

FRANCUSKA

PROFIL EMITIVNOG TRŽIŠTA - IZDANJE 2024.



SADRŽAJ

OPĆI PODACI O TRŽIŠTU	3
POLITIČKO UREĐENJE	3
OPĆE KARAKTERISTIKE GOSPODARSTVA	4
MEDIJI I OGLAŠAVANJE NA TRŽIŠTU	9
PROFIL EMITIVNOG TURISTIČKOG TRŽIŠTA U 2022. i 2023. GODINI.....	16
PREGLED ORGANIZATORA PUTOVANJA NA TRŽIŠTU	25
DOPRINOS TRŽIŠTA UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU	27
REZULTATI 2023. PREMA SUSTAVU eVISITOR (svi kapaciteti)	28
NALAZI ISTRAŽIVANJA TOMAS HRVATSKA 2022./2023.	31
TURISTIČKA SEZONA 2024. – OPĆI POKAZATELJI I NAJAVE	50
TURISTIČKA SEZONA 2024. – HRVATSKA.....	53

OPĆI PODACI O TRŽIŠTU

Najveći gradovi

10 najvećih francuskih gradova prema broju stanovnika (bez okolice) prema podacima INSEE (Institut national de la statistique et des études économiques) :

- Paris – 2 145 906 stanovnika
- Marseille- 870 321 stanovnika
- Lyon – 522 228 stanovnika
- Toulouse – 498 003 stanovnika
- Nice – 343 477 stanovnika
- Nantes – 320 732 stanovnika
- Montpellier – 299 096 stanovnika
- Strasbourg – 290 576 stanovnika
- Bordeaux – 259 809 stanovnika
- Lille – 236 234 stanovnika

POLITIČKO UREĐENJE

Francuska je parlamentarna republika – aktualni ustav donesen je 4. listopada 1958. Predsjednik Emmanuel Macron ponovno je izabran 24. travnja 2022. Sljedeći predsjednički izbori održat će se 2027. Francuska ima dvodomni parlament. Nacionalna skupština ima 577 izabраниh članova, s mandatom u trajanju od 5 godina. Senat ima 348 članova, čiji mandati traju 6 godina, dok se polovica senatora mijenja svake tri godine.

Površina - 672051 km²

Stanovništvo Francuske prema zadnjem popisu 2023.

Dobna skupina	Žene	Muškarci	Ukupno
Manje od 15 godina	5 750 207	6 025 619	11 775 826
15-19 godina	2 062 755	2 181 207	4 243 962
20-24 godine	1 944 044	2 030 202	3 974 246
25-29 godina	1 867 343	1 851 224	3 718 567
30-34 godine	2 058 778	1 982 491	4 041 269
35-39 godina	2 154 822	2 025 139	4 179 961
40-44 godine	2 197 666	2 097 058	4 294 724
45-49 godina	2 133 300	2 077 464	4 210 764
50-54 godine	2 283 986	2 216 586	4 500 572
55-59 godina	2 279 154	2 161 119	4 440 273
60-64 godine	2 187 449	2 011 149	4 198 598
65-69 godina	2 080 110	1 828 697	3 908 807
70-74 godine	2 002 141	1 703 117	3 705 258
75 godina ili više	4 120 459	2 729 305	6 849 764
Ukupno	35 122 214	32 920 377	68 042 591

Izvor: INSEE

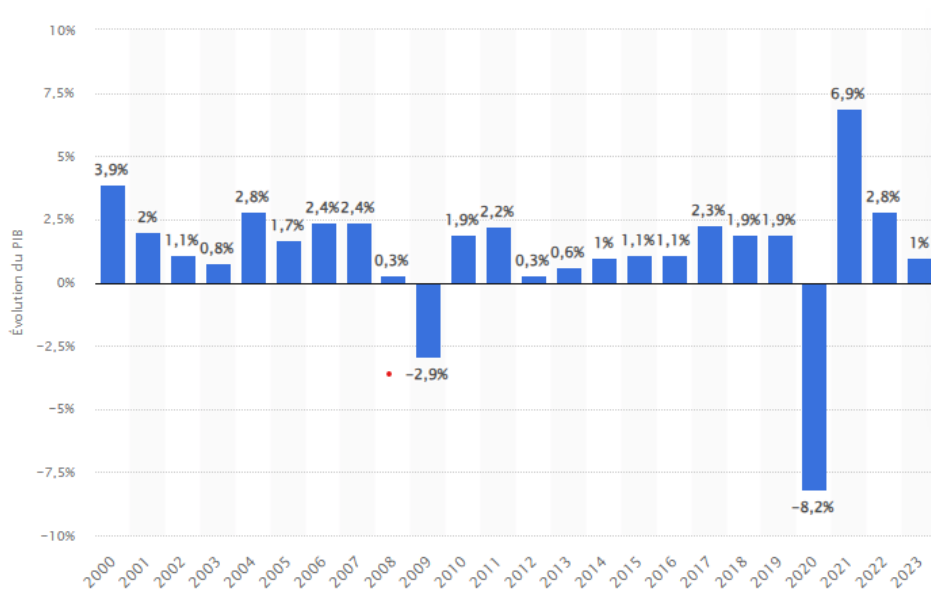
OPĆE KARAKTERISTIKE GOSPODARSTVA

U 2023. godini, Francuska zadržava sedmu poziciju na ljestvici svjetskih ekonomskih sila. Prema podacima Svjetske banke, Sjedinjene Američke Države, Kina, Japan, Njemačka, Indija i Ujedinjeno Kraljevstvo su ispred Francuske, dok je Francuska prestigla Italiju, Kanadu i Rusiju. Unutar Europske unije, Francuska je pozicionirana kao druga ekonomska sila, s BDP-om od 2.642 milijarde eura. Prema izvješću INSEE-a objavljenom u srpnju 2023. godine, u 2022. godini vrijednost poljoprivredne proizvodnje povećala se za 16,6% u globalnom kontekstu rasta cijena energije, sirovina i poljoprivrednih proizvoda.

Ekonomija ove svjetske sile temelji se na razvijenom sektoru usluga i snažnoj industriji, u kojoj su proizvodnja oružja i vojne opreme prisutni uz proizvodnju automobila, strojeva, električnih uređaja, odjeće, kozmetike i lijekova. Francuska također zauzima vodeće pozicije u poljoprivredi i prehrambenoj industriji, dok je istovremeno najveći svjetski izvoznik vina.

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

Evolucija BDP-a Francuske od 2000. do 2023.godine



Izvor: INSEE

U 2022. godini, realni BDP raste za 2,5% te doseže 2.639,1 milijardi eura. U drugom tromjesečju 2023. godine, realni rast bruto domaćeg proizvoda (BDP) potvrđen je na razini od +0,5%. Kupovna moć mjerena bruto raspoloživim dohotkom (RDB) kućanstava gotovo je stabilna: +0,1%, nakon -0,6% u prvom tromjesečju 2023. Stopa štednje kućanstava povećava se te iznosi 18,8% njihovih prihoda.

Za 2023. godinu, potaknuta snažnim rastom u prvom polugodištu, procjena rasta BDP-a povećana je na 0,9%. Nakon što doseže svoj vrhunac početkom 2023. godine, ukupna inflacija nastavit će opadati i krajem 2023. iznositi 4,5% na godišnjoj razini. BNP po stanovniku iznosi 44.408 USD.

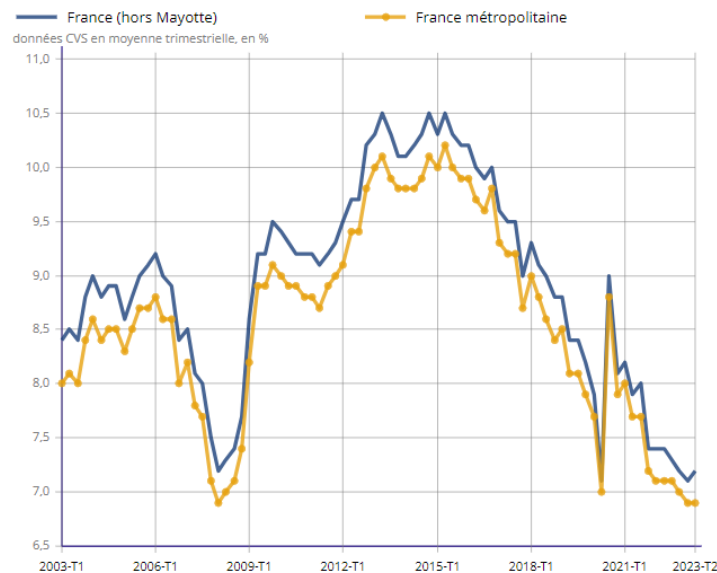
Stopa nezaposlenosti u 2022., aktualno stanje u 2023. i procjena budućeg trenda

Stopa nezaposlenosti među mladima značajno je viša u usporedbi s ostatkom populacije. U 2022. godini iznosi prosječno 17,3% kod osoba u dobi od 15 do 24 godine, u usporedbi sa 6,6% kod osoba u dobi od 25 do 49 godina te 5,2% kod osoba starijih od 50 godina.

U drugom tromjesečju 2023. godine, broj nezaposlenih prema (ILO) povećao se za 20.000 u usporedbi s prethodnim tromjesečjem, dosežući 2,21 milijuna ljudi, dok se stopa nezaposlenosti blago povećala (+0,1 postotnih bodova), dosegnuvši 7,2% radno aktivnog stanovništva.

Očekuje se da će stopa nezaposlenosti dosegnuti 7,4% krajem 2023. godine i 7,9% krajem 2024. godine, što je blizu razine iz sredine 2021. godine. Ova prognoza uključuje nove projekcije INSEE-a koje proizlaze iz provedbe reforme mirovinskog sustava, koja predviđa postupno povećanje dobi za odlazak u mirovinu i produženje trajanja radnog staža.

Stopa nezaposlenosti u Francuskoj i usporedba od 2003. do 2023.



Izvor: INSEE

Rast nezaposlenosti nešto je veći od očekivanog zbog potencijalno nešto sporijeg gospodarskog rasta u 2024. i 2025. godini. Dakle, stopa nezaposlenosti, koja je iznosila 7,2% u drugom tromjesečju 2023. godine, postupno će rasti i dosegnuti 7,8% krajem 2025., što je na razini 2019. godine.

Stopa nezaposlenosti u Francuskoj i procjene za razdoblje 2000. do 2024. godine

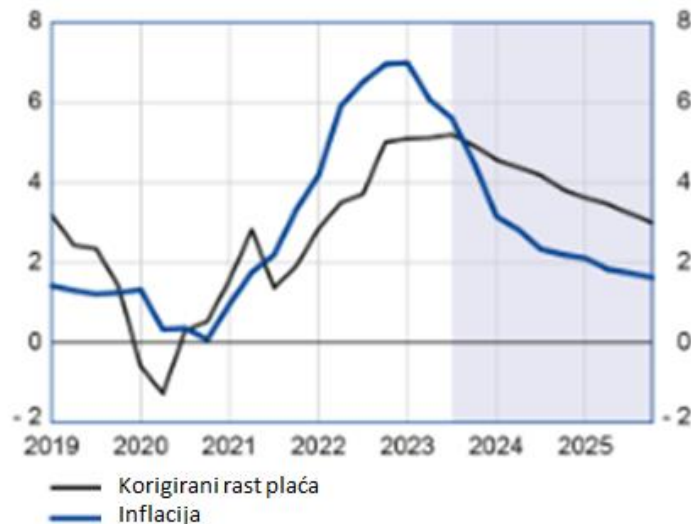


Izvor: Banque de France : <https://publications.banque-france.fr/>

Prosječna plaća

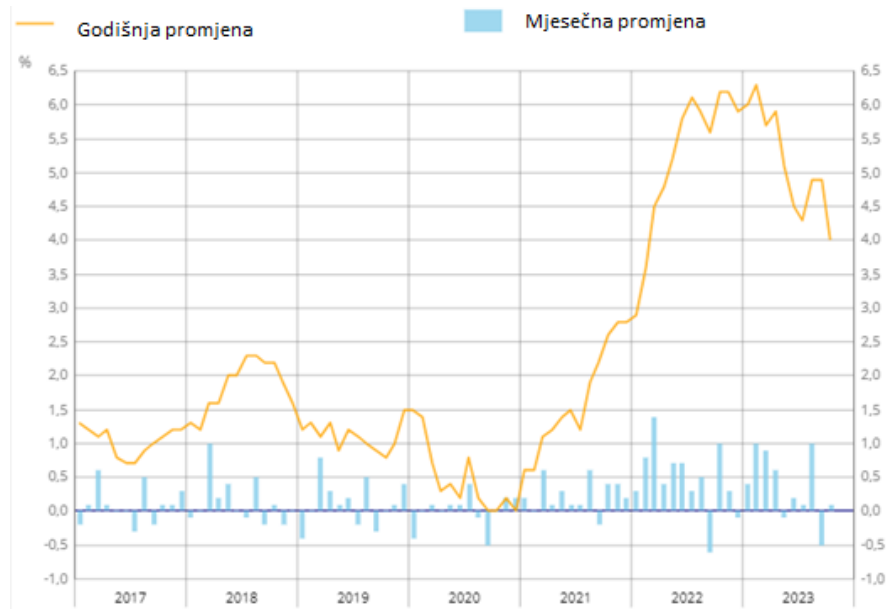
U 2023. godini, prema INSEE-u, prosječna plaća iznosi 2.587 eura neto mjesečno, odnosno 39.800 eura bruto godišnje. Međutim, važno je razumjeti da se ovi brojevi znatno razlikuju ovisno o sektoru djelatnosti, zanimanju i veličini tvrtke. Prema INSEE-u, prosječna plaća Francuza je porasla u usporedbi s 2016. godinom, kada je iznosila 2.238 eura neto mjesečno, odnosno ukupno bruto godišnje od 35.856 eura. Mjesečna osnovna plaća (SMB), koja ne uključuje bonuse, porasla je godišnje za 4,6 % tijekom istog razdoblja.

Rast prosječne plaće po glavi stanovnika u sektoru trgovine i inflacija (% godišnje)



Izvor: INSEE 2023 (projekcije Banque de France)

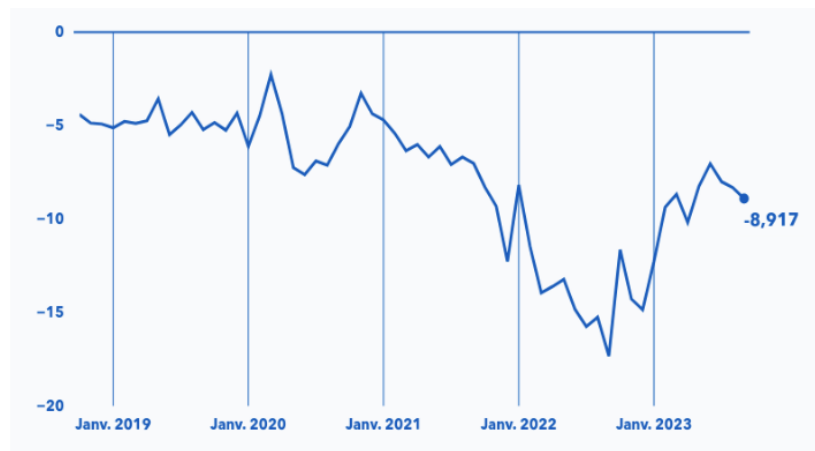
Kretanje stopa cijena/inflacije (na godišnjoj razini te mjesečne varijacije)



Izvor: INSEE

Na godišnjoj razini, prema privremenoj procjeni napravljenoj krajem listopada, cijene potrošačkih dobara povećane su za 4% u listopadu 2023. godine, nakon rasta od 4,9% u rujnu. Smanjenje inflacije rezultira usporavanjem rasta cijena energije, hrane te drugih proizvoda na godišnjoj razini. Cijene usluga i dalje blago rastu. Cijene hrane porasle su u listopadu za 7,7% na godišnjoj razini, u usporedbi s rastom od 9,7% u rujnu. Među njima, cijene svježih prehrambenih proizvoda porasle su za 0,8% u listopadu, u odnosu na 4,5% u rujnu, dok su cijene ostale hrane porasle za 9% u listopadu, u odnosu na 10,6% u rujnu. Cijene energije porasle su za 5,2% u listopadu, u usporedbi s rastom od 11,9% u rujnu, dok su cijene industrijskih proizvoda porasle za 2,3% u listopadu, nakon 2,8% u rujnu.

Vanjskotrgovinska bilanca (mlrd. eura)

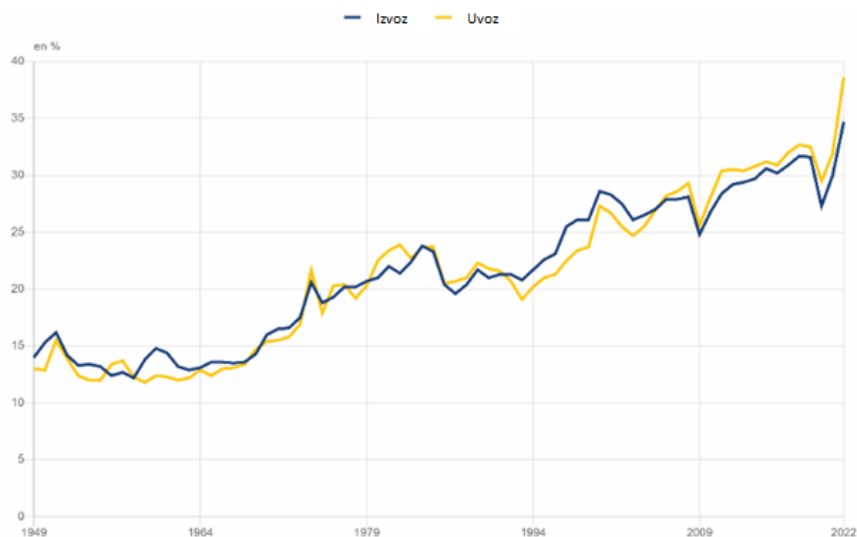


Izvor : DGDDI

U 2022. godini, vanjskotrgovinski deficit iznosi -102,3 milijarde eura: -143,6 milijardi eura za trgovinu robom te +41,3 milijarde eura za trgovinu uslugama. U 2022. godini, izvoz čini 34,7% bruto domaćeg proizvoda (BDP), dok uvoz iznosi 38,6%.

Trgovinska bilanca roba bilježi deficit od 2004. godine, što posebno vrijedi za energente, s obzirom na to da Francuska veći dio svojih ugljikovodika uvozi. U 2022. godini, Francuska ostvaruje suficit u sektoru prehrambenih proizvoda (uključujući alkoholna pića) i prijevoznih sredstava. Trgovinska bilanca usluga bilježi suficit od 1988. godine. Ovaj suficit se uglavnom objašnjava turističkom bilancom: Francuska je jedna od vodećih svjetskih turističkih destinacija, a troškovi nerezidenata u Francuskoj veći su od troškova francuskih rezidenata u inozemstvu.

Vanjsko trgovinska bilanca zemlje (plavi grafikon izvoz, a žuti uvoz).



Izvor: INSEE

Procjena daljnjeg gospodarskog stanja u ostatku 2023. te u 2024. godini

U 2023. godini, uz nadalje visoku inflaciju (+5,2% u 2023. i 2022. godini) te kontekst obilježen snažnim rastom referentnih kamatnih stopa Europske središnje banke, rast BDP-a iznosi 0,9%.

Očekuje se kako će 2024. biti godina smanjenja inflacije (prosječno 3,3% godišnje te 2,3% na kraju godine), ali će rast ostati skroman (0,8%).

Prema najnovijim projekcijama, utjecaj monetarne politike umanjit će rast BDP-a za -0,9 postotnih bodova u 2024. godini (nakon -0,4 postotna boda u 2023. godini). U jeku su pripreme za Olimpijske igre, koje su ogroman zamašnjak i gospodarstvu zemlje. Samo regija Ile de France očekuje povrat investicija između 5,3 milijarda i 10,7 milijarda eura, a svakako će daljnjem rastu ekonomskih pokazatelja pridonijeti i očekivanih 15,9 milijuna turista tijekom OI 2024, što je više nego inače tijekom cijele godine.

MEDIJI I OGLAŠAVANJE NA TRŽIŠTU

Aktualni prikaz glavnih medija (TV, dnevni listovi, magazini, online) po tematskim segmentima Naklade, regionalna pokrivenost, čitanost, praćenje za medije

Većina tiskanih medija i tijekom 2023. bilježi pad naklada. Nakon dvije godine obilježene pandemijom, događaji poput rata u Ukrajini i predsjedničkih izbora obilježili su naslovnice u 2022. godini te doprinijeli povećanju potražnje za vijestima. Prema istraživanju koje je provela agencija Kantar za dnevni list La Croix, 76% Francuza izjavljuje da prate vijesti s velikim interesom, što je povijesno visok postotak.

Starija populacija pokazuje poseban interes za aktualnosti (83% osoba starijih od 65 godina), dok se mlađa populacija sve više distancira od dnevnih aktualnosti (66% mlađih od 35 godina).

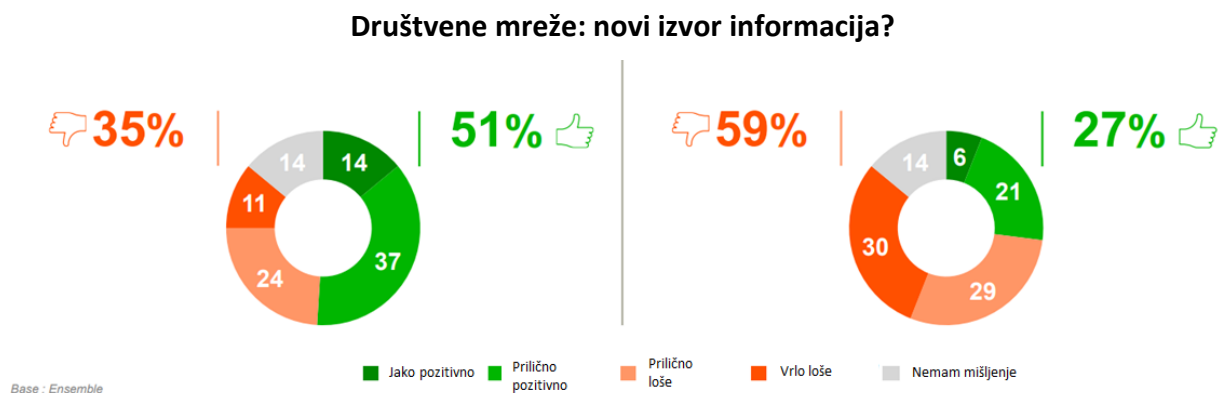
Na koji način se Francuzi informiraju?

Kako bi ostali informirani Francuzi koriste niz medija: od 15 TOP medija, Francuzi čitaju prosječno 3,7 svakodnevno te 6,4 najmanje jednom tjedno. Tradicionalni mediji i dalje ostaju nezaobilazno štivo brojnih Francuza: 71% Francuza se informira putem televizije, 49% putem ostalih medija (bilo da se radi o tiskanim ili digitalnim izdanjima), 39% putem raznih radio postaja. Istodobno 36% Francuza (52% mlađih od 35 godina) informira se svakodnevno putem društvenih mreža.

Društvene mreže: novi izvor informacija?

