



ŠVICARSKA

PROFIL EMITIVNOG TRŽIŠTA - IZDANJE 2024.



SADRŽAJ

OPĆI PODACI O TRŽIŠTU	3
POLITIČKO UREĐENJE	3
STANOVNIŠTVO	4
OPĆE KARAKTERISTIKE GOSPODARSTVA	4
MEDIJI I OGLAŠAVANJE NA TRŽIŠTU.....	13
PROFIL EMITIVNOG TURISTIČKOG TRŽIŠTA U 2022. I 2023. GODINI.....	17
PREGLED ORGANIZATORA PUTOVANJA NA TRŽIŠTU	25
DOPRINOS TRŽIŠTA UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU.....	31
REZULTATI 2023. PREMA SUSTAVU eVISITOR (svi kapaciteti)	32
NALAZI ISTRAŽIVANJA TOMAS HRVATSKA 2022./2023.....	35
TURISTIČKA SEZONA 2024. – OPĆI POKAZATELJI I NAJAVE	51
TURISTIČKA SEZONA 2024. – HRVATSKA	52

OPĆI PODACI O TRŽIŠTU

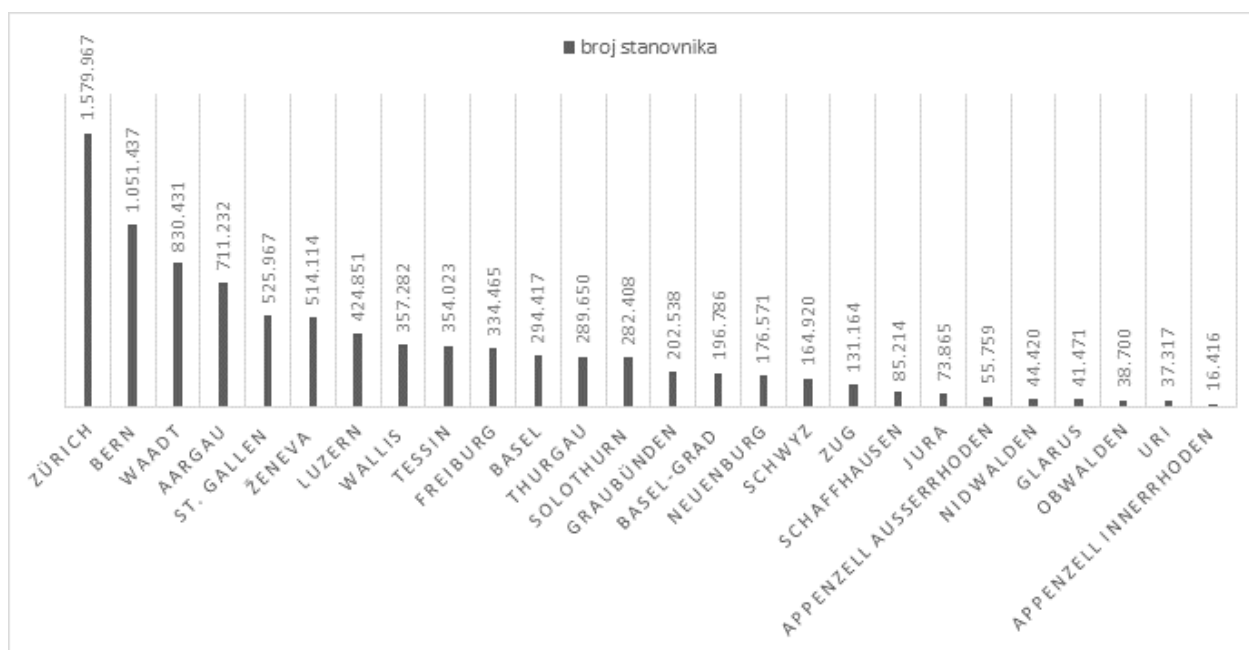
Službeni naziv: Švicarska Konfederacija

Službeni jezik: njemački, francuski, talijanski i retroromanski

Površina:

Površina Švicarske iznosi 41.285 km² i sastoji se od 26 kantona. Glavni grad je Bern. Svaki kanton ima visok stupanj autonomije u zakonodavstvu i poreznoj politici, odnosno određivanju poreza. Švicarska graniči na sjeveru s Njemačkom, na istoku s Austrijom i Lihtenštajnom, na jugu s Italijom i na zapadu s Francuskom.

Najveći gradovi:



POLITIČKO UREĐENJE

Švicarska je prema političkom uređenju konfederalna, decentralizirana parlamentarna demokratska republika, koja se sastoji od 26 kantona. Vlada Švicarske se sastoji od 7 članova saveznog vijeća, a dužnost predsjednika kolektivnog predsjedništva od 2023. godine obnaša Alain Berset.

STANOVNIŠTVO

Najvažniji podaci o stanovništvu za 2022. godinu¹

Broj stanovnika	8.815.385
Muškarci	4.379.953
Žene	4.435.432
Rođenja	82.371
Smrtni slučajevi	74.425
Dobne skupine u %	
0-19 godina	19,9
20-64 godina	60,9
65+ godina	19,2
Očekivana životna dob pri porodu (u godinama)	
Muškarci	81.6
Žene	85.4

OPĆE KARAKTERISTIKE GOSPODARSTVA²

Švicarska ima jedno od najstabilnijih gospodarstva na svijetu. Smatra se da su tri faktora zaslužna za to: politička stabilnost, konzervativna fiskalna politika i raznovrsnost vanjske trgovine.

Valuta: kako Švicarska nije članica Europske Unije, službena valuta je Švicarski Franak (CHF), međutim, na mnogim se mjestima u Švicarskoj cijene izražavaju u eurima i švicarskim francima, te se često može i plaćati u eurima.

Vanjska Trgovina: Sektor usluga s naglaskom na trgovini i financijskim uslugama zapošljava veći dio švicarskih radnika. Osim banaka i osiguravajućih društava, važno mjesto zauzima i trgovina sirovinama. Turizam je također ključna grana švicarskog gospodarstva, posebno u Alpama.

Sektor strojarstva, elektroindustrije i metalurgije: Upravo ovaj sektor najveći je industrijski poslodavac i jedan od najvećih izvoznih sektora u zemlji. 2015. ostvario je prihod od 63 milijardi švicarskih franaka, što čini 31% ukupnog izvoza i čini ga drugim najvećim izvoznim sektorom u Švicarskoj. Najvažniji akteri u ovom sektoru su ABB, Liebherr, Georg Fischer, Sulzer, Bucher Industries, Bühler Holding i Schindler.

¹ Bundesamt für Statistik Schweiz

² Izvor: WKO:

https://www.wifo.ac.at/jart/prj3/wifo/resources/person_dokument/person_dokument.jart?publikationsid=70813&mime_type=application/pdf

Kemija i farmaceutska industrija: predstavljaju najznačajniju granu švicarskog izvoza. Svake godine čine otprilike polovicu švicarskog izvoznog volumena i doprinose s 6,3% BDP-u u 2020. godini. Ovaj sektor godišnje prodaje proizvode u vrijednosti od preko 116 milijardi švicarskih franaka u inozemstvu, što čini gotovo 52% ukupnog izvoza. U 2020., kemijska i farmaceutska industrija zapošljavala je oko 74.000 ljudi u Švicarskoj i više od 338.000 u inozemstvu. Neki od poznatih dionika uključuju Novartis, Hoffmann-La Roche, Cilag GmbH i Celgene International II u farmaceutskom sektoru, dok su u kemijskom sektoru važni Givaudan International i Trinseo Europe.

Industrija satova iza strojarske i kemijske industrije, zauzima treće mjesto u švicarskoj izvoznj statistici (2016.) Švicarska je vodeća zemlja svijeta u izvozu satova (prema vrijednosti izvoza). Industrija satova zapošljava oko 59.000 ljudi u Švicarskoj i čini 1,5% bruto domaćeg proizvoda (2015.). Najveći dionici u ovom sektoru uključuju Swatch Group, Rolex, Cartier, Omega i LVMH Swiss Manufactures SA.

Osiguranje i bankarstvo³ čine jedan od temeljnih stupova švicarske ekonomije: svaki od njih gotovo podjednako čini gotovo 10% bruto domaćeg proizvoda Švicarske. Švicarska je također jedno od najvažnijih financijskih središta na svijetu. U 2019., švicarske banke upravljale su imovinom vrijednom otprilike 7,9 bln. švicarskih franaka, od čega otprilike polovina dolazi iz inozemstva. Dvije najveće međunarodne banke su UBS i Credit Suisse.

Fiskalna politika⁴: 1990-ih je došlo do značajnog povećanja duga, posebno zbog financiranja federalnih mirovinskih fondova, zbog čega je porasla potreba za konkretnim i učinkovitim fiskalnim pravilom. Stoga je 2003. godine uvedena "Schuldenbremse" odnosno "kočnica duga". Od tada služi kao oslonac saveznoj fiskalnoj politici. Savezni proračun se konačno pozitivno razvijao. Zahvaljujući povoljnom gospodarskom rastu i pridržavanju "Schuldenbremse", federalni dugovi su od 2003. do 2019. godine smanjeni za otprilike 27 milijardi franaka. Unatoč povećanju duga tijekom pandemije COVID-19, Švicarska se danas nalazi u vrlo povoljnom položaju u međunarodnoj usporedbi, s udjelom duga od manje od 30% u bruto domaćem proizvodu. "Schuldenbremse" je doprinijela povećanju otpornosti Švicarske na krize. Ključni elementi uključuju načelo da savez održava ravnotežu između prihoda i rashoda te da se maksimalni iznos ukupnih odobrenih rashoda u proračunu određuje uzimajući u obzir ekonomske uvjete i procijenjene prihode. Iznimka se primjenjuje u slučaju izvanrednih potreba za plaćanjem, gdje se maksimalni iznos može razumno povećati. Ako ukupni rashodi prikazani u državnom računovodstvu premaše maksimalni iznos, višak rashoda mora se nadoknaditi u narednim godinama.

Švicarska i EU⁵:

Švicarska se nalazi na četvrtom mjestu najvažnijih trgovinskih partnera EU. Čak 69% uvoza dolazi iz EU-a, a 50% švicarskog izvoza odlazi u EU. Švicarska je također treći najveći investitor u EU. Stoga, politika EU može imati direktan utjecaj na Švicarsku. Utječe na gospodarsku razmjenu i političke/diplomatske odnose između Švicarske i EU. Regulativa EU ima izravan utjecaj na

³ [Banken und Versicherungen \(admin.ch\)](https://www.efd.admin.ch/efd/de/home/finanzpolitik/die-schuldenbremse.html)

⁴ <https://www.efd.admin.ch/efd/de/home/finanzpolitik/die-schuldenbremse.html>

⁵ <https://www.bmeia.gv.at/oeb-bern/oesterreich-in-der-schweiz/vertraege/europaeische-union-schweiz;>

https://www.wko.at/service/aussenwirtschaft/Handelsabkommen_EU-EFTA_-_Schweiz.html, [https://www.eda.admin.ch/missions/mission-eu-brussels/de/home/dossiers/wirtschaft-finanzen.html#:~:text=69%25%20der%20Schweizer%20Importe%20stammen,von%209%25%20\(2020\).](https://www.eda.admin.ch/missions/mission-eu-brussels/de/home/dossiers/wirtschaft-finanzen.html#:~:text=69%25%20der%20Schweizer%20Importe%20stammen,von%209%25%20(2020).)

švicarske izvoznike. Kako bi zaštitila svoje interese, Švicarska pažljivo prati sve razvoje u EU i analizira njihove posljedice.

Nakon što su Švicarci 1992. godine odbili pristup Europskom gospodarskom prostoru (EGP), Švicarska i EU su 1999. godine potpisale sporazum Bilateral I. Glavni cilj ovog sporazuma bio je olakšati međusobni pristup tržištu i ukloniti trgovinske prepreke. Nakon toga, 2004. godine uslijedilo je Bilateral II. Ovaj sporazum osigurava opsežan dvostrani pristup tržištima, sprječavaju diskriminaciju švicarskih tvrtki na unutarnjem tržištu EU-a i čine temelj za blisku suradnju u područjima za istraživanje, sigurnost, azil, okoliš i kulturu. Pozitivni ekonomski učinci obaju sporazuma danas su nesporni: od njihovog uvođenja, Švicarska je zabilježila snažniji rast BDP-a po glavi stanovnika.

Kako bi se smanjile negativne posljedice odbijanja Sporazuma o Europskom gospodarskom prostoru, pregovori o sedam sektorskih bilateralnih sporazuma (bilateralni sporazumi I) započeli su 1994. godine.

Bilateral I

- Trgovina poljoprivrednim proizvodima
- Sloboda kretanja
- Zračni promet
- Prijevoz robe i putnika po željeznici i cestovnom prometu
- Javna nabava
- Međusobno priznavanje procjene sukladnosti
- Znanstvena i tehnička suradnja

Ovi sporazumi potpisani su 21. lipnja 1999. godine i stupili su na snagu 1. lipnja 2002. godine.

Ovi ugovori uključuju odredbu o raskidu, koja propisuje da svi sporazumi stupaju na snagu i završavaju se zajedno ako se jedan sporazum obustavi. Neprekidna provedba ovih sporazuma obvezuje Švicarsku da usvoji relevantna zakonodavstva EU-a u obuhvaćenim sektorima.

