



SLOVENIJA

PROFIL EMITIVNOG TRŽIŠTA - IZDANJE 2024.



SADRŽAJ

OPĆI PODACI O TRŽIŠTU	3
STANOVNIŠTVO	3
OPĆE KARAKTERISTIKE GOSPODARSTVA	4
MEDIJI I OGLAŠAVANJE NA TRŽIŠTU	10
PROFIL EMITIVNOG TURISTIČKOG TRŽIŠTA U 2022. I 2023. GODINI	19
PREGLED ORGANIZATORA PUTOVANJA NA TRŽIŠTU	23
DOPRINOS TRŽIŠTA UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU	26
REZULTATI 2023. PREMA SUSTAVU eVISITOR (svi kapaciteti)	27
NALAZI ISTRAŽIVANJA TOMAS HRVATSKA 2022./2023.	30
TURISTIČKA SEZONA 2024. – OPĆI POKAZATELJI I NAJAVE	45
TURISTIČKA SEZONA 2024. – HRVATSKA.....	46

OPĆI PODACI O TRŽIŠTU

Političko uređenje: parlamentarna republika

Površina: 20.273 km².

Najveći gradovi: Ljubljana – glavni grad (293.218), Maribor (112.840), Kranj (56.780), Koper (53.440), Celje (48.847), Novo Mesto (37.340), Domžale (36.790), Velenje (33.560), Nova Gorica (31.840) i Kamnik (29.500). U navedenih deset najvećih gradova Slovenije živi oko 35% ukupnog stanovništva.

Službeni jezik: slovenski

Valuta: EUR

Izvor: [SURS](#)

STANOVNIŠTVO

- 2.117.647 stanovnika
- Prosječna starost 44,0 godina
- Gustoća naseljenosti iznosi 104,4 st./km².

U travnju 2023. Slovenija je imala 702 stanovnika više nego tri mjeseca ranije. U prvom kvartalu se je broj slovenskih državljana smanjio za 2.100, dok se je broj stranaca povećao za 2.800.

U Sloveniji živi 1.064.491 muškaraca te 1.053.183 žena, pa je udio žena u ukupnom broju stanovnika 51,1%.

Stanovnici po skupinama i spolu, Slovenija

	1. 4. 2022.	1. 7. 2022.	1. 10. 2022.	1. 1. 2023.	1. 4. 2023.
Stanovnici ukupno	2.106.215	2.108.732	2.110.547	2.116.972	2.117.674
Muškarci	1.057.473	1.059.168	1.060.442	1.063.271	1.064.491
Žene	1.048.742	1.049.564	1.050.105	1.053.701	1.053.183
Državljeni Republike Slovenije	1.931.875	1.930.485	1.929.532	1.927.176	1.925.037
Muškarci	945.256	944.622	944.212	943.109	942.132
Žene	986.619	985.863	985.320	984.067	982.905
Strani državljani	174.340	178.247	181.015	189.796	192.637
Muškarci	112.217	114.546	116.230	120.162	122.359
Žene	62.123	63.701	64.785	69.634	70.278

Izvor: [SURS](#)

U 2022. rođeno je 17.627 djece, što je za 1.357 manje negoli godinu ranije. Prirodni prirast je u Sloveniji negativan od 2017. godine, u 2022. godini je pozitivan bio samo u rujnu, dok je na godišnjoj razini iznosio -2,0 na 1.000 stanovnika.

Prirodni prirast, Slovenija

	2021.	2022.
Novorođeni	18.984	17.627
Umrli	23.261	22.492
Prirodni prirast	-4.277	-4.865
Prirodni prirast na 1.000 stanovnika	-2,0	-2,3

Izvor: [SURS](#)

OPĆE KARAKTERISTIKE GOSPODARSTVA

OECD i Međunarodni monetarni fond (IMF) za 2023. godinu za svjetsko gospodarstvo prognozira 3% rasta, dok za 2024. godinu nagovještava usporavanje rasta na razinu od 2,7 do 2,9%. Te prognoze za sada ne uzimaju u obzir moguće posljedice dodatnog zaoštavanja odnosa na Bliskom istoku, posebno kada govorimo o cijeni nafte. Gospodarski rast će u eurozoni prema svim prognozama u prosjeku ostati vrlo nizak (između 0,6 i 0,8%) između ostalog, iz razloga što do kraja godine ne možemo očekivati jačanje gospodarske aktivnosti. Očekuje se i oporavak gospodarskih aktivnosti u Njemačkoj, koja je bitna i za Republiku Sloveniju jer je ona najbitniji slovenski trgovački partner.

Osim vremenskih nepogoda te velikih poplava koje su se dogodile u Sloveniji, na gospodarsku aktivnost utjecat će i drugi negativni čimbenici povezani s inflacijskim gibanjima i učincima zaoštavanja monetarne politike, zatim cijene energenata, opskrba s plinom te globalni razvoj događanja vezanih uz rat u Ukrajini te novu bliskoistočnu krizu.

Unatoč tome, u rujnu se nastavlja pad broja nezaposlenih, dok je prosječna bruto plaća u prvih sedam mjeseci 2023. godine bila realno viša za 1,4% u odnosu na isto razdoblje 2022. godine. Nastavlja se smanjivanje broj korisnika državne socijalne pomoći, kao i novčane kompenzacije za nezaposlenost.

Prosječni godišnji rast cijena životnih namirnica u rujnu 2023. prema procjeni raste sa 6,2 na 7,5%, što govori u prilog smanjivanju trenda rasta cijena, stabiliziranju negativnih učinaka energetske poremecaja i padu troškova industrijske proizvodnje u odnosu na 2022. godinu.

Izvor: [Ekonomsko ogledalo, UMAR, listopad, 2023](#)

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

Bruto domaći proizvod u Republici Sloveniji je za 2022. godinu iznosio 57.083 milijuna eura, što je nominalno za 9,1% više nego u 2021. godini - primarno zbog povećanja opće razine cijena proizvoda.

Povećanju BDP-a najviše su pridonijele stručne, znanstvene i tehničke djelatnosti (0,6 postotnih bodova) i ugostiteljstvo (0,6 postotnih bodova) koje je tek prošle godine doseglo odnosno za 4% premašilo volumen dodane vrijednosti prije pandemije covid-19 (2019. godina). Informacijske i komunikacijske djelatnosti te građevinarstvo pridonijele su rastu BDP-a s 0,4 postotna boda zatim ostale razne poslovne djelatnosti s 0,3 postotna boda, a promet, logistika i distribucija s 0,2 postotna boda.

Na promjenu opsega BDP-a najveći su negativan utjecaj imale prerađivačke djelatnosti (-0,7 postotnih bodova), zatim trgovina (-0,6 postotnih bodova) te opskrba električnom energijom, plinom i parom (-0,2 postotna boda).

U prethodnoj godini na rashodnoj strani bruto domaćeg proizvoda zabilježen je umjeren rast opsega finalne potrošnje kućanstava (3,3%), finalna potrošnja državnog sektora realno je smanjena za 0,5%, a za finalnu potrošnju neprofitnih institucija koje pružaju usluge kućanstvima realno je porasla za 21,1%. Bruto investicije u dugotrajnu imovinu realno su porasle za 3,5%. U robnoj razmjeni s inozemstvom, kao i prošle godine, uvoz roba i usluga i dalje je realno viši (9,0%) od izvoza (7,2%).

Godišnji rast BDP za 2022./2023. procjenjuje se na 2,5%, a visina BDP-a po stanovniku je 27.040 eura. Za 2024. godinu se predviđa rast BDP-a od 2,9% uz procjenu da će inflacija u sljedećoj godini usporiti rast svjetskog gospodarstva, a samim time i rast u Republici Sloveniji.

Izvor: [SURS](#)

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

U 2022. godini se u Republici Sloveniji bilježi rast radno aktivnog stanovništva i rast zaposlenosti u odnosu na 2021. godinu od 18%, iako se u trećem kvartalu 2022. bilježi i 42.300 nezaposlenih osoba.

U drugom tromjesečju 2023. registrirano je 37.000 nezaposlenih (14,4% manje nego u istom razdoblju prethodne godine), dok je zaposleno 996.000 osoba (1,0% više). Prema zadnjim dostupnim podacima stopa nezaposlenosti u drugom tromjesečju 2023. godine je tako iznosila 3,6 % radno aktivnog stanovništva (osobe u dobi od 15 ili više godina). U odnosu na 2. tromjesečje prošle godine stopa nezaposlenosti je smanjena za 0,6 postotnih bodova, dok je stopa radno aktivnog stanovništva porasla za 0,2 postotna boda.

Među zaposlenim stanovništvom bilo je 84,6% zaposlenih i 12,8% samozaposlenih, dok je 2,6% pomagalo na OPG-u, ili u obiteljskim firmama. U odnosu na drugo tromjesečje 2022. broj samozaposlenih povećao se za 5,7%, dok se broj zaposlenih smanjio za pola posto.

Prema procjenama europske komisije će se potrošnja 2024. godini povećati do 2% na godišnjoj razini, što će podupirati rast broja zaposlenih i visine plaća. U 2024. godinu stopa nezaposlenosti bi trebala ostati niska, prosječno 3,8 %, a zaposlenost bi blago rasla, za 0,5% u odnosu na 2023. godinu.

Stanovništvo po aktivnosti, Slovenija (u 1.000), Usporedba drugo tromjesečje 2022./2023.

	T2 2022			T2 2023		
	ukupno	muški	žene	ukupno	muški	žene
Članovi zasebnih domaćinstava – ukupno	2.058	1.039	1.018	2.068	1.045	1.023
Aktivni	1.030	558	472	1.034	561	473
nezaposleni	44	22	22	37	21M	16M
radno aktivni	987	536	450	996	540	457
samozaposleni	120	87	34	127	92	35
zaposleni	847	441	406	843	434	409
v poslovnom odnosu	810	425	384	812	422	391
Preko studentskog servisa	25	9M	16M	23	9M	14
druge oblike rada	12M	7M	6M	8M	4M	4M
Obiteljski članovi	19	8M	11M	26	13M	13M
Neaktivni	710	318	393	718	322	397
Mlađi od 15 godina	317	163	154	316	163	153
*M: manje pouzdrani podaci						

Izvor: [SURS](#)

