

INFORMACIJA O TIJEKU SEZONE I AKTUALNOM STANJU NA TRŽIŠTIMA

[veljača 2015.]



UVOD	3
AUSTRIJA.....	7
BELGIJA I NIZOZEMSKA	9
ČEŠKA	12
FRANCUSKA	14
ITALIJA	18
JAPAN	20
MAĐARSKA	23
NJEMAČKA	25
POLJSKA	30
RUSIJA	32
SAD I KANADA	36
SKANDINAVIJA.....	41
SLOVAČKA.....	44
SLOVENIJA	46
ŠPANJOLSKA I PORTUGAL.....	48
ŠVICARSKA.....	53
UJEDINJENA KRALJEVINA	55

UVOD

Prema statističkim podacima sustava turističkih zajednica Hrvatska je u siječnju 2015. ostvarila **značajan porast obujma fizičkog prometa turista u odnosu na siječanj 2014.**

Tijekom **siječnja**, broj dolazaka stranih turista porastao je za 26,51 % (dosegavši brojku od 72.408 dolazaka), a broj dolazaka domaćih turista manji je za 1,24 % (57.993 dolaska).

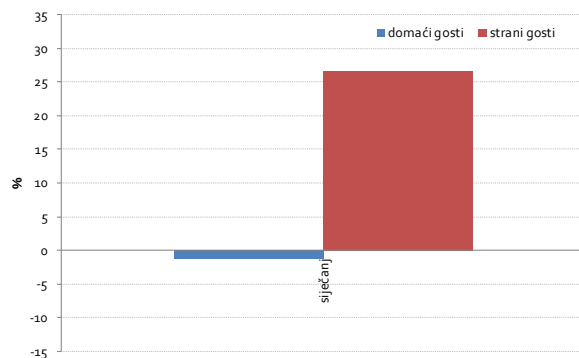
Broj noćenja stranih turista porastao je za 28,41 % (204.172 noćenja), dok je broj noćenja domaćih turista u rastu od 4,89 % (170.995 noćenja).

Turistički promet koji ostvaruju strani turisti u siječnju nastavlja pozitivan trend rasta zabilježen u prosincu 2014. kada su dolasci i noćenja također rasli dvoznamenkastim stopama rasta.

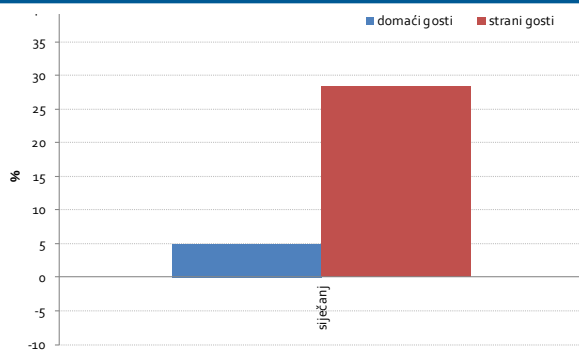
Pozitivni **rezultati u siječnju** ostvareni su sa skoro svih važnih tržišta izuzev Češke, Danske i Rusije te tržišta Belgije i Nizozemske koja usprkos rastu broja dolazaka bilježe pad u broju noćenja.

Najveći rast turističkog prometa u siječnju ostvaren je s tržišta Južne Koreje, Japana, Finske, Španjolske, Poljske i SAD-a.

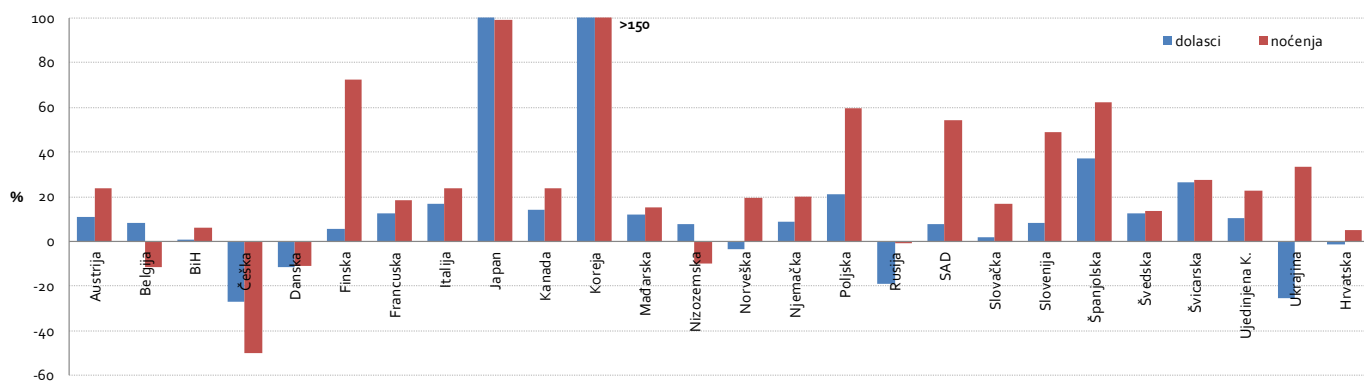
Turistički dolasci (postotna fluktuacija mjesečnog prometa – usporedba 2015. i 2014.)



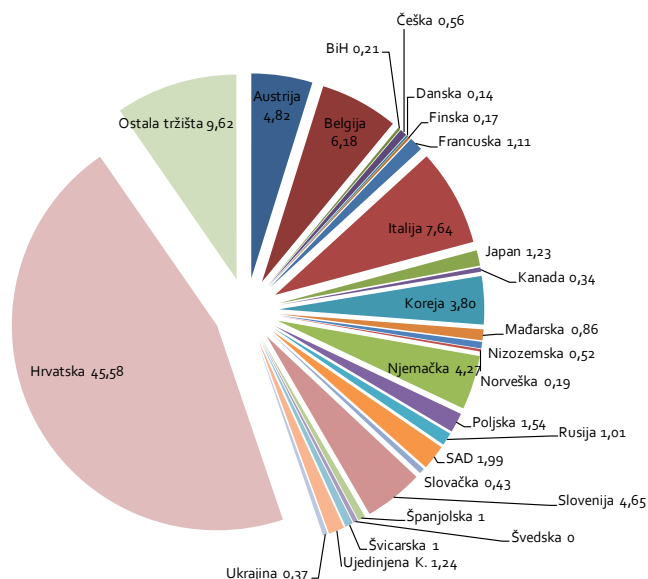
Turistička noćenja (postotna fluktuacija prometa – usporedba 2015. i 2014.)



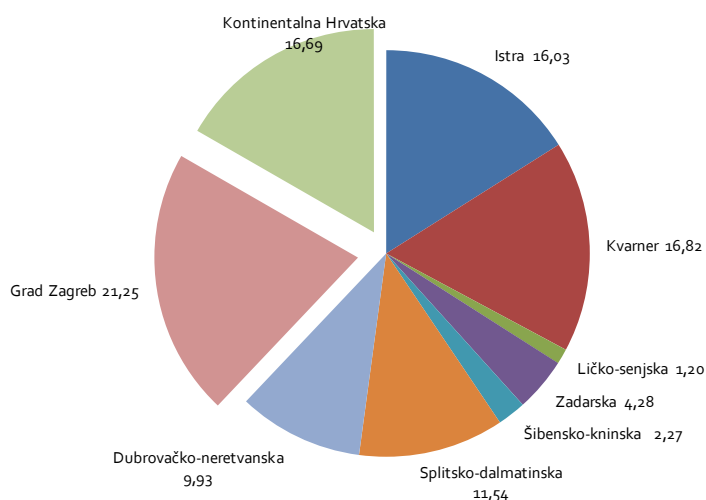
Pregled rasta/pada broja dolazaka i noćenja po tržištima (u %) u siječnju 2015.



Udjel pojedinih tržišta u ukupnom turističkom prometu na nacionalnoj razini u siječnju 2015.:



Udjel županija/regija u ukupnom broju noćenja u razdoblju siječnja 2015.:



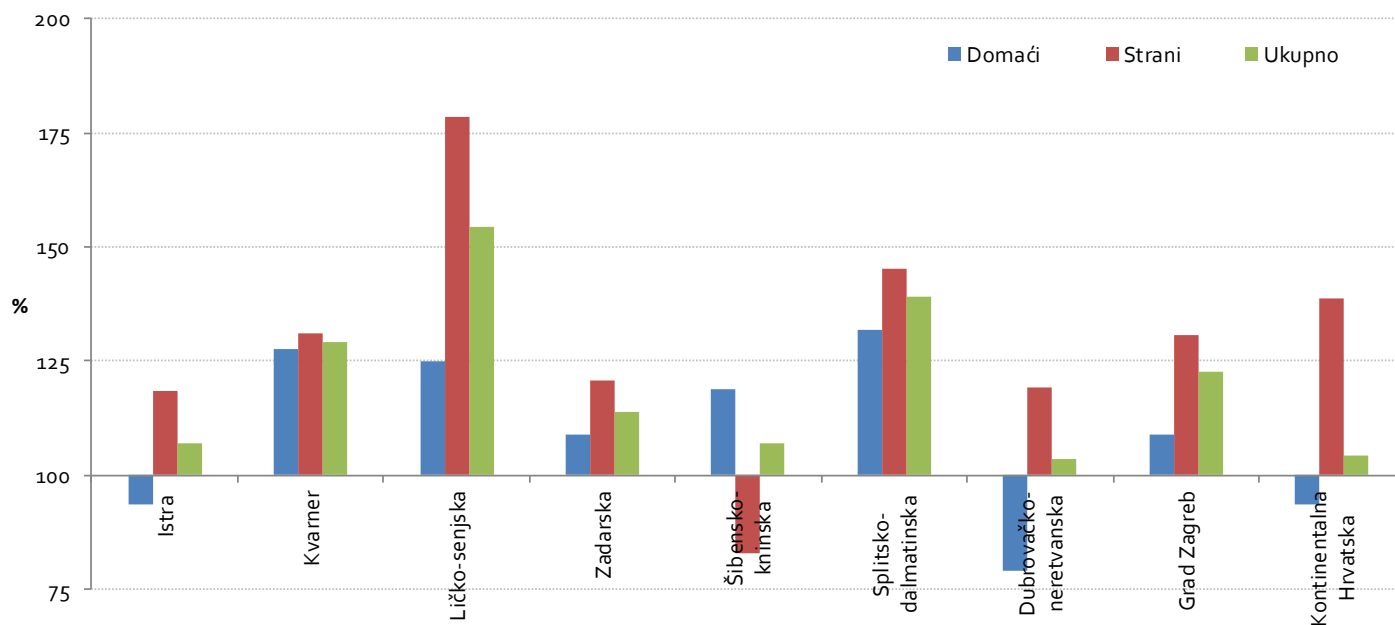
U siječnju, sve hrvatske županije/turističke regije bilježe rast broja ukupnih turističkih noćenja, a prema stopama rasta prednjače Ličko-senjska županija (+ 54,26 %), splitska regija (+ 39,04 %) te Kvarner (+ 29,17 %).

U siječnju Grad Zagreb ostvaruje najveći udjel u ukupnom broju noćenja u Hrvatskoj koji iznosi 21,25 %, zatim slijedi kontinentalna Hrvatska s udjelom od 16,69 % te Istra s udjelom od 16,03 %.

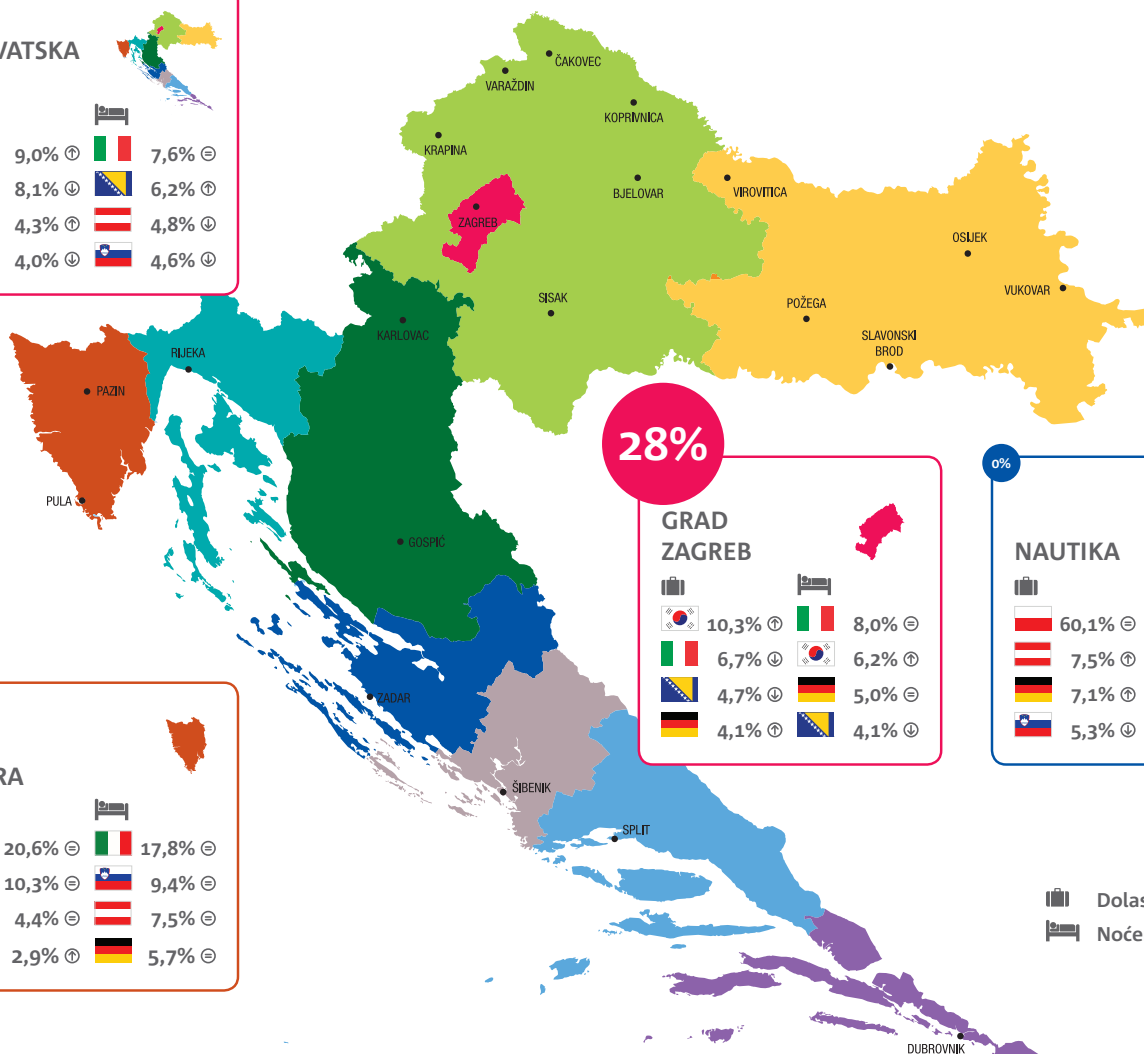
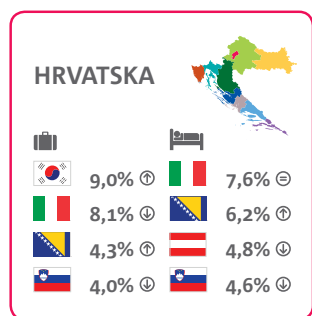
Rezultati po županijama (noćenja u siječnju, indeks 2015./2014.):

	DOMAĆI	STRANI	UKUPNO
Istra	106,15	76,66	83,91
Kvarner	98,93	87,53	92,15
Ličko-senjska	47,23	112,31	77,28
Zadarska	122,56	84,38	99,12
Šibensko-kninska	52,59	77,43	62,06
Splitsko-dalmatinska	95,41	89,15	91,75
Dubrovačko-neretvanska	129,79	97,86	107,46
Grad Zagreb	109,74	102,05	104,42

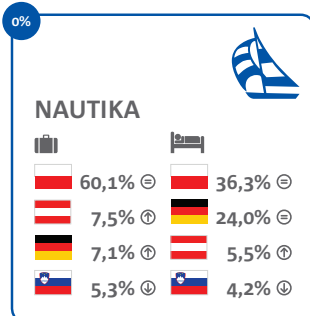
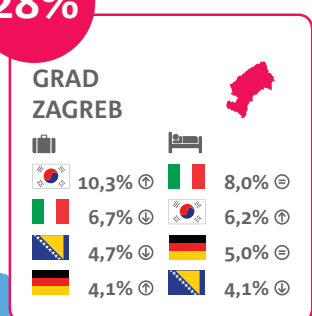
Pregled kretanja broja noćenja po županijama/regijama u siječnju 2015. (indeks 2015./2014.)



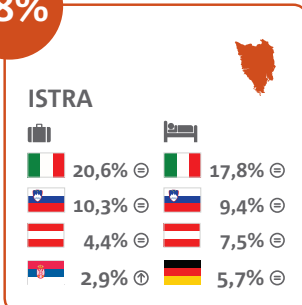
VODEĆA TRŽIŠTA PREMA TURISTIČKOM PROMETU U RAZDOBLJU SIJEČANJ 2015. – PREGLED PO KLASTERIMA



28%

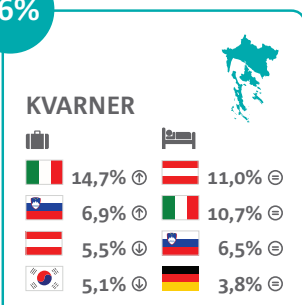


18%

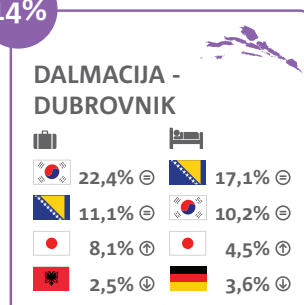


Dolasci
 Noćenja

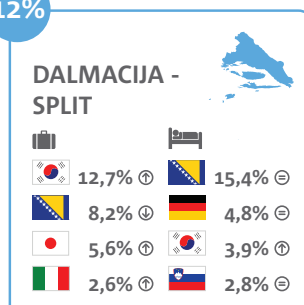
16%



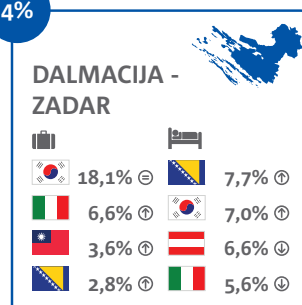
14%



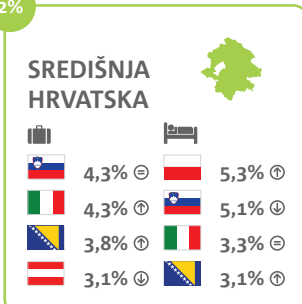
12%



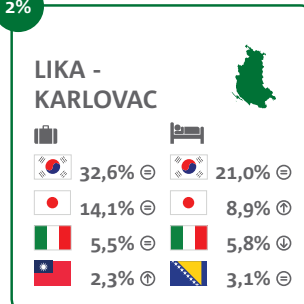
4%



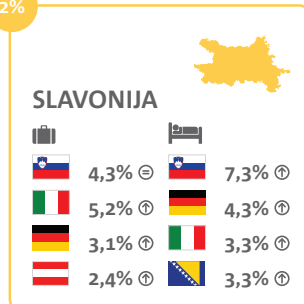
2%



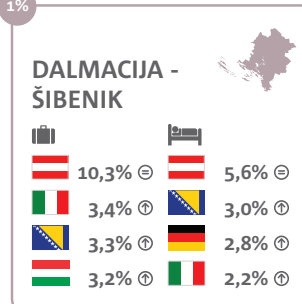
2%



2%



1%



AUSTRIJA

Turistički promet s tržišta u siječnju

2015.			2014.			indeks 2015./14.	
dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
4.192	18.077	4,82	3.772	14.633	4,54	111,13	123,54

Izvor: Hrvatska turistička zajednica

Gospodarsko-političko stanje na tržištu

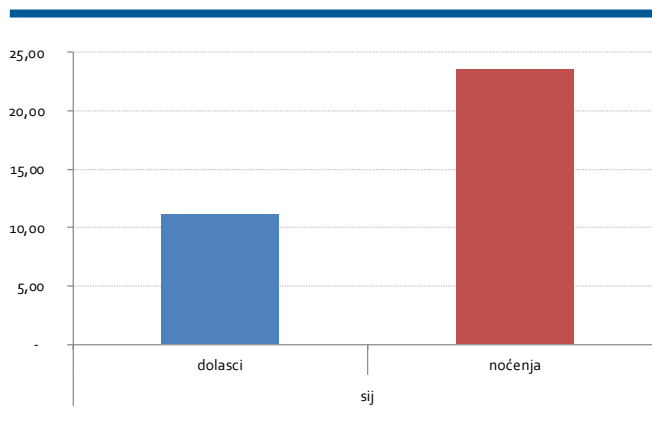
Početak godine, u središtu su interesa nove porezne mjere koje bi koalicijska vlada trebala usvojiti do svibnja. Tijekom 2014., svaki Austrijanac u prosjeku je za razna porezna davanja godišnje izdvojio 10.000 eura (davanja iz osobnih dohodaka, porez na cigarete i alkohol, nova dodatna davanja za osiguranje za kupnju novog automobila), čime je država uprihodila 1,7 milijardi eura.

Bank Austria objavila je listu zemalja u kojima se za jedan euro dobiva najveća „protuvrijednost“. U Mađarskoj se za 100 eura dobiva protuvrijednost od 173, u Hrvatskoj 146, u Turskoj 131, u Portugalu 128, u Grčkoj 122 i u Španjolskoj 115 eura. Putovanja u SAD postala su skuplja za 10 %, no još se uvijek isplati putovati jer je protuvrijednost 110 eura, kao u Italiji i Francuskoj. Najmanja protuvrijednost dobiva se u Švicarskoj, gdje je jak franak prouzročio pad protuvrijednosti na 73 eura, s daljnjom tendencijom pada. Navedeni odnos protuvrijednosti za euro od izuzetne je važnosti i jedan je od bitnih faktora za odabir destinacije.

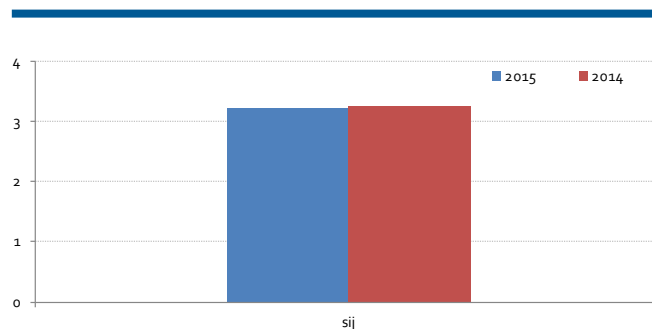
Emitivni turistički promet

Austrijanci se ni u 2015. ne žele odreći godišnjeg odmora, što potvrđuju rezultati ankete „Trend putovanja u 2015.“, koju je na sajmu Ferien Messe prezentirao organizator putovanja Ruefa. Rezultati govore da će od svih anketiranih, njih 90 % putovati na godišnji odmor (u 2014. pokazatelj je iznosio 88 %).

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



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



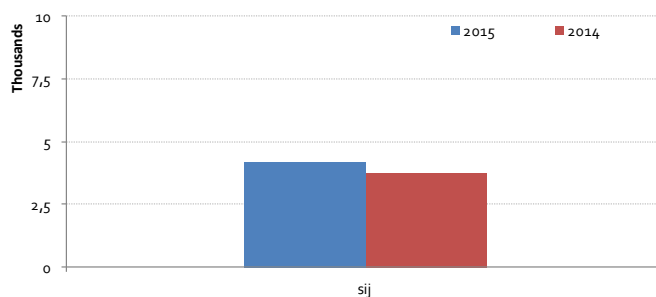
Svaki treći Austrijanac želi putovati u velike gradove s bogatom povijesnom i kulturnom baštinom, 81 % godišnji odmor želi provesti u bližim destinacijama, a njih 50 % godišnji će odmor provesti u vlastitoj zemlji.

O trenutnom stanju bukinga prerano je govoriti. Više od 65 % Austrijanaca su „stalni gosti“, koji dolaze u vlastitoj organizaciji i vlastitim prijevozom, a stanje bukinga za organizirane dolaske bit će dostupno kroz nekoliko tjedana.

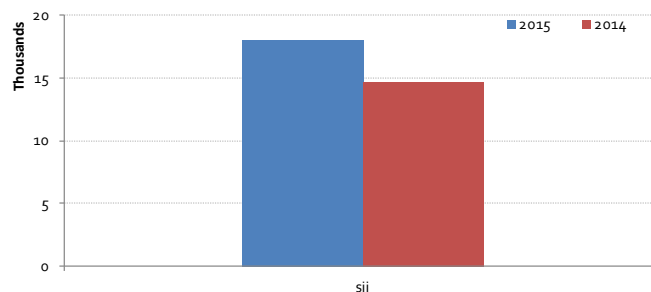
Prema podacima organizatora putovanja i turističkih agencija, početkom godine sve destinacije bilježe nešto slabiji buking u odnosu na isto razdoblje prošle godine. Kao razlog navode nedavne terorističke napade u Parizu, ali se očekuje smirivanje situacije i „pokretanje“ bukinga. Od charter destinacija, za sada se najbolje prodaje Grčka, zatim Španjolska, a na tržište se vraća i Egipat. Veliki problem ima Turska, zbog blizine Sirije, gdje se i dalje vodi rat. Ovakva neizvjesna situacija na tržištu može biti prednost za Hrvatsku, budući da će se tražiti destinacije lako dostupne vlastitim prijevozom. Ne treba zanemariti ni činjenicu da je gorivo postalo jeftinije pa bi putovanja vlastitim prijevozom mogla obilježiti ovu turističku sezonu.

