

ITALIJA

PROFIL EMITIVNOG TRŽIŠTA - IZDANJE 2022.



AKTUALNI OPĆI PODACI O TRŽIŠTU

UVODNA NAPOMENA:

Pojavom pandemije bolesti COVID 19 tijekom prvog kvartala 2020., na globalnoj je razini došlo do iznimno snažnog poremećaja svih sfera društvenog i gospodarskog života te je turizam, u svim svojim pojavnim oblicima jedna od najsnažnije pogođenih djelatnosti, s neizvjesnim kratkoročnim i srednjoročnim perspektivama oporavka.

U takvom kontekstu 2020., te u nešto manjoj mjeri 2021. godina, donose dramatičan odmak od uobičajenih poslovnih okolnosti i obrazaca ponašanja na strani ponude i potražnje, tako da ranije ustanovljeni trendovi i prognoze temeljene na modelima izgrađenim u kontekstu stabilnih poslovnih odnosa doživljavaju korjenu promjenu.

Imajući u vidu navedeno, standardni format profila tržišta promijenjen je i prilagođen novonastalim okolnostima na način da su u odnosu na izdanja publicirana do 2019. godine.

Političko uređenje:

Italija je demokratska i parlamentarna republika. Ima dvodomni parlament i to Zastupnički dom (Camera dei Deputati) i Senat (Senato).

Površina: 302.073 km².

Najveći gradovi:

Glavni grad **Rim** ima 2.778.662 stanovnika. Ostali gradovi: **Milano** 1.396.522, **Napulj** 938.507, **Torino** 844.444, **Palermo** 638.814, **Genova** 554.849, **Bologna** 394.369, **Firenca** 359.527, **Bari** 312.178, **Catania** 293.764.

Izvor: ISTAT, zavod za statistiku, 31.5.2021

Stanovništvo (po dobi, po spolu)

1.1.2021 Italija ima 59.257.566 stanovnika što je za 384.000 manje u odnosu na prethodnu godinu. Naime, jedan od rezultata pandemije bio je i povećanje smrtnih slučajeva (746.000 preminulih) te pad nataliteta (404.000 rođenih).

Starost	Muškarci	Žene	Ukupno
0-9	2.444.030	2.311.219	4.755.249
10-19	2.928.130	2.748.284	5.676.414
20-29	3.132.476	2.903.859	6.036.335
30-39	3.413.461	3.361.212	6.774.673
40-49	4.333.571	4.376.186	8.709.757
50-59	4.637.738	4.817.428	9.455.166
60-69	3.557.825	3.875.446	7.433.271
70-79	2.732.124	3.221.522	5.953.646
80-89	1.460.456	2.197.673	3.658.129
90-99	221.430	566.340	787.770
100+	2.847	14.309	17.156
UKUPNO	28.864.088	30.393.478	59.257.566

Izvor: Istat Demo (talijanski državni zavod za statistiku) na dan 1.1.2021.

Opće karakteristike gospodarstva

Gospodarstvo je orijentirano prema razvoju tercijarnih djelatnosti koje predstavljaju oko 70,9% gospodarstva (primarne predstavljaju 2,3%, a industrija 26,8%). Porast tercijarnih djelatnosti vezan je uz porast usluga poduzetništva i raznih drugih profesionalnih usluga. Tercijarne djelatnosti su: turizam, trgovina na veliko, trgovačko posredništvo, održavanja i popravak prijevoznih sredstava, sve vrste prometa, poštanske usluge, telekomunikacije, informatika i dr. Sekundarne djelatnosti (industrija) su: proizvodnja automobila i ostalih mehaničkih strojeva, proizvodnja kemijskih i farmaceutskih proizvoda, proizvodnja metala i metalnih proizvoda, proizvodnja tehnologije za informacije i telekomunikacije, proizvodnja tkanina i odjeće, duhanska proizvodnja, proizvodnja namještaja, nakita i dr.

Aktualno stanje BDP-a, usporedba s prethodnim godinama i prognoza za naredne godine; BDP po glavi stanovnika

BDP po glavi stanovnika : 26.453 eura.

Izvor: ISTAT, talijanski državni zavod za statistiku, rujan 2021

U 2020. godini BDP je zabilježio pad od 8,9%. Pandemija je uglavnom slično utjecala na pad BDP-a ravnomjerno u cijeloj Italiji. Nešto viši prosjek pada BDP-a imale su regije na sjeveroistoku i sjeverozapadu Italije s -9,1%. Nakon prvog tromjesečja 2021 kad je zabilježen veliki rast BDP-a, u drugom tromjesečju rast je bio nešto niži, ali u svakom slučaju se radilo o rastu od 2,7% u odnosu na prethodno tromjesečje.

Izvor: ISTAT, talijanski državni zavod za statistiku, 30.07.2021

Postotak nezaposlenosti u 2019., aktualno stanje u 2020. i procjena trenda

Postotak nezaposlenih u Italiji u mjesecu kolovozu 2021. iznosio je 9,3%. Zaposlenih je 58,1%. Zaposlenost u kolovozu 2021. godine u odnosu na srpanj 2020. bilježi pad od 0,3%, dok i nezaposlenost također bilježi pad i to od 0,2%.

Prosječna plaća (aktualni podaci)

Prosječna plaća u Italiji za 2020. godinu iznosila €1.550,00 neto mjesečno (25.500 bruto), a isti je iznos i u 2021.

Izvor: Eurostat

Stopa inflacije (aktualni podaci)

Prema posljednjim podacima talijanskog zavoda za statistiku ISTAT (do rujna 2021.) stopa inflacije iznosila je 2,6% na godišnjoj razini, a mjesečno kako slijedi:

- siječanj: +0,7%
- veljača: +0,1%
- ožujak: +0,3%
- travanj: +0,4%
- svibanj: 0,0%
- lipanj: +0,1%
- srpanj: +0,5%
- kolovoz: +0,4%
- rujan: -0,1%

Prema prvim procjenama, inflacija nastavlja ubrzano rasti te doseže razinu koja nije zabilježena od listopada

2012. Osim velikog povećanja cijena energenata, ubrzano rastu cijene, a posebno svih namirnica u trgovinama prehrane.

Vanjskotrgovinska bilanca (aktualni podaci i trend)

U kolovozu 2021. bilježi se porast uvoza (5,4%) te iako nešto niži i porast izvoza (0,6%) na mjesečnoj bazi. Porast izvoza je zabilježen zbog porasta prodaje prema zemljama EU-a (6,0%), dok je prodaja prema zemljama izvan EU-a pala (5,0%). U tromjesečju lipanj-kolovoz izvoz raste (3,4%), a također i uvoz (5,8%). Na godišnjoj razini, u kolovozu 2021 izvoz raste za 17,8%, s velikim povećanjem prema zemljama EU (+19,9%), te i zemljama izvan EU (+15,8%).

Izvor: Istat, talijanski državni zavod za statistiku 15.10.2021

Utjecaj globalnih gospodarskih kretanja na domicilno gospodarstvo Utjecaj pandemije virusa COVID 19 na ekonomiju i društvo u 2020, očekivani utjecaj u 2021.

U Italiji će pandemija virusa COVID-19 sigurno još dugo vremena imati veliki utjecaj kako na društvo tako i na ekonomiju. Za sada je potvrđen produžetak izvanrednog stanja u zemlji do 31.12.2021, a za dalje će se odlučiti na temelju razvoja situacije. Italija je u 2020. pretrpjela ogromne gubitke. Po izvješću ISTAT-a, talijanskog Državnog zavoda za statistiku talijanski BDP je u 2020. zabilježio pad od 8,9%, a pad BDP-a uzrokovao je automatski i porast duga koji je u 2020. iznosio 155,6% BDP-a, dok je taj postotak u 2019. bio 134,6%. Potrošnja talijanskih obitelji pala je za 10,7%. Izdaci za potrošnju robe pali su za 6,4%, a za usluge se bilježi pad od 16,4%. Najveći pad bilježi potrošnja u hotelima i restoranima (-40,5%), prijevoz (-24,7%), rekreacija i kultura (-22,5%), odjeća i obuća (-20,9%). Početkom 2021. nastavlja se slična situacija, Italija je i dalje podijeljena na zone u bojama, pri čemu je veliki broj regija i dalje u crvenoj boji. Dolaskom ljeta i jakom kampanjom cijepljenja, situacija se počela polako stabilizirati, te je tako i samo ljeto donijelo pozitivne vijesti za domaći turizam, a samim time i ekonomiju.

Unatoč dobrim rezultatima, nedostatak stranih turista se i dalje osjeća te Talijani iako ih je većina odlučila ostati u Italiji radi osobne sigurnosti, nisu uspjeli nadoknaditi manjak stranaca.

Kampanja cijepljenja u Italiji napreduje jako dobro jer se s obje doze na dan 18.11.2021. bilježi 84,36% cijepljenog stanovništva iznad 12 godina. Treću dozu primilo je 3.428.869 osoba.

MEDIJI I OGLAŠAVANJE NA TRŽIŠTU

Aktualni prikaz glavnih medija (TV, dnevni listovi, magazini) **po tematskim segmentima**

Naklade, regionalna pokrivenost, čitanost, praćenje za medije

Talijanska zemaljska televizijska ponuda dijeli se ponajprije na državne kanale RAI, privatnu televizijsku kuću Mediaset te u manjem obliku televizijsku grupu La7/MTV. Satelitska ponuda u rukama je televizijske kuće Sky. U Italiji postoji i velik broj lokalnih televizijskih postaja koje uglavnom ne utječu na ulogu glavnih televizija, osim što se tiče informativnih programa.

Zemaljski programi

- RAI:
 - Rai Uno
 - Rai Due
 - Rai Tre
 - brojni manji kanali specifičnog sadržaja u sklopu ponude (Rai 4, Rai 5, Rai Storia, Rai Sport, Rai Yoyo, Rai Gulp itd.)
- MEDIASET:
 - Canale 5
 - Italia 1
 - Rete 4
 - manji broj programa specifičnog sadržaja (La 5, Italia 2, Iris, Mediaset Extra, Boing itd.)
- LA7/MTV
 - La 7
 - MTV Italia

Satelitski programi:

SKY

Podijeljen je na kategorije: zabava, sport, djeca, glazba, film, vijesti, svijet i kultura. Svaka kategorija ima određeni broj programa. Gledatelji se mogu pretplatiti na paket sa svim kategorijama, a mogu i kombinirati kategorije koje ih interesiraju.

MEDIASET PREMIUM

Također je podijeljen na kategorije: filmovi (s nekoliko potkategorija: Energy, Emotion, Comedy itd...), serije, nogomet, djeca, vijesti.

I u ovom slučaju svaka od kategorija ima određeni broj programa te gledatelj odlučuje hoće li se pretplatiti na sve pakete ili izabrati samo neke od paketa za koje je zainteresiran.

