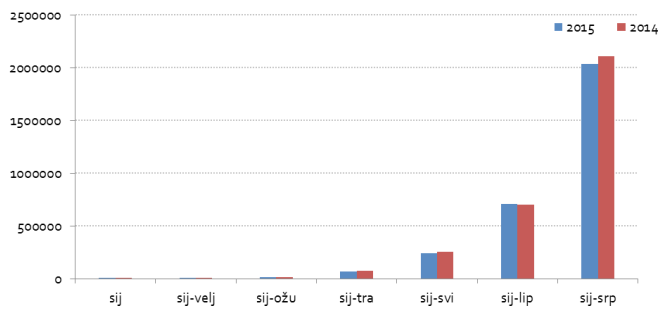
Skandinavija – kretanje udjela tržišta u ukupnom turističkom prometu u 2015. u usporedbi s 2014. (%)



Skandinavija – kretanje broja dolazaka u razdoblju siječanj – srpanj 2015. (kumulativno)



Skandinavija – kretanje broja noćenja u razdoblju siječanj – srpanj 2015. (kumulativno)



Receptivni turistički promet

VisitDenmark očekuje da će u ovoj godini napokon dostići rekordan rezultat ostvaren 2003., kada su zabilježili 23,2 milijuna turističkih noćenja stranih turista. Prema trenutnim rezultatima, broj noćenja u porastu je za 7,9 % u odnosu na prošlu godinu. Najveći rast bilježe nizozemski turisti s rastom od 26 %, dok su njemački turisti imali rast od oko 10 % te su ujedno i najbrojniji strani turisti u Danskoj. Prema priopćenju VisitDenmark, turizam je najvažniji izvozni sektor s prometom od 92 milijarde danskih kruna te je u sektoru zaposleno 111.000 ljudi.

Unatoč kišovitom ljetu, švedski kampovi bilježe dobar rezultat što iz Udruge kampova Švedske tumače da turisti niti ne očekuju da će u Švedskoj imati lijepo vrijeme. Ipak, primjetno je da su kampovi blizu većih gradova imali bolju popunjenost od onih na obali.

Rezultati Hrvatske

Iz baltičkih zemalja i Finske zabilježili smo porast od oko 20 % u dolascima i noćenjima, dok je rast broja dolazaka i noćenje iz Švedske oko 3 – 4 %. Iz Danske i Norveške tijekom srpnja nismo uspjeli nadoknaditi gubitak nekoliko zrakoplovnih linija, što dodatno upućuje na važnost izravnih aviolinija iz Skandinavije.

Aktivnosti predstavnništva

- Kao rezultat studijskog putovanja danske novinarke Judith Betak, dnevni list Berlingske objavio je reportažu pod naslovom „På tennis-ferie i Kroatien“ o Istri i Umagu s posebnim naglaskom na mogućnost igranja tenisa u Istri.
- Švedski dnevni list Aftonbladet objavio je reportažu o Splitu na šest stranica pod naslovom „Split – grad za kupanje“.
- Urednik najtiražnijeg švedskog magazina za žene Femina, u broju za srpanj, preporučio je čitateljima putovanje na dalmatinske otoke. Pod naslovom „Najljepši otoci Hrvatske“ ukratko je predstavio otoke Brač, Hvar i Vis.

SLOVAČKA

Turistički promet s tržišta u razdoblju siječanj – srpanj

2015.			2014.			indeks 2015./14.	
dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
218.930	1.408.470	3,49	208.363	1.342.257	3,57	105,07	104,93

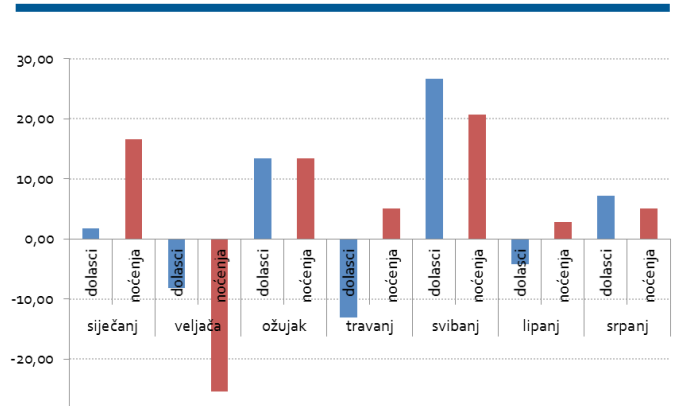
Izvor: Hrvatska turistička zajednica

Gospodarsko-političko stanje na tržištu

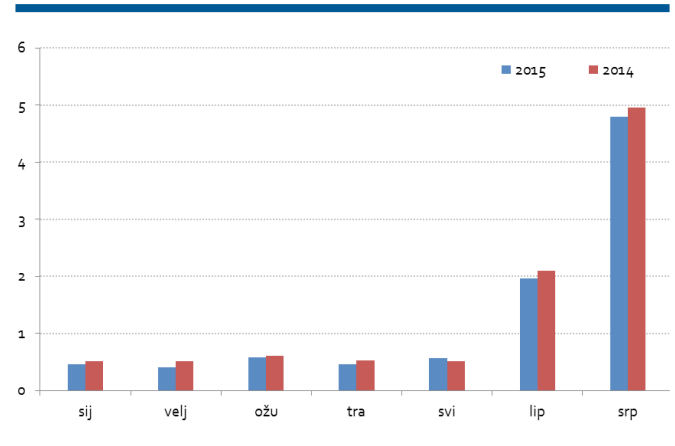
Utjecaj situacije u Grčkoj na politiku i gospodarstvo Europske unije, kao i utjecaj terorističkih prijetnji i vala emigracije u Europu, ostaje i u vrijeme glavne sezone godišnjih odmora glavnom temom slovačkih medija. Na razvoj ovogodišnje odmorišne sezone znatno utječu prijetnje istupanja Grčke iz eurozone, srpanjski teroristički napad u tuniskom ljetovalištu Sousse te objavljene terorističke prijetnje o mogućim napadima na balkanske zemlje.

Renomirani slovački tjednik Trend pokušao je kod predstavnika putničkih agencija doznati jesu li događaji promijenili ponašanje klijenata. Usprkos ekonomskim turbulencijama, s pozicije godišnjih odmora, agencije situaciju u Grčkoj za sada smatraju stabilnom. U srpnju su se putničke agencije pribojavale da će slovački turisti izgubiti interes, pogotovo za otoke Kos, Lesbos i Chios, koji imaju probleme s izbjeglicama. Na primjer, češke putničke agencije javljale su da su morale sniziti cijene nekih aranžmana na grčkim otocima jer ih nisu mogli prodati. U Slovačkoj je situacija bila drugačija, a to vrijedi i trenutno. Slovake od Grčke nisu odbile izbjeglice, prijetnje, demonstracije na ulicama Atene niti zatvorene banke. Za godišnje odmore u Grčkoj ove godine interes je bio veći nego proteklih godina. Razlog su i tragični događaji na tuniskoj plaži pa su mnogi mijenjali aranžmane.