Većina najvećih organizatora putovanja (Terra, Gruber, Novasol, FTI) odlučila je u 2015. ući s proširenom ponudom za Hrvatsku. Također, i autobuseri bilježe veći broj raspisa za grupe u pred i posezoni.

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



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



BELGIJA I NIZOZEMSKA

Turistički promet s tržišta u siječnju

	2015.			2014.			indeks 2015./14.	
	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
Belgija	340	785	0,21	314	888	0,28	108,28	88,40
Nizozemska	732	1.938	0,52	681	2.154	0,67	107,49	89,97

Izvor: Hrvatska turistička zajednica

Gospodarsko-političko stanje na tržištu

Nizozemska

Ekonomске procjene za Nizozemsku oprezno su pozitivne. Tržište nekretnina se oporavlja – promet nekretnina i cijene rastu, što je povezano s povjerenjem potrošača – u drugoj polovici 2014. potrošnja je naglo porasla te sada stagnira. Procjena je MMF-a da će nizozemska ekonomija rasti, iako sporije od očekivanja. Inflacija je najniža u posljednjih pet godina i iznosi 0 %. Stopa nezaposlenosti na razini od 6,7 % i dalje je jedna od najnižih u Europi.

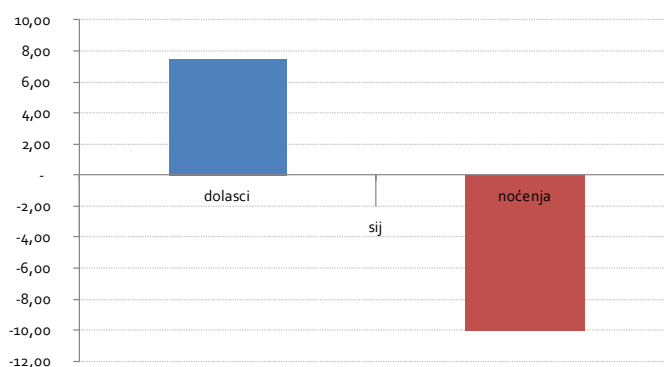
Belgija

Belgijski ekonomski institut podesio je procjenu ekonomskog rasta u 2015. na 1 % (s 1,5 % procijenjenih prošle godine). Procjena makro i mikroekonomskih komponenti je lagano poboljšanje. Zanimljivo je da povjerenje potrošača raste, dok poduzetničko povjerenje pada. Poduzetnici očekuju manji promet te više cijene sirovina i energenata. Stopa nezaposlenosti je 8,4 % (0,1 % manje nego u zadnjem kvartalu 2014.). Negativna stopa inflacije iznosi 0,65 %.

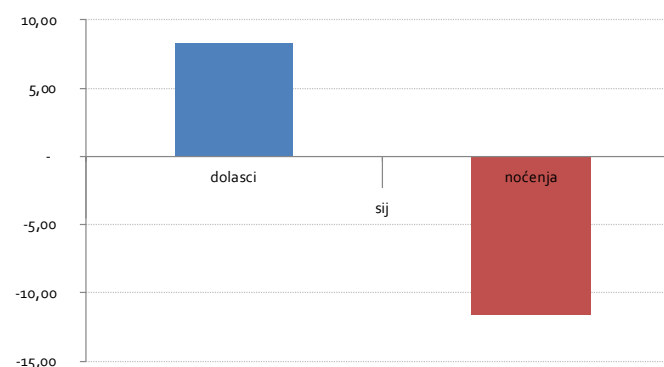
Sezona 2015.

Odmah nakon Božića, u Nizozemskoj i Belgiji započinje sezona prodaje ljetovanja. U siječnju i veljači održavaju se svi najvažniji turistički sajmovi, uz mnoštvo raznih promidžbenih poruka organizatora putovanja.

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



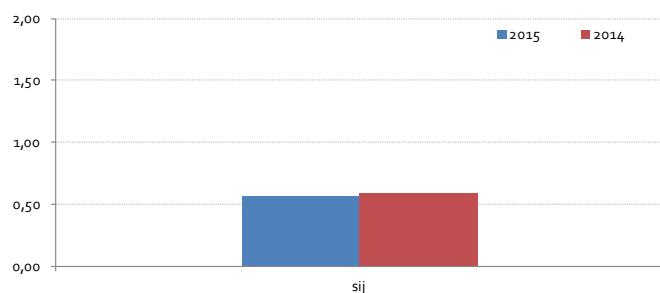
Belgija – dolasci i noćenja po mjesecima (I. 2015.) – postotna fluktuacija u usporedbi s prethodnom godinom



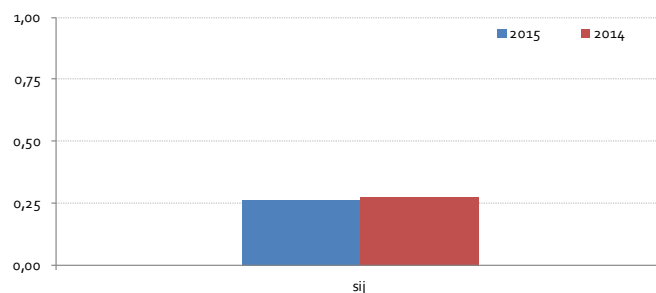
Iako je u ovom trenutku još dosta rano za davanje prognoza, budući da podaci za siječanj nisu raspoloživi, nastavno na preliminarne informacije od organizatora putovanja početak godine donosi nešto slabiji buking (oko 2 – 3 %) u usporedbi s prošlom godinom. Pritom, putovanja zrakoplovom bilježe pad od oko 1,5 %, dok putovanja s vlastitim prijevozom bilježe pad od oko 7 %. Najprodavanija ljetna čarter odredišta su Turska, koja bilježi pad od oko 15 %, dok Španjolska i Grčka bilježe

rast od 7 %. Osim Turske, Egipat i Tunis bilježe blagi pad, s obzirom na određenu dozu nesigurnosti u navedenim zemljama. Što se Hrvatske kao čarter destinacije tiče, Dubrovnik (s belgijskog tržišta) u blagom je minusu, dok je Istra s nizozemskog tržišta u blagom plusu. Što se segmenta putovanja s vlastitim prijevozom tiče, unatoč minusu od 7 % koji je u najvećoj mjeri uzrokovan zbog pada Francuske i Italije (oko 10 %), u porastu je Španjolska (10 %) i Hrvatska (5 %).

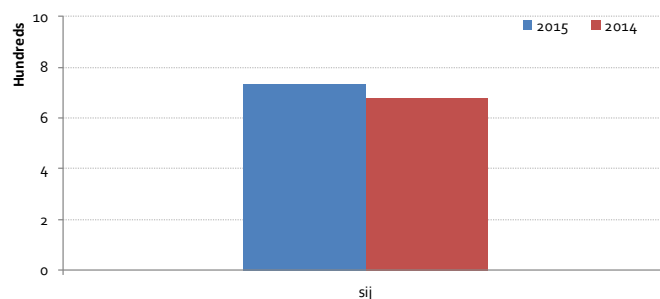
Nizozemska – kretanje udjela tržišta u ukupnom turističkom prometu u 2015. u usporedbi s 2014. (%)



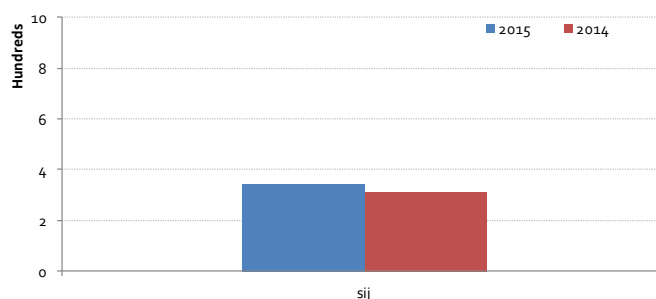
Belgija – kretanje udjela tržišta u ukupnom turističkom prometu u 2015. u usporedbi s 2014. (%)



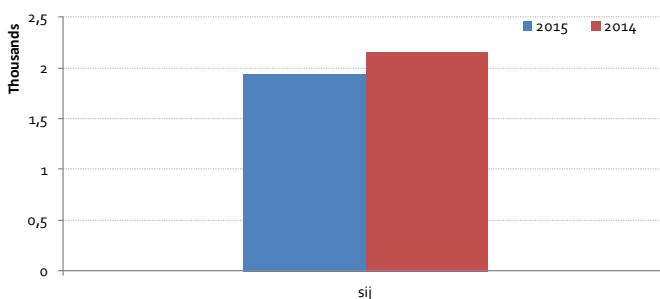
Nizozemska – kretanje broja dolazaka siječanj 2015. (kumulativno)



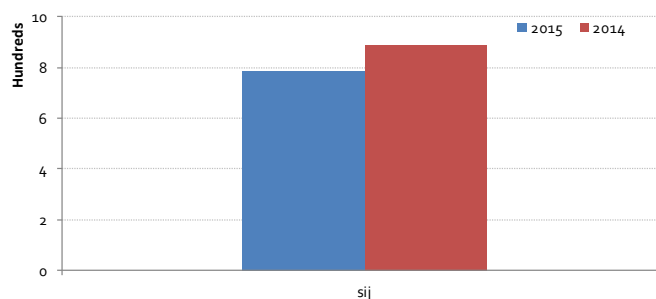
Belgija – kretanje broja dolazaka siječanj 2015. (kumulativno)



Nizozemska – kretanje broja noćenja siječanj 2015. (kumulativno)



Belgija – kretanje broja noćenja siječanj 2015. (kumulativno)



Aktivnosti predstavništva

- Siječanj su obilježili broji turistički sajmovi na kojima je sudjelovalo predstavništvo (Vakantiebeurs u Utrechtu, Vakanz u Luksemburgu, Vakantiesalon Vlaanderen u Antwerpenu) te specijalizirani sajmovi (Caravana u Leeuwardenu za kamping, Fiets en Wandelbeurs u Amsterdamu za biciklizam i slobodno vrijeme).
- Predstavljena je turistička ponuda kod vodećeg i najvećeg belgijskog autobusera Reizen Lauwers

te kod Udruge belgijskih organizatora putovanja ABTO uz najavu dvije nove avio – linije belgijskog nacionalnog zračnog prijevoznika SN Brussels Airlines, iz Brisela za Zagreb i Dubrovnik.

- U suradnji s ogrankom Matice Hrvatske u Briselu, u katedrali St Michel i Gudule 1. veljače upriličena je fešta Sv. Vlahe kojoj su se odazvali brojni građani, ali i nekoliko turističkih novinara.
- Krajem siječnja predstavništvo je sudjelovalo na manifestaciji „Pelješac Bridge & Wine“ u Europskom parlamentu u Briselu.

ČEŠKA

Turistički promet s tržišta u siječnju

2015.			2014.			indeks 2015./14.	
dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
698	2.093	0,56	956	4.199	1,30	73,01	49,85

Izvor: Hrvatska turistička zajednica

Gospodarsko-političko stanje na tržištu

U prosincu 2014. u Češkoj je zabilježena inflacija od 0,4 %, a stopa nezaposlenosti iznosila je 7,5 %.

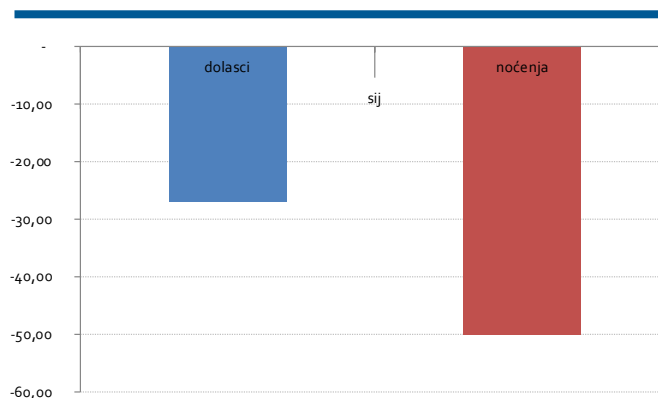
Prema podacima Češke narodne banke ove godine bi se trebala pojaviti deflacija u visini od 0,1 %. Za 2016. predviđaju inflaciju od 1,8 %, dok bi češko gospodarstvo u 2015. trebalo rasti za 2,6 %, a u 2016. za 3 %. Za razliku od Narodne banke, Ministarstvo financija za 2015. predviđa inflaciju od 0,3 %, a za sljedeću godinu 1,4 %, dok bi gospodarstvo u 2015. trebalo rasti za 2,7 %, a u 2016. za oko 2,5 %.

U siječnju je češka kruna devalvirala za 3 % u odnosu na euro i 8,3 % u odnosu na američki dolar. Prema mišljenju ekonomskih stručnjaka razlog devalvacije je niska inflacija i niska cijena goriva. Početkom godine, zbog niske inflacije padaju cijene električne energije, industrijskih i poljoprivrednih proizvoda. Cijena sirove nafte pala je na tržištu za 50 % što je izazvalo i pad cijena na benzinskim pumpama oko 11 % u odnosu na prošlu godinu.

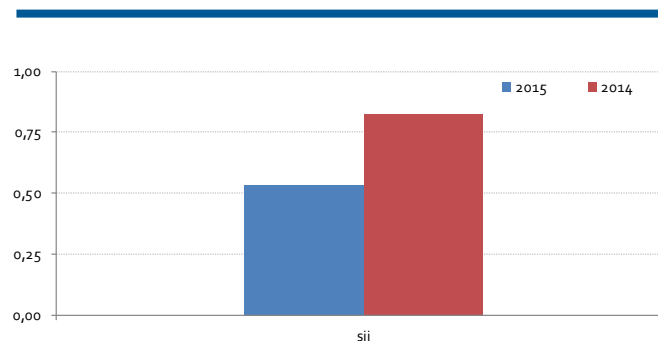
Emitivni turistički promet

Konzultantska tvrtka Mag Consulting na osnovu provedene ankete, za 2015. predviđa da bi se odlasci čeških turista u inozemstvo trebali povećati za 3 %. Predviđa i povećanje prodaje automobilskih aranžmana te skraćivanje trajanja u korist povećanja broja godišnjih odmora. Predsjednik udruge čeških organizatora putovanja i agencija (AČCKA) Roman Škrabaneck navodi da sve veći broj gostiju koristi *first minute* ponude, posebno obitelji s djecom. Zbog devalvacije krune predviđa blago povećanje kataloških cijena.

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



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



Za sezonu 2015. predviđa porast za tržište Albanije, Crne Gore i Slovenije. Dopredsjednik druge udruge organizatora putovanja i agencija Jan Papež, očekuje jačanje novog trenda, odnosno korištenje aktivnijih odmora zbog „smjene generacija“ – mlađe su generacije aktivnije i imaju kompleksnije zahtjeve.

Komentari organizatora putovanja

Od 11 anketiranih organizatora putovanja, pet izjavljuju da je prodaja bolja nego u istom razdoblju 2014., dva govore o prodaji na razini prošlogodišnje, dok se kod četiri bilježi pad prodaje. Glavni razlog za pad prodaje aranžmana za Hrvatsku je slabljenje češke krune koje rezultira skupljim aranžmanima te se cjenovno osjetljiviji kupci okreću povoljnijim aranžmanima koje nudi Grčka.

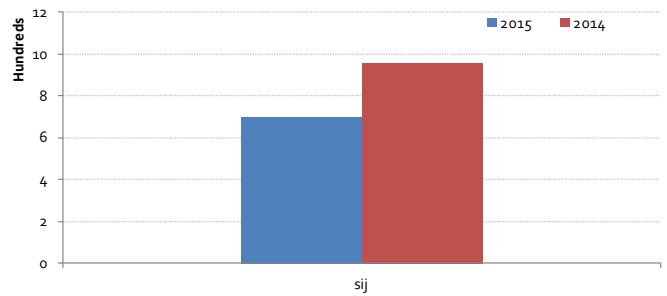
Receptivni turistički promet

Češka narodna banka u siječnju je objavila podatke o turističkim prihodima. U trećem kvartalu prošle godine iznosili su 36,4 milijarde CZK ili 1,5 milijarda više od prošle godine (povećanje od 4,6 %). Od početka godine do kraja trećeg kvartala prihod je iznosio 103,6 milijarde CZK, a u Češku je doputovalo 6,2 milijuna inozemnih turista. Do kraja godine Češka bi mogla ugostiti preko osam milijuna turista. U 2015. češki hotelijeri očekuju povećan turistički promet zbog predviđenih sportskih događanja (Europsko prvenstvo u atletici, Svjetsko prvenstvo u hokeju, Finale nogometnog prvenstva za mlade do 21 godine i proglašenje Plzena gradom kulture).

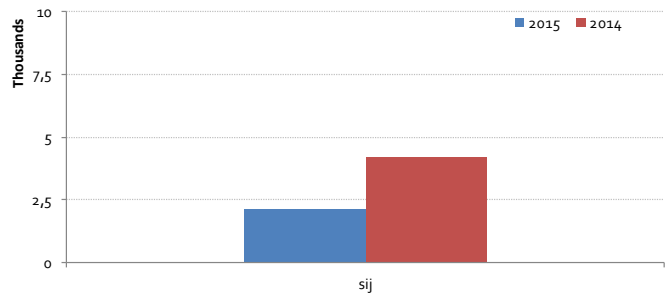
Aktivnosti predstavništva

- Otvorenje izložbe fotografija hrvatskog Jadrana u organizaciji Geotoura i Galerije Luka LU pod pokroviteljstvom Veleposlanstva RH i predstavništva. Održani su i Dani hrvatske kuhinje te autorsko čitanje Blanke Cechove iz knjige „Priručnik jadranske zaručnice“.
- Sastanak direktora i savjetnika za gospodarstvo Veleposlanstva RH s Jaroslavom Medekom, direktorom i vlasnikom agencije Mediteran Travel na temu odnos hotelijera i iznajmljivača prema češkim agencijama.
- U suradnji s udrugama organizatora putovanja i agenata AČKA i ACKČR razgovori i ispitivanja

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



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



interesa za sudjelovanje na radionici hrvatske Udruge obiteljskih i malih hotela u Pragu u cilju prezentacije i promocije na češkom tržištu.

- Predstavništvo sudjeluje u organizaciji studijskog putovanja dobitnika Zlatne penkale Libora Budinskog, a tema putovanja je Zagreb za *business* klijentelu te posebnog studijskog putovanja Češkog radija po hrvatskoj obali.
- Predstavništvo priprema posebnu prezentaciju „Upoznaj svjetsku UNESCO baštinu“, prezentacije eno-gastro ponude, manifestacija, zdravstvene i *wellnes* ponude te ruralnog turizma šest subjekata iz klastera Središnje Hrvatske u Pragu.
- Priprema nastupa na sajmovima Infotour u Hradec Kralove i Holiday World u Pragu.

FRANCUSKA

Turistički promet s tržišta u siječnju

2015.			2014.			indeks 2015./14.	
dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
1.367	4.153	1,11	1.213	3.507	1,09	112,70	118,42

Izvor: Hrvatska turistička zajednica

Gospodarsko-političko stanje na tržištu

Francuska nacionalna banka predviđa da bi francusko gospodarstvo trebalo rasti za 0,4 % u prvom tromjesečju, sve do razine rasta od 0,1 % u četvrtom tromjesečju. U 2015., aktualna francuska vlada predviđa gospodarski rast od 1 %, nakon što je na prošlogodišnjoj razini zabilježen rast od 0,4 %. Slična predviđanja ima i Europska komisija, koja je za 2015. objavila prognozu rasta od 1 %. Unatoč dobrim prognozama, francuska ekonomija ipak bilježi nešto manji rast u odnosu na zemlje eurozone, kojima se prognozira rast od 1,3 %.

Emitivni turistički promet

U kontekstu najnovijih geopolitičkih kretanja, specijalizirani časopisi za putovanja, internetske stranice i turistički vodiči trude se odabrati najbolje, najatraktivnije i nezaobilazne turističke destinacije za 2015.

Gotovo godinu dana nakon održanog Svjetskog prvenstva u nogometu, TripAdvisor i Skyscanner navode kako je Brazil Francuzima i dalje vrlo popularna destinacija, a Lonely Planet najveću zemlju Južne Amerike svrstava u top 10 omiljenih destinacija. Od ostalih zemalja Latinske Amerike, vrlo dobro „kotiraju“ Nikaragva, Panama i Kolumbija. Na listi popularnih destinacija su i zemlje Azije, pa su tako izdvojene Kambodža, Vijetnam, Burma, Tajland te Singapur, kao jedna od nezaobilaznih destinacija. Od popularnih europskih destinacija visoko „kotiraju“ Portugal, Grčka, Ujedinjena Kraljevina i Italija. Mnogi za odmor u 2015. spominju i Hrvatsku, no među zemljama koje svakako treba posjetiti su i Crna Gora i Srbija.

Portugal: povijesna godina za turizam

S više od polovice inozemnih turista (8,9 milijuna), Portugal je u 2014. ostvario rekordnih 9,6 milijardi eura prihoda od turizma. Broj hotelskih noćenja povećan je za 10,8 % dok su hotelijerski prihodi dostigli rekordnu razinu od 2,1 milijardi eura. „Ostvarili smo povijesnu godinu po broju turista, ostvarenim noćenjima i prihodima“, objavio je državni tajnik za turizam Adolfo Mesquita Nunes.

I najave za 2015. su vrlo dobre. Francuski organizatori putovanja proširuju programe za Portugal. Primjerice, Top of Travel povećao je svoju ponudu s kružnim putovanjima te dodatnim hotelima, Fram s novim hotel klubom Framissima itd.

Portugal ima sve prednosti i za kratke i duge boravke. Iako je more hladnije od mediteranskoga, turisti cijene plaže Algarvee, brojna golf igrališta, šarm Lisabona, antičke znamenitosti Conimbriga i Evore ili arhitekturu Porta, kao i okolne vinograde. „Portugal bi trebao profitirati od činjenice da je riječ o vrlo sigurnoj zemlji, što je sve važniji kriterij za odabir destinacije“, ocijenio je predsjednik Udruženja portugalskih hotelijera Luis Veiga.

Strah od terorizma utječe na turističku potražnju u 2015.

Zbog ebole, ali i napada ISIL-a u daljnjem je padu interes za destinacijama Bliskog i Srednjeg Istoka te afričkim zemljama.

Euroljani sve više napuštaju zemlje MAGREB-a, ali i Egipat ocjenjujući ih nedovoljno sigurnima. Portugal će sigurno imati velike koristi od kasnih rezervacija europskih, a ponajviše francuskih turista. U 2014. Francuzi su po brojnosti postali treća turistička klijentela Portugala, odmah iza Britanaca i Španjolaca te ispred Nijemaca.

Nakon atentata u Parizu, marokanski ministar turizma predstavio je akcije kojima u Maroku planiraju ponovno lansirati ovu „posrnulu“ turističku destinaciju. Riječ je o devet milijuna eura proračunskih sredstava. Ovaj plan predviđa marketinška ulaganja kao i pojačano ulaganje u odnose s javnošću. Također, predviđene su i akcije za senzibiliziranje francuskih turističkih aktera, kako bi se francuski turistički djelatnici uvjerali u stabilnost marokanskog tržišta. Naime, nakon siječanjskih atentata marokanski turistički djelatnici bilježe izuzetno loše najave i rezervacije s francuskog tržišta.

„Turistički prihodi u Tunisu su u 2014. bili u laganom rastu, ali i dalje daleko od onih ostvarenih u 2010. koja je referentna godina za tamošnji turistički sektor“, izjavila je Amel Karboul, ministrica turizma Tunisa. Također je izjavila kako je Tunis 2014. posjetilo više od šest milijuna turista, što je pad od 3,2 % u odnosu na godinu ranije. Ipak, porasti s nekih tržišta vrlo su ohrabrujući, poput Njemačke (+ 0,3 %), Italije (+ 9 %) i Ujedinjene Kraljevine (+ 4 %). Loša vijest je nastavak pada dolazaka s francuskog (- 6,1 %), ali i ruskog tržišta (- 11,5 %) te skandinavskih zemalja (- 19,5 %) u 2014.

Iako ne precizirajući o kojim se točno brojkama radi, ministrica je objavila da su mnogi Francuzi otkazali svoje rezervacije nakon siječanjskih atentata u Parizu. Priznala je kako je prema provedenim anketama na tržištima Italije, Francuske, Ujedinjene Kraljevine i Njemačke turistička slika Tunisa vrlo narušena, ne samo zbog sigurnosnih razloga, već i zbog velikog problema kvalitete hotelskog smještaja.

Stanje bukinga

Rezervacije za prosinac po broju putnika su u porastu za 6 % te po opsegu prodaje na razini rezultata ostvarenih u istom razdoblju 2013.

Rezervacije za srednje destinacije – prosinac 2014.: rezervacije prema glavnim srednje udaljenijim destinacijama, primjerice Maroku, u velikom su padu (- 52 %

po broju putnika i - 58 % prema opsegu prodaje). Italija i Ujedinjena Kraljevina također bilježe pad rezervacija od 2 % i pad od 8 % u broju putnika. Španjolska i Portugal bilježe značajan porast broja rezervacija od 6 % i porast od čak 92 % u broju putnika. Španjolska i Grčka bilježe pad rezervacija od 11 % odnosno pad od 14 % u broju putnika. Italija i Ujedinjena Kraljevina bilježe porast rezervacija za 30 % odnosno 32 % po broju putnika.