Izvor: ADS – Accertamenti Diffusione Stampa, Milano

DNEVNI LISTOVI	Naklada (srpanj 2021.)
Avvenire	101.544
Corriere della Sera	262.816
Corriere dello Sport–Stadio	133.065
La Gazzetta del Mezzogiorno	15.262
La Gazzetta dello Sport	194.310
La Gazzetta del Sud	18.182
Il Gazzettino	53.827
Il Giornale	94.173
Il Manifesto	40.350
Il Mattino	34.621
Il Messaggero	94.862
La Repubblica	204.164
Il Resto del Carlino	109.050
Il Secolo XIX	42.153
La Sicilia	13.830
Il Sole 24 Ore	83.814
La Stampa	150.364
Il Tempo	17.372
Il Tirreno	35.873
Tuttosport	84.998
La Verità	67.029

TJEDNI TISAK	Naklada (srpanj 2021.)
Chi	200.466
Confidenze	77.831
Dipiù TV	294.226
Diva e Donna	242.263
Donna Moderna	180.540
L'Espresso	277.056
F	203.750
Famiglia Cristiana	244.014
Gente	322.112
Grazia	136.258
Guida Tv Nuova	157.573
Intimità	215.410
Oggi	329.704
Panorama	82.060
Settimanale Dipiù	105.380
Sorrisi e Canzoni Tv	523.769
Telepiù	134.244
Telesette	414.585
Tu Style	86.370
Vanity Fair	153.750
PRILOZI	
D-La Repubblica Donne	242.851
Sport Week	187.511
Il Venerdì di Repubblica	274.623

MJESEČNI TISAK	Naklada (lipanj 2021.)
Airone	54.100
Amica	134.782
Auto	51.253
Bell'Europa	39.800
Bell'Italia	63.000
Casa Facile	180.338
La Cucina Italiana	54.530
Cucina Moderna	76.351
Cucinare Bene	72.880
Elle Decor	59.326
Focus	227.296
In Sella	93.740
Io e il mio bambino	113.565
Marie Claire	122.941
National Geographic It.	61.016
Natural Style	50.400
Quattroruote	212.962
Sale & Pepe	62.820
Silhouette Donna	139.494

DNEVNI LISTOVI	Regija	Naklada (srpanj 2021.)
Alto Adige / Trentino	Trentino-Južni Tiroi	9.776
L'Adige	Trentino-Južni Tiroi	22.032
La Provincia (Como/Lecco/Sondrio)	Lombardija	22.773
La Provincia di Cremona	Lombardija	13.652
La Provincia Pavese	Lombardija	11.675
L'Eco di Bergamo	Lombardija	31.474
Giornale di Brescia	Lombardija	28.776
L'Arena (Verona)	Veneto	31.953
Il Giornale di Vicenza	Veneto	29.077
La Nuova di Venezia e Mestre	Veneto	9.405
Il Mattino di Padova	Veneto	19.475
La Tribuna di Treviso	Veneto	12.532
Messaggero Veneto	Friuli-Venezia Giulia	37.987
Il Piccolo (Trieste)	Friuli-Venezia Giulia	18.634
Libertà (Piacenza)	Emilia-Romagna	22.241
La Gazzetta di Parma	Emilia-Romagna	28.739
Il Secolo XIX	Liguria	42.153
Il Tirreno	Toskana	35.873
Corriere Adriatico	Marche	14.490
Il Centro	Abruzzo	14.424
Il Mattino	Kampanija	34.621
La Gazzetta del Mezzogiorno	Basilicata - Apulija	15.262
Giornale di Sicilia	Sicilija	11.110
Quotidiano di Sicilia	Sicilija	9.600
L'Unione Sarda	Sardinija	35.051
La Nuova Sardegna	Sardinija	29.321

Turistički časopisi

- Airone
- Bell'Europa
- Bell'Italia
- Dove
- Itinerari e Luoghi
- Marco Polo
- Meridiani
- National Geographic
- Qui Touring
- Traveller
- Plein Air
- In viaggio

Sportski časopisi

- Al volante
- Autosprint
- Cavallo Magazine
- Barche a motore
- Giornale della Vela
- Nautica
- Guerin Sportivo
- Trekking
- Pesca in Mare
- Quattroruote
- SportWeek
- SuperBike
- InBici
- Extra Time
- SuperBasket

Ostali časopisi (politika, financije itd)

- AltrEconomia
- Borsa&Finanza
- Il Fisco
- Milano Finanza
- Panorama
- Sette

PROFIL EMITIVNOGA TURISTIČKOG TRŽIŠTA U 2020. i 2021. GODINI

– posljednji dostupni podaci

Generalni osvrt na stanje na emitivnom turističkom tržištu (analize, ankete, linkovi)

Italija kao svjetska turistička sila nudi raznovrsnu turističku ponudu, atraktivne sadržaje, od gastronomije, mode, turizma preko automobilske industrije, to je brend koji se prodaje sam za sebe odnosno cijela zemlja je brend. Medijski prostor u toj je zemlji u ovim pandemijskim godinama 2020./2021. većim dijelom posvećen destinaciji Italija i svemu što je talijansko i vlada medijska podrška domaćem turizmu - tko god može reklamira Italiju (od sportaša, influencera, glazbenika).

Za razliku od zemalja koje su u okruženju Hrvatske, Italija ima more zbog čega i inače tradicionalno 80 posto Talijana ostaje u Italiji, dok preostalih 20 posto odabire inozemstvo. Omiljene odmorišne destinacije Talijana su svakako njihove regije poput Ligurije, Puglie, Sicilije, Toscane, slijede u inozemstvu Grčka, Španjolska, Hrvatska, Francuska te izvan Europe Egipat, Tunis i Turska. Na godišnjem odmoru provode 7-13 dana.

Talijani tradicionalno rezerviraju godišnje odmore u posljednji trenutak, čekaju povoljne ponude, značajno ovisi o vremenskoj prognozi, gospodarskim prilikama u zemlji i u okruženju kao i mogućnosti da „spoje“ praznike.

Italija je tržište s iznimno nestabilnom političkom situacijom, a pandemija koronavirusa ovu je zemlju značajno „penalizirala“ kako zdravstveno tako i financijski, a jedan od sektora koji je najteže stradao je upravo turizam koji s 13 posto pridonosi ukupnom BDP-u. Italija je zemlja koja je nakon strogog „lockdowna“ u trajanju od 2 mjeseca u 2020., živjela 7 mjeseci pod policijskim satom i nošenjem maski na otvorenom, iznenadnim promjenama mjera i restrikcija, a mediji su značajno utjecali na stanovništvo. U Italiji stranih turista u 2020. gotovo da i nije bilo, gradovi kulture poput Rima, Firence, Venecije, Milana bili su prazni, a ponovno pokretanje turizma u 2021. je bilo izuzetno sporo i povezano s postupnim popuštanjem mjera, procjepljivanjem, otvaranjem zračnih linija, mjerama na granicama. Dobro je poznato da su primarna tržišta za Italiju SAD, Kina, Japan, Rusija itd., a da tih turista skoro dvije godine nema u Italiji pri čemu organizirani turistički promet bilježi gubitke do 90 posto. Čak dvije skijaške sezone u Italiji su izgubljene zbog iznenadnih promjena vlasti o protokolima i mjerama u suzbijanju pandemije koronavirusa.

Od 3. lipnja 2020. u Italiji je omogućeno putovanje između regija te su Talijani mogli početi polako i putovati. Ponajviše zbog straha i nesigurnosti birali su u slučaju putovanja ostajati u Italiji, a mnogi nisu išli dalje od vlastite regije. U mjesecu lipnju 2020. talijanski hoteli bilježe pad broja noćenja od 80,6% u odnosu na isti period 2019. godine. Dolasci stranaca ostali su skoro potpuno blokirani (-93,2%), a i domaće tržište je zabilježilo velike padove (-67,2%). Otvaranje granica schengenskog prostora za strance, i to tek sredinom lipnja imalo je minimalan utjecaj budući da su isključena neka od strateških tržišta (SAD, Kina, Rusija, Brazil, Australija). Primjerice Italija za ulazak u zemlju nije priznavala Sputnik cjepivo čime je onemogućen značajan priliv ruskih turista.

Talijanske su vlasti u pandemiji koronavirusa posebice u području turizma jako nespretno vodile turističku politiku. Donosile su se odluke i mjere iznenadno i nepromišljeno tako da jednostavno nisu omogućavale rad brojnim zaposlenima u turizmu što je rezultiralo kolapsom organiziranog turističkog prometa.

U cilju pokušaja spašavanja sezone talijanska Vlada uvela je mjere pomoći sektoru od kojih je svakako najzvučnija mjera bila bonus za godišnji odmor. Od 1.7.2020. bonus je aktiviran te je zabilježen odličan početak sa 146.000 upita prvog dana, ukupne vrijednosti 67 milijuna eura. Već drugog dana, do 16 sati taj broj se popeo na 200.000 upita, vrijednosti 92 milijuna eura. Bonus za godišnji odmor bio je namijenjen obiteljima koje su imale namjeru provesti godišnji odmor u Italiji te boravile u domaćim smještajnim strukturama (izravnim rezervacijom). Iznos samog bonusa ovisi o veličini obitelji te varira od 150 eura za 1 osobu, do 500 eura za obitelj od 3 i više osoba. Pravo imaju obitelji s ISEE-om nižim od 40.000 eura (pokazatelj ekonomske situacije). Bonus se tražio i isplaćivao samo u digitalnom obliku putem aplikacije i mogao se zatražiti do 31.12.2020. Ipak, prvotni entuzijazam nije bio dovoljan, iako je zabilježen veliki broj upita, puno manje ih je realizirano (potrošeno). Stoga je talijanska Vlada pokušala spasiti situaciju produženjem mogućnosti korištenja bonusa i u 2021. godini te je proširena mogućnost rezervacije i putem agencija. Do kraja kolovoza 2021. u Italiji je rezultiralo neiskorišteno 850.000 bonusa za godišnji odmor, čija je vrijednost oko 350 milijuna eura. Mediji nagađaju kako Vlada vjerojatno neće uvoditi dodatna produžavanja bonusa te da će ga

oni koji su ga zatražili morati i iskoristiti do 31.12.2021 (putem rezervacije preko agencije, turoperatora ili direktnom rezervacijom u smještajnom objektu). Ukupni broj zatraženih bonusa je 1,8 milijuna, a iskorišteno ih je tek oko milijun. Prosječna vrijednost vouchera je 440 eura (od 150 za samce pa do 500 za brojnije obitelji). Do sada je iskorišteno tek nešto više od polovice zatraženih bonusa, što je prilično poražavajući rezultat ako se uzme u obzir da se Vlada nadala da će biti zatraženo i iskorišteno oko 5 milijuna bonusa.

Talijanske vlasti u 2021. godini kako bi zadržale vlastito stanovništvo u zemlji nisu tražile testiranja i covid potvrde za putovanja unutar zemlje što je ujedno uvjet putovanja u inozemstvo i time su sačuvali dio domaćeg turizma odnosno 5 posto Talijana je prema procjenama putovalo u inozemstvo iako je jasno da s tim brojkama domaćeg turizma ne mogu nadoknaditi međunarodni turistički promet. Ove godine manje su putovali zbog vlastite sigurnosti u inozemstvo i otkrivaju vlastitu zemlju.

Fleksibilnost, brze reakcije, prilagodbe i sigurnost obilježili su putovanja u 2021. Turisti iz Italije su se za putovanja odlučivali u zadnji čas, gledalo se značajno na cijene, ključni kriterij bila je zdravstvena sigurnost i povoljna epidemiološka situacija zemalja ili regija koje posjećuju.

Talijanske vlasti u 2021. godini su omogućile turistička kretanja kako u zemlji tako i prema inozemstvu od 15. svibnja 2021. što je rezultiralo rastom turističkog prometa s ovog tržišta u lipnju u Hrvatskoj kada je ostvareno 33.914 dolazaka (+5%) te 156.022 noćenja (+22%) i srpnju 83.864 dolazaka (+27%) i 457.646 noćenja (+17%) u odnosu na lani.

Mjesec kolovoz u kojem Talijani najviše putuju završio je s dvorstrukim povećanjem dolazaka u odnosu na prošlu godinu, 102.310 dolazaka (+200%) te 763.500 noćenja (+58%). U kumulativu (u odnosu na 2020.) predstavlja također rast dolazaka i noćenja i to, 350.406 dolazaka (+54%) te 1.912.173 noćenja (+41%).

U trenutku pisanja ovog programa, naša konkurencija na Mediteranu (Grčka, Turska, Malta, Španjolska) nema dostupne podatke o turističkom prometu iz Italije. Hrvatska je jedina plasirala taj podatak obzirom da imamo sustav e-Visitor. Naime, točne podatke o turističkom prometu nema ni Italija.