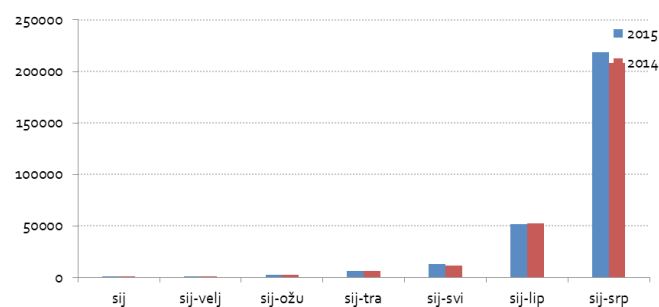
Slovačka – dolasci i noćenja po mjesecima (I. – VII. 2015.) – postotna fluktuacija u usporedbi s prethodnom godinom



Slovačka – kretanje udjela tržišta u ukupnom turističkom prometu u 2015. u usporedbi s 2014. (%)



Slovačka – kretanje broja dolazaka u razdoblju siječanj – srpanj 2015. (kumulativno)



Prosječna cijena aranžmana u Grčkoj kreće se oko 518 eura. Međutim, za iduću godinu se očekuje da će aranžmani gotovo sigurno poskupjeti zbog povećanja grčkog PDV-a.

Turska i ove godine spada među najtraženije destinacije slovačkih turista (broj jedan u organiziranom turizmu s avionskim prijevozom). Najtraženiji su *all inclusive* aranžmani, a cijene se kreću oko 676 eura po osobi.

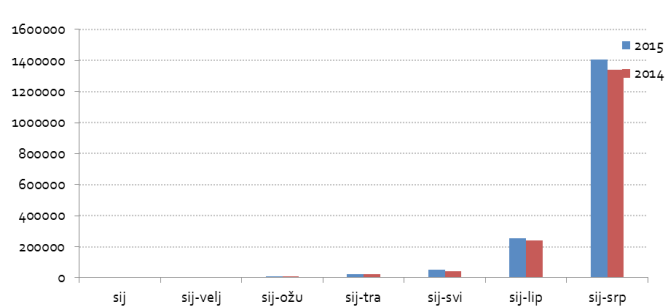
Na tržište s aranžmanima, osim grčke krize, još više mogu utjecati teroristi. Do nedavno vrlo traženi Tunis, neke su putničke agencije za sada potpuno izbacile iz ponude. Godišnji odmor u Tunisu većina klijenata „prebukirala“ je u Tursku, Cipar i Grčku.

Rezultati Hrvatske

Katastrofu godišnjih odmora za Slovake značilo bi kada bi se teroristi odlučili za napad u Hrvatskoj (reakcija na napis u dnevnim novinama). Međutim, slovački stručnjaci za sigurnost prijetnje ekstremista u svezi s Hrvatskom smatraju propagandom kojom žele nanijeti strah. Također i Ministarstvo vanjskih poslova Slovačke Hrvatsku i nadalje smatra sigurnom destinacijom.

Za hrvatske destinacije i dalje postoji veliki interes kako u organiziranom tako i u individualnom turizmu. Usprkos činjenici da proteklih godina broj slovačkih individualnih turista, u usporedbi s organiziranim, značajno raste, putničke agencije i dalje bilježe veliki interes za Hrvatsku. Kako je navela Eleonora Fedorová, direktorica najveće slovačke putničke agencije Satur Travel, u zemlje kao što su Hrvatska ili Bugarska, *last minute* ponude uopće niti ne

Slovačka – kretanje broja noćenja u razdoblju siječanj – srpanj 2015. (kumulativno)



dođu. Interes individualne klijentele potvrđuju brojni posjetitelji u uredu predstavništva koji traže promidžbene materijale, informacije i savjete vezane za ljetni odmor u Hrvatskoj.

Slovački mediji objavili su informacije o slovačkim turistima koji su otputovali na Jadran bez prethodne rezervacije te su imali problem naći smještaj u privatnim kućama. Treba podsjetiti da je u prošloj godini već dvije trećine slovačkih turista posjetilo Hrvatsku individualno. Većina individualaca preferira privatni smještaj i putuje često bez rezervacije.

Mediji su informirali i o problemima na prepunim hrvatskim autocestama (zbog velikog interesa stranih turista za godišnje odmore u Hrvatskoj). Preostaje vjerovati da ovakve vijesti neće odbiti slovačku klijentelu od godišnjih odmora u sljedećem razdoblju ovogodišnje sezone (kolo-voz predstavlja tradicionalno drugi najjači mjesec po posjećenosti slovačkih turista).

Usprkos činjenici da je tradicionalno prijevozno sredstvo slovačkih turista automobil, odnosno autobus, trenutno nemaju veliki izbor alternativnog prijevoza. Treba naglasiti da je i u ovogodišnjoj sezoni Slovačka ostala bez avionske veze s Hrvatskom (krajem 2013. u stečaj je otišla slovačka aviokompanija Danube Wings, koja je organizirala redovne sezonske letove u Hrvatsku). Zbog neren-tabilnosti nema čarter letova iz Slovačke za Hrvatsku. Gubitak avionskog prijevoza sa slovačkog tržišta u ovogodišnjoj izvanrednoj sezoni je time značajniji. Isto tako, ranijih godina realizirani direktni turistički vlakovi odnosno „autovlakovi“, već nekoliko godina ne voze.

Realizirani rezultati za sedam mjeseci samo potvrđuju rastući interes slovačkih turista za hrvatske turističke destinacije. Od siječnja do srpnja realizirano je 215.710 dolazaka (+ 4,94 %) i 1.403.262 noćenja (+ 4,87 %). Udjel slovačkog tržišta u ukupnim noćenjima predstavlja 3,53 %. U srpnju je realizirano 166.117 dolazaka (indeks 107,07) i 1.151.867 noćenja (indeks 104,93). Udjel u ukupnim noćenjima u srpnju predstavlja 5,05 %.

SLOVENIJA

Turistički promet s tržišta u razdoblju siječanj – srpanj

2015.			2014.			indeks 2015./14.	
dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
821.664	4.752.098	11,77	759.675	4.530.200	12,04	108,16	104,90

Izvor: Hrvatska turistička zajednica

Gospodarsko-politička situacija na tržištu

Pokazatelj gospodarske klime u lipnju je (s 5,1 postotnih bodova) za 0,1 postotni bod bio niži nego u svibnju te za 9,1 postotni bod viši od dugogodišnjeg prosjeka. Na smanjivanje pokazatelja gospodarske klime na mjesečnoj razini najviše je utjecao pokazatelj povjerenja u trgovinu na malo (za 0,6 postotnih bodova) te pokazatelj povjerenja u proizvodne djelatnosti (za 0,3 postotnih bodova). Stopa registrirane nezaposlenosti u srpnju je bila niža za 0,6 postotnih bodova u odnosu na lipanj te 5,7 % niža nego u srpnju 2014.

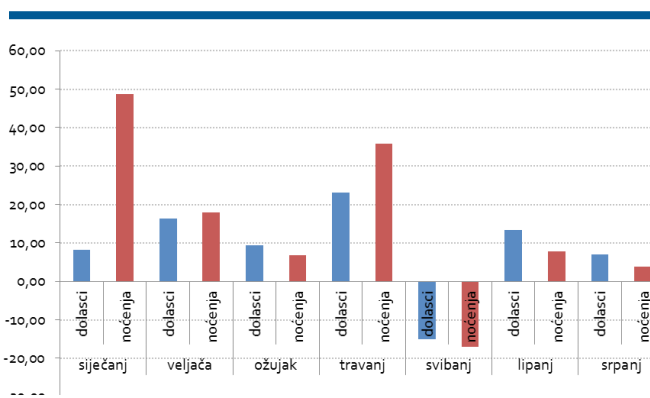
Receptivni turistički promet

U Sloveniji je u lipnju ostvareno 8 % više dolazaka te 5 % više noćenja u usporedbi s istim razdobljem 2014. U lipnju su zabilježili više dolazaka stranih turista (7 %) te veći broj noćenja (4 %). Broj domaćih turista porastao je za 10 %, a broj njihovih noćenja za 7 %.

