



# UJEDINJENA KRALJEVINA

PROFIL EMITIVNOG TRŽIŠTA - IZDANJE 2024.



## SADRŽAJ

<b>OPĆI PODACI O TRŽIŠTU .....</b>	<b>3</b>
<b>POLITIČKO UREĐENJE .....</b>	<b>3</b>
<b>STANOVNIŠTVO .....</b>	<b>3</b>
<b>OPĆE KARAKTERISTIKE GOSPODARSTVA .....</b>	<b>4</b>
<b>MEDIJI I OGLAŠAVANJE NA TRŽIŠTU .....</b>	<b>9</b>
<b>PROFIL EMITIVNOG TURISTIČKOG TRŽIŠTA U 2022. i 2023. GODINI .....</b>	<b>16</b>
<b>PREGLED ORGANIZATORA PUTOVANJA NA TRŽIŠTU .....</b>	<b>22</b>
<b>DOPRINOS TRŽIŠTA UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU .....</b>	<b>24</b>
<b>REZULTATI 2023. PREMA SUSTAVU eVISITOR (svi kapaciteti) .....</b>	<b>25</b>
<b>NALAZI ISTRAŽIVANJA TOMAS HRVATSKA 2022./2023. ....</b>	<b>28</b>
<b>TURISTIČKA SEZONA 2024. ....</b>	<b>43</b>

## OPĆI PODACI O TRŽIŠTU

**Površina** 243.610 km<sup>2</sup>

**Glavni grad:** London (9.304.000).

**Ostali veći gradovi:** Manchester (2.710.000 stanovnika), Birmingham (2.589.000), West Yorkshire (1.876.000), Glasgow (1.667.000.), Southampton/Portsmouth (920.000), Liverpool (875,000), Newcastle (793,000), Nottingham (755,000), Sheffield (706,000), Bristol (646,000).

**Administrativna podjela:** Engleska, Škotska, Wales i Sjeverna Irska.

**Britanski Prekomorski Teritoriji:** Angvila, Bermudi, Britanski Djevičanski otoci, Britanski Antarktički teritorij, Falklandski otoci (Malvinski otoci), Gibraltar (iako je na europskom kontinentu), Kajmanski otoci, Montserrat, Pitcairn, Sveta Helena (uključuje Otok Ascension i Tristan da Cunha), Južna Georgija i otočje Južni Sandwich, Britanski indijsko-oceanski teritoriji (Otoci Chagos), Otoci Turks i Caicos.

**Valuta:** britanska funta (GBP).

## POLITIČKO UREĐENJE

**Političko uređenje:** Ustavna monarhija, vladar države: Kralj Charles (preuzeo prijestolje po smrti Kraljice Elizabete II 8. 9. 2022, ceremonija krunidbe predviđena 8. 5. 2023); nasljednik prijestolja Princ William (rođen 21. 6. 1982.).

**Predsjednik vlade:** Rishi Sunak (od 25.10. 2022.).

**Glavne političke stranke:** konzervativna, laburistička, liberalna.

## STANOVNIŠTVO

**Broj stanovnika:** 67,03 milijuna (*Izvor: ONC - Office for National Statistics*).

**Muškarci:** 49.43%

**Žene:** 50.57%

**Dobna struktura:**

- 0-14 godina: 17,63% (5.943.435 muškaraca / 5.651.780 žena)
- 15-24 godina: 11,49% (3.8860.435 muškaraca / 3.692.398 žena)
- 25-54 godina: 39.67% (13.339.965 muškaraca / 12.747.598 žena)
- 55-64 godina: 12.73% (4.139.378 muškaraca / 4.234.701 žena)
- 65 godina i stariji: 18,48% (5.470.116 muškaraca / 6.681.311) (2020., procjena).

*Izvor: CIA Statistics*

**Religija:** kršćani (anglikanci, rimokatolici, prezbiterijanci, metodisti) 59,38%, muslimani 5,02%, hindu 1,52%, sikh 0,79%, židovi 0,49%, budisti 0,45%, ateisti 24,74%, ostali 0,43%, ne izjašnjavaju se 7,18% (Izvor: *Office for National Statistics; 2011. procjena*).

**Jezici:** engleski (službeni) 92,3%, ostali 7,7% (*Office for National Statistics; 2011. procjena*).

## OPĆE KARAKTERISTIKE GOSPODARSTVA

Ujedinjeno Kraljevstvo jedna je od najvećih svjetskih gospodarskih sila (prema ukupnom BDP-u nalazi se na šestoj poziciji, iza SAD-a, Kine, Japana, Njemačke i Indije), s posebno važnom civilnom i vojnom zrakoplovnom te farmaceutskom industrijom. Poljoprivredni sektor čini 0,6% BDP-a, ali je vrlo produktivan - zemlja uspijeva proizvesti dovoljno da zadovolji oko 60% svoje potražnje za hranom.

Primarni sektor zapošljava 1% aktivnog stanovništva (Svjetska banka, 2019.). Glavni usjevi proizvedeni u Velikoj Britaniji su krumpir, repa, pšenica i ječam. Uzgoj stoke (osobito ovaca i goveda) ostaje glavna poljoprivredna djelatnost. Sektor ribarstva također je dobro razvijen, ali trenutačno pati od iscrpljivanja količine ribe u tradicionalnim ribolovnim područjima.

Gospodarstvom Ujedinjenog Kraljevstva dominiraju uslužne djelatnosti, što uključuje maloprodaju, ugostiteljstvo, profesionalne usluge, poslovnu administraciju i financije.

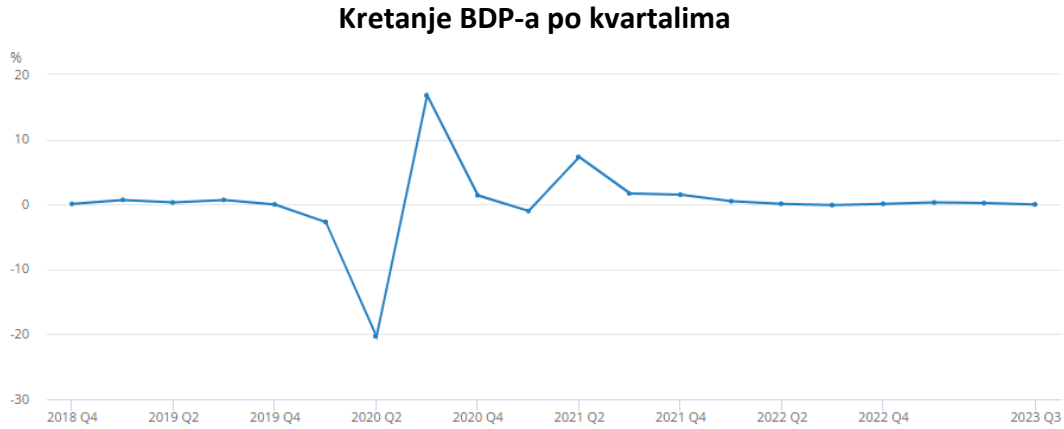
### Makroekonomski pokazatelji

Vrijednost	Jedinice	Skala	2021.	2022.	2023.	2024.	2025.	2026.	2027.	2028.
Bruto domaći proizvod, stalne cijene	Nacionalna valuta	Milijarde	2142,738	2230,625	2241,329	2255,585	2300,309	2347,465	2390,253	2426,71
Bruto domaći proizvod, stalne cijene	Postotna promjena		7,597	4,102	0,48	0,636	1,983	2,05	1,823	1,525
Bruto domaći proizvod, tekuće cijene	Američki dolari	Milijarde	3123,231	3081,871	3332,059	3587,75	3830,045	4083,248	4334,244	4576,278
Bruto domaći proizvod po stanovniku, stalne cijene	Nacionalna valuta	Jedinice	31848,218	32904,229	32901,465	32959,92	33472,361	34028,299	34530,051	34942,162
Bruto domaći proizvod po stanovniku, tekuće cijene	Američki dolari	Jedinice	46421,611	45461,066	48912,776	52426,295	55731,923	59189,816	62613,31	65893,77
Inflacija, prosječne potrošačke cijene	Indeks		111,551	121,665	130,979	135,76	138,56	141,331	144,158	147,041
Inflacija, prosječne potrošačke cijene	Postotna promjena		2,588	9,067	7,656	3,651	2,062	2	2	2
Opseg uvoza roba i usluga	Postotna promjena		6,193	13,292	-1,572	1,204	1,194	1,538	1,459	1,531
Opseg izvoza roba i usluga	Postotna promjena		2,245	9,891	-2,837	1,833	2,426	1,775	1,63	1,55
Stopa nezaposlenosti	Postotak ukupne radne snage		4,48	3,70	4,20	4,64	4,33	4,20	4,20	4,20

Izvor: IMF – *World Economic Outlook*

## Aktualno stanje BDP-a, usporedba s prethodnim godinama

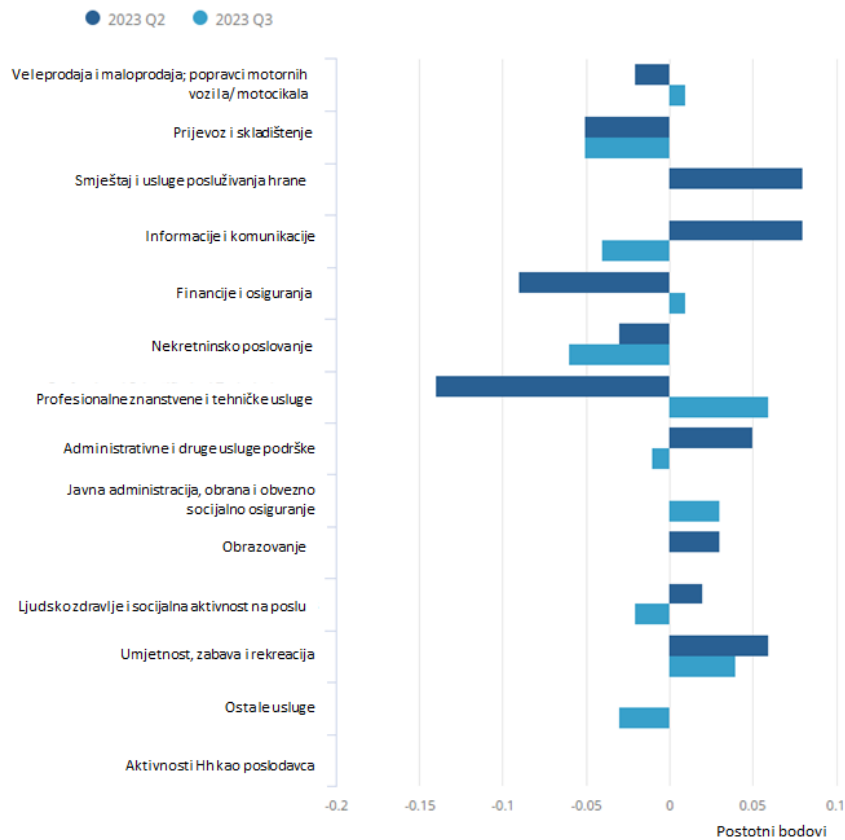
Nakon velikog pada BDP-a u vrijeme pandemije te određenog oporavka tijekom 2021. godine, UK ulazi u razdoblje relativne gospodarske stagnacije.



Izvor: ONS

Sektor usluga sveukupno je u padu – 8 od 14 grupa uslužnih djelatnosti bilježi pad ekonomskog učinka.

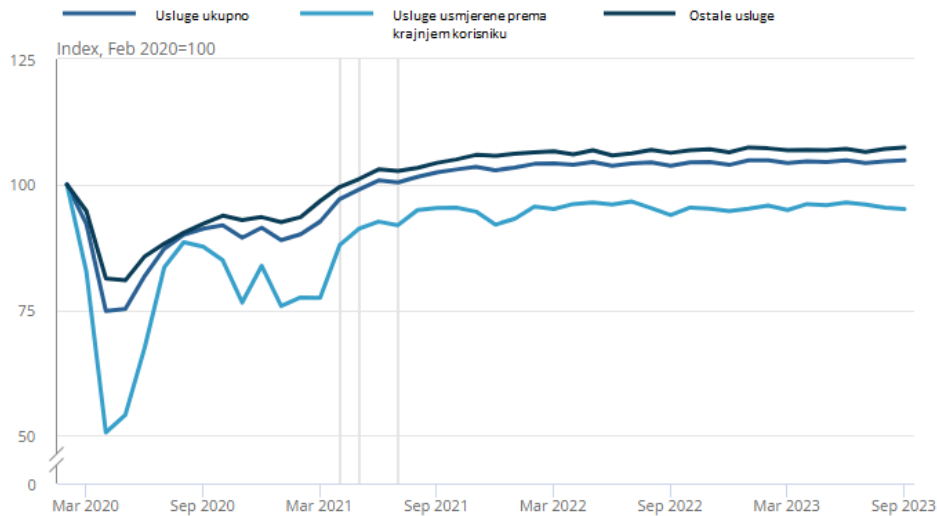
### Kretanje ekonomskog učinka uslužnih djelatnosti, prema skupinama (q2, q3 2023.)



Izvor: ONS

Usluge usmjerene prema krajnjim korisnicima (npr. maloprodaja, usluživanje hrane i pića i sl.) još uvijek su ispod predpandemijske razine.