2004. potpisan je niz sektorskih sporazuma između EU-a i Švicarske (Bilateralni II)

Bilateral II

- Schengen i Dublin
- oporezivanje kamata
- prerađeni poljoprivredni proizvodi
- statistička suradnja
- borba protiv prijevara
- obrazovanje
- sudjelovanje u programu za medije EU-a i Agencija za okoliš EU-a
- mirovine.

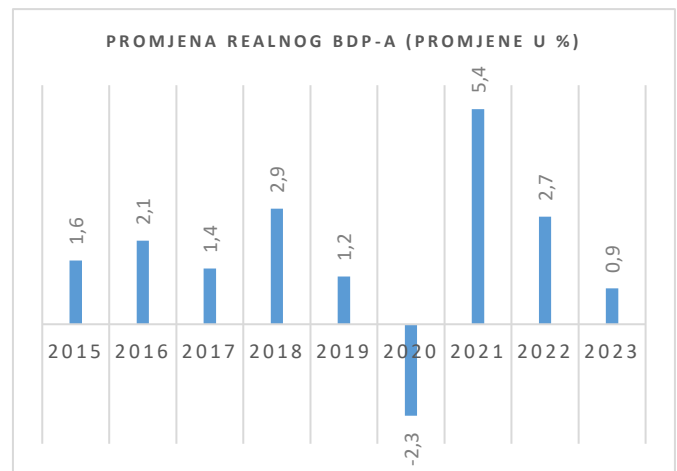
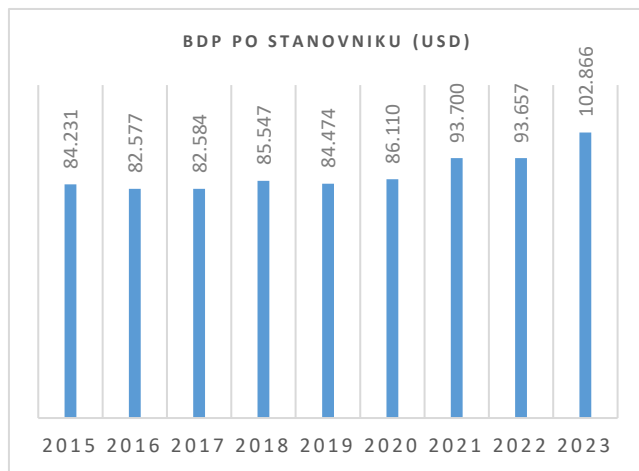
2006. EU i Švicarskom potpisali su sporazum (Memorandum o razumijevanju) o financijskom doprinosu koheziji unutar EU-a. Švicarska je s 1,302 milijarde CHF (raspoređeno tijekom 10

godina) pružila podršku projektima u deset novih država članica EU-a i naknadno Rumunjskoj, Bugarskoj i Hrvatskoj nakon njihovog pristupa EU.

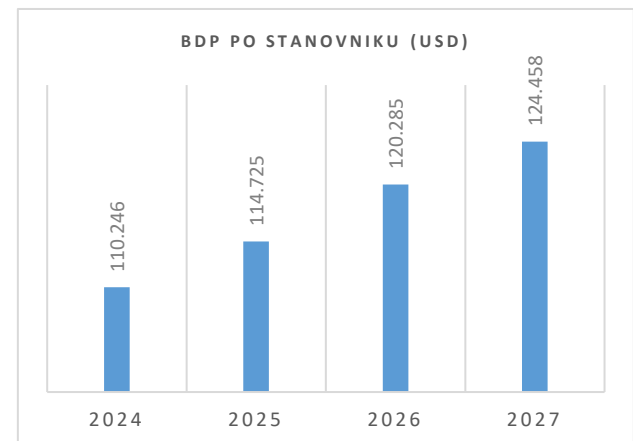
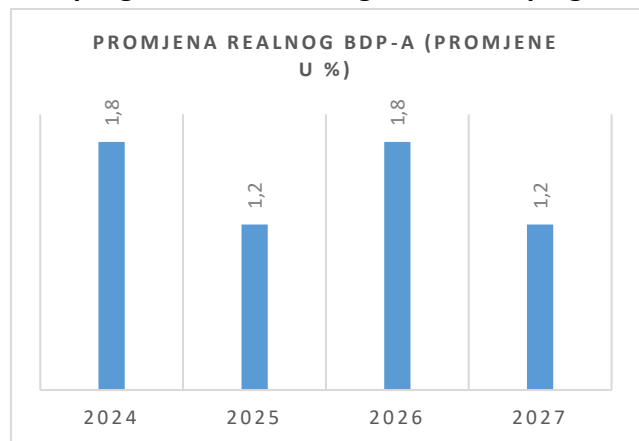
Aktualno stanje BDP-a⁶:

Zbog snažnog prvog kvartala, stručnjaci skupine za ekonomske prognoze revidiraju svoju prognozu rasta BDP-a prilagođenog sportskim događajima u 2023. na 1,3% (u lipnju su predvidjeli 1,1%). Za sljedeću godinu očekuje se slabiji rast s 1,2%, iako se još u lipnju predvidio rast s 1,5%). U konačnici bi to značilo da švicarsko gospodarstvo u tekućoj i idućoj godini raste znatno ispod prosjeka.

BDP po glavi stanovnika⁷



BDP prognoza za naredne godine, BDP po glavi stanovnika



⁶ Staatssekretariat für Wirtschaft <https://www.seco.admin.ch/seco/de/home/wirtschaftslage---wirtschaftspolitik/Wirtschaftslage/konjunkturprognosen.html#:~:text=Quartals%20revidiert%20die%20Expertengruppe%20Konjunkturprognose,n,Jun%3A%201%2C5%20%25>

⁷ <https://wko.at/statistik/laenderprofile/lp-schweiz.pdf>

Prognoze Švicarska (promjene u %) ⁸

	2023.		2024.	
BDP, sportski događaji - ispravljeno	1.3	(1.1)	1.2	(1.5)
BDP	0.8	(0.8)	1.6	(1.8)
Privatna potrošnja	2.2	(1.8)	1.1	(1.2)
Državna potrošnja	0.8	(0.0)	-1.1	(-2.1)
Građevinske investicije	-2.1	(-1.2)	0.7	(0.7)
Kapitalna dobra	0.8	(2.0)	1.1	(1.1)
Izvozi	3.2	(3.2)	3.7	(4.2)
Uvozi	3.9	(3.9)	3.7	(3.6)
Ekvivalentno puno radno vrijeme	2.1	(1.8)	0.8	(0.7)
Stopa nezaposlenosti u %	2.0	(2.0)	2.3	(2.3)
Nacionalni indeks potrošačkih cijena	2.2	(2.3)	1.9	(1.5)

Postotak nezaposlenosti u 2022., aktualno stanje u 2023. i procjena budućeg trenda⁹

2022. biti će zapamćena kao godina s najnižom stopom nezaposlenosti u zadnjih 20 godina. Stopa nezaposlenosti revidirana je na niže nakon što je uračunat sezonski faktor, što znači da je s 2,3% pala na 1,9%. U listopadu je pad broja nezaposlenih usporen, a broj tražitelja posla ponovno je porastao prvi put u godini, uglavnom zbog sezonskih razloga. Za izvještajnu godinu 2022. to rezultira stopom nezaposlenosti od 2,2%.

Prema istraživanjima Državnog tajništva za gospodarstvo poslova (SECO), krajem kolovoza 2023. bilo je 89.881 nezaposlenih osoba, 2.280 više nego u prethodnom mjesecu. Stopa nezaposlenosti porasla je s 1,9% u srpnju 2023. na 2,0% u kolovozu. U odnosu na isti mjesec prošle godine, nezaposlenost je smanjena za 1.491 osobu (-1,6%).¹⁰

Nakon godišnjeg prosjeka od 2,0% u 2023. godini, stopa nezaposlenosti porasti će na 2,3% u 2024. godini.

Nezaposlenost i promjene u kolovozu 2023., srpnju 2023. i u kolovozu 2022.¹¹

Nezaposlenost	rujan 2023.	kolovoz 2023.	rujan 2022.	Promjena u odnosu			
				na prethodni mjesec u %		na prethodnu godinu u %	
Broj nezaposlenih	90'826	89'881	89'526	945	1.1	1'300	1.5
Stopa nezaposlenih	2.0%	2.0%	1.9%	...	-*	...	0.1 *
Stopa nezaposlenost (Od 15 do 24 godina)	9'779	9'812	9'368	-33	-0.3	411	4.4

⁸ <https://www.seco.admin.ch/seco/de/home/wirtschaftslage---wirtschaftspolitik/Wirtschaftslage/konjunkturprognosen.html#:~:text=Quartals%20revidiert%20die%20Expertengruppe%20Konjunkturprognose%20Juni%3A%201%2C5%20%25>

⁹ <https://www.admin.ch/gov/de/start/documentation/medienmitteiligen.msg-id-92440.html>

¹⁰ <https://www.admin.ch/gov/de/start/documentation/medienmitteiligen.msg-id-97635.html>

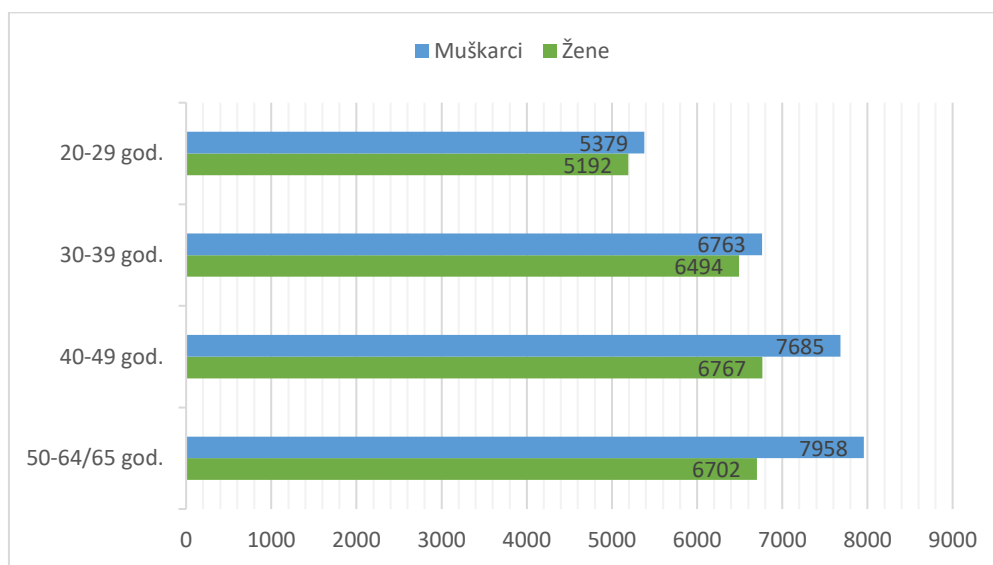
¹¹ <https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/arbeit-erwerb/erwerbslosigkeit-unterbeschaeftigung.assetdetail.23506682.html>

Stopa nezaposlenosti mladih	2.2%	2.2%	2.1%	...	- *)	...	0.1 *)
Broj nezaposlenih (od 50 do 64 godina)	25'356	25'150	27'184	206	0.8	-1'828	-6.7
Stopa nezaposlenost (od 50 do 64 godina)	1.8%	1.8%	1.9%	...	- *)	...	-0.1 *)
Dugotrajno nezaposlenih	10'743	10'926	17'075	-183	-1.7	-6'332	-37.1
Osobe koji traže posao	153'535	152'317	159'399	1'218	0.8	-5'864	-3.7
Ukupno prijavljena slobodna radna mjesta	47'191	47'366	69'842	-175	-0.4	-22'651	-32.4

* u postotnim bodovima

Prosječna Plaća

Mjesečna bruto plaća prema dobi i spolu u 2020. u francima¹²



Prosječna godišnja inflacija u Švicarskoj¹³

Godina	2018.	2019.	2020.	2021.	2022.	09/2023.
promjena u %	0.9	0.4	-0.7	0.6	2.8	1.7

¹² Bundesamt für Statistik Schweiz: <https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/arbeit-erwerb/loehne-erwerbseinkommen-arbeitskosten/lohnniveau-schweiz/personenbezogene-merkmale.html>

¹³ Bundesamt für Statistik Schweiz: <https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/preise/landesindex-konsumentenpreise/indexierung.html>

Procjena budućeg trenda Inflacije¹⁴

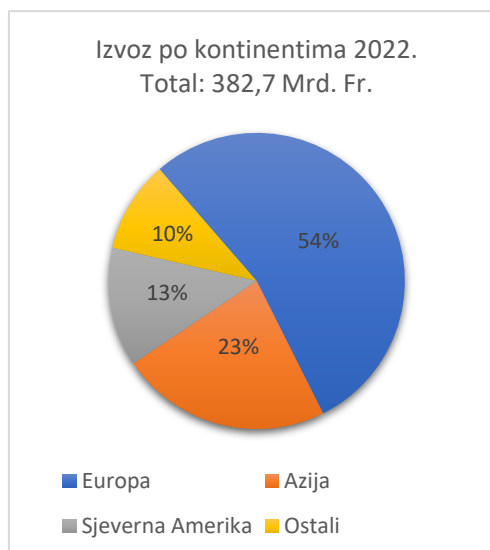
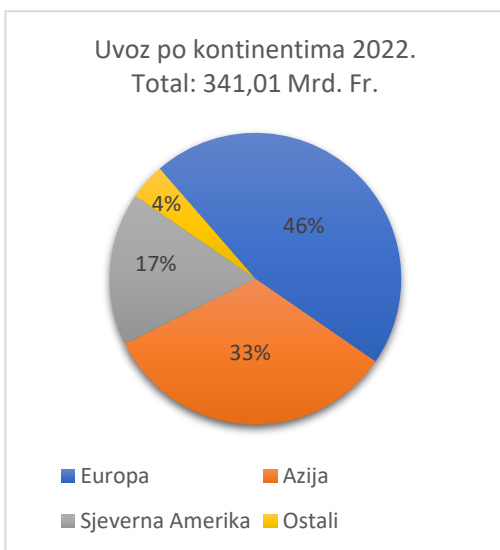
Iako su inflacijske stope u većini zemalja niže zbog padajućih cijena energije, osnovna inflacija nije snažno pala. Inflacija će vjerojatno i dalje ostati na nadprosječnim razinama, s obzirom na to da su cijene nafte nedavno značajno porasle. U lipnju je u Švicarskoj inflacija jače pala, kako zbog nižih cijena energije tako i zbog jačanje švicarskog franka. U prosjeku za 2023. godinu, inflacija bi trebala iznositi 2,2%, marginalno manje nego što se još u lipnju prognoziralo (prognoza iz lipnja: 2,3%). Međutim, za 2024. godinu očekuje se da će inflacija s 1,9% biti nešto viša nego što se ranije predviđalo (prognoza iz lipnja: 1,5%). Od 1. siječnja 2024. godine povećat će se porez, kao i cijene struje. Također su najavljeni povećane tarife u javnom prijevozu. S druge strane, niže cijene energije i nabavne cijene trebale bi suzbiti rast cijena u drugim sektorima. Sveukupno će švicarsko gospodarstvo značajno zaostajati za prosjekom, ali neće upasti u recesiju.