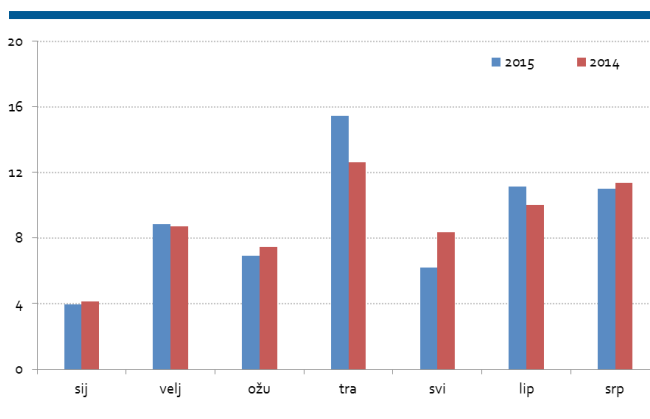
Strani turisti ostvarili su 65 % turističkih noćenja – među njima najviše je bilo Nijemaca (14 %), Austrijanaca (12 %), Talijana (10 %), Britanaca (7 %) te Hrvata, Nizozemaca i Rusa (svakih po 4 %). Stopu rasta noćenja turista bilježe Nizozemska (11 %), Ujedinjena Kraljevina (23 %) te Hrvatska (28 %).

U lipnju su najviše noćenja zabilježile lječilišne općine (26 %), zatim primorske (25 %), gorske (23 %) te Ljubljana (13 %). U Ljubljani je ostvareno 30 % više noćenja nego u istom razdoblju lani, u gorskim općinama 7 % više te u lječilišnim 1 % više. Primorske općine zabilježile su pad od 2 %.

Slovenija – dolasci i noćenja po mjesecima (I. – VII. 2015.) – postotna fluktuacija u usporedbi s prethodnom godinom



Slovenija – kretanje udjela tržišta u ukupnom turističkom prometu u 2015. u usporedbi s 2014. (%)



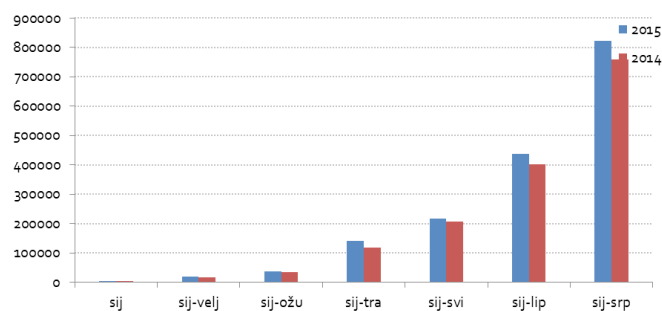
U prvih šest mjeseci 2015. realizirano je 10 % više dolazaka nego u istom razdoblju prošle godine. Ukupan broj noćenja bio je 7 % viši (domaćih za 6 %, a stranih za 7 %) nego u istom razdoblju prošle godine.

Rezultati Hrvatske

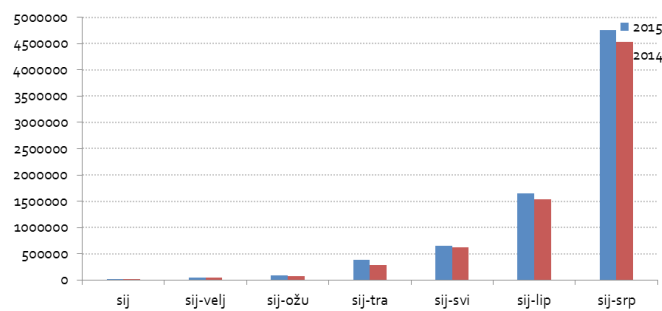
Nastavlja se trend odličnih rezultata na slovenskom tržištu koji garantira da će ovo biti najuspješnija godina hrvatskog turizma na ovom tržištu. U srpnju je ostvaren rekordan rezultat te su Slovenci bili najbrojniji u Hrvatskoj sa 382.416 dolazaka, što je 7 % više nego prošle godine, dok je broj ostvarenih noćenja veći za 4 %.

U razdoblju siječanj – srpanj posjetilo nas je 821.664 slovenskih gostiju koji su ostvarili 4.752.098 noćenja, što je + 8 % u dolascima i + 5 % u noćenjima.

Slovenija – kretanje broja dolazaka u razdoblju siječanj – srpanj 2015. (kumulativno)



Slovenija – kretanje broja noćenja u razdoblju siječanj – srpanj 2015. (kumulativno)



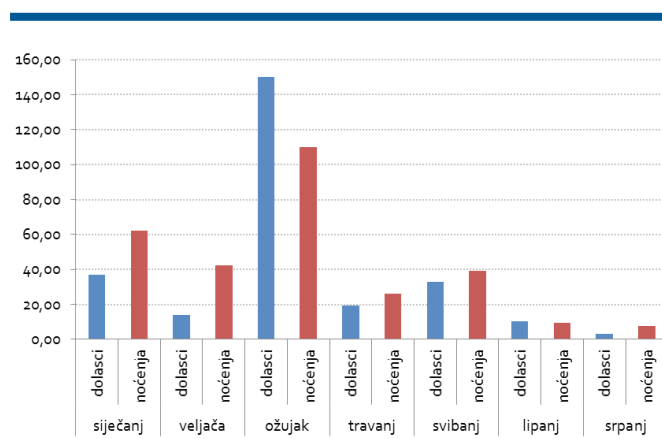
ŠPANJOLSKA I PORTUGAL

Turistički promet s tržišta u razdoblju siječanj – srpanj

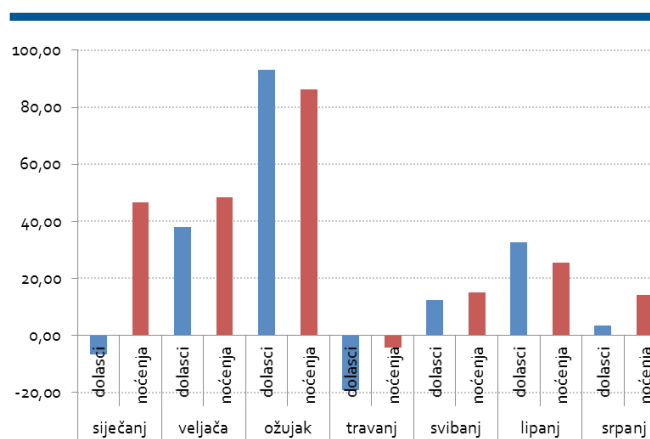
	2015.			2014.			indeks 2015./14.	
	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
Španjolska	95.542	205.583	0,51	84.846	177.145	0,47	112,61	116,05
Portugal	16.518	41.636	0,10	14.750	35.157	0,09	111,99	118,43