Hrvatska se u talijanskim medijima u 2021. godini spominjala kao pozitivni primjer organizirane turističke zemlje koja se kvalitetno priprema za prihvat turista

uoči glavne turističke sezone, ali i kao glavni konkurent Italiji uz bok Grčkoj i Španjolskoj. Pozornost Hrvatskoj odražavala se svakodnevnim objavama kako u tiskanim tako i u digitalnim izdanjima, a uvod u glavnu turističku sezonu obilježile su brojne objave o naporima hrvatske strane da učini sve potrebno za kvalitetnu provedbu turističke sezone i to od uvođenja dodatnih punktova za testiranje na koronavirus, cijepljenje turističkih radnika, da posebnu brigu posvećujemo poštivanjima protokola, epidemiološkim mjerama što se posebno komunicira u Safe stay projektu. Tijekom ljetne sezone naslovnice specijaliziranih turističkih magazina krasili su motivi Hrvatske (Rovinj, Brač, Vis), a čak dva turistička izdanja posvetila su cijela izdanja Hrvatskoj što je iznimno priznanje za našu zemlju te rezultat uspješne suradnje predstavništva i medijskih kuća.

Od 6.8.2021 Italija uvodi obvezu korištenja Covid potvrde za ulaz u restorane, kafiće, teretane, muzeje, kina, bazene, sajmove, zabavne parkove, a od 15.10.2021. ta obveza se počinje odnositi i na sve zaposlene u javnom i privatnom sektoru. Novost kroz ljeto 2021. je također da su se polako počeli vraćati strani turisti, posebno iz SAD-a koji pridonose BDP-u s 1%. Ministar turizma Massimo Garavaglia naglašava kako je prošle godine zbog nedolaska stranih turista Italija izgubila 27 milijardi eura. Predsjednica Udruge talijanskih agencija Fiavet, Ivana Jelinić u izjavi iz lipnja 2021, potvrđuje da se bilježi povećanje interesa i upita, ali agencije ipak još uvijek ne rade stabilno. U tom periodu zabilježili su 10% više upita Talijana i 12% upita više stranih turista. Najviše upita dobivaju iz bližih inozemnih destinacija poput Njemačke, Francuske, Austrije. Radi se o turistima koji mogu automobilom doći u Italiju u relativno kratkom vremenu.

Kolovoz je standardno mjesec kad najveći dio Talijana ide na odmore, a tako je bilo i ove godine. Predstavnici udruga iz sektora turizma međutim slažu se u tome da unatoč dobrim rezultatima turizma u kolovozu situacija nije sjajna i budućnost je i dalje pod velikim upitnikom. Bernabo' Bocca, predsjednik Udruge hotelijera Federalberghi komentirao je turistički promet u kolovozu koji je bio vrlo dobar s velikim brojem talijanskih turista, ali i solidnim brojem turista iz Europe. Međutim, destinacije koje inače posjećuju međunarodni turisti (najviše gradovi kulture) nemaju dobre rezultate. Dio ljetne sezone je spašen, dosegnuti su brojevi iz kolovoza 2019., međutim problem ponovno nastaje od rujna nadalje kada i dalje nedostaje stranih turista zbog čega najviše pate gradovi kulture poput Rima, Firence i Venecije. Strani turisti u Italiju dolaze uglavnom iz Švicarske, Francuske, Njemačke te sjeverne Europe, ali nedostaju

turisti više platežne moći. Sličnog je mišljenja i predsjednica Udruge Assoturismo, Marina Lalli koja kaže kako se središnja 2 tjedna u kolovozu dobro radi kako na moru tako i na planini, ali kako ta 2 tjedna ne mogu pokriti cijelu godinu. Već je izgubljeno 6 mjeseci, sezona je počela krajem lipnja, te nedostaje veliki broj stranih turista, a u krizi su uz gradove kulture i luksuzni smještajni objekti.

U nastavku nekoliko istraživanja:

Ukupna potrošnja Talijana na godišnjem odmoru 2021. godine iznosi 19,5 milijardi eura (putovanje, smještaj, hrana, zabava) te potvrđuje određenu stabilnost u odnosu na prethodnu godinu (-2%). Rezultati su ovo istraživanja udruge Coldiretti u suradnji s tvrtkom Ixe'. Razlog nižoj potrošnji je svakako pandemija koronavirusa. Navode kako je tek 1,5 milijuna Talijana ovog ljeta odlučilo posjetiti inozemstvo. Istraživanje pokazuje veliki porast godišnjeg odmora "km 0", tj. u blizini kuće kojeg je izabralo 32% ispitanih. Prosječni odmor trajao je 9 dana. 44% ispitanih potrošilo je ispod 500 eura po osobi, dok je 44% potrošilo između 500 i 1000 eura. Ponovnim otvaranjem restorana nakon dugog perioda zatvaranja, veliki broj Talijana vratio se nekadašnjoj navici prehrane upravo u restoranu. 65% ispitanih odlučilo se na odmoru hraniti isključivo u restoranima, seoskim domaćinstvima, konobama, pizzerijama, fast food-ovima itd. Hrana tako postaje jedna od najvažnijih točki potrošnje talijanskog stanovništva na odmoru, na nju odlazi otprilike trećina ukupnog budžeta. Morske destinacije i dalje su najtraženije, ali dobre brojeve ostvaruje i planine te sela, dok gradovi bilježe padove. Veliki porast interesa bilježi i odmor na otvorenom, pogotovo u kampovima.

U srpnju i kolovozu su Talijani koji su odlučili provesti odmor u vlastitoj zemlji postigli rekord. Po istraživanju udruge CNA Turismo e Commercio, a kako prenosi novinska agencija Ansa, dosegli su broj od 23 milijuna, dok je u istom periodu prošle godine zabilježeno 17 milijuna, a 2019. godine 18 milijuna dolazaka. Radi se o potpuno neočekivanom rezultatu. Osim njih u Italiji je boravilo i 6 milijuna stranih turista, broj koji je znatno niži u odnosu na godine prije pandemije, ali u svakom slučaju viši od predviđenog, ponajviše zahvaljujući covid potvrdi (green pass).

Centar za istraživanja talijanskog Touring Club-a u suradnji s tvrtkom Hertz Italia proveo je istraživanje na uzorku od 300.000 vlastitih članova. 94% ispitanih bilo je na godišnjem odmoru u periodu između lipnja i rujna 2021. godine. Iz odgovora se vidi kako je pandemija

promijenila način provođenja godišnjeg odmora. Kao i prošle godine biraju se bliske destinacije (68%), te se pazi i pokušava što više smanjiti mogućnost zaraze: manje se ide na razna događanja i u muzeje u odnosu na period prije pandemije (55%), odabiru se manje poznate destinacije s manje turista (55%) te mjesta s manje ljudi u kafićima i restoranima (50%). Italija i dalje ostaje omiljena destinacija - 91% Talijana izabralo je vlastitu zemlju dok se 9% odlučilo otputovati u Europu. Najtraženije talijanske regije bile su Trentino Alto Adige (14%), Toscana (11%) i Puglia (10%). Od inozemnih destinacija izdvajaju se Francuska (23%), Grčka (22%), Španjolska (10%) i Hrvatska (8%). More je i dalje najtraženije (47%), zatim planine (23%). Gradovi kulture i ove godine nastavljaju s teškom situacijom koja traje od samog početka pandemije. Unatoč svim teškoćama ova sezona ima neke od odlika onih prije pandemije: 53% ispitanih odmor je provodilo u kolovozu, 35% u srpnju, a 12% u lipnju. Automobil je najviše korišteno prijevozno sredstvo, izabralo ga je 68% ispitanih, dok su zrakoplovi s 10% ostvarili nešto bolji rezultat u odnosu na sezonu 2020., iako su još uvijek daleko od nekadašnjih rezultata (33%). Hoteli i turistička naselja su najtraženija vrsta smještaja (41%), apartmani u najmu ostaju stabilni, dok pad bilježe boravci u kućama obitelji i prijatelja.

Uvođenje covid potvrda (green pass) od 6.8.2021. u raznim vrstama zatvorenih prostora ispitanici (89%) smatraju pozitivnim korakom na putu prema povratku u normalu. Konačni zaključak je da je ljeto 2021. prošlo mirnije u odnosu na ljeto 2020.: osobe koje su putovale svakako su se pripremile i bile oprezne, ali bez psihoze i velikog straha koji su karakterizirali ljeto 2020. Što se tiče jesenskih mjeseci koji slijede postoji svakako određena doza zabrinutosti te je na pitanje planiraju li u narednom periodu ići na kratki odmor na ljestvici od 1 do 5 zabilježen prosječni rezultat od 3,3. Na isto pitanje, ali vezano uz putovanje u inozemstvo prosječni rezultat je 1,5 što znači da je mogućnost da će u narednom periodu ići na kratki odmor jako niska.

Do sredine 2022. godine Italija će zabilježiti oporavak ekonomije s rastom od 5,9% te će se tako vratiti na razinu 2019. Radi se o predviđanju OSCE-a koje budi nadu ne samo u turističkom, nego i u ostalim sektorima. OSCE napominje kako bi ukidanje pomoći sektoru moglo uzrokovati negativne lančane reakcije, čiji bi rezultat bio dodatno osiromašenje zemlje. Poziva se na nastavak pomoći subjektima u sektoru dok se situacija ne stabilizira. Podaci potvrđuju kako je Italija imala jedan od najvećih padova BDP-a u 2021. godini te će samim time i put do oporavka biti nešto duži.

Utjecaj pandemije bolesti COVID-19 na turistički promet u 2020. i 2021. godini (ponašanje potrošača, razlike između preferencija i ponašanja u 2020. u odnosu na ranije standardne godine)

Pandemija koronavirusa znatno je utjecala i na turistički promet kako u 2020., tako i u 2021. Italija je izgubila značajan udio međunarodnog turističkog prometa budući da su granice Italije za mnoge strane i za sektor važne turiste ostale zatvorene i samim time je turistički sektor pretrpio velike gubitke u *incomingu*. Kao primjer mogu se navesti turisti iz SAD-a. Prema izračunu udruge Coldiretti na temelju podataka Bankitalia, talijanski turizam je u ljetnim mjesecima 2020. zabilježio gubitak od 1,8 milijardi eura, uzimajući u obzir da turisti iz SAD-a preko ljeta ostvaruju 12,4 milijuna noćenja. U 2020. je izgubljeno 178 milijuna noćenja u odnosu na 2019. (-43,5%).

Najveći pad zabilježila su poslovna putovanja u usporedbi s 2019. (-68% u broju putovanja i noćenja).

Ponašanje talijanskih turista dosta se promijenilo u smislu da su zbog straha skoro svi oni koji su putovali odlučilo ostati u vlastitoj zemlji (91%), i to veliki broj njih nije otišao dalje od vlastite regije, a sve zbog straha od zaraze i te nemogućnosti povratka natrag u slučaju eventualnog pogoršanja stanja.

Iako su Talijani ostali u Italiji i time pomogli vlastitoj ekonomiji ipak nisu uspjeli nadokanditi manjak stranih turista. Slična situacija ponovila se i u 2021.

Ukupan broj stanovnika koji su tijekom 2020. otputovali na odmor

U 2019. godini registrirano je 71.883.000 putovanja i 411.155.000 noćenja. 89% od ukupnog broja su putovanja na godišnji odmor, a zbog posla 11%. 93,4% noćenja je na godišnjem odmoru, a ostalih 6,6% na poslovnim putovanjima. U 2020. godini kada je počela pandemija registrirano je 37.527.000 putovanja s drastičnim padom u odnosu na putovanja na godišnji odmor (-44,8%) te poslovna putovanja (-67,9%) u odnosu na 2019. Također, putovanja u inozemstvo bilježe veliki pad u 2020. (-80%), dok talijanske destinacije bilježe nesto blaži pad (-37,1%) te su finalna destinacija 90,9% talijanskih turista.