Mjesečni indeks kretanja volumena usluga (II/2020. do IX 2023.)

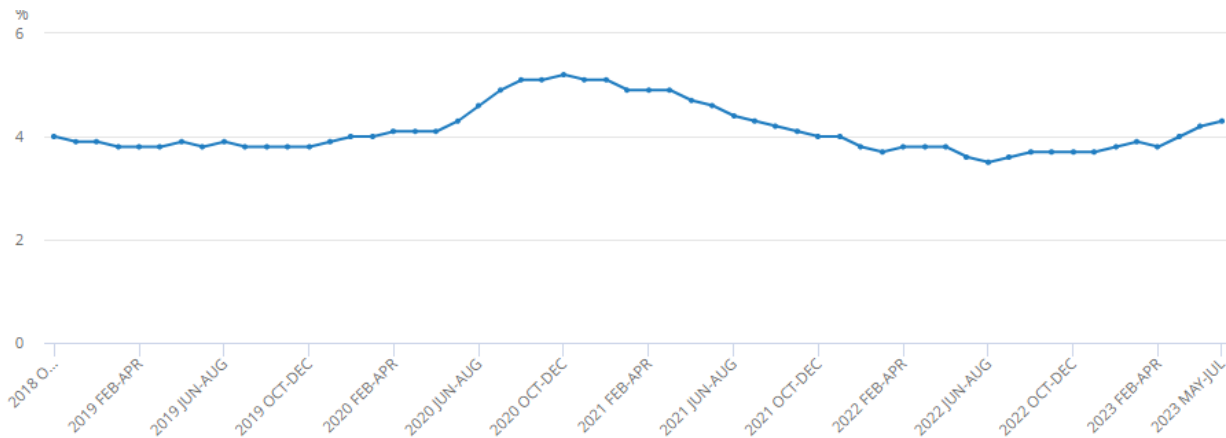


Izvor: ONS

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

Nakon rasta broja nezaposlenih tijekom pandemijskog razdoblja, u 2022. dolazi do pada stope nezaposlenosti, ali i ponovnog rasta u 2023. (u razdoblju V-VII 2023. dosegla je razinu od 4,3%).

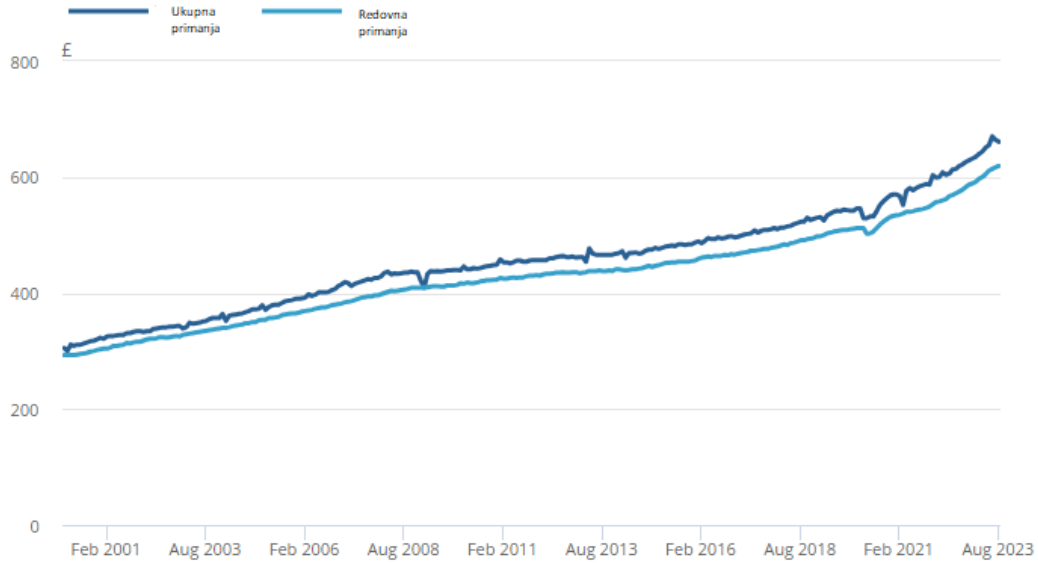
Stopa nezaposlenosti (populacija 16+, sezonalno usklađeno)



Izvor: ONS

## Prosječna plaća

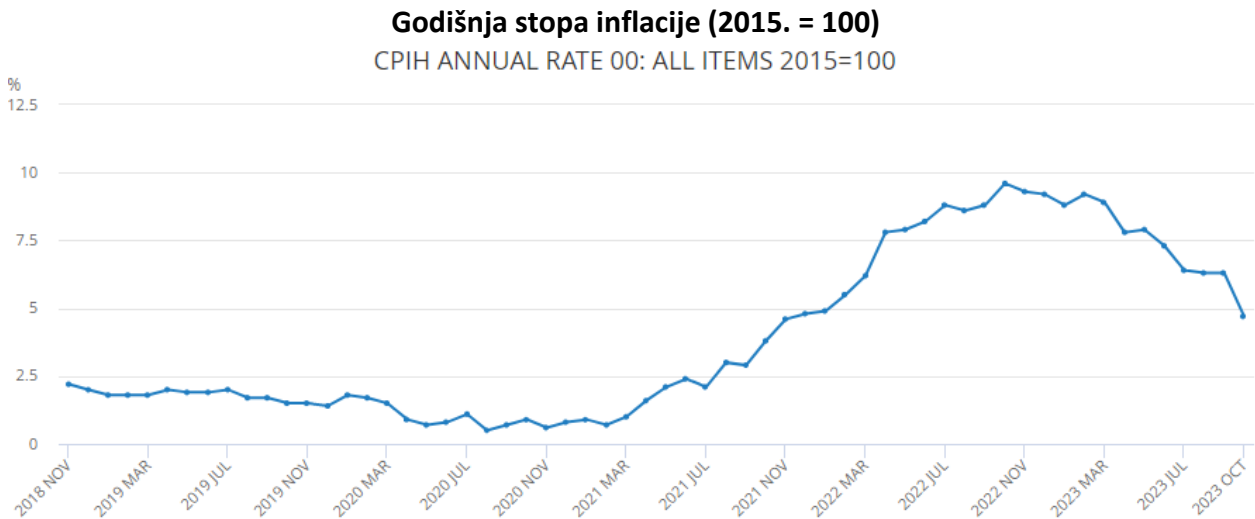
Prosječna tjedna primanja u UK tijekom kolovoza 2023. iznosila su 661 GBP. Rast prosječnih primanja, osim u vrhuncu pandemije, u načelu je stabilan i kontinuiran.



Izvor: ONS

## Stopa inflacije

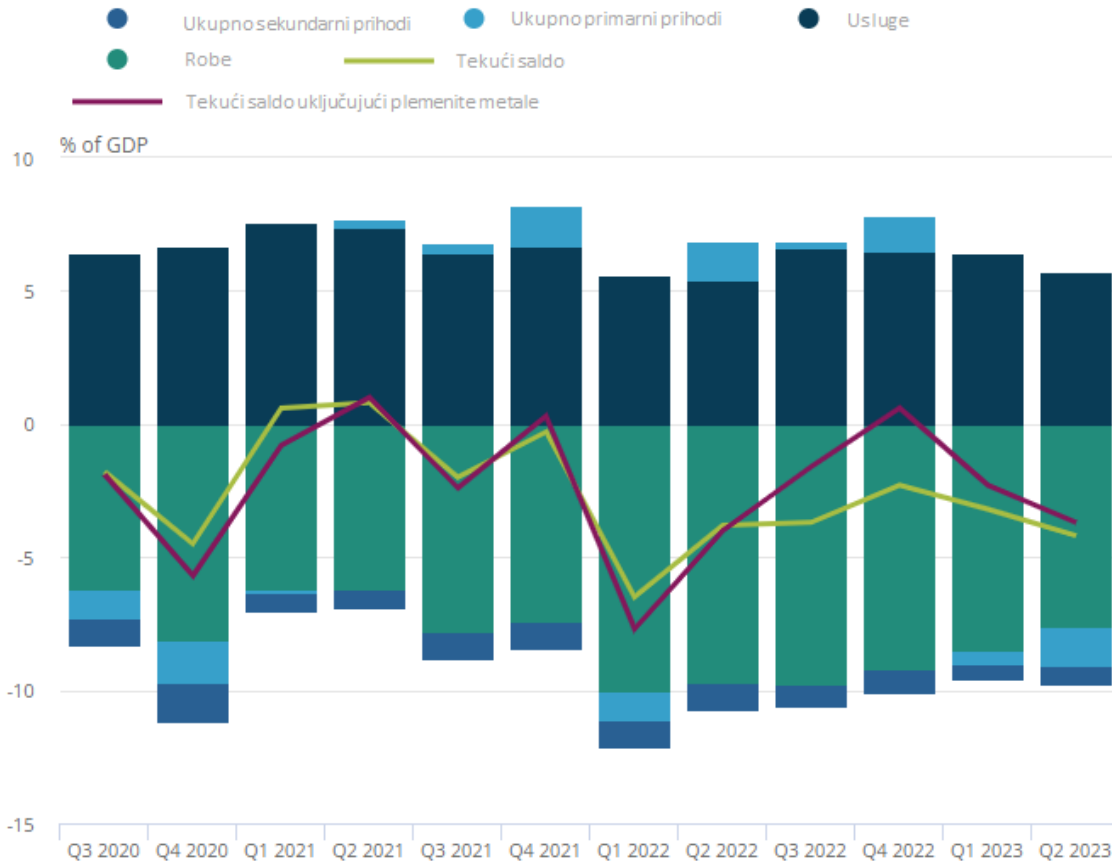
Nakon vrhunca u listopadu 2022. inflacija bilježi određen trend pada te je u listopadu 2023. došla do razine od 4,7%



Izvor: ONS

## Vanjskotrgovinska bilanca

Bilanca trgovinske razmjene s inozemstvom za UK negativna je, pokazuju podaci za treći kvartal 2023. i to u iznosu od 28,5 mlrd. GBP, što predstavlja 4,2% BDP-a.



Izvor: ONS

## Daljnje ekonomske perspektive

Prema izvješću konzultantske tvrtke KPMG iz rujna 2023. pod nazivom „UK Economic Outlook“ UK gospodarstvo suočava se s novim problemima. Iako su zabrinutosti oko duboke recesije uglavnom nestale, očekuje se kako će izgledi visokih kamatnih stopa i niske produktivnosti kočiti rast.

UK gospodarstvo bori se da „održati glavu iznad vode“ u drugoj polovici 2023., u ozračju usporevanja rasta realnog BDP-a na samo 0,4% u 2023. i 0,3% u 2024. Neizvjesnost oko nadolazećih općih izbora i niska razina potražnje dodatno povećavaju rizike.

Inflacija je i dalje visoka - tek krajem 2024. mogla bi se vratiti na „ciljanih“ 2%.

Tržište rada počelo je usporavati, zapošljavanje gubi na zamahu, a neizvjesnost za radnike raste. Uz smanjenje jaza između ponude i potražnje radne snage, očekuje se postupno usporavanje rasta plaća.



## MEDIJI I OGLAŠAVANJE NA TRŽIŠTU

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

#### Naklade, regionalna pokrivenost, čitanost, praćenje za medije

Britansko medijsko okruženje obilježili su brojni izazovi koji su s dinamičnim novim trendovima dodatno potencirali kompleksnost i neizvjesnost domene „sedme sile“. Utjecaj COVID krize, uznapredovala digitalna transformacija „tradicionalnog novinarstva“, negativan utjecaj na globalne opskrbe lance uslijed rata u Ukrajini te posljedični inflatorni pritisci, u sinergiji s financijskom krizom te povećanjem troškova života i energenata odrazili su se na britansko društvo u cijelosti, pa tako i na novinarstvo. Financijski izazovi pokazali su se kritičnima za povijesno nisko plaćenu novinarsku profesiju te suočili mnoge medijske kuće s fenomenom egzodusa radnika.

Navedenom trendu svjedočio je najveći britanski komercijalni izdavač nacionalnih i regionalnih tiskanih medija Reach, sporom zbog niskih plaća novinara. Stotine novinara pokrenule su pravnu inicijativu i najveći štrajk u povijesti britanske novinske industrije te time postigli bolje platne uvjete.

Slijedom ovogodišnjeg izvješća novinarske organizacije Press Gazette, period od siječnja do listopada 2022. obilježen je ukidanjem 830 uredničkih pozicija. Razdoblje koje je uslijedilo nakon lipnja pokazalo se posebno kritičnim izvršenjem 89% navedenih otpuštanja.

Independent, kao i mnogi drugi mediji, svjedočili su smanjenju digitalnog oglašavanja na razini cijelog medijskog sustava i kanaliziranju sadržaja u skladu s Facebook algoritmima, što je rezultiralo smanjenjem prioriteta samih vijesti nasuprot sadržaja drugih korisnika. Riječ je o jednom u nizu strateških poteza platforme u marginalizaciji i redefiniranju suradnje s izdavačima, uključujući silazni trend plaćanja medijskog sadržaja u segmentu Facebook News i smanjenjem dodane vrijednosti vijesti.