Izvor: Hrvatska turistička zajednica

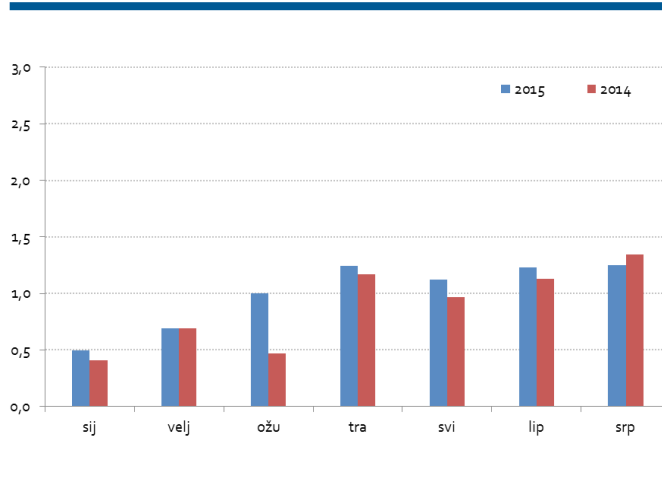
Španjolska – dolasci i noćenja po mjesecima (I. – VII. 2015.) – postotna fluktuacija u usporedbi s prethodnom godinom



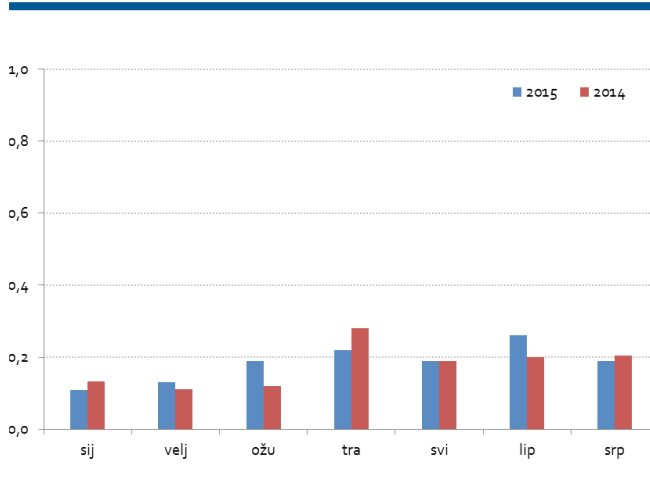
Portugal – dolasci i noćenja po mjesecima (I. – VII. 2015.) – postotna fluktuacija u usporedbi s prethodnom godinom



Španjolska – kretanje udjela tržišta u ukupnom turističkom prometu u 2015. u usporedbi s 2014. (%)



Portugal – kretanje udjela tržišta u ukupnom turističkom prometu u 2015. u usporedbi s 2014. (%)



Gospodarsko-političko stanje na tržištu

Španjolsko gospodarstvo u drugom tromjesečju 2015. bilježi porast od 1 %, što je rast od 3,5 % u odnosu na isto razdoblje prošle godine i rast u odnosu na prvo tromjesečje ove godine koje je iznosilo 2,7 % u odnosu na 2014. Nastavlja se pozitivan rast BDP-a i oporavak gospodarstva. Od početka godine povećala se stopa zapošljavanja te trenutno iznosi 22,4 %, što je smanjenje od 2,1 %. Vlada očekuje nastavak tendencije unatoč činjenici da je dio novih radnih mjesta vezano za uspješnu turističku sezonu.

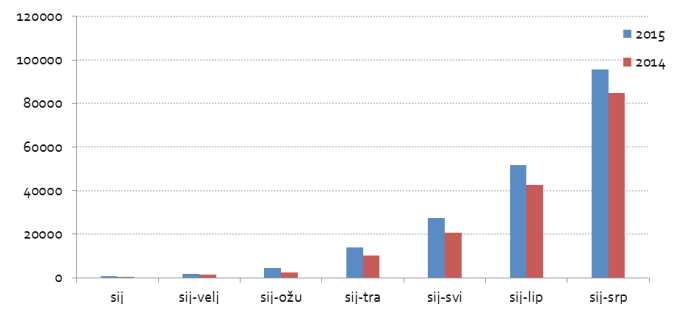
U Portugalu, prema podacima Nacionalnog instituta za statistiku, osnovni ekonomski pokazatelji pokazuju rast od 2 % u prvom polugodištu u odnosu na 2014. Stopa nezaposlenosti se oporavlja i iznosi 11,9 %.

Vijesti iz sektora

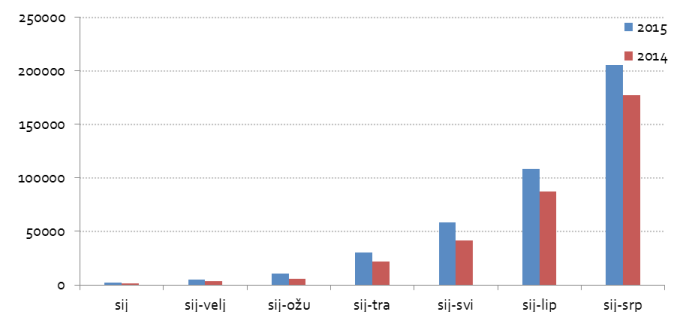
Konfederacija španjolskih turističkih agencija (CEAV) objavila je povećanje prodanih aranžmana od 8 %. Prosječan trošak za odmor u Španjolskoj je 450 eura, u Europi 740 eura, a za daleka putovanja 1.200 eura. Europa je glavna receptivna regija, slijedi Azija (Japan, Tajland, Vijetnam, Kambodža i Laos) te SAD na čelu s New Yorkom i Afrikom, posebno Kenijom gdje se povećavaju putovanja na safari. Najčešće putuju stanovnici srednje klase, između 35 i 65 godina. Među osobama srednje/nije klase popularni su kruzeri, pri čemu je Turska na prvom mjestu. U Španjolskoj su najpopularnija odredišta kruzera Baleari, konkretno Menora, zatim Kanarski otoci, prvenstveno Lanzarote. Prosječna stranka u turističkoj agenciji su obitelji srednje platežne moći i parovi. Španjolci rezerviraju putovanja imajući u vidu tzv. „puentes“ za koji čuvaju dane kako bi ih dopunili tijekom godine.

Španjolska vlada najavila je u 2016. povećanje ulaganja za koordinaciju i promidžbu turizma za 1,9 % te će iznositi 329,29 milijuna eura. Dodatno je osiguran fond od 223,1 milijuna eura za financiranje projekata i kredite u turizmu. Na raspolaganju će biti i dodatni fondovi za modernizaciju „zrelih“ destinacija u suradnji s lokalnim vlastima. Preko mreže turističkih promidžbenih ureda u inozemstvu te veleposlanstva, provodit će se strateški marketing plan za jačanje marke „España“. Komunikacija će se orijentirati na „fidelizaciju“ putnika, marketing na društvenim mrežama te *relational marketing* koji omogućuje pametno

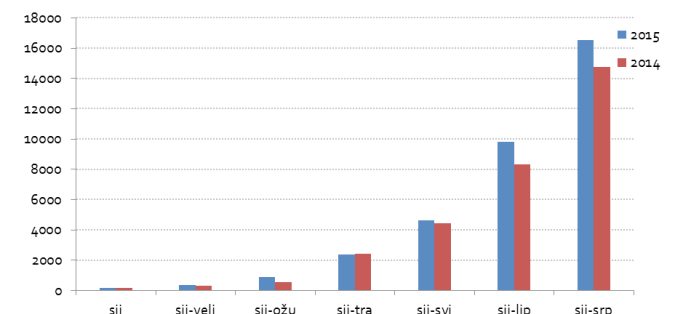
Španjolska – kretanje broja dolazaka u razdoblju siječanj – srpanj 2015. (kumulativno)