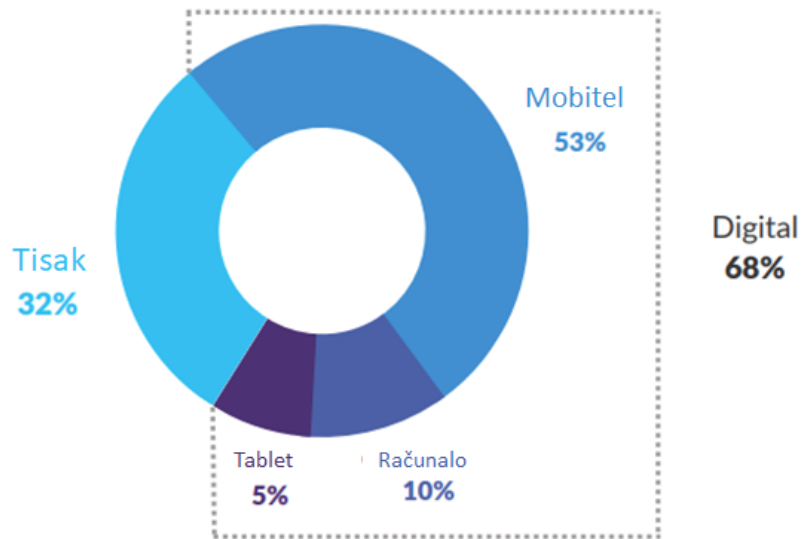
Društvene mreže predstavljaju medije na kojima se kontinuirano, a ponekad i u stvarnom vremenu, emitiraju vijesti. Ipak, s pojavom novih tehnologija (*deepfake*, AI i sl.) sve se više govori o nepovjerenju prema sadržaju i informacijama koje se nalaze na internetu.

Primjećujemo pravi generacijski jaz vezan uz navedenu temu: 51% mlađih od 35 godina vidi evoluciju društvenih mreža kao izvora informacija u pozitivnom svjetlu, dok većina starijih od 35 godina (59%) ima negativan stav (čak 71% starijih od 65 godina).



Izvor: <https://kantarpublish.com/fr/>

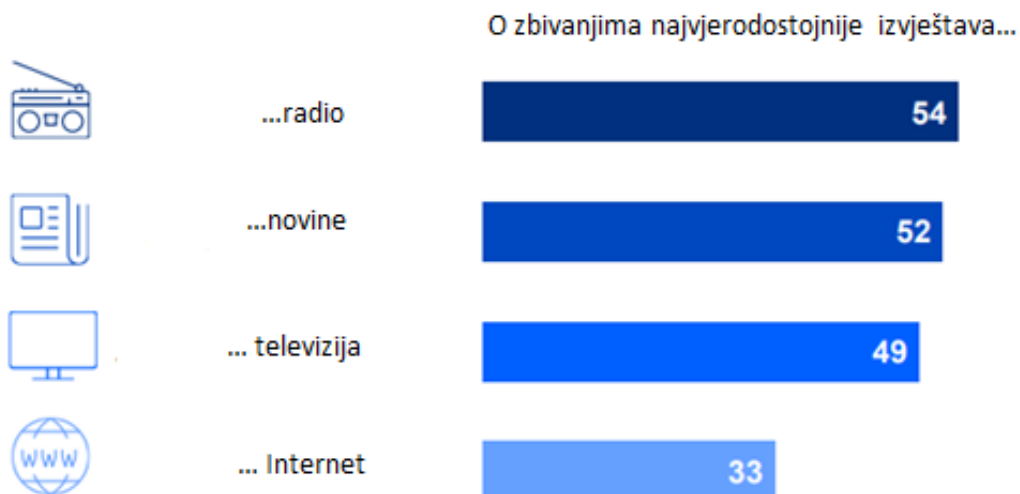
Preferencije čitatelja prema vrstama medija



Izvor: ACPM.fr

Općenito, o vijestima koje pročitaju u novinama/na radiju/na televiziji/na internetu, vjeruju najviše :

Vjerodostojnost vijesti prema izvoru informacija



Izvor: ACPM.fr – istraživanje KANTAR

U Top 20 francuskih marki medija najčitaniji je regionalni dnevni tisak (PQR 66), a slijedi ga regionalni tjedni tisak (PHR).

Top 20 najčitanijih medija

		čitatelji u 000
1.	PQR 66	42 968
2.	PHR	24 224
3.	Le Figaro	23 782
4.	Télé Loisirs	22 640
5.	Ouest-France	21 095
6.	Femme Actuelle	20 947
7.	Le Monde	20 134
8.	Le Parisien Aujourd'hui en France	19 868
9.	20 Minutes	19 117
10.	Marmiton	18 916
11.	Actu	18 851
12.	Voici	16 271
13.	L'Equipe	15 562
14.	Le Journal des Femmes	14 709
15.	Gala	14 269
16.	Télé 7 Jours	13 655
17.	L'Internaute	13 263
18.	La Dépêche du Midi	13 083
19.	Marie France	13 015
20.	Elle	10 793

Izvor: ACPM.fr

Nacionalni tiskani dnevnici i besplatni časopisi prema broju čitatelja

Rang	Naziv	Naklada	Broj čitatelja
1.	Le Monde	482.756	2.693.000
2.	Le Figaro	354.180	1.794.000
3.	Le Parisien + Aujourd'hui en France	215.022	2.541.000
4.	L'Equipe	215.022	2.626.000
5.	Les Echos	138.972	773.000
6.	Libération	98.799	1.029.000
7.	La Croix	80.843	507.000
8.	L'Humanité	36.541	622.503

Izvor: acpm.fr (listopad 2023)

Najgledanije TV postaje

Rang	Naziv	Broj gledatelja
1.	TF1	55.382.000
2.	M6	52.335.000
3.	France 2	52.157.000
4.	France 3	47.181.000
5.	BTM TV	44.652.000
6.	TMC	44.053.000
7.	C8	43.363.000
8.	W9	43.196.000
9.	France 5	42.954.000
10.	ARTE	40.525.000

Izvor: *médiamétrie* listopad 2023

Najslušanije radio postaje

Rang	Ime	Durée moyenne d'écoute	Slušanost (aktivno)
1.	France Inter	33 mn 23s	31.275.218
2.	RMC	31 mn 38s	28.061.464
3.	France Info	28 mn 03s	16.999.654
4.	RTL	51 mn 45s	16.056.656
5.	NRJ	43 mn 43s	13.470.695
6.	Europe 1	32 mn 00s	10.052.842
7.	Nostalgie	53 mn 14s	9.872.464
8.	Fip	56 mn 9s	8.995.051
9.	Skyrock	25 mn 28s	7.296.999
10.	Chérie FM	1h 03 mn 12s	6.201.691

Izvor: *apcm.fr* (listopad 2023)

Najčitaniji tiskani mediji (ženski, muški, časopisi za seniore)

Rang	Naziv	Periodičnost	Broj čitatelja
1.	Télé 7 jours	tjednik	3.798.000
2.	Version Femina	tjednik	3.723.000
3.	Télé Loisirs	tjednik	2.925.000
4.	Notre Temps	Mjesečnik	2.398.000
5.	Paris Match	tjednik	2.254.000
6.	Télé Z	tjednik	2.254.000
7.	Femme Actuelle	tjednik	2.116.000
8.	Ca m'intéresse	Mjesečnik	2.101.000
9.	Télérama	Tjednik	1.995.000
10.	Le Point	tjednik	1.588.000

Izvor: *apcm.fr* (listopad 2023)

Najčitaniji časopisi za gastronomiju

Rang	Naziv	Periodičnost	Broj čitatelja
1.	Marmiton	Dvomjesečnik	6.751.000
2.	Cuisine Actuelle	Mjesečnik	3.147.000
3.	Maxi Cuisine	Mjesečnik	1.099.000
4.	Cuisine et Vins de France	Dvomjesečnik	726.000
5.	Elle à Table	Dvomjesečnik	812.000
6.	Régal	Dvomjesečnik	552.000

Izvor: *apcm.fr* (listopad 2023)

Specijalizirani časopisi o putovanjima (B2C)

Rang	Naziv	Periodičnost	Naklada	Broj čitatelja
1.	National Geographic	Mjesečnik	146 796	3.020.000
2.	Géo	Mjesečnik	148 768	2.874.000
3.	Grands Reportages	Mjesečnik	70 000	500.000
5.	Voyages & Hotels de Reve	tromjesečno	50 000	350.000
6.	Désirs de Voyage	dvomjesečnik	70 000	349.532
7.	Voyager Ici & Ailleurs	tromjesečno	55 000	274.633
8.	Hotel & Lodge	dvomjesečnik	47 368	331.576
9.	Le Figaro Voyage	Polugodišnji	50 000	249.666
10.	A/R Magazine	dvomjesečnik	25 000	140.000

Izvor: *datapresse* (listopad 2023)

Regionalni tiskani dnevници

Rang	Naziv	Naklada	Broj čitatelja
1.	Ouest France	637 637	20.102.844
2.	Sud Ouest	199 824	6.964.411
3.	Le Parisien	187 828	13.792.131
4.	La Voix du Nord	174 250	4.270.903
5.	Le Télégramme	171 126	3.525.198
6.	Le Dauphiné Libéré	161 872	4.354.153
7.	Le Progrès	135 462	3.285.613
8.	La Nouvelle République	131 782	1.440.107
9.	La Montagne	125 544	1.541.549
10.	Dernières Nouvelles d'Alsace	116 747	1.170.848

Izvor: *acpm.fr* (listopad 2023)

Najslušaniji podcasti

Rang	Naziv	Posjećenost
1.	Les actus du jour Hugo Decrypte	1.851.162
2.	Transfert	1.635.938
3.	Métamorphose	1.311.464
4.	L'Heure du Monde	1.311.464
5.	Bliss-Stories	1.162.470
6.	Manu dans le 6/10	1.057.762
7.	C'Cauet	1.029.251
8.	Code Source	916.336
9.	Crimes – Histoires Vraies	804.317
10.	La Story	735.232

Izvor: acpm.fr (listopad 2023.)

Redoslijed najkorištenijih aplikacija

Rang	Aplikacije	Posjeto	Posjećenost stranica
1.	Snapchat	3.299.242.886	24.634.763.107
2.	Le Bon Coin	349.237.66	10.059.133.784
3.	L'Equipe	123.895.520	1.150.425.847
4.	Le Monde	39.920.565	77.170.782
5.	Tele Loisirs	39.439.519	195.535.750
6.	Le Figaro	32.287.049	280.502.008
7.	Radio France	26.891.804	135.002.757
8.	France Info	26.769.985	94.584.071
9.	Foot Mercado	22.716.124	165.521.690
10.	BFM TV	15.598.410	47.909.716

Izvor: acpm.fr (listopad 2023)

Poredak stručnog turističkog tiska

Rang	Medij	Posjeto
1.	Tourmag	567.021
2.	L'Echo Touristique	293.126
3.	TourHebdo	30.653

Izvor: Datapresse(listopad 2023)

Najznačajniji stručni mediji specijalizirani za MICE

Rang	Medij	Posjeto	Kopije
1	Voyages & Stratégies	91.087	20.500
2	TendanceNomad	66.649	15.000
3	Déplacements Pro	42.906	/
4	Voyages d'Affaires	19.154	/
5	Meet and Travel Mag	19.884	4.475

Izvor: Datapresse (listopad 2023.)

Redoslijed najznačajnijih blogova o putovanjima

BLOG	URL
VOTRE TOUR DU MONDE – BRUNO MALTOR	https://www.votretourdumonde.com/
LES DRONERS	https://lesdroners.fr/
CARNETS DE TRAVERSE	http://www.carnets-de-traverse.com/
LITTLE GYPSY	https://littlegypsy.fr/
ONE DAY ONE TRAVEL	http://www.onedayonetravel.com/
TRAVEL ME HAPPY	http://www.travel-me-happy.com/
WORLD ELSE	http://www.worldelse.com/
LES GLOBE BLOGUEURS	https://lesglobeblogueurs.com/
CULTUREZ-VOUS	https://culturezvous.com/en/home/
VOYAGES ETC	http://www.voyagesetc.fr/
UN SAC SUR LE DOS	http://www.unsacsurledos.com/
MADAME OREILLE	https://www.madame-oreille.com/
BEST JOBERS	http://www.bestjobersblog.com/
MAMAN VOYAGES	http://www.bestjobersblog.com/
ALEX VIZEO	https://www.vizeo.net/
L'OISEAU ROSE	https://oiseaurose.com/
CLO ET CLEM	https://cloetclem.fr/
MADAME OREILLE	https://www.madame-oreille.com/
ON MET LES VOILES	https://onmetlesvoiles.com/
LA POZE	https://www.la-poze-travel.com/

PROFIL EMITIVNOG TURISTIČKOG TRŽIŠTA U 2022. I 2023. GODINI

Generalni osvrt na aktualno stanje na emitivnom turističkom tržištu

Francuska je u 2023. zadržala svjetski primat turističke velesile - u 2023. trebala bi ostvariti rekordnih 64 do 67 milijardi eura prihoda od turizma (tijekom 2022. ostvareno je 58 milijardi eura prihoda, što je rast za 1,2 milijarde u odnosu na 2019.) Od siječnja do kolovoza 2023. ostvareno je 44,3 milijarde eura turističkih prihoda od stranih turista (+13% više nego u 2019.) Očekuje se 78 do 82 milijuna dolazaka stranih turista (u usporedbi sa 75 milijuna tijekom 2022.).

Tijekom 2022. godine, rast turističkog gospodarstva potaknuo je domaći turizam (+5,3% noćenja tijekom ljeta 2022. u odnosu na 2019. prema INSEE-u) i europska klijentela. Ljeto 2023. je obilježeno povratkom međunarodnih turista iz srednje dalekih/dalekih destinacija (+29%). Zabilježen je i povratak „tradicionalnih“ europskih turista (+11,4% više Španjolaca u odnosu na 2022.) i turista s dalekih tržišta (+20,6% više Kanađana, +5,9% Amerikanaca u odnosu na 2022.)

Kampovi su unatoč inflaciji zadržali prošlogodišnje cijene, pa brojke premašuju razine iz 2022. za 3%. U kolovozu se posebno u kampovima bilježi značajan porast Nizozemaca (+26%), Britanaca (+9%), Nijemaca (+15%). Brojke iz ljetne sezone premašile su za 3,3% sezonu predpandemijske 2019. godine.

Izvor: INSEE

Noćenja u hotelima tijekom ljetne sezone prema tržištima

Tržište	- u mil.	
	Ljeto 2022	Ljeto 2023
Rezidenti (domaći)	58,2	55,1
Strani	32,2	33,8
UK	3,9	4,9
SAD	4,1	4,1
Njemačka	3,6	3,6
Belgija	2,7	2,6
Španjolska	2,2	2,1
Nizozemska	2,3	2,0
Italija	2,4	2,3
Švicarska	1,7	1,6
UKUPNO	90,3	89,0

Izvor: INSEE

Hoteli su u srpnju i kolovozu zabilježili pad popunjenosti od 2,2 postotna boda u odnosu na 2022., dok je prihod po sobi bio znatno bolji nego 2019. (u prosjeku +21,9%). Usporedba strani/domaći tijekom ljeta 2023. u odnosu na ljetno 2022. (noćenja u organiziranim turističkim smještajima tijekom ljetne sezone).

Noćenja u organiziranom smještaju tijekom ljetne sezone

Vrsta smještaja	Ljeto 2022.		Ljeto 2023.	
	Noćenja (u milijunima)	Nerezidenti (u %)	Noćenja (u milijunima)	Nerezidenti (u %)
Hoteli	90.3	35.6	89.0	38.0
Kampovi	115.5	28.1	118.9	29.4
Ostali kolektivni turistički smještaji	43.0	15.7	41.5	17.9
Turistički apartmani	30.1	17.9	28.5	20.8
Ukupno	248.8	28.7	249.4	30.6

Napomena: Ljetna sezona obuhvaća razdoblje svibanj-kolovoz. Podaci za 2023. su privremeni.

Izvor: Insee, u suradnji s regionalnim odborima za turizam (CRT), istraživanja prometa kolektivnih smještajnih kapaciteta.

Tijekom razdoblja od svibnja do kolovoza 2023., kolektivni smještajni objekti bilježe 249,4 milijuna noćenja, potvrđujući oporavak nakon okončanja pandemijske krize tijekom ljeta 2022. Sezonska posjećenost tijekom ljeta 2023. čak je za 3,3 % nadmašila onu iz 2019. Iako su svibanj i lipanj nagovještavali iznimno dobru ljetnu sezonu, posjećenost se od srpnja stabilizira na razinama sličnim prethodnoj godini.

Utjecaj političkih i ekonomskih kretanja na turistički promet u 2022. i 2023. - utjecaj na ponašanje potrošača, naročito u pogledu putovanja

Globalni geopolitički kontekst (rat u Ukrajini, rat u Izraelu/Gazi, itd.) i izazovi s kojima se Francuska suočava (zemlja domaćin Svjetskog prvenstva u ragbiju 2023., pripreme za Olimpijske igre 2024.) čine Francuze još sklonijima za putovanja u europske destinacije. Ekonomski, politički i globalni trendovi utjecali su na turistički promet tijekom godine. Prema istraživanju provedenom od strane AtoutFrance, ADN Tourisme i Opinion Way, 26% Francuza više je pozornosti pridavalo vremenskim uvjetima prilikom odabira destinacije za odmor. Glede prijevoza, 13% naspram 12% u 2022. dalo je prednost vlakom, dok je 4% za putovanje odabralo avion (7% u 2022.) Ovo se može objasniti trenutnom ekonomskom situacijom i inflacijom u Francuskoj, gdje su cijene zrakoplovnih karata znatno porasle posljednjih nekoliko mjeseci/godina. S druge strane, među Francuzima koji nisu otputovali na odmor, 40% navodi kako je razlog nedostatak financijskih sredstava, dok je 12% spomenulo previsoku cijenu goriva.

Od ostalih trendova izdvaja se porast svjesnosti o održivom i odgovornom razvoju, nakon niza mjera u državnom i privatnom sektoru. Pred kraj pandemijske krize donesen je desetogodišnji

akcijski plan koji bi Francusku trebao učiniti vodećom svjetskom destinacijom u domeni održivog razvoja do 2030. godine. Državnim dekretom zabranjeno je letjeti zrakoplovom ukoliko na kraćim relacijama unutar zemlje postoji alternativni prijevoz, odnosno brzi vlakovi. Zakon se odnosi na putovanja koja se vlakovima mogu prijeći za dva i pol sata ili manje. Mjera se prije svega odnosi na putovanja iz Pariza prema Nantesu, Lyonu i Boredeuaxu. Treba istaknuti i zanimljiv trend ustanovljen nedavnim istraživanjem Booking.com prema kojemu se 76% Francuza spremno odreći zrakoplovnog prijevoza na kratkim relacijama kako bi smanjili emisije CO2.

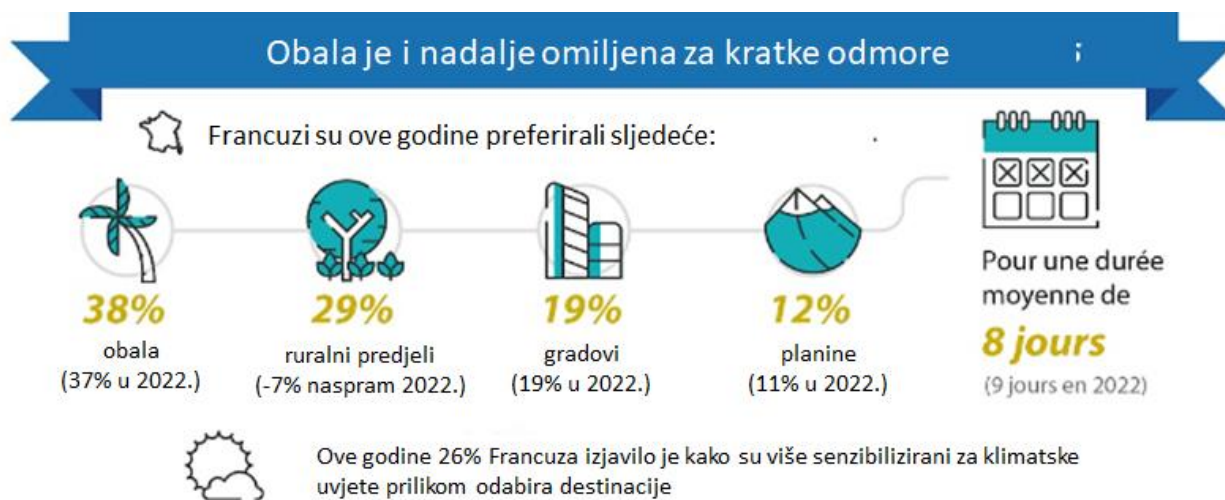
Među brojnim mjerama i razni fondovi, poput Fonda za održivi turizam - projekti čiji je cilj poticanje održivijeg i lokalnog turizma. Planirane su dvije milijarde eura kako bi Francuska postala prva svjetska destinacija biciklističkog turizma. 300 milijuna eura godišnje izdvojiti će se iz proračuna u razdoblju 2024.–2030. za razvoj zrakoplova na bio goriva.

Ukupan broj stanovnika koji su tijekom 2022. otputovali na odmor i procjene broja putovanja u 2023.

Francuzi imaju minimalno 25 dana godišnjeg odmora, putuju nekoliko puta godišnje, sve više putuju u inozemne destinacije te posebno cijene kulturnu i prirodnu baštinu. Školska djeca imaju praznike svakih pet tjedana, što sve zajedno predstavlja golem potencijal za daljnji rast prometa s ovog tržišta.

67% Francuza je otputovalo na odmor između srpnja i kolovoza 2023. (+3% više nego u istom razdoblju 2022.) 88% je odabralo Francusku za odmor (89% tijekom 2022.)

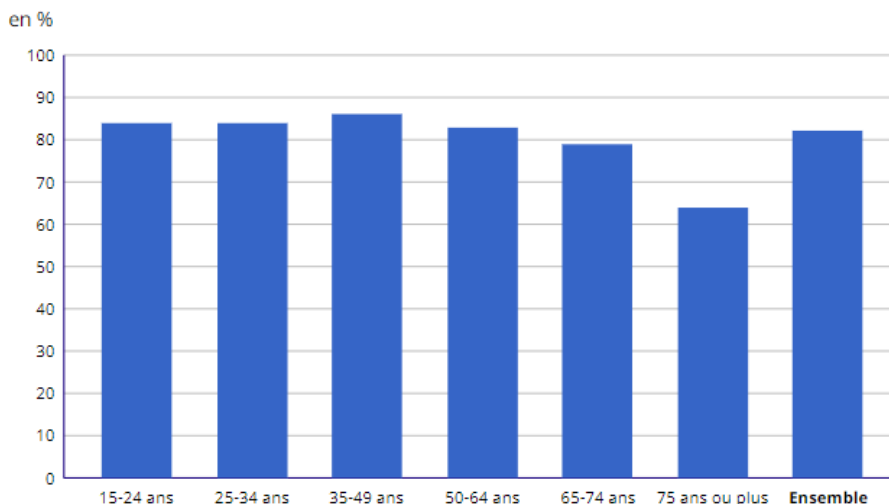
Preferirana mjesta Francuza tijekom odmora



Izvor: Atout France & Opinion Way – kolovoz 2023

38% Francuza posjetilo je obalu, a prosječna duljina boravka smanjila se s 9 dana u 2022. na 8 dana u 2023. godini. Ipak, važno je napomenuti kako su Francuzi radije odgodili svoje godišnje odmore i dali prednost kasnoj sezoni umjesto ljetu.

Stopa odlazaka na putovanje prema životnoj dobi Francuza tijekom 2023. godini.