Prijelomna točka u spomenutom medijskom previranju dolazi iz BBC-a koji je najavio spajanje TV programa BBC News i World News te planove sinergije njihovog sadržaja i lokalnih radio programa širom Engleske kroz 24-satni informativni program. Slijedom navedenog, očekuje se ukidanje 70 radnih mjesta u sjedištu u Londonu, smanjenje broja BBC News TV voditelja s 19 na 5 te otvaranje 20 novih radnih mjesta u Washington DC, što je naznaka ekspanzije medijskog branda na potentno tržište SAD-a, publiku s dosegom od sveukupno 400 milijuna gledatelja. BBC England priprema racionalizaciju radnog osoblja za 2%, s ciljem preraspodjele i ulaganja 19 milijuna britanskih funti (GBP) u online i multimedijску produkciju vijesti. Na tragu restrukturiranja budžeta BBC ukida 139 radnih mjesta na lokalnim radio stanicama, imajući na umu spajanje i dijeljenje radijskih formata, što je izazvalo osudu Britanskog Nacionalnog sindikata novinara (NUJ) koji je mjere okarakterizirao „najvećom prijetnjom lokalnim radio stanicama od njihovog pokretanja 1967.“ Istovremeno, BBC England planira otvaranje 131 radnog mjesta širom lokalnih informativnih centara u Bradfordu, Wolverhamptonu, Sunderlandu and Peterboroughu te osnivanje 11 novih timova orijentiranih na istraživačko izvještavanje. Navedene aktivnosti dio su nove vizije BBC-a okrenute prema multimedijском informativnom servisu koji će ujediniti online, TV i radio redakcije te imati veći online značaj i prepoznatljivost u britanskom medijskom

okruženju. Progressivna nova strategija donesena je uoči objave svježih statistika ovlaštene tvrtka za istraživanje radija (RAJAR), koja izvještava o porastu broja slušatelja BBC lokalnih radio stanica za 2% i doseg od 7.8 milijuna korisnika u razdoblju od srpnja do rujna.

Temeljem rangiranja online informativnih vijesti na engleskom jeziku od strane Press Gazette, vodeća web stranica s 1,2 milijarde internetskih posjeta ostaje BBC. Pored informativnog online sadržaja, broj posjetitelja uključuje i promet na web stranicama bbc.com i bbc.co.uk. Slijedi britanski Guardian, koji se popeo na šesto mjesto među svjetskim informativnim servisima i to ispred Mail Online, s 387 milijuna posjetitelja. Tri britanska medijska branda ujedno se nalaze među sveukupno 50 najbrže rastućih stranica. Treće mjesto, s dosegom od 60,8 milijuna posjetitelja i porastom od 58% u godini dana zauzelo je američko digitalno izdanje Sun-a: the-sun.com. Drugi istaknuti britanski mediji s izrazitim uzlaznim trendom rasta su news.sky.com, koji bilježi doseg od 82,2 milijuna posjeta i porast od 43% te telegraph.co.uk sa 73,9 milijuna posjeta i godišnjom stopom rasta od 40%. S druge strane, do listopada 2022. niti jedna britanska nacionalna tiskovina nije demonstrirala porast tiraže.

Prema recentnoj analizi medijskog regulatora Ofcom, reputacija tiskovina Guardian/Observer i The Times/Sunday Times procjenjuje se iznadprosječnom prema kvaliteti, raznovrsnosti stajališta, izvještavanju o aktualnim zbivanjima te provjerenim i pouzdanim informacijama.

% korisnika koji su dodijelili visoke ocjene (7-10)

	Daily Mail/ Mail on Sunday	The Sun/ Sun on Sunday	The Times/ Sunday Times	The Guardian/ Observer	The Metro	Daily/ Sunday Mirror
	273	164	124	115	112	110
Osobno mi znače	63%	62%	72%	77%	52%	70%
Visoke su kvalitete	66%	48%	83%	82%	51%	70%
Pomažu mi azumjeti što se događa u današnjem svijetu	66%	55%	77%	80%	61%	70%
Precizni su	63%	51%	78%	79%	55%	68%
Vjerodostojni su	65%	47%	78%	77%	58%	70%
Pružaju niz različitih perspektiva	61%	52%	82%	76%	56%	68%
Nepistrani su	53%	42%	67%	70%	55%	60%
Pružaju dubinske analize i sadržaj koji nije drugdje dostupan	59%	46%	76%	74%	38%	57%
Pomažu u donošenju odluka	56%	50%	70%	73%	44%	69%

U nastavku slijede podaci [www.abc.org.uk](http://www.abc.org.uk), izvora koji prikuplja informacije i objavljuje podatke o medijskoj industriji UK o nakladama izdanja u različitim domenama (nacionalne tiskovine, regionalne tiskovine, časopisi i dr.)

### Nacionalne tiskovine s najvećim nakladama – listopad 2023.

Naslov	Vlasnik	Prosj. naklada po izdanju
Daily Mail	dmg media limited	722.650
The Mail on Sunday	dmg media limited	620.622
Daily Mirror	Reach plc	248.035
Sunday Mirror	Reach plc	186.453
Daily Express	Reach plc	156.388
Daily Star	Reach plc	139.822
Sunday Express	Reach plc	137.776
i	dmg media limited	128.494
Financial Times	Financial Times Ltd	112.139
Daily Star - Sunday	Reach plc	78.051
Sunday People	Reach plc	62.143
Daily Record	Scottish Daily Record & Sunday Mail Limited	55.833
Sunday Mail	Scottish Daily Record & Sunday Mail Limited	53.114
Sunday Post	DC Thomson	39.226

Izvor: <https://www.abc.org.uk/>

### Regionalne tiskovine s najvećim nakladama – listopad 2023.

Naslov	Vlasnik	Prosj. naklada po izdanju
Evening Standard	Evening Standard Limited	293.663
Waltham Forest News	London Borough of Waltham Forest	112.290
Chronicle Week	Midland News Association	93.645
Stevenage Comet	Newsquest Media Group	37.233
Milton Keynes Citizen	National World Publishing Limited	31.821
Wirral Globe	Newsquest Media Group	25.973
Shrewsbury Chronicle	Shropshire Newspapers Ltd	25.521
Irish News - Morning	Irish News Ltd	25.010
Aberdeen - Press & Journal	Aberdeen Journals Ltd	24.852
North Somerset Times	Newsquest Media Group	24.317
Bedford Citizen	National World Publishing Limited	23.253
Telford Journal	Shropshire Newspapers Ltd	23.186
Sutton & Croydon Guardian	Newsquest Media Group	22.120
Hunts Post	Newsquest Media Group	21.791

Izvor: <https://www.abc.org.uk/>

### Časopisi generalne tematike s najvećim nakladama – listopad 2023.

Naslov	Vlasnik	Pros. naklada po izdanju
Tesco Magazine	Tesco Stores Limited	1.500.520
The Economist - Digital Publication	The Economist Newspaper Ltd	996.059
TV Choice	Bauer Media	972.869
Waitrose & Partners Food	John Brown	672.329
The RSPB Magazine	RSPB	586.774
What's on TV	Future Publishing Ltd	586.130
The Garden	RHS Media	528.061
The Economist - Print Publication	The Economist Newspaper Ltd	515.200
English Heritage Members Magazine	Immediate Media Company	488.638
Radio Times	Immediate Media Company	431.080
The Supplement – Myprotein	The Hut.com Limited	419.910
Caravan and Motorhome Club Magazine	Caravan and Motorhome Club	381.858
Good Housekeeping	Hearst UK	375.093
Stylist	The Stylist Group Ltd	365.039

Izvor: <https://www.abc.org.uk/>

### Poslovni/tematski časopisi s najvećim nakladama – listopad 2023.

Naslov	Vlasnik	Pros. naklada po izdanju
Professional Builder	Hamerville Media Group Limited	136.806
Professional Electrician & Installer	Hamerville Media Group Limited	81.413
Registered Gas Engineer	Teampublishing	80.073
Dentistry	Finlayson Media Communications Ltd	54.115
Professional Motor Mechanic	Hamerville Media Group Limited	53.353
Professional Heating & Plumbing Installer	Hamerville Media Group Limited	51.733
British Farmer & Grower (All Regions)	The National Farmers Union	48.074
Asian Trader	Asian Trade Publications Ltd	40.286
Retail Express	Newtrade Media Ltd	40.152
ESCRS Eurotimes	European Society of Cataract & Refractive Surgeons	39.223
Professional Beauty	Trades Exhibitions Ltd	35.647
Farmers Weekly	MA Agriculture Ltd	35.484
OTnews	Royal College of Occupational Therapists	34.636
Construction Management	Atom Media Partners Ltd	30.842

Izvor: <https://www.abc.org.uk/>

## TOP portali

Portal/App	Vlasnik	Jedinstvenih korisnika mjesečno
The Economist website (www.economist.com)	The Economist Newspaper Ltd	8.861.336
New Scientist	New Scientist Limited	4.699.957
Kent Online (www.kentonline.co.uk)	Iliffe Media Group Ltd	3.423.822
www.thenorthernecho.co.uk	Newsquest Media Group	3.154.318
www.heraldsotland.com	Newsquest Media Group	2.243.223
www.glasgowtimes.co.uk	Newsquest Media Group	1.995.448
www.theargus.co.uk	Newsquest Media Group	1.836.050
www.edp24.co.uk	Newsquest Media Group	1.761.602
www.oxfordmail.co.uk	Newsquest Media Group	1.714.566
www.thetelegraphandargus.co.uk	Newsquest Media Group	1.586.361
www.dailyecho.co.uk	Newsquest Media Group	1.571.906
www.bournemouthecho.co.uk	Newsquest Media Group	1.452.370
www.lancashiretelegraph.co.uk	Newsquest Media Group	1.317.624
www.yorkpress.co.uk	Newsquest Media Group	1.247.339

Izvor: <https://www.abc.org.uk/>

## E-mail newsletteri

Naslov	Vlasnik	Broj primatelja
The Economist this week	The Economist Newspaper Ltd	3.030.763
The Economist today	The Economist Newspaper Ltd	1.555.468
Law Gazette Daily Update	The Council Of The Law Society	141.138
1843 Newsletter	The Economist Newspaper Ltd	128.248
New Scientist	New Scientist Limited	70.419
C+D	Informa Markets (UK) Ltd	15.056
C+D Saturday Review	Informa Markets (UK) Ltd	14.309
Comms Dealer e-news	BPL Business Media Ltd	10.428
Architects Datafile newsletter	netMAGmedia Ltd	3.815
CPD Focus in association with Architects Datafile	netMAGmedia Ltd	3.770
Housebuilder & Developer Newsletter	netMAGmedia Ltd	2.183

Izvor: <https://www.abc.org.uk/>

## Zastupljenost na društvenim mrežama

Naslov	Vlasnik	Platforma	Pratitelji/lajkovi
The Economist - Social Media	The Economist Newspaper Ltd	Twitter	27.634.258
The Economist - Social Media	The Economist Newspaper Ltd	LinkedIn	13.248.388
The Economist - Social Media	The Economist Newspaper Ltd	Facebook	10.977.572
The Economist - Social Media	The Economist Newspaper Ltd	Instagram	6.213.576
New Scientist - Social Media	New Scientist Limited	Twitter	4.289.689
New Scientist - Social Media	New Scientist Limited	Facebook	3.483.684
The Economist - Social Media	The Economist Newspaper Ltd	YouTube	3.046.116
The Economist - Social Media	The Economist Newspaper Ltd	Weibo	2.270.396
The Economist - Social Media	The Economist Newspaper Ltd	WeChat	888.403
New Scientist - Social Media	New Scientist Limited	Instagram	647.339
Autosport - Social Media	Autosport Media UK Ltd	Facebook	410.814
1843 - Social Media	The Economist Newspaper Ltd	Instagram	252.671
Farmers Guardian - Social Media	Farmers Guardian Ltd	Facebook	251.531
Express & Star - Social Media	Express & Star Ltd	Facebook	175.000

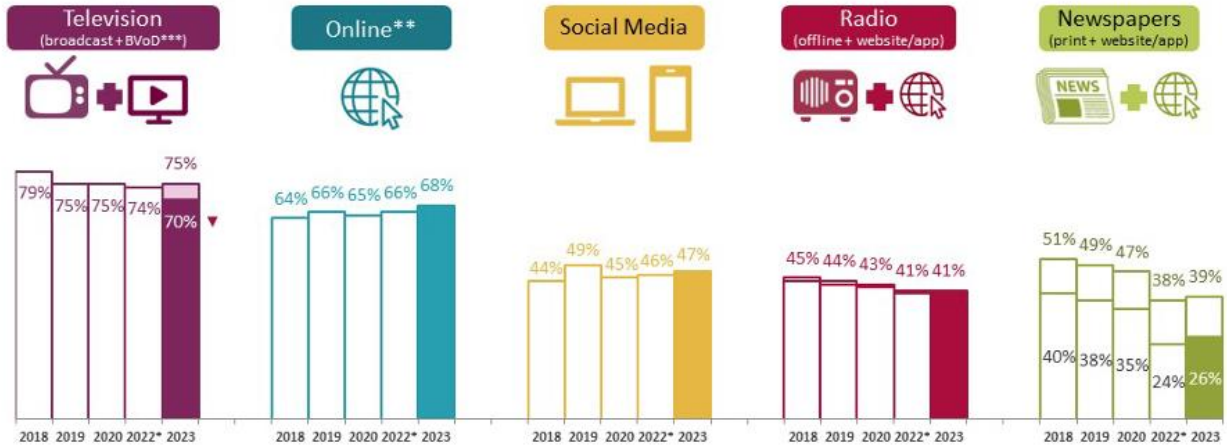
Izvor: <https://www.abc.org.uk/>

Prema podacima UK nacionalnog medijskog regulatora Ofcom, ključni izvori vijesti/novosti (po godinama) su sljedeći:

	2018	2019	2020	2022*	2023
BBC One	62%	58%	56%	53%	49%
ITV1/ITV WALES/UTV/STV	41%	40%	41%	35%	34%
Facebook	33%	35%	34%	32%	30%
BBC iPlayer**	-	-	-	-	24%
BBC News Channel	26%	23%	21%	24%	23%
BBC website/app***	23%	25%	23%	23%	22%
Sky News Channel	24%	23%	25%	23%	21%
Twitter	14%	16%	17%	17%	17%
Channel 4	18%	17%	18%	17%	16%
Instagram	9%	13%	14%	16%	16%
Daily Mail/Mail on Sunday	18%	18%	17%	15%	14%
WhatsApp	10%	14%	13%	14%	13%
Google (search engine)	17%	19%	15%	12%	13%
ITVX/ITVX Premium**	-	-	-	-	11%
BBC Two	14%	11%	11%	11%	11%
BBC Radio 2	12%	12%	12%	11%	11%
The Guardian/Observer	11%	11%	10%	10%	10%
TikTok**	-	-	1%	7%	10%
BBC Radio 1	9%	9%	9%	8%	8%
Channel 5	10%	10%	8%	8%	8%

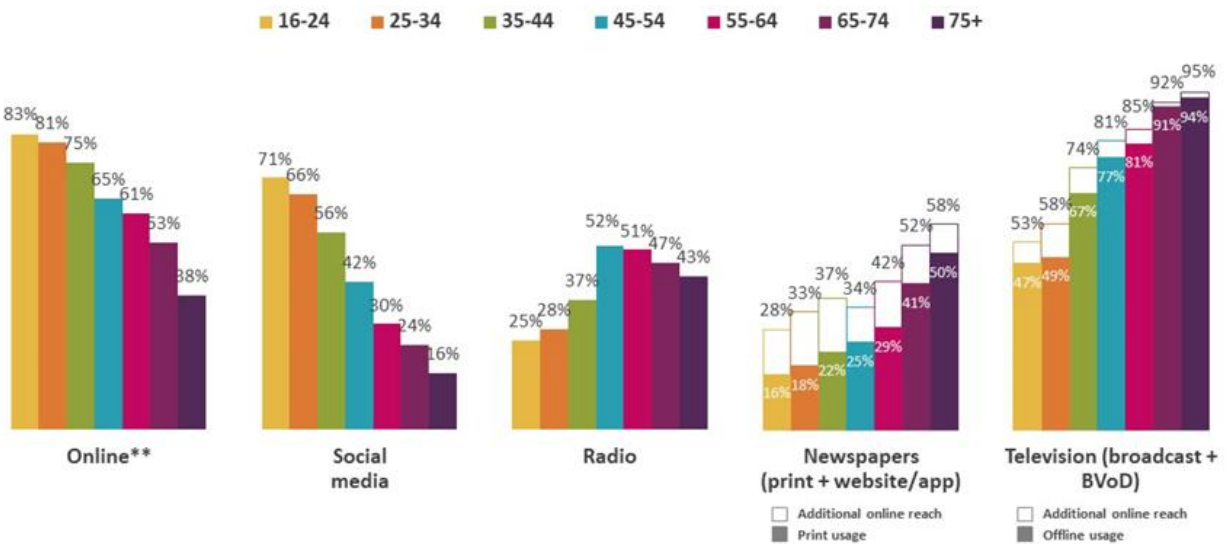
Izvor: Ofcom

Gledano prema medijima, televizija i nadalje ima primat u pogledu medija putem kojeg Britanci konzumiraju vijesti/novosti, iako udjel TV-a pada, a *online* konzumacija vijesti raste. Novine postaju najmanje relevantan izvor vijesti/novosti (što još prije pet godina nije bio slučaj).



Izvor: Ofcom

Gledano prema dobnim skupinama, razvidno je kako starija populacija kao izvor vijesti/novosti preferira TV i novine, dok mladi preferiraju *online* izvore.



Izvor: Ofcom

Pregled konzumacije vijesti/novosti putem web stranica i aplikacija slijedi u nastavku:

	2018	2019	2020	2022*	2023
BBC website/app**	63%	65%	60%	62%	58%
Google (search engine)	46%	51%	39%	34%	33%
YouTube website/app	13%	15%	15%	21%	19%
Google News	11%	13%	17%	17%	19%
Sky News website/app	17%	20%	20%	20%	16%
Guardian/Observer website/app	17%	18%	18%	19%	16%
The Daily Mail website/app	17%	17%	18%	18%	16%
Yahoo News website/app	11%	7%	7%	11%	9%
Apple News app	6%	6%	5%	10%	9%
Any local newspaper website/app	11%	10%	10%	10%	8%
ITV website/app	10%	8%	10%	8%	8%
MSN News website/app	11%	10%	8%	8%	7%
LADbible website/app	5%	6%	8%	6%	7%
CNN website/app	7%	4%	5%	8%	6%
HuffPost website/app	12%	11%	10%	7%	6%
BuzzFeed website/app	8%	9%	10%	7%	6%
The Sun website/app	6%	7%	6%	6%	6%
The Telegraph website/app	9%	8%	8%	7%	5%
The Independent website/app	8%	8%	7%	6%	5%

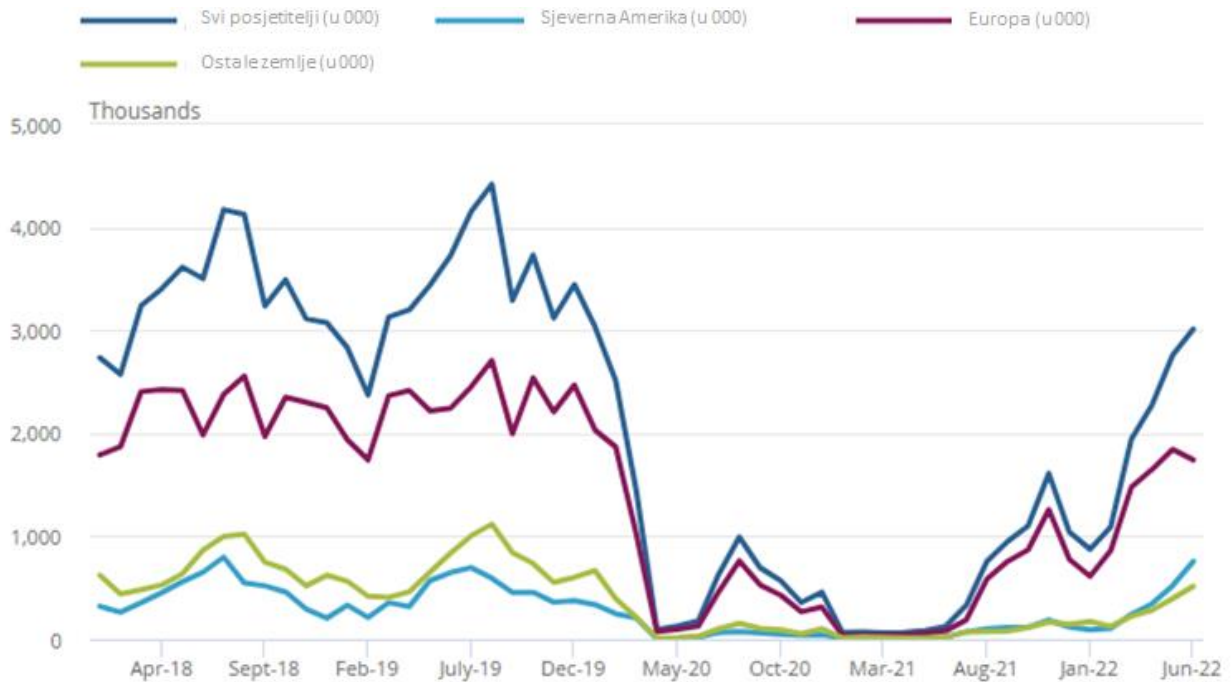
Izvor: Ofcom

## PROFIL EMITIVNOG TURISTIČKOG TRŽIŠTA U 2022. I 2023. GODINI

COVID pandemija natjerala je građane i tvrtke da se preko noći prilagode novom načinu života i rada. Bez obzira na teškoće, svjedočili smo ogromnoj otpornosti turizma. Potražnja za međunarodnim putovanjima naglo se oporavila s ukidanjem COVID restrikcija, no nedostatak radne snage zamijenio je COVID kao glavni uzrok poremećaja industrije putovanja, uzrokujući velike probleme u prometnijim zračnim lukama tijekom ljeta 2022.

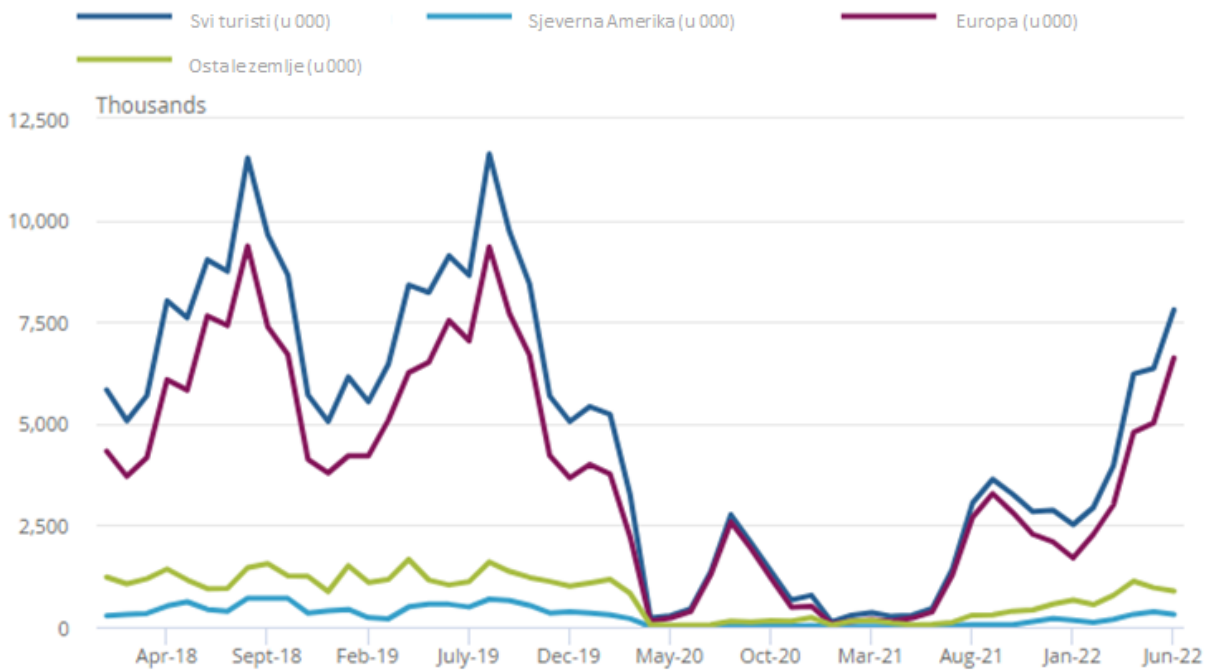
UK kao receptivna destinacija doživjela je drastičan pad broja posjetitelja s pojavom COVID pandemije. Kontinuirani oporavak britanskog receptivnog turističkog tržišta otpočeo je tek sa siječnjem 2022. godine.





Izvor: ONS

Slična je situacija i sa emitivnim turističkim prometom iz UK, koji je u srpnju 2022., a cca 7,7 mil putnika bio 15% ispod razine prometa usporedivog predpandemijskog mjeseca (iako je ukupna potrošnja bila 1% veća). Većina UK turista tada je putovala prema destinacijama ostatka Europe (6,6 mil), uglavnom s motivom odmora (5,6 mil.)