Prognoza stopa inflacije za Švicarsku¹⁵

Godina	2023.	2024.	2025.
SNB: Švicarska nacionalna banka	2,60%	2%	2%
IWF: Međunarodni monetarni fond	2,40%	1,60%	1,30%

Vanjskotrgovinska bilanca (aktualni podaci i procjena budućeg trenda)¹⁶

Švicarska spada među zemlje s najvećim udjelom izvoza u BDP-u. Glavni trgovački partneri za uvoz su Njemačka (66,7 mlrd. Fr.), SAD (37,5 mlrd. Fr.), Italija (23,7 mlrd. Fr.) i Francuska (22,2 mlrd. Fr.). Glavni trgovinski partneri za izvoz su SAD (62,4 mlrd. Fr.), Njemačka (51,0 mlrd. Fr.) i Kina (42,1 mlrd. Fr.). Tijekom 2022. godine Švicarska je ostvarila izvoz roba u visini od 382.668 milijarde švicarskih franaka, a uvoz u visini od 341.005 milijarde švicarskih franaka.



¹⁴ <https://www.news.admin.ch/news/message/attachments/82688.pdf>

¹⁵ <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/290158/umfrage/prognosen-zur-entwicklung-der-inflationsrate-in-der-schweiz/>

¹⁶ <https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/industrie-dienstleistungen/aussenhandel/handelsbilanz-einfuhr-ausfuhr.html>

U prvom kvartalu 2023. godine, švicarska vanjska trgovina zabilježila je rast u oba smjera trgovine. Izvoz, nakon prilagodbe za sezonske faktore, porastao je za 3,9% u odnosu na prethodni kvartal, dok je uvoz ostvario rast od 1,1%. Ovaj rast bio je posebno obilježen razvojem u sektoru kemije i farmacije, kako na izvoznoj, tako i na uvoznoj strani. Trgovinska bilanca zabilježila je višak od 8,3 milijarde švicarskih franaka. Kemija i farmacija su doprinijele najvećem dijelu ovog rasta sa +1,5 milijardi švicarskih franaka (+4,5%). Izvoz vozila također je porastao za četvrtinu, najviše zbog izvoza zrakoplova (+301 milijun švicarskih franaka). Također, značajan rast izvoza satova (+5,3% ili +334 milijuna švicarskih franaka) postigao je novi rekord. Najveći porast potražnje zabilježen je u Europi, posebno u Sloveniji i Španjolskoj, odakle je Švicarska u kumulativnom iznosu uvezla dodatnih 961 milijuna franaka vrijednih dobara.

U drugom kvartalu 2023. godine, trgovinska bilanca pokazala je slabost. Izvoz, nakon prilagodbe za sezonske faktore, smanjio se za 2,8% u odnosu na prethodni kvartal, dok se uvoz smanjio za 5,4%. Ovaj pad zahvatio je široku paletu proizvoda i na izvoznoj i na uvoznoj strani. Trgovinska bilanca završila je s viškom od 9,9 milijardi švicarskih franaka. U sva tri velika gospodarska područja Švicarska je u drugom kvartalu 2023. godine izvezla manje vrijednih dobara. Potražnja za švicarskim proizvodima u Sjevernoj Americi smanjila se za 4,8% ili 673 milijuna franaka. U međuvremenu je izvoz prema Aziji smanjen za 3,0%, a prema Europi za 1,2%.

U kolovozu 2023. godine, izvoz, nakon prilagodbe za sezonske faktore, zabilježio je porast od 6,6% (stvarno: +5,9%), nakon što je prethodnog mjeseca značajno opao. U cjelini, potvrdila se stagnacija iz prethodnih mjeseci. Uvozi su porasli nakon pada prethodnog mjeseca, za 3,8% (stvarno: +1,5%). Ipak, negativni trend koji se prati od početka 2023. godine nastavio se, iako usporen. Tako je kretanje uvoza u posljednja četiri mjeseca variralo između -3,2 i +3,8%. Višak u trgovinskoj bilanci iznosio je u kolovozu 2023. godine 3,2 milijarde švicarskih franaka.¹⁷

2024. i 2025. godina: Centar za ekonomska istraživanja KOF u idućoj godini predviđa slabiji rast. Očekuje se povećanje izvoza robe za umjerenih 1,6%. U 2025., uz stabilniju međunarodnu gospodarsku situaciju, očekuje se da će rast ponovno dobiti zamah i dosegnuti 3,9%. Ovaj porast posebno će koristiti sektoru strojeva. U 2024. očekuje se nešto jači rast uvoza od 2,3%, nakon čega će tempo rasta ostati relativno konstantan. Očekivana veća stopa rasta robnog izvoza u odnosu na uvoz ukazuje na proširenje trgovinske bilance. 2024. očekuje se također značajan porast izvoza usluga s očekivanim rastom od 6,6%, što je prvenstveno posljedica Europskog nogometnog prvenstva. Međutim, očekuje se da će se taj porast smanjiti u 2025. i zadržati se na oko 1,8%. S druge strane, predviđa se stabilan i snažan rast uvoza usluga u 2024. (4,1%) i 2025. (3,8%), čemu turizam daje značajan doprinos. Što se robne razmjene tiče, tekući račun je na solidnoj razini, ponajviše zahvaljujući povećanju izvoza lijekova nakon pandemije. Gledajući unaprijed do 2024. i 2025., KOF pretpostavlja da će robna bilanca nastaviti uzlazni trend.¹⁸

¹⁷ <https://swiss-export.com/de/news/2023/aussenhandel-im-august-2023-erholt-sich-binnen-monatsfrist/>
<https://swiss-export.com/de/news/2023/erstes-quartal-2023-aussenhandel-im-hoch/>
<https://swiss-export.com/de/news/2023/zweites-quartal-2023-exporte-tendieren-zur-stagnation/>

¹⁸ https://www.research-collection.ethz.ch/bitstream/handle/20.500.11850/633927/2023_3_Herbst_gesamtbericht_KA.pdf?sequence=7&isAllowed=y

Procjena daljnjeg gospodarskog stanja u ostatku 2023. te u 2024. godini¹⁹

Prognoza za švicarsko gospodarstvo u tekućoj godini 2023. i idućoj godini 2024. ocjenjuje se kao ispodprosječna. U prvom kvartalu 2023. godine BDP je procijenjen na 1,3 posto. Međutim, u 2024. godini očekuje se rast od 1,5 posto.

U drugom kvartalu 2023. godine, švicarsko gospodarstvo stagnira nakon snažnog početka godine. Potrošnja kućanstava i dalje raste solidno, dok se sektor usluga širi na širokoj osnovi. S druge strane, investicije i dodana vrijednost u industrijskom sektoru su pale. Trenutni pokazatelji ne ukazuju na brzu promjenu ove dinamike.

Rast svjetskog gospodarstva u drugom kvartalu uglavnom je u skladu s očekivanjima. U Kini je BDP rastao kao očekivano, ali se za budućnost predviđa manja dinamika. Ukupno gledano, svjetsko gospodarstvo trebalo bi se nešto sporije oporaviti od proteklih izazovnih godina nego što je bilo predviđeno u lipanjskoj prognozi. Kao i do sada, očekuje se da će monetarna politika imati smirujući učinak: Međutim, inflacija se globalno razvija manje povoljno nego što se pretpostavljalo.

Očekuje se potpora od strane potrošnje kućanstava: tržište rada je u dobrom stanju i očekuje se određeni rast zaposlenosti. Osim toga, očekuje se da će inflacija u cijeloj 2023. godini biti nešto niža od ranije očekivanog (2,2%, u odnosu na prognozu iz lipnja od 2,3%). S druge strane, ispodprosječna dinamika svjetske potražnje usporit će izvoz robe, dok će smanjenje iskorištenosti kapaciteta i rast kamatnih stopa smanjiti investicijske aktivnosti. Prema tome, stručna grupa očekuje slabo kretanje investicija u opremu i smanjenje investicija u izgradnju za cijelu 2023.

Pogled u 2024. godinu pokazuje da će doći do određenog oporavka globalne potražnje i time i švicarskog izvoza. S druge strane, potrošnja mogla bi oslabiti, kako zbog blagog rasta stope nezaposlenosti, tako i zbog očekivanog povećanja inflacije u 2024. godini (1,9%, u odnosu na prognozu iz lipnja od 1,5%).

Ukupno gledano, stručna grupa prognozira rast realnog BDP-a od 1,2% za 2024. godinu (u odnosu na prognozu iz lipnja od 1,5%). To znači da će švicarsko gospodarstvo rasti ispod prosjeka dva uzastopna razdoblja, ali bez pada u ozbiljnu recesiju. Kao i do sada, ova prognoza temelji se na pretpostavci da nestašica energije sa širokim prekidima proizvodnje neće zahvatiti zimu 2023./24.

Rizici za konjunkturu

Inflacija bi mogla ostati tvrdokorna na globalnoj razini i zahtijevati restriktivniju monetarnu politiku, što bi dalje usporilo globalnu potražnju. Također, postojeći rizici u vezi globalnog duga, rizici od korekcija na tržištima nekretnina i financijskim tržištima, kao i rizici bilance financijskih institucija mogli bi se pogoršati. Nadalje, prijenos monetarne restrikcije na stvarnu ekonomiju mogao bi biti jači nego što se trenutno pretpostavlja.

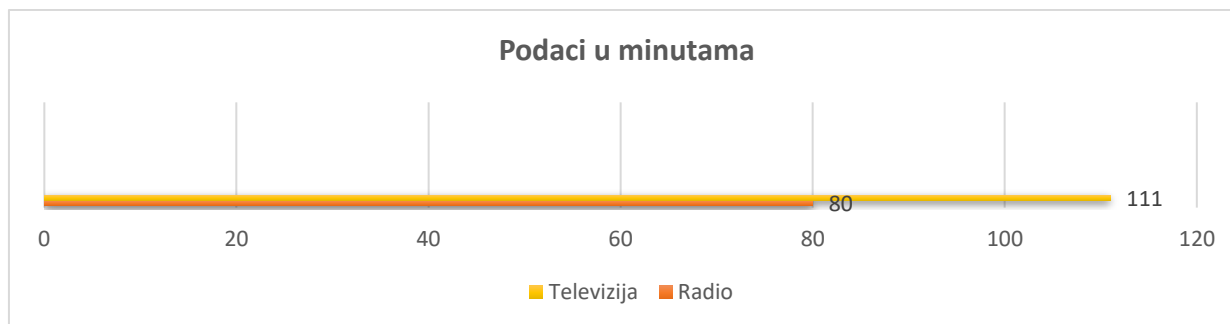
Rastući rizici za međunarodnu konjunkturu (i stoga i za švicarsku vanjsku trgovinu) ovise o razvoju u Njemačkoj i Kini. Njemačka industrija mogla bi značajno oslabiti i jače usporiti izložene sektore švicarskog gospodarstva nego što se očekivalo.

¹⁹ SECO – Staatssekretariat für Wirtschaft: <https://www.seco.admin.ch/seco/de/home/seco/nsb-news.msg-id-90406.html>

Naposljetku, rizici od nestašice energije za zimu 2023./2024. godine ostaju prisutni, unatoč dosadašnjem opuštanju. Ako dođe do ozbiljne nestašice energije u Europi s masovnim prekidima proizvodnje i ostrim padom, Švicarska bi također mogla upasti u recesiju uz visok inflacijski pritisak.