Izvor: ISTAT, talijanski državni zavod za statistiku, 8.4.2021

Broj stanovnika koji su na odmor otputovali u inozemstvo / odmor proveli u vlastitoj zemlji

Godina 2020. bilježi drastičan pad putovanja u odnosu na 2019. Talijanski zavod za statistiku navodi kako je u 2020. putovalo 18,5 milijuna Talijana (-18,6%) za razliku od 2019. kada ih je putovalo 22,7 milijuna. Bilježi se također 62,3 milijuna noćenja manje u 2020. U 2019. godini Italiju je kao destinaciju izabralo 76,1% Talijana dok se preostalih 23,9% odlučilo za inozemstvo. U 2020. godini situacija se bitno mijenja, te 90,9% Talijana ostaje provesti odmor u vlastitoj zemlji dok se 9,1% odlučuje za inozemstvo. Razlog ovom rezultatu je pandemija te veliki strah i neizvjesnost prvih mjeseci od početka same pandemije. Također su znatno utjecale i brojne restrikcije i mjere te zabrane o kretanju u zemlji kao i preporuka vlasti da se ne putuje u inozemstvo.

Izvor: ISTAT, talijanski državni zavod za statistiku, 8.4.2021

Redoslijed omiljenih destinacija u 2020. – promjene u redoslijedu u odnosu na prethodnu godinu

Italija je oduvijek omiljena destinacija među Talijanima – u 2019. godini najtraženije regije su bile Toscana, Emilia-Romagna, Lazio, Lombardia, Veneto i Trentino Alto Adige.

Od inozemnih destinacija 2019. godinu, najtraženije su: Španjolska (11,6%), Francuska (9,5%), a slijede Njemačka, UK i Grčka.

U 2020. trend se nastavio, Italija je i dalje broj 1 na listi Talijana, a najtraženije regije su bile Toscana, Emilia-Romagna, Trentino Alto-Adige, Lombardia, Veneto i Campania. Ovih 6 regija primilo je ukupno 55,1% od ukupnog broja turista. Najveći broj inozemnih putovanja ima kao destinaciju jednu od europskih zemalja (86,8%), a na prvom mjestu je Francuska (14,4%), zatim Španjolska (10,2%), Švicarska (7,3%) i Austrija (7%).

Pretpostavlja se da će trend i u 2022. ostati sličan.

Izvor: ISTAT, talijanski državni zavod za statistiku, 8.4.2021.

Omjer između organiziranog i individualnog prometa za omiljene destinacije – usporedba s 2019. i komentar promjena nastalih u kontekstu pandemije virusa COVID 19 – procjene za 2021.

Omiljena destinacija talijanskih turista je Italija, a velikoj većini slučajeva organiziraju putovanje sami. Prosjek prethodnih godina je bilo 80% individualnih putovanja, te 20% organiziranih. Prema podacima ISTAT-a, talijanskog državnog zavoda za statistiku u 2020. godini 26,2% putovanja bilo je organizirano, a 73,8% individualno. Pretpostavlja se da će trend ostati sličan i u 2021. godini.

Vrsta prijevoza koji su turisti preferirali prilikom odlaska na godišnji odmor – usporedba s 2019. i komentar promjena nastalih u kontekstu pandemije virusa COVID 19 – procjene za 2021.

Vrsta prijevoza	%
Zrakoplov	10,3
Vlak	7,6
Automobil	73,9
Autobus	2,0
Ostalo	6,1
UKUPNO	100,0

Izvor: ISTAT, talijanski državni zavod za statistiku, 08.04.2021.

Slijedom pandemije ponašanje turista se bitno promijenilo te se u 2020. godini bilježi veliki rast korištenja osobnih automobila. Zbog straha od zaraze, ali i zbog reprogramiranja te otkaza velikog broja letova, najsigurniji način prijevoza bio je automobil.

Koji su način organiziranja odmora / bukiranja turisti preferirali prilikom odlaska na godišnji odmor (odlazak u agencije, internet, ...) – usporedba s 2019. i komentar promjena nastalih u kontekstu pandemije virusa COVID 19 – procjene za 2021.

Veliki broj talijanskih turista kreće na odmor bez rezervacije (46,6%) ili rezerviraju u zadnjem trenutku. U 2020. putem agencije je odmor rezerviralo 26,2% Talijana. U 2021. je bilo manje rezervacija putem agencija i više se rezerviralo online.

Izvor: ISTAT, talijanski državni zavod za statistiku, 08.04.2021.

Preferencije turista s obzirom na vrstu smještaja – usporedba s 2019. i komentar promjena nastalih u kontekstu pandemije virusa COVID 19 – procjene za 2021.

Vrste struktura	%
Hoteli i ostali kolektivni smještaj	40,7
Privatni smještaj	59,3
UKUPNO	100,0

Izvor: ISTAT, talijanski državni zavod za statistiku, 10.2.2020.

Razrada tržišta s obzirom na motiv putovanja i posebna razrada odmorišnog – usporedba s 2019. i komentar promjena nastalih u kontekstu pandemije virusa COVID 19 – procjene za 2021.

Posljednji dostupni i objavljeni podaci odnose se na 2019.:

Motiv putovanja	%
Odmor, zabava	69,3
Posjet obitelji / prijateljima	18,0
Religijska putovanja	1,4
Shopping	4,8
Posao	2,2
Ostalo	4,3
UKUPNO	100,0

Izvor: ISTAT, talijanski državni zavod za statistiku, 10.02.2020.

Prosječni budžet/potrošnja po putovanju- usporedba s 2019. godinom – procjene za 2021.

Posebna razrada odmorišnog segmenta	% 2020.	% 2019.
Zabava, odmor	70,7	58,6
Kultura, umjetnost, arheologija, spomenici	7,0	16,4
Prirodne ljepote	13,3	13,3
Sport	3,6	4,6
Ostalo	5,4	7,1
UKUPNO	100,0	100,00

Izvor: ISTAT, talijanski državni zavod za statistiku, 8.4.2021.

Prosječni budžet Talijana na godišnjem odmoru 2019. je iznosio 837 eura, za 2020. je iznosio 673 eura, a za 2021. se pretpostavlja iznos od 876 eura po osobi.

Izvor: Federalbergbi, talijanska udruga hotelijera

PREGLED ORGANIZATORA PUTOVANJA NA TRŽIŠTU

Osvrt na poslovno okruženje i eventualne promjene u domeni TO/TA tijekom 2020/2021 s obzirom na tržišne turbulencije izazvane pandemijskim okolnostima:

Naziv tvrtke	Grad	Regija	Turistički proizvod	Kategorije proizvoda
Abaco viaggi	Codroipo	UD	Tour; City break; Daleka putovanja; Incentive	grupna putovanja
Alpitour	Torino	TO	Turistička naselja	smještaj
Amatori Interestate srl	Ancona	AN	More; jedrenje; vjerski turizam	sunce i more
Arcadia viaggi	Cesenatico	FC	More	sunce i more
Aternum viaggi	Pescara	PE	More; tour; festivali; skijanje	sunce i more
Aurora viaggi	Trieste	TS	Tour; biciklizam	grupna putovanja
Austria vacanze	Milano	MI	Istra i Dalmacija	
Be Blue	Mirano	VE	Nautika	
Bici e vacanze	Milano	MI	Aktivni turizam, biciklizam	Priroda/aktivni odmor
Beverly vacanze	Rim/Roma	RM	Tour; tailor made	grupna putovanja
Boscolo tours	Padova	PD	Tour; more; glavni gradovi	grupna putovanja
Caldana	Toscolano Maderno	BS	More; tour; grupna putovanja	sunce i more
Caravantours	Rimini	RN		
More; autobuser; tour; vjerski turizam; gradovi	sunce i more			
Chiesa Viaggi	Carmagnola	TO	Tour, tematska putovanja, vjerski	Grupna putovanja
Columbus	Padova	PD	turizam	
tour	sunce i more			
Criluma viaggi	Ancona	AN	More; tour	sunce i more
Ed è subito viaggi	Rim/Roma	RM	More; tematska putovanja	sunce i more

Naziv tvrtke	Grad	Regija	Turistički proizvod	Kategorije proizvoda
Eden viaggi	Pesaro	IT	More; tur. naselja; incentive;	sunce i more
Entour	Rim/Roma	RM	More; kultura; kongresi	sunce i more
Estland	Rim/Roma	RM	More; tematska putovanja	sunce i more
Firmatour	Rimini	RN	More; kultura; priroda	sunce i more
Frase Viaggi	Brescia	BS	more	sunce i more
Fruit Viaggi	Aversa	CE	More	sunce i more
Funactive tours	Dobbiaco	BZ	Aktivni turizam; biciklizam; skijanje; trekking	priroda/aktivni odmor
G one viaggi	Belluno	BL	Bračna putovanja	putovanja za ciljne skupine
Gazton travel	Mirano	VE	More	sunce i more
Girolibero	Vicenza	VI	Aktivni turizam, biciklizam	Priroda/aktivni odmor
Go4Sea	Bari	BA	More	sunce i more
Gomo viaggi	Pesaro	PU	More; katamarani Italija-Hrvatska	sunce i more
Goodays	Bari	BA	More; tour	sunce i more
GS Travel	Termoli	CB	More, katamaran Italija-Hrvatska	sunce i more
Guinness travel	Campobasso	CB	More; tour; kultura; umjetnost	sunce i more
Hot wings viaggi	Dogana	RSM	More	sunce i more
Interhome	Milano	MI	Privatni smještaj	smještaj
Iscla maior	Forio d'Ischia	NA	More; vjerski turizam	sunce i more
Itermar	Cattolica	RN	More; tour; školski turizam	sunce i more
Jonas vacanze	Vicenza	VI	More; aktivni turizam; tour	sunce i more
Julia viaggi	Trieste	TS	More; grupe	
Kompas	Venezia	VE	More; wellness; vjerski turizam	sunce i more
Le rotte di portolano	Lecce	LE	Nautika	
Lmr viaggi	Verona	VR	dentalni turizam	

Naziv tvrtke	Grad	Regija	Turistički proizvod	Kategorije proizvoda
Made in Tour	Bientina	PI	Tour	sunce i more
Maestro Turismo	Roma	RM	Tour	sunce i more
Magico sud	S. Giorgio del Sannio	BN	More; daleka putovanja	sunce i more
Malatesta Viaggi	Rimini	RN	Tour	Sunce i more
Mara & co	Villorba	TV	More	sunce i more
Mareando tour	Brescia	BS	Tour	
Master vacanze	Rim/Roma	RM	More	sunce i more
Mondovela yachting & vacanze	Milano	MI	Jedrenje	nautički turizam (cruising)
My Sun Sea	Zola Predosa	BO	More	sunce i more
Novasol	Monteriggioni	SI	Privatni smještaj	smještaj
Nuovagondola	Venezia Mestre	VE	More	sunce i more
Ovest Viaggi	Sorrento	NA	More; tour	sunce i more
Panorama immobiliare & turismo	Palermo	PA	More; charter; tour; vjerski turizam	sunce i more
Podium	Serravalle	RSM	More; tour; gradovi; kultura	sunce i more
Prospettive 2000	Bari	BA	More	sunce i more
Quality group - Europaworld	Torino	TO	More; tour; kultura; umjetnost	sunce i more
San marino viaggi e vacanze	Dogana	RSM	More; školski turizam; vjerski turizam; skijanje; enogastronomija	sunce i more
Scuola zoo	Milano	MI	Mladi; zabava	putovanja za ciljne skupine
Sedimuro travel	Trani	BT	Grupe; tour	
Solo Croazia	Milano	MI	More; tour; vjerski turizam	sunce i more
Sonders and beach - quiiky	Milano	MI	Gay friendly turizam	putovanja za različite interese
Spaziani viaggi	Frosinone	FR	More; krstarenja; tour	sunce i more
Stat viaggi	Casale Monferrato	AL	More; školski turizam; treća dob; tour	sunce i more
Stelledoriente Viaggi	Lucignano	AR	Tour; more	grupna putovanja