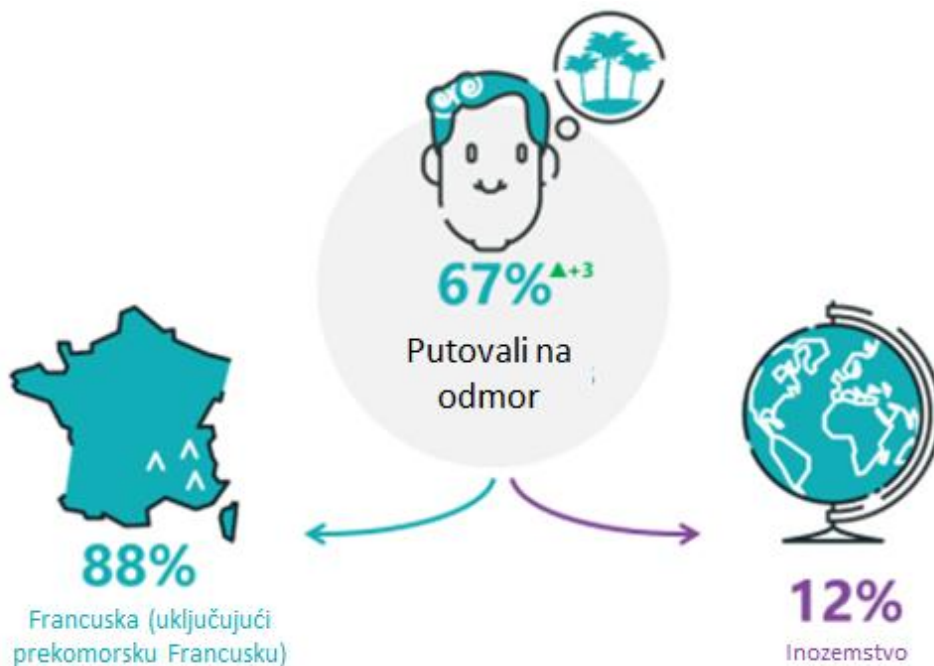


Izvor: Izvješće INSEE-a objavljeno 19.10.2023.

Broj stanovnika koji su u 2022. na odmor otputovali u inozemstvo / odmor proveli u vlastitoj zemlji

Francuska je najveći konkurent Hrvatskoj i ostalim turističkim destinacijama koje imaju velike aspiracije na ovom tržištu. Francuska je i ove godine ostala odredište koje Francuzi najčešće biraju za svoje ljetne odmore/vikende, iako je taj broj u padu od 2021. Tijekom 2023. od 67% Francuza koji su otišli na odmor, samo je 12% njih otišlo u inozemstvo.

Postotak Francuza koji su proveli odmor u Francuskoj (88%) ili u inozemstvu (12%)



Izvor: Opinionway za Atout France i ADN Tourisme

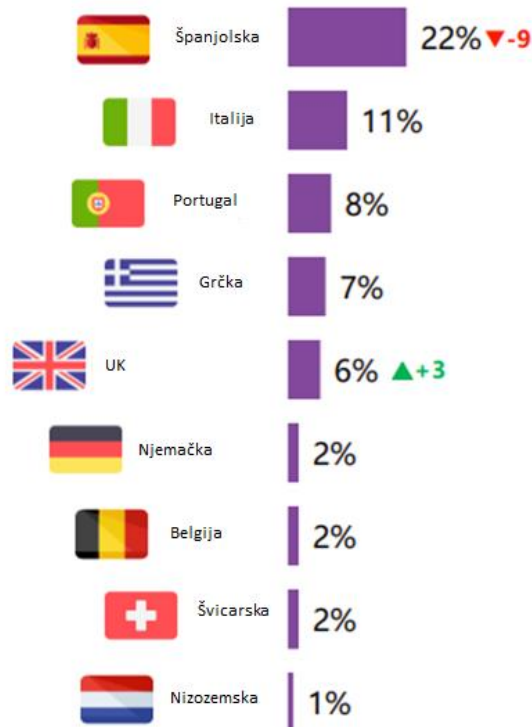
Prema istraživanju CSA/Franfinance tijekom 2023. 62% Francuza će otići na odmor daleko od kuće u razdoblju od lipnja do rujna, trećina njih u kolovozu. Studija pokazuje da 30% ispitanika radije odlazi na odmor izvan sezone (14% u lipnju i 16% u rujnu). S druge strane, ukupno 32% Francuza uopće neće koristiti ljetni odmor. 40% njih zbog nedostatka financijskih sredstava, dok će ostali radije pričekati zimu za odmor.

Redosljed omiljenih destinacija – procjene za 2023.

Tradicionalno najpopularnije europske destinacije među Francuzima 2023. su:

- Francuska 67%
- Španjolska 22%
- Italija 11%
- Portugal 8%
- Grčka 7%

Najpopularnije zemlje za odmor Francuza



Izvor: OpinionWay za ATOU France i ADN

Obalne regije južne Francuske (Occitanie, Nouvelle Aquitaine, PACA) i Bretanja najpopularnija su odredišta za one koji putuju unutar nacionalnog teritorija.

68% Francuza provelo je ljeto 2023. u Francuskoj. Francuska nikada nije bila toliko popularna među Francuzima, no ipak ima velikih odstupanja, ovisno o dobi ispitanika. Odmor u „francuskom

stilu“ uglavnom privlači osobe od 35 do 49 godina (77%) i starije od 65 godina (78%), dok mlađi radije otkrivaju nove horizonte. Gotovo polovica osoba između 18 i 24 odlazi u inozemstvo. Njih 49% odlazi u neku od 28 zemalja Europske unije, 8% odlazi u Sjevernu Ameriku, a 3% odlazi u Oceaniju (istraživanje CSA/Franfinace).

Omjer između organiziranog i individualnog prometa za vodeće destinacije u 2022. i procjene za 2023.

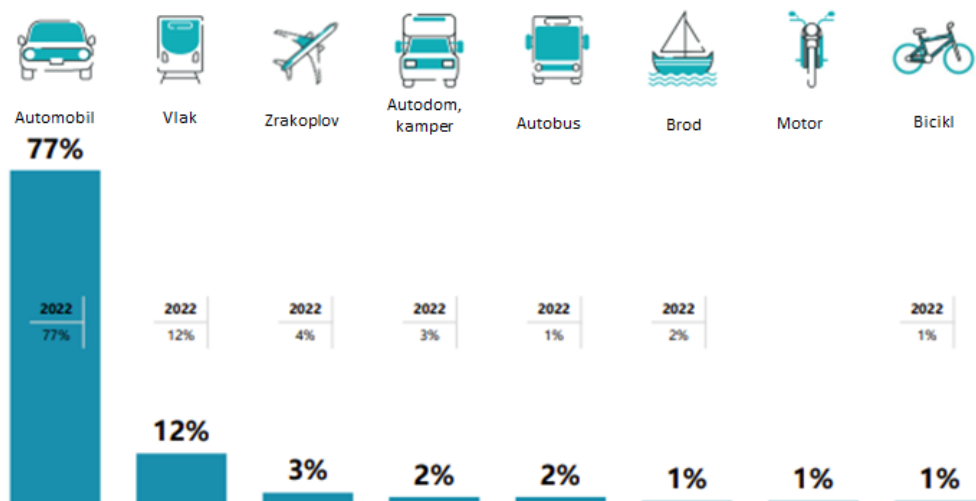
Za organizaciju odmora internet je postao neophodan alat za 82% turista. Samo 15% Francuza, osobito starijih osoba (21%) i umirovljenika (19%), koristi turističku agenciju za rezervaciju svog odmora. Najčešće se koriste specijaliziranih stranica za prodaju putovanja (55%) te razni promotivni portali/stranici (32%). Prvi privlače 62% osoba od 35 do 49 godina dok promotivne portale uglavnom koriste zaposlenici (41%) i najniže socio-profesionalne kategorije (41%).

Vrsta prijevoza koji su turisti generalno preferirali prilikom odlaska na godišnji odmor u 2022. i procjene za 2023.

Prema provedenom istraživanju OpinioWaya za ATOUT France i ADN automobil je daleko u prednosti omiljenih prijevoznih sredstava daleko ispred aviona i brzih vlakova.

- Automobil 77%
- Brzi vlakovi 12%
- Avion 3%
- Van/kamping car 2%
- Brod 1%
- Autobusi 1%
- Bicikl 1%

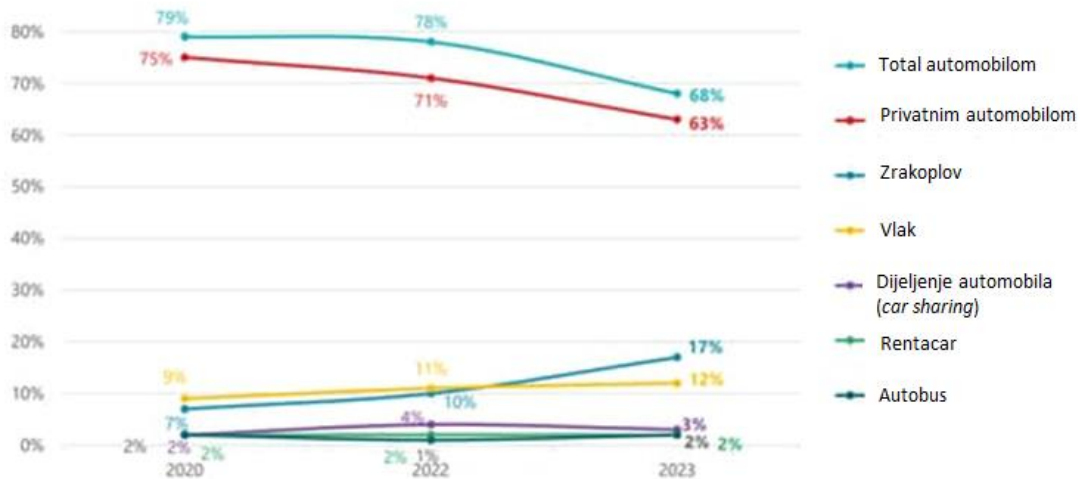
Sredstva prijevoza koja koriste Francuzi za odlazak na odmor



Izvor: OpinioWay za ATOUT France i ADN

Dvije trećine Francuza ide automobilom na ljetni odmor. Među onima koji planiraju otići na odmor, 63% koristi osobni automobil kao glavno prijevozno sredstvo. Ukupno je taj broj i veći ako dodamo i „dijeljenje automobila“ (3%) i rent-a-car (2%).

Vrsta prijevoza prilikom odlaska na odmor.

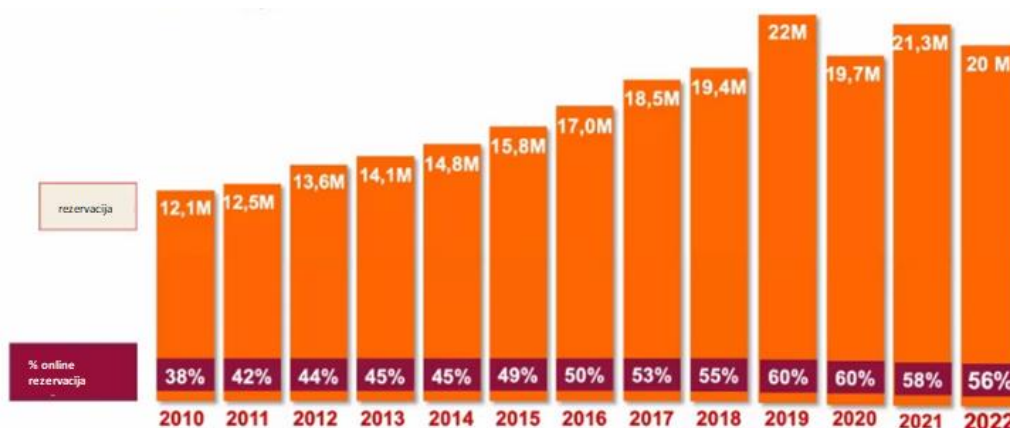


Izvor: Opinionway

Koji su način organiziranja odmora / bukiranja turisti preferirali prilikom odlaska na godišnji odmor u 2022. i procjene za 2023.

Prema istraživanju tvrtke Raffour Interactif, 56% Francuza koji su putovali rezerviralo je i platilo svoj odmor putem interneta u 2022. godini, što je za dva postotna boda manje nego li tijekom 2021. godine, i četiri postotna boda manje nego li tijekom 2020. godine. 76% Francuza koji su putovali u 2022. godini pripremio je svoje putovanje putem interneta (svi uređaji uključeni), u usporedbi sa 77% u 2021. godini te 81% u 2020.

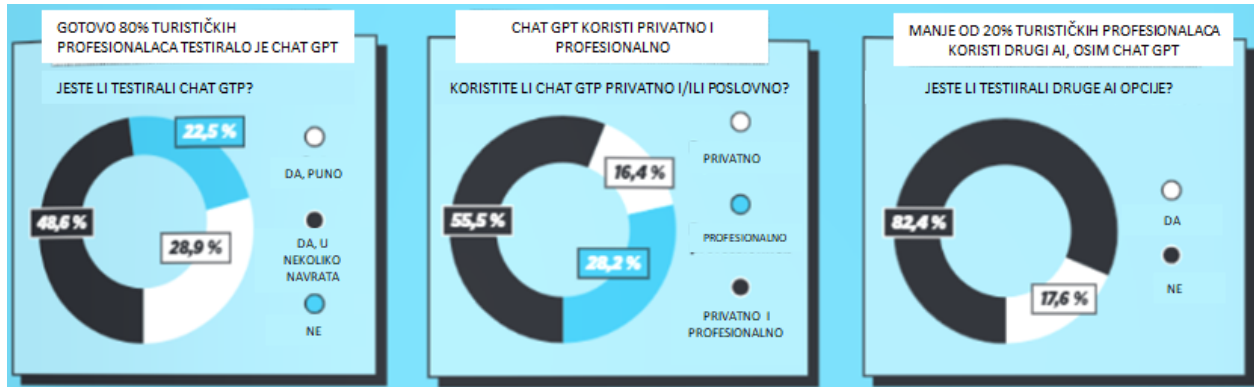
Evolucija broja Francuza koji su organizirali odmor preko interneta od 2010.- 2022.



Izvor: Opodo

Prema najnovijem istraživanju Echo Touristique sve više turističkih profesionalaca, ali i klijenata koristi umjetnu inteligenciju. Aplikacija ChatGPT zauzima važno mjesto u osobnim i profesionalnim životima Francuza budući da je, prema istraživanju L'Echo Touristique, gotovo 80% turističkih profesionalaca testiralo ChatGPT, a 55,5% ispitanika navodi da koriste ChatGPT redovito za profesionalne i osobne svrhe.

Korištenje umjetne inteligencije od strane turističke struke



Izvor : L'Echo Touristique studeni 2023.

Preferencije turista s obzirom na vrstu smještaja u 2022. i procjene za 2023.

Od svibnja do kolovoza 2023. godine, kolektivni organizirani smještaji zabilježio je 249,4 milijuna noćenja, potvrđujući potpuni oporavak nakon pandemijske krize. Posjećenost tijekom ljetne sezone 2023. godine premašuje za 3,3% onu iz rekordne 2019. Ukupno gledano, posjećenost tijekom ljetne sezone 2023. porasla je za 0,2 % u odnosu na 2022. godinu. Tijekom ljeta 2023., 61% Francuza koji su putovali na odmor koristilo je privatni smještaj. 20% njih koristilo je najam (kuće za odmor, direktni najam s vlasnicima...), 15% odabralo je hotelski smještaj, dok se 14% odlučilo za kamping.

Noćenja prema vrsti smještaja tijekom ljetne sezone 2023. u odnosu na 2022.

Vrsta smještaja	Ljeto 2022.		Ljeto 2023.	
	Noćenja (u milijunima)	Nerezidenti (u %)	Noćenja (u milijunima)	Nerezidenti (u %)
Hoteli	90.3	35.6	89.0	38.0
Kampovi	115.5	28.1	118.9	29.4
Ostali kolektivni turistički smještaji	43.0	15.7	41.5	17.9
Turističke rezidencije	30.1	17.9	28.5	20.8
Ukupno	248.8	28.7	249.4	30.6

Napomene: Ljetna sezona obuhvaća razdoblje svibanj - kolovoz. Podaci za 2023. nisu konačni.
 Izvor: Insee, u suradnji s regionalnim odborima za turizam (CRT), istraživanja posjećenosti u kolektivnom smještaju.

Razrada tržišta s obzirom na motiv putovanja u 2022. i procjene za 2023.

Top 5 motiva Francuza za putovanja :

- 53% njih želi „napuniti baterije“ i odmoriti se
- 45% želi „ne žuriti“ i uživati u svakom trenutku
- 44% želi otkrivati nove krajolike, uživati u okolišu
- 44% želi izaći iz svakodnevne rutine
- 38% želi prepustiti se životu bez vremenskih ograničenja

Ostali motivi tijekom odmora:

- 38% boravak s voljenima
- 37% opuštanje
- 36% otkrivanje novih mjesta i kultura
- 32% otkrivanje gastronomske ponude
- 30% otkrivanje kulturne i prirodne baštine

Izvor: OpinionWay za ATOU France i ADN

Prosječni budžet/potrošnja po putovanju u 2022. i procjene za 2023.

Ljetni odmori ostaju najomiljeniji među Francuzima. To je prilika za mnoge da promijene okolinu i provedu nekoliko dana na moru, u planinama, ili na selu. Francuzi željni odmora spremni su potrošiti više nego ranije. Prosječni proračun namijenjen ljetnom odmoru porastao je u 2023. za 23% u odnosu na 2022., dosežući 1.986 eura, u usporedbi s 1.614 eura u 2022.

PREGLED ORGANIZATORA PUTOVANJA NA TRŽIŠTU

Glavni TO/TA s programima za Hrvatsku

Glavni TO/TA	Informacije o programima za Hrvatsku
Promovacances	https://www.promovacances.com/vacances-sejour-hotel/voyage-croatie-et-cote-dalmate/
Visit Europe/ Travel Europe	https://www.visiteurope.fr/voyages-croatie
Top of Travel	https://www.topoftravel.fr/
Voyamar / Havas Voyages	https://www.havas-voyages.fr/sejour/sejour-croatie
Salaun	https://www.salaun-holidays.com/destinations/croatie
Voyage Privé	https://www.voyage-prive.com/offres/voyage-en-croatie
Last Minute	https://www.fr.lastminute.com/sejour/hr_croatie
Terre d'Aventures	https://www.terdav.com/ps-croatie/at-randonnee
Alibert Trekking	https://www.allibert-trekking.com
Amslav	https://www.amslav.com/accueil
Nomades Aventure	https://www.nomade-aventure.com/voyage-croatie
Voyageurs du Monde	https://www.voyageursdumonde.fr/voyage-sur-mesure/recherche-voyage/voyage-croatie
Comptoir des Voyages	https://www.comptoirdesvoyages.fr/voyage-pays/croatie/
Kuoni	https://www.kuoni.fr/destinations/europe/croatie/
TUI France	https://www.tui.fr/voyage-croatie/
Verdie Voyages	https://www.verdie-voyages.com/destination/croatie
Art & Vie	https://www.artsetvie.com/destination/europe/croatie.html
Step Travel	https://www.steptravel.fr/newsletter/Croatie.html
Promoséjours	https://www.promosejours.com/croatie/
CAP VERS L'EST	https://www.capverslest.fr/croatie/
Worldia	https://www.worldia.com/croatie
Voyages Gallia / La Cordée Voyage	https://www.lacordee-voyages.com/
Rivage du Monde	https://www.rivagesdumonde.fr/
Click & Boat	https://www.clickandboat.com/
Globsailor	https://www.globsailor.fr/
Ponant	https://www.ponant.com/destinations/croatie

Osvrt na poslovno okruženje i eventualne promjene u domeni TO/TA tijekom 2022. i 2023. s obzirom na tržišne turbulencije izazvane političkim i ekonomskim okolnostima

Za SETO (Sindikata turističkih agencija), ljetna sezona 2023. (od 1. svibnja do 31. listopada) potvrđuje snažan oporavak putovanja koji traje već više od godinu dana.

U okviru putovanja tijekom razdoblja od 1. svibnja do 31. listopada 2023., putničke agencije članice SETO-a realizirat će 1.651.081 putnika (+11% u usporedbi s 2022.). Takav promet, uz prosječan pojedinačni prihod od 1.318 eura (+4,2%), omogućuje postizanje planiranog prihoda od 2,176 milijardi eura (+15,9%). Ovi podaci se temelje na putovanjima realiziranim do 31. kolovoza 2023. te rezervacijama za rujan i listopad 2023.

Francuska spada u države s najbržim komercijalnim vlakovima na svijetu te se putnike ohrabruje kako bi ubuduće sve više koristili željeznički prijevoz umjesto zrakoplova ili automobila, koji zagađuju i do 80 puta više. Državnim dekretom zabranjeno je letjeti ukoliko na kraćim relacijama unutar zemlje postoji alternativni prijevoz, odnosno, brzi vlakovi. Zakon se odnosi na putovanja koja se vlakovima mogu prijeći za dva i pol sata ili manje. Mjera se prije svega odnosi na putovanja iz Pariza prema Nantesu, Lyonu i Boredeuaxu, a izazvale su velike kritike prije svega zaposlenih u zračnim kompanijama.

Krajem 2023. donesena je i odluka prema kojemu upravo Air France prestaje s letenjem sa zračne luke Orly te će se postupno ukidati domaće linije za koje postoji alternativni željeznički prijevoz.

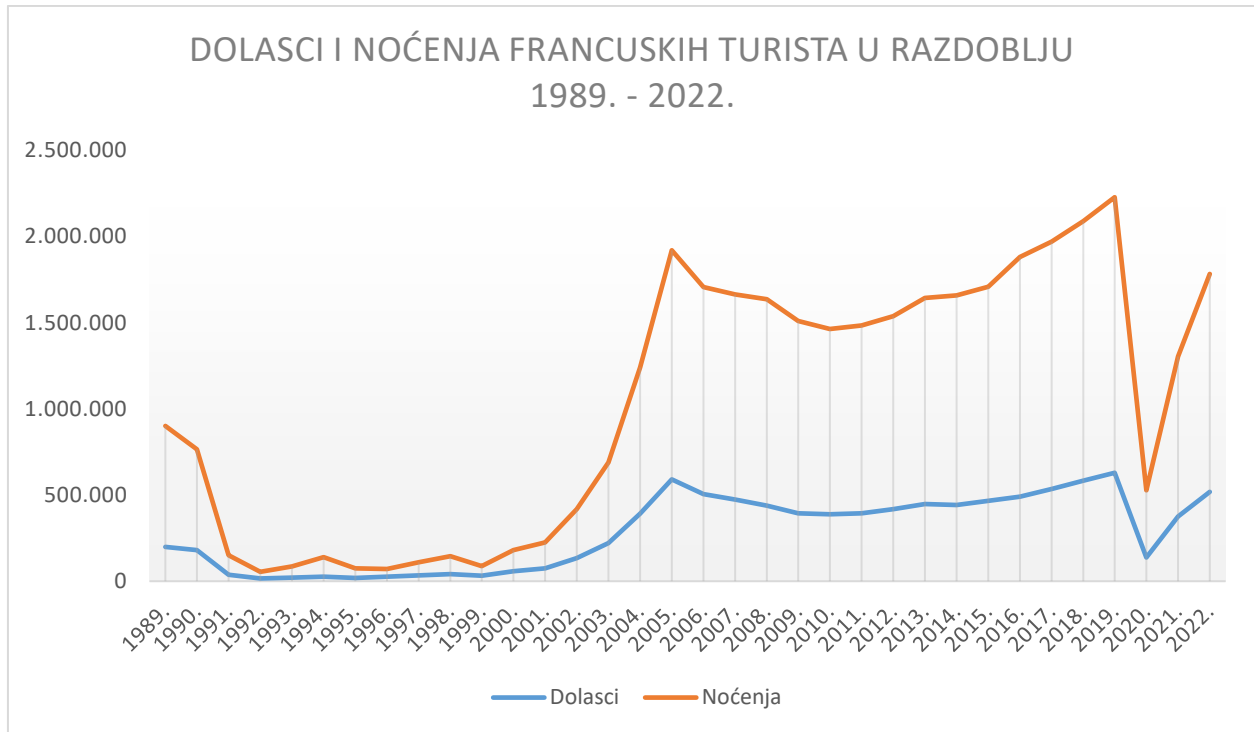
Unatoč odličnim rezultatima nakon pandemije, Air France, KLM i Transavia prevezli su 24,7 milijuna putnika od travnja do lipnja 2023., što je 11% manje nego u istom razdoblju 2019. Između 2019. i 2023. promet na domaćim linijama s polascima iz Orlyja u padu je od 40% do čak 60% na pojedinim linijama. Inače, pariški aerodromi ostvarili su tijekom 2023. 96% realizacije iz predpandemijske 2019. godine.