MEDIJI I OGLAŠAVANJE NA TRŽIŠTU

Najviše praćeni mediji u Švicarskoj su televizija (111 minuta dnevno) i radio (80 minuta dnevno).²⁰



Tiskovni mediji ²¹

Tiraža i broj čitatelja dnevnih i vikend izdanja prema jezičnim regijama – 2022.			
Naziv	Tiraža (u 1000)	Broj čitatelja (u 1000)	Izdavačka kuća
Njemačko govorno područje			
Dnevne novine			
20 Minuten (gratuit)	326	888	Tamedia AG
Blick	84	301	Ringier AG
Tages-Anzeiger	106	319	Tamedia AG
Die Nordwestschweiz 5)	113	321	AZ Medien AG und weitere
Berner Zeitung & Der Bund	105	264	Tamedia AG
Neue Zürcher Zeitung	85	203	NZZ-Gruppe
Die Südostschweiz	65	131	Südostschweiz und weitere
Luzerner Zeitung	97	231	NZZ-Gruppe
St. Galler Tagblatt	95	250	NZZ-Gruppe
Basler Zeitung	35	72	Tamedia AG
Nedjeljna izdanja			
Sonntags Blick	101	351	Ringier AG
Sonntags Zeitung	129	462	Tamedia AG
NZZ am Sonntag	102	305	NZZ-Gruppe
Tiraža i broj čitatelja dnevnih i vikend izdanja prema jezičnim regijama – 2022			

²⁰ Mediapulse AG und SRG SSR: <https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/kultur-medien-informationsgesellschaft-sport/medien/medienangebot-nutzung.html>

²¹ WEMF AG: <https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/kultur-medien-informationsgesellschaft-sport/medien/medienangebot-nutzung/printmedien.assetdetail.22869654.html>

Naziv	Tiraža (u 1000)	Broj čitatelja (u 1000)	Izdavačka kuća
Francusko govorno područje			
Dnevne novine			
20 Minutes	134	357	Tamedia AG
24 Heures	41	132	Tamedia AG
Tribune de Genève	26	79	Tamedia AG
Le Temps	35	84	Ringier AG
Le Nouvelliste	47	100	Editions Suisse Holding
La Liberté	37	89	Imprimerie St-Paul
Arcinfo (Express / Impartial)	32	55	Société Neuchâteloise de
Nedjeljna izdanja			
Le Matin Dimanche	65	250	Tamedia AG

Tiraža i broj čitatelja dnevnih i vikend izdanja prema jezičnim regijama – 2022

Naziv	Tiraža (u 1000)	Broj čitatelja (u 1000)	Izdavačka kuća
Talijansko govorno područje			
Dnevne novine			
Corriere del Ticino	29	88	Società editrice del CdT SA
20 Minuti	26	64	Tamedia AG
La Regione Ticino	24	82	La Regione Ticino
Nedjeljna izdanja			
Il Caffè della Domenica (gratuit)	-		Rezzonico Editore
Il Mattino della Domenica (gratuit)	-	39	Meutel 2000 SA (Lega)

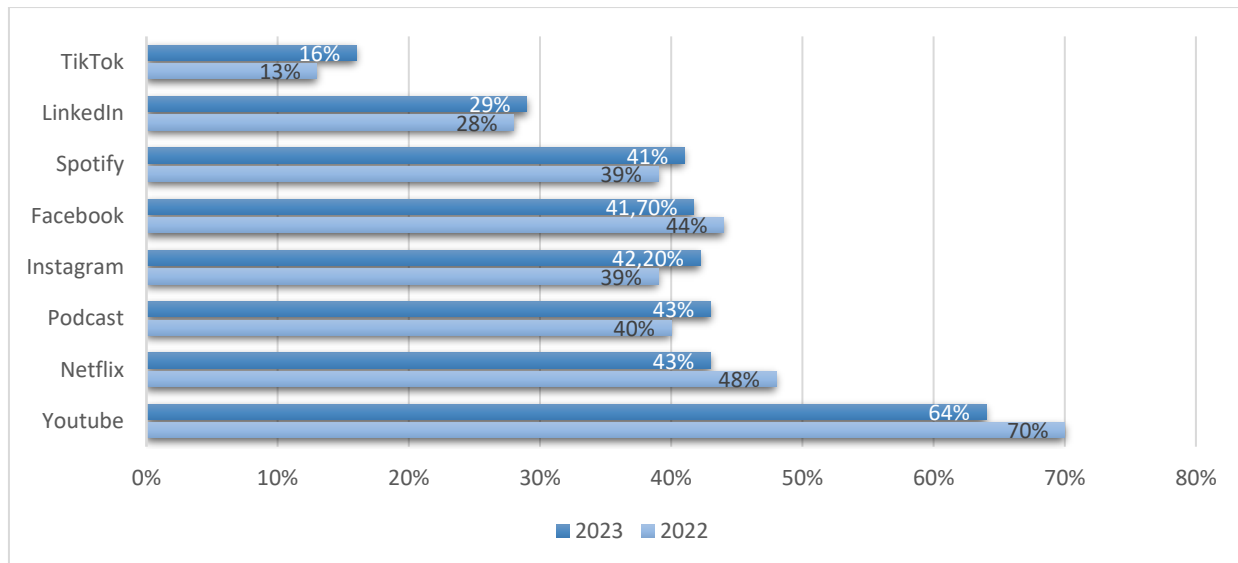
Magazini i časopisi²²

Magazini	2022/23
Beobachter	njemački / nacionalna pokrivenost 171.000
Schweizer Familie	njemački / nacionalna pokrivenost 113.632
Schweizer Illustrierte	njemački / nacionalna pokrivenost 85.345
NZZ Folio	njemački / nacionalna pokrivenost 65.734
L'Illustré	francuski / regionalna pokrivenost 37.445
Die Weltwoche	njemački / regionalna pokrivenost 39.161
Reader's Digest Schweiz	njemački / nacionalna pokrivenost 21.915
Bilanz	njemački / regionalna pokrivenost 31.599
Corriere del Ticino	talijanski / nacionalna pokrivenost 28.364
Handelszeitung	talijanski / regionalna pokrivenost 31.969
Finanz und Wirtschaft	francuski / regionalna pokrivenost 22.066

²² https://wemf.ch/media/wemf.ch/media/wemf_aufagebulletin.pdf?redirect=true

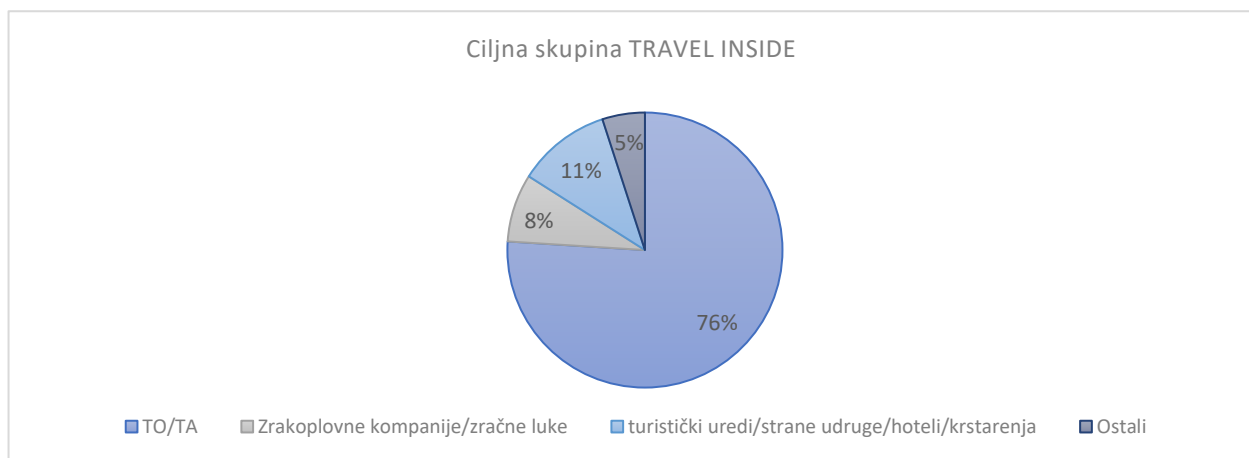
Online Mediji²³

Udio korisnika digitalnih medija (u ukupnom stanovništvu od 15. god)



Stručni tisak turizam²⁴

TRAVEL INSIDE izvještava o događanjima u B2B sektoru, analizira i komentira kretanja na turističkoj sceni, bilježi trendove i pušta stručnjake na riječ. Časopis se objavljuje u online i tiskanom izdanju na njemačkom i francuskom.



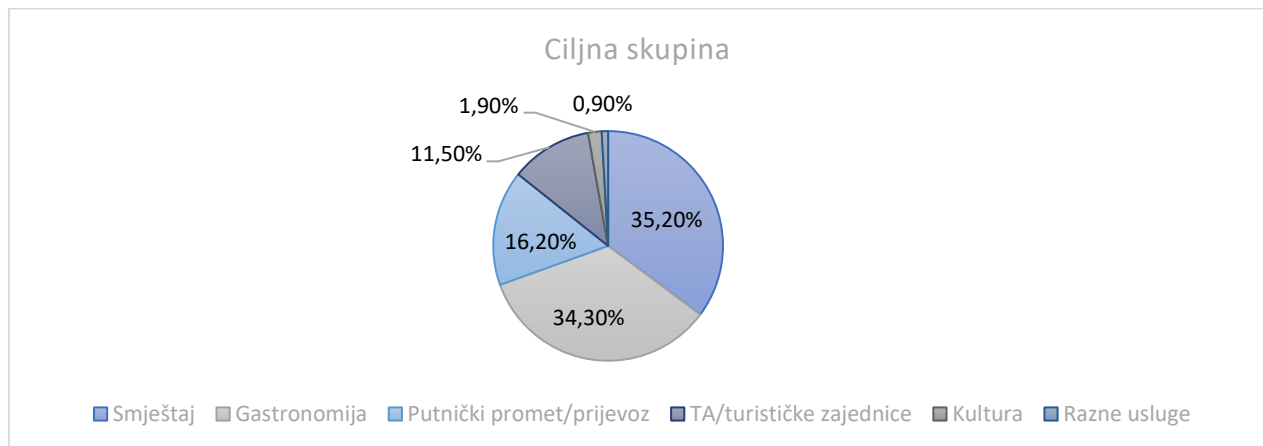
²³ <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/805206/umfrage/genutzte-elektronische-medien-in-der-schweiz/#:~:text=Genutzte%20digitale%20Medien%20in%20der%20Schweiz%20bis%202023&text=Wie%20der%20IGEM%2DDigimonitor%2023,der%20Schweizer%20Bev%C3%B6lkerung%20nutzen%20YouTube.>

²⁴ [https://abouttravel.ch/publikationen-im-uberblick/;](https://abouttravel.ch/publikationen-im-uberblick/)
https://abouttravel.ch/wp-content/uploads/2023/05/D-Mediainfos-TI-d-2023_low_Mai.pdf

Business Traveltip, MICE-tip i Event Location Guide (ELG) također se pojavljuju u B2B2C sektoru. Cilj je informirati MICE područje, poslovna putovanja te istaknuti nove trendove. Uz adrese i kontakt osobe, navedeni su i podaci o kapacitetima, infrastrukturi, ugostiteljstvu i sl.

Traveltip namijenjen je B2C-sektoru i objavljuje se na njemačkom i francuskom jeziku. Cruisetip i Honeymoontrip objavljuju se samo na njemačkom i specifično objavljuju teme vezane za krstarenje odnosno medeni mjesec.

Travel News - švicarski portal s vijestima o putovanjima i turizmu, a namijenjen je zaposlenicima u turističkoj industriji i svim čitateljima koji vole putovanja. Travel News ima bogato iskustvo u turizmu i medijskoj industriji te ostvaruje gotovo 240.000 pregleda stranica mjesečno.²⁵



Televizija²⁶

NAJVAŽNIJE TV POSTAJE U ŠVICARSKOJ			
TV postaja	Njemačka Švicarska	Francuska Švicarska	Talijanska Švicarska
Tržišni udio u 2022. godini u %			
SRG SSR 1	20	21	20
SRG SSR 2	10	8	9
SRFINFO	2	0	0
DRUGE SRG SSR	0	1	3
Ukupno SRG SSR	32	29	32
Privat-TV Schweiz	10	2	3
TV-Sender Ausland	58	69	66

Regionalne TV postaje: Léman Bleu, Tele Basel, Tele Bärn, Tele M1, Tele Ostschweiz, Tele Südostschweiz, Tele Ticino, Tele Top, Tele Züri, Tele Bilingue, Tele 1, La télé.