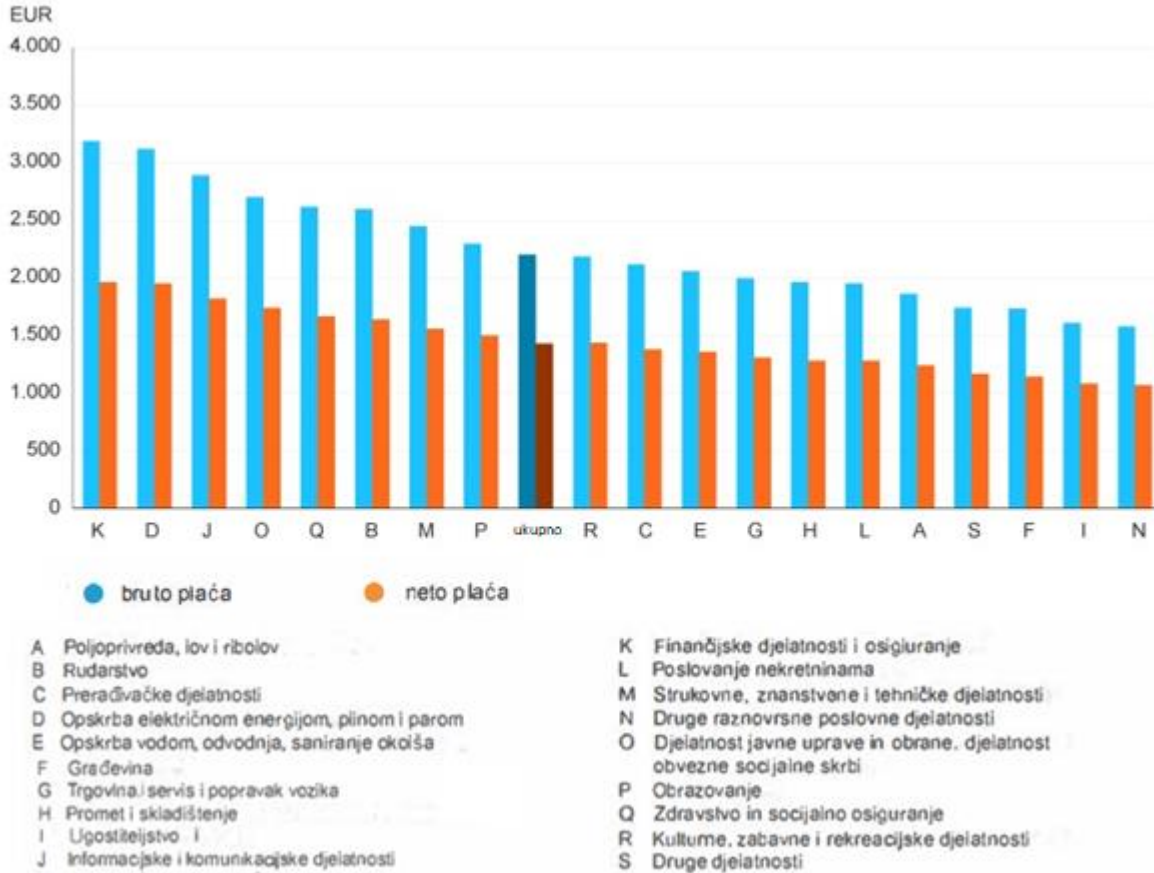
Prosječna plaća (aktualni podaci)

Prema dostupnim podacima je prosječna bruto mjesečna plaća u Republici Sloveniji za srpanj 2023. iznosila 2.202,08 eura odnosno 1.428,46 eura neto, što je bilo nominalno niže od lipnja 2023. za 0,2%, a realno za 0,4%.

U usporedbi s plaćom za srpanj 2022. godine je plaća u 2023. g. nominalno bila viša (bruto za 10%, neto za 9,5%) i realno viša (bruto za 3,7%, neto za 3,2%).

Za 2024. godinu planira se rast plaća od 5,3%.

Prosječna plaća po djelatnostima (SKD Slovenija 2008.), Slovenija, srpanj 2023.



Izvor: [SURS](#)

Prosječna mjesečna plaća za zaposlene, Slovenija, 2022.

	srpanj2023	Ø sij–srp 2023	Ø svib–srp 2023	srpanj 2023	srpanj 2023	Ø sij–srp 2023
				lipanj 2023	srpanj 2022	Ø sij–srp 2022
	EUR			nominalna stopnja rasti (%)		
Bruto	2.202,08	2.181,03	2.205,35	-0,2	10	10,1
Javni sektor	2.581,12	2.497,79	2.564,69	0,5	11,6	10,6
od toga sektor država	2.617,96	2.506,10	2.578,65	1,1	11,5	10,1
Privatni sektor	2.033,81	2.040,23	2.045,74	-0,5	9	9,9
Neto	1.428,46	1.418,11	1.431,51	-0,2	9,5	10,3
Javni sektor	1.658,54	1.613,33	1.650,76	0,3	10,8	10,6
od tega sektor država	1.682,23	1.618,80	1.659,23	1,1	10,8	10,2
Privatni sektor	1.326,31	1.331,34	1.334,12	-0,5	8,8	10,2

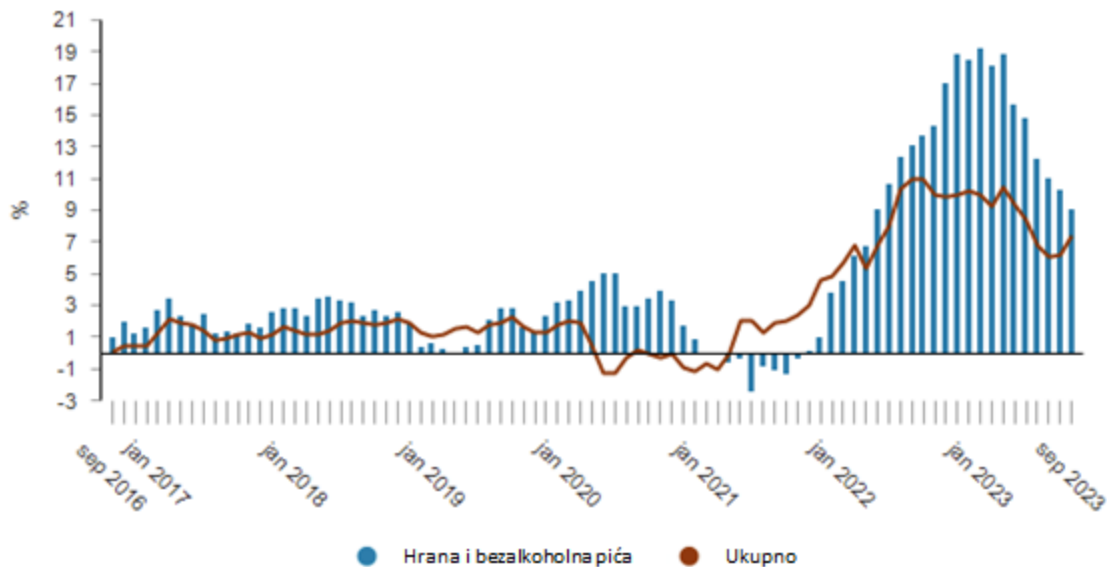
Izvor: [SURS](#)

Stopa inflacije

Inflacija se u republici Sloveniji u 2023. godini povećala u odnosu na procjene i to sa 6,1 na 7,0%, dok se za sljedeću godinu planira povećanje inflacije za 3,8%.

Godišnji prosječni ukupni rast cijena bio je 7,5%. Cijene usluga u prosjeku su više za 8,4 %, a cijene roba za 7,0 %. Proizvodi dnevne potrošnje poskupjeli su za 8,8%, polutrajni proizvodi za 5,5%, a trajni proizvodi za 1,0%.

Godišnja stopa rasta cijena životnih potrepština, Slovenija



Izvor: [SURS](#)

Na godišnju inflaciju 2023./2022. uvelike je utjecalo poskupljenje hrane (za 9,2 postotna boda) i bezalkoholnih pića (1,6 postotna boda). Električna energija poskupjela je 26,5% što je inflaciji dodalo 0,9 postotna boda. Više cijene usluge rekreacije i kulturnih događanja (za 7,8%) pridonijele su ukupnoj inflaciji za 0,8 postotna boda. Za 10,7% su skuplji proizvodi i usluge u zdravstvu pa su također utjecali na visinu inflacije za 0,6 postotna boda. Toliko su povećanje inflaciji pridonijele i poskupljenja u restoranima i hotelima (za 9,2%).

Godišnju inflaciju su za 0,3 postotna boda ublažile 18,6% niže cijene tekućih goriva nego što je to bilo prije godinu dana, dok je cijena dizel goriva smanjena za 8,2% što je postotak inflacije smanjilo za 0,2 postotna boda.

Izvor: [SURS](#)

Vanjskotrgovinska bilanca

Trenutna situacija je obilježena smanjivanjem robne razmjene unutar članica EU, pa se tako od travnja 2023. godine smanjuje vrijednost izvoza Republike Slovenije u ovu skupinu zemalja,

jednako kao i uvoza, od ožujka 2023. Najvažniji trgovinski partneri Slovenije među članicama EU su Njemačka i susjedne zemlje.

U prvih osam mjeseci 2023. godine izvoz je iznosio 36,4 milijarde eura, a uvoz 37,3 milijarde eura. Izvoz je za 6,6% bio veći nego u istom razdoblju 2022. godine, dok je uvoz ostao na istoj razini kao i 2022. godine, iz čega proizlazi da je pokrivenost uvoza izvozom iznosila 97,6 %.

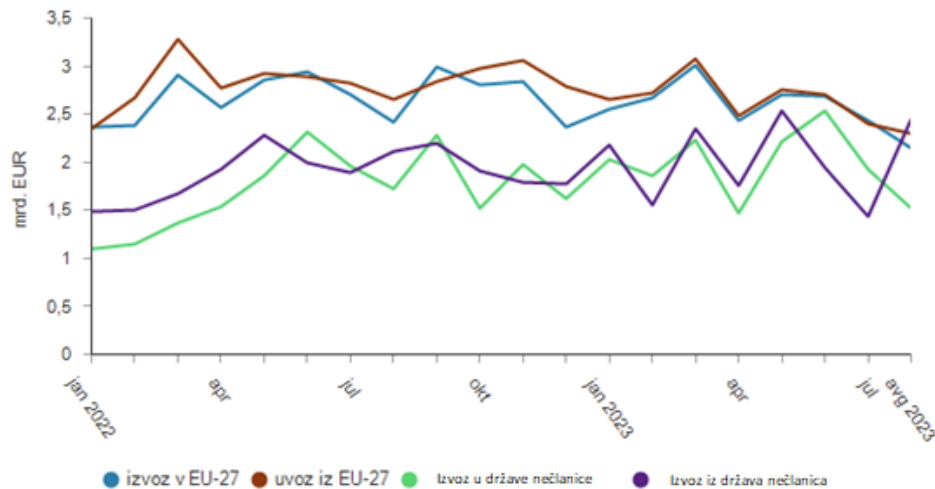
Izvoz roba je u prvih osam mjeseci 2023. bio vrijednosno manji za 11,4 % u odnosu na isto razdoblje 2022. godine. Smanjenje aktivnosti od nešto više od 11% odnosi se i na trgovanje sa zemljama članicama i nečlanicama EU-a.

Uvoz je u kolovozu 2023 ostao na istoj razini kao u kolovozu 2022. godine. Bilježi se smanjenje vrijednosti uvoza iz država članica EU za 13,4 %, čiji je pad ublažio rast uvoza iz zemalja nečlanica EU (za 16,7 %).

Pokrivenost uvoza s izvozom je u kolovozu 2023. godine bila 77,0 %, dok vanjskotrgovinski deficit iznosio 1,1 milijardu eura.

Procjena je da bi se javi dug Republike Slovenije sa sadašnjih 69,9% BDP-a u 2024. godini trebao smanjiti na 66,6% BDP-a.

Izvoz i uvoz materijala po skupinama država, Slovenija



Izvor: [SURS](#)

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

Ured za makroekonomske analize i razvoj Republike Slovenije snizio je prognozu gospodarskog rasta za 2023. godinu s 1,8% na 1,6%, a povećao prognozu za 2024. godinu, s 2,5% na 2,8%. Prema procjenama, u 2025. planira se rast gospodarstva od 2,6%. Može se konstatirati da gospodarski rast ove godine usporava, posebice u izvoznom dijelu te je rast osobne potrošnje također niži od prošlogodišnjeg, uz ipak evidentirani rast investicija u zgrade i razne građevinske objekte.

Na stvarne trendove posebice utječe gospodarsko zahlađenje u najvažnijim trgovinskim partnerima, koje je u proljeće izraženije od očekivanog posebice u Njemačkoj što utječe na manji rast izvoza. Na prognozu utječu i promjene u realnom rastu nekih agregata, posebice osobne potrošnje i dodane vrijednosti u prerađivačkoj industriji i građevinarstvu.