(Top 5: Španjolska, Italija, Maroko, Tunis, Grčka)

Rezervacije za udaljene destinacije – prosinac 2014.: Kina bilježi pad, dok su rezervacije prema ostalim udaljenim destinacijama, posebno SAD-u i Tajlandu, u porastu.

Statistike Sindikata francuskih organizatora putovanja (SETO) pokazuju da su u studenome i prosincu rezervacije za Hrvatsku u padu za 27 % za letove (429 pax rezervacija) te 9,7 % za pakete (9.745 pax rezervacija). Ovaj podatak ne treba previše zabrinjavati jer je u ovom razdoblju zabilježen pad rezervacija za većinu mediteranskih zemalja.

Treba uzeti u obzor da je riječ o realiziranim rezervacijama za studeni i prosinac te svakako treba pričekati sljedeće statistike, kako bismo mogli donijeti zaključak je li u slučaju Hrvatske doista riječ o kašnjenju rezervacija. No, prema predviđanjima očekuje se da bi brojke za Hrvatsku u sljedećem razdoblju trebale biti u rastu. Tome bi trebale doprinijeti i brojne aktivnosti predstavništva, prije svega kroz edukacije francuskih putničkih agenata i poslovne radionice s ciljem što ranijeg početka prodaje Hrvatske kao destinacije na francuskom tržištu pogotovo na područjima gdje dosad nisu postojali letovi iz francuskih gradova poput Nice ili Nantesa.

Receptivni turistički promet

Turizam u EU postiže nove rekorde. S ostvarenih 402,9 milijuna noćenja (pad od 1,2 % u odnosu na godinu ranije), Francuska je ipak zadržala prvo mjesto među europskim turističkim destinacijama. Slijedi Španjolska s ostvarenih 401,3 milijuna noćenja (+ 3,1 % u odnosu na godinu ranije), Italija s 369,9 milijuna noćenja (- 1,8 %) te Njemačka s 366,2 milijuna noćenja (+ 2,9 %).

Zbog svega navedenog, ali i činjenice da je 2015. neuobičajeno loše počela za pariške hotele uslijed siječanjskih atentata protiv Charliea Hebdo, ovo će svakako biti godina izazova i za francuski turizam.

Rezultati Hrvatske

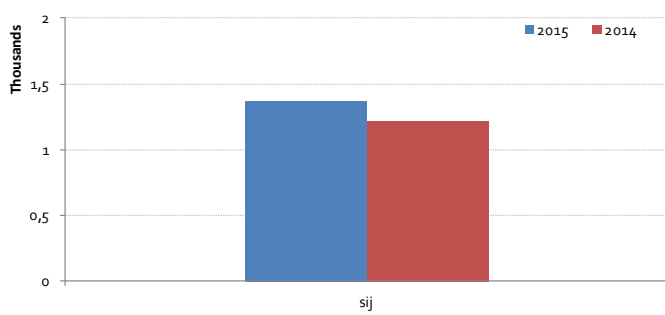
U siječnju je zabilježeno 12,70 % više dolazaka (1.367) i 18,42 % više noćenja (4.153).

Aktualna geopolitička situacija, uz rebrendiranje hrvatskoga turizma, svakako bi u sezoni 2015. trebala ići u korist novih akvizicija turista s francuskog tržišta. Kako bi potaknuli što raniju prodaju destinacije, paralelno s uvođenjem novih letova, predstavništvo organizira čitav niz aktivnosti i edukacija prodajnih agenata.

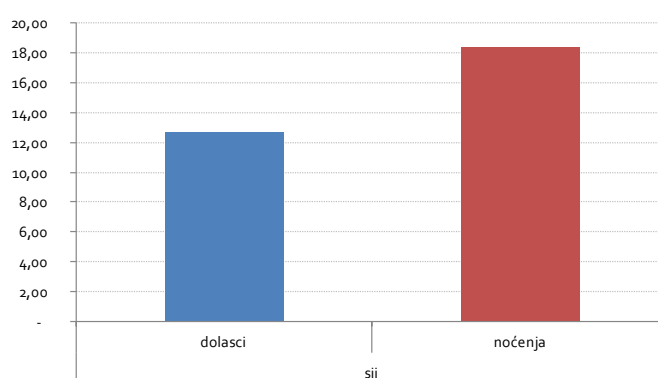
Tim se povodom organizira poslovna radionica u Parizu i Nici (u povodu uspostave novog leta Croatia Airlinesa iz Nice za Dubrovnik) te u Nantesu (u povodu uspostave nove linije Volotea iz Nantesa). I sudjelovanje na ovogodišnjem turističkom sajmu u Nantesu ide u tom smjeru. Vrlo je bitno iskoristiti i što jače promovirati hrvatsku turističku ponudu u predsezoni te što bolje iskoristiti prednosti i specifičnosti francuskog tržišta. Naime, Francuzi ove godine u svibnju imaju četiri nacionalna praznika/blagdana te bi s kampanjom trebalo krenuti što ranije kako bi se što veći broj Francuza u svibnju odlučio na dolaske u neku od hrvatskih regija.

Iako postoje svi preduvjeti za još značajnije dolaske s francuskog tržišta, i dalje postoje brojni ograničavajući faktori za intenzivniji rast i razvoj s francuskog tržišta. Naime, francuski organizatori putovanja žale se na nedostatak slobodnih mjesta za slijetanje na nekim hrvatskim aerodromima (prije svega Split i Dubrovnik). Također, konstantne kritike odnose se na nedostatan broj hotela za potencijalno otvaranje novih hotel-klubova francuskih organizatora putovanja.

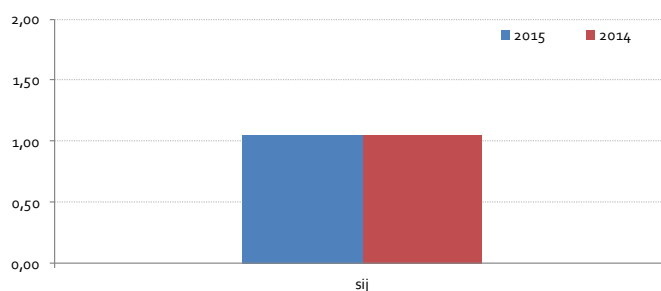
Francuska – kretanje broja dolazaka u razdoblju siječanj 2015. (kumulativno)



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

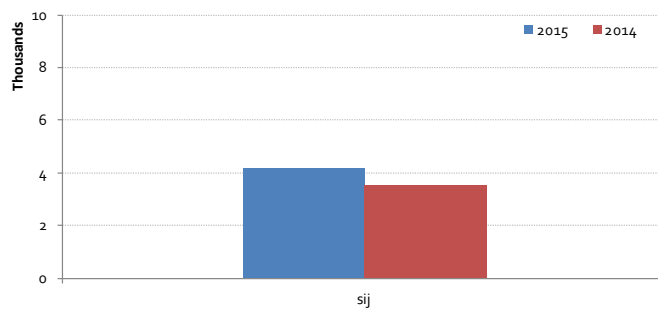


Francuska – kretanje udjela tržišta u ukupnom turističkom prometu u 2015. u usporedbi s 2014. (%)



Francuski organizatori putovanja definitivno imaju povjerenje u destinaciju i žele ulagati, a u predstojećem razdoblju bitno je stvoriti pretpostavke za značajnije pomake.

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



Aktivnosti predstavništva

- U siječnju je održan sastanak s direkcijom jednog od najvažnijih francuskih organizatora putovanja za Hrvatsku, Top of Travel. Tema sastanka bilo je stanje prodaje, nove prodajne aktivnosti Hrvatske preko lanca Leclerc, rezervacije za 2015. i zajedničko oglašavanje.
- S direkcijom francuskog organizatora putovanja Eastpak dogovorena je objava *newslettera*, kao dodatna promocija odlascima u svibnju u kojem Francuzi ove godine imaju četiri nacionalna praznika/blagdana. Svibanj se i inače, zbog prakse spajanja s vikendima, u Francuskoj naziva mjesecom godišnjih odmora. Također, dogovorena su studijska putovanja agenata te edukacije za prodajne agente.
- Održani su sastanci s organizatorima putovanja Voyageurs du Monde, Novasol, Fram, Jet Toursom i mrežom putničkih agencija Thomas Cook te s *online* agencijom Last Minute.
- Predstavništvo je organiziralo novinarsko putovanje, s ciljem dodatne promocije novog redovnog leta zračne kompanije Volotea (Bordeaux – Dubrovnik) i promocije odmora u Hrvatskoj izvan sezone.
- Predstavništvo je sudjelovalo na godišnjem susretu s francuskim novinarima u organizaciji Udruženja inozemnih turističkih predstavništava u Francuskoj (ADONET).
- Tijekom siječnja završen je izdavački projekt Destination Croatie, časopis s nakladom većom od 100.000 primjeraka, koji će na kioscima biti od ožujka do srpnja, a u cijelosti je posvećen Hrvatskoj.
- Tijekom siječnja obavljene su završne pripreme oko godišnje radionice *Sell Croatie* koja se održava 12. veljače u Parizu te priprema prezentacije nove zračne linije Nica – Dubrovnik.

ITALIJA

Turistički promet s tržišta u siječnju

2015.			2014.			indeks 2015./14.	
dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
10.511	28.671	7,64	8.981	23.188	7,20	117,04	123,65

Izvor: Hrvatska turistička zajednica

Gospodarsko-političko stanje na tržištu

Talijanska narodna banka u siječanjskom biltenu navodi kako je potrošnja u Italiji u blagom rastu od ljeta 2013., ali mogući pozitivan utjecaj na rast ekonomije tijekom tog razdoblja umanjen je zbog pada investicija. U 2015. predviđa se blagi rast talijanske ekonomije te nešto snažniji rast u 2016., dok će najvažniji faktor za rast gospodarstva predstavljati povećanje investicija.

Receptivni turistički promet

Predsjednik Udruge talijanskih hotelijera Bernabo Bocca zaključio je da je 2014. za talijansko tržište bila turbulentna. Strani turisti potvrdili su privrženost Italiji i zabilježili porast od 1,5 %. U posljednje tri godine strani turisti zabilježili su porast za 6,8 % u dolascima, dok su domaći turisti, unatoč krizi, u dolascima zabilježili porast od 0,6 %.

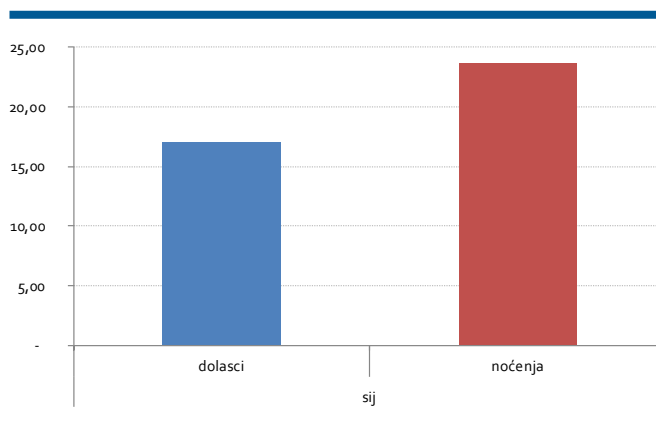
Emitivni turistički promet

Istraživanje koje je provela tvrtka Mercury srl. Turistica (podržano od sajma BIT 2015.), pokazalo je da Talijani i dalje nastavljaju putovati te da je Italija za 75 % njih i dalje prvi izbor. Od stranih destinacija, Hrvatska je i dalje u top 5 destinacija koje Talijani biraju za odmor.

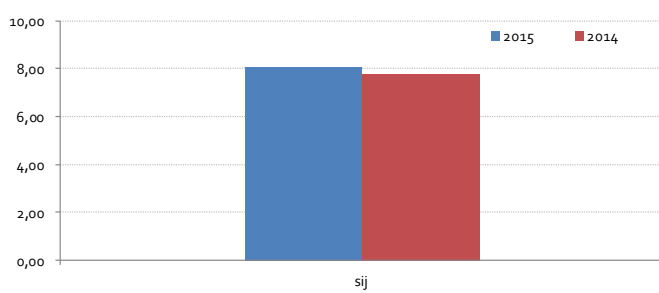
Rezultati Hrvatske

Unatoč činjenici da je i u ovu godinu Italija ušla s dosta teškom ekonomskom situacijom, 2015. je za talijanske turiste u Hrvatskoj počela jako dobro. U siječnju je zabilježeno 17 % više dolazaka i 24 % više noćenja. Predviđa se nastavak pozitivnog trenda i u sljedećim mjesecima.

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



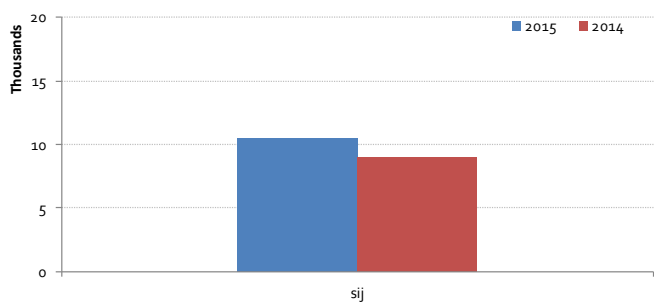
Italija – kretanje udjela tržišta u ukupnom turističkom prometu u 2015. u usporedbi s 2014. (%)



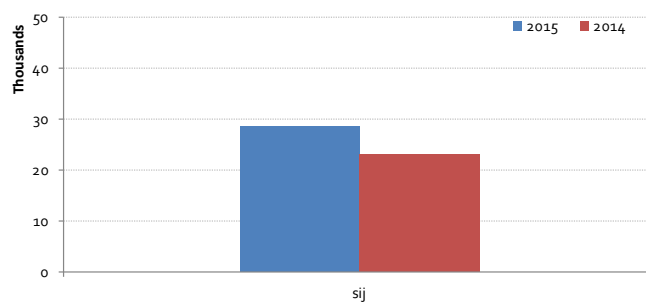
Komentari organizatora putovanja

Organizatori putovanja potvrdili su da bilježe interes i upite za Hrvatsku, ali da je još prerano za konkretniju realizaciju, budući da su talijanski turisti poznati po donošenju *last minute* odluka vezanih uz godišnji odmor.

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



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



JAPAN

Turistički promet s tržišta u siječnju

2015.			2014.			indeks 2015./14.	
dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
3.311	4.598	1,23	1.600	2.308	0,72	206,94	199,22

Izvor: Hrvatska turistička zajednica

Gospodarsko-političko stanje na tržištu

Svi svjetski mediji popratili su dramatična događanja vezana uz japanske taoce koje su zarobili i smaknuli pripadnici Islamske države. Kako zbog pogibije japanskih talaca, tako i zbog terorističkog napada u Parizu i pokušaju u Bruxellesu, od početka 2015. bilježe se otkazivanja putovanja u Europu, počevši od Francuske, Belgije i drugih destinacija. Stanje u Ukrajini i vojni okršaji koji se trenutno odvijaju nimalo ne pomažu poboljšanju slike europskog kontinenta kao mirne i sigurne destinacije već naprotiv, sve je više japanskih turista koji se pitaju koliko je sigurno sada krenuti prema Europi.

U The Japan Timesu objavljen je članak o konferenciji za novinare koju je 21. siječnja u sjedištu centralne banke održao guverner banke Japana Haruhiko Kuroda. Nakon dva negativna kvartala, industrijska proizvodnja je u prosincu zabilježila pozitivne rezultate (+ 1,8) te se vjeruje da je to početak izlaska iz recesije. Istovremeno, potrošnja kućanstava se smanjila, a inflacija usporila. Kada je riječ o tržištu rada, odnos ponude poslova prema potražnji najpovoljniji je u posljednja dva desetljeća, a nezaposlenost je zabilježila najmanji udjel od kolovoza 1997. Povećanje ponude poslova izravno utječe na smanjenje pritiska na Japansku narodnu banku, kaže guverner banke Kuroda i dodaje da su financijske stimulacije utjecale na cijenu nafte i zaustavile inflaciju.

Rezultati u prosincu bili su niži od predviđanja stručnjaka, što pokazuje da je gospodarski oporavak još uvijek slab. Kućanstva i dalje štede jer su plaće smanjene uslijed povećanja poreza.

Isti trend bilježi se i u proizvodnom sektoru koji je još uvijek oprezan, kaže Kaheshi Ninami, ekonomist Norinchukin Research Instituta.

Vlada će vjerojatno trebati stvoriti dodatni financijski stimulans kako bi se gospodarstvo oporavilo, no bit će potrebno promovirati potrošnju te povećati plaće.

Emitivni turistički promet

Prema službenim podacima Japan National Tourist Organization (JNTO) objavljenim 20. siječnja, japanski turisti su u prosincu realizirali 1.397.000 odlazaka u inozemstvo što je pad od 5,4 % u usporedbi s istim mjesecom prethodne godine. Od siječnja do prosinca zabilježeno je 16.903.000 putovanja što je pad od 3,3 %.

Receptivni turistički promet

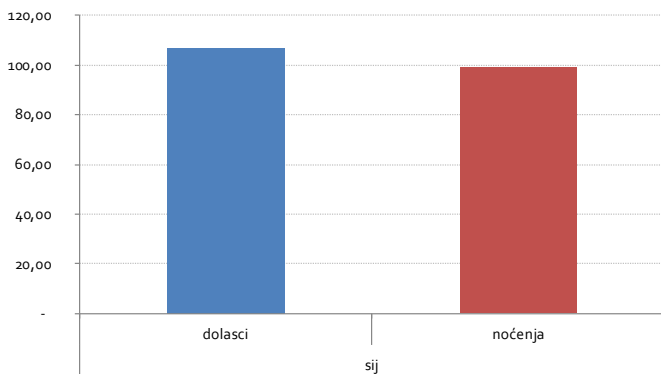
Dolasci inozemnih turista i u prosincu bilježe odlične rezultate s 1.236.100 dolazaka, što je 43,0 % više od istog razdoblja prethodne godine.

U 2014. Japan je posjetilo 13.413.600 inozemnih turista, što je povećanje od 29,4 % u usporedbi s prošlogodišnjim rezultatima.

Rezultati Hrvatske

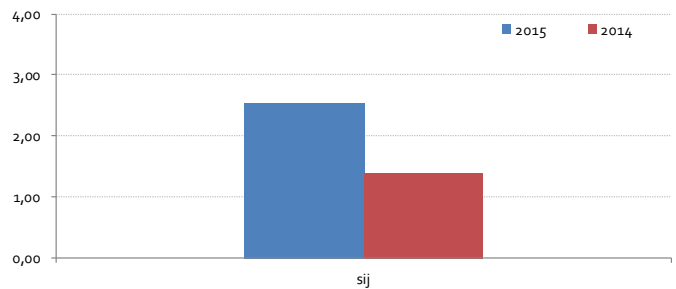
Prema podacima Hrvatske turističke zajednice, japanski turisti u siječnju su zabilježili 3.311 dolazaka i 4.598 noćenja što je rast od 106 % i 99 % u usporedbi s prethodnom godinom.

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

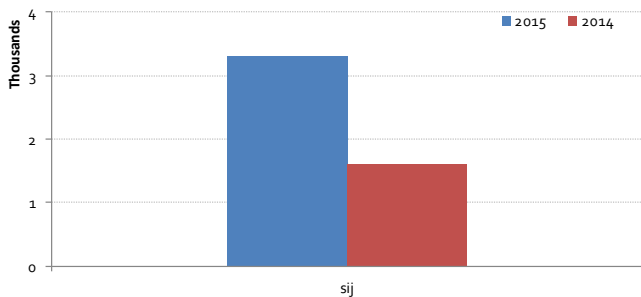


Posljednje dvije godine dolasci u siječnju nisu zabilježili pozitivne rezultate i može se reći da je ove godine došlo do tako značajnog rasta zbog nastavka pozitivnog trenda iz prošlogodišnje rekordne godine, kada je zabilježen dosad najveći broj i dolazaka i noćenja.

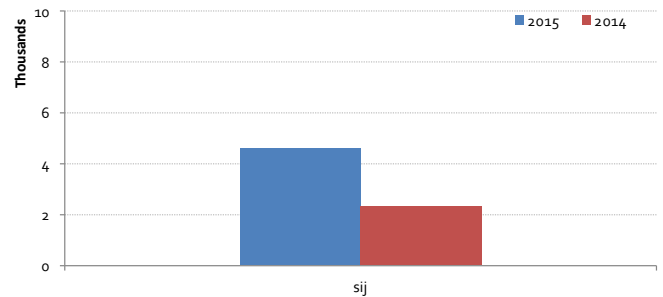
Japan – kretanje udjela tržišta u ukupnom turističkom prometu u 2015. u usporedbi s 2014. (%)



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



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



Koreja

Na internetskim stranicama Ministarstva strategije i financija Republike Koreje objavljen je tekst o trenutnom stanju korejskog gospodarstva. U tekstu se navodi da su glavni gospodarski indikatori i zapošljavanje u porastu. Od gospodarskih grana bilježe se pozitivni rezultati u rudarstvu, proizvodnji, prodaji na malo i investiranju objekata. U studenome se nastavlja rast tržišta rada i u usporedbi s godinom ranije, zabilježeno je 438.000 radnih mjesta više.

Inflacija potrošačkih cijena u prosincu se spustila na razinu od 0,8 %, što slijedi kontinuirano sniženje cijena nafte. Rudarstvo i proizvodnja zabilježili su rast od 1,3 % u usporedbi s prethodnom godinom.

Izvoz je u prosincu zabilježio rast od 3,7 %, što je ohrabrujuće nakon negativne stope od 2,1 % zabilježene mjesec dana ranije.

Za pozitivne rezultate izvoza najviše su zaslužni mobilni telefoni, poluvodiči i proizvodi od željeza. Prosinac je bio u pozitivnom tzv. „crnom“ sa zabilježenih 5,78 milijardi US dolara.

Domaća potrošnja još uvijek nije dosegla očekivane rezultate. Vlada će s velikom pažnjom pratiti vanjske čimbenike koji utječu na domaću potrošnju (promjene tečaja US dolara, smanjen tečaj japanskog jena) te će posebnu pažnju posvetiti praćenju situacije u zemljama koje proizvode naftu. Nastavit će praćenje domaćih i inozemnih ekonomskih trendova i pripremiti korejsko gospodarstvo na moguće rizike i zaštititi domaće tržište od vanjskih iznenađenja. Nastavit će se s trogodišnjim planom ekonomske inovacije i u 2015. kako bi restrukturirali i revitalizirali gospodarstvo i pojačali domaću potrošnju.

MAĐARSKA

Turistički promet s tržišta u siječnju

2015.			2014.			indeks 2015./14.	
dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
1.396	3.242	0,86	1.246	2.809	0,87	112,04	115,41

Izvor: Hrvatska turistička zajednica

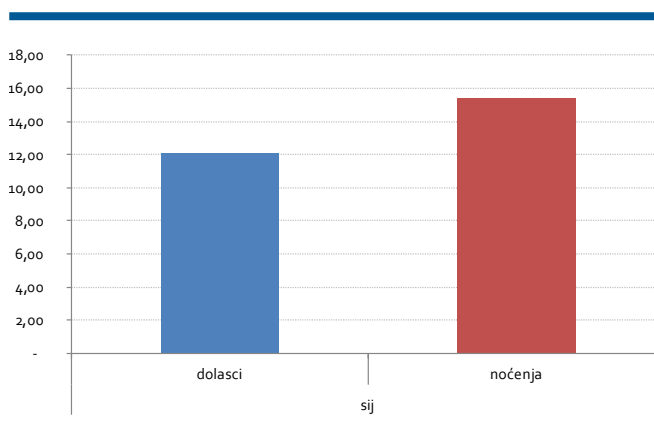
Gospodarsko-političko stanje na tržištu

Početak godine donio je stabiliziranje mađarske nacionalne valute, što ohrabruje kada se govori o nastupajućoj turističkoj sezoni. Međutim, mađarski političari oprezni su glede mjera kojima građanima planiraju olakšati teret gospodarskih teškoća. Naime, mađarsko gospodarstvo uvelike ovisi o njemačkom gospodarstvu (oko 6.000 njemačkih tvrtki u Mađarskoj zapošljava oko 300.000 mađarskih radnika, 25 % mađarskog izvoza ide u Njemačku, 25 % stranih ulaganja dolazi iz Njemačke), Mađarska plin dobiva iz Rusije preko Ukrajine pa trenutačna situacija u vezi rusko-ukrajinskog sukoba ne garantira i trenutačne cijene plina i moguće je da potpora države (u smislu snižavanja cijene plina za domaćinstva) ove godine izostane. Također, zbog sukoba Rusije i Ukrajine, Mađarska je dodatno u nezavidnoj situaciji jer u Ukrajini živi oko 200.000 Mađara.

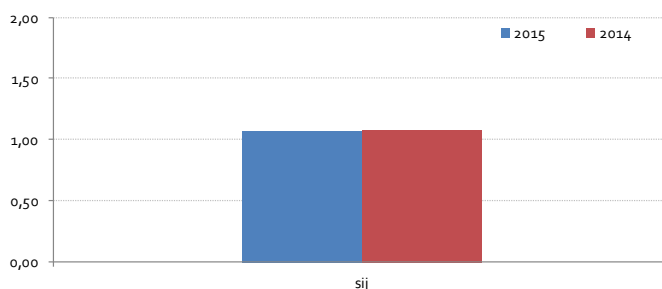
Unatoč prvim naznakama o boljoj sezoni iz Mađarske, valja biti oprezan.