Radio²⁷ - najvažnije radio postaje Švicarske slijede u nastavku:

²⁵ <https://media.travelnews.ch/de/profil.html>

²⁶ Mediapulse AG und SRG SSR

²⁷ Mediapulse AG und SRG SSR

Radio postaja	Njemačka Švicarska	Francuska Švicarska	Talijanska Švicarska
Tržišni udio u 2022. godini u %			
SRG SSR 1	28	32	34
SRG SSR 2	3	2	5
SRG SSR 3	14	6	19
SRG SSR SRF Musikwelle / Option Musique	7	8	
DRUGE SRG SSR	6	11	15
Ukupno SRG SSR	58	59	73
Privatradios Schweiz	38	31	21
Auslandradios	3	9	6

PROFIL EMITIVNOG TURISTIČKOG TRŽIŠTA U 2022. i 2023. GODINI

Generalni osvrt na aktualno stanje na emitivnom turističkom tržištu²⁸

Potrošnja u turizmu ponovno je porasla te je stanovništvo Švicarske u 2022. godini potrošilo ukupno 16,8 milijardi franaka na putovanja u inozemstvo, 60,7% više nego 2021. Putnici iz inozemstva koji su posjetili Švicarsku 2022. potrošili su 16,6 milijardi franaka, što je u usporedbi s 2021. povećanje od 48,3%. U 2022. godini dolazak broja stranih gostiju u Švicarskoj nastavio je rasti u odnosu na 2021. godinu te su gosti iz inozemstva ostvarili više noćenja tijekom cijele 2022. nego prethodne godine. Njihov se broj postupno približava rekordnoj vrijednosti iz 2019. Porast je zabilježen i kod bolničkih, kao i studijskih boravaka. Prihodi od noćenja porasli su za 58,5%. Prihodi od putovanja bez noćenja porasli su za 27,1%, dok su oni iz dnevnog i tranzitnog prometa zabilježili snažan porast od gotovo 60%. Rast potrošnje stranaca sa statusom prekograničnog putnika ili kratkotrajnog boravka bio je nešto umjereniji, s porastom od 9,3%. Potrošnja u inozemstvu ponovno raste u 2022. godini. Švicarci su znatno češće putovali u inozemstvo, što objašnjava i 84,3% veću potrošnju na putovanjima s noćenjem.

Prema podacima Državnog zavoda za statistiku Švicarske, u Švicarskoj je od siječnja do kolovoza 2022. godine zabilježeno ukupno 25,9 milijuna noćenja. To je povećanje od +34,2% ili +6,6 milijuna noćenja u usporedbi s istim razdobljem prethodne godine. Ukupno 11,3 milijuna noćenja pripisuje se stranim gostima (+131,4%; +6,4 milijuna). Domaći gosti su generirali 14,6 milijuna noćenja (+1,2%; +175.000).

Rezultati za razdoblje od siječnja do kolovoza 2023. zabilježili su ukupno 28,8 milijuna noćenja. To je povećanje od +10,2% ili +2,7 milijuna noćenja u usporedbi s istim razdobljem prethodne godine. Strani gosti su generirali ukupno 14,4 milijuna noćenja (+24,9% / +2,9 milijuna), dok su domaći gosti generirali 14,4 milijuna noćenja (-1,4% / -206,300).

Za cijelu Švicarsku očekuje se rast od 27% za cijelu 2023., a očekivani porast jednodnevnih putovanja također je snažan i iznosi 23% (u usporedbi s ljetom 2022.). Industrija očekuje spor, ali stabilan povratak, osobito među gostima s tržišta dalekih destinacija (+21%). No čak i uz ove

²⁸ <https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/tourismus/monetaere-aspekte.assetdetail.25765366.html>
<https://de.statista.com/infografik/29664/ausgaben-von-schweizerinnen-und-oesterreicherinnen-fuer-reisedienstleistungen/>

optimistične prognoze, petina svih inozemnih gostiju i dalje bi nedostajala u usporedbi s rekordnim ljetom 2019.

Dolasci i noćenja u Švicarskoj u dosadašnjem dijelu godine prema zemlji podrijetla²⁹

Država	Dolasci 2023.	Noćenja 2023.	Dolasci 2022.	Noćenja 2022.
Švicarska	7.247.555	14.363.253	7.116.334	14.569.595
Inozemstvo	6.780.981	14.444.059	5.098.846	11.564.005
Njemačka	1.191.026	2.683.702	1.091.134	2.550.379
SAD	986.757	2.071.301	699.200	1.499.853
Velika Britanija	528.642	1.191.407	375.010	944.731
Francuska	548.642	971.189	485.500	896.817
Italija	298.708	581.709	261.538	528.804
Nizozemska	259.482	536.500	251.284	544.200
Belgija	146.266	448.338	142.610	427.484
Indija	190.790	430.908	100.261	240.740
Španjolska	163.881	315.283	135.118	266.572
Kina	182.590	287.453	33.531	66.037
Ostale zemlje	2.284.414	4.926.269	1.523.660	3.598.388

Utjecaj političkih i ekonomskih kretanja na turistički promet u 2022. i 2023.³⁰

Kao što navodi studija GfK Consumer Life, inflacija i rastuće cijene najveći su pokretači briga. Klimatske promjene gurnute su s prvog na četvrto mjesto. Za mlađu generaciju (15-29 godina), klimatske promjene su ipak na drugom mjestu. Na drugom i trećem mjestu su sve veći troškovi zdravstva i strah od nedostatka novca. Ovaj razvoj vodi do svjesne potrošnje i svijesti o kvaliteti. U isto vrijeme raste potreba za iskustvima. Pandemija je to osvijestila, zbog čega 36% Švicaraca smatra da su iskustva važnija od imovine. Prema Touring Clubu Switzerland, pažljivo prikupljanje informacija važno je za mnoge Švicarce. To se obično događa putem internetskih medija – u obliku portala za putovanja, kao i medija u zemlji odredišta. Oni zamjenjuju Savezni ured za javno zdravstvo (BAG) kao glavni izvor informacija. Rat u Ukrajini također se odražava na osjećaj sigurnosti među švicarskim stanovništvom: Gledajući unatrag na 2022., putovanje u inozemstvo postalo je manje sigurno za četiri od deset ispitanih stanovnika. Iako postoji opći osjećaj sigurnosti, sigurnost ne gubi na važnosti pri planiranju putovanja kod 89% ispitanih.³¹

²⁹ [Hotellerie | Bundesamt für Statistik \(admin.ch\)](#)

³⁰ <https://www.gfk.com/de/presse/chschconsumertrendsreportswitzerland>

³¹ [TCS-Reisebarometer 2023 | Cockpit gfs.bern AG \(gfsbern.ch\)](#)

Trenutna anketa „Kako si, Švicarska?“ otkriva zanimljive nalaze o švicarskom stanovništvu: Prema rezultatima, 61% stanovnika osjeća se *dobro* odnosno *vrlo dobro*. Osobna sreća mogla bi se povećati, posebno s više vremena u prirodi. Jaki franak potiče potrošnju u inozemstvu, npr. u obliku godišnjeg odmora. Međutim, ovaj bonus postaje manje važan zbog visoke inflacije u mnogim ciljanim zemljama. Inflacija u Švicarskoj je vrlo niska i iznosi 1,6% (kolovoz).³²



Ukupan broj stanovnika koji su tijekom 2022. otputovali na odmor i procjene broja putovanja u 2023.³³

2022., švicarska populacija znatno je češće putovala u inozemstvo, što objašnjava i 84,3% veću potrošnju na putovanjima s noćenjem. U 2022. godini stanovništvo Švicarske potrošilo je ukupno 11,7 milijardi franaka na putovanja u inozemstvo s noćenjem; odnosno 70% ukupnih rashoda u bilanci turizma. Nakon dvije godine pandemije, došlo je do efekta „nadoknađivanja“, tako da ni viši troškovi prijevoza ni inflacija u ciljanim zemljama nisu mogli usporiti ovaj trend. Shopping turizam također je ponovno u porastu. Izdaci za putovanja bez noćenja porasli su za 24% na 5,1 milijardu franaka u 2022. u usporedbi s prethodnom godinom.

U 2022. svaka osoba koja živi u Švicarskoj poduzela je prosječno 2,6 putovanja s noćenjem i 8,0 dnevnih putovanja. 88% stalnog stanovništva bilo je najmanje jednom na putovanju s jednim noćenjem ili više. To je 29% više nego 2021., ali gotovo isti broj kao u razdoblju neposredno prije pandemije. Porast putovanja s noćenjem vidljiv je u većini skupina stanovništva, posebice među muškarcima (+44%) i među osobama u dobi 65+ (+39%) kao i među stalnim stanovništvom njemačkog govornog područja Švicarske (+34%).

³² <https://www.austriatourism.com/tourismusforschung/tourismusausblick/schweiz-tourismusausblick/>

³³ <https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/aktuell/neue-veroeffentlichungen.assetdetail.25765366.html>

<https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/aktuell/medienmitteilungen.assetdetail.26905551.html>

https://www.allianz-partners.com/content/dam/onemarketing/awp/azpartnerscom/ch/pdf_docs/studies/20230906_Reise-und_Buchungsverhalten_2023.pdf

U prvom polugodištu 2023. noćenja domaćih gostiju ostala su stabilna u odnosu na isto razdoblje 2022. (+0,2%). U prvih šest mjeseci 2023., rast je zabilježen samo u siječnju (+18,9%) i veljači (+2,6%). U ostalim mjesecima potražnja je pala. Pad je varirao između -2,0% u svibnju i -6,8% u ožujku. Prema ispitivanju Allianz Partners u 2023. godini, zaključno s rujnom 2023. godine, realizirano je prosječno 2,5 putovanja s najmanje 3 noćenja i 2,1 putovanje s prosječno 1-2 noćenja.

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

U 2022. godini 40% putovanja s noćenjem i 92% jednodnevnih izleta realizirano je unutar Švicarske.

Redoslijed omiljenih destinacija u 2022. – procjene za 2023.³⁴

Većina putovanja s noćenjima (60%) u 2022. realizirana su u inozemstvu. Najtraženija odredišta bila su: Italija s udjelom od 13% svih putovanja s noćenjem, Njemačka (10%) i Francuska (8%). Četvrtina svih putovanja realizirala se u drugim europskim zemljama, a samo 4% imalo je cilj izvan Europe. Broj putovanja s noćenjem u inozemstvu povećao se na 12,5 milijuna, što je još uvijek ispod razine prije korone (2019.: 14,1 milijuna putovanja s noćenjima)

Za 2023. TUI Suisse navodi da su najveći dobitnici Mallorca i Antalija, Grčki otoci te Cipar te da je jesensko razdoblje sve popularnije jer mnoge turističke destinacije na jugu još uvijek nude brojne sunčane dane s ugodno toplim temperaturama.

Destinacije na kratkim i srednje dugim udaljenostima u jesen 2023.³⁵

1. Antalija
2. Kreta
3. Hurghada
4. Mallorca
5. Cipar

Destinacije na velikim udaljenostima 2023.

1. Maldivi
2. Dubai
3. Mauricijus
4. Zanzibar
5. Dominikanska Republika

³⁴ [Reisen der Schweizer Wohnbevölkerung 2022 | Publikation | Bundesamt für Statistik \(admin.ch\)](#)

³⁵ [20230906_TUI-Suisse-praesentiert-Trends-und-Top-Ziele-fuer-Herbst-und-Winter.pdf](#)

³⁶ https://www.dertouristik.ch/fileadmin/images/2023-116.01_KR_PR_Kuoni_Travel_Index_A4_2_Quartal.jpg

Omiljene destinacije prema KUONI istraživanju:³⁶

1. Mallorca
2. Kreta
3. Antalija
4. Kos
5. Rhodos
6. Cipar
7. Hurghada
8. Ibiza
9. Hamburg
10. Sardinija

Portali za stanove za odmor i kuće za odmor E-domizil.ch i Hometogo analizirali su 2,6 milijuna upita za pretraživanje na svojim web stranicama i otkrili da je oko 23% svih upita za pretraživanje za mjesta u Švicarskoj. Od inozemnih destinacija popularne su Italija, posebno Sardinija, Toskanaka i Korzika, Provansa u Francuskoj te Baleari u Španjolskoj. "Dopušteni kućni ljubimci" najpopularniji je filter pretraživanja.³⁷

Hotelplan Suisse navodi da su najpopularnija odredišta Cipar, Grčka i Kanarski otoci. Tunis je također opet u trendu - 16% više putnika putuje u ovu sjevernoafričku zemlju nego 2022. Maldivi, Tajland i Kostarika vrlo su popularni za putovanja na duge relacije.