Otklanjanje posljedica poplava koje su pogodile Sloveniju u kolovozu 2023. godine poticajno će djelovati na aktivnost u građevinarstvu. Općenito izravan negativan utjecaj poplava na aktivnost proizvodnih djelatnosti te transporta i izvoza bit će privremen te unatoč velikom utjecaju na lokalnoj razini, neće biti značajan na makroekonomskoj razini.

Rast osobne potrošnje u 2023. godini bit će manji nego tijekom 2022. godine. U drugoj polovici 2023. godine očekujemo umjeren porast, na što će utjecati visoka zaposlenost, nastavak umjerenog rasta realnih plaća te mjere Vlade za ublažavanje rasta cijena energenata i otklanjanje posljedica elementarnih nepogoda.

U 2024. očekuje se rast BDP-a od 2,8% - uz postupno veći rast inozemne potražnje očekuje se ponovni rast izvoza i povećanje dodane vrijednosti u prerađivačkim djelatnostima, uz povećani rast razmjena usluga. Za 2024. godinu je predviđen daljnji rast investicija, potaknut sanacijom i obnovom nakon ovogodišnjih poplava te ponovnim rastom korporativnih ulaganja u opremu i strojeve. Rast zaposlenosti će imati blagi uzlazni trend, dok će nezaposlenost biti umjerena, na nivou 2023. godine.

U nastavku godine, prema dostupnim prognozama, inflacija će se nastaviti usporavati, ali manje izraženo nego prethodnih mjeseci.

Tek krajem 2025. očekuje se postupno smanjenje inflacije prema razini od 2% godišnje. Prezentirana gospodarska prognoza vezana je uz neizvjesnost razvoja gospodarskih prilika u međunarodnom okruženju, gdje se bilježi usporavanje gospodarskih aktivnosti, uz sveprisutnu nesigurnost vezanu uz ratna događanja u Ukrajini i Bliskom istoku.

Izvor: [UMAR](#)

MEDIJI I OGLAŠAVANJE NA TRŽIŠTU

Aktualni prikaz glavnih medija (TV, dnevni listovi, magazini, online)

Klasični mediji su se zadnjih nekoliko godina našli u krizi zbog izrazito brzog razvoja digitalne tehnologije te promjena navika čitalačke javnosti, što je utjecalo na velike strukturne promjene, razna prilagođavanja te pojavu novih poslovnih modela. Sve su to razlozi višegodišnjeg pada naklada, ponajviše tiskanih medija, koji su uz radio i televiziju glavni izvor kvalitetnih i kredibilnih informacija. U registar medija trenutno je registriranih 2.149 medija, među njima je najviše tiskanih (1.261), od kojih mnogi imaju i svoju elektronsku inačicu, slijede elektronski (771), televizijski (156), te radijski mediji (167).

Televizijske kuće

Unatoč sve većem korištenju interneta te činjenici da sve više ljudi sve češće video sadržaje prati preko interneta, televizija i dalje ima veoma bitnu ulogu kada je riječ o praćenju medijskog sadržaja. Danas je televizija u većini slučajeva dio paketne ponude telekomunikacijskih operatera, koji svojim korisnicima televizijskog sadržaja nude pakete s fiksnom paletom televizijskih kanala, a preko digitalnih prijamnika omogućavaju i napredne funkcije kao što je npr. gledanje televizijskog sadržaja s vremenskim odmakom. Zato pod pojmom suvremene televizije smatramo klasičnu, linearnu televiziju, nelinearnu – video sadržaji na zahtjev te internet – sve na istoj platformi odnosno tamo gdje je gledatelj „još jučer“ očekivao samo klasičnu televiziju.

Javni zavod Radiotelevizije Slovenije emitira pet programa:

- TV Slovenija 1
- TV Slovenija 2
- TV Slovenija 3
- TV Koper
- TV Maribor

Društva POP TV d.o.o. i Kanal A d.o.o. u vlasništvu su društva PRO PLUS d.o.o. koje uz dva spomenuta TV kanala imaju i internetski portal 24ur.com, video portal na zahtjev Voyo.si te još nekoliko manjih tematskih internetskih medija. Grupacija PRO PLUS d.o.o. je u vlasništvu grupacije PPF Group N.V. Grupacije POP TV d.o.o. i Kanal A d.o.o. emitiraju sljedeće televizijske programe:

- POP TV
- Kanal A
- POP Kino
- POP Brio
- POP Oto

Društvo Planet TV d.o.o., koje je primarno bilo u vlasništvu slovenskog Telekoma, 2020. godine došlo je u mađarske ruke, točnije u vlasništvo društva TV2 Media Csoport Zrt - najvećeg mađarskog distributera televizijskih programa. Društvo ima 14. televizijskih program na područja Mađarske. Planet TV emitira sljedeće programe:

- Planet
- Planet 2
- Planet Eva

PRO TV d.o.o. emitira televizijski program TV3. Vlasnici PRO TV-ja su po pola tvrtka GOMAR d.d. i hrvatska tvrtka PRO SCENA d.o.o. – GOMAR u vlasništvu Aleksandra Goloba, a tvrtka PRO SCENA d.o.o. u vlasništvu Andreja Kregara.

NovaTV24 emitira televizijski program Nova24TV, vlasnici u sudskom registru nisu navedeni, dok je 45% udio u vlasništvu triju mađarskih tvrtki.

Radio postaje

U Sloveniji je po podacima *Evidencije medija* Ministarstva za kulturu registrirano 167 radijskih programa. Na području Slovenije djeluje pet programskih radijskih mreža: radijska mreža Radio 1, radijska mreža Radio Center, radijska mreža Radio Antena, radijska mreža Radio 94, te regionalna radijska mreža lokalnih radijskih programa Primorski val. Također, u Sloveniji je trenutno šest lokalnih, deset regionalnih, jedan studentski te dva neprofitna programa sa statusom radijskog programa od posebnog značaja.

Tisak

Slovenija ima četiri glavne informativno-dnevne novine – Delo (čitava Slovenija), Dnevnik (središnja Slovenija), Večer (Štajerska regija), te Primorske novice (Primorska regija).

Medijska kuća Delo raspolaže sa šarolikom paletom različitih edicija te dopire do različitih čitalačkih segmenata te uz dnevne novine Delo posjeduju Slovenske novice - najčitaniji, s malo popularnijim štivom dnevni časopis, Nedelo – nedjeljsko izdanje Dela, Nedeljske novice i Grafičar. Redoviti prilozi te medijske kuće su: Ona, Delo in dom, Polet, Vikend, Sobotna priloga, Odprta kuhna. Revije su Ona plus i Suzy, dok su portali pod njihovim okriljem sljedeći: Delo.si, Slovenskenovice.si, Onaplus.si, Svetkapitala.si, Polet.si, Deloindom.si, Mična.si i Odprtakuhinja.si.

Dnevnik je drugi najveći dnevni časopis u Sloveniji koji je orijentiran ponajviše na Ljubljano i središnju Sloveniju, a njegovi prilozi su sljedeći: Nika, Denar IN, Moj dom, Pilot, Moje zdravlje, Antena, Zaposlitve in karijera ter Dnevnikov Objektiv.

Večer su dnevne novine koje su najčitanije na području Maribora i okolice, odnosno štajerske regije - nedjeljno izdanje izlazi pod imenom Večer v nedeljo. Dnevne novine Večer su od rujna 2021. pod okriljem medijske kuće Media24. Također, u vlasništvu medijske kuće Media24 su i glavne dnevne novine Primorske regije Primorske novice - 7. val njihov je subotnji prilog. Grupacija Media24 tako pod sobom ima sve veći broj različitih tiskovina na području čitave Slovenije. Uz navedene Večer i Primorske novice u svojem portfelju navode sljedeće edicije: dnevne Novice Svet24, sportske dnevne novine koje su objedinile slovensku Ekipu i hrvatske Sportske novosti pod nazivom Ekipe SN – sportski dnevnik, mjesečnik mali oglasnik Salomonov oglasnik. Najbitnije zabavne i lifestyle novine kao dvotjednici ili mjesečnici su: Obrazi, Lady, Jana, Maja, Science Illustrated, Kih i Naša ženska. Također u njihovom je vlasništvu i radio Aktual – po slušanosti na samom vrhu u Sloveniji.

Sljedeća velika grupacija različitih medija je Adriamedia koja obuhvaća edicije: Story, Elle, Cosmopolitan, Sensa i Metropolitan. Časopisi koji se bave gastro i eno tematikom su: Dober tek i Pet zvezdic. Časopisi s isključivo turističkom tematikom je Fokusplus, dok su časopisi koji se bave tematikom aktivnog načina provođenja slobodnog vremena: Bicikelj, Tekoč, Sokol i Val Navtika.

Internet

24ur.com medijske kuće ProPlus najčitaniji je portal u Sloveniji, a imaju i devet tematskih portala (lifestyle, gastronomija, obitelj, dom, muškarci, zdravlje), Siol.net drugi je po čitanosti u Sloveniji,

a uz portal Siol.net raspolažu s velikim brojem digitalnih DOOH ekrana po čitavoj Sloveniji. Žurnal24 je Internetski portal koji se nalazi na 3. mjestu po čitanosti.

Avtokampi.si najveći je slovenski portal namijenjen ljubiteljima kampiranja te aktivnog provođenja slobodnog vremena. Sa svojim iznimno ažurnim izvještavanjem, aktualnošću i kredibilitetom profilirali su se u ozbiljan medij koji čita i publika koja nije primarno opredijeljena isključivo za kamping segment.

Emorje je portal koji se bavi temama maritimne baštine, outdoor i drugim događanjima.

Naklade, regionalna pokrivenost, čitanost, praćenje medija

Televizijske kuće

Iako je prema istraživanjima televizija među tradicionalnim medijima izgubila najviše korisnika, unatoč tome ostaje najutjecajniji tradicionalni medij. Sve više ljudi gleda televiziju s vremenskim odmakom te istovremeno pretražuje svoj pametni telefon - takvih je više od 70% gledatelja. Općenito, raste istovremeno praćenje više medija odjednom. Populacija Z, dakle mladi do 22 godine televiziji i dalje ne posvećuju mnogo pažnje, te u zadnjih pet - šest godina gledanje televizije u toj ciljnoj skupini opada. U skupini od 30 godina na više televizija je iznimno važan medij.

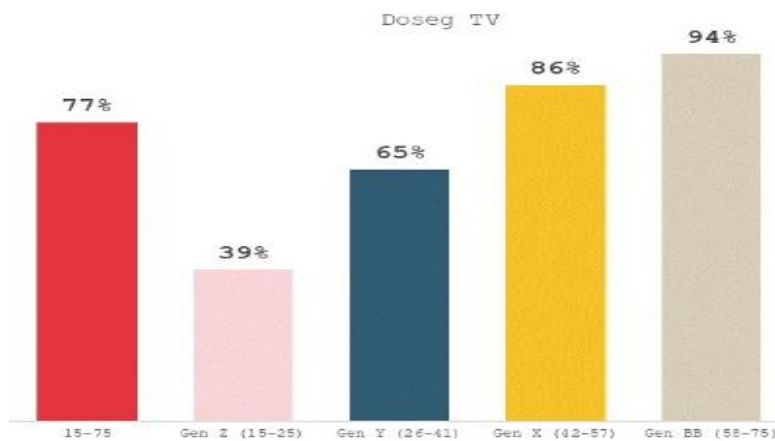
Novosti na tehnološkom području, što prije svega kod televizije znači da gledanje ne mora nužno značiti sjedenje pred televizorom, zahtijevat će mnogo prilagođavanja. Prije svega se tu misli na klasično televizijsko oglašavanje koje se polako, ali sigurno smanjuje. Kod ne klasičnog, odnosno nelinearnog načina gledanja televizije oglasne blokove jednostavno preskočimo, što je direktno povezano s televizijskim financiranjem. Najveću konkurenciju današnjim televizijskim kućama ne predstavljaju druge televizijske kuće, nego tehnološke tvrtke koje u Sloveniji primjerice uopće nisu registrirane kao „mediji“, iako unatoč tome diktiraju digitalni razvoj i digitalnu ekonomiju, te s njom povezano digitalno oglašavanje – od tradicionalnih medija preuzimaju sredstva namijenjena oglašavanju, smanjuju njihovu ekonomsku moć i mogućnost kreiranja sadržaja, dok su sami izuzeti iz medijskih zakona (recimo pitanje kvota) i direktno diktiraju cijene oglašavanja. Ključne tvrtke, poput Facebooka, Amazona, Applea, Netflix i Googlea svojim lokalnim i globalnim djelovanjem najviše determiniraju razvoj slovenskog medijskog krajobraza. To znači da će televizijske kuće morati pronaći alternativne oblike poslovnih modela da bi preživjele na tržištu. S obzirom na činjenicu da trenutno u Sloveniji sve tri najjače televizijske kuće nude svoje sadržaje online ili u *on demand* videotekama, dostupne bilo gdje i bilo kada, možemo reći da dobro slijede smjernice koje diktira digitalizacija.