Glede željezničkog prometa, SNCF vidi konkurenciju koja dolazi i raste u Francuskoj s ulaskom na tržište stranih kompanija kao što su RENFE (Španjolska) i TrenItalia (Italija). Ovo natjecanje moglo bi srednjoročno/dugoročno dovesti do pada cijena karata za vlak i/ili razvoja novih linija.

DOPRINOS TRŽIŠTA UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU

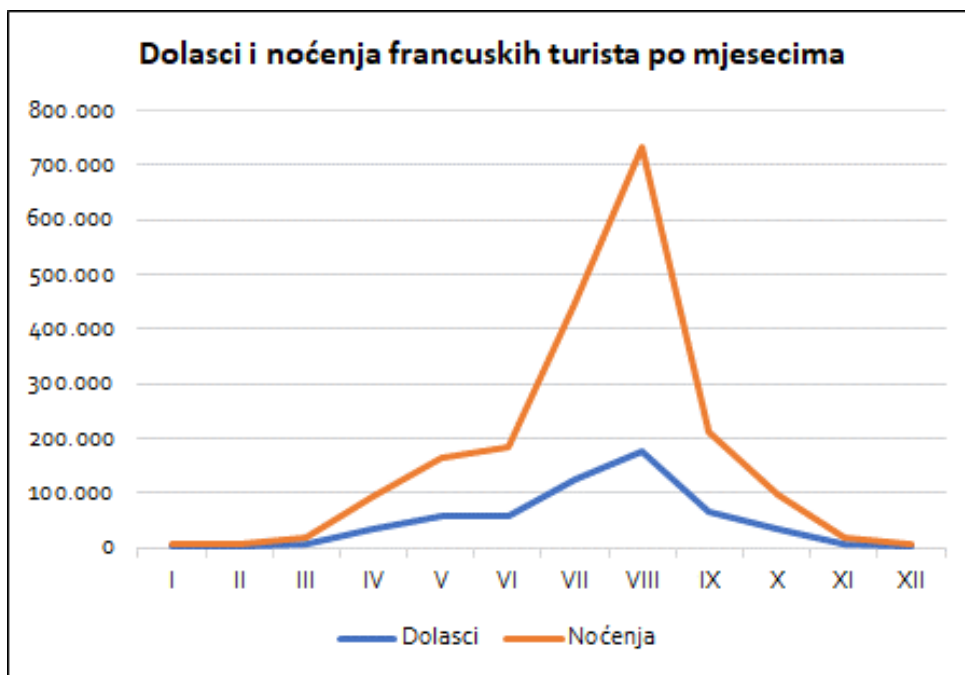
FRANCUSKA	Dolasci			Noćenja		
	apsol.	indeks	1989.=100	apsol.	indeks	1989.=100
1989.	199.865		100	901.070		100
1990.	181.233	91	91	765.644	85	85
1991.	37.297	21	19	149.989	20	17
1992.	15.989	43	8	54.593	36	6
1993.	19.910	125	10	86.295	158	10
1994.	27.261	137	14	138.760	161	15
1995.	18.788	69	9	75.562	54	8
1996.	27.000	144	14	71.000	94	8
1997.	34.647	128	17	110.470	156	12
1998.	41.914	121	21	144.867	131	16
1999.	31.646	76	16	87.818	61	10
2000.	57.193	181	29	180.449	205	20
2001.	74.719	131	37	224.510	124	25
2002.	134.708	180	67	418.172	186	46
2003.	220.636	164	110	688.715	165	76
2004.	392.911	178	197	1.241.729	180	138
2005.	591.098	150	296	1.920.288	155	213
2006.	505.139	85	253	1.707.718	89	190
2007.	473.806	94	237	1.664.973	97	185
2008.	439.095	93	220	1.635.494	98	182
2009.	393.192	90	197	1.510.894	92	168
2010.	388.320	99	194	1.464.114	97	162
2011.	394.482	102	197	1.483.546	101	165
2012.	418.412	106	209	1.538.457	104	171
2013.	448.776	107	225	1.643.722	107	182
2014.	441.494	98	221	1.658.151	101	184
2015.	466.045	106	233	1.709.254	103	190
2016.	490.604	105	245	1.882.270	110	209
2017.	536.072	109	268	1.969.831	105	219
2018.	583.130	109	292	2.088.534	106	232
2019.	629.231	108	315	2.228.227	107	247
2020.	137.823	22	69	527.671	24	59
2021.	375.905	273	188	1.304.091	247	145
2022.	518.193	138	259	1.783.368	137	198

IZVOR: DZS - komercijalni smještajni kapaciteti



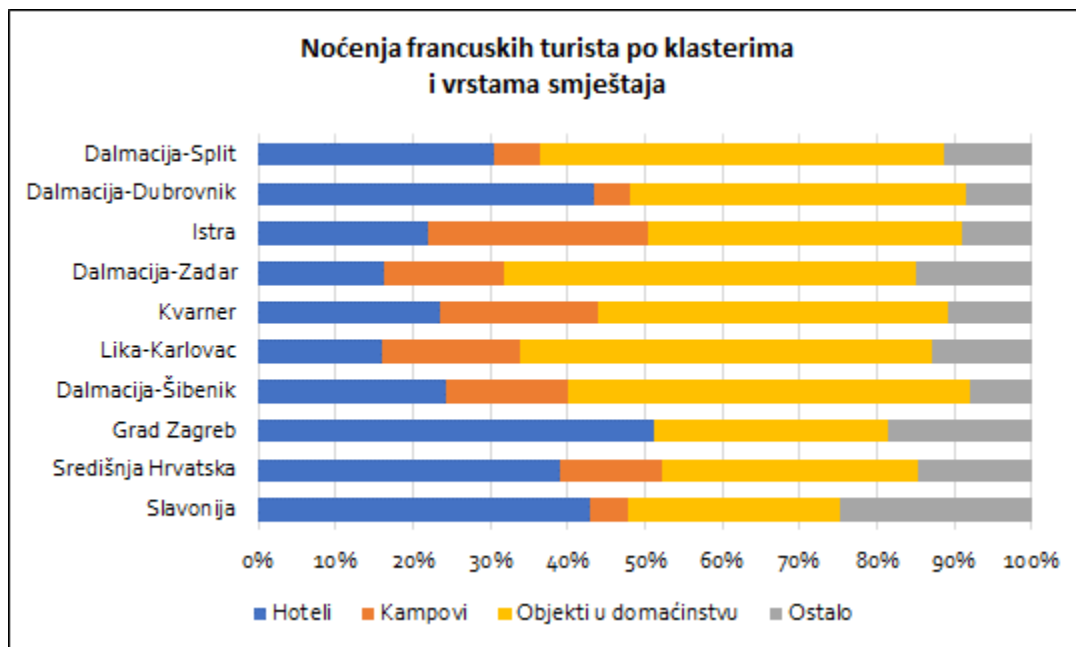
IZVOR: DZS - komercijalni smještajni kapaciteti

REZULTATI 2023. PREMA SUSTAVU eVISITOR (svi kapaciteti)



Promet po klasterima

	Dolasci	Noćenja
Dalmacija-Split	163.973	656.104
Dalmacija-Dubrovnik	139.036	457.120
Istra	52.665	209.343
Dalmacija-Zadar	45.841	163.257
Kvarner	43.116	138.927
Lika-Karlovac	49.719	100.433
Dalmacija-Šibenik	28.798	89.825
Nautika	10.995	84.946
Grad Zagreb	34.027	73.092
Središnja Hrvatska	6.121	12.351
Slavonija	2.913	5.839
Ukupno	577.204	1.991.237



Top destinacije

Grad općina	Noćenja
Dubrovnik	257.279
Split	202.654
Zagreb	73.092
Zadar	70.457
Konavle	67.987
Seget	67.223
Župa dubrovačka	42.302
Šibenik	41.725
Kaštela	38.600
Supetar	38.104

Dolasci po dobi i spolu

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

NALAZI ISTRAŽIVANJA TOMAS HRVATSKA 2022./2023.

Istraživanje TOMAS Hrvatska 2022./2023. je kvantitativno primarno istraživanje obilježja turističke potražnje u Hrvatskoj u kojem se podaci prikupljaju izravno od turista koji borave u Hrvatskoj. Pristup u definiranju metodološkog okvira istraživanja TOMAS Hrvatska 2022./2023. temelji se na znanstveno-istraživačkim metodama, uključivanju multidisciplinarnog tima stručnjaka te transparentnom i inovativnom pristupu utemeljenom na dugogodišnjem iskustvu i međunarodnoj prepoznatljivosti u postavljanju metodologije i provođenju kvantitativnih longitudinalnih istraživanja turističke potražnje.

Pet je glavnih skupina obilježja/pokazatelja koji se prikupljaju:

- Profil turista: spol, dob, školska sprema, zemlja stalnog boravka i mjesečni prihodi kućanstva.
- Obilježja putovanja: pratnja na putovanju, glavni razlog putovanja, motivi poslovnih i odmorišnih putovanja, izvori informacija o destinaciji, učestalost posjeta Hrvatskoj (za inozemne turiste) i destinaciji, glavno korišteno prijevozno sredstvo za dolazak u destinaciju, korištenje usluga niskobudžetnih zračnih prijevoznika (za turiste koji su koristili zrakoplov u dolasku/odlasku), korištenje usluga paket aranžmana, usluge uključene u paket aranžman te način i vrijeme rezervacije smještaja.
- Obilježja boravka u destinaciji: duljina boravka na putovanju i u destinaciji (broj noćenja), broj korištenih komercijalnih smještajnih objekata tijekom putovanja, usluge u okviru smještaja, aktivnosti u destinaciji (38 ponuđenih aktivnosti) te korištena prometna sredstva u destinaciji.
- Izdaci na turističkom putovanju, odnosno turistička potrošnja: izdaci za usluge paket aranžmana (ukoliko je putovanje bilo organizirano kao paket aranžman), izdaci za prijevoz u Hrvatskoj do destinacije i natrag, izdaci za lokalni prijevoz, izdaci za uslugu smještaja s povezanom uslugom hrane, izdaci za hranu i piće izvan smještaja, izdaci za kupnju, izdaci za kulturu i zabavu, izdaci za sport i rekreaciju, izdaci za izlete te svi ostali izdaci.
- Stavovi o ponudi/zadovoljstvo ponudom: ocjena ukupnog zadovoljstva, ocjena pojedinačnih elemenata ponude, smetnje koje su negativno utjecale na boravak u destinaciji te namjera preporuke.

Dizajn uzorka Stratificirani slučajni uzorak/stratificirani kvotni uzorak

Stratumi:

- Mjeseci: lipanj 2022. do lipanj 2023. godine;
- Regije: Istarska županija, Primorsko-goranska županija, Ličko-senjska županija, Zadarska županija, Šibensko-kninska županija, Splitsko-dalmatinska županija, Dubrovačko-neretvanska županija, Grad Zagreb, Slavonija (Brodsko-posavska, Vukovarsko-srijemska, Osječko-baranjska, Požeško-slavonska i Virovitičko-podravska županija), Sjeverna Hrvatska (Zagrebačka, Krapinsko-zagorska, Međimurska, Varaždinska i Kopriivničko-

križevačka županija) i Središnja Hrvatska (Bjelovarsko-bilogorska, Sisačko-moslavačka, Karlovačka županija);

Konačni rezultati istraživanja, listopad 2023.

Vrste smještaja: hoteli prema kategoriji (hoteli visoke i više kategorija - 4* i 5*, hoteli s 3*, hoteli niže kategorije uključujući nekategorizirane objekte, pansioni i slično)², hosteli, kampovi, obiteljski smještaj;

Zemlje porijekla turista: Hrvatska, Njemačka, Slovenija, Austrija, Poljska, Italija, Češka, Ujedinjeno Kraljevstvo, Skandinavija (Švedska, Norveška, Danska i Finska), Mađarska, Nizozemska, Slovačka, Francuska, Bosna i Hercegovina, Sjedinjene američke države, Švicarska, Belgija, Španjolska, Srbija i azijske zemlje.

Pregled ključnih nalaza predmetnog istraživanja, s usporednim pokazateljima po tržištima slijedi u nastavku:

MJESEČNA PRIMANJA KUĆANSTVA PREMA ZEMLJI PORIJEKLA

MJESEČNA PRIMANJA KUĆANSTVA	Ukupno	Hrvatska	Inozemni turisti	Inozemni turisti																			
				Njemačka	Slovenija	Austrija	Poljska	Italija	Češka	Ujedinjeno Kraljevstvo	Skandinavija	Mađarska	Nizozemska	Slovačka	Francuska	Bosna i Hercegovina	SAD	Švicarska	Belgija	Španjolska	Srbija	Ostale EU zemlje	Azijske zemlje
Do 500 eura	0,1	0,1	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,3	0,0	0,3	0,0	0,3	1,7	0,0	0,0	0,3	0,1	0,1	1,1
501 do 1.000 eura	0,7	2,5	0,6	0,3	0,1	0,0	0,4	0,0	0,6	0,0	0,0	0,7	0,6	0,0	1,2	8,3	0,0	0,0	0,0	0,8	1,8	0,9	2,6
1.001 do 1.500 eura	2,5	10,7	1,8	0,7	1,9	0,4	2,1	1,1	2,8	0,7	0,1	1,7	0,8	1,7	0,6	21,2	3,8	0,4	0,0	10,4	14,2	1,5	1,8
1.501 do 2.000 eura	5,5	17,1	4,5	1,3	6,5	2,4	5,9	8,8	8,7	1,5	3,1	3,1	0,0	4,5	2,7	24,3	1,1	1,7	1,0	3,8	23,0	13,3	23,9
2.001 do 2.500 eura	11,4	21,4	10,5	9,9	15,3	7,8	11,2	16,3	11,7	8,6	4,4	13,3	3,1	10,9	7,8	23,3	3,5	0,1	2,0	5,9	20,1	9,8	1,9
2.501 do 3.000 eura	15,5	20,4	15,1	14,7	18,8	17,8	17,2	21,4	22,7	8,0	3,3	16,2	5,2	24,3	8,4	9,9	4,3	9,8	5,0	10,3	9,0	7,8	0,8
3.001 do 3.500 eura	19,6	15,7	20,0	20,5	25,7	23,2	20,4	20,0	22,2	9,0	16,4	30,4	14,2	28,7	9,5	4,9	3,4	14,3	12,1	23,6	9,2	18,6	2,0
3.501 do 4.000 eura	20,4	6,9	21,6	25,3	20,6	26,1	22,8	19,6	14,2	18,9	17,6	22,1	27,6	15,7	25,6	0,7	18,6	28,1	20,5	21,9	7,7	18,9	6,9
4.001 do 5.000 eura	11,9	3,4	12,7	14,9	6,7	12,3	11,1	8,3	11,6	13,5	12,9	6,0	29,8	8,4	18,1	6,0	6,5	15,3	26,2	8,8	7,0	13,0	15,8
5.001 euro i više	12,1	1,9	13,0	12,4	4,3	10,1	8,8	4,4	5,6	39,6	42,2	6,1	18,8	5,4	26,1	1,1	57,1	30,4	33,1	14,3	7,9	16,0	43,2
UKUPNO	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

PRATNJA NA PUTOVANJU PREMA ZEMLJI PORIJEKLA

PRATNJA NA PUTOVANJU	Ukupno	Hrvatska	Inozemni turisti	Inozemni turisti																			
				Njemačka	Slovenija	Austrija	Poljska	Italija	Češka	Ujedinjeno Kraljevstvo	Skandinavija	Mađarska	Nizozemska	Slovačka	Francuska	Bosna i Hercegovina	SAD	Švicarska	Belgija	Španjolska	Srbija	Ostale EU zemlje	Azijske zemlje
Sam(a)	5,5	20,1	4,1	2,6	3,7	3,4	1,1	4,3	5,6	3,6	3,9	2,5	2,1	7,4	6,4	3,4	7,1	2,8	1,6	8,0	10,8	10,7	18,3
Samo s partnerom	37,6	34,7	37,9	37,8	31,8	40,8	34,4	44,1	30,7	53,8	43,0	30,3	29,2	32,3	51,2	31,1	57,9	29,7	23,1	54,9	37,7	46,8	38,6
S članovima obitelji	43,8	32,1	44,9	48,7	49,9	47,4	50,4	31,2	52,5	22,0	37,7	51,3	57,1	52,8	23,1	56,2	16,3	49,9	48,2	12,8	34,8	33,3	19,0
S prijateljima poznanicima	13,1	13,1	13,1	10,9	14,6	8,4	14,1	20,4	11,2	20,5	15,5	16,0	11,6	7,6	19,3	9,4	18,7	17,6	27,2	24,3	16,7	9,1	24,1
UKUPNO	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

GLAVNI RAZLOG PUTOVANJA PREMA ZEMLJI PORIJEKLA

GLAVNI RAZLOG PUTOVANJA	Ukupno	Hrvatska	Inozemni turisti	Inozemni turisti																			
				Njemačka	Slovenija	Austrija	Poljska	Italija	Češka	Ujedinjeno Kraljevstvo	Skandinavija	Mađarska	Nizozemska	Slovačka	Francuska	Bosna i Hercegovina	SAD	Švicarska	Belgija	Španjolska	Srbija	Ostale EU zemlje	Azijske zemlje
Posao	2,8	14,6	1,7	0,9	2,7	1,3	0,3	2,1	0,9	1,0	1,6	1,4	1,5	1,0	4,0	2,6	3,6	1,3	2,0	5,5	7,4	5,7	7,7
Odmor	92,2	70,7	94,2	95,3	94,2	94,9	97,6	90,4	96,3	96,9	96,3	96,8	97,4	92,3	93,5	85,4	89,3	97,3	92,0	88,6	82,9	92,3	89,5
Posjet rodbini i prijateljima	3,1	7,7	2,6	3,0	1,6	2,3	0,9	3,7	1,4	0,5	1,4	0,6	0,2	5,7	1,8	9,1	3,8	0,6	5,8	4,2	8,5	0,5	0,5
Zdravstveni razlozi	1,3	5,4	0,9	0,6	1,4	0,7	0,6	3,1	1,2	0,8	0,6	0,8	0,6	0,5	0,5	2,2	0,0	0,2	0,2	0,0	0,3	0,4	0,0
Vjerski razlozi	0,1	0,2	0,1	0,1	0,0	0,1	0,1	0,6	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,2	0,1	0,0	1,4
Obrazovanje	0,4	0,9	0,3	0,1	0,1	0,6	0,4	0,1	0,0	0,5	0,1	0,4	0,2	0,4	0,1	0,2	3,3	0,5	0,0	1,5	0,5	0,9	0,0
Nešto drugo	0,1	0,5	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,3	0,1	0,0	0,0	0,0	0,1	0,3	0,0	0,0	0,1	0,0	0,3	0,1	0,9
UKUPNO	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

MOTIVI DOLASKA * PREMA ZEMLJI PORIJEKLA

MOTIVI DOLASKA*	Ukupno	Hrvatska	Inozemni turisti	Inozemni turisti																			
				Njemačka	Slovenija	Austrija	Poljska	Italija	Češka	Ujedinjeno Kraljevstvo	Skandinavija	Mađarska	Nizozemska	Slovačka	Francuska	Bosna i Hercegovina	SAD	Švicarska	Belgija	Španjolska	Srbija	Ostale EU zemlje	Azijske zemlje
More	79,4	51,1	82,0	86,5	85,7	83,7	92,4	76,0	90,5	72,5	69,7	83,5	82,3	87,4	68,6	78,6	47,7	82,0	82,8	62,5	74,9	66,3	45,7
Priroda	61,1	44,0	62,7	71,7	58,9	74,2	64,5	62,0	71,0	40,9	56,3	37,2	74,7	65,2	54,6	45,0	33,2	64,7	61,7	38,5	47,2	37,5	25,5
Gradovi (city break)	19,2	10,7	20,0	15,4	17,6	20,7	26,2	21,9	11,3	29,0	29,3	30,9	21,4	13,5	23,3	18,6	40,9	28,2	17,9	40,6	13,7	29,6	47,7
Gastronomija	18,2	10,5	18,9	21,8	14,4	22,2	15,6	11,0	17,8	21,0	21,4	28,9	17,2	14,1	13,8	14,1	27,0	17,2	15,0	17,3	8,1	21,1	25,4
Touring/ sightseeing	11,4	4,7	12,1	5,6	6,5	4,3	17,5	14,5	6,7	33,4	32,2	7,9	21,9	5,8	30,9	4,5	33,7	10,2	11,8	18,6	15,9	36,5	46,7
Kultura i umjetnost	9,0	3,5	9,5	8,9	3,0	5,0	11,4	5,7	6,7	22,5	14,9	10,7	7,9	4,7	17,1	5,5	31,0	8,8	5,8	23,9	6,2	16,3	31,1
Zabava i festivali	8,8	9,9	8,7	8,6	16,7	6,6	5,8	9,5	8,8	6,4	1,3	5,0	4,7	9,8	11,2	14,8	0,9	10,6	7,4	15,7	19,0	5,6	4,1
Manifestacije /dogođanja	8,2	10,8	8,0	3,7	7,5	5,1	10,2	13,6	11,7	11,7	8,4	11,6	16,3	9,2	7,1	5,5	5,1	21,6	25,7	7,4	10,1	4,4	1,5
Ostali sportovi i rekreacija	7,7	6,4	7,9	11,2	11,7	12,2	3,9	7,7	5,7	1,9	1,3	13,9	9,1	4,1	1,6	1,0	2,4	8,7	1,6	0,0	5,7	1,5	3,4
Sela/ ruralno područje	4,7	4,9	4,7	5,7	4,6	4,6	2,5	4,4	5,1	7,3	4,3	6,2	5,0	5,7	2,9	4,2	1,9	4,5	6,3	1,8	2,9	2,0	1,2
Planinarenje/ hodaње	3,5	2,8	3,5	5,1	3,1	4,2	2,7	2,1	3,4	1,7	4,8	2,3	3,0	3,4	2,0	1,4	2,1	7,1	1,0	1,9	0,0	1,8	2,5
Posjet rodbini i prijateljima	3,1	7,7	2,6	3,0	1,6	2,3	0,9	3,7	1,4	0,5	1,4	0,6	0,2	5,7	1,8	9,1	3,8	0,6	5,8	4,2	8,5	0,5	0,5
Posao	2,8	14,6	1,7	0,9	2,7	1,3	0,3	2,1	0,9	1,0	1,6	1,4	1,5	1,0	4,0	2,6	3,6	1,3	2,0	5,5	7,4	5,7	7,7
Wellness/ toplice/	2,5	5,4	2,3	1,5	2,9	4,4	1,7	2,3	1,4	2,8	3,0	1,7	1,1	2,3	0,6	4,0	6,4	2,9	0,3	1,6	6,7	0,2	0,0
Ostali motivi	1,3	3,7	1,1	0,8	2,4	0,5	0,9	1,3	1,5	0,5	0,1	1,2	0,4	0,0	1,1	7,7	1,4	1,8	1,1	0,2	0,4	0,0	0,7
Zdravstveni razlozi	1,3	5,4	0,9	0,6	1,4	0,7	0,6	3,1	1,2	0,8	0,6	0,8	0,6	0,5	0,5	2,2	0,0	0,2	0,2	0,0	0,3	0,4	0,0
Cikloturizam	1,0	1,7	0,9	0,6	1,7	0,7	0,8	1,1	1,1	0,2	4,0	1,6	1,4	0,8	1,1	0,0	0,1	2,1	0,1	0,3	0,4	0,0	0,2
Obrazovanje	0,4	0,9	0,3	0,1	0,1	0,6	0,4	0,1	0,0	0,5	0,1	0,4	0,2	0,4	0,1	0,2	3,3	0,5	0,0	1,5	0,5	0,9	0,0
Vjerski razlozi	0,1	0,2	0,1	0,1	0,0	0,1	0,1	0,6	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,2	0,1	0,0	1,4
Neki drugi razlog	0,1	0,5	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,3	0,1	0,0	0,0	0,0	0,1	0,3	0,0	0,0	0,1	0,0	0,3	0,1	0,9