Velik broj Švicaraca jesen koriste za gradske izlete. Osim popularnih destinacija poput Londona, Pariza i Lisabona, ove će jeseni i manje poznati gradovi poput Valencije i Porta privući pažnju.³⁸

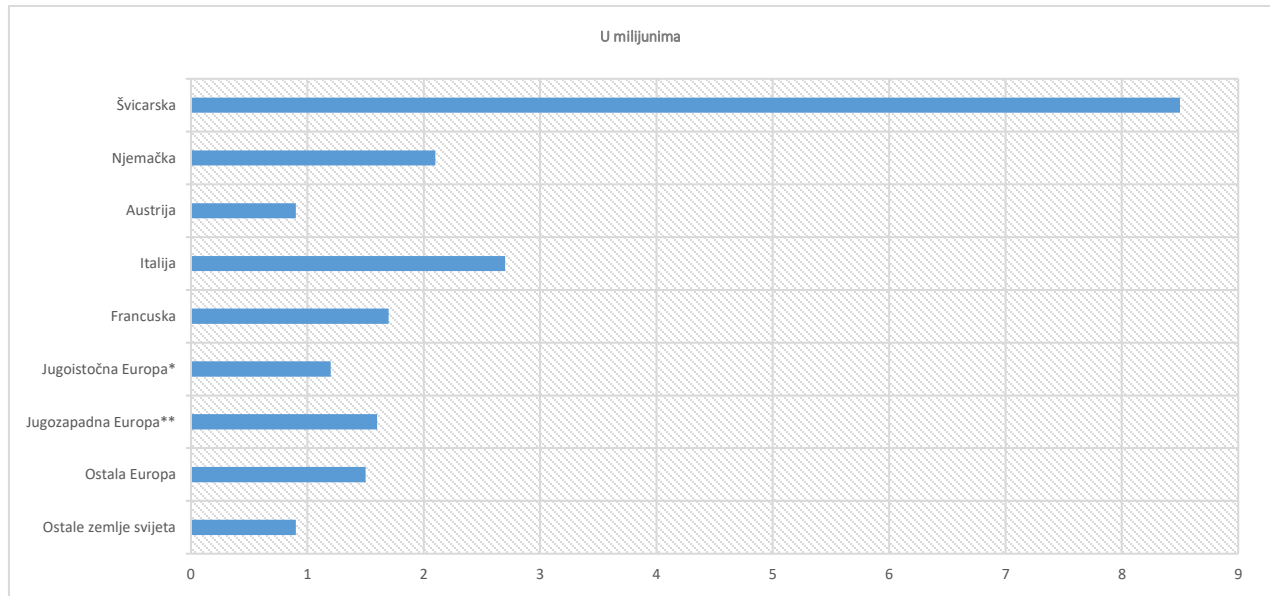
Redoslijed omiljenih destinacija u inozemstvu 2022. godine³⁹

Najomiljenije odmorišne destinacije Švicarskih gostiju, pored vlastite zemlje, u 2022. godini bile su Italija, Njemačka i Francuska. Slijede zemlje jugoistočne Europe među koje se ubrajaju Grčka, Turska, Hrvatska, BiH, Srbija, Albanija, Slovenija, Crna Gora, Kosovo, Rumunjska, Bugarska i Sjeverna Makedonija.

³⁷ <https://www.20min.ch/story/das-sind-die-beliebtsten-reiseziele-der-schweizer-535598974755>

³⁸ [Ungebrochene Reiselust im Herbst und Winter \(hotelplan.com\)](https://www.hotelplan.com)

³⁹ <https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/aktuell/neue-veroeffentlichungen.assetdetail.28025096.html>



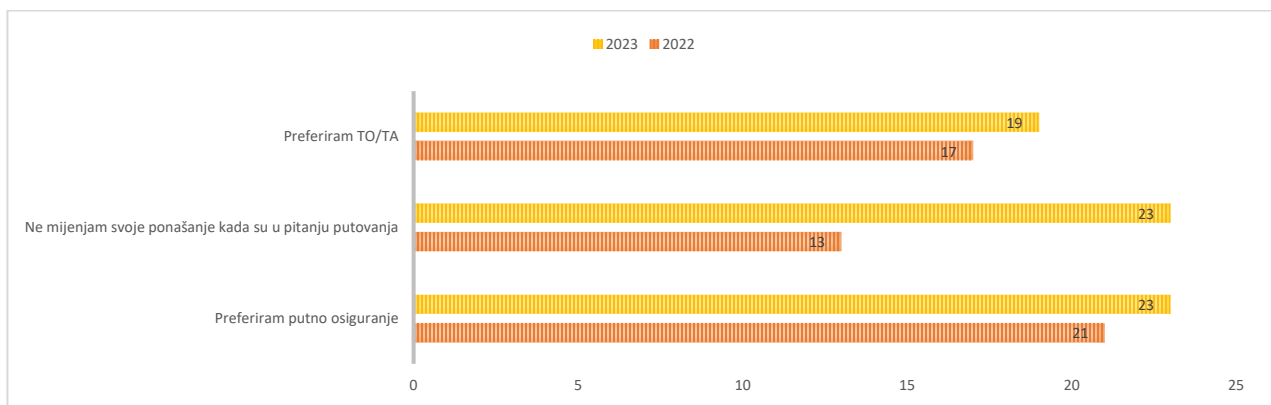
*Jugoistočna Europa (Grčka, Turska, Hrvatska, BiH, Srbija, Albanija, Slovenija, Crna Gora, Kosovo, Rumunjska, Bugarska, Sjeverna Makedonija)

**Jugozapadna Europa (Španjolska, Portugal, Andora, Gibraltar)

Omjer između organiziranog i individualnog prometa za vodeće destinacije u 2022. – procjene za 2023.⁴⁰

Prema istraživanju Allianz Partners „Reisestudie 2023“ 19% ispitanika u 2022. godini svoja putovanja realizirala je preko organizatora putovanja, dok u 2023. godini taj udio pada na 17%.

23% ispitanika u 2022. godini nije mijenjala svoje navike i ponašanja u vezi sa putovanjima, dok se taj udio u 2023. godini smanjio na 13%.

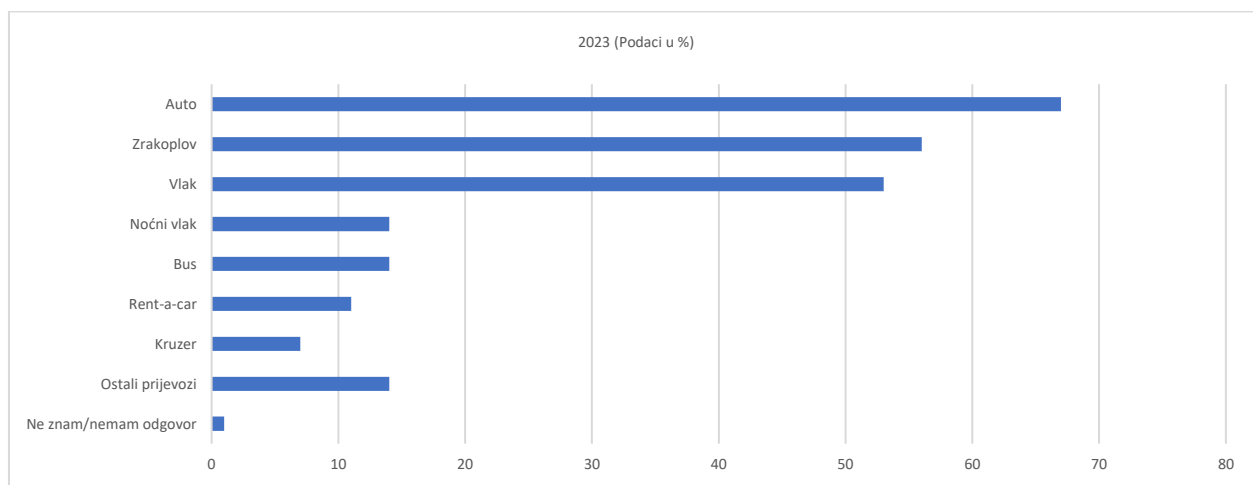


⁴⁰https://www.allianz-partners.com/content/dam/onemarketing/awp/azpartnerscom/ch/pdf_docs/studies/20230906_Reise-und_Buchungsverhalten_2023.pdf

Vrsta prijevoza koji su turisti generalno preferirali prilikom odlaska na godišnji odmor u 2022. – procjene za 2023.⁴¹

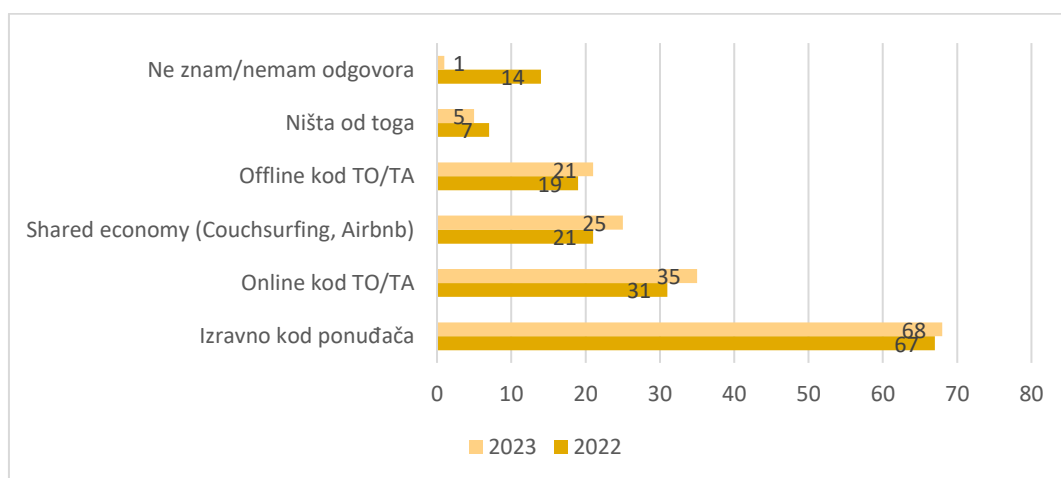
Najviše putovanja s noćenjem u 2022. godini ostvareno je automobilom, kako u Švicarskoj (67%) tako i u inozemstvu (47%). Putovanja zrakoplovom porasla su 2022. za više od dvije trećine u odnosu na prethodnu godinu. Međutim, njihov broj je i dalje znatno ispod vrijednosti iz 2019.

U 2023. godini najčešće korištena prijevozna sredstva za godišnji odmor bila su vlastiti auto, zrakoplov i vlak.



Koji su način organiziranja odmora / bukiranja turisti preferirali prilikom odlaska na godišnji odmor u 2022. – procjene za 2023.⁴²

Najčešći način organiziranja godišnjeg odmora i bukiranja u 2022. i 2023. godini bio je izravno kod ponuđača (2022.: 67%; 2023.: 68%), online organizatora putovanja (2022.: 31%; 2023.: 35%) te Couchsurfing i Airbnb (2022.: 21%; 2023.: 25%).



⁴¹ [Schweizer Bevölkerung vermehrt auf Reisen - htr.ch](https://www.schweizer-bevoelkerung.ch/de/vermehrte-reisen)

[TCS-Reisebarometer 2023 | Cockpit gfs.bern AG \(gfsbern.ch\)](https://www.tcs-reisebarometer.com/)

⁴² https://www.allianz-partners.com/content/dam/onemarketing/awp/azpartnerscom/ch/pdf_docs/studies/20230906_Reise-und_Buchungsverhalten_2023.pdf

Preferencije turista s obzirom na vrstu smještaja u 2022.⁴³

Kod više od dvije trećine putovanja u Švicarskoj, noćenja su realizirana u hotelu ili toplicama (38%) te u privatnim smještajima/kampingu/hostelu (30%). Slijede putovanja s noćenjem kod rodbine i prijatelja (18%) ili u vlastitom ili besplatnom smještaju (13%). Kod gotovo polovice putovanja u inozemstvo noćenja su realizirana u hotelima ili toplicama (47%). Broj ovih putovanja se gotovo udvostručio u odnosu na prethodnu godinu (+96%). Kod 27% putovanja s noćenjem u inozemstvu osobe su boravile kod poznanika ili rodbine, a kod 20% putovanja u privatnim smještajima/kampingu/hostelu.

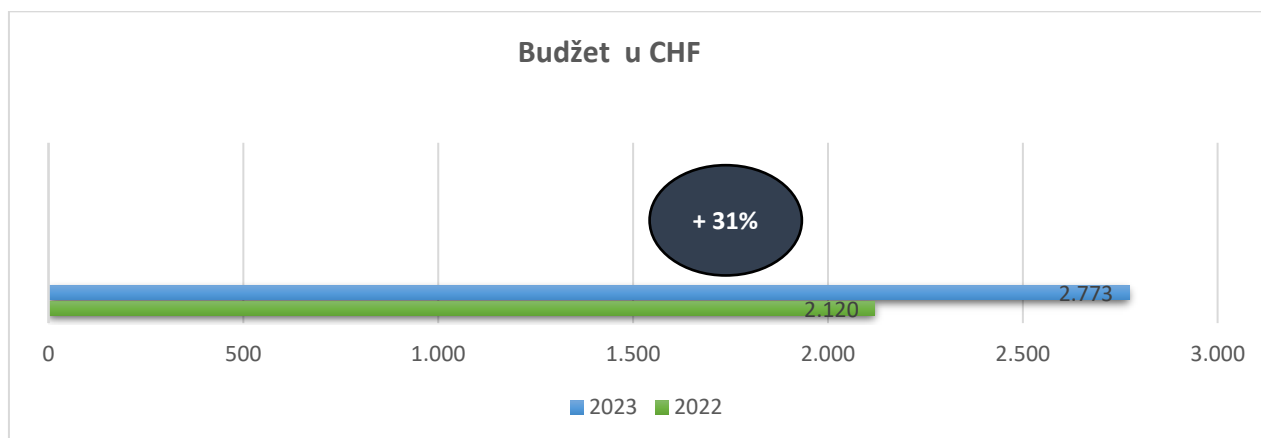
Razrada tržišta s obzirom na motiv putovanja u 2022.⁴⁴

Odmor i opuštanje bili su glavni razlozi za 67% putovanja s noćenjem. Broj ovih putovanja inozemstvo naglo je porastao u usporedbi s 2021. (+89%). Na drugom mjestu po učestalosti (23%) bila su putovanja radi posjeta rodbini ili prijateljima (+27% u odnosu na prethodnu godinu). Poslovna putovanja činila su samo 4% putovanja s noćenjem u 2022.