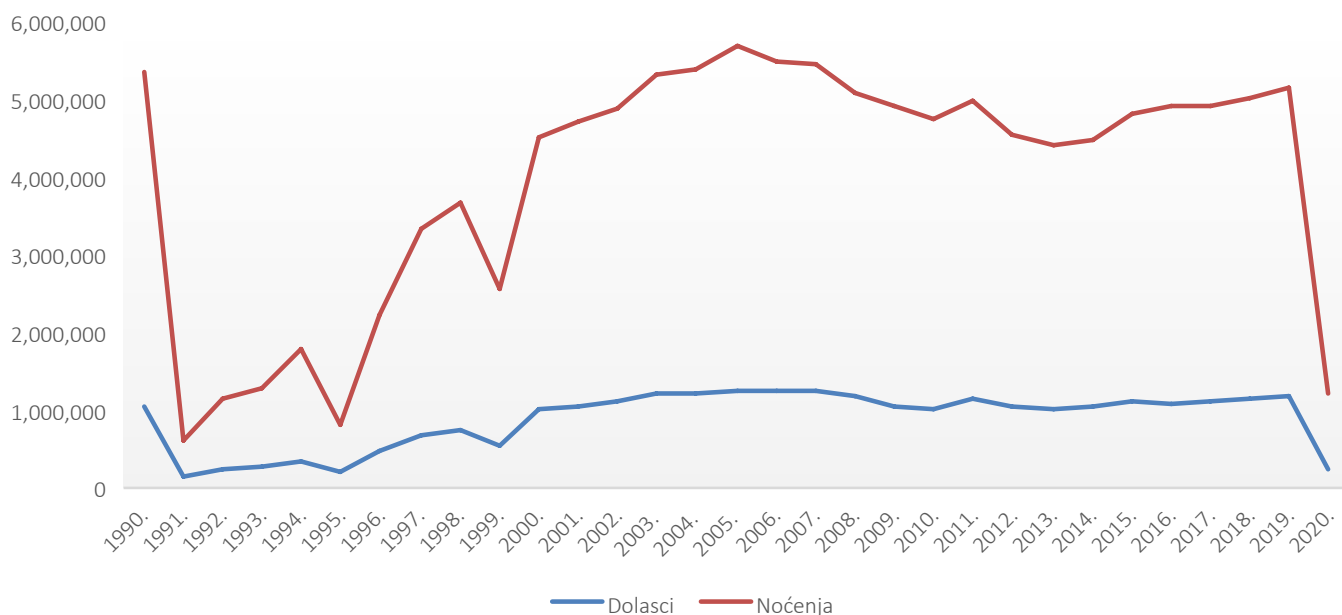
Naziv tvrtke	Grad	Regija	Turistički proizvod	Kategorije proizvoda
Travel Tracks	Torino	TO	Tour	
Turisberg	Gavardo	BS	More; otok Pag	
V travel – Viaggi universitari	Napoli	NA	Mladi; zabava	putovanja za ciljne skupine
Viaggi del dente	Milano	MI	Dentalni turizam	
Viaggi dell'Elefante	Rim/Roma	RM	More	Sunce i more
Viaggi in altalena	Napoli	NA	More; škola jezika	sunce i more
Vie dei canti Viaggi	Forli	FC	More, grupe	sunce i more
Virtus viaggi	Palermo	PA	More	sunce i more
Visual viaggi	Rim/Roma	RM	More; gradovi	sunce i more
Zugo Tour	Caronno Pertusella	VA	Tour	sunce i more

DOPRINOS TRŽIŠTA U UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU

ITALIJA	Dolasci			Noćenja		
		indeks	1990.=100		indeks	1990.=100
1990.	1.048.390		100	5.364.901		100
1991.	145.722	14	14	601.295	11	11
1992.	239.081	164	23	1.149.196	191	21
1993.	258.190	108	25	1.282.930	112	24
1994.	356.954	138	34	1.790.909	140	33
1995.	193.827	54	18	797.725	45	15
1996.	467.000	241	45	2.241.000	281	42
1997.	688.041	147	66	3.327.067	148	62
1998.	750.809	109	72	3.669.780	110	68
1999.	538.347	72	51	2.577.648	70	48
2000.	1.011.634	188	96	4.526.444	176	84
2001.	1.059.810	105	101	4.724.313	104	88
2002.	1.099.427	104	105	4.883.496	103	91
2003.	1.205.532	110	115	5.323.234	109	99
2004.	1.231.901	102	118	5.374.998	101	100
2005.	1.252.684	102	119	5.698.791	106	106
2006.	1.235.413	99	118	5.474.456	96	102
2007.	1.249.343	101	119	5.451.968	100	102
2008.	1.167.646	93	111	5.069.287	93	94
2009.	1.057.893	91	101	4.925.252	97	92
2010.	1.018.375	96	97	4.731.832	96	88
2011.	1.150.311	113	110	4.994.547	106	93
2012.	1.050.514	91	100	4.534.564	91	85
2013.	1.016.953	97	97	4.396.008	97	82
2014.	1.060.912	104	101	4.466.221	102	83
2015.	1.111.428	105	106	4.800.153	107	89
2016.	1.086.584	98	104	4.927.235	103	92
2017.	1.110.219	102	106	4.915.170	100	92
2018.	1.148.078	103	110	5.023.959	102	94
2019.	1.175.069	102	112	5.141.064	102	96
2020.	228.458	19	22	1.231.506	24	23

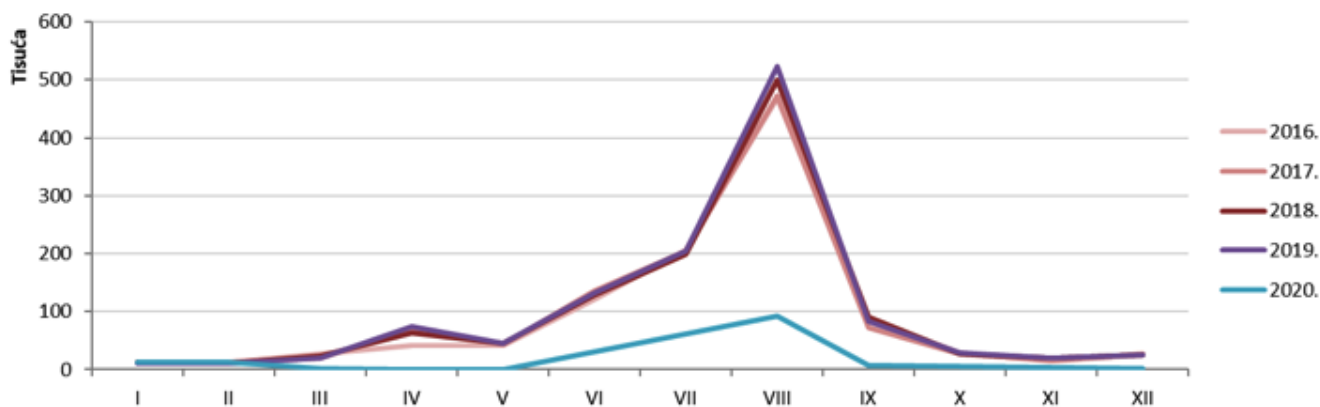
Izvor: DZS

Dolasci i noćenja talijanskih turista, razdoblje 1990. - 2020.



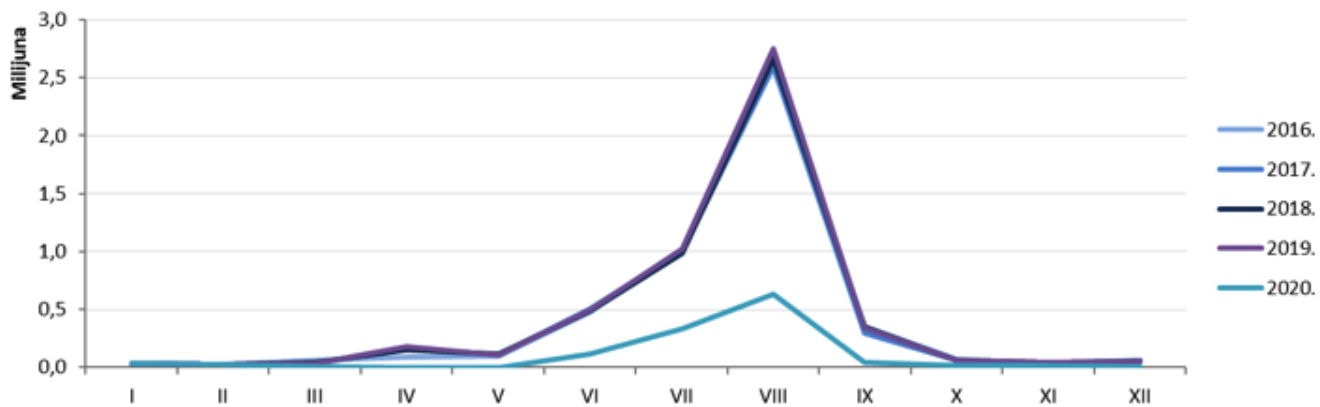
Izvor: DZS - komercijalni smještajni kapaciteti

Dolasci po mjesecima - Italija



Izvor: DZS - komercijalni smještajni kapaciteti

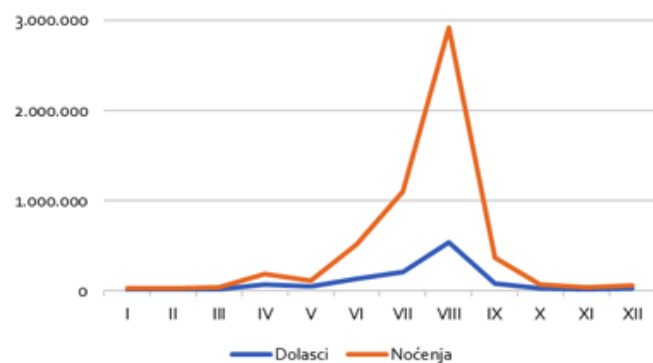
Noćenja po mjesecima - Italija



Izvor: DZS - komercijalni smještajni kapaciteti

REZULTATI 2019. PREMA SUSTAVU eVISITOR

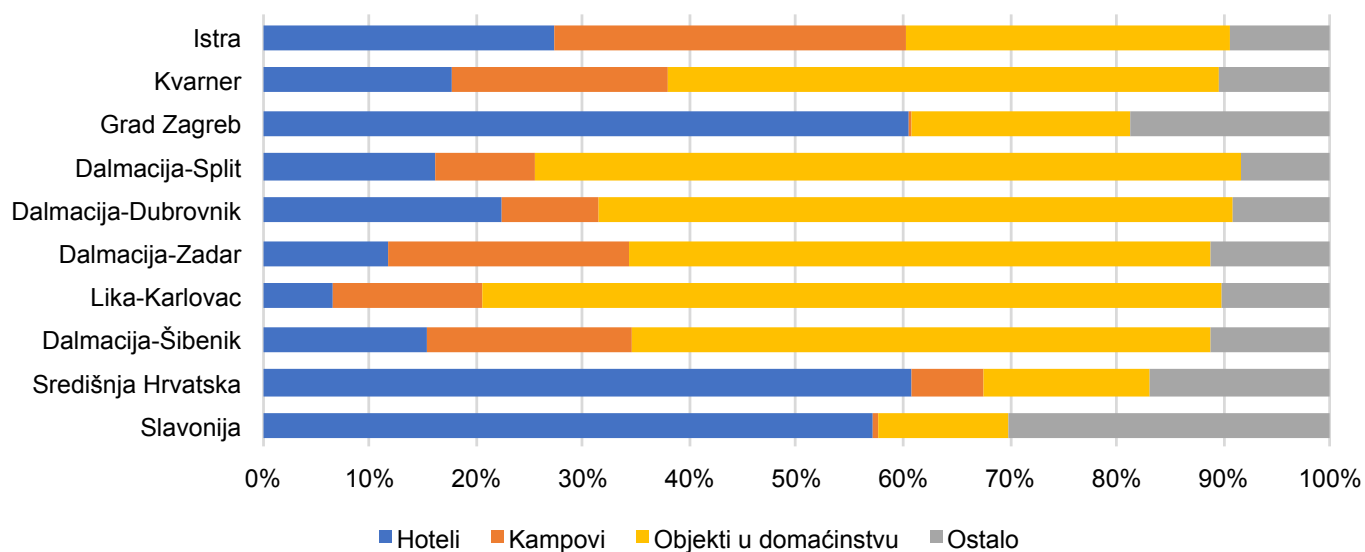
Dolasci i noćenja talijanskih turista, 2019.