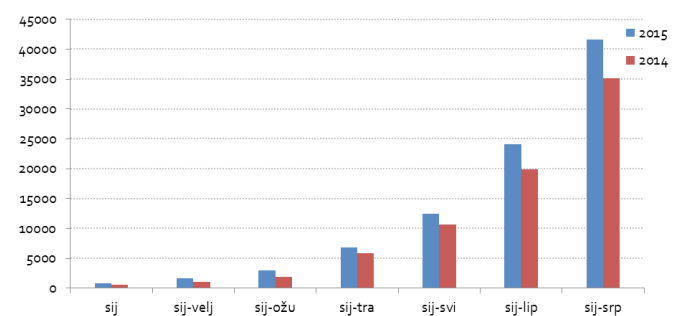
Španjolska – kretanje broja noćenja u razdoblju siječanj – srpanj 2015. (kumulativno)



Portugal – kretanje broja dolazaka u razdoblju siječanj – srpanj 2015. (kumulativno)



Portugal – kretanje broja noćenja u razdoblju siječanj – srpanj 2015. (kumulativno)



komuniciranje sa strankama i adaptaciju promidžbenih kampanja ka specifičnim profilima klijenta.

Vlada je priznala važnost sektora koji pridonosi 10,9 % državnog PIB-a te 12 % radnih mjesta. Španjolska je na drugom mjestu na svijetu po prihodu međunarodnog turizma, a četvrta po broju međunarodnih turista. Pri tome naglašavaju potrebu adaptacije na promijenjene uvjete na tržištu: nove tehnologije koje utječu na ulogu igrača, proces komercijalizacije i prodaje, ponašanje korisnika i sve to na tržištu na kojem se osjeća rast i utjecaj međunarodnih destinacija. Naglašavaju kako je bitno pojačati kompetitivnost destinacija i tvrtki, diferencijaciju ponude i privlačenje novih segmenata putnika s emergentnih tržišta kako bi se zadržalo vodstvo kao turistička potencija. Stoga žele potencirati suradnju javnog i privatnog sektora te jačati suradnju na nacionalnim i međunarodnim događanjima i nastupima, sudjelovanje na turističkim sajmovima te sektoru stavljaju na raspolaganje znanje akumulirano godinama u Turespaña.

Receptivni turistički promet

U lipnju je u Španjolsku stiglo 6,7 milijuna stranih turista, odnosno 1,4 % više nego u lipnju 2014. U razdoblju siječanj – lipanj španjolski receptivni turizam bilježi rast od 4,2 % u odnosu na isto razdoblje prethodne godine; ukupno je došlo 29,2 milijuna turista, odnosno 1,2 milijuna međunarodnih turista više nego u istom razdoblju prošle godine. Sva međunarodna tržišta su u porastu, osim Italije i Njemačke. Najveći porast bilježi se u Andaluziji, Kataloniji i Kanarskim otocima.

U prvih šest mjeseci Francuzi i turisti iz Azije (porast od 589.000) najviše su doprinijeli ovom rastu (preko pola milijuna gostiju). Ističe se porast turista iz Azije (+ 31,8 %) i SAD-a (+ 15,7 %).

U lipnju, u ukupnom broju primljenih turista, tržište Ujedinjene Kraljevine i dalje je prvo emitivno tržište s udjelom od 26,4 % i porastom od 1 %, slijedi Francuska s 12,8 % (rast od 4,6 %), dok Njemačka bilježi pad od 3 %, a Italija od 5,8 %.

Najveći rekorder po broju dolazaka stranih turista u lipnju su Baleari. Povećava se broj dolazaka turista iz Ujedinjene Kraljevine, Azije i Francuske, dok se smanjuje broj dolazaka iz Njemačke, Rusije i Skandinavije.

U lipnju je 83,8 % stranih turista u Španjolsku došlo avionom, a 14,7 % cestovnim putem. Dolasci avionom bilježe rast od 3,8 %, a cestovnim putem 6,2 %. Hotelski smještaj bilježi pad od 2,1 %, a u strukturi smještaja zauzima 64,2 %, dok ostale vrste smještaja bilježe rast od preko 8,4 % i zauzimaju 35,8 %.

Bilježi se rast samostalnih putovanja od 6,7 %, dok su se paket aranžmani smanjili za 9,3 %. U ovom razdoblju, 70,6 % stranih turista došlo je samostalno, a 29,4 % preko organiziranih paketa. Ukupna potrošnja stranih gostiju porasla je za 4,3 % i dosegla je 6.478 milijuna eura prometa. Prosječna potrošnja se povećala te iznosi 971 euro po osobi i 115 eura po osobi/dan. SAD, Ujedinjena Kraljevina i azijske zemlje najviše su pridonijele dodatnoj potrošnji. Prosječna dužina boravka je stabilna te iznosi 8,5 dana.

Kumulativni prihodi u prvih pet mjeseci iznose 28.287 milijuna eura (porast od 7,4 % u odnosu na isto razdoblje 2014.), što je rezultat povećanog broja dolazaka te duljeg boravka.

Ako usporedimo autonomne pokrajine, najveći prihod ostvaren je u Kataloniji (24,5 %, povećanje od 2,6 %) i na Balearima (24,4 %, povećanje od + 2,9 %).

U lipnju je prosječan dnevni trošak po osobi kod samostalnih putovanja iznosio 105 eura, a kod paket-aranžmana 142 eura, dok je u hotelskom smještaju isti 146 eura, a u ostalim vrstama smještaja 81 euro.

Rezultati Hrvatske

U srpnju Španjolska bilježi porast dolazaka za 3,3 % i noćenja za 7,5 %.

Portugal bilježi rast dolazaka za 3 % i noćenja za 14 %, dok Brazilci imaju rast od 50 % u dolascima i 55 % u noćenjima.

Kumulativni podaci za prvih sedam mjeseci također su pozitivni: dolasci Španjolaca porasli su za 12 %, a noćenja za 16 %. Portugalci bilježe kumulativno povećanje od 11,5 % u dolascima te 18 % u noćenjima. I Brazilci bilježe kumulativno povećanje od 25 % u dolascima te 29 % u noćenjima.

Aktivnosti predstavništva

- Ističemo reportažu u časopisu Ling, otok Krapanj, spužvari, sedam stranica + naslovnica na osnovu studijskog putovanja ostvarenog u 2014.
- U srpnju je Hrvatska, njene destinacije, proizvodi, rute sveprisutna u medijima. Pojavljuje se u digitalnim medijima preko 400 puta u člancima o turizmu općenito (gdje na godišnji odmor, najbolje plaže, najbolja maslinova ulja, najbolji otok, Igre Prijestolja,...).