*mogućnost više odgovora

UČESTALOST DOLASKA PREMA ZEMLJI PORIJEKLA

UČESTALOST DOLASKA	Ukupno	Hrvatska	Inozemni turisti	Inozemni turisti																			
				Njemačka	Slovenija	Austrija	Poljska	Italija	Češka	Ujedinjeno Kraljevstvo	Skandinavija	Mađarska	Nizozemska	Slovačka	Francuska	Bosna i Hercegovina	SAD	Švicarska	Belgija	Španjolska	Srbija	Ostale EU zemlje	Azijske zemlje
Prvi posjet	15,6	-	15,6	6,3	3,0	6,5	10,7	8,1	6,5	43,2	43,2	16,5	22,7	19,7	40,7	3,5	60,6	11,7	23,6	62,4	14,9	57,6	83,3
Drugi posjet	14,0	-	14,0	10,7	5,3	9,2	18,7	10,4	12,1	24,1	28,0	18,1	18,4	14,5	37,6	2,7	26,8	14,7	16,9	23,3	12,0	29,1	11,5
3 do 6 posjeta	26,5	-	26,5	29,7	23,2	24,9	41,2	27,0	32,5	22,0	16,7	26,1	17,7	31,4	13,8	24,1	8,7	29,0	19,2	7,7	36,9	6,3	2,8
7 i više posjeta	43,9	-	43,9	53,3	68,5	59,5	29,4	54,5	48,9	10,7	12,1	39,3	41,2	34,4	7,9	69,7	3,8	44,6	40,4	6,6	36,3	7,0	2,4
UKUPNO	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

NAČIN REZERVACIJE SMJEŠTAJA PREMA ZEMLJI PORIJEKLA

NAČIN REZERVACIJE SMJEŠTAJA	Ukupno	Hrvatska	Inozemni turisti	Inozemni turisti																			
				Njemačka	Slovenija	Austrija	Poljska	Italija	Češka	Ujedinjeno Kraljevstvo	Skandinavija	Mađarska	Nizozemska	Slovačka	Francuska	Bosna i Hercegovina	SAD	Švicarska	Belgija	Španjolska	Srbija	Ostale EU zemlje	Azijske zemlje
TO/TA - osobnim kontaktom, telefonom/ e-mailom	7,7	6,4	7,8	6,5	6,7	10,0	5,2	7,1	9,9	13,8	8,5	5,6	7,7	9,7	10,4	5,8	13,8	7,0	7,6	5,9	7,0	8,0	14,5
Posredstvom TO/TA - online booking (ne e-mailom), uključujući i OTA.	44,7	25,1	46,5	46,4	29,1	45,4	47,8	45,3	51,4	53,2	52,9	53,3	49,0	58,5	49,3	36,2	47,4	39,0	45,8	56,1	47,2	62,4	39,3
Izravno sa smještajnim objektom - osobnim kontaktom,	26,3	42,2	24,8	28,0	38,2	27,2	19,5	27,9	20,7	11,9	14,5	22,8	22,3	18,6	15,1	40,8	8,8	20,5	36,5	16,0	27,5	8,6	14,9
Izravno sa smještajnim objektom - online booking (ne e-mailom)	17,5	20,6	17,2	16,1	21,2	15,1	19,2	16,1	14,5	19,6	21,4	14,4	19,4	9,8	20,2	10,6	21,2	25,5	7,9	21,3	16,8	18,9	30,7
Na neki drugi način	0,8	1,4	0,7	0,4	1,7	0,3	3,0	0,7	0,3	0,0	0,1	0,2	0,1	0,5	0,1	0,8	0,3	0,4	0,0	0,0	0,6	0,5	0,5
Nije unaprijed rezerviran	3,1	4,4	3,0	2,6	3,1	2,0	5,3	2,9	3,3	1,5	2,6	3,7	1,5	2,9	4,8	5,9	8,5	7,7	2,2	0,6	1,0	1,6	0,2
UKUPNO	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

IZVORI INFORMACIJA U PLANIRANJU PUTOVANJA* PREMA ZEMLJI PORIJEKLA

IZVORI INFORMACIJA	Ukupno	Hrvatska	Inozemni turisti	Inozemni turisti																			
				Njemačka	Slovenija	Austrija	Poljska	Italija	Češka	Ujedinjeno Kraljevstvo	Skandinavija	Mađarska	Nizozemska	Slovačka	Francuska	Bosna i Hercegovina	SAD	Švicarska	Belgija	Španjolska	Srbija	Ostale EU zemlje	Azijske zemlje
Internet stranice hrvatskih turističkih zajednica ili ureda	18,3	12,0	18,9	17,5	11,7	21,6	14,7	19,1	20,3	23,2	31,5	21,1	35,0	13,7	16,7	19,2	13,2	24,7	23,5	23,2	22,4	16,1	30,9
Online turističke agencije	32,1	19,5	33,2	33,0	20,8	35,4	31,0	27,6	34,9	38,5	36,5	37,5	35,2	41,3	45,7	29,8	33,9	31,0	29,1	47,6	35,0	42,2	41,3
Internet stranice i mobilne aplikacije smještajnih objekata	10,6	9,6	10,7	9,0	9,9	11,4	12,4	9,4	9,6	16,9	19,3	5,2	12,9	6,7	9,3	11,1	8,1	19,0	12,8	8,3	13,2	11,6	7,4
Internet stranice turističkih atrakcija	11,4	5,1	12,0	10,4	9,4	11,0	12,7	11,5	12,1	11,9	15,0	8,6	25,9	13,6	12,9	11,1	16,7	14,3	14,9	16,1	16,9	6,7	12,5
Objave korisnika na društvenim mrežama	22,3	10,6	23,4	22,7	16,2	24,2	21,2	24,3	18,0	28,4	27,6	25,8	25,9	21,2	28,6	15,5	37,7	26,1	30,2	45,7	29,3	37,2	26,8
Blogovi, forumi i portali o putovanjima i slični online sadržaji	15,4	5,8	16,3	15,3	9,1	14,0	17,2	13,3	16,0	29,2	22,0	14,1	19,4	14,5	17,6	8,8	32,3	15,3	27,8	16,3	11,4	23,5	24,5
Sponzorirani oglasi na internetskim pretraživačima, društvenim mrežama i portalima	9,9	6,3	10,3	11,7	7,1	12,2	6,7	8,3	14,0	12,6	6,0	9,0	16,4	8,1	8,9	7,6	2,2	15,5	13,4	3,4	9,8	9,8	20,6
Promotivni oglas ili spot na radiju ili televiziji	9,5	4,9	9,9	10,2	8,7	9,5	8,1	11,8	15,4	8,3	10,3	10,6	5,2	12,9	5,8	12,0	6,4	13,4	15,9	9,5	5,8	5,4	2,6
Dokumentarni film ili prilog na radiju ili televiziji	7,6	3,1	8,0	8,3	5,8	7,5	9,3	10,5	6,0	9,1	12,6	7,3	7,8	13,2	6,2	4,3	5,1	7,4	12,8	1,4	6,6	6,3	1,2
Članci u novinama ili časopisima	6,9	4,0	7,2	8,7	6,0	7,2	3,8	7,9	6,8	8,4	6,1	9,2	5,2	13,5	5,0	6,5	11,9	7,4	6,5	1,9	2,3	3,4	8,3
Oglasi, plakati, katalozi, brošure i ostali tiskani promotivni materijali	6,3	5,8	6,3	6,9	4,3	7,0	5,0	7,3	6,6	7,3	7,4	6,5	6,0	10,4	4,1	3,7	7,5	5,8	11,4	2,2	1,2	3,7	3,8
Turistički i drugi sajmovi	7,6	4,3	7,9	7,0	6,8	7,3	7,8	9,1	10,4	12,2	10,3	5,9	13,6	8,2	4,2	1,6	18,9	8,1	10,9	3,0	4,3	6,8	4,4
Preporuke rodbine ili prijatelja	33,3	29,5	33,7	28,9	28,3	29,6	42,6	28,6	36,4	45,7	41,1	35,4	37,4	40,8	42,1	37,1	49,4	41,9	41,3	30,2	33,4	24,0	21,2
Preporuke putničkih ili turističkih agencija	11,3	5,9	11,8	10,5	9,5	11,0	9,4	13,4	16,8	12,2	12,8	17,0	18,5	13,9	13,7	6,1	16,4	15,0	17,5	9,9	3,2	7,2	12,5
Preporuke klubova, udruženja	5,1	6,0	5,0	3,5	6,1	5,4	4,1	7,9	5,5	2,7	3,9	6,6	7,3	10,9	3,1	3,3	3,4	11,5	5,3	4,1	5,6	1,8	15,7
Prijašnji boravak	28,9	42,8	27,6	28,0	42,8	22,1	34,7	30,8	35,2	17,7	13,5	28,3	16,9	31,5	16,8	50,2	9,1	21,2	35,4	6,1	22,9	8,5	2,6
Nisu bile potrebne nikakve informacije	5,2	12,1	4,6	6,3	8,7	7,8	2,2	6,0	2,1	1,5	0,9	3,1	5,6	0,9	0,5	2,1	1,9	4,4	2,5	1,2	1,8	0,7	0,4

*mogućnost više odgovora

TRENTAK REZERVACIJE SMJEŠTAJA*

TRENUTAK REZERVACIJE SMJEŠTAJA	Ukupno	Hrvatska	Inozemni turisti	Inozemni turisti																			
				Njemačka	Slovenija	Austrija	Poljska	Italija	Češka	Ujedinjeno Kraljevstvo	Skandinavija	Mađarska	Nizozemska	Slovačka	Francuska	Bosna i Hercegovina	SAD	Švicarska	Belgija	Španjolska	Srbija	Ostale EU zemlje	Azijske zemlje
Manje od tjedan dana prije dolaska	3,8	9,3	3,3	2,1	5,8	2,2	1,7	5,7	1,3	2,9	2,5	2,2	1,3	6,8	4,6	6,5	3,2	4,1	1,9	9,8	6,5	2,2	3,3
1 do 4 tjedna prije dolaska	20,1	37,4	18,5	19,8	18,9	17,5	13,7	23,9	15,3	16,5	14,4	24,0	9,3	9,7	16,1	28,0	16,7	16,5	22,3	23,4	30,2	29,4	24,8
1 do 3 mjeseca prije dolaska	43,5	38,5	44,0	38,5	37,8	36,5	56,6	41,2	48,6	54,9	50,3	45,2	33,7	56,2	55,9	47,9	46,7	36,3	50,0	43,7	45,8	53,3	60,9
3 do 6 mjeseci prije dolaska	20,2	12,1	21,0	20,1	23,1	29,2	17,8	20,5	25,6	16,2	16,5	21,8	27,7	21,4	18,4	16,8	20,5	25,2	15,9	20,4	15,9	12,1	3,0
Više od 6 mjeseci prije dolaska	12,4	2,7	13,3	19,4	14,4	14,7	10,1	8,7	9,2	9,5	16,4	6,7	28,1	5,9	5,1	0,8	12,9	18,0	9,8	2,7	1,6	2,9	8,1
UKUPNO	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

* Za one koji su unaprijed rezervirali smještaj

PRIVEZNO SREDSTVO PREMA ZEMLJI PORIJEKLA

PRIVEZNO SREDSTVO	Ukupno	Hrvatska	Inozemni turisti	Inozemni turisti																			
				Njemačka	Slovenija	Austrija	Poljska	Italija	Češka	Ujedinjeno Kraljevstvo	Skandinavija	Mađarska	Nizozemska	Slovačka	Francuska	Bosna i Hercegovina	SAD	Švicarska	Belgija	Španjolska	Srbija	Ostale EU zemlje	Azijske zemlje
Automobil	66,0	88,5	63,9	66,9	69,5	73,0	82,6	66,4	78,8	16,4	28,3	88,7	45,5	85,5	31,5	89,4	0,0	61,9	60,1	13,8	85,3	38,6	4,4
Automobil s kamp-kućicom	9,1	2,7	9,7	15,7	12,8	11,3	6,8	6,5	7,6	1,3	7,9	4,3	15,7	3,4	1,9	1,8	0,0	11,4	17,4	1,6	0,2	0,5	0,0
Kamper	6,6	0,4	7,2	10,9	12,3	10,1	2,8	8,5	3,3	0,6	5,5	2,0	17,1	1,6	2,1	0,0	0,0	7,7	5,1	0,7	0,3	2,6	0,0
Autobus	2,4	4,9	2,1	1,0	2,6	1,0	2,5	1,5	5,0	1,8	0,7	1,9	0,7	2,5	5,0	6,3	0,0	2,4	1,9	7,2	9,7	1,5	0,0
Motocikl	1,5	1,6	1,5	0,9	2,3	1,3	0,4	5,0	2,8	0,1	1,3	0,5	0,3	5,0	2,2	0,6	0,0	3,8	1,2	0,3	0,3	0,2	0,0
Bičikl	0,1	0,3	0,1	0,0	0,1	0,0	0,0	1,5	0,0	0,0	0,0	0,2	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Zrakoplov	13,9	0,8	15,2	4,5	0,5	3,2	4,9	8,6	2,0	78,8	56,1	2,3	20,5	1,7	56,0	0,1	100	12,7	14,1	75,5	3,8	56,7	95,6
Brod/trajekt	0,2	0,4	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	2,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,5	0,0	0,0	0,0	0,0	1,0	0,0	0,0	0,0
Jahta ili jedrilica	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Nešto drugo	0,2	0,3	0,2	0,2	0,1	0,0	0,0	0,0	0,5	0,3	0,2	0,0	0,2	0,3	0,8	1,9	0,0	0,2	0,1	0,0	0,5	0,0	0,0
UKUPNO	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

AKTIVNOSTI* ZA VRIJEME BORAVKA U DESTINACIJI PREMA ZEMLJI PORIJEKLA 1/2

AKTIVNOSTI* ZA VRIJEME BORAVKA	Ukupno	Hrvatska	Inozemni turisti	Inozemni turisti																			
				Njemačka	Slovenija	Austrija	Poljska	Italija	Česka	Ujedinjeno Kraljevstvo	Skandinavija	Mađarska	Nizozemska	Slovačka	Francuska	Bosna i Hercegovina	SAD	Švicarska	Belgija	Španjolska	Srbija	Ostale EU zemlje	Azijske zemlje
Plivanje/ kupanje	72,8	52,3	74,8	78,3	74,4	73,6	81,6	67,8	83,9	73,7	80,7	66,1	75,5	74,0	64,8	70,2	70,0	76,9	76,6	63,7	63,7	59,6	45,3
Odlazak u restorane	59,3	49,9	60,2	57,8	52,7	63,4	66,7	49,2	64,1	76,0	63,3	45,6	62,0	55,4	73,5	55,9	74,3	51,8	67,3	78,9	59,0	68,4	71,7
Razgledavanje gradova	40,0	31,7	40,8	31,3	31,3	36,7	51,2	35,9	31,5	66,3	60,8	44,2	57,4	28,9	64,2	36,4	75,7	56,9	39,3	65,9	49,4	55,8	76,7
Odlazak u klubove/ples/ noćni život	22,7	13,7	23,5	22,7	22,0	23,2	20,8	24,6	20,7	30,2	20,7	27,4	24,2	13,9	28,0	21,2	38,6	37,9	48,2	41,2	25,3	23,3	21,2
Kupovina (osim svakodnevnih potrepština)	17,8	13,6	18,2	14,8	12,1	14,3	25,2	8,3	14,4	36,9	32,4	9,4	33,2	11,7	24,6	13,9	29,6	27,3	19,8	35,4	29,4	33,8	24,4
Posjet povijesnim građevinama	16,6	15,0	16,8	9,3	9,9	8,5	26,0	8,6	14,1	40,8	32,5	12,0	23,4	11,2	40,0	15,0	52,5	19,0	15,2	42,3	13,7	33,6	30,7
Posjet muzejima, galerijama i izložbama	15,1	11,0	15,5	9,6	9,8	9,4	17,1	10,7	15,8	34,2	22,3	14,3	21,2	14,9	29,4	14,3	59,2	14,2	16,3	33,9	14,1	30,0	39,9
Pješačenje	14,2	11,2	14,4	12,2	8,7	9,9	15,4	8,0	15,2	28,1	22,2	11,9	16,9	11,8	30,5	9,9	37,1	12,6	13,3	21,8	6,3	24,3	26,9
Posjet zaštićenim područjima	13,0	6,6	13,6	12,0	7,9	10,2	17,9	6,2	11,6	29,0	15,0	12,7	17,2	20,3	18,7	11,8	26,6	13,2	23,3	13,5	3,9	14,2	25,3
Vožnja biciklom označenim stazama	13,0	8,0	13,5	14,7	16,6	12,5	13,3	11,1	17,7	7,5	17,9	10,7	19,8	10,9	5,1	13,8	3,4	12,3	17,0	4,0	10,0	5,2	15,7
Jogging /trčanje	12,3	8,3	12,7	13,4	15,6	10,6	6,9	15,4	14,0	11,9	19,9	15,4	16,9	6,1	12,2	5,9	25,2	14,2	15,8	8,4	11,0	6,5	5,2
Posjet zabavnim dogadanjima	11,9	13,6	11,7	10,2	15,8	8,4	15,0	12,3	14,8	8,5	11,1	16,9	4,4	17,5	13,5	12,0	5,7	11,3	30,6	15,9	9,4	4,9	3,0
Obilazak tematskih cesta	11,8	9,9	12,0	14,6	11,9	13,9	10,7	9,5	15,7	9,3	10,2	16,5	4,8	10,0	8,8	8,6	10,4	4,4	21,8	7,3	3,6	8,9	6,5
Tenis	11,7	6,9	12,2	14,4	10,3	13,4	9,8	11,7	8,1	6,9	16,6	21,4	19,6	13,4	6,8	1,6	15,4	17,2	19,0	8,9	5,2	4,4	13,2
Korištenje wellness/spa	11,5	15,9	11,1	9,0	11,1	15,4	9,3	11,3	4,6	22,4	15,3	8,9	7,4	7,2	18,0	8,2	33,4	11,1	9,9	19,6	17,0	11,8	14,3
Odlazak na organizirane izlete brodom	10,4	4,6	10,9	13,2	6,8	13,2	6,5	5,7	6,9	22,2	11,3	5,8	12,9	5,4	20,0	9,5	13,0	11,1	20,1	7,3	6,9	17,2	7,5
Obilazak vinskih cesta	10,2	11,8	10,1	6,0	14,4	7,5	9,4	13,8	10,8	13,6	12,6	11,8	11,5	9,2	21,6	7,5	10,5	20,7	22,1	9,9	16,3	8,7	0,8
Ribolov	10,1	5,9	10,4	8,6	11,3	9,4	7,2	17,4	16,0	7,8	12,0	11,2	16,4	18,3	9,3	5,2	1,5	16,6	10,6	16,7	5,1	5,3	7,9
Posjet tematskim parkovima	9,8	6,5	10,1	6,9	11,6	7,6	13,8	6,0	17,7	10,2	10,1	11,3	15,5	15,3	7,4	13,7	7,5	8,7	19,7	8,9	11,6	10,5	0,7
Ostali sportovi na vodi	9,8	3,5	10,4	9,9	8,8	9,0	11,6	8,5	9,3	10,7	13,9	10,8	17,5	10,3	9,0	9,2	24,2	10,7	22,4	9,4	11,6	10,5	0,2

AKTIVNOSTI* ZA VRIJEME BORAVKA U DESTINACIJI PREMA ZEMLJI PORIJEKLA 2/2

AKTIVNOSTI* ZA VRIJEME BORAVKA *	Ukupno	Hrvatska	Inozemni turisti	Inozemni turisti																			
				Njemačka	Slovenija	Austrija	Poljska	Italija	Česka	Ujedinjeno Kraljevstvo	Skandinavija	Mađarska	Nizozemska	Slovačka	Francuska	Bosna i Hercegovina	SAD	Švicarska	Belgija	Španjolska	Srbija	Ostale EU zemlje	Azijske zemlje
Posjet sportskim događanjima	8,8	6,5	9,0	8,3	11,8	8,9	9,6	9,6	10,3	6,6	6,3	8,6	17,6	7,3	10,1	2,2	5,9	11,6	23,6	15,3	6,0	5,0	0,6
Ronjenje	6,9	4,9	7,1	5,5	6,7	4,2	7,6	6,4	9,4	10,1	9,3	8,1	18,2	10,9	3,3	6,8	7,7	10,1	13,0	7,5	9,4	6,6	0,3
Posjet seoskim domaćinstvima	6,2	11,6	5,7	3,1	7,6	3,3	4,6	2,2	5,8	8,8	10,2	4,4	11,3	6,8	12,2	11,0	8,1	13,4	11,2	4,5	10,2	10,2	7,6
Posjet tradicionalnim događanjima	5,4	4,3	5,5	5,0	7,8	5,1	5,1	4,9	6,5	5,5	4,2	10,8	2,2	8,5	3,4	2,5	5,1	8,2	14,0	4,8	0,6	1,4	1,5
Golf	4,0	1,4	4,3	5,2	2,8	6,2	5,6	3,0	2,8	1,9	1,9	9,9	7,2	3,2	3,8	0,4	0,8	7,2	1,6	4,0	3,0	1,4	0,1
Planinarjenje	3,8	4,6	3,7	3,6	4,4	2,1	2,6	2,3	10,7	1,9	3,2	2,7	3,8	2,3	4,2	7,9	2,9	2,0	0,4	4,4	1,5	3,0	1,8
Jedrenje	3,7	2,7	3,8	2,5	5,2	2,6	3,0	5,1	2,1	6,8	5,0	4,2	3,7	2,1	7,3	3,1	6,6	10,8	10,2	4,3	3,9	5,1	7,5
Korištenje zdravstvenih usluga	2,9	6,8	2,5	1,4	3,9	1,4	3,5	5,5	1,5	3,7	2,7	2,7	2,4	0,6	2,4	4,3	4,2	5,6	2,5	4,9	6,6	2,2	0,0
Avanturistički sportovi	2,8	2,2	2,8	2,1	2,0	1,6	2,3	3,2	3,6	7,1	4,0	3,5	7,2	1,5	2,4	2,0	6,8	4,0	6,6	3,8	2,5	1,7	3,3
Posjet kulturnim događanjima	2,5	3,2	2,4	1,3	4,2	1,6	2,1	2,1	2,8	4,1	2,2	1,8	2,5	1,5	6,7	2,7	3,8	1,6	2,5	5,5	1,8	4,4	3,2
Mountain biking	2,3	0,9	2,4	2,6	3,4	1,7	4,2	4,0	0,9	0,4	1,2	1,4	2,6	7,0	0,8	0,9	1,3	4,3	0,2	0,2	0,9	0,0	0,0
Rafting	2,3	0,6	2,4	2,0	1,2	0,9	4,6	1,6	2,5	2,9	2,9	3,6	0,9	1,5	2,4	3,9	9,1	2,7	2,0	7,8	0,0	5,7	0,3
Posjet toplicama	2,2	2,7	2,2	1,9	1,2	1,7	2,0	1,8	1,4	5,4	2,2	0,6	3,0	2,9	2,8	1,6	5,6	0,3	7,9	5,2	0,5	1,4	0,2
Dvoranski sportovi	1,5	1,2	1,5	1,2	1,2	1,9	3,0	1,1	1,2	0,6	2,4	0,5	0,6	1,6	3,1	0,5	2,7	1,4	1,4	0,0	1,1	3,5	1,4
Jahanje	1,4	1,7	1,4	1,4	3,1	1,0	0,4	0,4	0,3	1,5	1,6	1,6	2,8	0,3	1,4	0,9	4,9	1,5	2,3	1,5	0,1	0,5	9,2
Sudjelovanje na radionicama	1,0	1,2	1,0	0,9	2,0	1,0	0,8	0,9	0,9	1,4	1,3	0,3	0,0	0,5	2,3	1,5	1,0	0,0	1,2	0,7	0,7	0,1	0,0
Posjet božićnim/adventskim sajmovima	0,8	1,6	0,7	0,6	0,6	0,8	0,0	0,9	0,0	0,7	0,1	1,2	0,3	0,5	0,6	2,2	2,0	0,1	0,4	1,0	4,2	0,6	3,4
Lov	0,5	0,2	0,5	0,4	0,5	1,1	0,5	0,6	0,4	0,5	0,3	0,3	1,9	0,9	0,0	0,0	0,0	0,7	1,0	0,0	0,5	0,0	0,0
Nekom drugom	16,5	19,6	16,2	19,6	18,4	17,3	17,0	19,1	16,7	9,1	7,8	27,5	4,7	15,9	9,6	7,1	7,2	13,9	38,3	5,8	7,6	1,9	8,5