Prema podacima mađarskog ureda za statistiku (KSH), u trećem kvartalu 2014. BDP je porastao za 3,2 %, industrijska proizvodnja u prosincu 2014. bilježi porast od 7,1 % (u odnosu na isti mjesec prošle godine). U studenome 2014. vrijednost izvoza (računato u eurima) bio je bolji za 3,1 % u odnosu na prethodno razdoblje, dok je vrijednost uvoza (računato u eurima) zabilježila porast od 3,5 %. U studenome 2014. bilježi se pad nezaposlenosti, koja iznosi 7,7 %. U prosincu 2014. zabilježen je omjer cijena roba i usluga (inflacija, to jest deflacija) u iznosu od - 0,9 % u odnosu na isti mjesec prošle godine.

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



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



Domaća potrošnja pokazuje blagi rast – u listopadu 2014. dosegla je 5 % u odnosu na isto razdoblje prethodne godine. Također bilježi se kako je prosječna neto plaća u I. – III. kvartalu 2014. iznosila 153.294.- HUF (oko 500 eura), što je za 2,9 % više u odnosu na isto razdoblje prošle godine.

Emitivni turistički promet

Prema mađarskim statističkim podacima, u 2014. svaki treći Mađar putovao je na godišnji odmor, a gledano prema ukupnim turističkim putovanjima mađarskih građana u inozemstvo (jednodnevna putovanja i godišnji odmori) od siječnja do rujna, 529.000 građana putovalo je u Austriju (prema podacima austrijskog turističkog predstavništva u Mađarskoj, mađarski građani su tijekom 2014. ostvarili 1.650.300 noćenja i premašili rekordnu 2008. kada su mađarski turisti ostvarili 1.641.621 noćenje), 518.000 u Njemačku (prema informacijama iz njemačkog predstavništva u Mađarskoj, mađarski turisti su tijekom 2014. ostvarili oko 700.000 noćenja), 392.000 u Češku, 364.000 u Slovačku, 346.000 u Rumunjsku te 258.000 u Hrvatsku (prema našim podacima u razdoblju siječanj – rujan u Hrvatskoj je boravilo 374.298 mađarski građana koji su u istom razdoblju ostvarili 2.095.857 noćenja).

Prema informacijama mađarskih organizatora putovanja, rani buking za Hrvatsku bolji je nego prošle godine, ali i za ostale inozemne destinacije. Također, i mađarski stručni mediji predviđaju dobre rezultate za Hrvatsku te tako jedan od stručnih portala (turizmus.com) donosi tekst o Hrvatskoj pod naslovom „Hrvatska uvijek treba“.

Receptivni turistički promet

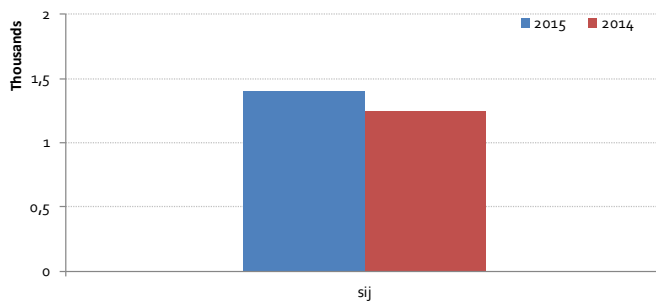
Prema podacima mađarske državne statistike (KSH), u Mađarskoj je tijekom 2014. zabilježen porast broja noćenja za 5,4 %. Broj noćenja stranih turista porastao je za 2,7 %, broja noćenja domaćih turista za 8,3 %, dok je bruto prihod od turizma veći za 10,4 % ili za 1,07 milijardi eura.

Tijekom 2014. zabilježeno 9.526.000 dolazaka i 24.199.000 noćenja, od čega 4.588.000 (+ 4,6 %) stranih gostiju koji su ostvarili 12.303.000 (+ 2,7 %) noćenja i 4.938.000 (+ 9,8 %) domaćih gostiju koji su ostvarili 11.896.000 (+ 8,3 %) noćenja.

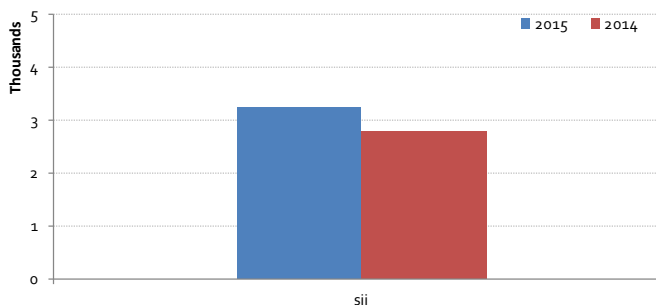
Aktivnosti predstavništva

- Tijekom siječnja bilježimo intenzivnu suradnju s predstavnicima mađarskih medija kako bismo

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



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



skrenuli pozornost na Hrvatsku kao jednu od najvažnijih inozemnih destinacija za mađarske turiste. Mađarskoj izvještajnoj agenciji (MTI) dostavili smo podatke ostvarene s mađarskog tržišta u 2014. što je rezultiralo brojnim priložima u najvažnijim mađarskim medijima, budući da je upravo s mađarskog tržišta zabilježen najveći porast.

- Voditelj ureda nastupio je na komercijalnoj HIR TV, gdje se u redovitoj vanjsko-političkoj emisiji govorilo o Hrvatskoj.
- Nastavljeni su dogovori s partnerima i predstavnicima mađarskih medija o suradnji u 2015. Predstavništvo planira sudjelovanje na sajmu turizma UTAS i na *roadshow* prezentaciji mađarskog organizatora putovanja Terra Reisen Magyarorszag. Planirana je i *roadshow* prezentacija za predstavnike turističkih zajednica županija te Turističke zajednice Grada Zagreba, poslovna radionica za predstavnike hrvatskih i mađarskih tvrtki i sudjelovanje na raznim manifestacijama u Budimpešti i diljem Mađarske.

NJEMAČKA

Turistički promet s tržišta u siječnju

2015.			2014.			indeks 2015./14.	
dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
3.586	16.006	4,27	3.295	13.317	4,14	108,83	120,19

Izvor: Hrvatska turistička zajednica

Gospodarsko-političko stanje na tržištu

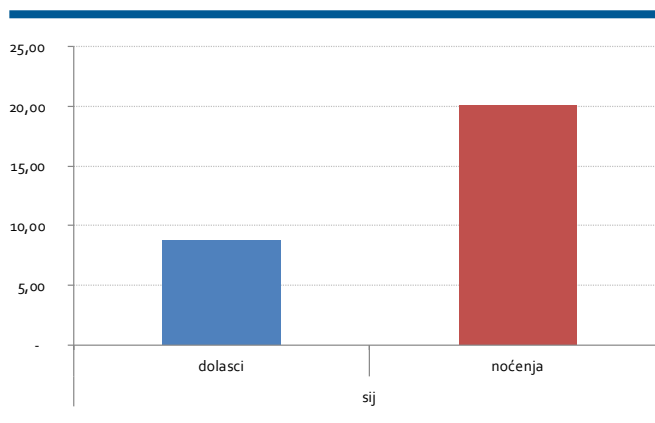
Početak 2015. u Njemačkoj se bilježi ubrzan rast gospodarstva. Razlog tome su niže cijene goriva, najava Europske centralne banke o otkupu državnih obveznica prezaduženih zemalja te povećanje potrošnje.

Za 2015. njemačko ministarstvo gospodarstva povećalo je procjenu gospodarskog rasta s 1,3 % na 1,5 % BDP-a. Ministar Sigmar Gabriel napominje da je njemačka ekonomija stabilna te da se nakon prevladavanja geopolitičkih turbulencija i nakon razdoblja usporavanja vratila na put gospodarskog rasta.

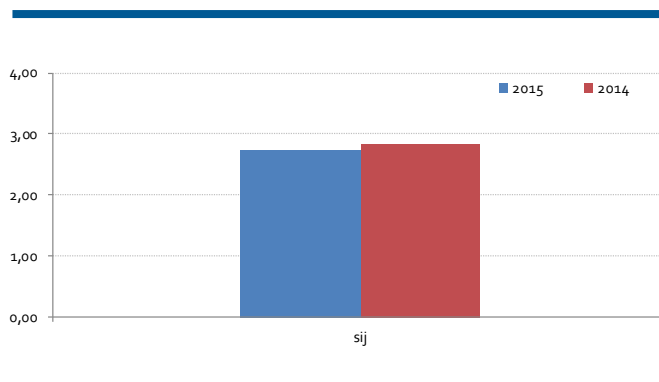
Njemački izvoz, potpomognut slabljenjem eura u odnosu na druge valute te pad cijene barela sirove nafte koja se procjenjuje na prosječno 59 dolara, tijekom 2015. dali su novi zamah gospodarstvu. Zbog trenutne cijene goriva njemačkim potrošačima ostaje znatno više novaca što se odražava na rast potrošnje. Procjenjuje se da će njemačke obitelji u 2015. potrošiti 1,6 % više u odnosu na 2014. (u 2014. rast potrošnje iznosio je 1,15 %).

Ministar Sigmar Gabriel procjenjuje da će se u 2015. otvoriti dodatnih 170.000 radnih mjesta, što će rezultirati s 42,8 milijuna zaposlenih. Zaposlenost je u Njemačkoj dosegla rekordnu razinu pa je nezaposlenost najniža od ujedinjenja. Raste i efikasnost rada, što omogućuje rast neto dohodaka. Na saveznoj razini nezaposlenost je pala na 6,5 %. U siječnju je bilo osam tisuća nezaposlenih manje u odnosu na prosinac, a ukupno je u Njemačkoj 2,8 milijuna osoba u potrazi za zaposlenjem.

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



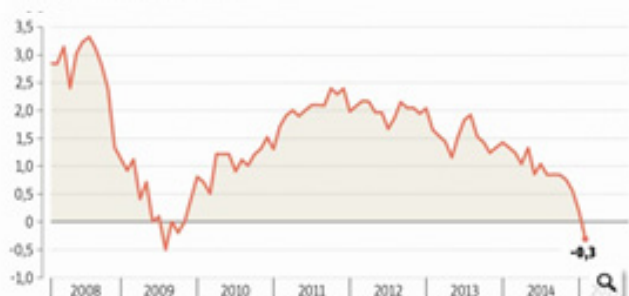
Njemačka – kretanje udjela tržišta u ukupnom turističkom prometu u 2015. u usporedbi s 2014. (%)



Od 1. siječnja primjenjuje se pravilo minimalne plaće koja iznosi 8,5 eura bruto na sat. Porasle su i državne mirovine te su i te komponente bitne za rast potrošnje.

Inflation in Deutschland

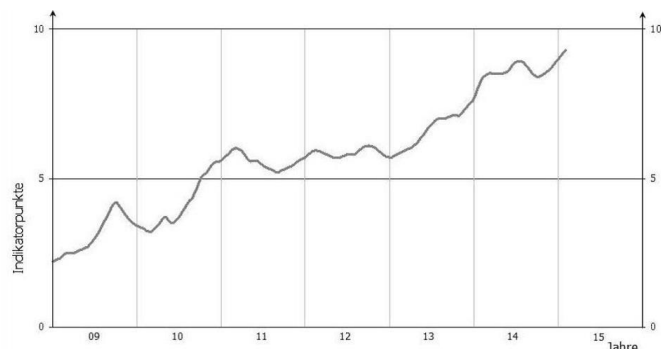
Veränderung zum Vorjahr in Prozent



Izvor: Süddeutsche Zeitung

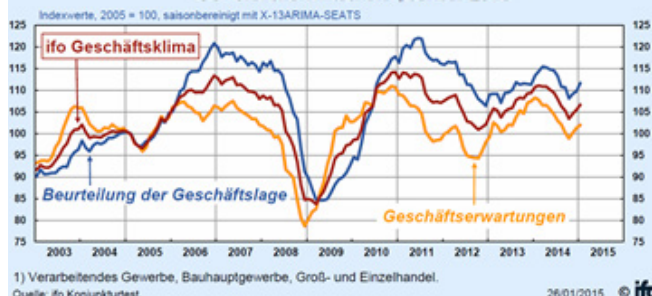
Zbog pada cijena goriva došlo je do deflacije koja se u Njemačkoj nije pojavljivala od 2009. Krajem siječnja zabilježena je deflacija od 0,3 % u odnosu na prosinac. Na godišnjoj razini cijene su pale za 0,5 %, cijene energenata pale su za 9 %, a hrane za 1,3 %.

Potrošačka klima u siječnju bila je na najvišoj razini u posljednjih 13 godina, a za veljaču se očekuje daljnji rast indikatora stanja u privredi.

GfK indikator potrošačke klime (siječanj 2015.)

Izvor: GfK

I drugi indikatori stanja među potrošačima bilježe pozitivan trend. Indikator očekivanja o konjunkturi, očekivanja vezana za primanja i sklonost nabavi trajnih dobara bilježe povećanje u odnosu na prosinac 2014.

ifo KonjunkturtestGewerbliche Wirtschaft¹⁾, Januar 2015

1) Verarbeitendes Gewerbe, Bauhauptgewerbe, Groß- und Einzelhandel.

Quelle: Ifo Konjunkturtest.

26/01/2015 © ifo

Izvor: IFO

Indeks poslovne klime u siječnju se povećao te je u uzlaznom trendu u odnosu na studeni 2014. Poslovni ljudi iskazali su zadovoljstvo trenutnim stanjem u gospodarstvu. Usporedno tome i ostali indikatori koji se vežu na procjenu stanja među gospodarstvenicima kao procjena gospodarske situacije i procjena poslovnih očekivanja, nalaze se u uzlaznom trendu.

Emitivni turistički promet

Opći pozitivni trendovi u nacionalnoj ekonomiji ne preslikavaju se u značajnijoj mjeri na turističko tržište, barem ne na onaj dio koji je vezan za tradicionalne kanale prodaje. Prema podacima turističkih agencija u prosincu su, nakon relativno slabog studenoga, realizirale 4,7 % veći promet u odnosu na isti mjesec 2014. Taj podatak odnosi se uglavnom na poslovanje vezano za prodaju avio-karata (+ 7,2 %), dok su turistički aranžmani bili u plusu od 1,1 %, a ostale usluge agencija 3,3 %. Početkom godine organizatori putovanja bilježe nešto sporiji buking za sve destinacije. Kao razlozi spominju se uglavnom produženi praznici za Božić i novu godinu tako da je prava sezona prodaje počela tek 12. siječnja. Krajem siječnja i početkom veljače turističke agencije bilježe rast prodaje i prometa.

Od konkurentnih destinacija, Grčka je u 2014. zabilježila veliki povratak njemačkih gostiju koji su ostvarili 2,3 milijuna dolazaka, a i ove godine bilježi se pozitivan trend.

Prodaja ide dobro, a pojedini organizatori putovanja planiraju povećanje kapaciteta.

Zbog slabijeg interesa ruskih gostiju, kapaciteta u grčkim resortima ima dovoljno. Međutim, nakon parlamentarnih izbora njemački su mediji puni članaka o Grčkoj koji u negativnom svijetlu promatraju mogući razvoj političke situacije u zemlji.

Willi Verhuyen, vlasnik Alltoursa (specijalist za paket aranžmane i peti najveći organizator putovanja u Njemačkoj), smatra da će 2015. biti godina Grčke i da se špekulacije oko povratka drahme i mogućeg zaoštavanja odnosa s Europskom unijom neće obistiniti.

Verhuyen dodaje da se potražnja za Grčkom u Njemačkoj zasniva i na značajnim investicijama koje su grčki hotelijeri realizirali u protekle dvije godine.

Nijemci su u 2014. realizirali gotovo 20 milijuna avio-putovanja prema srednje udaljenim destinacijama te realizirali povećanje od 5,4 % u odnosu na prethodnu turističku godinu (listopad – rujan). Gotovo polovica tih putovanja odnosi se na Španjolsku koja je u plusu za 7 %. Najveći porast avio-prometa, u odnosu na prethodnu turističku godinu, bilježe Izrael i Grčka, dok su najveći padovi bili u Egiptu i na Cipru. U Hrvatskoj, avio-promet zadržao se na prošlogodišnjoj razini, uz pad od 0,5 %.

Broj turističkih dolazaka zrakoplovom u srednje udaljenim destinacija	2013/14* u 000	2012/13 u 000	Promjene %
Srednje udaljene destinacije ukupno	19.940	18.919	5,4
Španjolska	8.917	8.341	6,9
<i>Kopno</i>	1.597	1.595	0,1
<i>Kanarski otoci</i>	2.923	2.489	17,4
<i>Baleari</i>	4.398	4.257	3,3
<i>Mallorca</i>	3.974	3.858	3
<i>ostali</i>	452	399	6,5
Turska	3.929	3.837	2,4
Italija	2.285	2.157	5,9
Grčka	2.007	1.686	19
Egipat	714	885	-19,3
Portugal	550	553	-0,5
Hrvatska	365	367	-0,5
Bugarska	345	333	3,6
Malta	298	287	3,8
Izrael	169	120	40,8
Tunis	148	127	16,5
Cipar	136	157	-13,4
Maroko	76	69	10,1
Rumunjska	1	0	62
Turistički letovi u srednje udaljene destinacije s emitivnog tržišta u Njemačkoj (27 zračnih luka)			
Ciljevi s turističkim udjelom preko 50 % uključujući i niskotarifne prijevoznike			

Izvor: Savezni ured za statistiku

Receptivni turistički promet

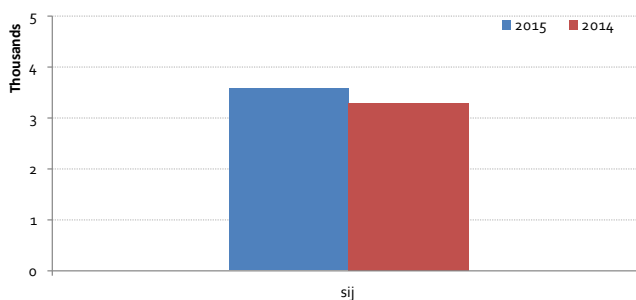
Njemačka je, kao receptivna destinacija, imala rekordnu 2014. Njemački savezni zavod za statistiku procjenjuje kako je s prosincem 2014. u Njemačkoj realizirano 423 milijuna noćenja ili 3 % više u odnosu na 2013. To je posebno interesantan podatak uzme li se u obzir da većinu noćenja u Njemačkoj realiziraju domaći gosti.

Rezultati Hrvatske

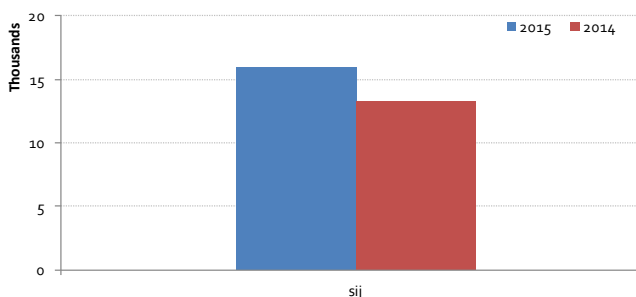
Organizatori putovanja navode da je prodaja aranžmana za Hrvatsku na sličnoj razini kao protekle godine. Pojedini organizatori putovanja bilježe i nekoliko postotaka bolje rezultate, a podjednako se prodaju sve regije. Pojačane su zrakoplovne linije prema Zračnoj luci Split pa se u toj županiji mogu očekivati i promjene u broju dolazaka gostiju iz Njemačke.

U 2015. planirano je više linija iz Njemačke za Hrvatsku. Air Berlin će u ljetnom redu letenja uvesti novu liniju Dubrovnik – Nürnberg koja će u prometu biti od 24. svibnja do 4. listopada s jednom rotacijom tjedno, svake nedjelje. Radi se o prvoj redovnoj liniji između Dubrovnika i Nürnberga u povijesti i momentalno jedinoj liniji Air Berlina za Dubrovnik. Air Berlin je letio za Dubrovnik iz Hannovera, Münchena i Stuttgarta, ali su te linije ukinute.

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



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



Pored Dubrovnika, u istom razdoblju ima i dugogodišnju liniju Split – Nürnberg, također s jednom rotacijom tjedno, svake subote. Na obje linije letjet će zrakoplovi tipa Bombardier Q400.

DUBROVNIK	12.35	-----7	14.40	NÜRNBERG	AB 2325	DH4	24. 5. – 4. 10.
NÜRNBERG	10.00	-----7	12.00	DUBROVNIK	AB 2324	DH4	24. 5. – 4. 10.
SPLIT	16.35	-----6-	18.25	NÜRNBERG	AB 2703	DH4	23. 5. – 3. 10.
NÜRNBERG	14.25	-----6-	16.05	SPLIT	AB 2702	DH4	23. 5. – 3. 10.

Irski niskotarifni zrakoplovni prijevoznik Ryanair u ljetnom redu letenja 2015. najavio je značajnije pojačanje na liniji Zadar – Karlsruhe, zračne luke Baden-Baden na jugozapadu Njemačke. Pored postojeće dvije rotacije tjedno, srije-

dom i nedjeljom, od 6. lipnja uvodi se treća rotacija tjedno, svake subote do kraja ljetnog reda letenja te pored toga i četvrta rotacija tjedno svakog četvrtka, od 6. do 27. kolovoza. Na linijama Ryanaira lete zrakoplovi Boeing 737-800.

Aktivnosti predstavništva

- Dana 18. siječnja održana je *press* konferencija na sajmu CMT u povodu partnerstva regije Kvarner u kamping dijelu sajma.
- U suradnji s organizatorom putovanja Ibero Tours, od 19. do 22. siječnja organizirane su četiri *roadshow* prezentacije u Bremenu, Leipzigu, Dortmundu i Düsseldorfu. Predstavnicima turističkih agencija prezentirane su novosti hrvatske turističke ponude za sezonu 2015. Prezentacije je posjetilo više od 200 agenata, a posebno su ih zanimali novi direktni letovi u ponudi agencije Ibero Tours koja će od ove godine imati direktne letove iz Bremena, Dortmunda i Karlsruhea prema Splitu te iz Leipziga i Düsseldorfa prema otoku Braču.
- Ispostava je 25. siječnja sudjelovala na sajmu u Fürstenfeldbrucku. Sajam je održan u organizaciji njemačkog organizatora putovanja Hauser Exkursionen, koji je uvrstio Hrvatsku u svoj katalog GO ACTIVE za 2015. Putovanje u Hrvatsku obuhvaća aktivan odmor u prirodi u trajanju od jednog do dva tjedna. Najviše upita bilo je vezano za aktivni odmor i planinarenje na Velebitu.
- Predstavništvo je 28. siječnja sudjelovalo na radionici za medije u organizaciji PR agencije Kocherscheidt Kommunikation. Na radionici su sudjelovali predstavnici redakcija, nakladničkih kuća, turističkih zajednica europskih država te ostali djelatnici turističkog sektora. U sklopu radionice dogovorene su objave u medijima i studijska putovanja.
- Krajem siječnja, održana je prezentacija za agente prodaje stacionarnih turističkih agencija Thomas Cook-a u Aschaffenburgu.

POLJSKA

Turistički promet s tržišta u siječnju

2015.			2014.			indeks 2015./14.	
dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
1.407	5.776	1,54	1.164	3.625	1,13	120,88	159,34

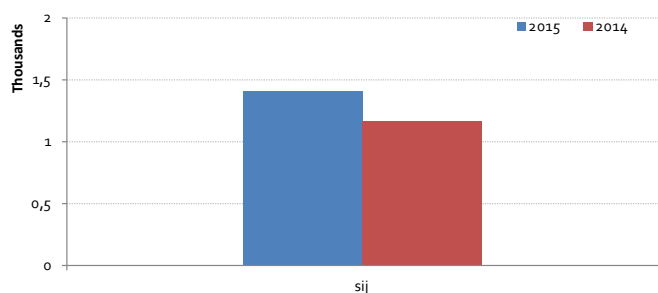
Izvor: Hrvatska turistička zajednica

Gospodarsko-politička situacija

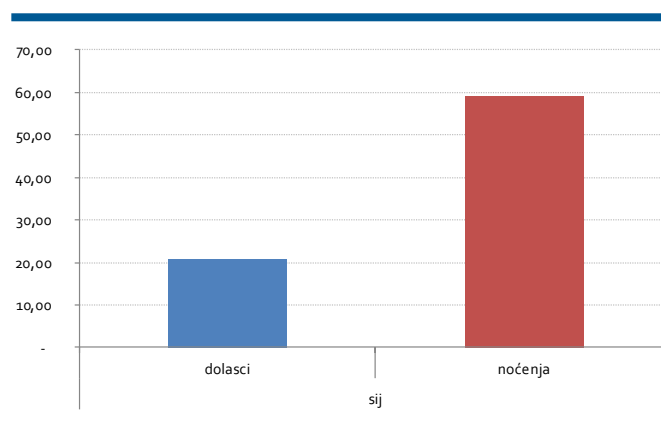
Vijeće za monetarnu politiku pri Narodnoj banci Poljske 14. siječnja donijelo je odluku da se eskontna stopa koja iznosi 2 % neće mijenjati. Prema izvoru PAP-a, odnosno NBP-a objavljeno je da je deficit u studenome 2014. iznosio 268 milijuna eura i ima tendenciju daljnjeg smanjenja, dok je u listopadu 2014. iznosio 425,8 milijuna eura.