Gledanje televizije u Sloveniji je u porastu te je, primjerice, u zadnjih deset godina poraslo za gotovo 30%. Naravno, takav rast se nije dogodio sam od sebe, već je posljedica ubranog razvoja televizijske industrije, kao i samog okruženja, odnosno, infrastrukture. Primjerice, broj kanala dostupnih prosječnom gledatelju praktički se udvostručio u posljednjih petnaestak godina što je, naravno, rezultat velike raširenosti "multichannel" platformi, odnosno, kabela i IP televizije gdje veći i kvalitetniji izbor kanala povećava gledanost. Još jedan utjecajan čimbenik u rastu gledanosti je velika raširenost i korištenje funkcije "catch-up-TV", odnosno odgođeno gledanje/gledanje unatrag, koju koristi tri četvrtine kućanstava u Sloveniji jer im omogućuje

prilagodbu „televizije“ svom dnevnom rasporedu i ritmu. Osim toga, više od polovice televizija u Sloveniji već je spojeno na internet, što gledatelju otvara cijeli spektar mogućnosti konzumiranja sadržaja.

Televiziju redno prati 77 % populacije u starosti od 15-75 godina, no velike su razlike uočljive među pojedinim dobnim skupinama.

Gledanost televizije prema dobnim skupinama u Sloveniji - 2022. godina



Izvor: [Mediana](#)

Televizija svakako ostaje glavni kanal za obraćanje velikom broju ljudi. Tu nije riječ samo o Sloveniji, već o čitavoj Europi gdje televizijsko oglašavanje doseže između 97 i 99 % stanovništva većine europskih zemalja. Slovenija od tih postotaka nimalo ne odstupa.

Gledanost televizijskih programa, 2022-2023

Medij	u (000)	%
TV SLO 1	664	41,10%
Pop TV	610	37,80%
Kanal A	499	30,90%
TV SLO 2	469	29,00%
Planet	300	18,60%
National Geographic	186	11,50%
Kino	179	11,10%
Fox Crime	168	10,40%
Discovery	151	9,40%
Fox	143	9,00%

Izvor: *Mediana, listopad 2023.*

Tisak

Nakon višegodišnjeg pada naklada u tiskanim medijima, taj se trend u zadnje vrijeme zaustavlja. Naklade su tako već neko vrijeme konstantne te je stanje u tiskanim medijima stabilno. Istraživanja pokazuju da su od ozbiljnih medija najčitaniji Delo, Dnevnik i Večer, dok na području dnevnih novina prednjače Slovenske novice, koje nude nešto lakše štivo. U zadnjih nekoliko godina na značenju dobiva i Svet24, koji također predstavlja lakše štivo. Među čitanijima je i Nedeljski Dnevnik kojeg izdaje medijska kuća Dnevnik, a štajerski Večer koji je 2019. godine sve svoje revije (Obrazi, Stop, ...) prodao medijskoj kući Media24, sada je u cijelosti prešao pod okrilje medijske kuće Media24, u većinskom vlasništvu Martina Odlazka.

Istraživanje čitanosti i čitalačkih navika za 2022. prema Mediani je pokazalo da tiskana ili digitalna izdanja svih dnevnih novina dnevno prati 54% odraslih (15-75 godina), dok 25% odraslih (15-75 godina) barem jednom tjedno čita neko od tiskanih izdanja dnevnih časopisa. Čitatelji u prosjeku za čitanje tiskanih dnevnih novina preko vikenda potroše 27 minuta dnevno, u radnom tjednu 28 minuta dnevno. 48 % kupaca dnevnih novina je na njih pretplaćeno, 32 % novine kupuje u trgovini, 13% u kiosku, a 4% na benzinskoj postaji. 46 % čitatelja digitalnu verziju najčešće čita na kompjuteru, 54% na mobilnom telefonu ili tabletu. 27% kupaca revijalnog tiska je na njega pretplaćeno, 37% revije kupuje u trgovini, 23% u kiosku, 10% na benzinskoj postaji. 23% odraslih (15 – 75 godina) je u dnevnim novinama, revijama ili priloženim letcima primijetilo oglase, dok ih se 8% na oglašavanje odazvalo.

Izvor: [Mediana](#)

Naklade:

Slovenske novice imaju najveću prodajnu nakladu, sa 55.000 primjeraka, a potom slijede Delo s prosjekom od oko 20.000 primjeraka te Dnevnik i Večer s istim prosjekom.

Među tjednicima prednjači Nedeljski dnevnik s približno 80.000 primjeraka, slijedi Nedelo s približnom nakladom od 16.500 primjeraka.

Medijska kuća Media24 obuhvaća sljedeće medije: Novice Svet24 (naklada 48.000), Ekpa SN – sportski dnevnik (22.000), mjesečnik mali oglasnik Salomonov oglasnik (10.000). Najbitnije zabavne novine kao dvotjednici ili mjesečnici su: Obrazi (29.600), Lady (54.500), Jana (41.000), Maja (25.000), Science Illustrated (6.500), Kih (10.000) i Naša ženska (12.000).

Sljedeća velika grupacija različitih medija je Adriamedia koja obuhvaća: Story (10.500), Elle (6.000), Cosmopolitan (13.000), Sensa (9.000) i Metropolitan (4.000).

Časopisi koji se bave gastro i eno tematikom su: Dober tek sa nakladom od 8.000, Pet zvezdic sa nakladom od 4.000, te revija Vino sa 2.000. Časopis sa isključivo turističkom tematikom je Fokusplus (26.000), časopisi koji se bave tematikom aktivnog načina provođenja slobodnog vremena su: Bicikelj (4.000), Tekač (4.000), Sokol (4.000) i Val Navtika (8.200).

Doseg

Prema rezultatima istraživanja čitanosti i čitatelja (RBB) Mediane za 2022., u populaciji 15 – 75 godina najveći doseg u skupini dnevne novine imaju Slovenske novice - 135.000 osoba odnosno 8,4%. Slijedi Delo, s dosegom od 120.000 osoba, odnosno, 7,4%, Večer (88.000/5,5%), Dnevnik (84.000/5,2%), Novice Svet24 (69.000/4,2%), te Finance (48.000/3%).

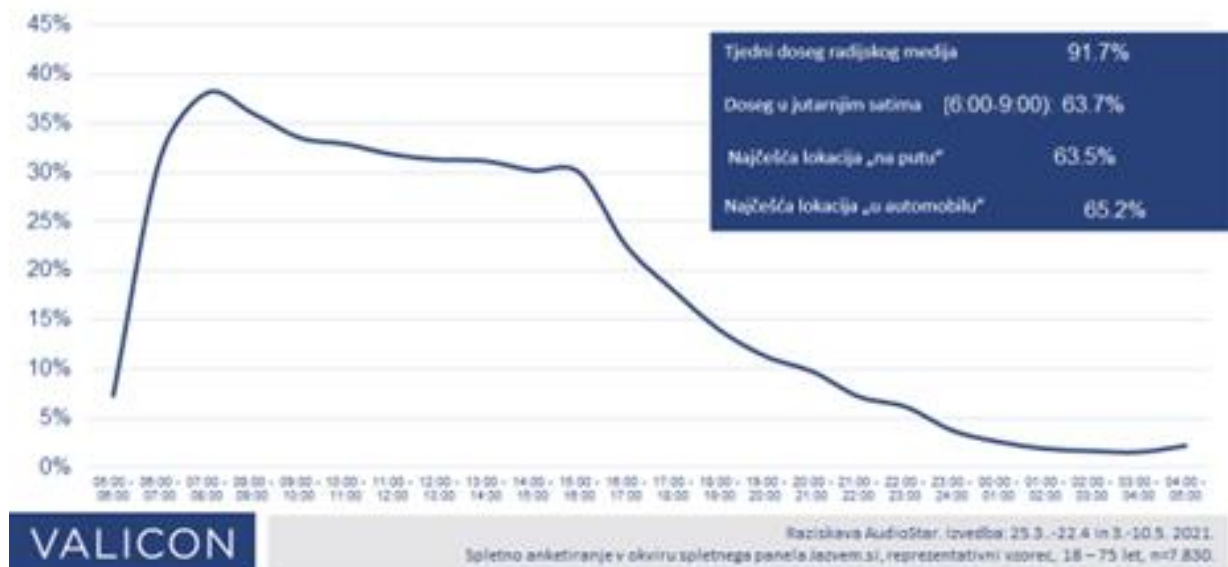
Među tjednicima je na prvom mjestu tjednik Nedeljski dnevnik, koji kao nedjeljno izdanje dnevnog časopisa Dnevnik ima doseg od 142.000 osoba, odnosno, 8,8% ukupnog stanovništva između 15 i 75 godina. Slijede Mladina (117.000/7,2 %), Ona (91.000/5,6%), Vikend (81.000/5%), Nedelo (72.000/4,5%) te Sobotna priloga (71.000/4,4%).

Među mjesečnicima je na prvom mjestu Delo in dom (139.000/8,6%), a od onih koji se u jednom od segmenata posvećuju turizmu, nautici, gastronomiji i slično situacija je sljedeća: Svet kapitala (14.000/0,9%), Cosmopolitan (28.000/1,7%), Bonbon (15.500/0,9%), Dober tek (13.000/0,8%), Avtofokus (19.000/1,2%), Val nautika (6.000/0,4%) te Marketing magazin (8.000/0,5%).

Radio

Radio kao medij dopire do više od 90 % stanovništva Slovenije, tjedni doseg je 91,7 % stanovništva u starosti od 18-75 godina. U jutarnjim satima između 6 i 9 sati ga sluša čak 2/3 stanovništva odnosno 63,7 %. Gotovo isti postotak (63,5 %) je onih koji radio slušaju „na putu“ – zbog toga je auto radio način na kojoj se najčešće sluša radijski program (65,2 %).

Slušanost radija po satima



Izvor: Valicon-Audio Star, lipanj 2022

10 najslušanijih radija u Sloveniji – tjedni doseg (minimalno 5 minuta)

Radio 1	46,50%	720.000
Radio Aktual	39,90%	618.000
Radio Slovenija, Val 202	35,10%	544.000
Hitradio Center	24,80%	385.000
Radio City	18,80%	292.000
Rock Radio	15,80%	245.000
Radio Slovenija, Prvi program (Radio prvi)	15,30%	233.000
Radio Veseljak	7,40%	114.000
Radio Antena	6,70%	104.000
Radio Ognjišče	5,80%	89.000

Izvor: Valicon-Audio Star; lipanj 2022

Elektronski mediji

Prema podacima istraživanja Mjerenje posjećenosti internetskih stranica (MOSS) za 2023. vidljivo je da slovenske internetske stranice u prosjeku posjećuje 1.402.157 mjesečnih korisnika, koji na internetu prosječno provedu 4 sata i 42 minute na mjesec. Najviše korisnika je starih od 25 do 49 godine, njih 48,8 %. Najposjećenija stranica i dalje ostaje 24ur.com.