*mogućnost više odgovora

STUPANJ ZADOVOLJSTVA ELEMENTIMA TURISTIČKE PONUDE MJESTA PREMA ZEMLJI PORIJEKLA 1/2

STUPANJ ZADOVOLJSTVA	Ukupno	Hrvatska	Inozemni turisti	Inozemni turisti																			
				Njemačka	Slovenija	Austrija	Poljska	Italija	Češka	Ujedinjeno Kraljevstvo	Skandinavija	Mađarska	Nizozemska	Slovačka	Francuska	Bosna i Hercegovina	SAD	Švicarska	Belgija	Španjolska	Srbija	Ostale EU zemlje	Azijske zemlje
Ljepota prirode i krajolika	92,9	97,4	92,4	90,9	95,9	89,1	96,5	88,8	94,0	96,5	91,1	89,5	85,7	96,8	92,3	96,7	98,2	92,9	91,6	96,8	99,1	98,5	93,2
Ljepota mjesta	92,7	94,9	92,5	90,5	94,8	89,7	94,7	88,6	91,6	94,0	95,2	94,4	92,5	95,9	92,9	96,9	98,2	93,2	93,1	95,6	98,2	95,9	92,5
Ukupni boravak	92,4	90,1	92,7	92,2	93,4	90,3	96,9	91,5	94,4	92,6	90,9	90,7	89,1	94,2	89,9	93,8	98,0	91,5	92,8	97,4	96,0	94,0	94,2
Osobna sigurnost	92,2	96,7	91,8	90,4	95,5	89,1	93,9	88,2	95,1	91,3	90,0	89,5	87,3	95,0	90,1	95,6	95,4	89,9	96,0	96,5	97,9	94,9	98,3
Atmosfera, ugodaj	91,0	94,3	90,7	90,7	95,8	87,2	95,4	87,1	86,3	93,4	86,8	91,8	88,1	90,2	91,6	93,6	93,2	87,4	89,5	94,4	96,4	92,1	93,2
Čistoća plaža	89,1	90,6	89,0	87,8	93,8	84,6	93,8	83,9	91,4	90,6	87,5	85,0	88,8	87,7	88,4	94,4	92,2	92,0	92,4	95,1	88,2	92,6	90,6
Smještajni objekt	88,9	89,9	88,8	91,4	91,0	87,3	90,3	84,5	87,2	89,3	86,5	87,5	81,6	83,1	89,2	95,5	88,0	87,7	87,8	89,6	92,6	87,8	73,5
Uređenost mjesta	88,6	91,9	88,3	88,6	92,6	89,0	90,6	83,8	89,5	82,7	81,8	88,5	90,0	86,7	89,2	94,9	83,5	88,7	85,7	88,4	94,3	80,6	90,6
Ekološka očuvanost prostora	88,5	91,3	88,3	89,3	92,5	85,6	91,3	82,9	87,5	81,5	83,3	89,5	90,1	92,7	88,8	94,1	82,4	87,1	91,0	91,4	93,0	85,0	92,3
Gostoljubivost stanovništva	88,2	90,7	87,9	88,2	88,7	86,2	91,1	84,6	86,5	90,1	82,0	84,5	90,2	86,0	87,1	96,1	90,5	90,7	81,8	94,1	92,8	91,7	92,5
Gastronomska ponuda	87,3	85,7	87,4	88,0	87,4	87,9	91,8	81,7	86,1	87,7	76,9	89,2	86,3	85,7	86,8	90,0	90,8	87,0	87,6	92,4	92,9	92,3	90,5
Mogućnosti kretanja pješice u destinaciji	86,2	86,9	86,1	86,6	87,9	86,6	87,3	81,4	86,7	85,3	80,2	87,8	86,7	80,1	87,7	89,1	87,9	83,3	84,9	91,4	88,2	92,6	81,9
Prilagođenost destinacije djeci	85,8	88,7	85,6	87,9	89,5	85,1	91,5	79,9	83,8	77,4	72,3	84,6	88,7	81,2	76,1	96,0	78,8	86,1	86,9	80,9	88,7	89,3	86,1
Informacije u destinaciji	84,7	87,7	84,4	85,0	87,5	85,2	84,4	80,6	87,4	82,2	83,1	85,0	82,3	81,4	73,6	91,0	84,1	84,2	82,1	76,0	86,5	85,0	85,0
Opremljenost/uređenost plaža	84,3	81,4	84,5	85,6	83,5	87,8	89,8	81,2	84,7	79,3	83,4	87,1	86,4	80,4	74,7	87,7	79,2	90,6	88,5	75,1	75,7	81,1	89,9
Pješačke staze	84,3	87,1	84,0	85,7	88,7	84,8	83,8	81,7	86,6	78,9	74,3	89,0	81,4	84,4	68,4	89,9	87,7	77,3	83,1	73,2	76,6	81,4	87,8
Besplatni internet u destinaciji	84,3	85,0	84,2	86,7	87,0	86,8	85,9	83,0	81,6	74,1	81,7	85,2	82,6	81,0	82,2	84,7	69,1	93,0	90,0	81,7	86,7	73,7	89,1
Označavanje znamenitosti	83,7	86,0	83,5	83,0	83,8	83,9	89,1	76,5	87,8	79,3	73,5	84,6	81,3	87,2	80,6	87,0	91,1	82,1	82,8	87,3	93,5	81,5	79,2
Kultura i umjetnost	83,6	86,4	83,4	84,7	86,1	84,8	85,8	79,4	81,4	76,8	76,7	85,1	80,0	82,3	78,8	90,9	90,6	82,7	75,3	87,6	90,8	80,6	92,7
Prometna dostupnost destinacije	83,3	89,4	82,7	86,6	86,8	84,2	78,7	78,5	84,0	77,1	72,7	84,8	86,0	77,5	80,6	82,0	73,8	83,9	79,2	79,3	90,9	76,5	78,1

STUPANJ ZADOVOLJSTVA ELEMENTIMA TURISTIČKE PONUDE MJESTA PREMA ZEMLJI PORIJEKLA 2/2

STUPANJ ZADOVOLJSTVA	Ukupno	Hrvatska	Inozemni turisti	Inozemni turisti																			
				Njemačka	Slovenija	Austrija	Poljska	Italija	Češka	Ujedinjeno Kraljevstvo	Skandinavija	Mađarska	Nizozemska	Slovačka	Francuska	Bosna i Hercegovina	SAD	Švicarska	Belgija	Španjolska	Srbija	Ostale EU zemlje	Azijske zemlje
Ponuda organiziranih izleta u okolici	82,4	82,4	82,4	83,6	82,8	85,3	86,2	81,8	85,1	77,2	67,5	82,4	75,0	85,6	70,4	88,1	74,3	76,4	87,4	86,6	83,6	84,4	84,1
Informacije/ edukacija u zaštićenim područjima	81,7	82,0	81,7	83,6	82,8	83,3	82,9	78,3	79,7	75,6	75,3	81,9	87,3	75,5	74,3	87,4	90,1	82,7	77,4	75,5	83,4	84,5	78,7
Prilagođenost osobama s posebnim potrebama	81,4	83,7	81,2	86,2	83,4	84,3	77,7	72,9	80,0	64,0	72,0	82,1	82,7	75,4	68,2	87,8	60,3	80,6	83,7	76,7	79,2	78,9	56,5
Sportski sadržaji	81,0	82,4	80,9	82,9	85,0	83,5	80,9	80,1	80,0	70,3	71,9	83,1	85,3	74,4	66,8	83,6	79,9	86,7	80,9	73,6	82,7	74,9	65,4
Zabava/noćni život	79,8	76,8	80,1	83,4	83,3	81,8	87,2	77,9	79,4	68,8	67,4	86,6	75,7	78,7	68,9	71,5	72,3	82,8	82,9	77,0	62,8	66,6	76,4
Događanja i manifestacije	79,4	81,0	79,3	82,6	85,6	85,2	76,9	75,2	80,6	64,7	63,8	84,4	72,6	86,7	66,5	78,2	64,9	82,4	80,7	74,2	70,9	64,9	60,1
Biciklističke rute i staze	78,9	77,8	78,9	78,5	85,2	83,7	78,4	78,0	80,9	64,3	72,1	79,0	84,4	82,9	70,8	78,8	64,9	78,3	83,9	58,3	67,0	70,7	87,5
Mogućnost za kupnju	77,8	72,6	78,3	82,9	79,6	84,1	82,4	74,4	75,3	70,2	68,0	77,1	70,9	71,4	69,0	84,9	70,4	78,0	64,1	76,9	81,6	81,1	67,6
Lokalni javni prijevoz	76,9	72,8	77,2	80,9	74,4	80,5	75,4	77,5	82,1	66,2	55,9	75,1	78,1	83,7	70,8	78,8	58,6	76,5	80,7	73,0	77,6	76,7	71,5
Promet u mjestu	67,3	65,8	67,4	72,1	71,1	76,7	56,4	68,9	63,8	56,7	61,7	63,7	69,5	64,0	58,8	67,5	59,7	71,5	70,6	56,0	72,7	53,4	72,7

SMETNJE TIJEKOM BORAVKA* U DESTINACIJI PREMA ZEMLJI PORIJEKLA

SMETNJEI* TIJEKOM BORAVKA	Ukupno	Hrvatska	Inozemni turisti	Inozemni turisti																			
				Njemačka	Slovenija	Austrija	Poljska	Italija	Češka	Ujedinjeno Kraljevstvo	Skandinavija	Mađarska	Nizozemska	Slovačka	Francuska	Bosna i Hercegovina	SAD	Švicarska	Belgija	Španjolska	Srbija	Ostale EU zemlje	Azijske zemlje
Gužva na ulicama, trgovima, šetnicama, atrakcijama i sl.	5,2	4,9	5,2	3,5	4,6	3,4	9,2	4,1	3,9	5,9	7,4	4,7	12,4	6,3	8,6	8,6	12,2	3,7	6,6	5,5	2,3	2,9	0,7
Gužva na kupališnom prostoru (preveliki broj kupaca)	3,7	4,2	3,6	2,4	3,4	2,3	3,5	3,2	4,6	4,8	7,0	3,2	2,6	6,0	9,5	6,4	7,5	4,0	4,4	11,3	1,5	2,3	0,2
Buka koja remeti komfor vašeg smještaja (odmor, spavanje)	2,7	2,6	2,7	2,6	3,0	2,2	2,5	2,0	3,9	3,3	2,6	1,2	3,0	4,8	2,0	2,1	4,0	2,4	0,4	1,3	0,1	3,5	3,5
Neprimjereno odloženo smeće	4,7	7,7	4,4	3,1	5,0	3,4	6,0	2,5	4,8	5,4	3,7	2,0	2,3	7,7	4,1	5,2	10,8	7,7	9,2	4,2	5,2	10,3	6,7
Nemogućnost razdvajanja otpada	4,1	2,9	4,2	3,6	4,5	2,7	2,9	3,0	5,0	3,6	6,3	2,4	3,5	7,9	7,8	2,5	12,5	3,8	7,6	4,1	4,2	8,8	2,9
Neugodni mirisi (iz kontejnera i kanti za smeće)	3,5	4,0	3,5	3,1	4,3	3,0	3,2	1,7	4,2	3,5	6,4	1,0	1,8	6,5	3,6	2,5	9,2	2,5	1,1	2,5	2,7	4,7	3,0
Nešto drugo	0,7	1,0	0,7	0,3	0,2	0,9	0,5	0,1	1,1	0,8	1,3	0,0	0,8	0,5	0,1	7,9	2,7	0,3	0,0	0,0	1,5	1,1	0,0

* Prikazan je postotak ispitanika koji su zasmetani (donekle ili jako) pojedinim elementom.

PROSJEČNI DNEVNI IZDACI TURISTA U EURIMA PREMA ZEMLJI PORIJEKLA

PROSJEČNI DNEVNI IZDACI	Ukupno	Hrvatska	Inozemni turisti	Inozemni turisti																			
				Njemačka	Slovenija	Austrija	Poljska	Italija	Češka	Ujedinjeno Kraljevstvo	Skandinavija	Mađarska	Nizozemska	Slovačka	Francuska	Bosna i Hercegovina	SAD	Švicarska	Belgija	Španjolska	Srbija	Ostale EU zemlje	Azijske zemlje
Prosječni dnevni izdaci ukupno	140,15	131,65	141,03	119,09	105,89	129,15	137,66	141,24	133,86	232,36	198,12	112,43	124,87	141,50	200,24	118,58	299,03	166,27	135,57	220,00	172,73	218,32	154,86
Smještaj	67,61	68,80	67,49	61,02	53,97	72,82	57,82	67,37	63,24	101,89	90,53	51,32	55,38	66,31	80,27	57,97	139,94	81,09	70,75	82,44	87,73	80,39	80,28
Hrana i piće u restoranima i barovima	28,27	24,68	28,64	22,56	20,53	20,43	31,01	25,43	24,76	54,59	43,75	23,08	24,16	29,94	53,52	23,03	62,50	36,04	26,77	52,33	33,83	59,93	32,96
Usluge trgovine	23,16	18,74	23,61	19,73	17,23	16,62	28,44	21,39	25,11	35,29	33,08	23,18	22,35	26,05	32,25	22,01	46,80	25,50	22,86	41,57	26,71	37,37	19,64
Kultura i zabava	4,20	3,32	4,29	3,51	2,61	3,44	4,62	3,87	4,28	7,75	5,46	3,67	5,31	5,07	6,19	2,98	8,92	4,04	3,61	8,93	3,84	7,20	6,06
Sport i rekreacija	3,78	3,46	3,81	3,52	3,09	3,54	3,20	4,15	3,79	4,36	6,09	3,11	3,85	4,63	3,28	2,35	8,71	4,41	2,56	4,44	6,90	3,63	0,67
Izleti	7,51	5,70	7,69	5,57	4,21	5,75	8,03	6,67	7,27	18,05	12,05	4,07	9,05	7,03	14,49	4,59	20,64	9,69	5,70	17,37	7,11	21,48	13,70
Lokalni prijevoz	1,63	0,99	1,70	1,12	1,31	1,32	1,40	2,00	1,57	4,12	1,74	1,17	1,94	0,77	3,66	1,28	4,88	2,04	1,12	6,68	3,35	4,63	0,02
Ostalo	4,00	5,95	3,80	2,06	2,94	5,24	3,14	10,36	3,84	6,31	5,42	2,83	2,83	1,70	6,58	4,36	6,64	3,46	2,20	6,25	3,26	3,70	1,52

Napomena: Usluga smještaja uključuje i hranu u okviru smještaja (noćenje s doručkom, polupansion, puni pansion, all-inclusive); Lokalni prijevoz uključuje sve troškove prijevoza osim onih u dolasku i odlasku iz destinacije

VJEROJATNOST PREPORUKE MJESTA PRIJATELJIMA, RODBINI ILI KOLEGAMA PREMA ZEMLJI PORIJEKLA

VJEROJATNOST PREPORUKE	Ukupno	Hrvatska	Inozemni turisti	Inozemni turisti																			
				Njemačka	Slovenija	Austrija	Poljska	Italija	Češka	Ujedinjeno Kraljevstvo	Skandinavija	Mađarska	Nizozemska	Slovačka	Francuska	Bosna i Hercegovina	SAD	Švicarska	Belgija	Španjolska	Srbija	Ostale EU zemlje	Azijske zemlje
Nije vjerojatno da ću preporučiti*	2,7	5,7	2,4	1,9	1,9	2,5	1,4	2,5	3,3	2,2	5,5	0,6	3,7	2,6	3,7	1,0	1,5	5,0	6,7	0,1	0,3	0,8	4,4
Vjerojatno ću preporučiti**	36,8	33,8	37,1	38,1	41,1	39,6	30,2	40,3	41,2	22,7	40,0	40,6	34,5	44,0	26,8	33,1	26,6	38,9	38,2	23,1	33,4	41,5	9,6
Jako je vjerojatno da ću preporučiti***	60,5	60,6	60,5	60,0	57,0	57,9	68,4	57,2	55,5	75,1	54,5	58,8	61,8	53,4	69,5	65,9	72,0	56,1	55,2	76,9	66,4	57,7	85,9
UKUPNO	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

*Zbroj postotaka za ocjene od 0 do 5 na skali od 0 (malo vjerojatno) do 10 (jako vjerojatno).

**Zbroj postotaka za ocjene od 6 do 8 na skali od 0 (malo vjerojatno) do 10 (jako vjerojatno).

***Zbroj postotaka za ocjene 9 i 10 na skali od 0 (malo vjerojatno) do 10 (jako vjerojatno).

Aktualni imidž Hrvatske – kakve su promjene u percepciji Hrvatske, generalno te u kontekstu turističkih sezona 2022. i 2023.

Unatoč neizvjesnostima i nikad višim cijenama zrakoplovnih karata te raznim turbulencija poput višemjesečnih prosvjeda, iz Francuske bilježimo visoke stope rasta prometa u odnosu na prethodnu godinu. Odlični su rezultati u pred i posezoni kada su Francuzi među najbrojnijim gostima u Hrvatskoj (npr., +39% dolazaka +31% noćenja tijekom listopada).

Posebno dobre rezultate bilježe Istarska i Primorsko – goranska županija u kojima bilježimo i više od +20% povećanja dolazaka i noćenja na godišnjoj razini u odnosu na 2022., ali i Splitsko-dalmatinska, Ličko-senjska i Zadarska županija te grad Zagreb.

Hrvatska je vrlo dobro pozicionirana u Francuskoj, redovite su objave u najeminentnijim medijima. Brojne aktivnosti koje se provode na tržištu rezultirale su percepcijom Hrvatske kao izuzetno sigurne, atraktivne i bliske europske destinacije. Imidž Hrvatske ostaje vrlo pozitivan, a ulazak u eurozonu i schengenski prostor dodatno je pojačao osjećaj bliske, dostupne i sigurne destinacije. Hrvatska se danas sve više percipira kao ugodna mediteranska zemlja bogate turističke ponude, kulture, gastronomije, lijepe prirode... Negativni aspekti su ponekad paradoksalni - s jedne strane se puno govori o Dubrovniku kao destinaciji koja pati od pretjeranog turizma, ali ga novinari i dalje predstavljaju kao jednu od nezaobilaznih destinacija.

Početak i sredina godine bili su obilježeni komunikacijom u medijima o prelasku Hrvatske na euro. Specijalizirani turistički novinari prelaz ocjenjuju velikim korakom unaprijed, dok novinari specijalizirani za gospodarstvo navode kako je prelaz na euro logično doveo i do poskupljenja. Poskupljenja se spominju, no ne izrazito negativno, budući da inflacija pogađa cijeli svijet. Hrvatska je vrlo prisutna u medijima, najčešće u pozitivnom kontekstu, posebno kada se govori o mediteranskim zemljama, s naglaskom na otocima i nacionalnim parkovima (osobito Plitvičkim jezerima koje Francuzi vole).

Ostali komentari se odnose na nevjerojatne prirodne ljepote, zaštićenu baštinu, raznolikost turističke ponude i gastronomska otkrića. Pojedini organizatori putovanja i agenti, posebno oni koji rade programe „po mjeri“ ove godine izražavaju bojazan zbog porasta cijena u hotelima te uslugama koje, nažalost, ponekad ne odgovaraju cijenama.

Zastupljenost Hrvatske u programima organizatora putovanja u 2022. i 2023. i rezultati organizatora putovanja u 2022. i 2023. (programi za Hrvatsku)

Organizator putovanja	Specifičnosti organizatora putovanja i njihovih proizvoda
Promovacances	Grupa Karavel je lider na francuskom turističkom tržištu. Obuhvaća tri velike marke Promovacances, Plein Vent i Fram. Grupa Karavel jedan je od najvažnijih organizatora putovanja za Hrvatsku. Ukupno, Fram ima 70-ak različitih ponuda i programa po Hrvatskoj, Promovacances 95. Imaju vrlo bogatu produkciju u Hrvatskoj. Osim chartera iz Lilla za Split, imaju zakupljena sjedala na letovima za Split i Dubrovnik s polascima iz najvećih francuskih gradova. U velikoj mjeri se oslanjaju na tzv. dinamičke pakete I zakupljena sjedišta kod zračnih kompanija/partnera Transavie, Volotée, EasyJeta I Croatia Airlinesa.