Centar za ispitivanje javnog mišljenja CBOS objavio je u siječnju rezultate dvije ankete. U anketi „Aktivnosti i iskustva Poljaka u 2014.“, generalno proizlazi da su u trendu pozitivne tendencije. Osjećaj sigurnosti zabilježio je visoki stupanj porasta, kako u slobodu kretanja, tako i u financijsko-materijalnu sigurnost. U odnosu na protekle godine, sve više ljudi putovalo je s obitelji po Poljskoj i u inozemstvo. Iako se 2014. može smatrati još jednom uspješnom godinom za Poljake, treba skrenuti pozornost da jedna trećina Poljaka iskazuje nezadovoljstvo i nema pozitivne emocije.

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

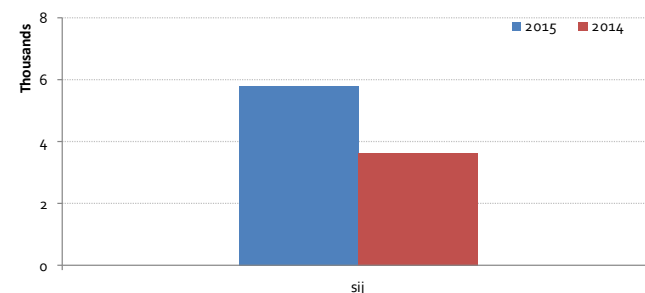


Poljska – dolasci i noćenja po mjesecima (I. 2015.) – postotna fluktuacija u usporedbi s prethodnom godinom



Bez obzira na povećanje broja Poljaka koji su imali mogućnost sudjelovati u raznim kulturnim događanjima ili otputovati, još uvijek većina to sebi ne može priuštiti.

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

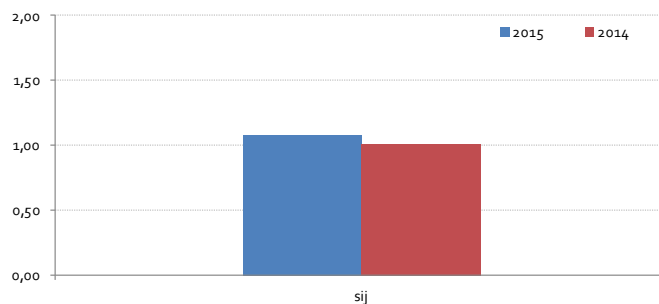


Drugo istraživanje „Zadovoljstvo sa životom“, pokazalo je da su Poljaci u 2014. u velikoj mjeri bili zadovoljni svojim privatnim životom, financijskom situacijom, zdravljem i obitelji.

Receptivni turistički promet

Prema drugom po veličini dnevnom listu Rzeczpospolita, do kraja 2015. u Poljskoj će biti otvoreno preko 2.000 soba u brendiranim hotelima. U ovom trenutku Poljska raspolaže s 2,5 tisuće kategoriziranih hotela sa 122.000 soba. Najveći dio soba, koji će se otvoriti u 2015., bit će u okviru grupacija Orbis i Hilton.

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



RUSIJA

Turistički promet s tržišta u siječnju

2015.			2014.			indeks 2015./14.	
dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
1.017	3.784	1,01	1.253	3.794	1,18	81,17	99,74

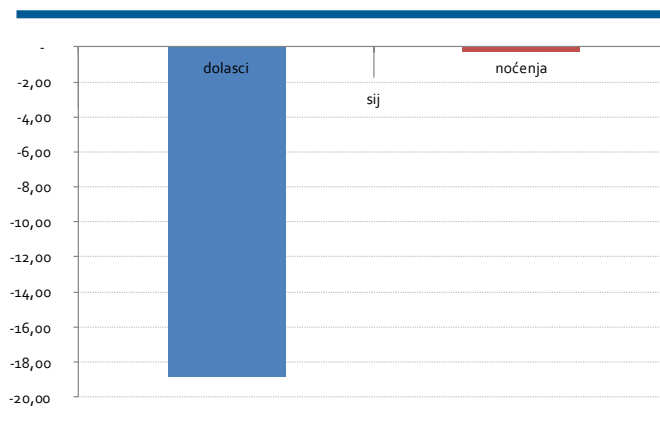
Izvor: Hrvatska turistička zajednica

Gospodarsko-političko stanje na tržištu

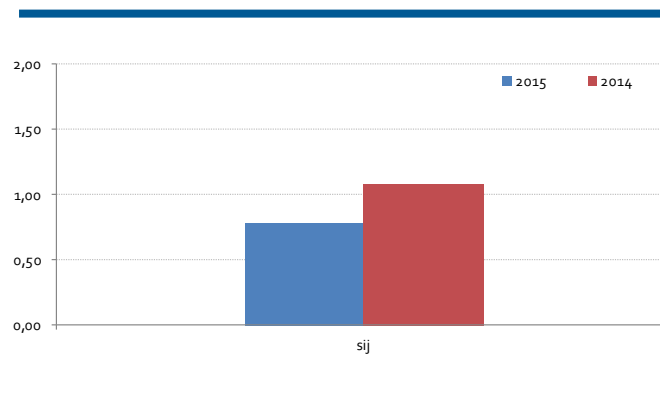
Početkom godine agencija Fitch snizila je rejting Rusije s BBB na BBB-, najniži investicijski stupanj, što je obrazložila smanjenjem cijena nafte i padom tečaja rublje, kao i povećanjem ključne kamatne stope Središnje banke do 17 %. Stručnjaci agencije Fitch smatraju da zapadne sankcije i dalje vrše negativan utjecaj na rusko gospodarstvo, blokirajući ruskim bankama i korporacijama pristup zapadnom kapitalu. Isti rejting, BBB-, Rusiji je već potvrdila agencija S&P u listopadu prošle godine, međutim, moguće je da će on biti revidiran do kraja siječnja, a njegovo daljnje snižavanje značilo bi ulazak Rusije u rejting „smeća“. Fitch je pogoršao i prognoze pada ruskog gospodarstva u 2015. s 1,5 % na 4 % i smatra da će se rast obnoviti tek 2017. Krajem 2015. predviđaju inflaciju od 8,5 % i proračunski deficit od 3,7 % BDP-a. Međutim, ovakve prognoze utemeljene su na cijeni nafte od 70 USD za barel, dok se već drugi tjedan siječnja bilježi pad cijena nafte na 50 USD za barel.

Od 5. do 9. siječnja, vrijednost dolara porasla je za 9,7 % (na 61,42 rublja), a eura za 5,2 % (na 72,25 rubalja), pri čemu tržište još nije stiglo reagirati na priopćenje agencije Fitch o snižavanju rejtinga Rusije na BBB-, kao i nagli pad cijena nafte na 50 USD za barel. Poznavatelji financijskog tržišta ne isključuju nove intervencije Središnje banke, budući da će tek doći do izražaja dva navedena negativna faktora.

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



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



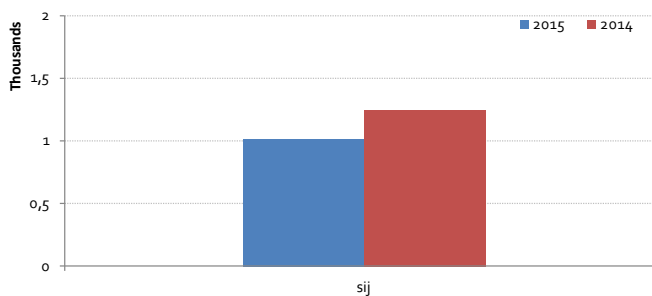
Također, ističe se da je odluka agencije Fitch bila očekivana te da se do kraja siječnja očekuju nove vijesti od agencija S&P i Moody's, koje bi mogle dodatno uzdrmati stanje na financijskom tržištu. Vrijednost dolara krajem siječnja porasla je na gotovo 67 rubalja, dok je vrijednost eura dosegla 76 rubalja.

Prema preliminarnim podacima ruske Službe za statistiku, inflacija je u prosincu 2014. iznosila 2,6 %, što predstavlja i najveću mjesečnu stopu u posljednjih deset godina. Na sveukupnoj godišnjoj razini, inflacija je iznosila 11,4 %, što je bitno više no proteklih godina – 6,5 % u 2013., 6,6 % u 2012., 6,1 % u 2011., te 8,8 % u 2010. i 2009. Prema prognozama Središnje banke u protekloj se godini očekivala inflacija od 5 %, a dvoznamenkasta je stopa posljednji put bila zabilježena 2008., kada je inflacija dosegla 13,3 %. Ruski premijer Dmitrij Medvedev, tijekom sastanka s ministrom poljoprivrede Fjedorovim, ukazao je na „nužnost sprječavanja neutemeljenog rasta cijena hrane“, pri čemu treba poduzeti koordiniranu akciju u suradnji s trgovcima, poljoprivrednim proizvođačima i posrednicima, kako bi se spriječile špekulativne marže. Istodobno, ruski premijer je predložio da Ministarstvo poljoprivrede, zajedno s Federalnom antimonopolskom službom, pravosudnim tijelima i gubernatorima regija, „prati rast cijena“. Prema priopćenju Ministarstva gospodarskog razvitka, vrhunac inflacije u Rusiji očekuje se u ožujku/travnju, pri čemu rast cijena može doseći 15 – 17 %. Državni ured za statistiku (Rosstat) potvrdio je da su potrošačke cijene tijekom 2014. prosječno porasle za 11,4 %, dok je porast u prosincu iznosio 2,6 %.

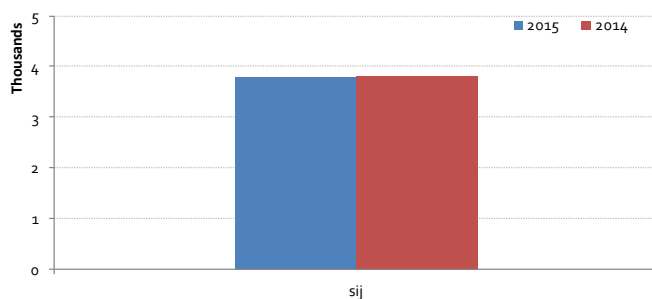
Institut strateškog razvitka FBK Grant Thornton objavio je da su ruski gubici od sankcija uvedenih prošle godine dosegli 950 milijardi rubalja. Prema analitičkim istraživanjima, ruski BDP se u 2014. smanjio za 0,2 %, pri čemu su gubici zabilježeni u posljednjem kvartalu, iako su sankcije bile uvedene sredinom godine. Zanimljivo je da je procjena Instituta niža od ranije objavljenih prognoza Ministarstva financija i Središnje banke Rusije, koji su gubitke procijenili na 2,2 trilijuna rubalja.

Ministarstvo ekonomskog razvitka prezentiralo je Vladi prijedlog antikriznog plana, kao odgovor na kriznu situaciju prouzročenu padom cijena nafte te zapadnim sankcijama. Plan predviđa daljnje zamrzavanje transfera mirovinske štednje dobrovoljnim mirovinskim fondovima za

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



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



razdoblje 2016. – 2018., povećanje proračunskog deficita, uz izdavanje novih obveznica Ministarstva financija, kao i djelomičnu liberalizaciju tržišta rada i nastavak rasprave o mirovinskoj dobi. U okviru proklamirane politike zamjene uvoza domaćom proizvodnjom, predlažu se izmjene zakona o javnim nabavama, sukladno kojima bi se državne kompanije, kao i one koje primaju državne potpore, obvezale na fiksni domaći udio u javnim nabavama, dok bi se o inozemnom udjelu trebale provesti odgovarajuće konzultacije na razini Vlade. U bankarskom sektoru, predlaže se daljnje slabljenje supervizije banaka, u smjeru privremenog zamrzavanja primjene Baselskih standarda. Kao osnovna mjera za podršku privatnom sektoru, predviđaju se državne garancije za iznos do 300 milijardi rubalja (oko 4,2 milijarde eura), uz pojednostavljenu proceduru izdavanja garancija za investicijske projekte, kao i dugoročni krediti Vnešekonombanka po sniženim stopama za rezidente slobodnih zona. Kao najradikalnija mjera, predlaže se oslobođenje od PDV-a pri uvozu dijelova, repromaterijala i poluproizvoda koji se ne proizvode u Rusiji, što bi bilo primjenjivo na razni slobodnih zona.

Emitivni turistički promet

Prema podacima objavljenim na portalu Travel.ru, broj unutarnjih turističkih putovanja krajem godine bio je 2,5 puta veći no godinu dana ranije, pri čemu se ističe kako su u inozemstvo otputovali ponajprije oni koji su puno ranije uplatili svoja putovanja te oni koji su u posljednji čas uspjeli naći aranžmane u jeftinim hotelima i osigurati prijevoz kod niskobudžetnih prijevoznika. Pri tome je, kako navodi portal, prosječni turist u Rusiji trošio oko 3.400 rubalja, što je gotovo upola manje u odnosu na prosječnu potrošnju ruskih turista u inozemstvu.

Istodobno, usprkos logičkim pretpostavkama da će u nacionalnoj valuti turistička putovanja u inozemstvo poskupjeti, što se i dogodilo, zabilježeni su i suprotni slučajevi pa su neka putovanja u Egipat, Vijetnam i Tajland, u kategoriji *last minute* u rubljima bila jeftinija no godinu dana prije. Situacija na ruskom turističkom tržištu doista je kompleksna i nepredvidiva. Zbog krize u Ukrajini, međusobnih sankcija Rusije i zapadnih partnera te naglog i snažnog pada ruske rublje, došlo je do pada broja ruskih turista na većini međunarodnih turističkih destinacija. Imajući u vidu da je rublja devalvirala u odnosu na euro i američki dolar gotovo dva puta dok osobni dohoci ruskih građana nisu rasli, jasno je da su za ruske turiste sve turističke destinacije vezane uz euro i američki dolar postale gotovo dva puta skuplje. Zimska sezona pokazuje daljnji trend pada broja ruskih putnika izvan granica Rusije.

Kako bi zadržale i privukle ruske turiste, mnoge turističke destinacije, posebice one koje su fokusirane na masovni turizam, spuštaju cijene i pripremaju posebne ponude. Tunis je u cijelosti ukinuo vize za ruske građane i time povećao konkurentnost te se nametnuo kao poželjna destinacija za ruske turiste. Egipat, koji je u 2014. primio oko tri milijuna ruskih turista, također je u cijelosti ukinuo vize za ruske turiste. Za 2015. turski i egipatski hotelijeri donijeli su odluku o spuštanju cijena za ruske organizatore putovanja od 20 % do 40 %. Tursko Ministarstvo turizma najavilo je pomoć ruskim organizatorima putovanja i to 6.000 eura za svaki let iz Rusije. U 2014. u Turskoj se odmaralo 4,5 milijuna ruskih turista i značajniji pad broja ruskih posjetitelja bio bi ozbiljan udarac turskoj turističkoj industriji te se stoga očekuje da će Turska predlagati niz mjera kako bi ruskim organizatorima putovanja i turistima pomogli prebroditi postojeću krizu. Kako bi izbjegao pad posjeta ruskih turista, Egipat planira prijeći na cijene u rubljima.

Veliki organizatori putovanja u Rusiji prelaze na „dina-mičke cijene“, odnosno pri *online* bukingu od strane turističkih agencija cijene se konstantno prilagođavaju realnoj situaciji na tržištu.

Španjolsko ministarstvo turizma procjenjuje da će u 2015. u odnosu na 2014. pad broja ruskih turista u Španjolskoj biti oko 50 %, a sve vezano uz pad ruske rublje te političko–ekonomsku situaciju u Rusiji. Broj ruskih turista koji su novogodišnje praznike proveli u Češkoj pao je za 40 %.

Receptivni turizam

Za novogodišnje blagdane u Rusiji je zabilježen značajan porast broja domaćih turista. Krizna situacija u gospodarstvu te iznimno veliki pad vrijednosti nacionalne valute, potakli su mnoge ruske turiste da ostanu u svojoj zemlji. S druge pak strane broj turističkih agencija koje su se specijalizirale za dolaske stranih turista u Rusiju, smanjio se za trećinu, a broj stranih turista u Rusiji u stalnom je padu.

Rezultati Hrvatske

Obzirom da Hrvatska za ruske turiste nije destinacija koja se u Rusiji pozicionira kao mjesto masovnog i jeftinog odmora (kao što su Turska ili Egipat), naši i potencijalni gosti ne spadaju u kategoriju najviše pogođenih ovom krizom, iako će cijene biti važan ključ u donošenju odluka o odredištu za odmor. Isto tako, kvalitetnom diversifikacijom ponude i segmentacijom tržišta te uvođenjem novih proizvoda, Hrvatska bi se dugoročno mogla pozicionirati kao jedna od potencijalno vrlo zanimljivih turističkih destinacija za ciljane niše ruskih turista.

Ovdje u prvom redu govorimo o tradicionalnom ljetnom odmoru, ali i o nautičkom turizmu, eno-gastro turizmu, zdravstvenom turizmu, aktivnom te kulturnom turizmu. Naša marketinška kampanja u Rusiji bit će fokusirana i komunicirat će proizvode i usluge s kojima smo konkurentni i s kojima možemo privući ruske turiste. Upravo stoga, ne očekujemo velike promjene u broju ruskih gostiju ali, kako ruski organizatori putovanja kreću kasno u bukinge, još je rano govoriti o konkretnim brojkama.

Za 2015. Biblioglobus je najavio letove aviokompanijom TransAero za Hrvatsku i to za Pulu (subotom), Split (nedjeljom) i Dubrovnik (petkom). TUI je najavio letove dva puta tjedno za Pulu, a Vand International za Pulu srijedom i subotom.

Stanje bukinga

Glede ranog bukinga, procjene sezone u odnosu na 2014. i avio-prijevoza u sezoni ljeta 2015., ruski organizatori putovanja dali su sljedeće informacije: rani buking za ljeto u Hrvatskoj kod mnogih organizatora putovanja još nije počeo, a plan je da će krenuti u ožujku. Oni koji su krenuli s ranim bukingom, predlažu letove za Pulu, Split i Dubrovnik. Vezano uz prognoze, teško je izvući zaključak jer neki organizatori putovanja još čekaju kako će se razvijati situacija glede vrijednosti rublje pa za sada ne žele ništa prognozirati, neki su pesimistični, a ima i onih koji najavljuju rast. Većina organizatora putovanja za sada računaju uglavnom na redovne avio-linije, dok će više informacija o čarterima imati krajem prvog kvartala.

Aktivnosti predstavništva

- U siječnju je održana radionica *Sell Croatia* u Moskvi, koja je otvorila ovogodišnje promotivne aktivnosti predstavništva te najavila novu turističku sezonu. Održana je *press* konferencija na kojoj je sudjelovalo više od 100 predstavnika specijaliziranih, ali i ostalih

medija. Odaziv ruskih organizatora putovanja i turističkih agencija bio je jako dobar (52 organizatora putovanja i turističkih agencija), a predstavilo se sedam tvrtki iz Hrvatske.

- U pripremi – radionica vezana uz medicinski turizam, rusko-hrvatski poslovni forum, sajam MITT, okrugli stol na temu turističke suradnje između Hrvatske i Rusije.
- Tijekom siječnja održani su sastanci s predstavnicima medija vezano uz organizaciju *press* putovanja u Hrvatsku te na temu oglašavanja Hrvatske kao turističke destinacije.
- Održani su sastanci s vodećim ruskim organizatorima putovanja na temu planova i projekcija za sezonu 2015. te na temu agentskih putovanja i zajedničkog oglašavanja u ovoj godini.

Pojavljivanje u medijima

Kao rezultat *press* konferencije u sklopu radionice *Sell Croatia*, na ruskim portalima bilježe se objave o Hrvatskoj i njenim turističkim potencijalima i planovima za 2015.

SAD I KANADA

Turistički promet s tržišta u siječnju

	2015.			2014.			indeks 2015./14.	
	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
SAD	2.012	7.456	1,99	1.870	4.832	1,50	107,59	154,30
Kanada	367	1.286	0,34	322	1.037	0,32	113,98	124,01
UKUPNO	2.379	8.742	2,33	2.192	5.869	1,82	108,53	148,95

Izvor: Hrvatska turistička zajednica

Gospodarsko-političko stanje na tržištu

SAD

Realni BDP usporio je rast u četvrtom kvartalu 2014. i stopa je iznosila 2,6 % (preliminarna procjena). Potrošnja građana nije bila dovoljna da umanjí nisku poslovnu potrošnju i veliki trgovinski deficit. Uz potrošnju građana bile su pojačane privatne investicije, izvoz, državna potrošnja i rezidencijalne fiksne investicije. Također, povećao se uvoz. I dalje SAD predstavlja jednu od najviše diversificiranih i tehnološki najnaprednijih svjetskih ekonomija.

U četvrtom kvartalu 2014. godišnja stopa rasta BDP-a iznosila je 2,5 %, što je slabiji tempo u odnosu na treći kvartal.

Stopa nezaposlenosti u siječnju malo se povećala i iznosi 5,7 % u odnosu na prosinac 2014. kad je iznosila 5,6 %.

Stopa inflacije bilježi konstantan pad te se i u prosincu smanjila u odnosu na studeni i iznosi 0,8 %. To je najniža stopa od listopada 2009. kada se smanjio trošak energije. Također, pale su i potrošačke cijene, cijene goriva i energenata.

Prema rezultatima istraživanja The Thomson Reuters/ University of Michigan's, povjerenje potrošača kontinuirano raste i doseglo je najveću razinu u zadnjoj dekadi zahvaljujući poboljšanju osobnih financija odnosno rastu osobnog dohotka i percepciji boljih izgleda za zaposlenje građana. U 2015. predviđa se povećanje ukupne potrošnje građana za 3,3 %.

UNITED STATES GDP GROWTH RATE
Percent Change in Gross Domestic Product



Izvor: www.tradingeconomics.com / Bureau of Labor Statistics, 9. 2. 2015.

UNITED STATES GDP ANNUAL GROWTH RATE
Percent Change in Gross Domestic Product



Izvor: www.tradingeconomics.com / Bureau of Labor Statistics, 9. 2. 2015.

UNITED STATES INFLATION RATE
Annual Change on Consumer Price Index



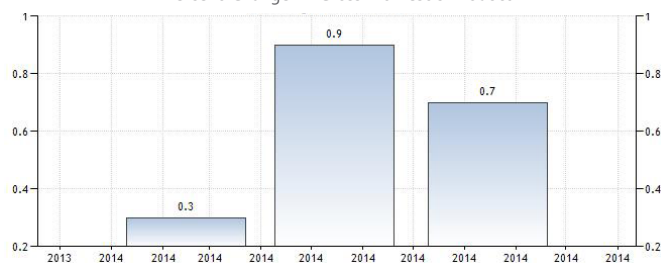
Izvor: www.tradingeconomics.com / Bureau of Labor Statistics, 9. 2. 2015.

U 2015. nastavlja se jačanje dolara u odnosu na druge svjetske valute što uključuje euro, kanadski dolar, japanski yen, britansku funtu, švicarski franak, australski dolar i švedsku krunu (4. veljače – 114,196; indeks siječanj 1997. = 100). Trenutno 1 USD iznosi 0,8828 eura što ukazuje na konstantno jačanje dolara u odnosu na zadnju analizu od 3. siječnja kad je 1 USD iznosio 0,8332 eura.

Kanada

U trećem kvartalu 2014. BDP Kanade rastao je po stopi od 0,7 % što je lošije u odnosu na rezultate iz drugog kvartala kad je stopa iznosila 0,9 %. Čeka se procjena za četvrti kvartal 2014.

CANADA GDP GROWTH RATE
Percent Change in Gross Domestic Product



Izvor: www.tradingeconomics.com / Statistics Canada, 9. 2. 2015.

U trećem kvartalu 2014. godišnja stopa rasta BDP-a iznosi 2,59 %, što je bolji rezultat u odnosu na isti kvartal 2013. kad je iznosila 2,21 % te bolji rezultat u odnosu na drugi kvartal 2014. Čeka se procjena za četvrti kvartal 2014.

CANADA GDP ANNUAL GROWTH RATE
Percent Change in Gross Domestic Product



Izvor: www.tradingeconomics.com / Statistics Canada, 9. 2. 2015.

Stopa nezaposlenosti u siječnju se smanjila i iznosi 6,6 % u odnosu na prosinac 2014. kad je iznosila 6,7 %.

Stopa inflacije u prosincu je iznosila 1,5 % što je niže u odnosu na prethodni mjesec kad je iznosila 2,0 %, radi smanjenja cijena goriva i troškova prijevoza.

CANADA INFLATION RATE
Annual Change on Consumer Price Index



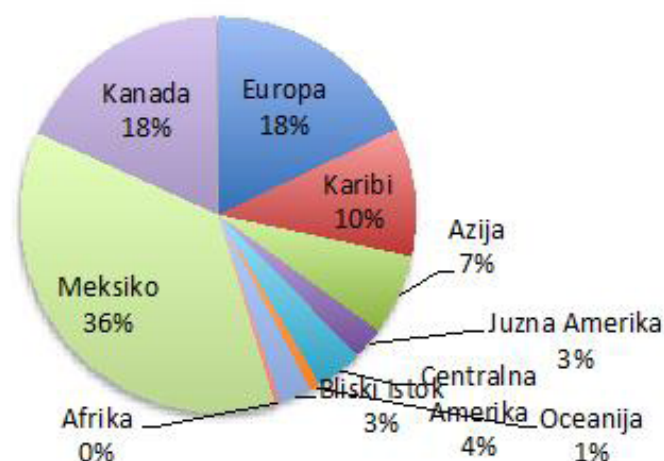
Izvor: www.tradingeconomics.com / Statistics Canada, 9. 2. 2015.