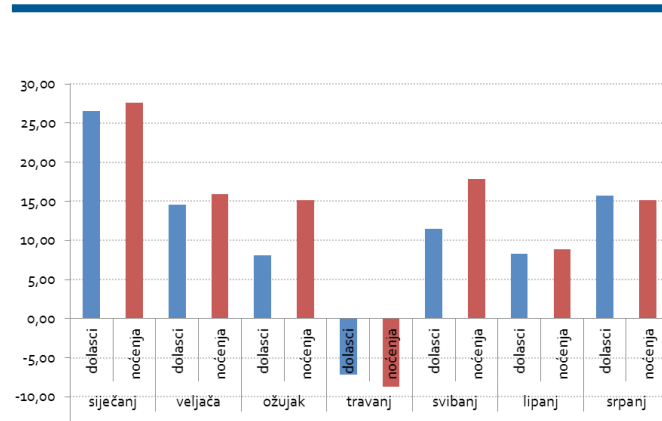
ŠVICARSKA

Turistički promet s tržišta u razdoblju siječanj – srpanj

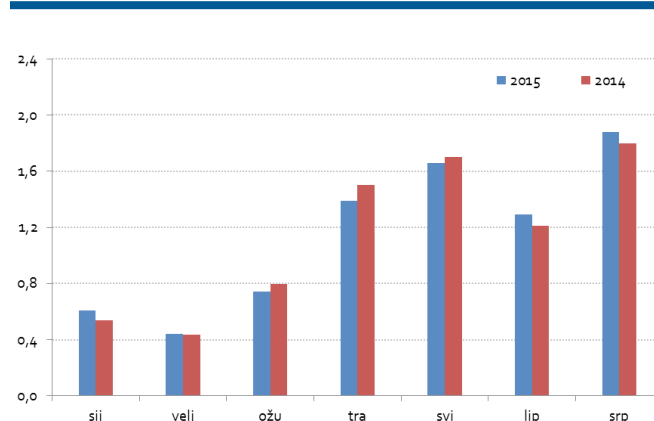
2015.			2014.			indeks 2015./14.	
dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
123.954	579.583	1,43	111.294	513.143	1,36	111,38	112,95

Izvor: Hrvatska turistička zajednica

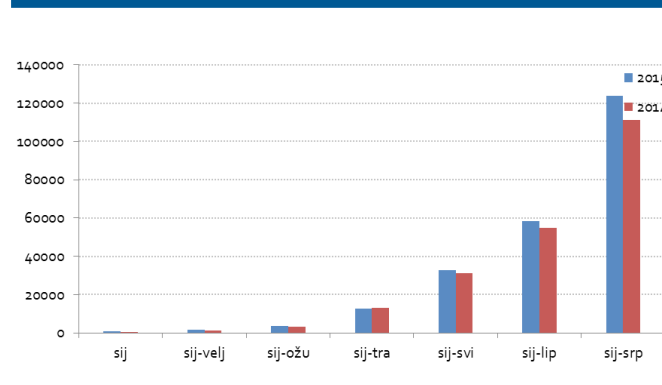
Švicarska – dolasci i noćenja po mjesecima (I. – VII. 2015.) – postotna fluktuacija u usporedbi s prethodnom godinom



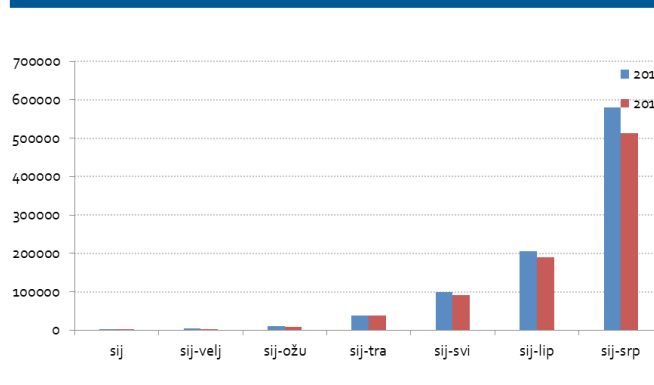
Švicarska – kretanje udjela tržišta u ukupnom turističkom prometu u 2015. u usporedbi s 2014. (%)



Švicarska – kretanje broja dolazaka u razdoblju siječanj – srpanj 2015. (kumulativno)



Švicarska – kretanje broja noćenja u razdoblju siječanj – srpanj 2015. (kumulativno)



Gospodarsko-političko stanje na tržištu

Stopa nezaposlenosti u srpnju je ista kao u lipnju te iznosi 3,1 % (133.754 nezaposlenih).

S obzirom na konstantno jak švicarski franak, radna mjesta u Švicarskoj su ugrožena. Manje tvrtke prisiljene su poduzeti mjere za opstanak (otkazivanje osoblja). Isto tako švicarski turizam osjeća jačinu vlastite valute. Zahvaljujući pravovremenoj primjeni strategije i investicija Switzerland Tourisma u domaće tržište, uspjeli su da veliki broj stanovnika, unatoč povoljnim ponudama organizatora putovanja, provede godišnji odmor u Švicarskoj. Switzerland Tourismus investirao je četiri umjesto dva milijuna franaka u marketing na domaćem tržištu u koji su integrirali i nacionalne partnere kao SBB, UBS ili Coop te su s destinacijama izradili akcije kako da gosti za svoj novac dobiju više (npr. gosti koji odsjedaju u hotelima dobiju kartu za vlak ili slično).

Najveći turistički sajam na švicarskom tržištu FESPO, koji se održava u Zürichu od 28. do 31. siječnja 2016., neće kao svake godine imati zemlju-partnera, nego će s novim konceptom i temom „Schiff ahoi“ putovanja brodom staviti u fokus sajma.

Emitivni turistički promet

Prema objavi Švicarske turističke udruge, Švicarci su u 2015. potrošili 11,7 milijuna franka na putovanja u inozemstvo, što čini porast od 6,4 % u usporedbi s 2014., što znači da je prosječno svaki Švicarac potrošio 1.420 franka na putovanje u inozemstvo s noćenjem. U 2014. potrošili su 1.351. franka po osobi.

ARBEITSLOSIGKEIT	Juli 2015	Juni 2015	Juli 2014	Veränderung zum			
				Vormonat absolut in %		Vorjahr absolut in %	
- Arbeitslosenzahl	133'754	133'256	127'054	498	0.4	6'700	5.3
- Arbeitslosenquote	3.1%	3.1%	2.9%	...	- *)	...	0.2 *)
- Jugendarbeitslosenzahl **)	17'182	15'853	16'647	1'329	8.4	535	3.2
- Jugendarbeitslosenquote	3.0%	2.8%	3.0%	...	0.2 *)	...	- *)
- Arbeitslosenzahl 50 und mehr	33'655	33'903	31'598	-248	-0.7	2'057	6.5
- Arbeitslosenquote 50 und mehr	2.8%	2.8%	2.6%	...	- *)	...	0.2 *)
- Langzeitarbeitslose	21'401	21'431	22'149	-30	-0.1	-748	-3.4
- Stellensuchende	190'939	191'090	180'822	-151	-0.1	10'117	5.6
GEMELDETE OFFENE STELLEN	10'352	10'487	13'240	-135	-1.3	-2'888	-21.8

¹⁾ in Prozentpunkten

²⁾ 15- bis 24-Jährige

UJEDINJENA KRALJEVINA

Turistički promet s tržišta u razdoblju siječanj – srpanj

2015.			2014.			indeks 2015./14.	
dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
266.964	1.314.488	3,25	236.377	1.143.236	3,04	112,94	114,98