Visit Europe/ Travel Europe	Jedan od vodećih francuskih organizatora putovanja za Hrvatsku, generalist. Nudi ture, krstarenja po Jadranu, all-inclusive proizvode, autoture, vikend ture itd. Od novosti za 2022. izdvajaju se programi za Zagreb tijekom Adventa, kulinarske gastro ture po Hrvatskoj, krstarenja luksuznim brodovima te program otkrivanja UNESCO baštine. Imaju velik broj regionalnih letova i vlastiti čarter lanac.
Top of Travel	54 milijuna ostvarenih prihoda tijekom 2023. Cilj za 2024. su 30% veći prihodi (70 milijuna prihoda/40 milijuna od individualnih klijenata i 30 milijuna od grupa). Ovaj TO izuzetno je jak u B2B segmentu. Ima garantirane polaske iz čak 28 francuskih gradova. Lideri su za razne destinacije među kojima Madera, Hrvatska, Jordan, Malta i Portugal. Top of Travel ima velik broj chartner letova i najbolju charter pokrivenost iz svih francuskih regija – lideri su u regionalnim polascima. Dolasci u Hrvatsku iz 22 francuska grada. Imaju tri hotelska kluba u Hrvatskoj Top Club Quercus (Drvenik), Top Club Albatros (Cavtat) i Medena (Donji Seget), a najavljen je i četvrti klub te povećanje prometa. Osim klubova u ponudi imaju i desetak različitih tura/programa po Hrvatskoj.
Voyamar / Havas Voyages	Francuski organizator putovanja koji pripada grupi Marietton développement prisutnoj više od 50 godina u turističkoj industriji Francuske. Nakon preuzimanja mreže agencija Havas Voyages, postaju jedan od lidera na tržištu. Jedan je od triju najbrže rastućih i najrentabilnijih francuskih TO, s produkcijom u više od 30 zemalja diljem svijeta (Mediteran, Azija, Afrika, Amerika...). Ovaj francuski TO je u Hrvatskoj prisutan od 2018. Godine i to u Dubrovačko – neretvanskoj županiji gdje su otvorili prvi Naya Club 4* (koji djeluje u sklopu hotela Osmine u Slanom). Osim kluba imaju programe za još šest hotela na Jadranu, autoture... Charter polasci iz više francuskih gradova (Paris, Lyon, Nantes, Bordeaux...).
Salaun	Specijalist je za ture te preprodaje programe organizatora putovanja Travel Europe. Velik je naglasak na autobusnim turama.
Voyage Privé	Online luxury tour operator. Nemaju fiksni zakup nego direktne ugovore s hotelima i avio kompanijama. U ponudi imaju nekoliko programa u Hrvatskoj u više regija (Dalmacija, Kvarner, Istra). Hrvatska je jedna od prodavanijih destinacija te je primjetan značajan porast interesa za odlaske u Hrvatsku.
Last Minute	Europski i francuski leader u on-line prodaji, bilježi odličnu prodaju Hrvatske. Partneri TO za Hrvatsku su Visiteurope, Top Of Travel, Crystal TO, Promovacances, Marmara, Plein Vent, Fram, FTI, Destination Clubbing...
Terre d’Aventures	Lider u putovanjima, šetačkim turama, više od 45 godina. Poznat je po vrhunskom poznavanju destinacije i šetačkih tura. Imaju u ponudi programe šetnji po raznim destinacijama i otocima, u kombinaciji s krstarenjem te obilasku nacionalnih parkova i parkova prirode. Naglasak je na Dalmaciji, posebno dalmatinskim otocima, ali i ostalim regijama (Istra, Split...)
Alibert Trekking	Alibert Trekking nudi avanturističke i planinarske ture diljem svijeta, uključujući i Hrvatsku. Njihova ponuda uključuje putovanja usmjerena na otkrivanje raznolikih prirodnih krajolika, nacionalnih parkova i otoka. Itinereri nude planinarenje duž obalnih staza, istraživanje sačuvanih prirodnih parkova i susrete s lokalnom kulturom. Alibert Trekking naglašava autentična iskustva, udoban smještaj i stručne vodiče kako bi omogućili putnicima da iskuse Hrvatsku na uključiv i obogaćujući način.
Nomades Aventure	Nomade Aventure je turoperator koji nudi avanturistička putovanja po mjeri. U svakom od njihovih putovanja možemo pronaći planinarenja, trekking, biciklističke rute, ili outdoor aktivnosti.
Voyageurs du Monde	Ovaj izuzetno kvalitetan francuski turoperator jedan je od najznačajnijih na tržištu, posebno za putovanja po mjeri. Klijentela je visoko platežna. Rade individualna i grupna putovanja, s više regija u ponudi. Dobra je ponuda itinerera u Dalmaciji s naglaskom na Splitu i Dubrovniku, uz bogatu ponudu Istre i Zagreba. Grupa uključuje turooperatore Voyageurs du Monde, Comptoir des Voyages i Terres d’Aventure. Riječ je o visokokvalitetnim organizatorima putovanja specijaliziranim za putovanja „po mjeri“,

	pustolovni turizam i sportska putovanja za mlade. Ovaj TO konstantno ulaže pritužbe na visoke cijene hotela u Hrvatskoj u usporedbi s konkurentnim destinacijama te na manjak kvalitetnih boutique hotela
Comptoir des Voyages	Comptoir des Voyages je agencija specijalizirana za putovanja po mjeri koja nudi personalizirano iskustvo. Njihovi programi putovanja u Hrvatskoj ističu bogatstvo kulturne i prirodne baštine zemlje, s rutama koje uključuju posjete povijesnim gradovima, nacionalnim parkovima i očuvanim otocima. Ova putovanja osmišljena su kako bi omogućila putnicima da otkriju autentičnu Hrvatsku, ističući lokalne zanimljivosti i pažljivo odabrane smještaje.
Kuoni	Jedan od glavnih aktera u svijetu turizma. Turoperator koji stavlja naglaske na programe na moru, praćene ture, programe po mjeri. Imaju raširenu ponudu u Hrvatskoj te je u ponudi 5 tura, 13 hotelskih ponuda (Istra, Dubrovnik, Split...) i 6 programa s naglaskom na mini luksuzna kružna putovanja.
TUI France	U Francuskoj je svjetski turoperator n°1 poznat po markama Marmara i Nouvelle Frontiere koji je fokusiran na klijentelu visoke platežne moći. Do propasti globalnog branda preko ovog je turoperatora putovalo više od milijun Francuza godišnje. Marmara je 2016. prvi put otvorila produkciju u Hrvatskoj u regijama Splita i Dubrovnika. Trenutno u ponudi imaju jedan klub Lookea u Cavtatu (akvizicija Look Voyagea), turu po splitsko i dubrovačkoj regiji te nekoliko originalnih tematskih programa preko Nouvelle Frontiere.
Verdie Voyages	Organizator putovanja na jugozapadu Francuske specijaliziran za ture; posjeduje lanac agencija u Francuskoj. Nudi organizirana putovanja u manjim grupama i putovanja „po mjeri“. Vrlo raširena produkcija po cijeloj Hrvatskoj.
Art & Vie	Visokokvalitetan francuski TO ima široko raširenu produkciju u Hrvatskoj i programe bazirane na kulturnim sadržajima.
Amslav	Amslav se specijalizira za putovanja u središnju i istočnu Europu, nudeći putovanja „po mjeri“.
Step Travel	Ovaj organizator putovanja specijaliziran je za zemlje Istočne Europe. Riječ je o B2B TO, koji je prije nekoliko godina otvorio produkciju u Hrvatskoj. Među prvima su razvili produkciju u Zagrebu.
Promoséjours	Promoséjour je online turistička agencija koja nudi raznolike aranžmane i pakete putovanja. Nude ponude za različite destinacije, od odmora na plaži do kulturnih tura. Promoséjour nudi boravke u Splitu i Dubrovniku u različitim vrstama smještaja (hoteli, kampovi).
CAP VERS L'EST	Cap Vers l'Est je turoperator specijaliziran za destinaciju Hrvatsku s agencijom u Francuskoj i Hrvatskoj. Njihovi boravci nude istraživanje zemlje kroz gastronomiju, autentične susrete s lokalnim stanovništvom i neobična iskustva poput susreta s proizvođačima, folklornih večeri i neobičnih smještaja.
Worldia	Worldia je internetska turistička agencija (OTA), B2B i B2C, koja nudi putovanja po mjeri u mnogim destinacijama, uključujući Hrvatsku. Među njihovim proizvodima nalazimo city-break u Splitu ili Zagrebu, ali i dulje boravke u Istri, Dalmaciji s temama poput 'Hrvatska od otoka do otoka'.
Voyages Gallia / La Cordée Voyage	Putnička agencija Voyages Gallia, specijalizirana za putovanja u skupinama, stvorila je marku: La Cordée Voyage koja nudi krstarenja po Hrvatskoj na malim jahtama (maksimalno 36 mjesta). La Cordée nudi 3 itinerara: 2 u Dalmaciji i jedan u Istri.
Rivage du Monde	Specijalist za mini luksuzna kruzina putovanja s manje od 200 putnika. Uključuju ture po cijeloj Hrvatskoj. Posebno se izdvajaju ponudom riječnih putovanja na luksuznim brodovima. Nedavno je uveden novi luksuzni brod za programe po Hrvatskoj, Casablanca. Riječ je o jednom od glavnih riječnih turoperatora u Francuskoj. U ponudi imaju luksuzna krstarenja Jadranom, ali i krstarenje u sklopu europskih riječnih tura u sklopu kojih je predviđen posjet Vukovaru i Kopačkom ritu.
Click & Boat	On-line agencija za najam brodova u Hrvatskoj. Nude široku paletu brodova koji se mogu iznajmiti duž obale, od Istre do Dubrovnika. Hrvatska im je jedna od glavnih destinacija.

	Ova platforma za iznajmljivanje brodova tijekom 2022. ruši sve dosadašnje rekorde rezervacija te bilježi porast rezervacija od 85% u odnosu na 2021. Među najtraženijim stranim destinacijama se nalaze Hrvatska, Grčka i Sardinija.
Globsailor	Jedna od najtraženijih francuskih platformi za iznajmljivanje brodova, Globsailor, izražava svoje zadovoljstvo ostvarenim rezultatima za Hrvatsku koji su gotovo na razini 2019. U odnosu na 2022., potražnja za Hrvatskom se utrostručila te je tvrtka zadovoljna svim suradnjama u Hrvatskoj. U ponudi imaju mogućnost najma više od 3.500 luksuznih brodova i jahti lociranih u Hrvatskoj.
Ponant	Vodeća kompanija na svijetu za mini luksuzna putovanja s ekspedicijom na egzotične, daleke i atraktivne destinacije, poput Meksika, pacifičkih otoka, Sjevernog mora; Mediterana... Kompanija poseban naglasak stavlja na održivi razvoj i zaštitu prirode. Tijekom 2022. Inauguriran je treći brod Ponanta u hrvatskom Jadranu od ukupno 13 koliko ih imaju u portfelju. Jednotjedno putovanje za jednu osobu na brodu Ponanta za Hrvatsku stoji oko 10 000€

Zrakoplovna povezanost s Hrvatskom tijekom 2023. godine

Nastavlja se rast cijena zrakoplovnih karata. Prema Upravi za civilno zrakoplovstvo (DGAC) posebno su pogođeni letovi na srednjim udaljenostima te cijene karata s polaskom iz Francuske stalno rastu. Karte su u prosjeku skuplje za 20,1% u odnosu na isto razdoblje 2022. U odnosu na razdoblje prije pandemije porast je 31%

Najveći rast je zabilježen kod karata za srednje udaljene destinacije, prije svega zemlje EU, Švicarsku i UK, gdje porast iznosi 26,2%. Primjetan je i značajan porast cijena karata iz Francuske za Hrvatsku.

Cijene tijekom ljetnih mjeseci na letovima pojedinih niskotarifnih kompanija dosežu i nevjerojatnih 800€ u jednom smjeru. Iako se očekivalo da će se visoke cijene karata odraziti na pad broja individualnih dolazaka na odmor u Hrvatsku, gdje se često odlučuje u zadnji trenutak, to se nije dogodilo. Kompanije bilježe vrlo dobru popunjenosti na letovima za Hrvatsku, unatoč visokim cijenama karata.

Croatia Airlines je u prvih 5 mjeseci 2023. dosegla brojke iz 2019. godine. Prevezli su na linijama za/iz Francuske samo 2% manje putnika nego u 2019, uz 4% manje sjedala, zbog kasnijeg uvođenja pojedinih sezonskih letova. U odnosu na 2022. bilježe rast broja putnika od čak 43% i 11% više sjedala.

Bez obzira na krizu, zračni prijevoznici nastavljaju razvijati veze između Francuske i Hrvatske. 2023. zabilježen je porast broja redovnih i charter letova u pred i posezoni, dok tijekom ljetnih mjeseci uobičajeno iz Francuske imamo velik broj letova iz gotovo svih francuskih gradova.

Od novosti za Hrvatsku izdvajamo Easy Jet s 3 dodatne linije iz zračne luke Basel-Mulhouse za Dubrovnik te direktan let Vuelinga iz Pariza za Split.

Među ostalim novostima možemo spomenuti kako Croatia Airlines dodaje let nedjeljom na liniji Pariz CDG-Split i let srijedom na liniji Lyon-Split. Ryanair je otvorio novu liniju iz zračne luke Basel-Mulhouse do Zagreba, s 4 leta tjedno.

Pregled direktnih zračnih linija iz Francuske za Hrvatsku tijekom 2023. godine.

CROATIA AIRLINES

www.croatiaairlines.hr

Paris CDG-Dubrovnik
5 vols directs par semaine
Mardi : 23/04 à fin octobre
Mercredi : 8/05 à fin octobre
Jeudi : 18/04 à fin octobre
Vendredi : 19/04 à fin octobre
Dimanche : 5/05 à fin octobre

Paris CDG-Pula
Vols quotidiens (Escale à Zagreb)

Paris CDG-Zadar
Vols quotidiens (Escale à Zagreb)

Paris CDG-Split
4 vols directs par semaine du 31/03 à fin octobre
(Lundi, mercredi, samedi et dimanche)

Paris CDG-Zagreb
2 vol directs quotidiens d'avril à fin octobre

Lyon - Split
1 vol direct par semaine
Samedi : 11/05 au 5/10

AIRFRANCE

www.airfrance.fr

Paris CDG-Zagreb
1 vol quotidien toute l'année

Paris CDG-Split
4 juillet au 27 octobre
Plan de vol pour la saison 2024 non disponible.

Paris CDG-Dubrovnik
4 jul au 26 octobre
Plan de vol pour la saison 2024 non disponible.

transavia

www.transavia.com

Paris Orly-Split
Du 31 mars au 26 octobre
(Lundi, jeudi, vendredi et dimanche)

Paris Orly-Dubrovnik
Du 31 mars au 26 octobre
1 vol quotidien

easyJet

www.easyjet.com

Paris CDG-Split
Du 22 avril au 10 octobre
2 à 7 vols hebdomadaires

Paris CDG-Pula
Du 1er juillet au 26 août
2 vols hebdomadaires (lundi et vendredi)

Paris Orly-Split
Du 30 juin au 28 septembre
4 vols par semaine
(Lundi, mercredi, vendredi, dimanche)

Paris Orly-Dubrovnik
Du 29 juin au 29 août
6 vols hebdomadaires
(Lundi, mardi, mercredi, jeudi, samedi, dimanche)

Lyon-Dubrovnik
Du 29 juin au 27 août
2 vols hebdomadaires
(Mardi et samedi)

Lyon-Split
Du 30 juin au 29 août
5 vols hebdomadaires
(Tous les jours sauf le vendredi et le samedi)

Nantes-Dubrovnik
Du 1er juillet au 26 août
2 vols par semaine (lundi et vendredi)

Bâle - Dubrovnik, Zadar et Pula
29 juin au 30 août
(Entre 2 et 4 vols par semaine)

Bâle - Split
Du 31 mars au 1er septembre
(1 vol par jour)

VOLOTEA

www.volotea.com

Nouvelautés
Bordeaux-Dubrovnik
13 avril au 26 novembre
1 à 2 vols hebdomadaires (mercredi et samedi)

Bordeaux-Split
14 avril au 20 octobre
1 à 2 vols hebdomadaires (mercredi et dimanche)

Lyon-Dubrovnik
11 avril au 26 novembre
2 à 3 vols (mardi, jeudi et samedi)

Marseille-Dubrovnik
13 avril au 26 novembre
1 à 2 vols hebdomadaires (mardi et samedi)

Nantes-Dubrovnik
20 avril au 26 octobre
2-3 vols hebdomadaires (mardi, jeudi et samedi)

Toulouse-Dubrovnik
6 avril au 26 novembre
1-2 vol (mercredi et samedi)

Lille-Split
21 avril au 20 octobre
1 vol par semaine le dimanche

Lyon-Split
14 avril au 23 octobre
2 vols hebdomadaires (mercredi et dimanche)

Marseille-Split
21 avril au 20 octobre
1 à 2 vols (mercredi et dimanche)

Nantes-Split
21 avril au 23 novembre
2 hebdomadaires (mercredi et dimanche)

Toulouse-Split
7 avril au 20 octobre
1 à 2 vols (mercredi et dimanche)

Strasbourg - Split
26 juin au 2 octobre (mercredi)

RYANAIR

www.ryanair.com

Marseille-Zadar
Plan de vol pour la saison 2024 non disponible.

Paris Beauvais-Zadar
Plan de vol pour la saison 2024 non disponible.

Paris Beauvais- Zagreb
Entre octobre et mars 2024
2-3 vols hebdomadaires (jeudi, vendredi, samedi et dimanche)

Bordeaux - Zadar
Plan de vol pour la saison 2024 non disponible.

Bâle-Mulhouse - Zagreb
3-4 vols par semaine

Autobuseri u 2023.

Grupni autobuserski turizam je u Francuskoj jako važan. Ukupno je na tržištu prisutno 1.500 autobusera, ali većina djeluje samo u segmentu prijevoza. U načelu, samo 200 autobusera ima status organizatora putovanja te programira ekskurzije, školska putovanja i turističke ture u inozemstvu. Ukupno 70% putovanja odvija se u Francuskoj, a 30% u inozemstvu, uglavnom u Europi. Klijentela koja autobusom putuje u inozemstvo pripada starijoj populaciji. Glavne destinacije u inozemstvu su Italija, Španjolska, Austrija, Portugal, Hrvatska i Grčka. Najznačajniji francuski autobuseri: Richou Voyages, National Tours, Verdié, Philibert Tourisme, Michel Voyages, Sabar du Tourisme, Simplon Voyages.

U Francuskoj je 01. siječnja 2023. bilo registrirano ukupno 94.000 autobusa za prijevoz putnika. Radi se o tržištu vrijednom otprilike 1,5 milijardi eura bez PDV-a. Vozila su različita, od minibusa do dvokatnih luksuznih autobusa. Neki linije su isplative, dok druge to nisu. Stopa popunjenosti i cijene za posljednje kupce vrlo su ovisne o sezoni. Nedavni željeznički štrajkovi omogućili su autobusnim tvrtkama da dodatno popune svoja vozila: na nekim linijama je zabilježen porast broja putnika od 70%.

Autobuseri u malom opsegu imaju ugovorene programe za Hrvatsku, no Hrvatska je ponovno prisutna u programima većina najvećih francuskih autobusera (LK Tours/Cap sur l'Est...)

Individualni promet u 2023. – generalni komentar tržišnih promjena i okolnosti

U 2023., udio individualnih putovanja francuskih turista iznosio je 75%, u odnosu na 35% organiziranog prometa (u 2022., udio individualnih putovanja francuskih turista iznosio je 65%, u odnosu na 35% udjela organiziranog prometa). Posljednjih godina zamjećuju se promjene trendova te značajan porast broja individualnih dolazaka, u odnosu na organizirani promet. Tome je pridonijela i uspostava brojnih direktnih zračnih linija te sve snažnija on-line prodaja. Većina putovanja odvija se preko online bukinga, što ide u prilog dodatnom povećanju individualnog prometa.

Mnogi francuski organizatori putovanja specijalizirani za Hrvatsku određene su charter letove zamijenili zakupima na redovnim linijama tako raste i potreba/interes za novim redovnim linijama, kao i broj individualnih dolazaka. Tijekom 2022., iz Francuske za Hrvatsku tijekom ljetnih mjeseci prometovao je rekordan broj redovnih zračnih linija, što svakako pogoduje daljnjem rastu individualnog prometa.

TURISTIČKA SEZONA 2024. – OPĆI POKAZATELJI I NAJAVE

Preliminarna procjena turističkog tržišta/ukupnih odlazaka na godišnji odmor u inozemstvo u 2024.

Globalni lider u putovanjima Skyscanner donosi najnovije izvješće „Trendovi putovanja za 2024.“ Ukratko, potreba za putovanjem ostaje glavni prioritet za većinu ispitanika. Francuzi će u 2024. putovati više nego u 2023., no vrijednost za novac ostaje ključni čimbenik - cijena hotela presudna je za 22%, a cijena leta za 39% Francuza. Unatoč inflaciji i krizi, čak 81% ispitanika planira putovati više nego li tijekom 2023., dok 76% planira potrošiti jednako ili više u 2024., nego u 2023.

Kratak pregled trendova Francuza tijekom 2024.

- 78% planira više putovati u inozemstvo, isto ili više nego li tijekom 2023. godine
- 43% smatra da je „dobra vibracija“ i atmosfera vrlo važan faktor izbora destinacije
- za 39% cijena leta je odlučujući faktor izbora destinacije, za 22% putnika presudan je trošak hotela
- 20% putnika izabrat će destinaciju zbog određenog restorana i kulinarskog iskustva
- 41% planira otići na neki glazbeni spektakl u stranu zemlju - kultura je jedan od glavnih motiva putovanja u idućoj godini
- sve veći broj putnika priuštiti će si luksuz u limitima svog budžeta - 8% unaprijediti će klasu u letu, 9% planira posjetiti VIP salon zračne luke kako bi što bolje započeli svoje putovanje - luksuz s pet zvjezdica ne mora imati cijenu od pet zvjezdica!
- 64% putnika sve više pridaje važnost okolišu i utjecaju putovanja - 18% putnika spremno je platiti alternativnu održiviju opciju putovanja.

Omiljene aktivnosti u destinaciji:

- daleko od stresa svakodnevnog života 58%
- praktcirati jednu fizičku aktivnost intenzivnije i uživati u svježem zraku 19%
- zdravija prehrana 6%

- duže spavanje 27 %
- noćni život 25 %
- nautički sportovi 19 %
- razgledavanje faune 18 %

Glavni motivi Francuza za odabir destinacija za putovanja u 2024. godini

- vrijeme (59%),
- bogata kulturna baština (57%)
- hrana (51%)
- otkrivanje lokalnih jela (57%)
- povijesni posjeti (57%)
- planinarenje (42%)

U nastavku glavni trendovi za putovanja u 2024. godini prema istraživanju Expedia Groupe (stranice Expedia, Abritel i Hotels.com)

- Sve su traženije alternativne, nove destinacije. Više od trećine ispitanih već je rezerviralo jednu od destinacija koje smatraju manje prometnima (48%) i neobičnijima (40%). Neki OTA također bilježe značajan porast zahtjeva u odnosu na prošlu godinu za destinacije kao što su Taipei (+2.786%), Paros (+193%), Liverpool (+171%), Istra (+102%), Bergen (+97%), Palermo (+89%) ili Quebec (+60%)
- U 2024. Francuzi žele provoditi više vremena s voljenima, obitelji ili prijateljima. Gotovo 30% vjeruje da je odlazak na odmor ili vikend najbolji način za proslavu događanja. U top nezaobilaznim događanjima za odmor ili vikend su rođendan (35%) i godišnjica braka (24%)
- Bazen, prekrasan vrt, jacuzzi na terasi ili vanjska kuhinja, ovi mali dodaci popularni su za boravak s obitelji ili prijateljima. Gotovo polovica Francuza smatra da su vanjski sadržaji smještaja za odmor najvažniji elementi pri odabiru mjesta za boravak, daleko ispred unutarnjih sadržaja stana (22%).
- Važan kriterij prilikom odabira hotela postaja atmosfera. 85% Francuza smatra da je ambijent hotela važan kriterij prilikom rezervacije. Posebno se cijeni razina usluge i pažnje koja se posvećuje gostima u hotelu, glazba, unutarnje uređenje, ili osvjetljenje hotela.
- Filmovi, serije, glazba sve više utječu na odabir odmora - više od polovice Francuza u dobi od 18 do 44 godine navodi kako su istraživali ili rezervirali putovanje nakon što su destinaciji uočili u TV seriji ili filmu (51%). 35% priznaje da televizijske serije i filmovi više utječu na njihove planove putovanja nego prije (35%). Glazba također igra inspirativnu ulogu: 59% anketiranih Francuza reklo je da bi vjerojatno išli na koncert izvan svog grada, a više od 40% reklo je da bi koncert bio savršena izlika za otkrivanje novog odredišta.
- Kada su u pitanju održiva putovanja, Francuzi pridaju veliku važnost održivosti i razvoju odgovornoga turizma. Za 77 % Francuza eko i održivi razvoj bit će jedan od prioriteta izbora destinacije u sljedećim godinama (Booking.fr), a čak 76% Francuza spremno je odreći se avioprijevoza za kratke destinacije, kako bi smanjili emisije CO2.