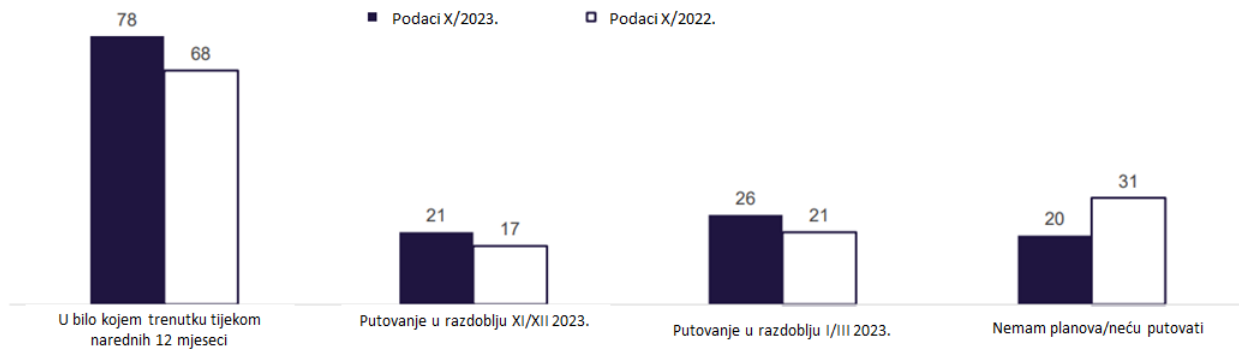


Izvor: ONS

**Broj stanovnika koji su u 2021. na odmor otputovali u inozemstvo / odmor proveli u vlastitoj zemlji – procjene za 2022.**

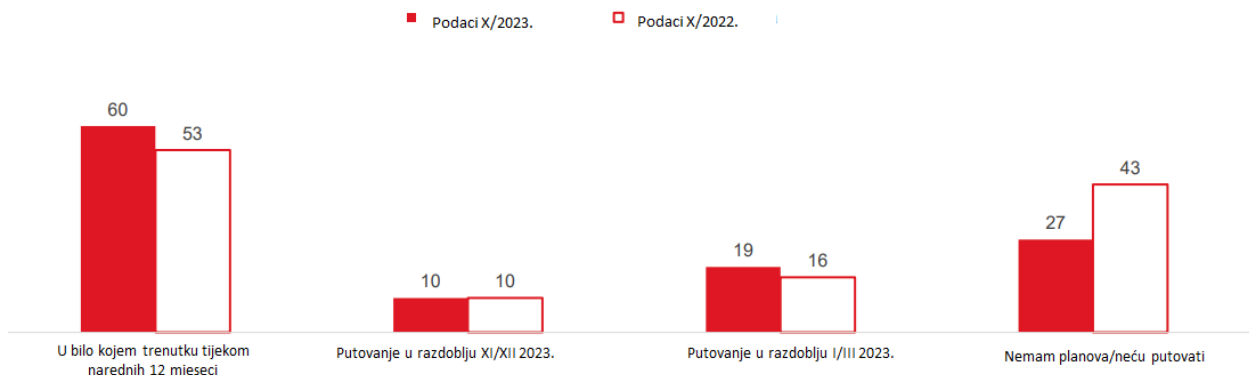
Unatoč percepciji da Britanci više vole odmor u inozemstvu, odmor u vlastitoj zemlji (*staycations*) je uvijek bio popularan izbor za turiste iz Ujedinjenog Kraljevstva - u 2019. ostvareno je više od 120 milijuna domicilnih turističkih noćenja u Britaniji, u usporedbi s 93 milijuna noćenja u inozemstvu. Domaće destinacije izvanredne prirodne ljepote – od Škotskog gorja do Jurske obale i brojnih nacionalnih parkova – privlačne su za obiteljski ljetni odmor.

Recentna očekivanja glede realizacije putovanja unutar vlastite zemlje prikazana su istraživanjem koje je turistička organizacija Visit England provela tijekom listopada 2023. godine – 78% ispitanika izjavilo je kako planira realizirati jedno putovanje s noćenjem tijekom narednih 12 mjeseci (68% u 2022.)



Izvor: Visit England

Nešto manji broj Britanaca namjerava u narednih 12 mjeseci putovati u inozemstvo, njih 60%, što je ipak, unatoč ekonomskim poteškoćama, 7 postotnih bodova više nego li u okviru istog istraživanja provedenog u listopadu 2023.



Izvor: Visit England

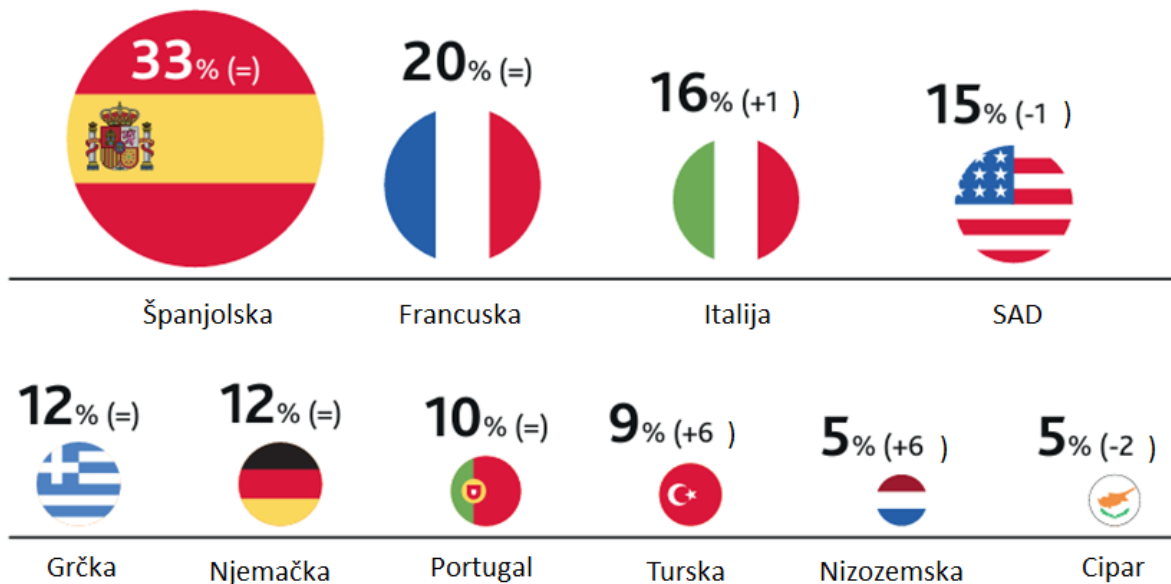
### Redosljed omiljenih destinacija

Prema istraživanju ABTA-e pod nazivom „ABTA Holiday Habits 2023.-2024.“, Španjolska, Francuska i Italija najpopularnije su odmorišne destinacije Britanaca u 2023. godini. U odnosu na 2022. godinu Italija se na ljestvici popela za jednu poziciju, potisnuvši SAD na četvrto mjesto.

Najveći „dobitnici“ u odnosu na 2022. su Turska i Nizozemska, koje su se u odnosu na 2022. popele za šest pozicija i time uvrstile u TOP 10.

S obzirom da je tijekom 2022. došlo do generalnog ukidanja protupandemijskih mjera na području Europe i šire, logično je da su se s „otvaranjem“ prostora za slobodno putovanje destinacije značajnije repositionirale u odnosu na pandemijske godine, tj. da je ponovno prisutan trend povratka na destinacijske međudnose u relacije koje su bile na snazi zaključno do 2019. godine.

#### TOP 10 DESTINCIJA U PROTEKLIM 12 MJESECI (USPOREDBA S 2022. GODINOM)

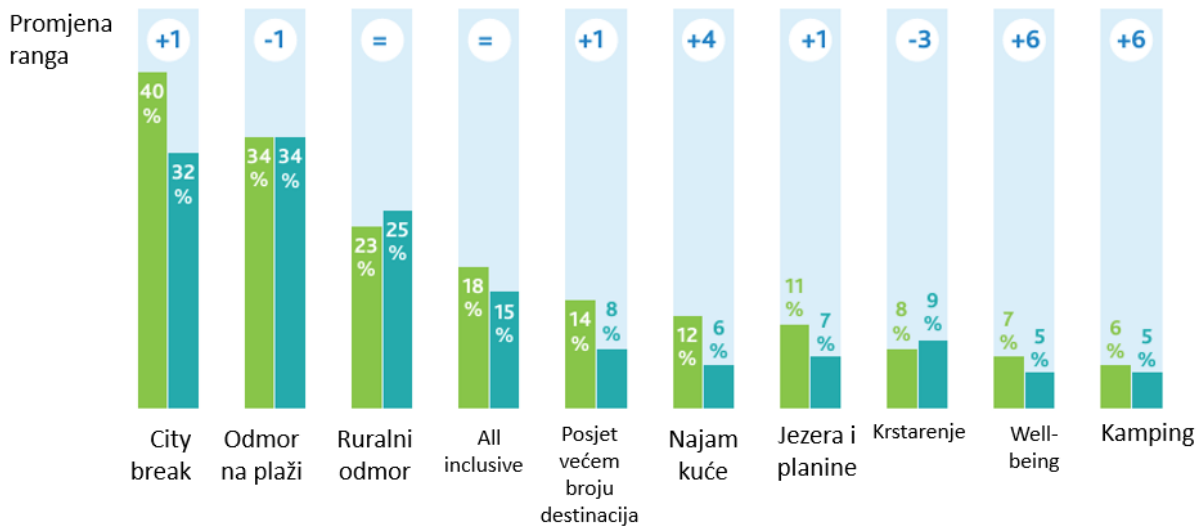


Izvor: ABTA

## Vodeće vrste odmora

City break i odmor na plaži najpopularnije su vrste odmora Britanaca u 2023. godini – u odnosu na 2022. *city break* je doživio najveći rast potražnje.

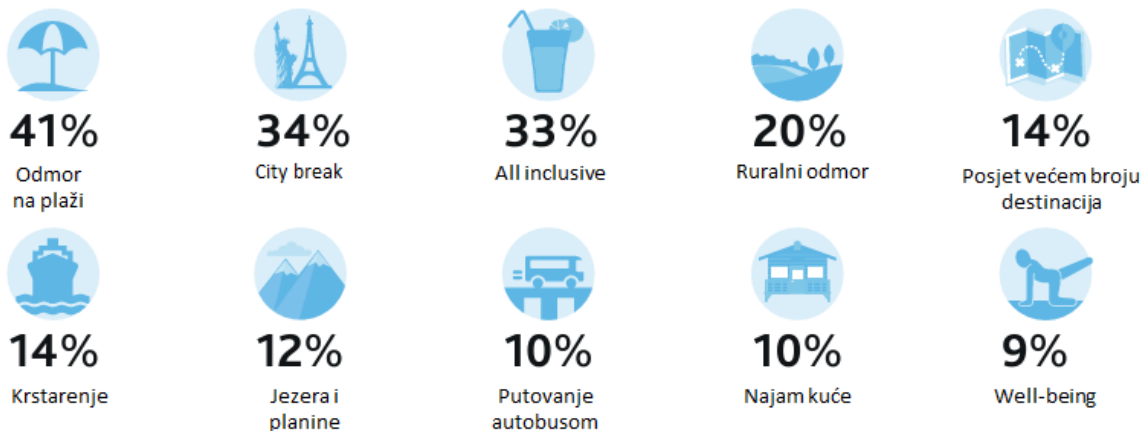
### TOP 10 VRSTA ODMORA U PROTEKLIM 12 MJESECI 2023 vs 2022



Izvor: ABTA

Kada je riječ o organiziranom segmentu, najpopularniji je odmor na plaži, a potom *city break*, dok su *all inclusive* odmori na trećoj poziciji.

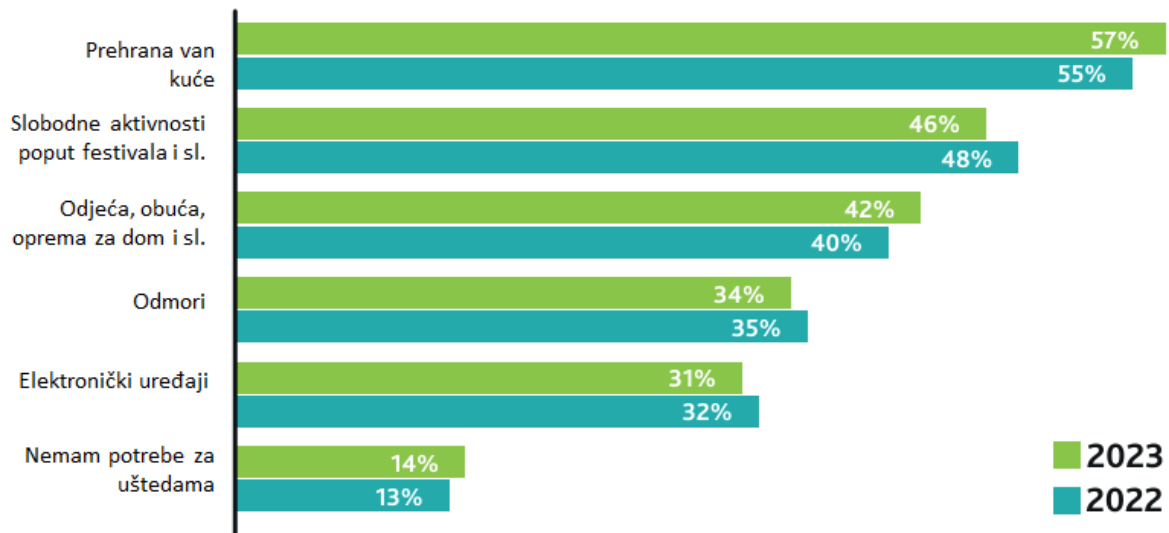
### TOP 10 VRSTA ODMORA U ORGANIZIRANOM SEGMENTU



Izvor: ABTA

Kada je riječ o mjerama štednje za kojima Britanci posežu kako bi se suočili s rastom životnih troškova, razvidimo kako je na prvom mjestu prehrana van kuće, a zatim različite „slobodne aktivnosti“ (poput festivala i sl.) Zanimljivo, manje ispitanika spremno je odreći se odmora nego li je to bio slučaj lani.