Izvor: Hrvatska turistička zajednica

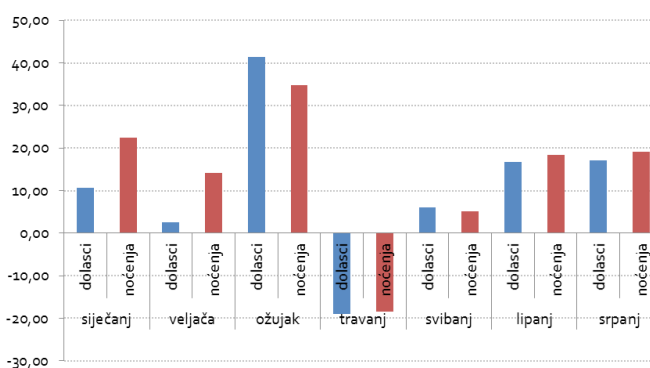
Gospodarsko-političko stanje na tržištu

The Office for National Statistics (ONS) objavio je statističke podatke za drugi kvartal 2015. BDP je rastao po stopi od 0,7 % (u prvom kvartalu rastao je po stopi od 0,4 %). U drugom kvartalu servisne usluge rastle su za 0,7 %, a industrijska proizvodnja za 1 %. Građevinski sektor ostao je na istoj razini kao u prethodnom kvartalu, dok je poljoprivredna proizvodnja pala za 0,7 %. Nezaposlenost je prvi put u posljednje dvije godine rasla i trenutno iznosi 5,6 %. Trenutačno je bez posla 1,85 milijuna Britanaca između 16 i 64 godine, što je povećanje od 15.000 nezaposlenih u odnosu na prvi kvartal ove godine. Prosječna tjedna zarada (uključujući i bonuse) u posljednja tri mjeseca porasla je za 3,2 %, što je najveće povećanje u posljednjih pet godina. Povećanje nezaposlenosti izazvalo je zabrinutost među političarima, prvenstveno iz redova laburista. Međutim, većina ekonomista smatra da je to samo privremeno zbog neizvjesne situacije koja je bila prije parlamentarnih izbora u svibnju. Consumer price indeks (CPI) iznosi 0,1 %, što potvrđuje da je Ujedinjena Kraljevina izašla iz deflacije.

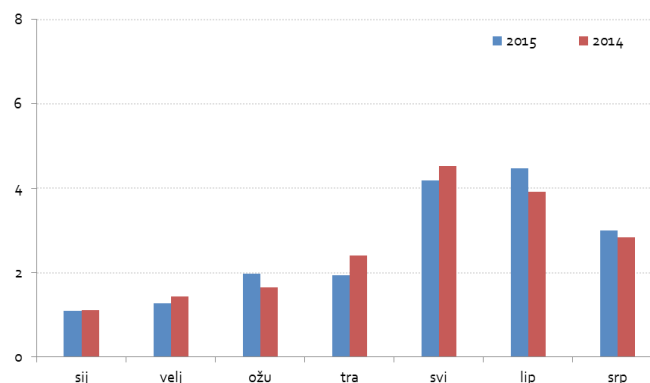
Emitivni turistički promet

Thomas Cook grupa objavila je financijske rezultate za drugi kvartal kalendarske odnosno treći kvartal fiskalne godine te su ostvarili operativnu dobit od tri milijuna GBP. Za usporedbu, u istom razdoblju 2014. ostvarili su gubitak od 42 milijuna GBP. Peter Frankhauser, CEO kompanije, rekao je da su u trećem kvartalu financijske godine postigli zadovoljavajuće rezultate koji su u skladu s njihovom strategijom te da su poboljšali financijske rezultate

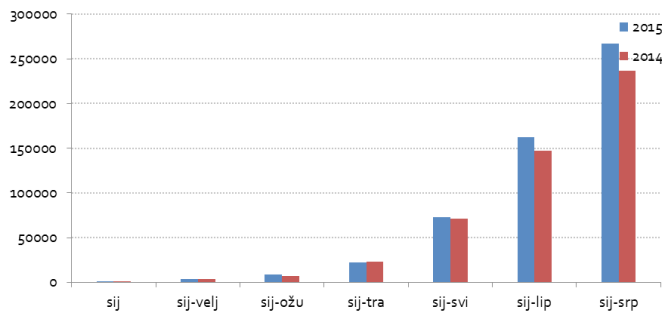
Ujedinjena Kraljevina – dolasci i noćenja po mjesecima (I. – VII. 2015.) – postotna fluktuacija u usporedbi s prethodnom godinom



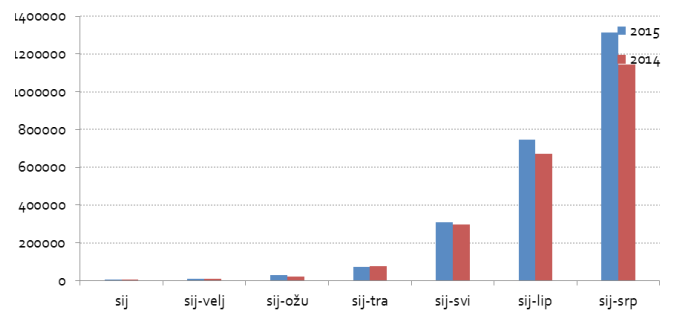
Ujedinjena Kraljevina – kretanje udjela tržišta u ukupnom turističkom prometu u 2015. u usporedbi s 2014. (%)



Ujedinjena Kraljevina – kretanje broja dolazaka u razdoblju siječanj – srpanj 2015. (kumulativno)



Ujedinjena Kraljevina – kretanje broja noćenja u razdoblju siječanj – srpanj 2015. (kumulativno)



unatoč kompleksnoj situaciji na tržištu. Isto tako, najavili su da bi se događaji u Tunisu i Grčkoj mogli negativno odraziti na njihov ukupan financijski rezultat te da bi se očekivani profit na kraju fiskalne godine mogao umanjiti za 25 milijuna GBP. Tunis u njihovom ukupnom programu sudjeluje s 3 %, dok Grčka sudjeluje s 15 %. TC je svoj program prema Tunisu u potpunosti otkazao do 31. listopada i stavio je dodatne kapacitete za Tursku, Španjolsku, Portugal i Bugarsku.

Ekonomska situacija u Grčkoj ipak se stabilizirala i definitivno je potvrđeno da njen mogući izlazak iz eurozone nije imao nikakav negativan utjecaj na njihov turizam. Prema nekim istraživanjima potražnja za ljetovanjem u Grčkoj porasla je za 16 %, a istraživanje Skyscanner je pokazalo da je i potražnja za letovima prema Grčkoj rasla za 12 % u usporedbi s istim razdobljem 2014.

Travel Trade Gazette (TTG) organizirao je prvu LGBT (Lesbian, Gay, Bisexual and Transgender) konvenciju na kojoj su predstavljeni rezultati ankete koja je provedena među 480 čitatelja Gay Times i Diva Magazina na temu „Koji su razlozi putovanja gay populacije?“. Rezultati ankete su iznenadili organizatore koji su očekivali da je osnovni motiv putovanja zabava i „tulumarenje“, međutim, samo 1 % anketiranih to je naveo kao razlog putovanja. Kao osnovni razlog putovanja 33 % anketiranih naveo je sunce i more, a 25 % *city break*. Najviše putovanja (36 %) bukira se preko *online* agencija, a preko *web* stranica aviokompanija 25 %. Na konvenciji je govorio i Mark Tanzer, CEO ABTA-e koji je istaknuo da je LGBT rastuće tržište koje se oslanja na agentsku mrežu i daje priliku agencijama i profesionalcima u struci dati savjete klijentima kuda i kako putovati, što vidjeti i posjetiti. Naglasio je da je u 82 zemlje svijeta biti *gay* još uvijek kriminalno dje-

lo. Istaknuo je i da je potrošnja tih gostiju na putovanjima značajno veća u usporedbi s potrošnjom ostalih gostiju. Prema podacima UNWTO-a, ovaj vid turizma raste po godišnjoj stopi od 10,7 % (ostali vidovi turizma 4,7 %).