Prikaz TOP 10 internetskih stranica po posjećenosti, podaci za listopad 2023.

	Medij	Doseg	Doseg u %	Trend
1.	24ur.com	1.037.786	69,30%	-7,90%
2.	siol.net	810.778	54,10%	-0,30%
3.	zurnal24.si	707.934	47,30%	-2,60%
4.	metropolitan.si	695.713	46,40%	0,40%
5.	rtvslo.si	688.939	46,00%	0,00%
6.	svet24.si	671.348	44,80%	-2,30%
7.	n1info.si	630.463	42,10%	-5,20%
8.	slovenskenovice.si	624.098	41,70%	-0,10%
9.	delo.si	580.984	38,80%	-4,10%
10.	bolha.com	492.297	32,90%	1,10%

Izvor: MOSS (<https://www.moss-soz.si/rezultati/>)

Prema statističkim podacima slovenskog SURS-a, u 2022. godini u Sloveniji je internet koristilo 89 % osoba starih od 16-74 godine, od kojih ga 84% koristi svaki dan, više puta. Zadnji statistički podaci također pokazuju kako je internet je postao neizostavan za zabavu - 58% stanovništva slušalo je glazbu putem interneta, npr. putem online radija, YouTubea ili aplikacija kao što su Deezer, Apple Music, Google Play Music i Spotify, a 16% preuzima glazbu s interneta. 14% je slušalo ili preuzimalo podcaste - udio takvih bio je najveći u dobnoj skupini 16-24 godine (26%).

Petina (20%) je igrala ili preuzimala videoigre preko interneta, 56% je gledalo video sadržaj na YouTubeu i sličnim web stranicama za dijeljenje videa putem interneta. 47% gledalo je TV programe uživo ili vremenski odgođene, npr. NEO, TVin, EON, tv2go, Xplore TV Go ili RTV SLO. 29% je koristilo usluge streaminga i gledalo filmove ili serije na zahtjev, npr. Netflix, Voyo ili HBO Max - udio korištenja najveći je u najmlađoj dobnoj skupini (64 %), a slijede stanovnici od 25 do 34 godine s 43%.

Oglašavanje u medijima u 2022. godini te u prvoj polovici 2023. godine

Kvalitetni mediji su za svaku zemlju, pa tako i Sloveniju, jedan od glavnih nositelja kulturno – informativnih sadržaja te istovremeno predstavljaju nezamjenjivu platformu za sve oglašivače na tržištu, o kojima su mediji sve ovisniji.

Nakon problema s kojima su još u vrijeme gospodarske krize susreli svi mediji, posebno tiskani, klasični su mediji ponovno dobili na važnosti, uzmemo li u obzir da su televizija i radio te čak i tisak zabilježili rast prihoda u 2017. i 2018. godini. Sličan trend nastavio se i u 2019. godini. U 2020. godini pandemija je svijet praktički zaustavila, društveno i poslovno. Posljedično, tvrtke su većinu vremena i sredstava namijenile tome ne bi li se što brže i što bolje prilagodile novonastalim uvjetima te kako bi jednostavno opstale. Sasvim logično, slabiju sliku pokazali su tada i podaci Instituta za istraživanje tržišta i medija Mediane IBM prema kojima se smanjila bruto vrijednost oglašavanja u 2020.

U 2022. godini su analizirani mediji ostvarili više od 390 milijuna eura, što je za 5% više nego tijekom 2021. godine. Deset najvećih medija ostvarilo je približno 316 milijuna eura prihoda, što je više od 80% prihoda svih analiziranih medija.

Istraživanje Mediane IBO, koja analizira bruto vrijednost oglašavanja, otkriva da je u prvoj polovici ove godine (1. siječnja – 30. lipnja 2023.) opseg oglašavanja na svim medijskim kanalima iznosio ukupno 642 milijuna eura bruto vrijednosti. Ova se brojka temelji na službenim cjenicima i registriranim oglasima i ne uzima u obzir popuste, ili posebne uvjete kupnje koji se mogu odnositi na publiku, ili besplatne objave. Ipak, ova brojka je usporediva iz godine u godinu i omogućuje analizu odnosa između različitih medijskih platformi i oglašivača. U odnosu na isto razdoblje prethodne godine bruto vrijednost oglašavanja veća je za 1,5 %.

U bruto vrijednosti oglašavanja dominira televizija, na koji otpada čak 86% bruto „oglašivačkog kolača“. Ukupna bruto vrijednost tiskanog oglašavanja u ovom polugodištu iznosi 30 milijuna eura, što predstavlja pad od 8,8% u odnosu na isto razdoblje prethodne godine. Bruto vrijednost oglašavanja na radijskim postajama iznosi 19 milijuna eura, što je 0,5 % manje nego u istom razdoblju 2022. Ukupna bruto vrijednost oglašavanja na vanjskim površinama iznosi 21 milijun eura, što predstavlja rast od 14,2% u odnosu na isto razdoblje prethodne godine. Bruto oglašavanje na internetu, u koje su uključeni samo veći slovenski internetski portali, predstavlja približno 3% bruto „oglašivačkog kolača“. Manje od jedan posto bruto zauzima ostalo oglašavanje i ciljano TV oglašavanje, što je ovogodišnja novost među praćenim medijima u istraživanju Mediane IBO.

Izvor: [Mediana](#)

PROFIL EMITIVNOG TURISTIČKOG TRŽIŠTA U 2022. I 2023. GODINI

Generalni osvrt na aktualno stanje na emitivnom turističkom tržištu

Republika Slovenija je u 2023. godini konsolidirala i organizacijski objedinila sve dionike u turističkoj industriji, lokalne turističke urede i gospodarske subjekte, s ciljem zajedničkog prezentiranja Slovenije kao poželjne turističke destinacije. Jedan od najznačajnijih naglasaka koja proizlazi iz strategije razvoja Republike Slovenije koja uz već prisutnu prepoznatost kao *green* i održive destinacije daljnji razvoj usmjerava prema identitetu *boutique* destinacije. Tako strateško opredjeljenje zasigurno ima za pretpostavku da se maksimalno razvija i podiže kvaliteta turističke ponude i usluge usmjerena ka održivom razvoju.

Također, nastavlja se proces digitalne transformacije slovenskog turizma u skladu sa Strategijom digitalne transformacija za razdoblje do 2026. godine, uz već poznate komunikacijske teme kao što su aktivni doživljaji, netaknuta priroda, eno-gastro ponude te sportski turizam.

Prema službenim podacima 2023. godini bilježi trend povećanja stranih turista u Sloveniji kojih je 62%, naspram 38% domaćih turista.

S obzirom na aktualna događanja u Ukrajini i ostale globalne ekonomske trendove Republika Slovenija se aktivno okreće bližim tržištima kao što su Austrija, Njemačka, Italija, Hrvatska, itd., ali je također otvorena za prezentaciju na dalekim tržištima, što je vidljivo iz suradnje na zajedničkom EU projektu s Republikom Hrvatskom na američkom tržištu.

Utjecaj političkih i ekonomskih kretanja na turistički promet u 2022. i 2023.

2023. godina bila je prva prava post pandemijska godina u kojoj su slovenski građani iskazali veliki interes za putovanja, u Sloveniji i inozemstvu. U 2022. godini građani Slovenije su realizirali više od 5 milijuna putovanja, što je gotovo 7% više nego tijekom 2021. godine. Više od polovice tih putovanja bilo je realizirano u inozemstvu, s najvećim udjelom odlaska u Hrvatsku. Unatoč izazovnoj gospodarskoj situaciji i inflatornim učincima, u 2023. godini je u Republici Sloveniji turistički promet koji su ostvarili slovenski građani u inozemstvu i tuzemstvu povećan u odnosu na 2022. godinu.

Ukupan broj stanovnika koji su tijekom 2022. otputovali na odmor – procjene o broju putovanja u 2023.

Tijekom 2022. godine je približno 1,2 milijuna ili 66 % slovenske populacije u dobi od 15 i više godina bilo na barem jednom privatnom putovanju, što je 6 postotnih bodova više nego tijekom 2021. godine. Privatnih putovanja bilo je oko 5,3 milijuna, što je 7% više nego u 2021. godini.

Najčešće destinacije privatnih putovanja (mogućih je bilo više odgovora) bila su gradovi/mjesta uz more (Mediteran, Turska, Grčka i dr.), s 46% svih privatnih putovanja. Slijede posjeti gradovima (24%) i ruralnim područjima (22%). U Sloveniji su dominantne destinacije bile ruralna područja i lječilišta, a u inozemstvu „morske“ destinacije.

Slovenski turisti su u 2022. godini realizirali 5,4 milijuna privatnih putovanja, s 24 milijuna noćenja. Putovanja su u prosjeku trajala 4,4 noći.

Stanovnici Slovenije koji u 2021. godini nisu išli na privatno putovanje kao najčešći razlog naveli su pandemiju, dok su u 2022. glavni razlog neodlaska na putovanje bila financijska ograničenja.

Prema dostupnim podacima s tržišta, procjenjuje se da će u 2023. godini biti zabilježen porast putovanja slovenskih građana u visini od 5% i to u omjeru inozemnih i tuzemnih putovanja 60:40.

Izvor: [SURS](#)

Broj stanovnika koji su u 2022. na odmor otputovali u inozemstvo/odmor proveli u vlastitoj zemlji – procjene za 2023.

Dok su u 2021. dominirala privatna putovanja unutar Slovenije, u 2022. godini su slovenski turisti znatno više putovali u inozemstvo. U 2022. godini, 48% svih privatnih putovanja realizirano je u Sloveniji, a 52% u inozemstvu. Prema procijeni će u 2023. godini slovenski građani putovati u 5% većem broju, 38% u Sloveniju, 62% u inozemstvo.

Izvor: [SURS](#)

Redoslijed omiljenih destinacija u 2022.– procjene za 2023.

Po podacima Statističkog ureda Slovenije je najposjećenija država na putovanjima u 2022. bila Hrvatska (60% svih inozemnih putovanja), a potom slijede Italija (9%), Bosna i Hercegovina (9%) i Austrija (4%).

Izvor: [SURS](#)

Rezultati istraživanja „Putničke i plaćne namjere u 2023.“ koje je provela tvrtka Visa je pokazalo da 63% Slovenaca na prvo mjesto omiljenih destinacija postavlja Hrvatsku, slijedi Italija s 19%, Grčka s 15%, Austrija s 13% te Španjolska s 8%.

Izvor: *istraživanje Putničke i plaćne namjere u 2023. - Visa*

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

Omjer između organiziranog i individualnog prometa je u 2022. godini bio 80:20 u korist individualnog prometa, dok se u 2023. godini očekuje nešto povećani trend od nekoliko postotnih bodova u korist agencijskih putovanja.

U 2022. godini su turističke agencije organizirale putovanja s najmanje jednim noćenjem za 488.000 slovenskih turista. Njih 18 %, ili 87.000 prenoćilo je u Sloveniji, dok je njih 82% ili 401.000 putovalo u inozemstvo.