Preliminarna procjena redoslijeda omiljenih destinacija u 2024. tj. odnosa putovanja na relaciji domaće destinacije/inozemstvo.

Alternativne i još uvijek nedovoljno poznate destinacije ispred popularnih, prenapučenih i skupih – to je ukratko rezime top odmorišnih destinacija za Francuze tijekom 2024. godine. Te su destinacije potpuno zavladaile prostorom u francuskim medijima, posebno na mrežama omiljenima među mlađom populacijom, poput TikToka. Prema pisanju francuskih medija, 2024. će za francuske putnike i turiste biti označena upravo potragom za alternativnim, jeftinijim, originalnim i nikako prenapučenim destinacijama.

Prema istraživanju Expedia Group, alternativna odredišta, često pristupačnija, u porastu su među putnicima. Više od trećine njih već je rezerviralo jedno od ovih odredišta koja se smatraju manje prometnima (48%) i neobičnijima (40%). Neki također bilježe značajan porast zahtjeva u odnosu na prošlu godinu, a među najpopularnijim takvim destinacijama našla se Istra, s izuzetnim porastom interesa Francuza.

Redoslijed omiljenih alternativnih destinacija tijekom 2024. godine i interes publike na Expedia groupe portalima :

- Taipei (alternativna destinacija Seula) : +2 786 %
- Paros (alternativna destinacija Santorinija) : + 193 %
- Curaçao (alternativna destinacija Saint-Martina) : + 185 %
- Perth (alternativna destinacija Sydneya) : + 109 %
- Liverpool (alternativna destinacija Londona) : 97 %
- Palermo (alternativna destinacija Lisabona) : + 89 %
- Québec (alternativna destinacija Ženeve) : + 60 %
- Memphis (alternativna destinacija Nashvilea) : + 16 %

Nastavno na uočene trendove Expedia je tijekom 2023. već identificirala tri inozemne destinacije koje bilježe značajno povećanje interesa na stranicama platforme Expedia.fr :

- Istra (alternativna destinacija Dalmacije) : +171%
- Bergen (alternativna destinacija Stockholma) : +102%
- Krakov (alternativna destinacija Praga) +81%

Prognoze organizatora putovanja i zrakoplovnih prijevoznika za 2024.

Marietton grupa i dalje zauzima vodeću poziciju na tržištu organiziranih putovanja te su nakon nedavnog preuzimanja agencija Havas Voyages, za 2024. najavili nove akvizicije – preuzimanje TO Climats du Monde. Najavljena je prodaja i francuskog TO Alpitoura.

Prva hotelska grupa u Europi, odnosno šesta u svijetu, francuski Accor hoteli ostvarili su u trećem kvartalu 2023. rekordne rezultate i prihode od 1.286 milijuna eura te ukupan porast od 13% u odnosu na 2022. Odlični rezultati posljedica su prije svega porasta u grupi Premium te u grupi Luxe & Lifestyle, što je još jedna potvrda da luksuz najbolje odlijeva krizi, inflaciji i raznim drugim poremećajima na tržištu. Accor Hoteli tijekom 2024. godine planiraju investirati oko dvije milijarde eura u vlastite hotele u Europi.

Resaneo, prva ekskluzivna B2B platforma za rezervaciju online karata i dalje se širi na tržištu Francuske te najavljuje nove akvizicije - preuzimanje Bourse des Vols i Bourse des Voyages. Kompanija je u posljednjih nekoliko godina prerasla u jednog od vodećih B2B dionika te osigurava karte za vlakove, redovne, niskobudžetne i charter kompanije, u suradnji s više od 600 prijevozničkih kompanija. Najnovijim akvizicijama zadržat će poziciju najznačajnije travel B2B platforme za prijevoz.

FairMoove se etablirao kao lider u odgovornom održivom razvoju u Francuskoj te su najavili nove investicije i preuzimanja dva „povijesna“ dionika na tržištu organiziranih putovanja : Betterfly Tourism i Double Sens. Nakon kupovine Auxigènea u lipnju 2023. FairMoove će s dodatnih 5,5 milijuna eura financirati najnovije akvizicije, čime će dodatno osnažiti poziciju lidera na tržištu odgovornog turizma.

TURISTIČKA SEZONA 2024. – HRVATSKA

Okvirna procjena ukupnog broja dolazaka i noćenja u Hrvatskoj u 2024.

Realno je očekivati kako će u sljedećim razdobljima još veći broj Francuza dolaziti u Hrvatsku budući da se radi o jednom izuzetno važnom i potentnom tržištu koje je još uvijek daleko od faze zasićenosti i zrelosti. Brojni francuski organizatori putovanja najavljuju proširenje programa u Hrvatskoj i uvođenje charter letova već od travnja, a zračne kompanije sve više razvijaju dodatne redovne i sezonske linije. Unatoč činjenici da se svake godine iz Francuske za Hrvatsku otvori nekoliko novih direktnih zračnih linija, još uvijek je njihov broj nedovoljan i ne pokriva sve hrvatske regije, što predstavlja dodatni izazov i potencijal u sljedećim razdobljima. Tim više što nakon niza godina umjesto Dubrovnika, kao jedine hrvatske destinacije poznate u Francuskoj, Francuzi u sve većem broju otkrivaju nove, izazovne, alternativne, turističke destinacije u Hrvatskoj.

Najave zastupljenosti Hrvatske u programima organizatora putovanja i zrakoplovnih prijevoznika tijekom 2024.

Za 2024. godinu, glede zrakoplova, trenutačno najavljeni planovi letova slični su onima za 2023., a već su najavljene i neke nove direktne linije među kojima izdvajamo:

- RyanAir (Paris Bauvais – Dubrovnik)
- RyanAir (Marseilles – Zagreb)
- Volotea (Strasbourg – Split)
- EasyJet (Lyon – Zadar)
- EasyJet (Toulouse – Zadar)
- EasyJet (Nantes – Split)

Pregled najava direktnih zračnih linija iz Francuske za Hrvatsku tijekom 2024. godine.



www.croatiaairlines.hr

Paris CDG-Dubrovnik

5 vols directs par semaine
Mardi : 23/04 à fin octobre
Mercredi : 8/05 à fin octobre
Jeudi : 18/04 à fin octobre
Vendredi : 19/04 à fin octobre
Dimanche : 5/05 à fin octobre

Paris CDG-Pula

Vols quotidiens (Escale à Zagreb)

Paris CDG-Zadar

Vols quotidiens (Escale à Zagreb)

Paris CDG-Split

4 vols directs par semaine du 31/03
à fin octobre
(Lundi, mercredi, samedi et
dimanche)

Paris CDG-Zagreb

2 vol directs quotidiens d'avril à a
fin octobre

Lyon – Split

1 vol direct par semaine
Samedi : 11/05 au 5/10



www.airfrance.fr

Paris CDG-Zagreb

Du 1er janvier au 31 décembre
1 vol quotidien toute l'année

Paris CDG-Split

4 juillet au 27 octobre

Paris CDG-Dubrovnik

4 juin au 26 octobre



www.transavia.com

Paris Orly-Split

Du 4 avril au 3 novembre
(Lundi, jeudi, vendredi et dimanche)

Paris Orly-Dubrovnik

Du 4 avril au 3 novembre
1 vol quotidien



www.ryanair.com

Nouveautés

Paris Beauvais-Dubrovnik

Du 5 avril au 25 octobre
2 vols (lundi et vendredi)

Marseille-Zagreb

Du 1er avril au 31 octobre

Marseille-Zadar

Du 1er avril au 30 septembre
1 à 5 vols par semaine

Paris Beauvais-Zadar

Du 2 juin au 30 septembre
2 vols (mercredi et dimanche)

Paris Beauvais- Zagreb

Du 1er janvier au 31 octobre
2-3 vols hebdomadaires
(jeudi, vendredi, samedi et dimanche)

Bordeaux - Zadar

Du 1er juin au 30 septembre
2 vols (mercredi et dimanche)

Bâle-Mulhouse - Zagreb

3-4 vols par semaine

VOLOTEA

www.volotea.com

Nouveautés

Strasbourg - Split

26 juin au 11 septembre (mercredi)

Bordeaux-Dubrovnik

13 avril au 2 novembre

1 à 2 vols hebdomadaires (mercredi et samedi)

Bordeaux-Split

14 avril au 3 novembre

1 à 2 vols hebdomadaires (mercredi et dimanche)

Lyon-Dubrovnik

11 avril au 2 novembre

2 à 3 vols (mardi, jeudi et samedi)

Marseille-Dubrovnik

13 avril au 2 novembre

1 à 2 vols hebdomadaires (mardi et samedi)

Nantes-Dubrovnik

20 avril au 2 octobre

2-3 vols hebdomadaires (mardi, jeudi et samedi)

Toulouse-Dubrovnik

6 avril au 2 novembre

1-2 vol (mercredi et samedi)

Lille-Split

21 avril au 3 novembre

1 vol par semaine le dimanche

Lyon-Split

14 avril au 3 novembre

2 vols hebdomadaires (mercredi et dimanche)

Marseille-Split

21 avril au 3 novembre

1 à 2 vols (mercredi et dimanche)

Nantes-Split

21 avril au 3 novembre

2 hebdomadaires (mercredi et dimanche)

Toulouse-Split

7 avril au 3 novembre

1 à 2 vols (mercredi et dimanche)

easyJet

www.easyjet.com

Nouveautés

Lyon -Zadar

Du 29 juin au 31 août

Toulouse - Zadar

Du 26 juin au 1er septembre

Nantes - Split

Du 24 juin au 30 août

Paris CDG-Split

Du 6 avril au 5 octobre

2 à 7 vols hebdomadaires

Paris CDG-Pula

Du 24 juin au 30 septembre

2 vols hebdomadaires (lundi et vendredi)

Paris Orly-Split

Du 24 juin au 1er septembre

4 vols par semaine
(Lundi, mercredi, vendredi, dimanche)

Nantes-Dubrovnik

Du 24 juin au 30 août

2 vols par semaine (lundi et vendredi)

Bâle - Dubrovnik, Zadar et Pula

Du 26 juin au 1er septembre

(Entre 2 et 4 vols par semaine)

Bâle - Split

Du 29 mars au 1er septembre

(1 vol par jour)

Paris Orly-Dubrovnik

Du 24 juin au 1er septembre

6 vols hebdomadaires
(Lundi, mardi, mercredi, jeudi, samedi, dimanche)

Lyon-Dubrovnik

Du 6 avril au 26 octobre

2 vols hebdomadaires
(Mardi et samedi)

Lyon-Split

Du 24 juin au 1er septembre

5 vols hebdomadaires
(Tous les jours sauf le vendredi et le samedi)

Većina francuskih turoperatora, unatoč visokim cijenama, najavljuje zadržavanje programa u Hrvatskoj u 2024. godini. Najveći francuski organizatori putovanja za Hrvatsku traže dodatne zanimljive ponude i hotele za zakup. Glavni turoperatora kao što su Top Of Travel, Travel Europe, Voyamar, Promovacances, ali i avioprijevoznici kao što su Volotea, Transavia u 2024. najavljuju i povećanje broja letova i programa za Hrvatsku. U nastavku slijede najave zastupljenosti u programima najznačajnijih organizatora putovanja/agencija tijekom 2023. godine:

Najave zastupljenosti Hrvatske u programima organizatora putovanja tijekom 2024.

Glavni TO/TA	Informacije o programima za Hrvatsku
Visit Europe/ Travel Europe	Grupa Travel Europe sastoji se od Travel Europea (TO za grupe) i VisitEuropea za individualna putovanja. Travel Europe je poznat po svojoj ponudi u Hrvatskoj, ima i dvije lokalne agencije u Puli i Dubrovniku te nudi 30-ak različitih programa, tura i krstarenja. U planu su brojne novosti, poput programa po Istri fokusiranoga na gastronomiju te programa pješačenja kroz nekoliko hrvatskih nacionalnih parkova i hrvatskih regija.
Top of Travel	TOP OF TRAVEL izuzetno je jak u B2B segmentu. Ima velik broj charter letova i najbolju charter pokrivenost iz svih francuskih regija - lideri su u regionalnim polascima. Najavljuju zadržavanje programa u Hrvatskoj te nove hotelske klubove. Velika su pritužba na visoke cijene hotelskoga smještaja.
FRAM/Promovacances	Grupa Karavel jedan je od najvažnijih organizatora putovanja za Hrvatsku. Imaju vrlo bogatu produkciju u Hrvatskoj. Ukupno, Fram ima 60-ak različitih ponuda i programa po Hrvatskoj, Promovacances 80-ak. Imaju zakupljena sjedala na letovima za Split i Dubrovnik, s polascima iz najvećih francuskih gradova.
Voyamar / Havas Voyages	Voyamar trenutno nudi 20-ak proizvoda za Hrvatsku (ture/putovanja automobilom/hoteli/klubovi) koji obuhvaćaju sljedeće regije: Istra, Kvarner i Dalmacija. Trajanje putovanja je od 7 do 9 noćenja, u hotelima od 3 do 5 zvjezdica.
Terre d'Aventures	Terre d'aventure nudi 12 programa u Hrvatskoj fokusiranih na trekking i planinarenje koji stavljaju naglasak na prirodne ljepote (nacionalne parkove) i kulturnu baštinu različitih gradova.
Voyage Privee	Online luxury tour operator, nemaju fiksni zakup nego direktne ugovore s 20-ak hrvatskih hotela i direktan zakup na letovima avio kompanija. U ponudi imaju nekoliko programa u Hrvatskoj u više regija (Dalmacija, Kvarner, Istra, Zagreb, otoci).
Last Minute	Last Minute konstantno razvija produkciju i programe u Hrvatskoj koji uključuju smještaj u hotelima i letove, posebno u sljedećim gradovima: Poreč, Zadar, Split, Brač i Dubrovnik.
Alibert Trecking	Alibert Trecking nudi 12 putovanja u trajanju od 8 do 14 dana. Putovanja mogu biti vođena ili samostalna, s različitim razinama planinarenja.
Cap vers l'est	Cap Vers L'est je turoperator koji nudi dvadesetak putovanja „po mjeri“ u svim regijama Hrvatske. Jedan su od specijalista za Hrvatsku i posebno su koncentrirani na autobusne dolaske.
La Balaguere	La Balaguere nudi sedam programa u Hrvatskoj usmjerenih na prirodu, s mnogo planinarenja i outdoor aktivnosti poput kajaka ili biciklizma.
Interhome	Interhome je platforma za najam smještaja koja na svojim stranicama trenutno nudi više od 2 tisuće apartmana i kuća za odmor u Hrvatskoj.
Pierre & Vacances	Pierre & Vacances ima 7 atraktivnih rezidencija u Hrvatskoj, od kojih je jedna premium smještena u Dubrovniku, a to je rezidencija Sun Gardens. Što se tiče ostalih rezidencija, tri su u Istri (Umag i Rovinj), dvije u Zadarskoj regiji (Petrčane i Zaton) i jedna na Korčuli.

Nomades Aventure	Nomade Aventure nudi 10 putovanja u trajanju od 8 do 15 dana. Putovanja ovog visokokvalitetnog francuskog organizatora putovanja imaju naglasak na outdoor aktivnostima, a posebno su istaknuti programi s naglaskom na biciklizmu, outdoor aktivnostima te otkrivanju prirodnih ljepota, na otocima te u nacionalne i parkovima prirode.
Voyageurs du Monde	Voyageurs du Monde nudi široku paletu putovanja u trajanju od 5 do 20 dana u Istri, Zagrebu i Dalmaciji. Ovaj kvalitetni francuski TO razvio je novi koncept u skladu s najnovijim trendovima o održivom turističkom razvoju. „Radije ne bih putovao avionom”: novi koncept Voyageurs du Monde – putovanja uključuju i daleke destinacije (Je préfère ne pas prendre l’avion)
Comptoir des Voyages	Nakon studijskog putovanja provedenog u listopadu 2023. Comptoir des Voyages želi proširiti svoju ponudu u Istri. Ovaj visokokvalitetni tailor made TO tijekom 2024. planira razviti produkciju u Slavoniji.
Continents Insolites	Continent Insolites nudi putovanje u Zagrebu s temom Božića, putovanje u Dalmaciju i putovanje od sjevera do juga Hrvatske.
Kuoni	Kuoni predlaže cijeli niz aktivnosti od grupnih tura, krizinga, city break ponuda i programa po mjeri. Kuoni stalno razvija ponudu za Hrvatsku.
UCPA	UCPA posjeduje centar za odmor 'Lumbarda' koji nudi sportske aktivnosti. Također nude i programe pješaćenja, s naglaskom na otkrivanju nacionalnih parkova.
TUI France	TUI France u Hrvatskoj ostaje prisutan kroz klub Lookea Epidaurus u Cavtatu.
Verdie Voyages	U produkciji 2023. nude zanimljive programe grupnih tura u Hrvatskoj, te krstarenja Jadranom, ali i tailor made programe po cijeloj Hrvatskoj. Ovaj visokokvalitetni TO posljednjih godina intenzivno razvija produkciju u Hrvatskoj.
Art & Vie	Ovaj izuzetno kvalitetni organizator putovanja nudi cijelu paletu putovanja s naglaskom na kulturu u Hrvatskoj.
Amplitudes	Amplitudes nudi na svojoj web stranici putovanje u Dalmaciji (Split-Dubrovnik), dva krstarenja koja uključuju više destinacija uključujući Hrvatsku i tri city-break ponude u Dubrovniku.
Amslav	U 2024., Amslav će razviti 3 nova proizvoda: jednu turu, putovanje automobilom i city-break u Dubrovniku.
Step Travel	Ovaj kvalitetni B2B turoperator specijaliziran za zemlje Balkana u 2024. godini nastavlja širiti programe u Hrvatskoj. Osim krstarenja na luksuznoj jahti od svibnja do listopada, nude i kvalitetne tailor made programe tijekom Adventa u Zagrebu.
Privilèges Voyages	Privilège Voyages je turoperator koji nudi putovanja po mjeri s ponudom putovanja u regiji Dubrovnik.
Worldia	Worldia nudi city-breakove u Zagrebu i Splitu, zatim boravke u regiji Istre i Dalmacije.
Voyages Gallia / La Cordée Voyage	La Cordée Voyage nudi za 2024. nekoliko novih programa krstarenja za regije Istra/Kvarner/Dalmacija.

Rivage du Monde	U ponudi imaju luksuzna krstarenja Jadranom, ali i krstarenje u sklopu europskih riječnih tura u sklopu kojih je predviđen i posjet Vukovaru i Kopačkom ritu. Zadržavaju svu produkciju i planiraju daljnje širenje programa u Hrvatskoj.
Globsailor	Radi se o jednom od vodećih meta pretraživača cijena za najam brodova. Imaju bogatu ponuda najma brodova sa skiperima u Hrvatskoj i lider su za rezervaciju brodova za različita krstarenja u 2024. godini. Neki od njihovih proizvoda kombiniraju krstarenja s planinarenjem, biciklizmom i ture automobilom. Hrvatska u 2024. ostaje jedna od ključnih destinacija ovog TO.
Ponant	Brod najprestižnije mini krusing kompanije na svijetu postao je nedavno prvi jedrenjak Relais & Châteaux na svijetu. Radi se o brodu koji ljeti plovi Jadranom, a gosti Ponanta će od 2024. otkrivati ljepote hrvatskih otoka i obale po cijeni krstarenja od minimalno 10.060€ po osobi tjedno.

Mjere koje bi prema mišljenju organizatora putovanja i drugih ključnih poslovnih dionika (prijevoznici, udruge/udruženja u turizmu i sl.) trebalo poduzeti u 2024. kako bi Hrvatska bila poželjna turistička destinacija u kontekstu daljnjih političkih i ekonomskih okolnost

U razdoblju 2015. do 2023. godine (uz iznimku 2020.) Hrvatska bilježi kontinuirani porast broja dolazaka i noćenja gostiju iz Francuske. Razlozi porasta broja dolazaka francuskih gostiju svakako leže u činjenici da većina francuskih turoperatora koji već programiraju Hrvatsku iz godine u godinu otvara nove programe u mnogim hrvatskim regijama, a Hrvatska se usporedno vrlo dobro profilirala među francuskom turističkom publikom. Uslijed generalnih trendova, geopolitičkih kretanja, ali i atraktivnosti, sve se više turoperatora orijentira na bliske i sigurne europske destinacije među kojima su popularne mediteranske zemlje.

Bez obzira na dobre rezultate posljednjih godina, činjenica je kako se postignuti status i dobra slika o Hrvatskoj vrlo brzo mogu narušiti. Dok smo s jedne strane uspjeli podići svjesnost o brendu te brojnim promotivnim i prodajnim aktivnostima francuske goste zainteresirali za gotovo sve hrvatske regije, tj. pokazali kako je Hrvatska puno više od destinacije „sunca i mora“, pojedini visokokvalitetni organizatori putovanja (Voyageurs du Monde, Comptoir du Voyage....) i dalje ističu regionalno neujednačen i nedostatan broj kvalitetnih hotelskih kapaciteta kao jedan od ključnih nedostataka koji sprječavaju daljnji rast s ovog tržišta. Pojedini organizatori putovanja i agenti posebno oni koji organiziraju putovanja „po mjeri“ i dalje izražavaju bojazan zbog porasta cijena u hotelima te segmentima usluga koji, nažalost, ponekad nisu popraćeni odgovarajućom kvalitetom. Novi rast cijena hotelske i ostale ponude (u najavi za 2024. godinu) mogao bi narušiti daljnji trend povećanja potražnje s ovog izuzetnog zahtjevnog i važnog emitivnog tržišta.

Unatoč činjenici da se svake godine iz Francuske za Hrvatsku otvori nekoliko novih direktnih zračnih linija, njihov broj još uvijek je nedovoljan i ne pokriva sve hrvatske regije, što predstavlja značajan nedostatak u odnosu na konkurentne južnoeuropske destinacije i radi čega se u idućem razdoblju planira dodatni poticaj aktivnostima koje bi mogle rezultirati otvaranjem novih charter, ili redovnih linija iz Francuske za Hrvatsku.

U posljednjim godinama, posebno od krize uzrokovane pandemijom, mnogi su Francuzi postali svjesni važnosti održivog razvoja i ekološke dimenzije putovanja. Ograničavajući faktor daljnjeg razvoja s ovog tržišta svakako je i nedovoljno razvijena mreža željeznica u Hrvatskoj, budući da Francuzi sve više putuju vlakovima. Francuska posjeduje modernu mrežu komercijalnih vlakova

te je de facto je iz bilo kojeg dijela zemlje moguće stići brzim vlakovima na drugi kraj zemlje, a odlično je povezana i sa susjednim državama.

Sve se više razvijaju i koriste nove platforme za putovanja s niskom emisijom ugljika. Jedan od najznačajnijih organizatora putovanja „po mjeri“ Voyageurs du Monde razvio je novi koncept „Radije ne bih putovao zrakoplovom“ koji uključuje putovanja vlakom te u najvećoj mogućoj mjeri izbjegava zrakoplovni prijevoz. Prema posljednjim istraživanjima Booking.com za 77 % Francuza eko i održivi razvoj bit će jedan od prioriteta izbora destinacije u sljedećim godinama te se većina Francuza spremna odreći zračnog prijevoza za kratke destinacije, kako bi smanjili emisije CO2.