Emitivni turistički promet

SAD – međunarodna putovanja

Putovanja američkih putnika u inozemstvo dosegla su približno 62,05 milijuna u razdoblju siječanj – studeni 2014., što je 9,8 % više u odnosu na isto razdoblje 2013. Nakon putovanja u susjedne zemlje Meksiko (36 %) i Kanadu (18,3 %), Europa je i dalje najatraktivnija daleka destinacija – 17,9 % turističkih odlazaka iz SAD-a u ukupnim turističkim putovanjima stanovnika SAD-a.

Pregled outgoing tržišta SAD-a



Izvor: U.S. National Travel & Tourism Office, 9. 2. 2015.; razdoblje siječanj – studeni 2014.

Kanada – međunarodna putovanja

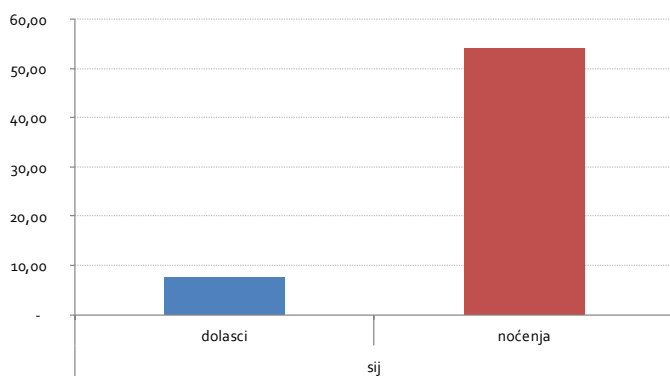
Za 11 mjeseci 2014. ukupna međunarodna putovanja povećala su se za 1,7 % i iznose 31,16 milijuna (prekooceanska putovanja povećala su se za 9,5 % usprkos slabljenju kanadskog dolara; putovanja u SAD smanjila su se za 1,4 %, no i dalje SAD predstavlja najatraktivniju destinaciju za kanadske državljane).

Izvor: Canadian Tourism Commission, 9. 2. 2015.

Ostale zanimljivosti s tržišta

- Fodor's Travel Guide proglasio je Hrvatsku najtraženijom novom ili tzv. *emerging* destinacijom za putovanje u 2015. ispred Portugala, Turske, Francuske i Španjolske što su prezentirali u objavi za medije pod nazivom „Where Do Travelers Want to Go in 2015?“. Glavni kriterij za izbor najpoželjnije destinacije bio je broj posjeta na stranici u izborniku pojedinih destinacija.
- Direktor Glavnog ureda HTZ-a Ratomir Ivičić, prilikom posjeta New Yorku, dao je intervju za poslovne publikacije Travel Agent Central i Skift i TravelPulse te naglasio važnost sjevernoameričkog tržišta za hrvatski turizam.

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

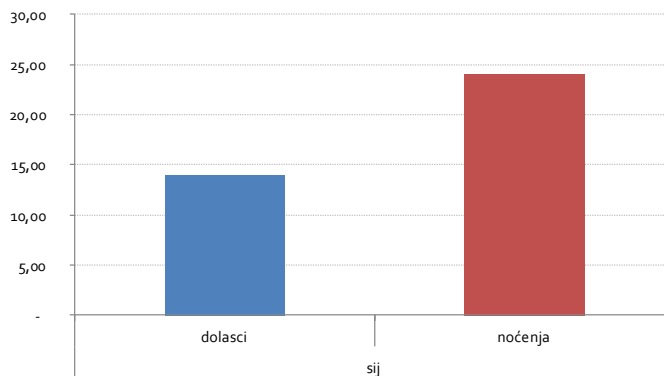


- Glavni ured HTZ-a u suradnji s predstavništvom ponudio je treneru pobjedničkog tima Super Bowla XLIX putovanje u Hrvatsku. Treba napomenuti kako su treneri obadva tima koji su igrali u finalu hrvatskog podrijetla. Forbes je preuzeo vijest i objavio članak koji je izazvao veliku medijsku pažnju. Nastavno na ovu inicijativu ponuđeno je nagradno putovanje za gledatelje Super Bowla koji pošalju najzanimljiviju/najsmješniju fotografiju i koriste hashtag #SuperBowlCroatia što je objavljeno na svim društvenim mrežama HTZ-a. Nagrada je dodijeljena obitelji Tonya Aiella koji su objavili najzanimljiviji *selfie*. Vijest je odlično odjeknula i u domaćim medijima (Večernji list, Jutarnji list, Index, 24 sata itd.) te je proglašena najboljim marketinškim potezom HTZ-a do sada.

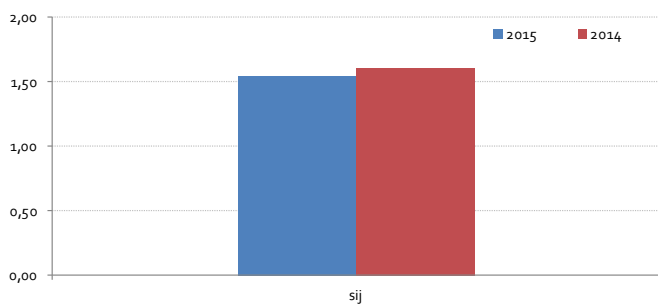
Rezultati Hrvatske

U siječnju je s tržišta SAD-a i Kanade ukupno realizirano 2.379 dolazaka što je povećanje od 8,53 % u odnosu na isto razdoblje 2014. te 8.742 noćenja što je povećanje od 49 %.

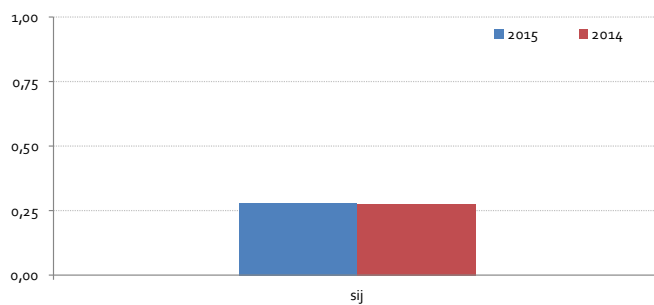
Kanada – dolasci i noćenja po mjesecima (I. 2015.) – postotna fluktuacija u usporedbi s prethodnom godinom



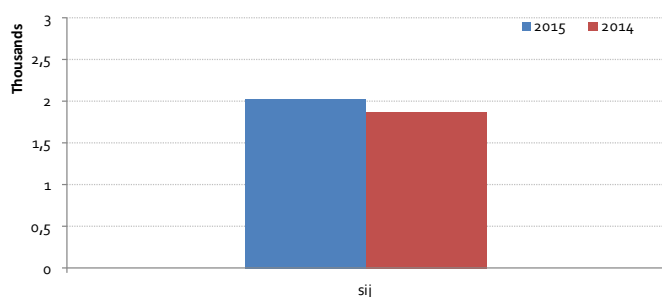
SAD – kretanje udjela tržišta u ukupnom turističkom prometu u 2015. u usporedbi s 2014. (%)



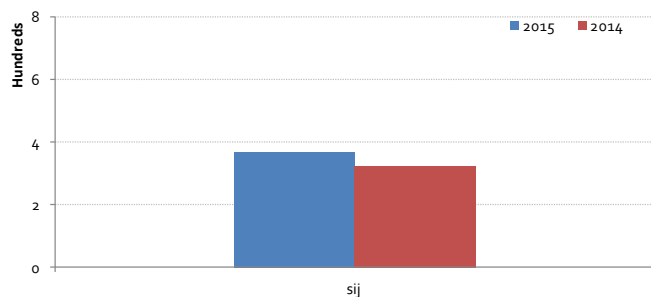
Kanada – kretanje udjela tržišta u ukupnom turističkom prometu u 2015. u usporedbi s 2014. (%)



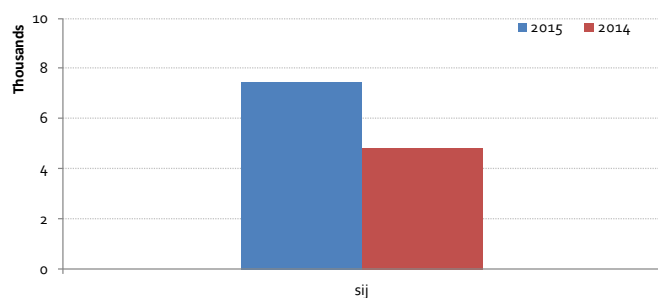
SAD – kretanje broja dolazaka siječanj 2015. (kumulativno)



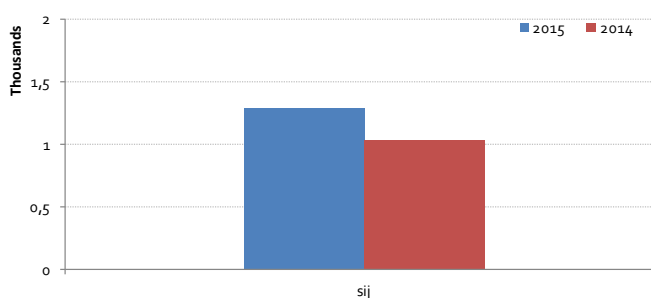
Kanada – kretanje broja dolazaka siječanj 2015. (kumulativno)



SAD – kretanje broja noćenja siječanj 2015. (kumulativno)



Kanada – kretanje broja noćenja siječanj 2015. (kumulativno)



Bitno je napomenuti da u strukturi dolazaka i noćenja Sjeverne Amerike dominira SAD (dolasci 85 %, noćenja 85 %).

Razvidan je kontinuirani rast interesa i prometa sa sjevernoameričkog tržišta s naglaskom na tržište SAD-a

(udjel dolazaka/noćenja sa sjevernoameričkog tržišta u ukupnim noćenjima/dolascima u Hrvatskoj povećao se sa 1,9 %/1,8 % u siječnju 2014. na 1,8 %/2,3 % u siječnju 2015.) što je u skladu s rastom gospodarstva, jačanjem dolara, potrošačke moći te interesa potražnje za putovanjem u Europu i Hrvatsku.

Aktivnosti predstavništva

- Krajem siječnja na najvećem turističkom sajmu na istočnoj obali SAD-a, New York Times Travel Show, predstavljena je ponuda Hrvatske, a sajam je u cijelosti medijski popraćen u The New York Timesu. Na zajedničkom štandu ponudu su predstavile TZ Grada Zagreba, Turistička zajednica Dubrovačko-neretvanske i Istarske županije s partnerima Maistra i Istraturist Umag. U sklopu sajma, održana je radionica *Sell Croatia* koja je okupila 14 hrvatskih i 24 američka partnera. Radionici je prisustvovao direktor Glavnog ureda koji je upoznao američke partnere i podržao nastavak uspješne suradnje.
- U tijeku je planiranje koncepta izlaganja na sajmu Los Angeles Travel and Adventure Show, koji se održava od 21. do 22. veljače – uređenje štanda, zakazivanje sastanaka s partnerima sa zapadne obale SAD-a.
- Održan je sastanak s organizatorom sajma IMEX America koji će se održati od 13. do 15. listopada 2015. u Las Vegasu (najam štanda, organizacija nastupa u suradnji s TZ Grada Zagreba i TZ grada Dubrovnika).

Hrvatska u medijima

Tijekom siječnja u medijima na tržištu SAD-a i Kanade ukupno su objavljeni članci (*online* i *offline*) editorijalne vrijednosti 9.959.936 USD.

Rezultati proaktivnog *pitchinga*, objava u medijima i studijskih putovanja:

Outlet	Journalist	Title	Circulation	EEV
The Globe and Mail	NA	On The Radar, Dubrovnik	285,583	\$44,096
The Toronto Star	Chris Ryall	On The Road to see Ruins, Vineyards	500,675	\$166,792
San Francisco Chronicle	Jeanne Cooper	Globetrotter	412,447	\$31,755
SFGate.com	Jeanne Cooper	Globetrotter	13,296,423	\$153,174
Forbes.com	Alex Kirkman	The Winning Coach of Super Bowl 2015 Is Headed To Croatia	25,954,764	\$3,529,847

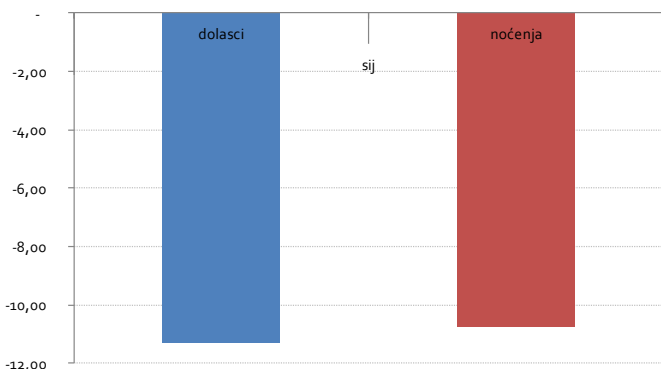
SKANDINAVIJA

Turistički promet s tržišta Skandinavije u siječnju

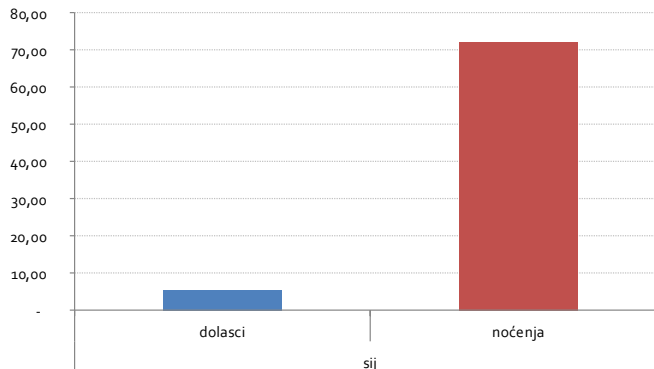
	2015.			2014.			indeks 2015./14.	
	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
Danska	188	532	0,14	212	596	0,19	88,68	89,26
Finska	136	651	0,17	129	378	0,12	105,43	172,22
Norveška	208	722	0,19	215	604	0,19	96,74	119,54
Švedska	439	1.309	0,35	390	1.150	0,36	112,56	113,83
UKUPNO	971	3.214	0,85	946	2.728	0,86	102,64	117,82

Izvor: Hrvatska turistička zajednica

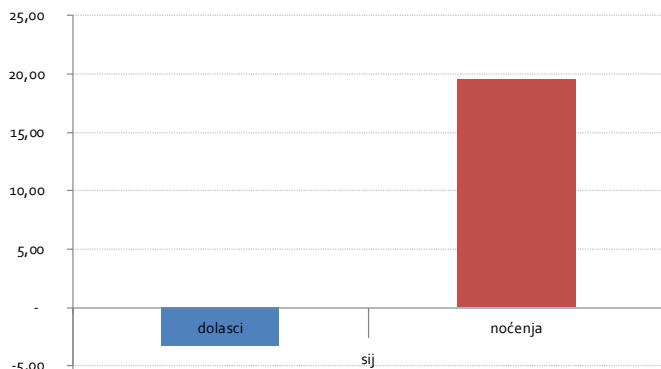
Danska – dolasci i noćenja po mjesecima (I. 2015.) – postotna fluktuacija u usporedbi s prethodnom godinom



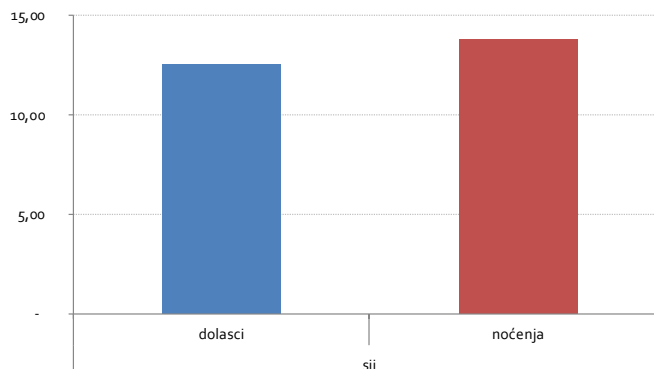
Finska – dolasci i noćenja po mjesecima (I. 2015.) – postotna fluktuacija u usporedbi s prethodnom godinom



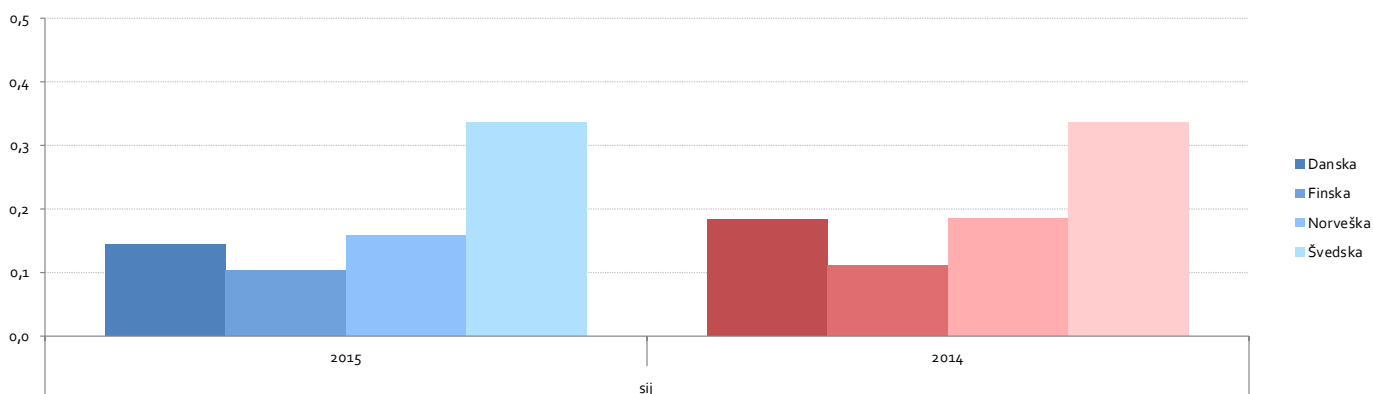
Norveška – dolasci i noćenja po mjesecima (I. 2015.) – postotna fluktuacija u usporedbi s prethodnom godinom



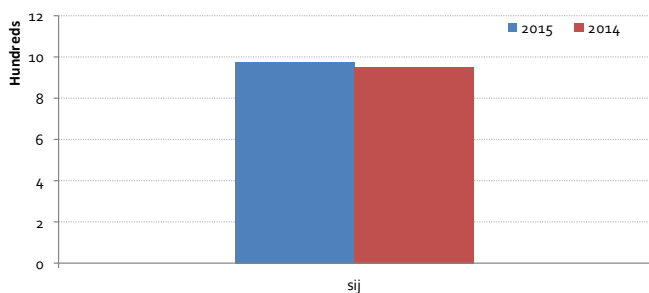
Švedska – dolasci i noćenja po mjesecima (I. 2015.) – postotna fluktuacija u usporedbi s prethodnom godinom



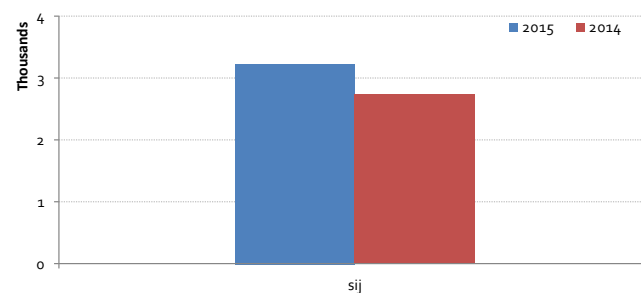
Skandinavija – kretanje udjela tržišta u ukupnom turističkom prometu u 2015. u usporedbi s 2014. (%)



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



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



Gospodarsko-političko stanje na tržištu

Iako norveški mediji pišu o financijskoj krizi zbog velikog pada cijena nafte i devalvacije norveške krune, mnogi analitičari naglašavaju da je završilo zlatno doba norveške ekonomije, ali se nikako ne može govoriti o krizi. Svoju tvrdnju potkrepljuju činjenicama da je stopa nezaposlenosti ispod 4 % te ističu da se prošli mjesec prodalo 98 % stanova koji su bili stavljeni u prodaju. Ipak, naftna industrija doprinosi 20 % ukupnog BDP-a tako da je prognoza rasta BDP-a za ovu godinu snižena s 2 % na 1,5 %.

Emitivni turistički promet

Prema istraživanju Forexa, svaki treći Šveđanin u ovoj godini planira više putovati ili duže ostati na odmoru. Najveći rast očekuje se među mlađom populacijom (od 18 do 29 godina).

Retailer Resia objavio je listu najprodavanijih destinacija za vrijeme zimskih školskih praznika:

1. Gran Canaria (1)
2. Teneriffa (2)
3. Phuket (3)
4. Cancun (4)
5. Krabi (6)
6. Dominkanska Republika (11)
7. Fuerteventura (7)
8. Hurghada (12)
9. Kap Verde (8)
10. Lanzarote (5)

Apollo, organizator putovanja koji iz nordijskih zemalja dovodi najviše gostiju u Hrvatsku, prolazi kroz turbulentno razdoblje. Zbog prošlogodišnjeg financijskog gubitka od oko osam mil. eura, švicarski Kuoni (njegov vlasnik) odlučio je prodati nordijsku podružnicu, koja se sastoji od Apolla (Norveška, Švedska, Finska, Danska), Falk Lauritzena u Danskoj i zrakoplovne kompanije Novair.

Prema navodima Kuonija, razlog prodaje nisu loši financijski rezultati nordijske podružnice, već strateška odluka da se riješe turoperatorstva što potvrđuje i odluka da se prodaju i ostale podružnice u Švicarskoj, Ujedinjenoj Kraljevini, zemljama Beneluxa, Kine, Hong Konga i Indije. Po objavi prodaje došlo je i do promjene na čelnim pozicijama unutar grupacije tako da je novi čelni čovjek Apolla Nordica Leif Vase Larsen, koji je već bio na istoj poziciji od 2006. do 2013. Strukovni mjesečni magazin Travel News predviđa da bi Apollo Nordic mogao biti prodan do sredine godine te navode da postoji ozbiljan interes investicijskih fondova, ali i dosadašnjih konkurenata koji bi tom akvizicijom značajno povećali tržišni udio.

Hrvatska je prema istraživanju Aftonbladeta najpopularnija ljetna destinacija. Švedske dnevne novine provele su anketu među 25.811 čitatelja o najpopularnijim destinacijama te je Hrvatska za stotinjak glasova nadjačala Grčku.

1. (2) Hrvatska 19 %
2. (1) Grčka 19 %
3. (3) Španjolska 16 %
4. (4) Italija 12 %
5. (8) Francuska 9 %

Istraživanje ART-a pokazuje da je tijekom prosinca broj ruskih turista u Finskoj pao za 45 %, dok je broj izdanih viza smanjen za 49 %. Ono što najviše pogađa finske pogranične regije je pad *tax-free shoppinga* ruskih državljana u prosincu od nevjerojatnih 68 %.

Trenutni rezultati prodaje vodećih organizatora putovanja ispod su prošlogodišnje razine. Međutim, na tržištu ne

vlada zabrinutost kao prijašnjih godina te se čini da su se organizatori putovanja navikli na trendove sve kasnijeg bookinga. Od destinacija primjetan je pad interesa za turskim destinacijama, dok se Grčka i ove godine dobro prodaje.

U 2015. skandinavski organizatori putovanja povećali su kapacitete za Hrvatsku, a prodaja je malo ispod prošlogodišnjih brojki, međutim, zaostatak je manji od prosjeka ostalih mediteranskih destinacija.

Od ove godine Hrvatska je još bolje povezana s Latvijom budući da je Air Baltic uveo novu liniju iz Rige za Dubrovnik od 26. svibnja do 22. rujna.

Aktivnosti predstavništva

- Dana 14. siječnja u Helsinkiju je održana radionica „Global *workshop*“ na kojoj je predstavništvo brojnim finskim agentima predstavilo novitete u ponudi hrvatskog turizma.
- Predstavništvo je u Helsinkiju nastupilo na sajmu Matka Nordic Travel Fair 2015.
- U okviru fonda IPA za prekograničnu suradnju između Republike Hrvatske i Republike Crne Gore, 27. siječnja u Veleposlanstvu RH u Stockholmu prezentiran je projekt „Razvoj inovativnih tehnologija u pustolovnom turizmu“ – DIOD (Development of ICT for Outdoor Destination).
- Tema resor – dio grupacije TUI Nordic specijaliziran za grupna putovanja, organizirao je Hrvatsku večer na kojoj su svojim VIP kupcima predstavili nova putovanja za Hrvatsku u 2015. Novost u ovoj godini su *hiking* putovanja, biciklističke ture i kružna putovanja.