S obzirom na podatak da je u 2021. godini 62% slovenskih turista putovalo u inozemstvo uz podršku turističke agencije, a 38% unutar Slovenije, bilježi se povećanje udjela putovanja u inozemstvo na godišnjoj razini u visini 20 postotnih bodova.

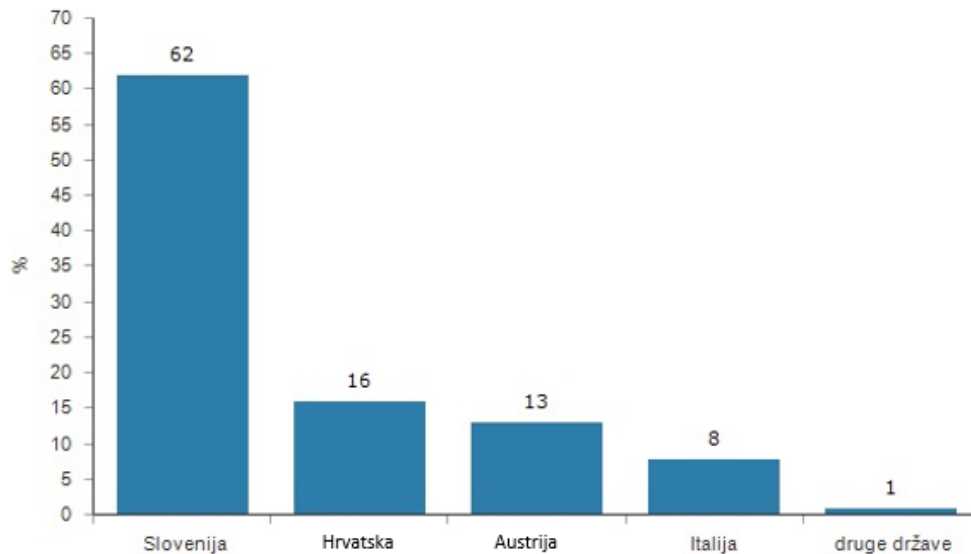
Najčešća destinacija putovanja domaćih turista u inozemstvo bila je Hrvatska, a slijede Grčka, Italija i Egipat.

Jednodnevni izleti

Na jednodnevnim izletima u organizaciji slovenskih putničkih agencija lani je sudjelovalo ukupno 665.000 domaćih turista; Od toga je 411.000 izletnika (62%) sudjelovalo na jednodnevnim izletima po Sloveniji, a 253.000 (38%) na jednodnevnim izletima u inozemstvu.

Odredište jednodnevnih izletnika na inozemnim putovanjima je u 2022. godini najčešće bila Hrvatska; slijede Austrija i Italija. Godinu prije na prvom je mjestu bila Italija, a slijedile su Austrija i Hrvatska.

Jednodnevni izleti u organizaciji putničkih agencija – 2022. godina



Izvor: [SURS](#)

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

Slovenski turisti su u 2022. godini u 85% slučajeva putovali osobnim motornim vozilom, slijedio je zrakoplov s 8% te autobus sa 7%.

Iako su navedeni podaci već duži niz godina slični, ipak se u 2023. godini očekuje smanjenje postotka putovanja osobnim vozilom na 80%. Naime, bilježi se trend porasta putovanja s turističkim agencijama pa je za očekivati daljnji rast od nekoliko postotnih bodova u korist drugih prijevoznih sredstava.

Izvor: [SURS](#)

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

Slovenski gosti su najvećim dijelom individualci, a turističke agencije uglavnom koriste za bukiranje aranžmana, ili samo usluge smještaja. Internet koriste prije svega kao izvor informacija te prilikom bukiranja putovanja u inozemstvo.

Istraživanje „Putničke i plaćne namjere u 2023.“ tvrtke Visa pokazalo je da je 74% Slovenaca turističke pakete u inozemstvu planira kupiti putem internetskih stranica putničkih agencija, ili platformi koje nude izbor ponude brojnih organizatora putovanja.

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

Na privatnim putovanjima u Sloveniju u 2022. godini domaći su turisti uglavnom boravili kod rodbine i prijatelja, dok su u inozemstvu prevladavali apartmani, hoteli, kampovi te vlastite nekretnine.

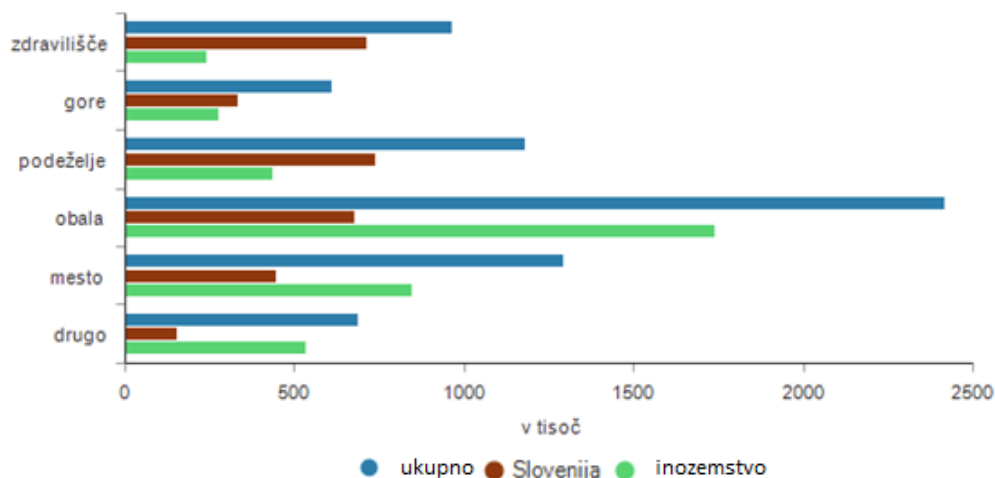
Podaci za drugi kvartal 2023. godine pokazuju da su na putovanjima unutar Slovenije domaći turisti u 35% slučajeva prenoćili kod rodbine, dok u inozemstvu prevladavaju apartmani, hoteli te kampovi. Podaci pokazuju da je 11% noćenja Slovenaca u inozemstvu realizirano u vlastitim nekretninama, dok je u Sloveniji u vlastitim nekretninama realizirano 31% svih noćenja.

Izvor: [SURS](#)

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

Najčešće odredište privatnih putovanja Slovenaca u 2022. godini bile su destinacije uz more (46%), slijede posjeti gradovima (24%) i ruralnim područjima (22%). Na putovanjima u Sloveniji, najčešći odabir su bila ruralna područja i poglavito lječilišta.

Cilj privatnog putovanja, Slovenija 2022.



Izvor: [SURS](#)

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

Slovenski su turisti na privatnim putovanjima u 2022. godini ukupno realizirali oko 23 milijuna noćenja, ili 15% više nego godinu prije. Zabilježen je prosječan boravak od 5 noćenja u inozemstvu, te 2,7 noćenja u Sloveniji. Prosječna dnevna potrošnja na putovanjima u inozemstvu iznosila je oko 207 eura *per capita* i 74 eura u Sloveniji. Najviše novca potrošio je turist koji je boravio u hotelu i to 145 eura u inozemstvu, te 97 eura u Sloveniji, a najmanje turist koji je boravio u vlastitoj kući za odmor i to u inozemstvu 40 eura, a u Sloveniji 52 eura.

Izvor: [SURS](#)

PREGLED ORGANIZATORA PUTOVANJA NA TRŽIŠTU

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

Unatoč činjenici da su se turističke agencije i turoperatori uslijed pandemije suočili s brojnim problemima, to je razdoblje vratilo povjerenje u turističke agencije. Prije pandemije je povjerenje u agencijsko poslovanje u Sloveniji bilo na mnogo nižem nivou od svjetskog prosjeka, ali su u 2022. i 2023. turističke agencije postale ponovno bitne zbog svoje profesionalnosti i mogućnosti nuđenja provjerenih turističkih aranžmana.

Godinu 2022. godinu obilježila je neodlučnost putnika između *ranog i last minute* bukinga, uslijed čega su mnogi ostali bez primarno željenog smještaja, dok je 2023. godina obilježena značajnim ranim bukingom, što je rezultiralo dobrom prodajom turističkih aranžmana već u početku godine te u konačnici rekordnom predsezonom i vrlo dobrom popunjenošću glavne sezone.

Slovenski putnici se najvećim djelom nisu odrekli putovanja, unatoč složenim gospodarskim prilikama i visokoj inflaciji te su po zadnjim dostupnim podacima u drugom kvartalu 2023. godine ostvarili turistički promet na nivou 2022.

Glavni TO/TA s programima za Hrvatsku

Turistički turoperatori Kompas, Palma i Relax realiziraju oko 55% ukupnog slovenskog turističkog prometa koji je vezan za Hrvatsku. Na tržištu Slovenije postoje agencije, kao što su npr. Ojla ili Relax, koji najvećim djelom svoj promet ostvaruju u Hrvatskoj, gotovo 80 %.

Intenzivirala su se putovanja u organizaciji TA koje nude luksuzne turističke programe putovanja u Hrvatsku, za slovenske građane, ali i goste s drugih tržišta – poglavito iz SAD. Zajedničkim nastupom Hrvatske i Slovenije na tržištu SAD-a kombinirani turistički aranžmani dobivaju dodatno na važnosti te se predviđa značajni uzlazni trend u 2024. godini.

U nastavku se nalazi tablica turističkih agencija po abecednom redu, koje u svojoj ponudi na različite načine nude Hrvatsku. Navedene turističke agencije bitno se razlikuju po volumenu i načinu poslovanja, obradi tržišta te krajnjim korisnicima usluga.

Popis turističkih agencija (TA) i turoperatora (TO) u Sloveniji koji u svojim programima nude Hrvatsku

Naziv	TA/TO	Sjedište	Internetska stranica	Ponuda
A-DMC Nikaia	TA	Ljubljana	www.nikaia.si	opća, MICE
Adriamar	TA	Ljubljana	www.adriamar.si	opća
Adria Plus	TA	Črnomelj	www.adria-holidays.net	opća
Alpetour	TA	Kranj	www.alpetour.si	opća
Ar Tur	TA	Kranj	www.ar-tur.si	opća
AuteNtica	TA	Koper	www.autentica.si	opća, poslovna putovanja
Balkanika	TA	Maribor	www.balkanika.si	opća
Biseri Jadrana	TA	Ljubljana	www.biseri-jadrana.si	opća
Bonus	TA	Maribor	www.bonus.si	opća
Carintia	TA	Prevalje	www.cocarintia.si	opća
Center	TA	Murska Sobota	www.mojcenter.net	opća
Collegium Mondial Travel	TA	Ljubljana	www.collegium.si	opća
Condor Travel	TA	Celje	www.condor-travel.com	opća, poslovna putovanja
Destina	TA	Bohinjska Bistrica	www.destina.si	opća
Eja	TA	Maribor	www.eja.si	opća
Ekorna	TA	Ljubljana	www.ekorna.com	opća, luksuzna putovanja
ETC Adriatic	TA	Kamnik	etc-adriatic.si	opća, MICE, luksuzna i poslovna putovanja
Fabula tours	TA	Nova Gorica	www.fabulatours.eu	opća, luksuzna putovanja
Galileo 3000	TA	Maribor	www.galileo3000.si	opća, poslovna putovanja
Gate 1 Travel	TA	Ljubljana	www.gate1travel.com	opća
Gea	TA	Šempeter pri Gorici	www.gea-ta.si	opća
Grand Cuvée Tours	TA	Mengeš	www.grandcuveetours.com	opća, luksuzna putovanja
Gradtur	TA	Ljubljana	www.gradtur.si	opća
Go Green	TA	Ljubljana	www.go-green.si	opća, MICE, poslovna putovanja
Intours	TA	Ljubljana	www.intours-dmc.com	opća, luksuzna putovanja, MICE
Kompas	TO	Ljubljana	www.kompas.si	opća
Kompas Novo Mesto	TA	Novo Mesto	www.kompas-nm.si	opća, poslovna putovanja
Linda	TA	Kranj	www.linda.si	opća