### MJERE ŠTEDNJE KOJE BRITANCI PODUZIMAJU KAKO BI SE SUOČILI S RASTOM TROŠKOVA ŽIVOTA



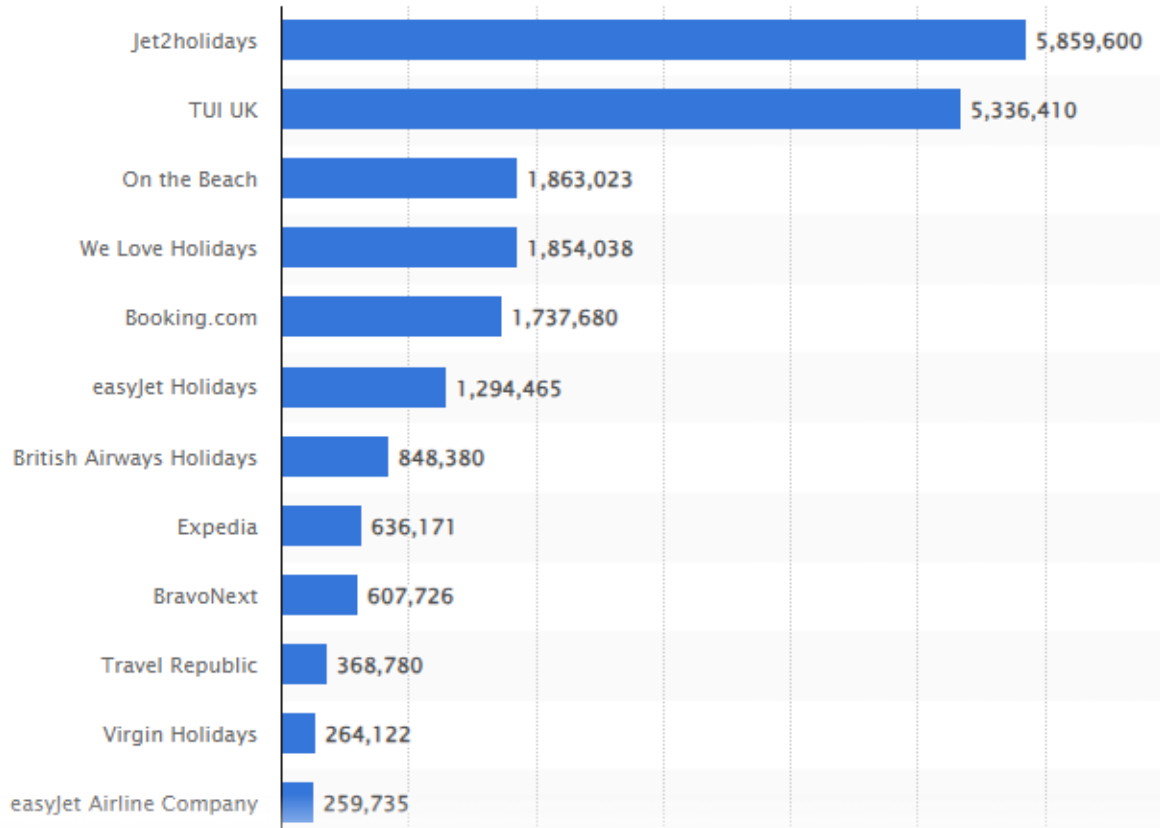
Izvor: ABTA

Govori li se o uštedama na putovanjima, 28% ispitanika u istraživanju ABTA-e navelo je kako za njima neće posezati, 22% navodi kako će realizirati manji broj odmora tijekom godine, 21% kako će odabrati jeftiniji smještaj, 17% kako će manje trošiti na gastronomske užitke tijekom odmora, 16% kako će putovati u bliže destinacije, a 15% kako neće putovati u inozemstvo.

## PREGLED ORGANIZATORA PUTOVANJA NA TRŽIŠTU

ATOL je tijelo nadležno za civilno zrakoplovstvo u UK koje izdaje licence organizatorima putovanja u svrhu zaštite putnika od stečajeva/prekida u poslovanju i sl. (ove licence postoje od 1970. godine).

### TOP nositelji ATOL licence u UK prema broju putnika (stanje 3/3023.)



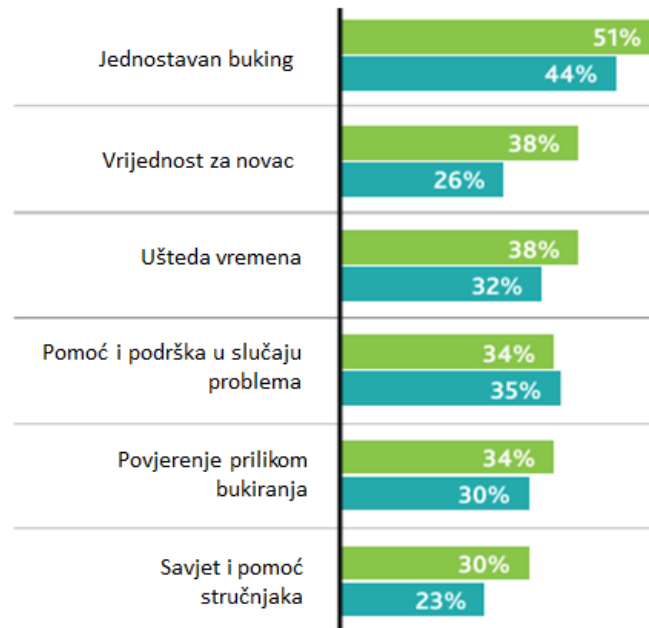
Izvor: Statista

Jet2 Holidays i TUI su dominantni turoperatori na britanskom turističkom tržištu. Slijede online platforme poput On the Beach i We Love Holidays i dr.

### Razlozi zbog kojih Britanci odabiru organiziranu kupovinu odmora

Glavni razlozi zbog kojih Britanci bukiraju odmor organiziran uz posredovanje organizatora putovanja su jednostavnost, vrijednost za novac te ušteda vremena.

#### TOP REZLOZI ZA BUKIRANJE ODMORA POSREDOVANJEM ORGANIZATORA PUTOVANJA/AGENCIJE 2023 vs 2022



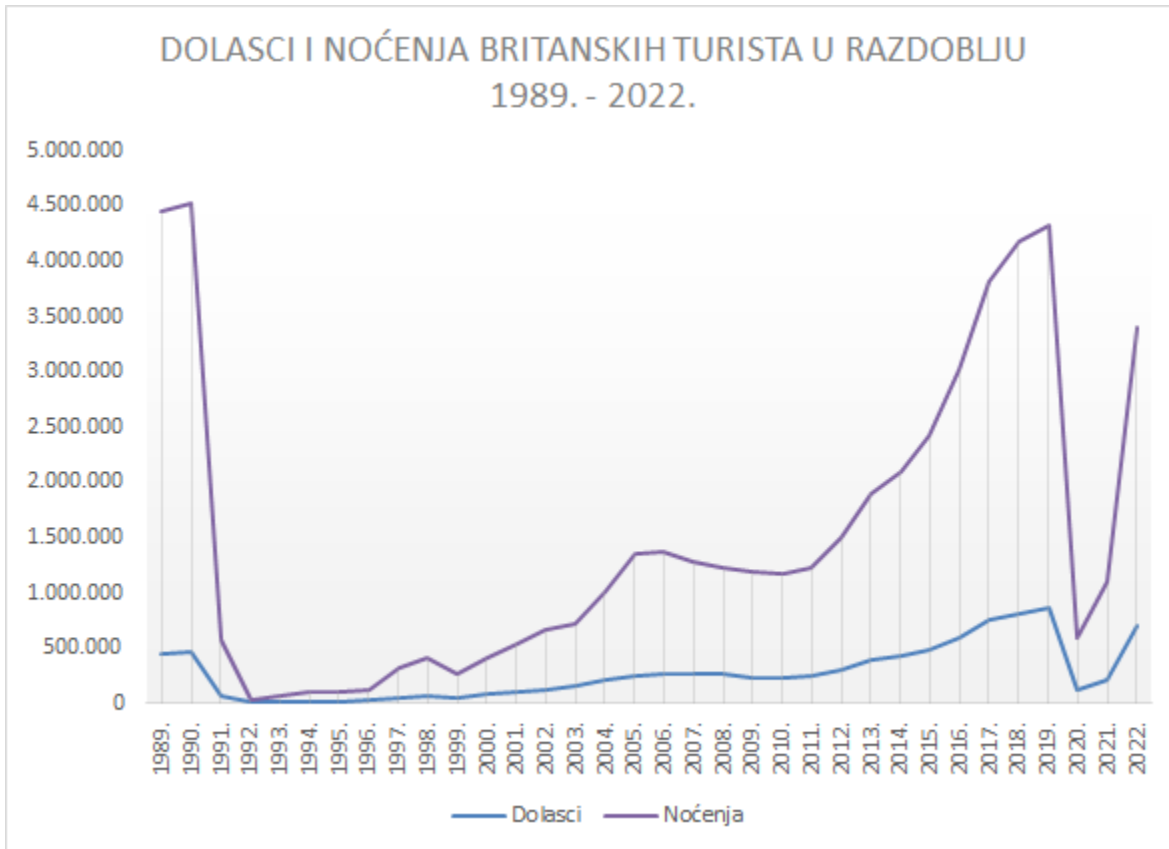
Izvor: ABTA

## DOPRINOS TRŽIŠTA UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU

UK	Dolasci			Noćenja		
	apsol.	indeks	1989.=100	apsol.	indeks	1989.=100
1989.	457.287		100	4.448.160		100
1990.	470.989	103	103	4.521.750	102	102
1991.	65.909	14	14	581.997	13	13
1992.	8.848	13	2	39.089	7	1
1993.	17.833	202	4	78.190	200	2
1994.	22.384	126	5	113.935	146	3
1995.	23.119	103	5	108.201	95	2
1996.	31.000	134	7	133.000	123	3
1997.	50.565	163	11	317.731	239	7
1998.	68.288	135	15	410.053	129	9
1999.	50.890	75	11	269.814	66	6
2000.	84.549	166	18	409.961	152	9
2001.	106.960	127	23	542.096	132	12
2002.	132.160	124	29	660.725	122	15
2003.	152.519	115	33	721.321	109	16
2004.	208.359	137	46	1.015.029	141	23
2005.	255.500	123	56	1.348.574	133	30
2006.	268.777	105	59	1.366.266	101	31
2007.	267.159	99	58	1.275.609	93	29
2008.	261.070	98	57	1.223.226	96	27
2009.	229.068	88	50	1.191.571	97	27
2010.	241.217	105	53	1.172.720	98	26
2011.	256.264	106	56	1.236.855	105	28
2012.	306.956	120	67	1.505.377	122	34
2013.	389.073	127	85	1.907.039	127	43
2014.	429.036	110	94	2.102.110	110	47
2015.	490.510	114	107	2.419.237	115	54
2016.	594.674	121	130	3.024.892	125	68
2017.	750.675	126	164	3.809.782	126	86
2018.	821.114	109	180	4.177.988	110	94
2019.	859.189	105	188	4.326.925	104	97
2020.	118.514	14	26	595.914	14	13
2021.	221.471	187	48	1.096.876	184	25
2022.	695.903	314	152	3.402.723	310	76

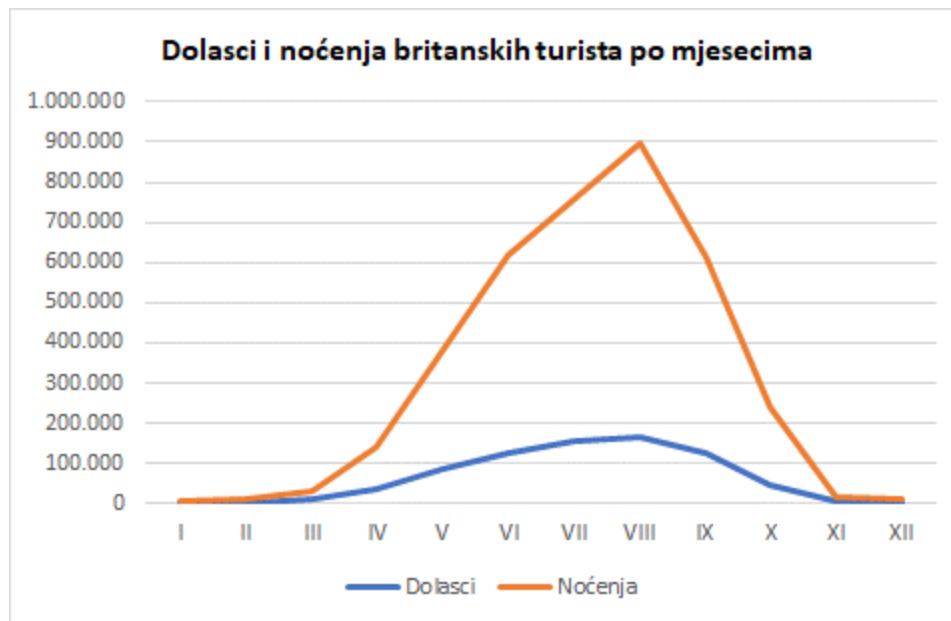
IZVOR: DZS - komercijalni smještajni kapaciteti