SLOVAČKA

Turistički promet s tržišta u siječnju

2015.			2014.			indeks 2015./14.	
dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
604	1.624	0,43	594	1.393	0,43	101,68	116,58

Izvor: Hrvatska turistička zajednica

Gospodarsko-političko stanje na tržištu

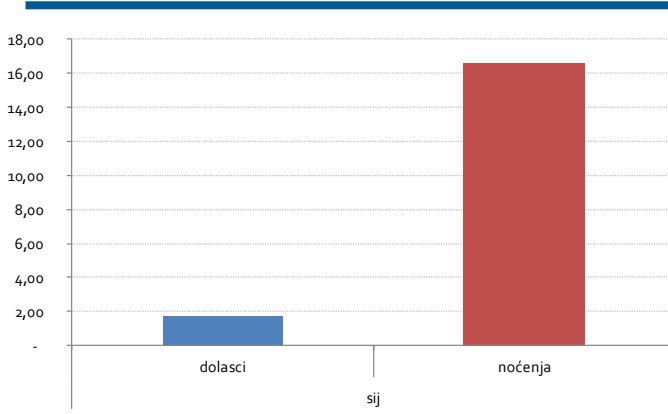
Očekuje se da će i u 2015. najveći utjecaj na slovačku ekonomiju imati vanjska geopolitička zbivanja i krize poput konflikta u Rusiji i ekonomskih prilika u eurozoni. Uz konflikt u Ukrajini i gospodarske sankcije Rusiji koje imaju negativan utjecaj na slovačko gospodarstvo, kao značajan faktor koji će utjecati je i nepredvidljiva situacija u Grčkoj nastala pobjedom Syrize na parlamentarnim izborima, što je za sada rezultiralo padom tečaja eura. Eventualni daljnji pad eura mogao bi rezultirati poskupljenjem aranžmana uglavnom izvan eurozone te posljedično smanjenjem broja putovanja slovačkih turista u inozemstvo.

Na rezultate sezone zasigurno će utjecati rezultati slovačke ekonomije. Ekonomski i gospodarski pokazatelji utječu na svakodnevni život stanovništva. U 2015. predviđa se porast BDP-a za 2,8 %, a stopa nezaposlenosti bi se trebala kretati u rasponu od 13 % do 14 %.

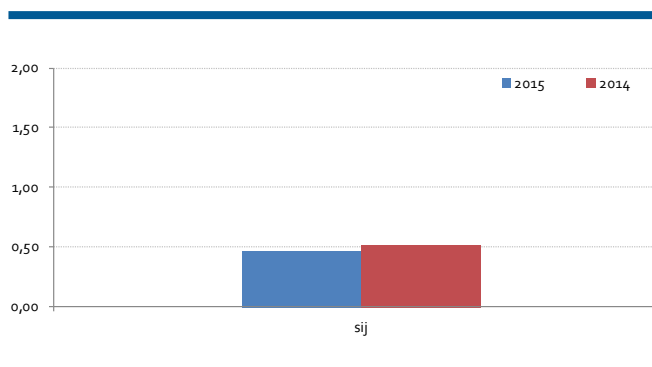
Emitivni turistički promet

Od 29. siječnja do 1. veljače u Bratislavi je održan 21. međunarodni sajam turizma ITF SlovakiaTour na kojem je predstavljena i hrvatska turistička ponuda koja već tradicionalno bilježi veliki interes posjetitelja.

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



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

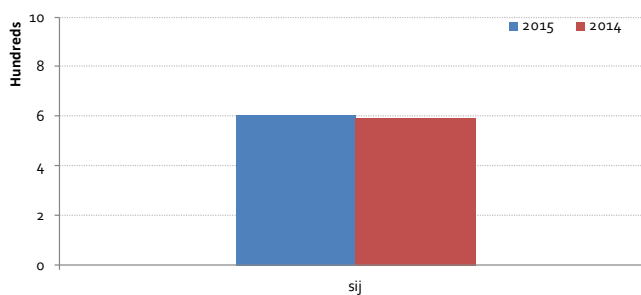


Kod većine putničkih agencija prodaja ljetnih aranžmana na razini je prošle godine, a neke bilježe i povećani interes. *First minute* prodaja bilježi 10 % porasta. Slovački turisti sve su zahtjevniji i aktivniji, traže izlete s boravkom na moru, preferiraju hotele s 4 i 5 zvjezdica s *all inclusive* uslugama. Popuste (15 % do 35 %) za sada imaju gotovo sve putničke agencije koje nude i posebne bonuse za nove klijente, stalne klijente, seniore, djecu i sl.

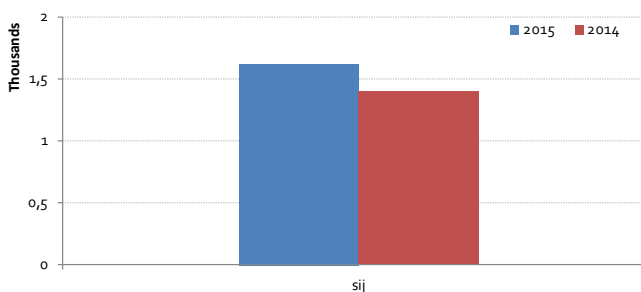
O trenutnoj situaciji u organiziranom turizmu na slovačkom tržištu direktor putničke agencije FIFO, Tibor Bajaník kaže: „U usporedbi s proteklom sezonom nema velikih promjena. Broj turista koji putuju posredstvom putničkih agencija u porastu je za 2 %. U zadnjih deset godina Turska (avionom) i Hrvatska (automobilom i autobusom) profilirale su se kao najprivlačnije zemlje što vrijedi i za sezonu 2015. U gotovo svim mediteranskim zemljama cijene smještajnih kapaciteta porasle su za 2 – 3 %. Iznimka je bila jedino Hrvatska (pad potražnje zbog nepovoljnih vremenskih uvjeta) koja će i ove godine zadržati cijene na istoj razini.“

Zahvaljujući velikom broju individualnih turista, očekuje se da će i u 2015. Hrvatska za slovačke turiste zadržati poziciju najposjećenije destinacije.

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



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



SLOVENIJA

Turistički promet s tržišta u siječnju

2015.			2014.			indeks 2015./14.	
dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
5.182	17.438	4,65	4.793	11.722	3,64	108,12	148,76

Izvor: Hrvatska turistička zajednica

Gospodarsko-političko stanje na tržištu

Kratkoročni pokazatelji ukazuju na nastavak oporavka slovenskog i europskog gospodarstva. Unatoč tome, Europska centralna banka (ENC) u prosincu 2014. smanjila je najave za gospodarski rast u 2015. (1,0 %) zbog slabijih očekivanja glede rasta izvoza i investicija.

U Sloveniji se situacija na tržištu rada smiruje te se nastavlja rast stope radno aktivnog stanovništva. Unatoč tome što su tvrtke još uvijek oprezne pri zapošljavanju, u Sloveniji se bilježi manje nezaposlenih. U prosincu 2014. bilo je 3,7 % manje nezaposlenih nego u istom razdoblju 2013.

Krajem 2014. međugodišnja inflacija iznosila je 0,2 % i najniža je od kada je Slovenija samostalna država. Niskoj inflaciji pridonijele su niže cijene energenata, hrane i trajnih roba.

Nastavlja se smanjivanje kreditne aktivnosti banaka. Opseg kredita za domaće nebankovne sektore od siječnja do studenoga 2014. smanjio se za 1,3 milijarde eura, što je za trećinu manje nego u istom razdoblju 2013. Povećava se samostalno kreditiranje države, dok se smanjuje opseg kredita za tvrtke i domaćinstva.

Javno-financijski deficit do kraja listopada 2014. iznosio je 1,138 milijarde eura, što je za 266,7 milijuna eura manje u odnosu na isto razdoblje 2013.

Međugodišnje smanjenje ponajviše je posljedica poduzetih jednokratnih i dugoročnih mjera na strani prihoda, djelomično i jačanja gospodarske aktivnosti koja je dodatno doprinijela rastu glavnih kategorija poreznih prihoda.

Receptivni turistički promet

Prosinao 2014.

U prosincu 2014. ostvareno je 10 % više dolazaka te 6 % više noćenja u usporedbi s istim razdobljem 2013. Strani turisti ostvarili su 16 % više dolazaka te 14 % više noćenja, dok je broj domaćih turista porastao za 2 %, a broj njihovih noćenja pao je za 3 %. Strani turisti ostvarili su 57 % svih noćenja – najviše Talijani (36 %), zatim Austrijanci (13 %), Hrvati (8 %), Nijemci (6 %) te Rusi i Srbi (svaki po 4 %). Porast broja turista bilježi se iz Srbije (1 %), Italije (20 %), Austrije (26 %) i Njemačke (33 %), a pad iz Rusije (2 %) te Hrvatske (11 %).

Najviše noćenja zabilježile su lječilišne općine (40 %), zatim gorske (18 %) te primorske (15 %). U Ljubljani, primorskim i lječilišnim općinama broj noćenja bio je veći u odnosu na isto razdoblje 2013. (za 16 %, 14 % odnosno 5 %), a u gorskim općinama za 6 % manji.

Razdoblje siječanj – prosinao 2014.

U 2014. Slovenija bilježi 4 % više dolazaka u usporedbi s istim razdobljem protekle godine, a broj noćenja približno je na istoj razini. Domaći turisti ostvarili su 1 % manje dolazaka i 4 % manje noćenja, dok su strani turisti ostvarili 6 % više dolazaka te 1 % više noćenja u odnosu na 2013.

Emitivni turistički promet

Na slovenskom tržištu započela je *first minute* prodaja. Svi organizatori putovanja izašli su s bogatom ponudom hrvatskih destinacija. Prvi dojmovi su izvrsni jer bilježe značajno bolje rezultate nego prošle godine te veći buking Hrvatske u odnosu na ostatak Mediterana (zbog nesigurne situacije u Grčkoj).

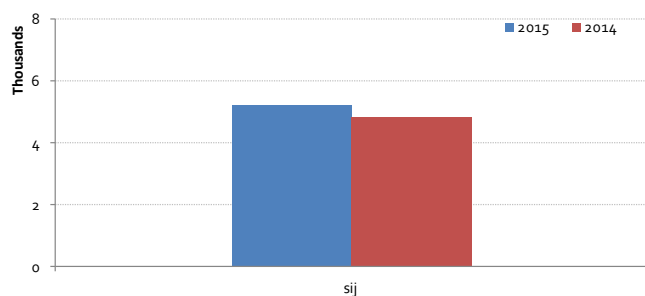
Rezultati Hrvatske

Rezultate u siječnju treba uzeti s rezervom jer su u ukupnom turističkom prometu minorni. Bilježimo 5.182 dolaska i 17.438 noćenja, što je 49 % više nego u istom razdoblju 2014.

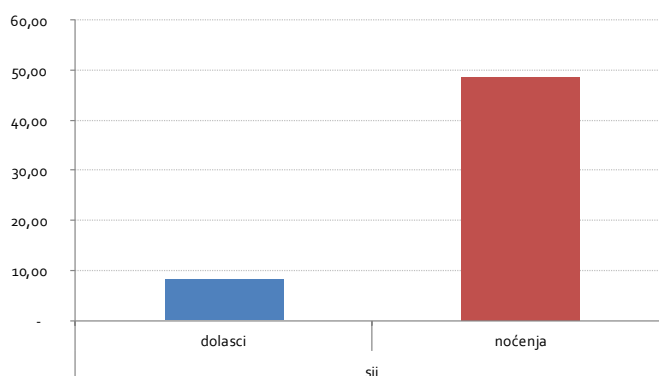
Aktivnosti predstavništva

- Predstavništvo je sudjelovalo na prezentaciji Hrvatske na sajmu Alpe Adria TIP Ljubljana koji se od 28. do 31. siječnja održao na Gospodarskom razstavišću u Ljubljani. Osim Hrvatske predstavile su se Indija, Tunis, BiH, Austrija, Italija te turističke organizacije Beograda i Vojvodine. Održana je i poslovna radionica hrvatskih i slovenskih turističkih partnera.
- Od 21. do 22. siječnja predstavništvo je sudjelovalo na kongresnom sajmu Conventa Ljubljana.

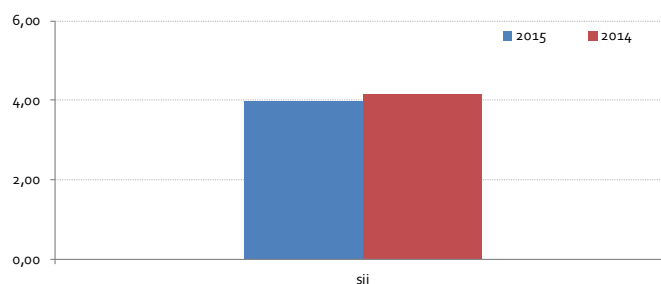
Slovenija – kretanje broja dolazaka u razdoblju siječanj 2015. (kumulativno)



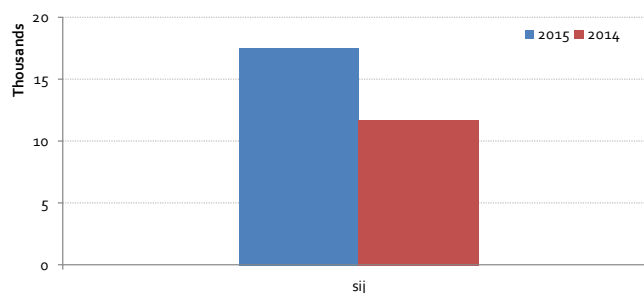
Slovenija – dolasci i noćenja po mjesecima (I. 2015.) – postotna fluktuacija u usporedbi s prethodnom godinom



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



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



ŠPANJOLSKA I PORTUGAL

Turistički promet s tržišta u siječnju

	2015.			2014.			indeks 2015./14.	
	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
Španjolska	648	2.142	0,57	473	1.320	0,41	137,00	162,27
Portugal	143	835	0,22	153	569	0,18	93,46	146,75

Izvor: Hrvatska turistička zajednica

Gospodarsko-političko stanje na tržištu

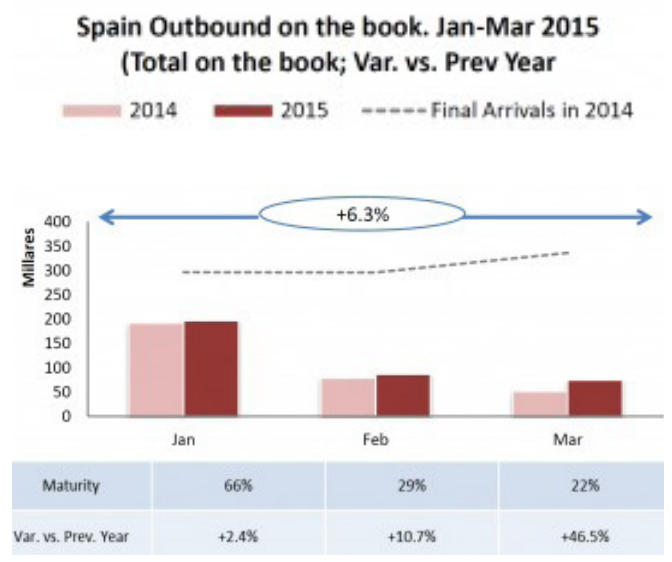
Španjolsko gospodarstvo u četvrtom tromjesečju 2014. bilježi blagi rast gospodarstva od 0,7 % u odnosu na prethodno tromjesečje te ako ga usporedimo s četvrtim tromjesečjem 2013. rast je 12 %. Ovo je već šesto tromjesečje zaredom u kojem se bilježi pozitivan rast BDP-a. U 2014. BDP je porastao za 1,4 %. Fluktuacija indeksa potrošačkih cijena u siječnju 2015., u odnosu na siječanj 2014., iznosi - 1,5 %, dok u odnosu na prosinac 2014. ista iznosi - 1,4 %. U četvrtom tromjesečju stopa nezaposlenosti iznosi 23,70 % te je skoro identična kao i u prethodnom tromjesečju.

Španjolsko gospodarstvo polagano nastavlja oporavak, normalizaciju financijskih uvjeta i stanja na tržištu rada. To je prepoznala i Europska komisija koja je poboljšala predviđanja za španjolsko gospodarstvo: predviđa rast od 2,3 % u 2015. i 2,5 % u 2016. (prvobitno su predvidjeli 1,7 % odnosno 2,2 %) te stopu nezaposlenosti od 22,5 % u 2015. i 20,7 % u 2016.

U Portugalu, prema podacima Nacionalnog instituta za statistiku, osnovni ekonomski pokazatelji su sljedeći: fluktuacija indeksa potrošačkih cijena u prosincu iznosi - 0,36 %, stopa nezaposlenosti za četvrto tromjesečje iznosi 13,5 %, a stopa rasta gospodarstva za treće tromjesečje 1,1 %.

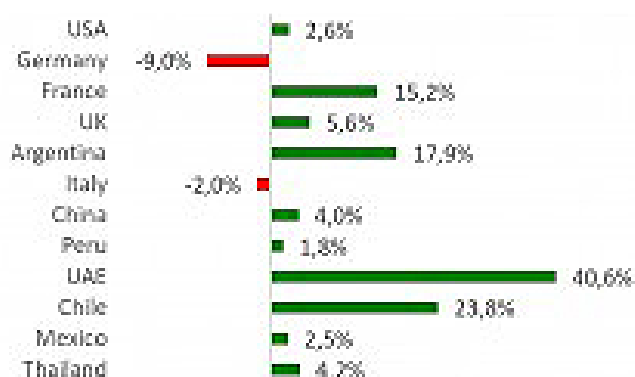
Emitivni turistički promet

Turistička glasila pišu o oporavku španjolskog emitivnog tržišta u 2015., a prema podacima Forward Keys (tvrtke koja dnevno analizira 70 milijuna turističkih rezervacija), povećanje putovanja Španjolaca avionom bilježi rast od 6,3 % u odnosu na isto razdoblje prošle godine. Preciznije, rezervacije za veljaču bilježe rast od 10,7 %, a za ožujak 46,5 %. Ovi brojevi znače da se putovanja rezerviraju ranije i da se povećava opseg putovanja, odnosno da se emitivno tržište pozitivno razvija.



Izvor: Forward Keys

Top 12 Destinations for Spanish Outbound on the Book
(Rank according to total bookings;
Var. of expected departures vs. Prev. Year; Jan-Dec 2014)

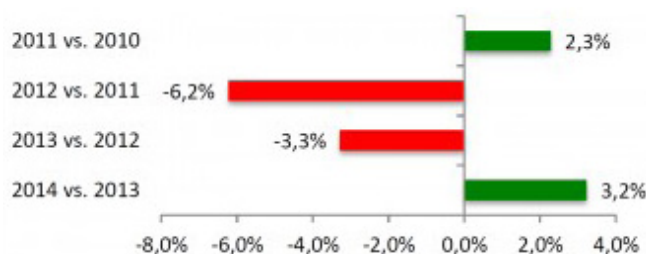


Izvor: Forward Keys

Top 12 destinacija koje su Španjolci rezervirali su: SAD, Francuska, Ujedinjena Kraljevina, Argentina, Kina, Peru, Ujedinjeni Arapski Emirati, Čile, Meksiko i Tajland od kojih svi bilježe rast, osim Njemačke i Italije, a najveći rast od 40,6 % imaju Ujedinjeni Arapski Emirati.

Oporavak emitivnog tržišta započeo je u 2014., putovanja Španjolaca avionom povećala su se za 3,2 %, dok su 2013. i 2012. bilježila pad od 6,2 % odnosno 3,3 %.

Yearly Variations of International Departures from Spain
(Var. vs. Prev Year; 2011-2014)



Izvor: Forward Keys

Top 10 Destinations for Spanish Outbound
(Rank according to total departures;
Var. of total departures vs. Prev. Year; Jan-Dec 2014)



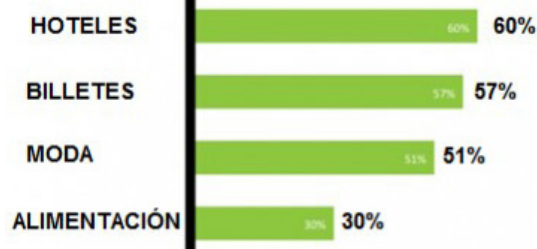
Izvor: Forward Keys

U 2014. od najtraženijih destinacija, najviše su se oporavile Turska (+ 14 %), SAD (+ 11 %), Portugal (+ 8,8 %), Njemačka (+ 7,2 %) i Ujedinjena Kraljevina (+ 5,2 %).

Prema podacima konzultantske kuće Nielsen i njihove studije „Navike u e-trgovini“, šest od deset španjolskih turista su Putnici 2.0 – šest od deset španjolskih putnika koji predviđaju putovati u 2015. koristit će internet kako bi rezervirali i/ili kupili avio-kartu, smještaj i isplanirali putovanje. Time je turizam najjači sektor u e-trgovini u Španjolskoj, a slijede ga moda i hrana.

Faktor cijene je i dalje najvažniji: putnici su jako osjetljivi na cijenu te pola Španjolaca smatra da su na internetu cijene povoljnije. Sve više rezerviraju preko interneta u odnosu na klasične rezervacije u agencijama te sve više preko mobitela.

ECOMMERCE DE VIAJES VS OTROS SECTORES



Receptivni turistički promet

U prosincu 2014. u Španjolsku je ukupno stiglo 3,3 milijuna stranih turista, odnosno 5,6 % više nego u prosincu 2013. U 2014. španjolski receptivni turizam bilježi rast od 4,3 % u odnosu na prošlu godinu, ukupno 65 milijuna turista. U 2014. sva primarna europska emitivna tržišta zabilježila su rast, dok su porastu najviše pridonijele Francuska, Ujedinjena Kraljevina, Njemačka i Italija, ukupno 2,8 milijuna dolazaka. Treba istaknuti i godišnji porast dolazaka turista s dalekih tržišta i to od 18,8 %, prije svega azijskih. Sve autonomne pokrajine bilježe porast, dok je van-hotelski smještaj zabilježio veći godišnji porast nego hotelski, 10,8 % naspram 5,1 %.

U prosincu 2014. tržište Ujedinjene Kraljevine je i dalje prvo emitivno tržište s udjelom od 19 % u ukupnom broju primljenih turista, slijede Francuska i Njemačka s udjelima od 17,3 % i 14,5 %. Sličan poredak i udjeli bilježe se i u 2014.: Ujedinjena Kraljevina 23,1 %, Francuska 16,3 % i Njemačka 16 %. Najveću godišnju varijaciju u prosincu bilježe Portugal (44,2 %), Švicarska (38,9 %), Belgija (28,4 %) i Italija (14,3 %).

Najveći rekorder po broju dolazaka stranih turista u prosincu su Kanari, s udjelom u strukturi stranih turista od 31,2 % te s padom od 2,2 % u odnosu na isto razdoblje prošle godine. Slijede Katalonija s udjelom u strukturi od 26,5 % i rastom od 13 %, Andaluzija s udjelom od 10,7 % i rastom od 3,8 %, Madrid s udjelom od 9,5 % i padom od 1,8 %, Valencija s udjelom od 8,4 % i rastom od 4,9 % te Baleari s udjelom od 2,9 % i rastom od 23 %.

U prosincu 77,6 % stranih turista u Španjolsku je došlo avionom, a njih 30,6 % cestovnim putem; dolasci avionom bilježe rast od 4,3 %, a cestovnim putem od 9,1 %.

U prosincu 2014. hotelski smještaj bilježi rast od 2,1 %, a u strukturi smještaja zauzima 62,7 %, dok ostale vrste smještaja također bilježe rast i to od 11,9 % i zauzimaju 37,3 % u strukturi smještaja.

Vezano uz način organizacije dolazaka stranih turista, u prosincu 2014. bilježi se rast samostalnih putovanja od 7,6 %, dok su paket-aranžmani narasli za 0,6 %. U ovom razdoblju 72,5 % stranih turista došlo je samostalno, a 27,5 % preko organiziranih paketa.

Najveći ukupni porast potrošnje u prosincu u odnosu na isto razdoblje prošle godine ostvarile su Ujedinjena Kraljevina i SAD (9,7 %), dok struktura potrošnje izgleda ovako: Ujedinjena Kraljevina 16,9 %, Njemačka 16,2 %, Skandinavija 13,1 %, Francuska 10,8 %, SAD 4,2 % te ostatak svijeta 38,9 %.

Generalno u prosincu najveći prosječni dnevni trošak po osobi neznatno se povećao i to za 4 %, a iznosi 108 eura. Najveći dnevni trošak po osobi ostvaruje SAD (134 eura).

Ako usporedimo autonomne pokrajine, najveći prosječni dnevni trošak po osobi u studenome ostvaren je u Madridu i Kataloniji (123 eura), slijede Kanari (114 eura), Baleari (105 eura), Andaluzija (95 eura) i Valencija (77 eura).

U prosincu 2014. prosječni dnevni trošak po osobi kod samostalnih putovanja iznosi 98 eura, a kod paket-aranžmana 145 eura, dok je u hotelskom smještaju isti 147 eura, a u ostalim vrstama smještaja 79 eura.