Liberty Adriatic	TO	Ljubljana	www.liberty-adriatic.com	opća, luksuzna putovanja, MICE
Luxury Slovenija	TA	Ljubljana	www.luxuryslovenia.eu	luksuzna putovanja
Mana	TA	Novo Mesto	www.mana.si	opća
Manager	TA	Velenje	www.agencija-manager.com	opća, MICE, poslovna putovanja
Manja travel	TA	Ljubljana	www.manja-travel.com	opća
Marco Polo	TA	Ajdovščina	www.marcopolo.si	opća
M&M Turist	TA	Ljubljana	www.mmturist.si	opća
Movis	TO	Medvode	www.movis.si	luksuzna putovanja
Nomago	TA	Ljubljana	www.nomago.hr	opća
Ojla	TO	Šempeter	www.ojla.si	opća
Palma	TO	Celje	www.palma.si	opća
Putra	TA	Murska Sobota	www.putra.si	opća
Potepuh	TA	Celje	www.potepuh.si	opća
Pojzedon Turizem	TA	Rače	www.pozejdon-turizem.com	opća
Premiki	TA	Ljubljana	www.premiki.com	opća
Relax	TO	Dravograd	www.relax.si	opća
Roundabout travel	TO	Ljubljana	www.travelroundabout.com	opća, luksuzna putovanja
Sajko turizem	TA	Slovenska Bistrica	www.sajko-turizem.si	opća
Sonchek	TO	Maribor	www.sonchek.com	opća
Tentours	TA	Domžale/Ljubljana	www.tentours.si	opća
Transalp	TA	Ljubljana	www.transalp.si	opća
Tarol	TA	Ajdovščina	www.tarol.si	opća
Wandrelux	TO	Ljubljana	www.wanderlux.si	Luksuzna, poslovna putovanja

*Dodatna napomena:

Opća putovanja – organizacija odmora i putovanja, izleta, rezervacija smještaja i/ili prijevoza

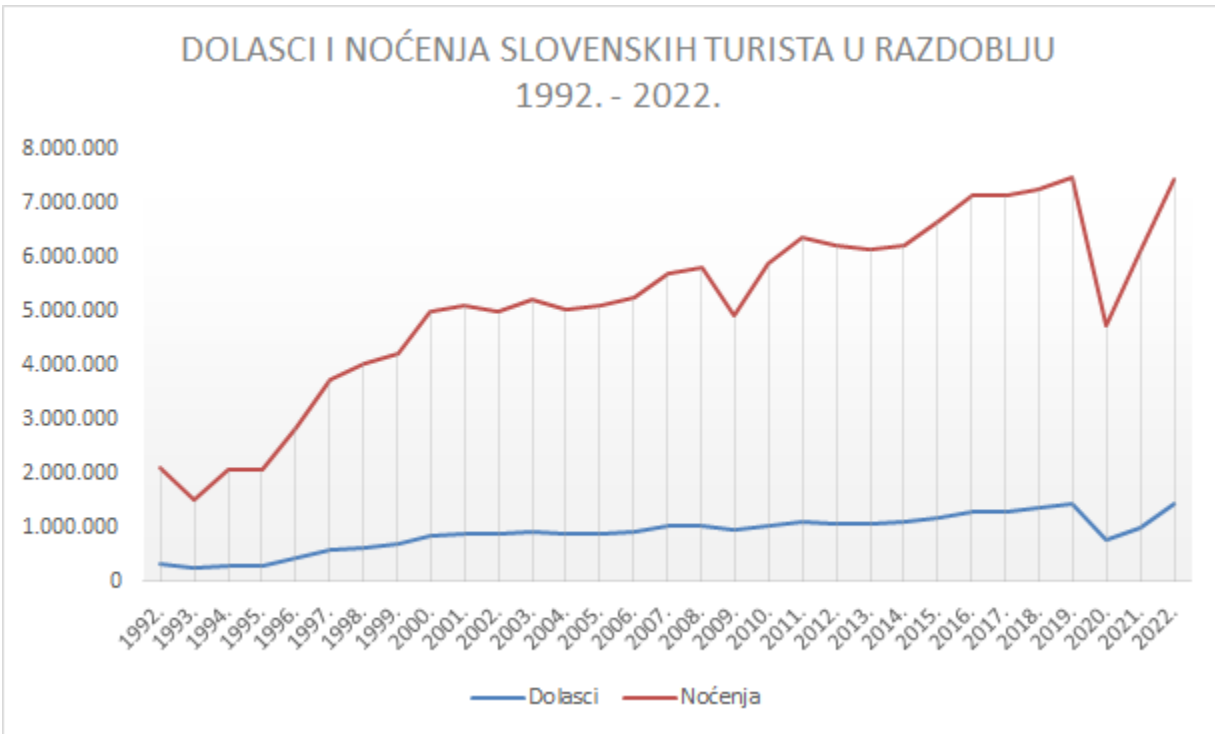
Luksuzna putovanja – organizacija *tailor made* putovanja, luksuzni smještajni kapaciteti, dodatni luksuzni popratni sadržaj

Poslovna putovanja – organizacija službenih, motivacijskih i *team building* putovanja.

DOPRINOS TRŽIŠTA UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU

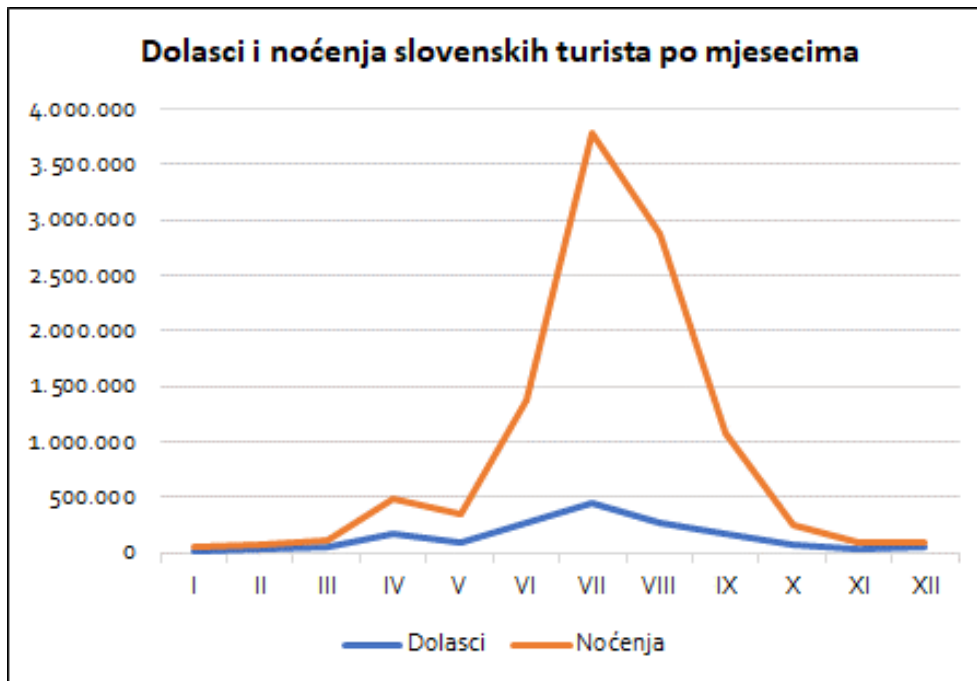
SLOVENIJA	Dolasci			Noćenja		
	apsol.	indeks	1992.=100	apsol.	indeks	1992.=100
1992.	306.170		100	2.088.897		100
1993.	229.660	75	75	1.494.457	72	72
1994.	294.438	128	96	2.065.931	138	99
1995.	299.908	102	98	2.059.840	100	99
1996.	438.000	146	143	2.862.000	139	137
1997.	577.920	132	189	3.735.047	131	179
1998.	637.662	110	208	4.035.713	108	193
1999.	689.851	108	225	4.237.203	105	203
2000.	848.888	123	277	5.015.481	118	240
2001.	876.987	103	286	5.119.205	102	245
2002.	869.000	99	284	4.993.371	98	239
2003.	918.462	106	300	5.207.786	104	249
2004.	884.273	96	289	5.032.470	97	241
2005.	878.882	99	287	5.099.116	101	244
2006.	913.072	104	298	5.245.881	103	251
2007.	1.015.379	111	332	5.689.746	108	272
2008.	1.042.666	103	341	5.802.277	102	278
2009.	962.604	92	314	4.925.252	85	236
2010.	1.016.572	106	332	5.885.315	119	282
2011.	1.099.919	108	359	6.389.183	109	306
2012.	1.053.553	96	344	6.239.493	98	299
2013.	1.066.610	101	348	6.159.032	99	295
2014.	1.101.552	103	360	6.236.114	101	299
2015.	1.191.998	108	389	6.677.930	107	320
2016.	1.297.760	109	424	7.138.759	107	342
2017.	1.297.681	100	424	7.140.125	100	342
2018.	1.364.252	105	446	7.278.621	102	348
2019.	1.426.246	105	466	7.503.053	103	359
2020.	769.264	54	251	4.727.223	63	226
2021.	994.990	129	325	6.127.362	130	293
2022.	1.418.967	143	463	7.470.057	122	358

IZVOR: DZS - komercijalni smještajni kapaciteti



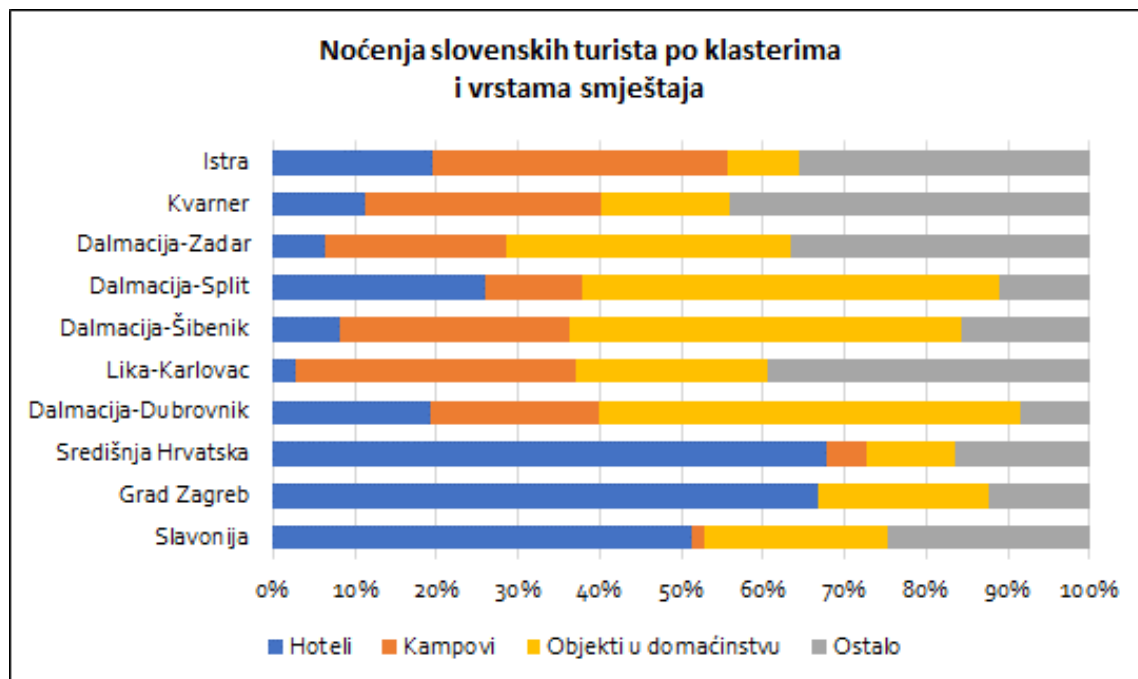
IZVOR: DZS - komercijalni smještajni kapaciteti

REZULTATI 2023. PREMA SUSTAVU eVISITOR (svi kapaciteti)



Promet po klasterima

	Dolasci	Noćenja
Istra	621.323	3.354.766
Kvarner	391.816	2.689.352
Dalmacija-Zadar	208.381	1.937.126
Dalmacija-Split	119.423	805.069
Dalmacija-Šibenik	74.912	541.978
Lika-Karlovac	62.255	505.728
Dalmacija-Dubrovnik	54.340	399.330
Nautika	38.325	194.921
Središnja Hrvatska	49.150	115.930
Grad Zagreb	33.795	52.801
Slavonija	7.980	14.389
Ukupno	1.661.700	10.611.390



Top destinacije

Grad općina	Noćenja
Umag	806.491
Mali Lošinj	580.765
Novalja	410.485
Novigrad (Istarska)	357.884
Dobrinj	343.762
Medulin	337.124
Poreč	309.389
Vir	297.903
Cres	262.826
Vodnjan	254.492

Dolasci po dobi i spolu

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

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 Koprivničko-

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	0,1	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	0,7	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/ hodanje	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 okolicu	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 kupača)	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 - promijene u percepciji Hrvatske, generalno te u kontekstu turističkih sezona 2022. i 2023.