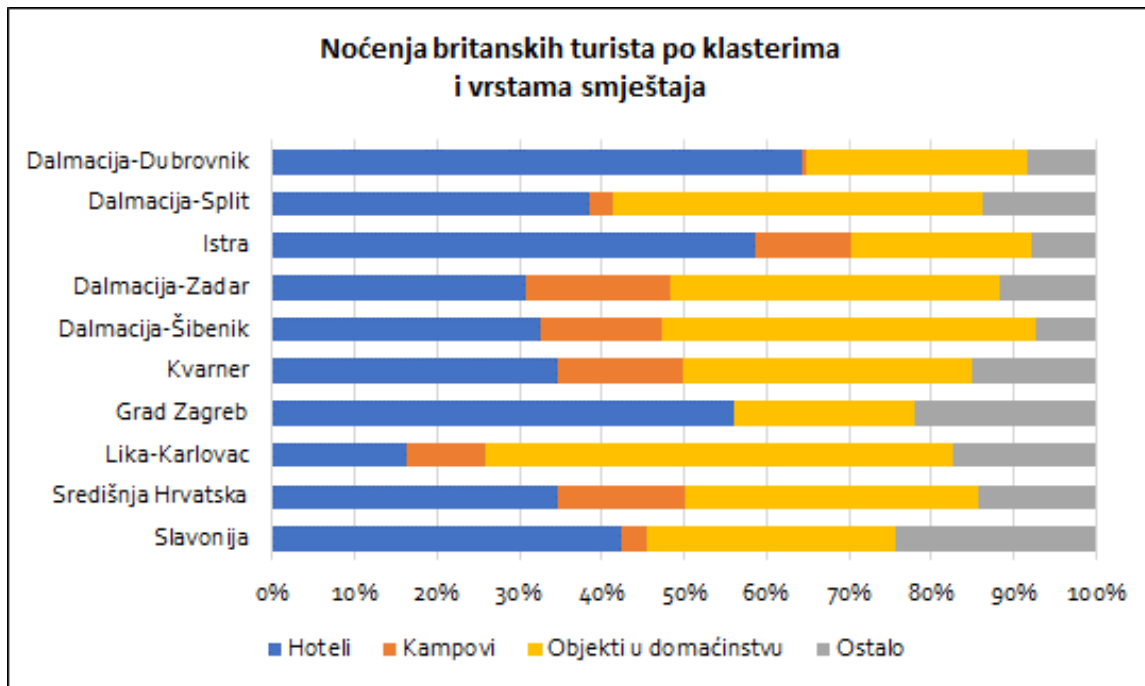
IZVOR: DZS - komercijalni smještajni kapaciteti

## REZULTATI 2023. PREMA SUSTAVU eVISITOR (svi kapaciteti)



**Promet po klasterima**

	<b>Dolasci</b>	<b>Noćenja</b>
Dalmacija-Dubrovnik	263.539	1.315.529
Dalmacija-Split	238.952	1.116.524
Istra	75.701	451.078
Dalmacija-Zadar	44.194	225.831
Nautika	28.554	199.221
Dalmacija-Šibenik	24.159	131.653
Kvarner	23.250	100.232
Grad Zagreb	38.424	89.882
Lika-Karlovac	20.767	67.116
Središnja Hrvatska	3.830	8.193
Slavonija	1.909	4.920
<b>Ukupno</b>	<b>763.279</b>	<b>3.710.179</b>



### Top destinacije

Grad općina	Noćenja
Dubrovnik	782.405
Split	326.256
Konavle	269.297
Župa dubrovačka	132.867
Rovinj	110.982
Hvar	101.382
Zagreb	89.882
Zadar	87.698
Pula	75.993
Medulin	65.017

### Dolasci po dobi i spolu

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

## 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)<sup>2</sup>, 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	0,0	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
<b>UKUPNO</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

**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
<b>UKUPNO</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

**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 /dogadjanja	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
<b>UKUPNO</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

**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
<b>UKUPNO</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

**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

**TRENUTAK 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
<b>UKUPNO</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

\* Za one koji su unaprijed rezervirali smještaj

**PRIJEVOZNO SREDSTVO PREMA ZEMLJI PORIJEKLA**

PRIJEVOZNO 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
Bicikl	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	100,0	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
<b>UKUPNO</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

**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	Češka	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 prirodnim 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 događanjima	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 usluga	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	Češka	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 kvalitetnog 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* ZA VRIJEME 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
Neprimjerno 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	1,5	1,1	0,0	0,0

\* Prikazan je postotak ispitanika koji su zasmjetani (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	33,86	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	54,86
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 da 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
<b>UKUPNO</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

\*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

Hrvatska je i dalje *value for money* destinacija, iako je percipirana kao skuplja od prosjeka Mediterana (Španjolska, Grčka, Malta, Cipar), što je tijekom 2023. bilo dodatno potencirano, u ozračju velikog rasta cijena u ugostiteljstvu (što, doduše, nije bio slučaj samo u Hrvatskoj).

U široj britanskoj javnosti Hrvatska je prvenstveno poznata kao zemlja s prekrasnim krajolikom i otocima. Raste percepcija Hrvatske kao raznolike destinacije s bogatom kulturnom, prirodnom i gastronomskom baštinom. Popularnost i informiranost o oblicima aktivnog odmora u Hrvatskoj također je u porastu. Britanci tradicionalno vole autentične destinacije i Hrvatska im je zbog toga privlačna.

### Prednosti:

- sigurnost u destinaciji
- relativno blizu Velike Britanije
- autentičnost destinacije
- percepcija Hrvatske kao destinacije visoke kvalitete
- raznolikost lokalnih doživljaja na malom području
- snažna gastronomska ponuda
- kulturna i prirodna baština
- gostoljubivost domaćina

### Nedostaci:

- nedovoljan broj adekvatnih kvalitetnih kapaciteta (posebice hotelskih)
- nedostatak sadržaja van sezone
- nedovoljna kompetitivnost po pitanju cijena smještaja, u usporedbi s konkurentima

### Mogućnosti:

- mogućnost razvoja *city break* destinacija van visoke sezone
- mogućnost razvoja *wellness* i aktivnog turizma van visoke sezone
- mogućnost daljnjeg razvoja nautičkog i proizvoda aktivnog odmora
- potencijal MICE industrije tijekom čitave godine, posebice uz poboljšanje cjelogodišnje zrakoplovne povezanosti

### Opasnosti:

- kriza/poskupljenja troškova života i energenata, globalna geopolitička neizvjesnost,
- Konkurentsko obaranje cijena, što je važan element pri donošenju odluke o destinaciji za odmor
- Snaga britanske valute

## Omjer između organiziranih i individualnih dolazaka u Hrvatsku u 2023.

Nešto više od 1/3 turista iz UK u Hrvatsku je doputovalo organizirano, dok su ostatak individualci.

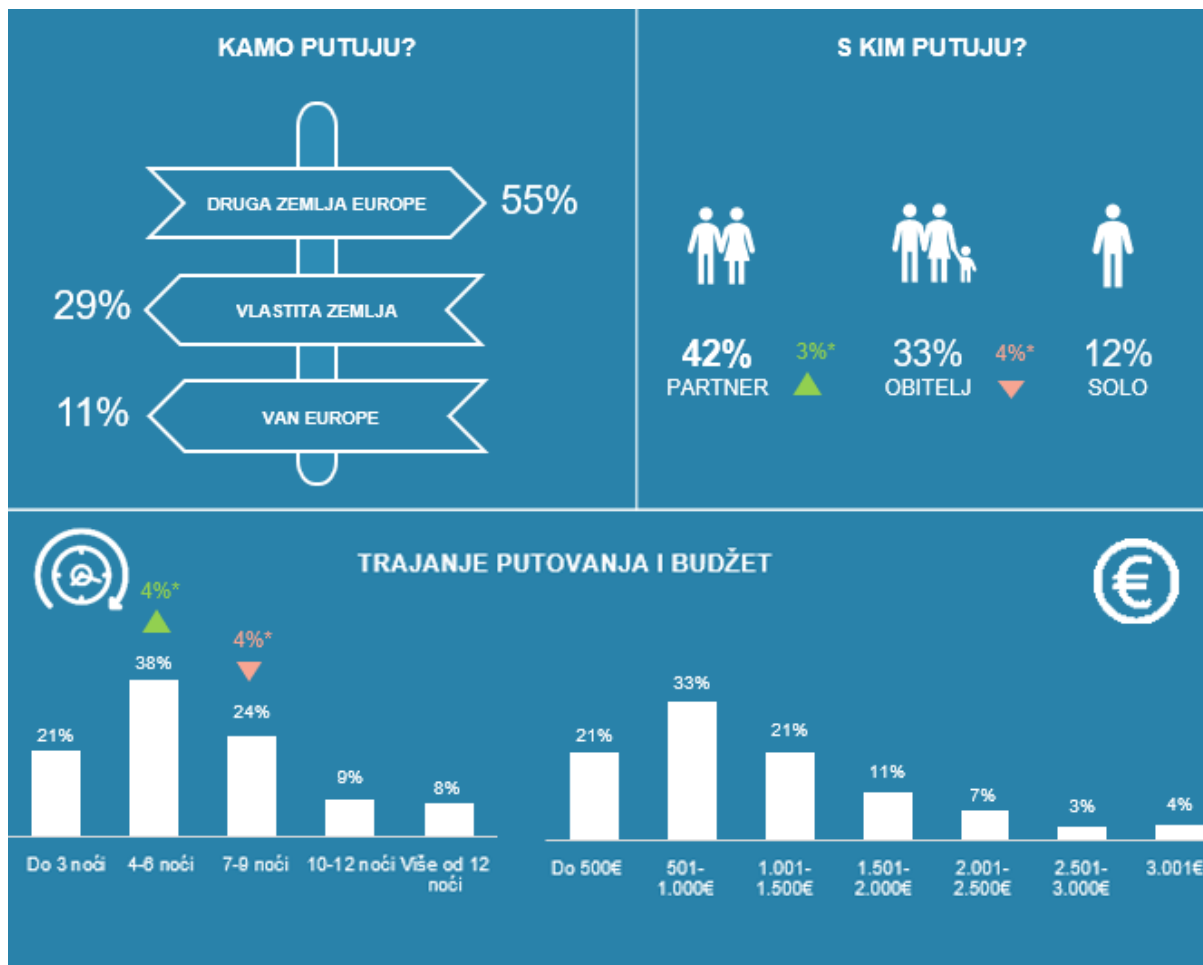
## TURISTIČKA SEZONA 2024.

### Preliminarna procjena turističkog tržišta/ukupnih odlazaka na godišnji odmor u inozemstvo u 2023./2024.

Posljednje istraživanje ETC-a (European Travel Commission) pod nazivom „Monitoring Sentiment For Domestic and Intra-European Travel, Wave 17“) koje se odnosi na namjere putovanja Britanaca u razdoblju od listopada 2023. do ožujka 2024. pokazuje kako 73% ispitanika u predmetnom vremenskom intervalu planira putovati, dok ih 15% ne planira putovanja (rezultat je sličan onom iz usporedivog istraživanja provedenog u isto vrijeme prošle godine).

Njih 55% planira posjetiti druge zemlje Europe, dok ih 29% planira posjetiti domaće destinacije.

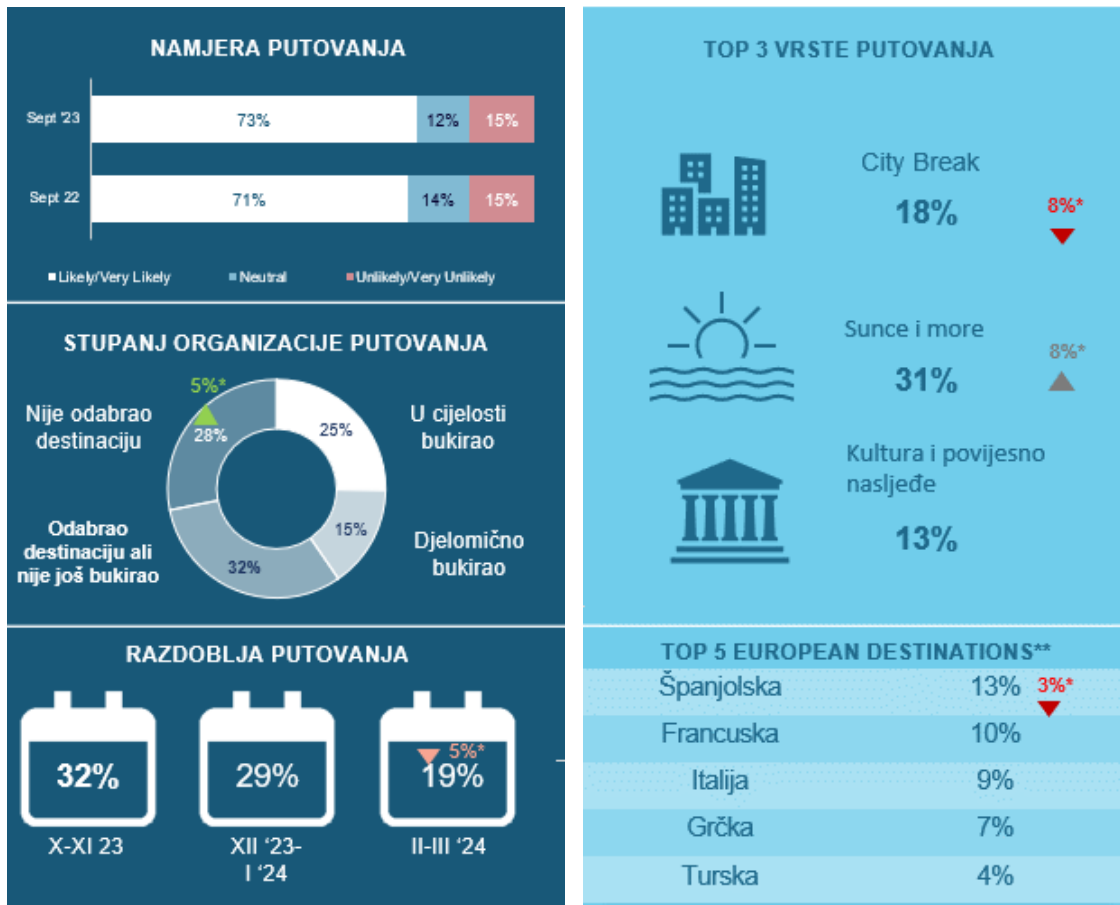
Pretežita većina putovanja planirana je u rasponu od 4 do 6 noći, a za više od 54% putovanja planirani budžet iznosi između 500 i 1.500 eura (po osobi – smještaj, prijevoz i aktivnosti na putovanju). Najviše putovanja realizira se u pratnji partnera/ice, a potom slijede putovanja s obitelji.