Dolasci i noćenja po klasterima

	Dolasci	Noćenja
Istra	462.910	2.269.967
Kvarner	270.408	1.345.416
Lika-Karlovac	113.512	412.620
Dalmacija-Split	93.674	399.305
Dalmacija-Zadar	73.066	375.941
Dalmacija-Dubrovnik	61.453	224.968
Dalmacija-Šibenik	28.457	144.772
Grad Zagreb	66.553	132.614
Nautika	16.747	121.362
Središnja Hrvatska	14.785	34.328
Slavonija	5.764	11.999
Ukupno	1.207.329	5.473.292

Noćenja talijanskih turista po klasterima prema vrstama smještaja, 2019.



Top deset gradova/općina po noćenjima

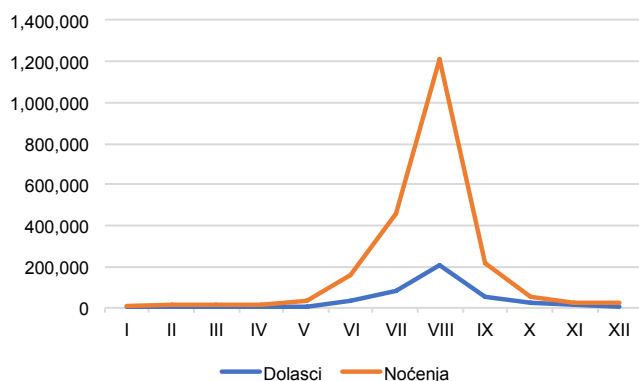
Grad općina	Noćenja
Rovinj	380.278
Medulin	304.875
Novalja	280.331
Poreč	273.456
Mali Lošinj	266.644
Umag	229.488
Pula	210.244
Cres	160.091
Tar	147.293
Krk	141.943

Dolasci po dobi i spolu

	muškarci	žene
0-5 godina	1,6%	1,5%
6-11 godina	3,0%	2,7%
12-17 godina	3,3%	3,2%
18-24 godina	5,2%	4,6%
25-34 godina	7,4%	6,6%
35-44 godina	7,9%	7,2%
45-54 godina	11,1%	9,5%
55-64 godina	8,3%	6,7%
> 65 godina	5,7%	4,5%

REZULTATI 2021. PREMA SUSTAVU eVisitor

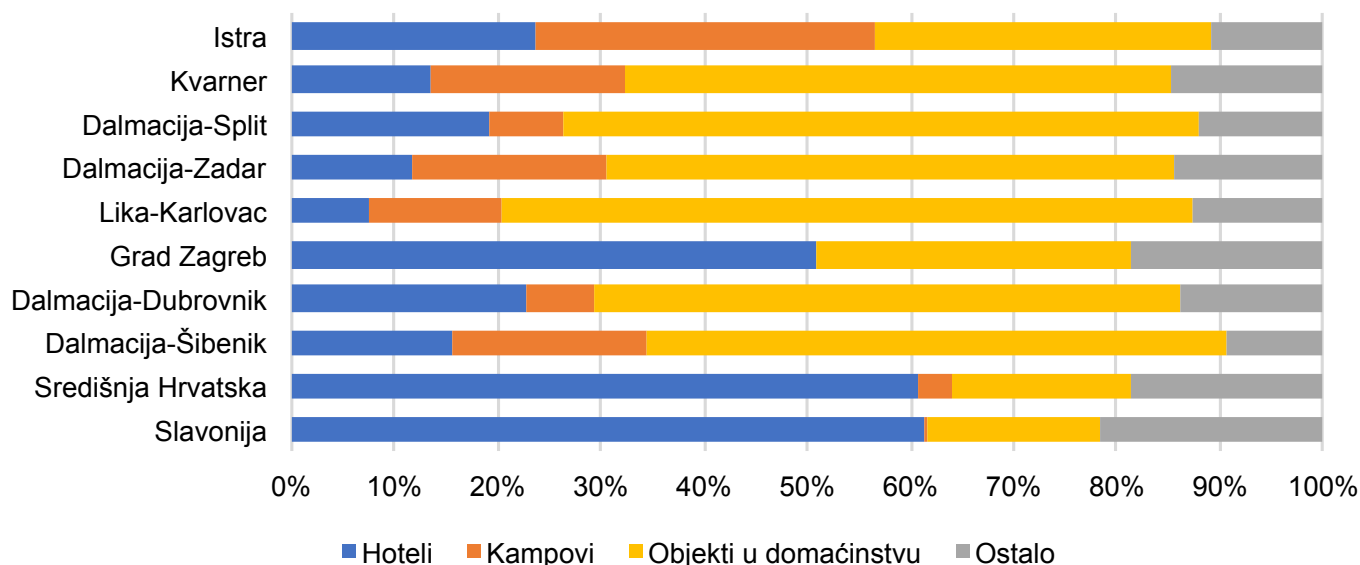
Dolasci i noćenja talijanskih turista, 2021.



Dolasci i noćenja po klasterima

	Dolasci	Noćenja
Istra	163.690	906.906
Kvarner	101.691	559.075
Dalmacija-Split	34.086	150.535
Dalmacija-Zadar	24.514	136.562
Lika-Karlovac	32.704	133.176
Nautika	13.787	105.249
Grad Zagreb	30.861	83.601
Dalmacija-Dubrovnik	18.380	78.292
Dalmacija-Šibenik	11.084	64.184
Središnja Hrvatska	6.876	18.110
Slavonija	3.781	8.771
Ukupno	441.454	2.244.461

Noćenja talijanskih turista po klasterima prema vrstama smještaja, 2021.



Top deset gradova/općina po noćenjima

Grad općina	Noćenja
Rovinj	164.688
Mali Lošinj	140.868
Poreč	111.052
Medulin	109.536
Novalja	91.999
Umag	88.159
Zagreb	83.601
Cres	80.880
Pula	72.119
Vrsar	64.962

Dolasci po dobi i spolu

	muškarci	žene
0-5 godina	1.4%	1.3%
6-11 godina	2.2%	2.0%
12-17 godina	2.5%	2.4%
18-24 godina	5.1%	4.2%
25-34 godina	9.1%	7.5%
35-44 godina	8.3%	6.5%
45-54 godina	11.5%	8.9%
55-64 godina	9.9%	7.1%
> 65 godina	6.3%	3.9%

TOMAS Hrvatska 2019. - Italija

TOMAS istraživanja primarna su kvantitativna istraživanja u okviru kojih se podaci prikupljaju osobnim intervjuom s turistima (uz korištenje strukturiranog upitnika), a provode se s ciljem identifikacije stavova i potrošnje turista u hrvatskim turističkim destinacijama. Posljednje u nizu, pod nazivom TOMAS Hrvatska 2019. po prvi je puta provedeno na području cijele zemlje, od svibnja 2019. do ožujka 2020. godine, tako da ujedno donosi rezultate obilježja putovanja i boravka turista u Hrvatskoj izvan razdoblja ljetne turističke sezone. Na takav način, istraživanje je reprezentativno za posljednju „standardnu“ turističku godinu prije pojave epidemije virusa COVID-19 te posljedične globalne društvene i gospodarske krize, s dramatičnim implikacijama na turistička putovanja u svjetskim razmjerima.

Uz domaće tržište, istraživanjem su obuhvaćena i za Hrvatsku značajnija europska tržišta – Njemačka, Slove-

nija, Austrija, Poljska, Italija, Češka, Ujedinjeno Kraljevstvo, Skandinavija, Mađarska, Nizozemska, Slovačka, Francuska, BiH, Švicarska, Belgija, Španjolska, Srbija, kao i odabrana daleka tržišta - SAD, Republika Koreja, Kina, Japan.

U nastavku slijede pokazatelji iz istraživanja TOMAS Hrvatska 2019. koji prikazuju set odabranih karakteristika profilom obrađenog tržišta, uz usporedbu s prosječnim vrijednostima svih istraživanjem obuhvaćenih stranih tržišta. Zelenom bojom označene su vrijednosti kod kojih tržište u okviru relevantnijih podatkovnih kategorija pokazuje značajnije iznadprosječan rezultat, dok su crveno označene vrijednosti značajnije ispodprosječnog rezultata.

GLAVNI MOTIVI ODMORIŠNIH PUTOVANJA

Motivi	Prosjek za strana tržišta	Italija
More	66,5	65,2
Priroda	13,4	15,8
Touring, sightseeing	7,2	6,0
Gradovi (city break)	4,8	3,6
Kultura i umjetnost	2,0	1,8
Zabava i festivali	1,3	1,3
Sela, ruralno područje	0,9	1,8
Manifestacije i događanja	0,6	1,4
Gastronomija	0,6	0,6
Wellness, toplice	0,4	0,4
Ostali sportovi i rekreacija	0,5	0,5
Cikloturizam, mountain biking	0,3	0,5
Planinarenje, hodanje	0,2	0,1
Nešto drugo	1,1	0,8
UKUPNO	100,0	100,0

MOTIV DOLASKA U HRVATSKU

Motivi	Prosjek za strana tržišta	Italija
More	79,1	77,4
Priroda	56,2	59,6
Gradovi (city break)	24,8	22,7
Touring, sightseeing	22,3	18,0
Kultura i umjetnost	13,4	9,9
Ostali sportovi i rekreacija	11,1	9,8
Gastronomija	6,7	5,1
Zabava i festivali	5,1	7,7
Sela, ruralno područje	4,7	5,3
Manifestacije i događanja	4,1	5,2
Posao	2,8	2,2
Wellness, toplice	3,3	2,1
Planinarenje, hodanje	3,3	1,7
Drugi odmorišni motivi	2,6	3,0
Posjet rodbini i prijateljima	1,7	3,4
Cikloturizam, mountain biking	1,7	1,4
Zdravstveni razlozi	0,8	1,6
Obrazovanje	0,4	0,7
Vjerski razlozi	0,2	0,5
Neki drugi razlog	1,0	0,5

UČESTALOST DOLASKA U HRVATSKU

Broj posjeta Hrvatskoj	Prosjek za strana tržišta	Italija
Prvi posjet	33,3	15,6
Drugi posjet	15,4	16,6
3 do 6 posjeta	20,1	24,2
7 i više posjeta	31,2	43,6
UKUPNO	100,0	100,0

IZVORI INFORMACIJA

Izvori informacija	Prosjeak za strana tržišta	Italija
Internet	56,2	58,7
Preporuke rodbine ili prijatelja	25,6	20,2
Prijašnji boravak	21,4	31,8
Preporuke TA ili kluba	10,7	5,5
Brošure, oglasi, plakati	5,3	2,1
Radio, televizija, film ili video	5,2	2,4
Turistički sajmovi, izložbe	5,1	2,7
Članci - novine/ časopisi	3,3	1,5
Nije trebao informacije	8,0	9,4

NAČIN REZERVACIJE SMJEŠTAJA

Rezervacija smještaja	Prosjeak za strana tržišta	Italija
Posredstvom turističke ili putničke agencije, turoperatora - osobnim kontaktom, telefonom, e-mailom	17,2	9,7
Posredstvom turističke ili putničke agencije, turoperatora - online booking (ne e-mailom), uključujući Booking.com, Expedia i sl.	45,9	51,8
Izravno sa smještajnim objektom - osobnim kontaktom, telefonom ili telefaksom, e-mailom	16,4	17,8
Izravno sa smještajnim objektom - online booking (ne e-mailom)	15,7	18,2
Na neki drugi način	0,8	0,1
Nije unaprijed rezerviran	4,0	2,4
UKUPNO	100,0	100,0