Unatoč dobroj sezoni, 2023. je i godina koju su obilježile negativne medijske kampanje u vezi s povećanjem cijena turističkih usluga u Hrvatskoj, poglavito u području vanpansionskog segmenta. Bilo je i određenih negativnih navoda glede cijena smještaja u kampovima, ali tijekom sezone takvi komentari su ublaženi s obzirom na ponuđenu visoku kvalitetu usluge, uz činjenicu da je i dalje prisutna velika potražnja za smještajem u kampovima.

Unatoč tome što Hrvatska za Slovence predstavlja destinaciju kojoj su iz više razloga vjerni, ovogodišnje povećanje cijena je generiralo mnoge medijske natpise i špekulacije koliko je poskupljenje opravdano i hoće li turist dobiti „vrijednost za novac“.

Kvalitetnom pravovremenom komunikacijom zasigurno se mogu ublažiti određeni neutemeljeni medijski istupi te pomoći u informiranju slovenske javnosti o tranzicijama određenih turističkih destinacija te diversifikaciji turističke ponude u Hrvatskoj.

Imajući u vidu navedeno, kao i činjenicu velike atraktivnosti priobalnih destinacija, istovremeno se otvara prostor za organiziranu i intenzivnu promociju kontinentalnog/središnjeg dijela Hrvatske, kao i zaleđa Dalmacije te središnje Istre. Time se otvaraju nove mogućnosti i kreiranje percepcije širine turističke ponude u Hrvatskoj, čime se direktno utječe na povećanje prometa u pred i post sezoni, odnosno, produžavanja turističke sezone na veći dio godine.

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

Hrvatska je bitna destinacija za većinu slovenskih agencija i turoperatora, a zastupljenost u njihovim programima varira od 15-80 %. Zastupljenost kod najvećih slovenskih turoperatora, kao što su Kompas i Palma, je približno 15%, a dodamo li tome aranžmane za individualne putnike udio je i nešto veći.

Veliki turoperator Relax čak 70 svojih programa veže uz Hrvatsku. Manje specijalizirane agencije, poput Ojla, čak 80% svog programa vežu uz Hrvatsku, pritom kreirajući brojna *tailor made* i tematska putovanja, poput branja mandarina. Kod svih agencija očekujemo kreiranje novih ponuda u 2023. godini, poglavito vezanih uz nedovoljno poznata turistička područja u Hrvatskoj na području kontinentalne i središnje Hrvatske, zaleđa Dalmacije, područja centralne Istre i otoka.

Zrakoplovna povezanost s Hrvatskom tijekom 2023. godine – komentar tržišnih promjena i okolnosti

Agencija Ojla u 2023. godini organizirala je dva charter leta iz Ljubljane, a turoperator Relax je organizirao nekoliko zakupa vezana na letove Croatia Airlines.

Autobuseri u 2023. – komentar tržišnih promjena i okolnosti

Nomago je najveći slovenski autobusni prijevoznik koji je nastao spajanjem tvrtki Avrigo, Izletnik Celje, STA travela, Promet Mesec, AP Rižana i Brijuni u grupu vodećih pružatelja usluga u svojim

područjima. Samo u putničkom cestovnom prijevozu Nomago okuplja 800 autobusa koji mogu prevesti više od 10 milijuna putnika godišnje, na više od 500 redovnih linija.

Hrvatska je s 30% udjela jedno od najbitnijih tržišta na kojem se u 2024. godini žele pozicionirati kao glavni *market place* za prodaju karata te su u svoju prodajnu mrežu dodali Arrivu, Samoborčka i Promet Makarsku, te već sada prodaju karte partnerske firme Brijuni Pula, a do ljetne sezone 2024. planiraju prodajom karata pokriti čitavu hrvatsku obalu. Također, razvijaju ponudu u kontinentalnom dijelu Hrvatske, prvenstveno s ciljnim destinacijama veznim uz lječilišta i toplice. Njihova ciljna publika za prijevoz u Hrvatsku su strani turisti, studenti i penzioneri.

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

Nakon što je u 2022. godini individualni promet bio na visokih 90% ukupnog prometa, u 2023. godini se taj postotak smanjuje na oko 75-80%, dok na agencije pritom otpada preostalih 20-25%.

Nastavno na sve aktivnosti predstavništva HTZ-a koje su usmjerene ka otkrivanju novih manje poznatih destinacija, poglavito u unutrašnjosti Hrvatske i na kontinentu, u sklopu kojih su u 2023. po prvi puta realizirana i studijska putovanja za turističke agente očekuje se da će agencije ubuduće kreirati više novih *tailor made* programa koji uključuju javnosti manje poznata područja Hrvatske, koja bi mogla u sljedećim godinama utjecati na dodatnu promjenu i veću zastupljenost turističkih agencija u organizaciji putovanja.

TURISTIČKA SEZONA 2024. – OPĆI POKAZATELJI I NAJAVE

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

Nakon što je 2023. godina donijela olakšanje po pitanju pandemije i restrikcija, kriza u kojoj se našla čitava Europa zbog rata u Ukrajini, cijena energenata te općenito inflacije doveli su do određenih promjena u turističkim navikama slovenskih putnika, koji putovanja i odmor imaju u vrhu ljestvice životnih prioriteta. Mnogi su se tako odlučivali za kraći odmor ili „zvjezdicu“ manje, no od putovanja nisu odustali, štiti je vidljivo i iz hrvatskih statistika. Rezultati u 2023. godini su dodatno vrijedni uzimajući u obzir da su Sloveniju pogodile elementarne nepogode, koje su uz globalni ekonomski poremećaji i inflaciju ipak dijelom utjecale na odluke o dužini i dinamici putovanja. Unatoč inflaciji i novom ratnom sukobu na Bliskom istoku prognoze za 2024. su optimistične, s mogućnošću porasta turističkog prometa od cca. 5% u odnosu na 2023. godinu.

Preliminarna procjena redoslijeda omiljenih destinacija u 2024.

Slovincima je Hrvatska već godinama prvi izbor za putovanja, što se sigurno neće promijeniti u 2024. godini. Ipak, interes za ostatkom Mediterana raste te je prisutna velika potražnja za putovanjima u Grčku, Italiju, Tursku, Egipat, Cipar i Španjolsku.

Prognoze organizatora putovanja za 2024.

Očekivanja i prognoze organizatora putovanja za nadolazeću godinu su unatoč trenutnim zbivanjima u svijetu optimistične - očekuju nastavak pozitivnog trenda, posebice putovanja u bliže destinacije, uz izrazita težnja kupaca ka produktima koji su dobar *value for money*. Nakon što se 2022. iskazala kao godina u kojoj su mnogi putnici bili neodlučni te nisu odabirali *early booking* ponudu, u 2023. godini je zabilježen značajan rast ranih rezervacija te se nastavak tog trenda očekuje u 2024. godini. Rekordna predsezona je zasigurno pomogla u startu sezone, iako su znatne korekcije cijena na niže u nekim turističkim regijama Hrvatske ostavile dilemu oko boljeg odabira između ranog ili *last minute* bukinga. Te su činjenice tijekom sezone stvarale i određene probleme turističkim agencijama, koje su dovedene u situaciju da su iznenadni popusti tijekom sezone u konačnici rezultirali nižim cijenama nego u periodu ranog bukinga.

TURISTIČKA SEZONA 2024. – HRVATSKA

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

S obzirom na raspoložive informacije u 2024. godini očekuje se rezultat minimalno na nivou 2023. godine iako se, uz stabiliziranje ekonomske globalne situacije, procjenjuje i mogućnost povećanja prometa od 5% u odnosu na 2023. godinu.

Najave zastupljenosti Hrvatske u programima organizatora putovanja tijekom 2024.

Hrvatska će i dalje zauzimati bitnu poziciju u programima najvećih slovenskih turističkih agencija i turoperatora, planirana su i pojačanja u udjelu do 15%, a slovenskim putnicima planiraju uz tradicionalne programe ljetovanja i izleta ponuditi i nove produkte u unutrašnjosti Hrvatske koju ocjenjuju kao izuzetno perspektivnu i potencijalno vrlo zanimljivu slovenskim građanima. Posebno je naglašen interes za outdoor aktivnosti, eno gastro ponudu, prirodu i ponudu kulturnih znamenitosti.

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 političkih i ekonomskih okolnosti

Organizatori putovanja upozoravaju na praksu nekih hrvatskih hotelijera koji su u 2023. na određeni način destimulirali agencijsku prodaju hotelskih kapaciteta, što je u konačnici dovelo do pada rezervacija i određenih anomalija u poslovanju turističkih agencija u visokoj sezoni. Unatoč tome što je Hrvatska iznimno zanimljiva auto destinacija, upozoravaju da joj konkurenciju predstavljaju i ostale zemlje Mediterana te bi u tom smislu bila vrlo korisna balansirana i uravnotežena politika cijena. Svakako se sugerira i pravovremena komunikacijska strategija koja bi pomogla u informiranju šire javnosti o promjenama na turističkom tržištu Hrvatske, imajući uvijek u fokusu odnos cijene i pružene usluge.

Posebno negativno je ocjenjena praksa nekih hotelijera u 2023. godini koji su bez ikakvih novih usluga i bez novih ulaganja, podigli cijene i do 30 %. Takva poslovna politika generalno urušava

image hrvatske turističke ponude u cjelini. Turističke agencije vrlo pozitivno ocjenjuju poslovne aktivnosti Predstavništva HTZ-a usmjeren na proaktivnu promociju unutrašnjeg i kontinentalnog dijela Hrvatske putem medije te prezentacija. Na taj način se kvalitetno informira šira slovenska javnost i samim time senzibilizira za potencijalna putovanja u Hrvatsku.

Vrlo su dobro prihvaćena studijska putovanja za turističke agencije, čime je predstavništvo omogućilo upoznavanje turističkih agencijama s novostima u ponudi raznih turističkih regija, kao i povezivanja s županijskim turističkim zajednicama s ciljem efikasnijeg povezivanja s dionicima regionalne/lokalne turističke ponude.