U reprezentativnom istraživanju (1.000 ljudi), putnička agencija Kuoni otkrila je da 87% smatra da je Švicarcima odmor u destinacijama bez masovnog turizma "vrlo zanimljiv" ili "donekle zanimljiv". Odmor u prirodi također je vrlo tražen (83%).

Prosječni budžet/potrošnja po putovanju u 2022. i procjene za 2023.⁴⁵

Prosječni budžet za godišnji odmor u 2023. godini iznosio je 2.773 švicarskih franaka, što je 31% više u odnosu na 2022. godinu, kada je prosječni budžet iznosio 2.120 švicarskih franaka.



⁴³ <https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/aktuell/neue-veroeffentlichungen.assetdetail.28025096.html>

⁴⁴ [https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/gnpdetail.2023-0458.html#:~:text=Im%20Jahr%202022%20unternahm%20jede,Tagesreisen%20erfolgten%20innerhalb%20der%20Schweiz.Schweizerinnen und Schweizer schätzen Reiseziele mit überschaubarem Zulauf \(dertouristik.ch\)](https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/gnpdetail.2023-0458.html#:~:text=Im%20Jahr%202022%20unternahm%20jede,Tagesreisen%20erfolgten%20innerhalb%20der%20Schweiz.Schweizerinnen und Schweizer schätzen Reiseziele mit überschaubarem Zulauf (dertouristik.ch))

⁴⁵ https://www.allianz-partners.com/content/dam/onemarketing/awp/azpartnerscom/ch/pdf_docs/studies/20230906_Reise-und_Buchungsverhalten_2023.pdf

PREGLED ORGANIZATORA PUTOVANJA NA TRŽIŠTU

Glavni TO/TA s programima za Hrvatsku

Glavni organizatori putovanja su Coop-ITS-Travel AG, DER Touristik Suisse AG (Kuoni), Hotelplan Suisse i TUI Suisse Ltd, međutim, na tržištu posluje još niz drugih neovisnih organizatora putovanja specijaliziranih na određenu regiju i/ili proizvod.

Hotelplan Group: Poslovne jedinice grupe uključuju najvećeg švicarskog turoperatora, Hotelplan Suisse, s brendovima travelhouse, tourisme pour tous i odjel Volume Tour Operating, koji objedinjuje poslovanje i proizvode odmora na plaži i gradskih izleta s brendovima turoperatora Hotelplan, Migros Urlaub i vtours .

DER Touristik Suisse AG pokriva cijeli niz putovanja u svijetu s turoperatorima Kuoni, Helvetic Tours i deset specijaliziranih turoperatora. Prodajna mreža DER Touristik Suisse uključuje preko 70 turističkih agencija Kuoni, Helvetic Tours i Rewe diljem Švicarske.

TUI Suisse Ltd. treća je najveća turistička tvrtka na švicarskom tržištu. Portfelj proizvoda kreće se od paket-aranžmana, hotela i letova do izleta te aktivnosti na odredištu, kao i krstarenja, iznajmljenih automobila i kampera. Prodaja se odvija preko više od 50 vlastitih putničkih agencija u njemačkom i francuskom govornom području Švicarske, kao i preko 450 partnerskih putničkih agencija diljem Švicarske.

Knecht Reisegruppe je četvrti organizator putovanja po veličini u Švicarskoj. U Knecht grupu spada: Knecht Reisen, Knecht Sportreisen, Latino Travel, Glur Reisen, Kira Reisen, Agrar Reisen, San-Siro-Reisen, Quo Vadis Reisen, Arcatour, Baumeler Reisen, Lohri Reisen, rhz Reisen, Reisebüro Leibacher, Latitudes Voyages, Eurobus, Lamprecht Reisen, Car Rouge i Rivage Flussreisen. Odmor na plaži nudi se u Španjolskoj, Italiji, Hrvatskoj, Europi i Grčkoj.

Globetrotter Group AG je krovna organizacija različitih poduzeća koja posluju neovisno i s vlastitom upravom. Članovi ove grupacije su: Art of Travel AG, Bici AktivFerien, Bike Adventure Tours GmbH, Brasa Reisen AG, Globetrotter Club AG, Globetrotter Tours AG, Globetrotter Travel Service AG, Himalaya Tours AG, Media Touristik AG, Music Cruise AG, Nayak Reisen AG, Ozeania Reisen AG, Team Reisen AG, Wamo Globetrotter AG.

ITS Coop Travel AG ITS Coop Travel je švicarski turoperator specijaliziran za odmor na plaži. Raspon uključuje najpopularnija odredišta za putovanja. Osim putovanja zrakoplovom, nudi se i smještaj za vlastito putovanje u Njemačkoj, Italiji, Hrvatskoj i Austriji te gradska putovanja po Europi.

Incoming turizam

U incoming segmentu glavnu ulogu igra Schweiz Tourismus - nacionalna organizacija za marketing i prodaju putovanja, odmora i kongresa u Švicarskoj. Buking se odvija direktno preko Switzerland Travel Centre – posrednika incoming putovanja unutar Schweiz Tourismus. Pored Schweiz Tourismus u ovom segmentu posluju još Kuoni Incoming, MCI Group i Bucher Reisen.

Regija	Naziv tvrtke	Website	Email	Turistički proizvodi koje pokriva tvrtka	Kategorije proizvoda
Murtensee	4-Oceans GmbH	www.4-oceans.ch	info@4-oceans.ch	nautički turizam	cruising, yachting, sailing
Luzern	ARCATOUR SA	www.arcatour.ch	arcatour@arcatour.ch	aktivni, kulturni, ruralni i vrtni turizam	priroda, kultura i vrt, promatranje ptica, bilje
Zürich	ATLAS REISEN	www.atlas-reisen.ch	gruppen@atlas-reisen.ch	kulturni i muzički turizam	grupna i čitateljska putovanja, glazba, kultura, putovanja vlakom, jezična putovanja
Luzern	BAUMELER REISEN AG	www.baumeler.ch	info@baumeler.ch	aktivni turizam	planinarenje, biciklizam, slikanje, privatne grupe
Zürich	BIKE ADVENTURE TOURS AG	www.bike-adventure-tours.ch	info@bikereisen.ch	biciklistički turizam	biciklizam
Zürich	BÜHRER REISEN HIRZEL	www.buehrer-reisen.ch	info@buehrer-reisen.ch	kulturni turizam	ženska putovanja, kultura, glazba, kazalište, biciklizam
Zürich	CBS CONGRESS MANAGEMENT GmbH	www.cbs-congress.ch	info@cbs-congress.ch	kongresni turizam	mice
Opfikon	CROATICUM GMBH	www.croaticum.ch	info@croaticum.ch	paušalna putovanja	sunce i more, stručnjaci za Hrvatsku, nautika, island hoping, rent-a-car ture, razna grupna putovanja, smještaj
Zürich	DER TOURISTIK SUISSE AG - KUONI	www.kuoni.ch	info@kuoni-reisen.ch	paušalna putovanja	smještaj, grupni aranžmani po posebnim kategorijama (krstarenja, city trips, ciklo- i aktivni turizam, jedrenje, maturalna putovanja
Bern	ENGELCH REISEN	www.engeloch-reisen.ch	info@engeloch-reisen.ch	paušalna putovanja	aktivni turizam, biciklizam, sunce i more, kultura, smještaj
Luzern	EPICRO - KROATIEN REISEN GMBH	www.epicro.ch	info@epicro.ch	paušalna putovanja	sunce i more, stručnjaci za Hrvatsku, nautika, island hoping, rent-a-car ture, razna grupna putovanja, smještaj
Baselland	EQUITOUR	www.equitour.com	service@equitour.com	aktivni turizam	jahanje
Bern	ERNST GERBER REISEN	www.gerber-reisen.ch	info@gerber-reisen.ch	paušalna putovanja	autobusna putovanja, smještaj, kultura, sunce i more

Bern	ERNST MARTI REISEN	www.marti.ch	marti@marti.ch	paušalna putovanja	autobusna putovanja, smještaj, aktivni turizam, sunce i more, kultura
Aargau	EUROBUS	www.eurobus.ch	web@eurobus.ch	paušalna putovanja	autobusna putovanja, kultura, smještaj, last minute, island hoping, ciklo- i aktivni turizam, slow trips, zdravstveni i wellness turizam, sunce & more
Zürich	EUROTREK AG	www.eurotrek.ch	eurotrek@eurotrek.ch	aktivni turizam	razne aktivnosti (biciklizam, planinarenje, vodeni sportovi itd.)
Aargau	EXECUTIVE-YACHTREISEN	www.executive-yachtreisen.ch	info@executive-private.ch	nautički turizam	cruising, yachting, sailing
Luzern	GÖSSI CARREISEN	www.goessi-carreisen.ch	info@goessi-carreisen.ch	paušalna putovanja	autobusna putovanja, smještaj, sunce i more, kultura
Aargau	HAURI REISEN AG	www.hauri-reisen.ch	reisen@hauri-reisen.ch	aktivni, kulturni, nautički i wellness turizam	sunce i more, kultura, sport, nautika, wellness, shopping, vjenčanja itd.
Luzern	IMBACH REISEN AG	www.imbach.ch	info@imbach.ch	paušalna putovanja	sunce i more, planinarenje, smještaj, island hoping
Bern	JOY SAILING	www.joy-sailing.ch	kontakt@joy-sailing.ch	nautički turizam	cruising, yachting, sailing
Luzern	KOMPAS TRAVEL AG	kompastravel.ch	mail@kompastravel.ch	smještaj	hoteli
Zürich	SURPRISE KULTOUR AG	www.kultour.ch	info@kultour.ch	paušalna putovanja	smještaj, sunce i more, razna grupna i individualna putovanja
Zürich	MEERSICHT	www.meersicht.ch	info@meersicht.ch	nautički turizam	nautika, island hopping, sunce i more
Zürich	MING AGENTUR	www.ming-agentur.ch	info@ming-agentur.ch	kongresni turizam	mice
Thurgau	MITTELTHURGAU REISEN	www.mittelthurgau.ch	info@mittelthurgau.ch	paušalna putovanja	smještaj, aktivni turizam, sunce i more, kultura
Zürich	MY CHARTER, MY YACHT & CHARTER AG	www.mycharter.ch	info@mycharter.ch	nautički turizam	cruising, yachting, sailing
St. Gallen	NAUTIC TRAVEL AG	www.nautic-travel.ch	info@nautictravel.ch	nautički turizam	cruising, yachting, sailing
St. Gallen	PFISTER REISEN	www.pfisterreisen.ch	info@pfisterreisen.ch	kulturni turizam	kultura, zabavni parkovi, božićni sajmovi, koncerti, sajmovi, krstarenja

Zürich	Q EVENTS AG	www.qevents.biz	welcome@qevents.biz	kongresni turizam	mice
Baselland	SÄGESSER REISEN	www.saegesser-reisen.ch	info@saegesser-reisen.ch	paušalna putovanja	autobusna putovanja, kultura, aktivna putovanja, biciklizam, shopping, događanja, zimska putovanja, glazba, izleti brodom
Solothurn	SCHNEIDER REISEN	www.schneider-reisen.ch	info@schneider-reisen.ch	paušalna putovanja	sunce i more, island hopping, autobusna putovanja
St.Gallen	SOLSAILING	www.solsailing.ch	info@solsailing.ch	nautički turizam	cruising, yachting, sailing
Aargau	TWERENBOLD REISEN AG	www.twerenbold.ch	info@twerenbold.ch	paušalna putovanja	autobusna putovanja, smještaj, aktivni turizam, sunce i more, biciklizam
Thurgau	WALLISER REISEN	www.walliserreisen.ch	info@walliserreisen.ch	paušalna putovanja	sunce i more, wellness, autobusna putovanja

Osvrt na poslovno okruženje i eventualne promjene u domeni TO/TA tijekom 2022./2023.

Blizina kupaca postaje sve važnija. Unatoč digitalizaciji, fizička prisutnost na tržištima i dalje je neophodna. Stoga će Swiss Tourism sljedećih godina otvoriti dodatne lokacije kako bi se osigurala veća blizina potencijalnim kupcima i lokalnim partnerima. Nakon Lisabona i Manile, dva nova ureda otvorena su u Rijadu i Tel Avivu. Do kraja 2024. mreža ureda će biti proširena sa 37 na ukupno 40 zastupništava. Ostalim potencijalnim budućim tržištima upravlja se centralno iz Züricha.⁴⁶

Swiss Tourism je također prepoznao potencijal saudijskih gostiju i otvorio dodatnu lokaciju u Rijadu. Putnici iz Saudijske Arabije realiziraju godišnje 320.000 hotelskih noćenja u Švicarskoj (2019.); njihova je prosječna dnevna potrošnja, zajedno s gostima iz ostalih zemalja, najveća ikada i iznosi 420 CHF.⁴⁷

Svijest o održivoj turističkoj ponudi sve je izraženija. U MICE sektoru, primjerice, organizatori i tvrtke zahtijevaju u procesu odabira održive opcije od pružatelja turističkih usluga. Uz to, klimatske promjene i energetska kriza zahtijevaju promjene. Zbog toga je Swiss Tourism pokrenuo "Swisstainable". Swisstainable je strategija održivosti turizma, provedena s cijelom švicarskom turističkom industrijom i Sveučilištem primijenjenih znanosti u Lucernu 2021. "Swisstainable Destination" pruža turističkim tvrtkama konkretne alate kako promovirati holistički, održivi razvoj unutar svoje destinacije. Na taj se način žele pozicionirati kao odgovorna destinacija te dati važan doprinos održivom švicarskom turizmu.