TRENUTAK REZERVACIJE SMJEŠTAJA

Trenutak rezervacije	Prosjeak za strana tržišta	Italija
Manje od tjedan dana prije dolaska	6,4	5,9
1 do 4 tjedna prije dolaska	17,1	22,3
1 do 3 mjeseca prije dolaska	33,0	35,5
3 do 6 mjeseci prije dolaska	27,6	25,4
Više od 6 mjeseci prije dolaska	15,9	10,9
UKUPNO/ TOTAL	100,0	100,0

SMETNJE TIJEKOM BORAVKA U DESTINACIJI

Smetnje	Prosjek za strana tržišta	Italija
Gužva na kupališnom prostoru/preveliki broj kupača	7,6	6,4
Gužva na ulicama, trgovima, šetnicama, atrakcijama i sl.	7,2	4,0
Neprijmjereno odloženo smeće	6,2	1,9
Nemogućnost razdvajanja otpada	6,3	3,7
Neugodni mirisi (iz kontejnera i kanti za smeće)	6,0	3,3
Buka koja remeti komfor vašeg smještaja (odmor, spavanje)	6,2	3,5
Nešto drugo	1,3	0,8

AKTIVNOST TIJEKOM BORAVKA U DESTINACIJI

Aktivnost	Prosjek za strana tržišta	Italija
Plivanje, kupanje	76,5	57,4
Razgledavanje gradova ('city sightseeing')	53,8	49,6
Odlazak u restorane	50,4	46,8
Posjet povijesnim građevinama	23,4	15,2
Posjet nacionalnim parkovima, zaštićenim prirodnim područjima	19,1	13,6
Kupovina (osim svakodnevnih potrepština)	15,4	23,2
Odlazak na organizirane izlete brodom	14,8	9,6
Pješačenje	14,5	7,6
Posjet muzejima, galerijama i izložbama	13,8	9,0
Jogging, trčanje	12,9	14,0
Odlazak u klubove, ples, noćni život	11,0	9,1
Tenis	10,0	14,4
Korištenje wellness, spa usluga	8,5	7,2
Ronjenje	8,4	4,8
Posjet tematskim parkovima	7,8	4,3
Posjet zabavnim događanjima	7,1	6,9
Obilazak vinskih cesta, vinarija	7,3	8,8
Ribolov	6,1	16,1
Obilazak tematskih cesta	6,2	8,4
Posjet tradicionalnim događanjima	5,3	4,3
Ostalo	4,8	3,7
Posjet seoskim domaćinstvima	4,6	5,3
Posjet toplicama	3,9	2,1
Posjet kulturnim događanjima	3,8	3,3
Golf	3,8	3,8
Jedrenje	3,4	4,0

Aktivnost	Prosjek za strana tržišta	Italija
Posjet sportskim događanjima	3,2	5,6
Planinarenje	2,7	1,0
Avanturistički sportovi	2,5	2,6
Mountain biking	2,5	1,6
Korištenje zdravstvenih usluga	1,8	2,5
Sudjelovanje na radionicama	1,6	0,4
Dvoranski sportovi	1,5	1,6
Lov	1,4	12,8
Jahanje	1,4	0,4
Rafting	1,3	0,9
Posjet božićnim ili adventskim sajmovima	0,9	0,8
Nekom drugom	9,1	10,8
Niti jednom	0,9	2,5

STUPANJ ZADOVOLJSTVA ELEMENTIMA TURISTIČKE PONUDE MJESTA

Element ponude	Prosjek za strana tržišta	Italija
Ljepota prirode i krajolika	87,7	87,2
Ljepota mjesta	86,3	86,5
Osobna sigurnost	84,3	80,8
Atmosfera, ugođaj	82,7	83,8
Gostoljubivost lokalnog stanovništva	82,3	79,8
Ukupni boravak	80,5	73,2
Uređenost mjesta	78,5	77,5
Čistoća plaža	77,2	74,6
Smještajni objekt	76,8	71,0
Informacije u destinaciji	76,3	78,9
Ekološka očuvanost prostora	76,4	81,0
Mogućnosti kvalitetnog kretanja pješice u destinaciji	76,0	68,8
Prilagođenost destinacije djeci	75,3	76,8
Pješačke staze	75,1	74,5
Prometna dostupnost destinacije	74,1	76,1
Gastronomska ponuda u mjestu	71,7	69,3
Označavanje znamenitosti	71,8	76,2
Kultura i umjetnost	71,4	71,6
Opremljenost, uređenost plaža	70,6	65,2
Besplatni internet u destinaciji	69,5	67,9
Ponuda organiziranih izleta u okolicu	69,5	71,0
Informacije, edukacija u zaštićenim prirodnim područjima	69,1	70,0
Biciklističke rute i staze	67,7	68,8
Lokalni javni prijevoz	63,9	54,3
Sportski sadržaji	63,8	58,9
Događanja i manifestacije	63,4	61,4
Mogućnost za kupnju	62,5	53,6
Prilagođenost destinacije osobama s posebnim potrebama	62,4	61,2
Zabava, noćni život	62,4	63,8
Promet u mjestu	62,3	62,1

VJEROJATNOST PREPORUKE MJESTA PRIJATELJIMA, RODBINI ILI KOLEGAMA

	Prosjek za strana tržišta	Italija
Nije vjerojatno da ću preporučiti	4,2	3,8
Vjerojatno ću preporučiti	26,9	35,8
Jako je vjerojatno da ću preporučiti	68,9	60,4
UKUPNO	100,0	100,0

PROSJEČNI DNEVNI IZDACI (u EUR)

Izdatak	Prosjek za strana tržišta	Italija
Prosječni dnevni izdaci ukupno	99,0	92,64
Smještaj	52,8	49,77
Hrana u restoranima i barovima	17,1	17,17
Usluge trgovine	11,6	9,79
Kultura i zabava	3,3	3,37
Sport i rekreacija	2,8	2,75
Izleti	2,7	1,31
Lokalni prijevoz	7,1	6,61
Ostalo	1,7	1,86

STRUKTURA PROSJEČNIH DNEVNIH IZDATAKA

Izdatak	Prosjek za strana tržišta	Italija
Prosječni dnevni izdaci ukupno	100,0	100,00
Smještaj	53,3	53,73
Hrana u restoranima i barovima	17,2	18,54
Usluge trgovine	11,7	10,57
Kultura i zabava	3,3	3,63
Sport i rekreacija	2,9	2,97
Izleti	2,8	1,42
Lokalni prijevoz	7,1	7,13
Ostalo	1,7	2,01

Aktualni imidž Hrvatske – kakve su promjene u percepciji Hrvatske generalno te u kontekstu turističkih sezona 2020/2021 koje su se odigrale u ozračju pandemije virusa COVID 19

U 2020. godini zbog same situacije s pandemijom koronavirusa Talijani su mogli putovati između svojih regija i u inozemstvo tek od lipnja 2020. godine. U cilju da se zaustavi odljev talijanskih turista u inozemne destinacije te nakon što je talijanski ministar zdravstva Roberto Speranza u kolovozu stavio Hrvatsku na listu zemalja iz kojih je na povratku obvezno napraviti test na koronavirus, medijska se slika narušila. Zabilježen je veliki broj negativnih članaka talijanskih medija, a posebno onih lokalnih iz sjeveroistočnih regija, koji su sigurno znatno utjecali na percepciju o Hrvatskoj kao sigurnoj destinaciji. Osim toga, Italija je tijekom cijele predsezona i sezone vodila jaku kampanju kojom je nastojala uvjeriti Talijane da ostanu u svojoj zemlji provoditi godišnji odmor i time pomognu Italiju i njezinu ekonomiju. Međutim već u rujnu su talijanske vlasti uvele nove restrikcije za putovanja tako da je većina Talijana provela posezonu u svojoj zemlji.

U 2021. godini zbog učestalih izmjena mjera o putovanjima, nedovoljnoj informiranosti, neorganiziranosti prihvata turista u Italiji, Hrvatska se kao turistička destinacija u Italiji u 2021. godini percipirala kao stabilno i sigurno tržište, idealna destinacija za nautičare, zemlja bogate kulturne i prirodne baštine, odlične enogastronomije te se sve više nameće kao tražena i poželjna destinacija Talijana za odmor (sve više mlađe populacije otkriva Hrvatsku), a posebice zbog dostupnosti automobilom. Talijani iako su u većini slučajeva birali Italiju radi pandemije i osobne sigurnosti kao zemlju odmora, došli su u Hrvatsku i u 2021. godini.

Hrvatska se u talijanskim medijima u 2021. godini spominjala kao pozitivni primjer organizirane turističke zemlje koja se kvalitetno priprema za prihvata turista uoči glavne turističke sezone. Pozornost Hrvatskoj odražavala se svakodnevnim objavama kako u tiskanim tako i u digitalnim izdanjima, a uvod u glavnu turističku sezonu obilježile su brojne objave o naporima hrvatske strane da učini sve potrebno za kvalitetnu provedbu turističke sezone.

Omjer između organiziranih i individualnih dolazaka u Hrvatsku u 2020. i 2021. – komentar promjena nastalih u kontekstu pandemije virusa COVID 19

Talijansko tržište je tržište individualnih putnika, većina Talijana u Hrvatsku dolazi u vlastitom aranžmanu, te vlastitim prijevoznim sredstvom. U 2020. godini i dalje je većina dolazila u Hrvatsku individualno vlastitim prijevozom (automobili, kamperi) kako zbog straha od virusa, tako i zbog brojnih reprogramiranih i otkazanih avio, katamaranskih i trajektnih linija. Slična praksa nastavljena je i u 2021., iako je veliki broj linija počeo ponovno prometovati.

Zastupljenost Hrvatske u programima organizatora putovanja u 2020. i 2021. te promjene nastale u kontekstu pandemije virusa COVID-19

Zastupljenost Hrvatske u programima organizatora putovanja u 2021. godini bila je slična u odnosu na 2020. te nešto niža u odnosu na 2019. godinu. Zbog situacije s pandemijom sektor turizma u Italiji je jako pogođen, neki partneri su zatvorili agencije, neki su se pak usmjerili u potpunosti na Italiju kako bi spasili sezonu.

Rezultati organizatora putovanja u 2020. i 2021. (programi za Hrvatsku) - usporedba s 2019. i komentar promjena nastalih u kontekstu pandemije virusa COVID 19

Talijanski partneri nerado daju brojeve i ostvarene rezultate. U 2020. godini je u odnosu na 2019. na talijanskom tržištu izgubljeno 80% prometa. U 2021. situacija se lagano počela popravljati i kretati se prema normalni, međutim na snazi su još uvijek brojne zabrane i ograničenja te ostvareni rezultati nisu dosegli one iz 2019. Zbog epidemiološke i ekonomske situacije u Italiji, pitanje je koji će partneri opstati i koji će moći u konačnici realizirati programe u 2022. godini (obzirom na značajne gubitke prihoda u 2021. godini). Obzirom da su daleka tržišta „na čekanju“, Talijani bi se mogli okrenuti u okruženje gdje Hrvatska kao destinacija obzirom na svoje komparativne prednosti ima šanse.

Zrakoplovni povezanost tijekom 2021. i promjene nastalih u kontestu pandemije virusa COVID-19

- Croatia Airlines, tijekom cijele godine iz Rima za Zagreb i Split te sezonski i Dubrovnik
- Vueling, sezonski iz Rima za Dubrovnik i Split
- EasyJet, sezonski iz Milana za Split i iz Napulja za Split i Dubrovnik
- Volotea, sezonski iz Venecije za Split
- Ryanair, sezonski za Zadar iz Napulja, Barija, Bologne, Rima (Ciampino), Milana (Bergamo), te tijekom cijele godine za Zagreb iz Rima (Ciampino) i Milana (Bergamo). Najavljen je i novi let iz Napulja za Zagreb od prosinca 2021.
- Wizzair, sezonski iz Rima za Dubrovnik i Split
- Fly Leone, sezonski iz Pescara za Split i Dubrovnik

Početak sezone najavljen je znatno veći broj letova od prethodne godine, od kojih su neki tijekom sezone ukinuti, ali ipak je veliki broj njih opstao.