Prema izvješću Coyuntur, španjolske turističke zajednice Turespaña, dolasci stranih turista u Španjolsku nastaviti će rasti u prvom tromjesečju 2015., ali isto tako upozorava da ova predviđanja treba uzeti s oprezom zbog nestabilnih ekonomskih i političkih uvjeta koji mogu utjecati na glavna emitivna tržišta. Navodi niz faktora koji mogu utjecati na turistički promet bilo pozitivno kao npr. smanjenje cijene nafte, zadržavanje niskih kamatnih stopa, devalvacija eura, pozitivna predviđanja gospodarskog rasta za razne države; bilo negativno kao npr. preveliko zaduživanje država, kratkoročna neizvjesnost zbog izbora u Ujedinjenoj Kraljevini, Portugalu i Španjolskoj, terorističke prijetnje u zapadnim zemljama. Uzimajući u obzir ove faktore, izvještaj daje sljedeća predviđanja za dolaske turista u Španjolsku prema emitivnim tržištima:

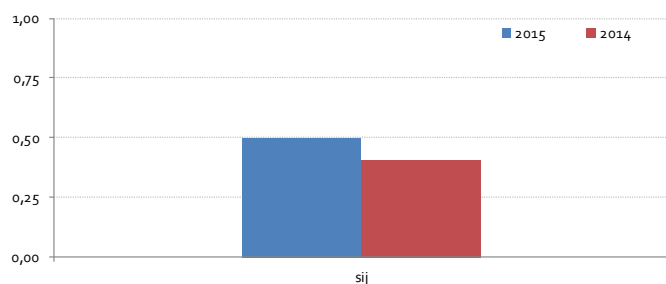
- Sjeverna Europa – Ujedinjena Kraljevina nastaviti će konsolidaciju kao najvažnije tržište za Španjolsku. Slabost na nordijskim tržištima.
- Srednja Europa – rast za Njemačku i Nizozemsku, značajan rast za Belgiju i smanjenje rasta za Švicarsku.
- Južna Europa – nastavak postojanog rasta za francusko tržište, porast dolazaka iz Italije i Portugala.
- Istočna Europa – nastavak pada ruskog tržišta (zbog pada cijena goriva, njihovog glavnog izvoznog prihoda i devalvacija rublje u odnosu na euro).
- Sjeverna Amerika – nešto bolji rezultati američkog tržišta te oporavak Kanade.
- Latinska Amerika – nastavak napretka u dolascima meksičkih i brazilskih turista, pad na argentinskom tržištu.
- Azija i Pacifik – pozitivna perspektiva s azijskih tržišta, povećanje dolazaka iz Japana, Kine i Koreje.

Rezultati Hrvatske

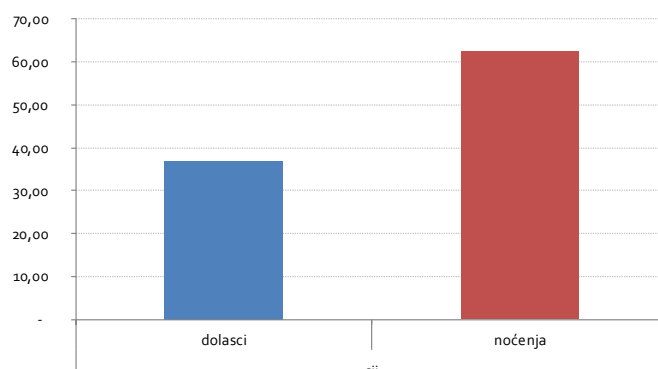
U siječnju bilježimo rast dolazaka i noćenja Španjolaca za 37 % odnosno 62,3 %. Rast iz Španjolske direktno je vezan za uvođenje direktnih letova iz Barcelone za Zagreb i Dubrovnik u blagdanskome razdoblju.

Dolasci Portugalaca smanjili su se za 6,5 %, ali su se zato noćenja povećala za 46,8 %.

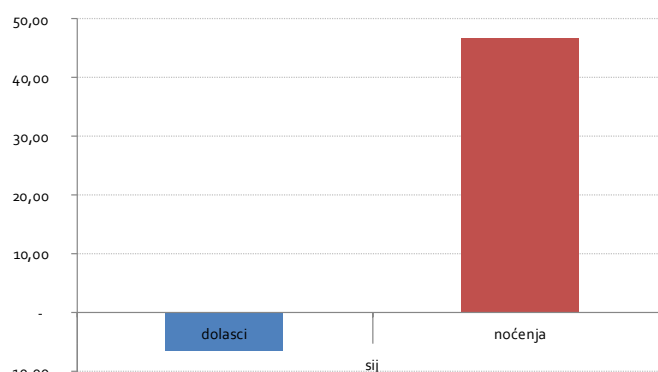
Španjolska – kretanje udjela tržišta u ukupnom turističkom prometu u 2015. u usporedbi s 2014. (%)



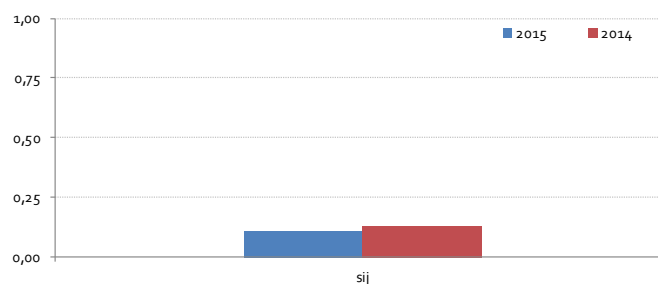
Španjolska – dolasci i noćenja po mjesecima (I. 2015.) – postotna fluktuacija u usporedbi s prethodnom godinom



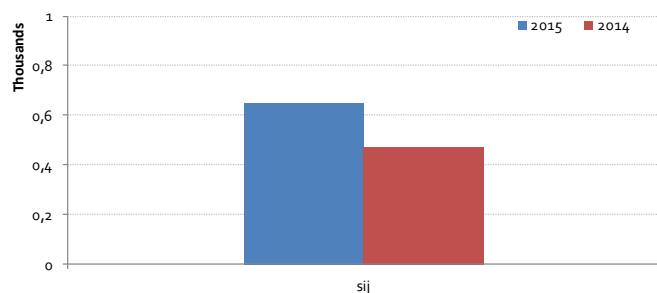
Portugal – dolasci i noćenja po mjesecima (I. 2015.) – postotna fluktuacija u usporedbi s prethodnom godinom



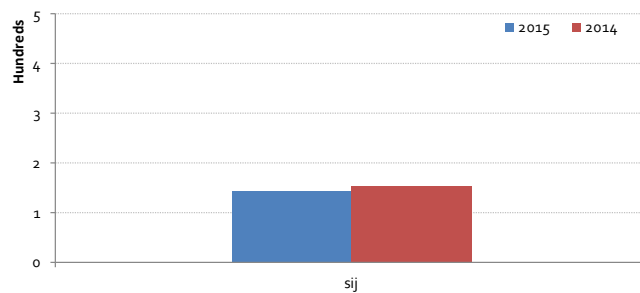
Portugal – kretanje udjela tržišta u ukupnom turističkom prometu u 2015. u usporedbi s 2014. (%)



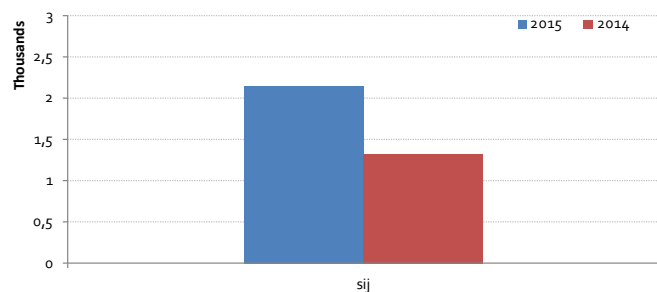
Španjolska – kretanje broja dolazaka u razdoblju siječanj 2015. (kumulativno)



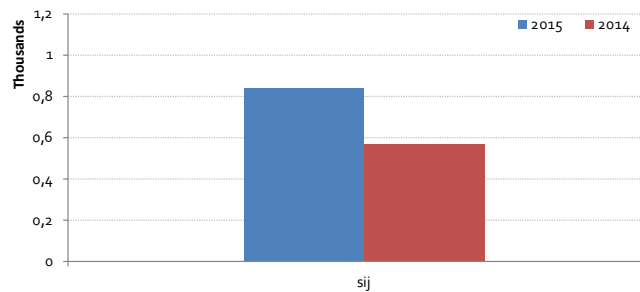
Portugal – kretanje broja dolazaka u razdoblju siječanj 2015. (kumulativno)



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



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



Vijesti iz predstavništva

• FITUR 2015, Madrid, 28. siječnja – 1. veljače

Glavni turistički sajam u Španjolskoj i jedan od najvećih europskih turističkih sajmova, ove godine se održao 35. put. Na sajmu su se uz Hrvatsku predstavile i zemlje Bliskog Istoka, Azije/Pacifika, Europe, Afrike i Amerike. Novost su specijalizirane sekcije za zdravstveni i *shopping* turizam.

Predstavništvo je, u okviru sajma, sudjelovalo na sljedećim događanjima:

- Radionica Hosted Buyers – profesionalna radionica na kojoj su sudjelovali organizatori putovanja iz cijelog svijeta, a predstavništvo je obavilo razgovore s organizatorima putovanja iz Čilea, Paname, Meksika, Argentine, Kine i Belgije.
- Gymkana Viajera – inicijativa za posjetitelje sajma kako bi ih se motiviralo da posjete štandove sudionika. Zainteresiranim posjetiteljima podijeljene su „putovnice“ u koje su, nakon točnog odgovora, dobivali pečate zemalja sudionika. Cilj „igre“ bio je sakupiti sve pečate i sudjelovati u nagradnom izvlačenju.

- Predstavništvo je održalo više od 100 sastanaka: s avio-kompanijama (Vueling, Ryanair, Norwegian), organizatorima putovanja i agencijama (Europamundo, Travel Europe, World Travel Bitacora, Proyectamos Europa, Catai, Politours, Special Tours, Amazing Travel, Bentravel itd.) i medijima (Altair, Grupo Zeta, Paco Nadal, Kris Ubach, David Plaza itd.).
- Direktorica predstavništva dala je intervju za: radio program GENTE VIAJERA, Cataluña, TV Antena 3, lokalnu TV postaju iz Castilla i Leon iz koje se spremaju čarter letovi.
- Predstavništvo je sudjelovalo na simpoziju i dodjeli nagrada UNWTO na kojem je nominirana i TZ Lošinja s kampanjom „Fragances and Tastes of Losinj“.
- Priprema projekta katalonske TV kuće TV3 “Oh Happy Day” u suradnji s TZŽ Istarske, hotelima Maistra, aviokompanijom Vueling i HRT-om.
- U svrhu podrške novih letova Norwegian Air iz Madrida za Dubrovnik pokrenut je nagradni natječaj na Facebook stranici Visita Croacia u suradnji s Norwegianom i hotelom Albatros u Cavtatu. Promocija traje do 28. veljače.

ŠVICARSKA

Turistički promet s tržišta u siječnju

2015.			2014.			indeks 2015./14.	
dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
792	2.312	0,62	626	1.812	0,56	126,52	127,59

Izvor: Hrvatska turistička zajednica

Gospodarsko-političko stanje na tržištu

Švicarski ekonomski institut KOF donosi predviđanja povodom naglog rasta vrijednosti švicarskog franka. KOF smatra da će jačanje franka u kratkoročnom pogledu negativno utjecati na švicarsko gospodarstvo uz rast nezaposlenosti i daljnji pad cijena.

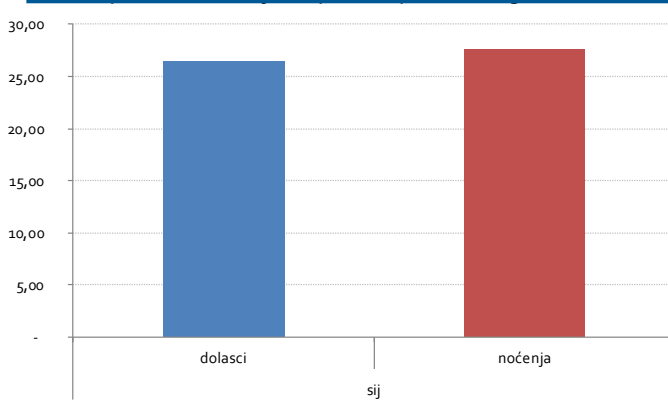
Smatra se da će jačanje švicarskog franka uz pad cijena nafte dovesti do kraćeg razdoblja recesije tijekom ljeta 2015. Najveći negativan utjecaj jačanja franka osjetit će izvoznici te se očekuje značajno smanjene volumena izvoza u prvom dijelu godine.

Pad cijena nafte negativno će utjecati na švicarsko gospodarstvo koje ima važnu ulogu u svjetskoj trgovini naftom.

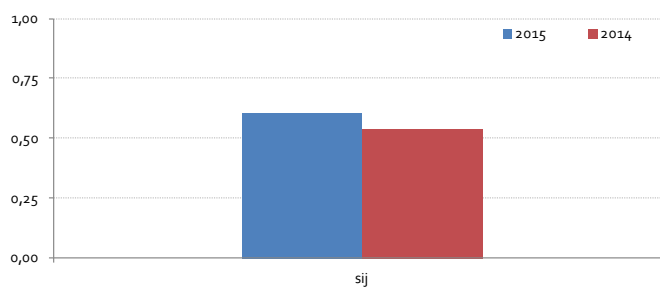
Emitivni turistički promet

S obzirom na jačanje franka, Švicarcima je sada gotovo cijeli svijet povoljniji za putovanja te se očekuje porast njihovih putovanja u daleke destinacije (SAD, Južna Amerika i Tajland), kao i u druge europske zemlje. Hrvatska je Švicarcima jedna od atraktivnijih destinacija zbog dobre prometne povezanosti (zrakoplov, automobil, kamper) i raznolike ponude.

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



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



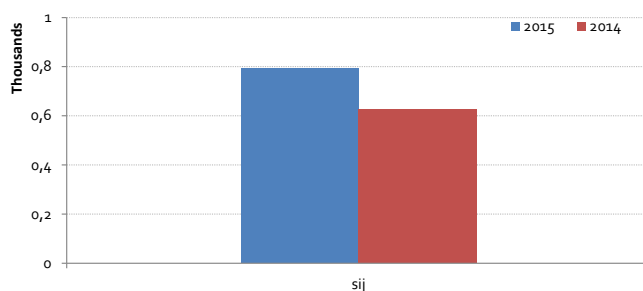
S druge strane, u švicarskim turističkim krugovima postoji blagi strah da će izgubiti strane turiste, posebno iz Njemačke i Austrije, ali i iz ostatka Europe. Razlog tome je skuplja ponuda i usluge, što se već pokazalo ove zimske sezone.

U odnosu na prošlu godinu, u siječnju švicarski organizatori putovanja bilježe povećani buking.

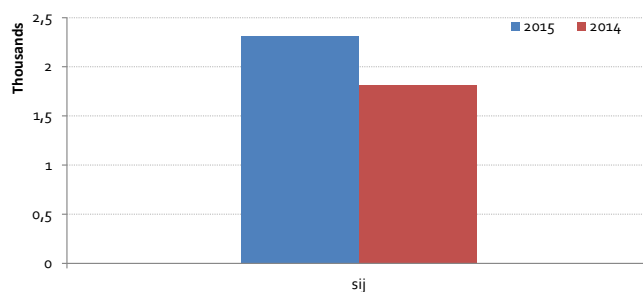
Aktivnosti predstavništva

- Na sajmu Ferienmesse, koji se u Bernu održao od 15. do 18. siječnja, predstavništvo je započelo s promidžbenim aktivnostima za 2015. Zbog jačanja franka postoji velika vjerojatnost da će ove godine još veći broj Švicaraca provesti svoj godišnji odmor u Hrvatskoj.
- Na sajmu FESPO, koji se od 29. siječnja do 1. veljače održao u Zürichu, Hrvatska je predstavljena kao zemlja-partner pod sloganom Hrvatska – doživljaj za cijelu godinu. Na otvorenju, promociji i poslovnim razgovorima sa švicarskim organizatorima putovanja bili su nazočni ministar turizma Darko Lorencin, direktor Glavnog ureda HTZ-a Ratomir Ivičić te hrvatski veleposlanik u Švicarskoj Aleksandar Heina.

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



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



UJEDINJENA KRALJEVINA

Turistički promet s tržišta u siječnju

2015.			2014.			indeks 2015./14.	
dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
1.433	4.635	1,24	1.296	3.785	1,18	110,57	122,46

Izvor: Hrvatska turistička zajednica

Gospodarsko-političko stanje na tržištu

The Office for National Statistics (ONS) objavio je podatak da je BDP u Ujedinjenoj Kraljevini u 2014. porastao za 2,7 %, što predstavlja najveći rast od 2007. To je ipak niži rast od očekivanog i najavljanog (3 %) koji je prognozirao Office for Budget Responsibility (OBR). Razlog tome je rast od samo 0,5 % u posljednjem kvartalu prošle godine, dok je rast u trećem kvartalu iznosio 0,7 %. Vodeći ekonomisti u Ujedinjenoj Kraljevini još uvijek ne mogu sa sigurnošću reći je li došlo do usporavanja rasta ili je to samo izuzetak i hoće li ekonomija nastaviti daljnji rast u 2015. u skladu s predviđanjima. Nezaposlenost kontinuirano pada i trenutno iznosi 5,8 %. Inflacija je istovremeno pala na samo 0,5 % i već se pojavljuju sumnje da Ujedinjenoj Kraljevini prijete deflacija što nikako nije poželjno. Objavljeni su i najnoviji statistički podaci o broju stanovnika Ujedinjene Kraljevine koji je na kraju 2014. dostigao 64,1 mil. Broj novodoseljenih konstantno je u porastu i to će biti jedna od udarnih tema koje će dominirati na njihovim parlamentarnim izborima u svibnju ove godine. Većina Britanaca u svim anketama želi da se taj priljev zaustavi i svede na razumnu brojku.

Emitivni turistički promet

Organizator putovanja Kuoni, čije je sjedište u Švicarskoj, najavio je prodaju svoje podružnice u Ujedinjenoj Kraljevini. Kuoni Travel UK osnovan je prije 50 godina, po snazi je trenutno četvrti organizator putovanja u Ujedinjenoj Kraljevini i ima prodaju prema više od 80 destinacija širom svijeta.

Istovremeno, najavljen je proces prodaje njihovih podružnica u Švicarskoj, Beneluksu, Hong Kongu, Kini, Indiji, Skandinaviji i Finskoj. Oko 3.800 djelatnika moglo bi biti pogođeno ovom odlukom. Dio grupacije Kuoni, koji se odnosi na organizatore putovanja, generirao je u 2014. ukupan prihod od 2,2 milijarde CHF (1,4 milijardi GBP).

Monarch je objavio rezultate prvih 100 dana od kada je krenuo njihov plan restrukturiranja i povlačenja iz turoperatorskog posla i pretvaranja u nisko tarifnog prijevoznika. Rezultatima su više nego zadovoljni i na kraju godine očekuju iskazivanje dobiti i povrat u profitabilnost. Svoju flotu od 42 zrakoplova smanjili su na 34, ukinuli su svoju bazu u East-Midlandsu, ukinuli su čarter letove i letove prema dalekim destinacijama. Reducirali su i svoje letove prema europskim destinacijama, što se odrazilo i na letove prema Hrvatskoj. U potpunosti su ukinuli letove iz Birminghama prema Splitu i iz Manchestera prema Dubrovniku. Smanjili su i broj letova iz Birminghama i London Gatwicka prema Dubrovniku. Za očekivati je da će dolaskom novih zrakoplova vratiti ukinute letove prema Hrvatskoj.

Izuzetno veliku pažnju javnosti izazvala je izjava novog premijera Grčke Alexisa Tsiprasa da će Grčka zaustaviti i limitirati broj *all inclusive* hotela i da je taj vid turizma loš za lokalnu ekonomiju jer ti gosti ne posjećuju lokalne restorane, barove i ne troše ništa. Najavio je i uvođenje dodatnih poreza za hotele koji imaju takve goste. Međutim, nova ministrica turizma Elena Kountoura, iz stranke koja je u koaliciji s strankom premijera Tsiprasa, korigirala je njegovu izjavu i obećala da neće biti nikakvih mjera prema već postojećim *all inclusive* resortima. Naglasila je da su ti i takvi hoteli doprinijeli sa 1,5 milijardi GBP njihovoj ekonomiji u 2014.

EasyJet je dva puta tijekom siječnja imao akciju prodaje 350.000 sjedala na svojim zrakoplovima. Prva akcija trajala je od 9. do 13. siječnja, za putovanja od 3. veljače do 8. srpnja. Druga akcija trajala je od 28. siječnja do 3. veljače, za putovanja od 10. veljače do 8. srpnja. 20 % od tog broja odnosilo se na prodaju zrakoplovnih karata prema Hrvatskoj i na njihove letove iz različitih zemalja prema Hrvatskoj, a ne samo iz Ujedinjene Kraljevine. U 2015. povećat će broj letova prema Splitu iz četiri nove destinacije.

Buking prema Hrvatskoj i najave za 2015. su dobre i obećavajuće. Većina partnera ima oko 10 % bolji buking u odnosu na isto razdoblje 2014., ali očekuju puno više nakon početka dogovorenog modela zajedničkog oglašavanja ili strateškog partnerstva.

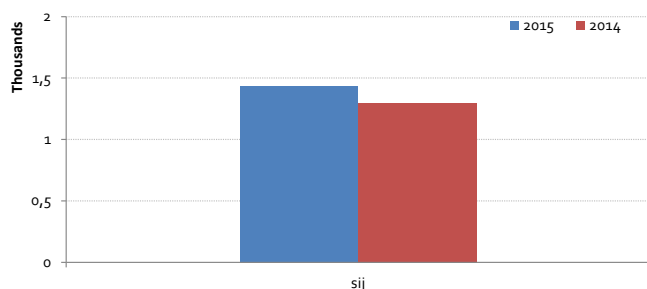
Rezultati Hrvatske

U siječnju je iz Ujedinjene Kraljevine zabilježeno 1.433 dolazaka (indeks 110,57) i 4.635 noćenja (indeks 122,46).

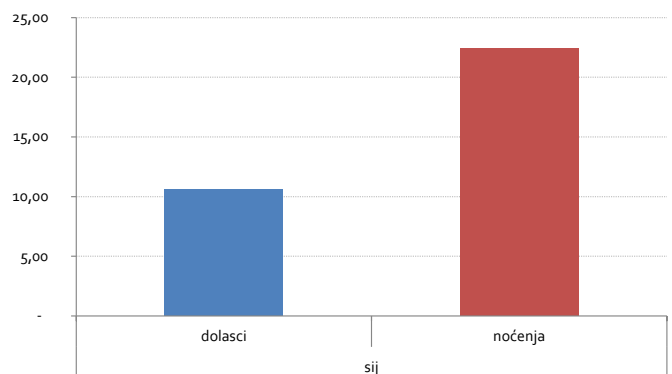
Iz Irske su zabilježena 94 dolaska (indeks 82,46) i 347 noćenja (indeks 117,23).

Unatoč činjenici da je EasyJet imao manji broj letova iz Londona za Zagreb, ostvareno je povećanje i u dolascima i u noćenjima u odnosu na siječanj 2014. Nastavlja se trend dvoznamenkastog rasta što je ohrabrujuće i obvezujuće za nadolazeće mjesece.

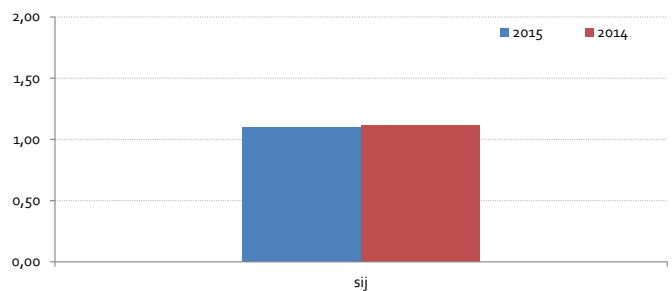
Ujedinjena Kraljevina – kretanje broja dolazaka u razdoblju siječanj 2015. (kumulativno)



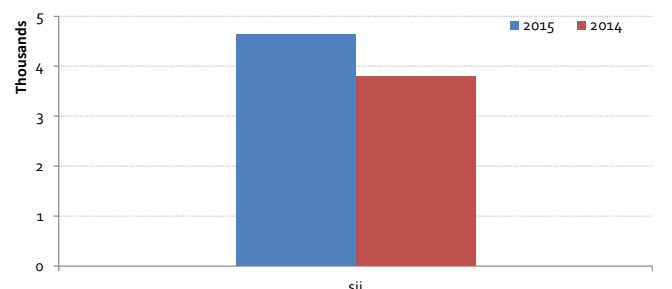
Ujedinjena Kraljevina – dolasci i noćenja po mjesecima (I. 2015.) – postotna fluktuacija u usporedbi s prethodnom godinom



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



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



Aktivnosti predstavništva

- Od 23. do 25. siječnja održan je The Holiday World Show u Dublinu. Interes za Hrvatskom bio je velik, naročito za Istrom, zahvaljujući TV emisiji Gateways na BBC-u koja je prikazana 19. siječnja. Emisija je, u organizaciji predstavništva, snimana u Istri u lipnju 2014.
- Od 29. siječnja do 1. veljače u Londonu je održan sajam Destinations na kojem je svoju ponudu predstavilo pet hrvatskih regija: Splitsko-dalmatinska, Dubrovačko-neretvanska, Zadarska, Ličko-senjska te Šibensko-kninska županija. Iskazan je izrazito velik interes za Hrvatskom.
- Od 24. do 27. siječnja održano je grupno studijsko putovanje novinara u Dubrovnik i Split s temom „Game of Thrones“ (Igra prijestolja). HBO Home Entertainment, produkcijska kuća uspješne televizijske serije „Game of Thrones“, sponzorirala je grupno studijsko putovanje u Hrvatsku kako bi proslavili četvrtu sezonu serije koja će izaći na DVD-u u Blu-rayu u veljači ove godine. Putovanje je organizirano u suradnji s Turističkom zajednicom Dubrovnika, agencijom Elite Travel te turističkom zajednicom Splitsko-dalmatinske županije.

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

JAPAN

MAĐARSKA

NJEMAČKA

POLJSKA

RUSIJA

SAD I KANADA

SKANDINAVIJA

SLOVAČKA

SLOVENIJA

ŠPANJOLSKA

ŠVICARSKA

UJEDINJENA KRALJEVINA