\* Značajno povećanje ▲ smanjenje ▼ u odnosu na lani

Izvor: European Travel Commission

U promatranom razdoblju godine najtraženija vrsta putovanja je *city break*. Španjolska, Francuska i Italija biti će glavne odredišne destinacije za Britance koji će putovati tijekom promatranog razdoblja 2023/2024. godine.



\* Značajno povećanje ▲ smanjenje ▼ u odnosu na lani

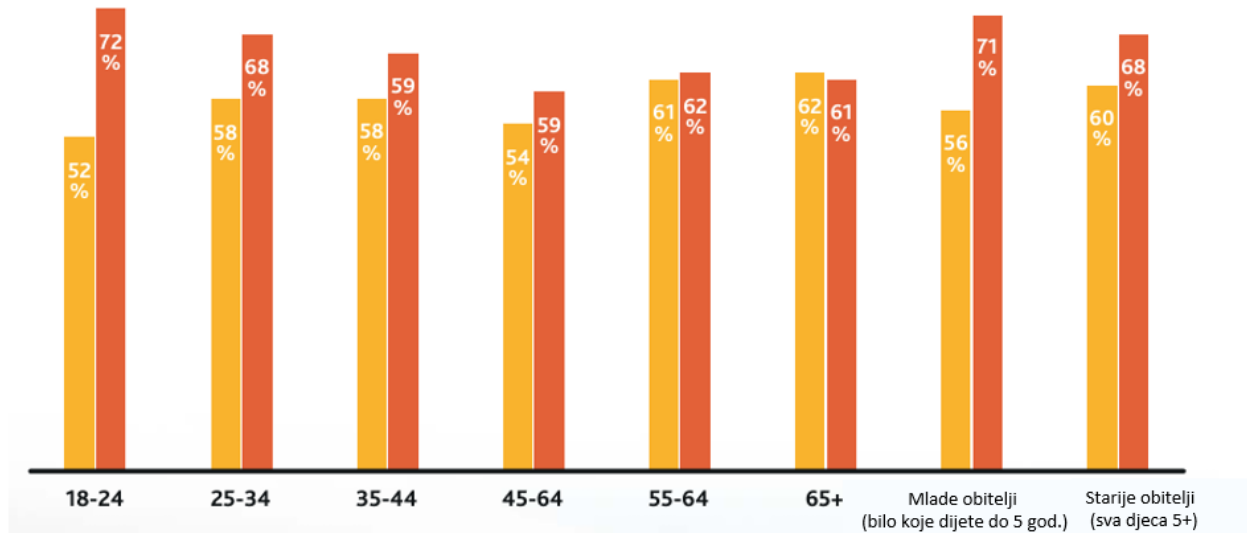
Izvor: European Travel Commission

Prema istraživanju ABTA-e pod nazivom „ABTA Holiday Habits 2023.-2024.“, nešto veći broj britanskih ispitanika planira putovati u inozemstvo tijekom 2024. nego li je to slučaj s 2023. godinom (64%, naspram 61% ispitanika koji su iskazali namjeru putovanja u inozemstvo u usporedivom istraživanju provedenom prethodne godine, vezanom uz namjere putovanja u 2023.)

U većem postotku putovanjima u inozemstvo sklonije su mlađe dobne skupine, ali i mlađe obitelji, dok su osobe starije životne dobi nešto sklonije ostanku na odmoru u vlastitoj zemlji.

### PLANOVI ZA ODMOR U 2024. GODINI

■ domaći odmori  
■ odmori u inozemstvu

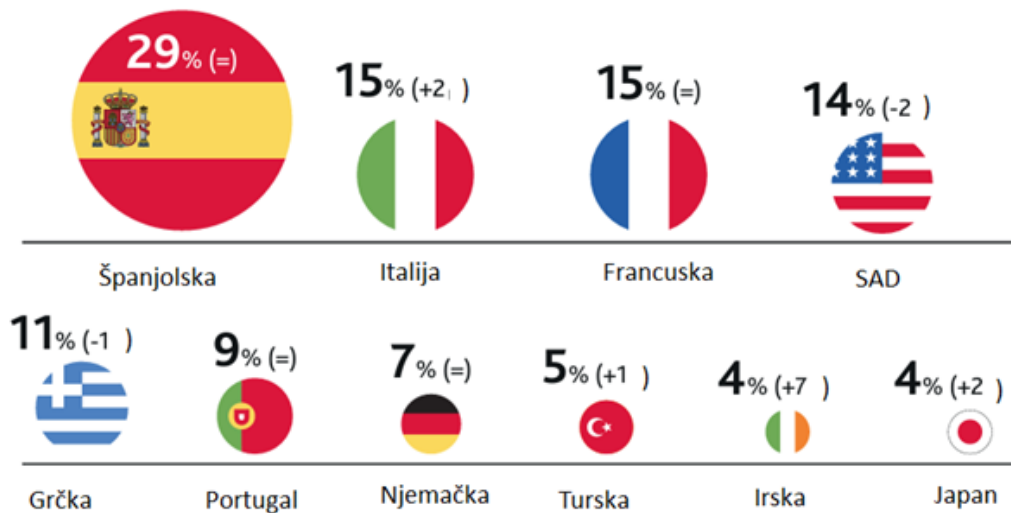


Izvor: ABTA

### Top destinacije u 2024. godini

Španjolska, Italija i Francuska trebale bi biti TOP destinacije za Britance u 2024., a nakon pandemije u TOP 10 ponovno ulazi još jedna long haul destinacija (osim SAD-a), a to je Japan.

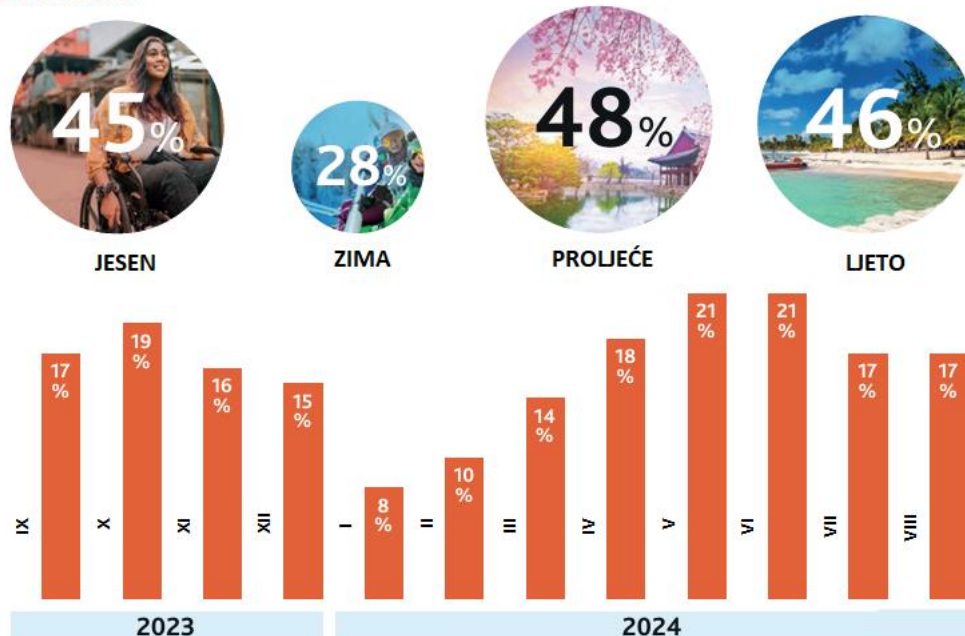
#### PLANIRANE DESTINCIIJE U 2024. GODINI (USPOREDBA S ISKAZANIM NAMJERAMA PUTOVANJA ZA 2023. GODINU)



Izvor: ABTA

Zanimljiv je i podatak istraživanja koji govori u kojem su mjesecu Britanci skloni (planiraju) putovati tijekom 2024. godine. Naime, razvidno je kako vrhunac ljeta nije dominantno razdoblje putovanja, već je to razdoblje svibanj-lipanj. Generalno, najveći broj putovanja Britanci planiraju tijekom proljeća, dok su jesen i ljeto gotovo izjednačeni. Vrhunac ljeta najpopularnije je vrijeme putovanja samo za dobnu skupinu 18-24 (30% ispitanika u ovoj dobnoj skupini želi putovati u srpnju).

**PLANIRANO RAZDOBLJE  
PUTOVANJA U INOZEMSTVO  
TIJEKOM 2024.**



Izvor: ABTA

**Potrošnja na putovanjima u 2024. godini**

Prema istraživanju ABTA-e, 28% Britanaca na odmorima u 2024. planira potrošiti više sredstava nego li za odmore u 2023. 21% planira manju razinu potrošnje dok većina, 51% planira potrošiti podjednak iznos.

Za one koji planiraju potrošiti više glavni razlozi su veći broj planiranih odmora (38%), rast troškova na putovanjima/cijene odmora (34%) i želja za osiguravanjem točno određene destinacije/odmora (21%).

Za one koji planiraju potrošiti manje razlozi su rast generalnih/dnevni životnih troškova - režije, hrana i sl. (48%), rast troškova najma nekretnina/kredita (29%) te smanjenje broja odmora tijekom godine (23%) i smanjenje povjerenja u gospodarski prosperitet zemlje (23%).

## Održiva putovanja

Istraživanje ABTA-e donosi i informacije o elementima održivosti, relevantnim za britanske putnike tijekom 2023. godine.

Čak 47% ispitanika navodi kako je svjesno utjecaja zrakoplovnih putovanja u kontekstu odabira odmora, a njih 43% navodi kako u kontekstu okolišne održivosti razmišlja o odabiru destinacije koja je bliža njihovoj zemlji. Njih 44% navodi kako bi odabralo hotel koji ima bolji „dosje“ brige o okolišnim elementima u odnosu na alternative, a 37% navodi kako je načelno spremno platiti više za odbor koji je održiviji.

Ipak, prisutan je raskorak između iskazivanja namjere i realne činidbe pa na takav način 17% ispitanika uistinu odabralo bližu destinaciju zbog elementa očuvanja okoliša, 12% je odabralo neku drugu vrstu prijevoza umjesto zrakoplova, 10% je odabralo smještaj temeljem informacije o pozitivnim ekološkim praksama, a 9% je platilo više za odmor koji je održiviji u odnosu na alternative.

Sve navedeno ukazuje na činjenicu kako su elementi održivosti sve snažnije pozicionirani u svijesti putnika/turista, no još uvijek se pozitivne namjere i svjesnost u tolikoj mjeri ne transformiraju u praktično postupanje pri realnom odabiru odmora.

## Mjere koje bi prema mišljenju organizatora putovanja i drugih ključnih poslovnih dionika (prijevoznici, udruge/udruženja u turizmu i sl.) trebalo poduzeti u Hrvatskoj tijekom 2024. godine

- Nastavak održavanja pozitivne percepcije Hrvatske kao sigurne destinacije.
- Naglasak na razvoju projekata održivog turizma, s obzirom da je održivost važan faktor pri odabiru putovanja.
- Umjerenost glede povećanja cijena smještaja, kao i ostalih usluga u destinacijama, kako bi Hrvatska ostala konkurentna u odnosu na ostale popularne konkurente.
- Proširenje turističke ponude van sezone, s dovoljno sadržaja dostupnih van ljetnih mjeseci.
- Daljnje ulaganje u kvalitetne smještajne jedinice, prvenstveno hotele više kategorije.
- Daljnje ulaganje u zajedničke marketinške aktivacije na britanskom tržištu.
- Potpora i marketinške aktivnosti u suradnji s manjim agencijama i turoperatorima van okvira strateških projekata.