Vikend 24. – 26. srpnja bio je „udarni“ u odlasku Britanaca na godišnji odmor jer su započeli školski praznici. Više od dva milijuna Britanaca otputovalo je na odmor izvan Ujedinjene Kraljevine. Preko tri aerodroma u Londonu (Heathrow, Gatwick i Stansted) otputovalo ih je više od 970.000. U svim analizama se naglašava da će britanski turisti zbog tečaja funte imati jeftiniji odmor u odnosu na prijašnje godine (23. 7. 2014. – 1 GBP = 1,41 eura, 23. 7. 2013. – 1 GBP = 1,15 eura). Turist koji sada promjeni 500 GBP dobit će 694 eura, na isti dan 2014. dobivao je 619 eura je, a na isti dan 2013. samo 564 eura.

Rezultati Hrvatske

Za prvih sedam mjeseci dvoznamenkasti rast u dolascima i noćenjima je očekivan. Splitsko-dalmatinska županija ima 41 % više dolazaka i 49 % više noćenja. Istarska županija ima 16 % više dolazaka i 23 % više noćenja. Broj putnika koji se ukrcavaju na kruzer u Dubrovniku, zbog metodologije koja se primjenjuje, nigdje se ne evidentira u našim statistikama, međutim kako se radi o 5.000 putnika u svibnju, 5.000 putnika u lipnju te 5.500 putnika u srpnju, važno ih je naglasiti. Ako bi tih 15.500 putnika dodali statistici za Dubrovačko-neretvansku županiju, za prvih sedam mjeseci broj dolazaka bi bio 105.952, što bi predstavljao rast od 19,5 %. Ako bi te putnike dodali na razini države broj dolazaka bio bi 278.256, što bi predstavljao rast od 19,65 %.

Dolasci i noćenja iz Republike Irske za prvih sedam mjeseci također su u dvoznamenkastom porastu. Porast u dolascima je 14 %, a noćenja 19 %.

Aktivnosti predstavništva

- U tijeku su dogovori za organizaciju studijskih putovanja novinara u rujnu i listopadu.
- S direktorom TZŽ Istre, dogovoreno je da će se Istra predstaviti u Londonu 1. listopada u prostorijama Hrvatskog veleposlanstva. Pozvat ćemo novinare i partnere te će TZŽ predstaviti novosti za sljedeću godinu.
- Za 11. kolovoza na Saga Events Road Showu koji će se održati u Kempton Park Race, dogovorena je prezentacija Hrvatske na našem štandu. Organizator očekuje posjetu 250 do 350 njihovih direktnih klijenata i agenata.
- Dana 23. srpnja održan je sastanak s A. Boukom, direktoricom nabave agencije TUI UK. Razgovaralo se o dosadašnjim rezultatima, kao i o planovima za sljedeću sezonu. TUI je najavio nove programe za 2016. Kako je trenutačno sve veća potražnja za *short break* programima (boravak tri ili četiri dana na destinaciji) u taj program bit će uključeno 20 destinacija među njima i Dubrovnik. TUI za sada ne planira otvaranje novih destinacija u Hrvatskoj, nego će povećati kapacitete na način da leti s većim tipom zrakoplova te da letenje započne ranije i završi kasnije nego je to slučaj ove godine. Ukupno će na sve tri destinacije biti ponuđena 91.000 sjedala, što čini povećanje od 10 % u odnosu na 2015.
- Dana 24. srpnja održan je sastanak s M. Macurom, direktorom Balkan Holidays. Razgovaralo se o rezultatima ove sezone kao i o njihovim planovima za sljedeću sezonu. Gospodin Macura u Hrvatskoj je dogovarao kapacitete za 2016. U završnim je pregovorima s EasyJetom i Norwegian Airom o zakupu sjedala na njihovim novo uspostavljenim letovima s Gatwicka za Pulu.
- Dana 28. srpnja održan je sastanak s J. Mather, direktoricom nabave agencije Jet2.Holidays. Razgovaralo se o dosadašnjim rezultatima, kao i o planovima za sljedeću sezonu. Dosadašnjim

rezultatima su zadovoljni te se očekuje da će ih i nadmašiti. Za sljedeću sezonu najavili su povećanje kapaciteta od 10 % u odnosu na 2015. Za sada ne planiraju otvaranje novih destinacija, nego će povećati kapacitete na način da pojačaju letove nekih destinacija kao npr. iz Machestera za Pulu i Dubrovnik te iz Edinburgha za Dubrovnik. Isto tako letenje planiraju započeti ranije i završiti kasnije nego ove godine. Ukupno će na sve tri destinacije biti ponuđeno 79.000 sjedala, što čini povećanje od 10 % u odnosu na 2015.

Novinski članci koji su objavljeni u srpnju, a rezultat su boravka istaknutih novinara u našoj organizaciji ili imaju za cilj promociju destinacije:

- The Times: 20 great summer city breaks
- Conde Nast Traveller: The 10 Best Places to Visit This Summer
- Silvertraveladvisor: Croatia – Trees, truffles and gladiators
- Lonely Planet Traveller: Coastal Croatia
- The Guardian: An insider's guide to Zagreb: Greenery, Germanisms and suburban punk
- The Daily Telegraph: A perfect Day
- The Sun: Top 15 city breaks
- The Daily Telegraph: Zagreb
- The Daily Mail: Could this holiday save your marriage
- International-New York Times: Finding Home-grown Wares in Zagreb
- The Irish Times: Weekend in Split
- Daily Mirror: Spot on – članak o Zadru i okolici
- The Sun: Ready,set,Cro – članak o Dubrovniku i Rovinju
- The Daily Telegraph: Kvarner Bay: Croatia's best kept secret
- Digitaljournal.com: Is Croatia The next destination capital of Blue Cruise Holidays
- Windsor & Eton Exclusive: Extraordinary family Vacations
- Manchester Evening News: The call of the wild
- Express & Star: It's nature's playground – Croatia

NAKLADNIK

Hrvatska turistička zajednica
Iblerov trg 10/4, p.p. 251
10000 Zagreb, Hrvatska
Tel: +385 1 46 99 333, Fax: +385 1 45 57 827

www.hrvatska.hr
www.facebook.com/croatia.hr
www.youtube.com/croatia
issuu.com/croatia.hr
E-mail: info@htz.hr

UREDNIŠTVO

Odjel za istraživanje tržišta i strateško planiranje

DIZAJN I PRIPREMA

digitalni studio ZVIZ

DIZAJN NASLOVNICE I INFOGRAFIKE

Restart d.o.o.

IZVJEŠĆA S EMITIVNIH TRŽIŠTA

Predstavništva Hrvatske turističke zajednice u inozemstvu

AUSTRIJA

BELGIJA I NIZOZEMSKA

ČEŠKA

FRANCUSKA

ITALIJA

MAĐARSKA

NJEMAČKA

POLJSKA

RUSIJA

SAD I KANADA

SKANDINAVIJA

SLOVAČKA

SLOVENIJA

ŠPANJOLSKA

ŠVICARSKA

UJEDINJENA KRALJEVINA