Autobuseri u 2021. - komentar promjena nastalih u kontekstu pandemije virusa COVID-19

Talijansko tržište nema turooperatore specijalizirane isključivo za ture autobusom, većina turoperatora nudi ture autobusom kao i ostale vrste turističkih paketa.

Individualni promet u 2021 - komentar promjena nastalih u kontestu pandemije virusa COVID-19

Talijanski turisti uglavnom dolaze u Hrvatsku u vlastitom aranžmanu (oko 80%), iako nema službenih podataka pretpostavlja se da se trend nije mijenjao.

TURISTIČKA SEZONA 2021. - OPĆI POKAZATELJI

Preliminarna procjena turističkog tržišta/ukupnih odlazaka na godišnji odmor u inozemstvo u 2022. – utjecaj nastavka pandemije virusa COVID 19 na ponašanje potrošača na tržištu, generalno te s naglaskom na segment putovanja i turizma (u svim segmentima poslovnih i privatnih putovanja, prijevoza vezanog uz putovanja, smještajne objekte i sl), eventualni dostupni scenariji odvijanja i rezultata turističkog prometa/kretanja na tržištu tijekom 2022, procjene i analize relevantnih dionika poslovne i stručne javnosti i dr.

Talijani tradicionalno rezerviraju godišnje odmore u posljednji trenutak, čekaju ekonomične ponude, ovisno o vremenskoj prognozi, gospodarskim prilikama u zemlji i u okruženju kao i mogućnosti da „spoje“ praznike. Ako se na sve „standardne“ razloge pridoda i neizvjesnost oko situacije s pandemijom koronavirusa, može se zaključiti kako je svakako prerano za bilo kakve prognoze na ovako specifičnom tržištu. Njihove odluke uvelike će ovisiti o daljnjem razvoju situacije.

Preliminarna procjena redoslijeda omiljenih destinacija u 2022.

Italija standardno na prvom mjestu, slijede Grčka, Španjolska, Francuska, Hrvatska te izvan Europe Egipat, Tunis i Turska. Na odabir destinacije u većini slučajeva jako će utjecati stanje s pandemijom koronavirusa, eventualne restrikcije kod putovanja, sigurnosna situacija u dalekim destinacijama.

Prognoze organizatora putovanja za 2022.

Talijanski organizatori putovanja jako teško daju prognoze ponajviše zbog specifičnosti ovog tržišta (čekaju *last minute* ponude, odlučuju i mijenjaju planove u zadnji trenutak), a za 2022. kao što je bio slučaj i u 2021. godini će sve to biti još izraženije i uvelike će ovisiti o stanju razvoja situacije s pandemijom. Već u 2020. i 2021. godini veliki broj organizatora putovanja se odlučio dati veću vidljivost i posvetiti se proizvodu „Italija“ u cilju spašavanja sezone, te će ovisno o razvoju situaciji, to biti jedan od mogućih scenarija u narednoj sezoni.

TURISTIČKA SEZONA 2022. – HRVATSKA

Okvirna procjena ukupnog broja dolazaka i noćenja u Hrvatskoj u 2022. – u kontekstu nastavka pandemije virusa COVID-19

Talijansko tržište poznato je kao tržište *last minute* odluka, tržište s nestabilnom političkom situacijom, a rezultati turističkog prometa u 2022. godini će svakako ovisiti o epidemiološkoj i gospodarskoj situaciji, političkoj stabilnosti u zemlji, kupovnoj moći Talijana, vremenskoj prognozi te mogućnosti spajanja praznika/tzv. mostova.

Obzirom na posljedice koronavirusa u Italiji, ne može se očekivati ekspresni povratak i vraćanje brojki iz pred pandemijskog perioda. Ono što je važno za istaknuti jest da je turistički promet s tržišta Italije kontinuirano rastao kroz 2021. godinu, posebice u ljetnim mjesecima te se povećao dvostruko u kolovozu u odnosu na lani.

Kad se bude iskristalizirala gospodarska i politička situacija, kad operateri u Italiji budu znali jasne smjernice treba vidjeti tko će „preživjeti“ od partnera, a obzirom da su daleka tržišta na čekanju, Talijani bi se mogli okrenuti u okruženje gdje Hrvatska kao destinacija obzirom na svoje komparativne prednosti ima šanse.

Najsnažniji turistički promet generirat će se zasigurno tijekom kolovoza, ali i na kraća putovanja u pred- i sezoni te će se obzirom na raspored praznika u predsezoni ujedno vezivati i na spajanje pojedinih praznika u Italiji i to kako slijedi:

17. travnja – 28. travnja	Uskrсни praznici
25. travnja (ponedjeljak)	Dan oslobođenja Italije.

Procjena omiljenih destinacija za odmor Talijana u 2022. godini bit će zasigurno talijanske regije kao naš najveći konkurent Puglia, Emilia Romagna, Toscana, Liguria, a potom u inozemstvu Grčka i Španjolska.

Konkurencija koja je tijekom 2021. zbog raznih okolnosti (elementarne nepogode, rast novozaraženih, „crveni“ na karti ECDC-a) ostvarila manji turistički promet, zasigurno će se u 2022. godini boriti nemilosrdno za goste i ulagati u ovo tržište sva sredstva za vraćanje predpandemijskih brojki i zato je potrebno dodatno osnaživati nacionalni brand te podizati svijest Talijana o hrvatskoj turističkoj ponudi kroz sve kanale komunikacije pod sloganom *Piena di vita*, a nužna je prisutnost i ulaga-

nje hrvatskih turističkih regija te gospodarskih subjekata. Ujedno se mora isticati najveća prednost hrvatskog turizma, a to su blizina i zrak visoke kakvoće. Nužno je i da hrvatske turističke regije i gospodarski subjekti provode kampanje oglašavanja na ovom tržištu kako bi dodatno ojačali poziciju Hrvatske.

Hrvatska je u svjetskom okruženju potvrdila sebe kao sigurnu, kvalitetnu, poželjnu i prepoznatljivu turističku zemlju europskog Mediterana koja je uspjela sačuvati autentičnost, ambijentalnost i izvorni način života i upravo taj doživljaj želi ponuditi svojim gostima koji traže bijeg od svakodnevice i stresa i u konačnici idealna je destinacija (posebice otoci) za distanciranje obzirom na pandemiju koronavirusa.

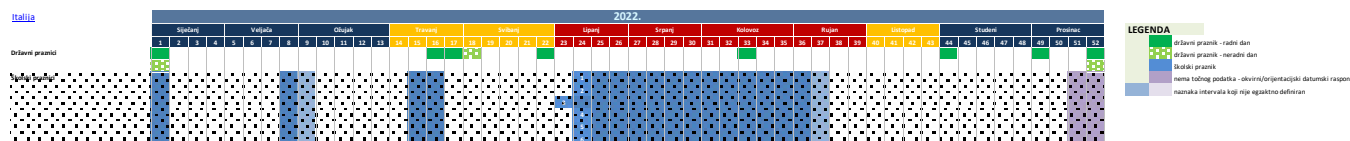
Najave zastupljenosti Hrvatske u programima organizatora putovanja tijekom 2022.

I u ovom slučaju će sve ovisiti o daljnjem razvoju situacije s pandemijom, kako u Italiji tako i u Hrvatskoj. Ukoliko ne bude značajnijih restrikcija (zabrane putovanja, karantene itd.) očekuje se da će organizatori putovanja i dalje uvrštavati Hrvatsku kao destinaciju u vlastite programe putovanja.

Mjere koje bi prema mišljenju organizatora putovanja i drugih ključnih poslovnih dionika (prijevoznici, udruge/udruženja u turizmu i sl) trebalo poduzeti u 2022. kako bi Hrvatska bila poželjna turistička destinacija u kontekstu nastavka pandemije virusa COVID 19 i generalno promijenjenih poslovnih i društvenih aktivnosti

Hrvatska treba imati povoljniju epidemiološku situaciju za prihvat turista u zemlji te kao i do sada imati osigurane sve potrebne protokole u destinacijama, davati precizne i kratke informacije o aktualnoj situaciji u zemlji te uvjetima prelaska granice.

Kalendar praznika i blagdana



Državni praznici i vjerski blagdani (Public Holidays)	2021.	Dan u tjednu	Tjedan u godini	2022.	Dan u tjednu	Tjedan u godini	2023.	Dan u tjednu	Tjedan u godini
Nova godina (New Year's Day)	01.01.2021	Petak	1	01.01.2022	Subota	1	01.01.2023	Neđjelja	1
Sveta tri kralja (Epiphany)	06.01.2021	Srijeda	2	06.01.2022	Četvrtak	1	06.01.2023	Petak	1
Uskrs (Easter)	04.04.2021	Neđjelja	14	17.04.2022	Neđjelja	16	09.04.2023	Neđjelja	15
Uskršnji ponedjeljak (Easter Monday)	05.04.2021	Ponedjeljak	15	18.04.2022	Ponedjeljak	16	10.04.2023	Ponedjeljak	15
Objeltnica oslobođenja (Anniversary of the Liberation)	25.04.2021	Neđjelja	17	25.04.2022	Ponedjeljak	17	25.04.2023	Utorak	17
Praznik rada (Labour Day)	01.05.2021	Subota	18	01.05.2022	Neđjelja	18	01.05.2023	Ponedjeljak	18
Dan Republike (Republic Day)	02.06.2021	Srijeda	23	02.06.2022	Četvrtak	22	02.06.2023	Petak	22
Velika Gospa (Feast of the Assumption - Ferragosto)	15.08.2021	Neđjelja	33	15.08.2022	Ponedjeljak	33	15.08.2023	Utorak	33
Svi sveti (All Saints' Day)	01.11.2021	Ponedjeljak	45	01.11.2022	Utorak	44	01.11.2023	Srijeda	44
Immaculate Conception	08.12.2021	Sijeda	50	08.12.2022	Četvrtak	49	08.12.2023	Petak	49
Božić (Christmas)	25.12.2021	Subota	52	25.12.2022	Neđjelja	52	25.12.2023	Ponedjeljak	52
Blagdan sv. Stjepana (Christmas)	26.12.2021	Neđjelja	52	26.12.2022	Ponedjeljak	52	26.12.2023	Utorak	52

Izvor: <https://www.feiertagskalender.ch/>

Školski praznici	2021./2022.	
	Početak	Kraj
Božić/Nova godina	23.12.2021.	9.1.2022.
Zimski praznici/Karneval	do 9 dana u veljači / ožujku*	do 9 dana u veljači / ožujku*
Proljetni/Uskršnji praznici	14.4.2022.	19.4.2022.
Ljetni praznici u regiji Abruzzo, Basilicata, Campania, Lazio, Lombardia, Molise, Piemonte, Sardegna, Valle d'Aosta, Veneto	9.6.2022.	2-3 tjedan rujna 2022.*
Ljetni praznici u regiji Calabria, Puglia, Umbria	9.6.2022.	2-3 tjedan rujna 2022.*
Ljetni praznici u regiji Emilia Romagna, Marche	4.6.2022.	2-3 tjedan rujna 2022.*
Ljetni praznici u regiji Sicilia, Toscana, Trentino, Liguria	10.6.2022.	2-3 tjedan rujna 2022.*
Ljetni praznici u regiji Friuli-Venezia Giulia	11.6.2022.	2-3 tjedan rujna 2022.*
Ljetni praznici u regiji Alto Adige	11.6.2022.	2-3 tjedan rujna 2022.*

Izvor: Eurydice

* točni datumi i trajanje praznika ovise o pokrajini - uglavnom je riječ o rasponu od posljednjeg tjedna veljače do kaja prvog tjedna ožujka