Swisstainable održivo putovanje znači:

- Uživanje u prirodi izbliza i u njenom izvornom obliku.
- Doživjeti lokalnu autentičnu kulturu.
- Konzumiranje lokalnih proizvoda.
- Duži boravak u destinaciji – kvalitetniji i konkretniji uvid u ponudu destinacije.

Tako je u gradovima razvijena kampanja "Fountain Dip" kod koje je fokus stavljen na kupanje ili osvježenje u okruženju gradskih fontana. Ljeto 2023. „vode u gradu“ predstavljali su kao ljetnu temu diljem svijeta. Aktivnosti oko fontana održavaju se u ukupno devet švicarskih gradova, čime se daje dodatna pažnja gradskim izletima.

- Lugano – Mediteranski ugođaj kod fontane tik uz povijesnu zgradu pošte, uz koncerte i aktivnosti u sklopu ljetnog festivala "Longlake" i pop-up bara
- Zürich – atmosfera na plaži oko fontane u modernoj četvrti Europaallee.
- Bern – fontana na Bundesplatzu s posebnim naglaskom na obljetnicu "175 godina savezne države".
- Ženeva – Kupanje u fontani kod spomenika Brunswick s aperitivom i "ljetnim osjećajem" u kafiću u sklopu hotela.

⁴⁶ https://issuu.com/stnet/docs/601_22a_01_brosch_strategie_und_planung_23-25_d_de?fr=sYjY1MjU2ODI2NDA

⁴⁷ <https://www.stnet.ch/de/schweiz-tourismus-st-verstaerkt-aktivitaeten-in-saudi-arabien/#:~:text=Mit%20einer%20neuen%20%2BAussenstelle%20BB%20sorgt,zum%20ST%20Markt%20der%20Golfstaaten.>



KlimaLink skreće pažnju na klimatski otisak putovanja kako bi potrošačima omogućio donošenje klimatski svjesnijih odluka prije putovanja. Na licu mjesta može se usporediti dolazak i odlazak letom, autobusom i vlakom, kao i različite smještajne kapacitete, kategorije automobila za najam, a kasnije i ponude aktivnosti. U budućnosti, klijenti mogu birati između klimatski prihvatljivijih opcija tijekom procesa rezervacije i tijekom savjetovanja. Oni će biti vidljivi u sustavima za rezervacije od početka 2024. Standardi izračuna za druge modele uslijedit će uskoro dok cijeli model putovanja ne bude pokriven do kraja 2024.⁴⁸

Sezona 2022./23. prva je sezona koja se ponovno odvijala s manje (ili bez) ograničenja (COVID mjere i zabrane putovanja). Unatoč tome su rezultati bili slabi, što se dovodi u vezu s vremenskim prilikama, zbog čega se ulaže u umjetni snijeg. Istodobno, tradicionalna zimska sezona gubi na važnosti. Dok je 2008./09. u Švicarskoj zabilježeno 29,3 milijuna gostiju na žičarama, brojka je gotovo kontinuirano padala te do 2021./22. pala na 25,4 milijuna. Mnoge destinacije i regije svjesne su te činjenice i čine mnogo kako bi se razvile u cjelogodišnju destinaciju.

Kulturna događanja izvan sezone mogu privući više gostiju, kao i posebna kulinarska događanja, ili atraktivni izletnički paketi. Swiss Tourism stoga nudi "snow25" i "sleep25" za mlade: za 25 franaka, mladi su dobili popodnevnu skijašku kartu uključujući putovanje od svoje kuće do odgovarajuće destinacije. Isto toliko stoji i noćenje s doručkom u hostelu za mlade. Zimske destinacije su osmislile „Magic Pass“, uz koji gosti imaju neograničen pristup partnerskim žičarama u 6 kantona u Švicarskoj i Francuskoj. U sezoni 2021./22., 141.000 osoba iskoristilo je ovu ponudu, što odgovara povećanju od 27,6% u usporedbi s prethodnom godinom.⁴⁹

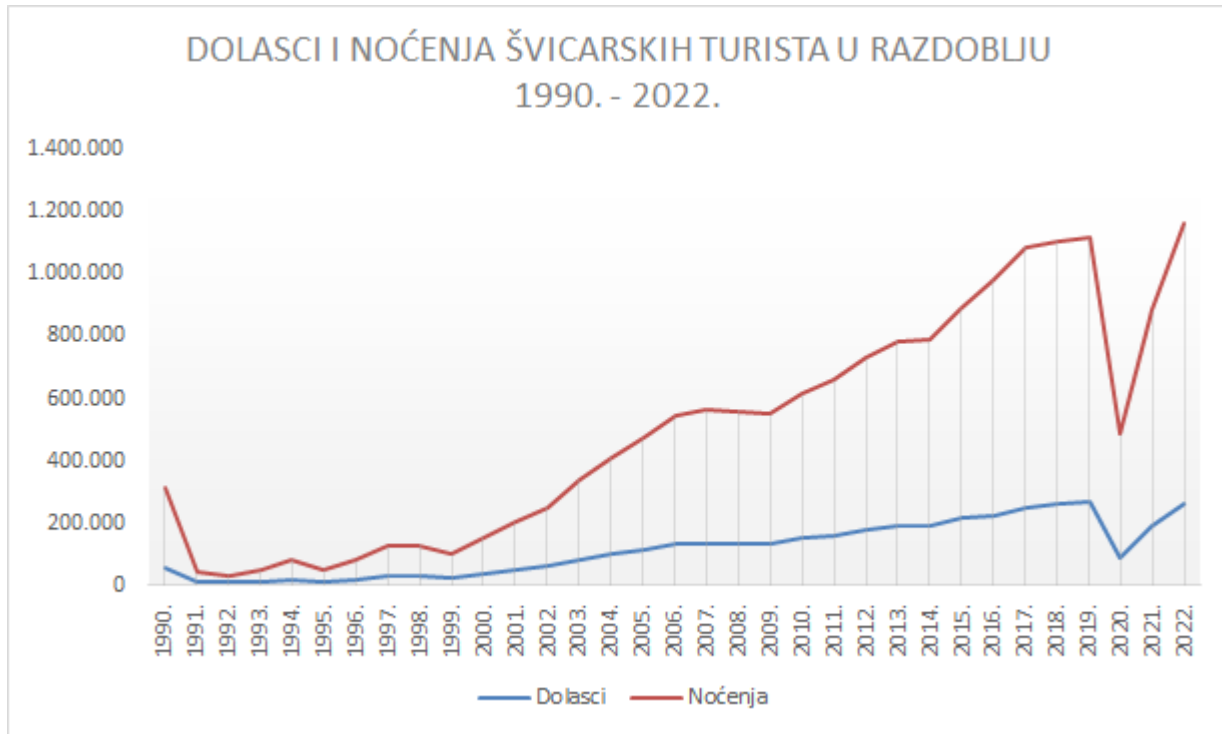
⁴⁸ <https://www.srv.ch/wissen/nachhaltigkeit>

⁴⁹ <https://report.stnet.ch/de/2022/klimawandel-und-tourismus/>

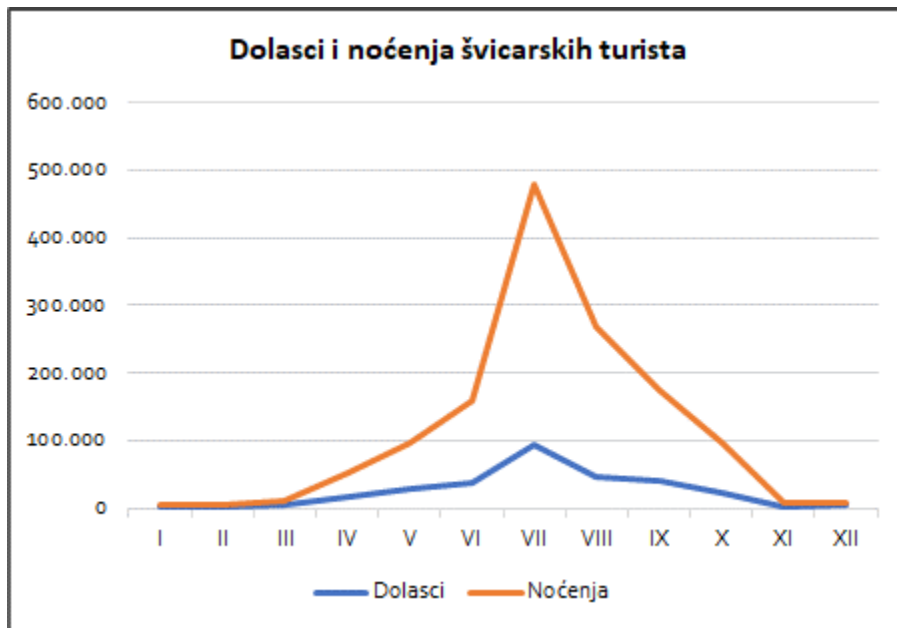
DOPRINOS TRŽIŠTA UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU

ŠVICARSKA	Dolasci			Noćenja		
		indeks	1990.=100		indeks	1990.=100
1990.	56.904		100	310.108		100
1991.	13.524	24	24	40.811	13	13
1992.	7.418	55	13	30.700	75	10
1993.	9.702	131	17	46.245	151	15
1994.	17.630	182	31	81.639	177	26
1995.	12.405	70	22	50.080	61	16
1996.	20.000	161	35	81.000	162	26
1997.	26.677	133	47	123.811	153	40
1998.	28.758	108	51	126.588	102	41
1999.	24.227	84	43	98.366	78	32
2000.	36.223	150	64	154.107	157	50
2001.	46.026	127	81	202.057	131	65
2002.	60.607	132	107	251.907	125	81
2003.	82.883	137	146	340.144	135	110
2004.	103.686	125	182	412.054	121	133
2005.	113.909	110	200	473.309	115	153
2006.	129.737	114	228	544.208	115	175
2007.	134.312	104	236	563.905	104	182
2008.	132.736	99	233	557.968	99	180
2009.	129.737	98	228	550.120	99	177
2010.	149.176	115	262	613.441	112	198
2011.	161.511	108	284	659.862	108	213
2012.	176.063	109	309	730.373	111	236
2013.	191.010	108	336	783.727	107	253
2014.	193.957	102	341	786.846	100	254
2015.	219.165	113	385	891.133	113	287
2016.	224.444	102	394	981.007	110	316
2017.	250.601	112	440	1.088.400	111	351
2018.	264.865	106	465	1.106.396	102	357
2019.	268.206	101	471	1.116.959	101	360
2020.	90.593	34	159	486.431	44	157
2021.	193.789	214	341	884.667	182	285
2022.	264.717	137	465	1.162.249	131	375

IZVOR: DZS - komercijalni smještajni kapaciteti

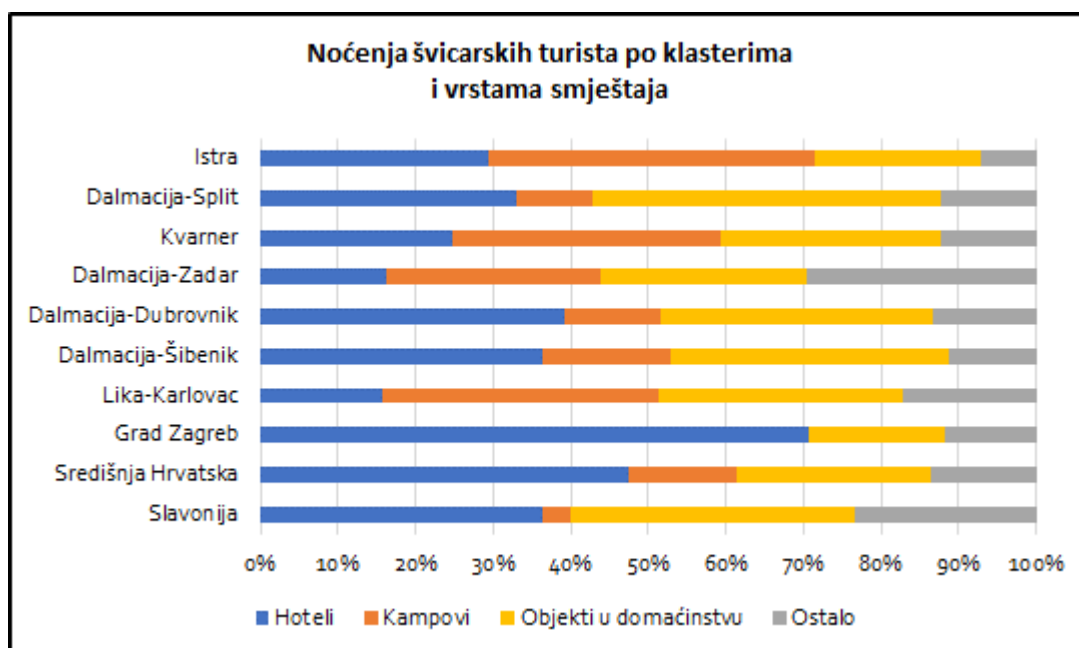


REZULTATI 2023. PREMA SUSTAVU eVISITOR (svi kapaciteti)



Promet po klasterima

	Dolasci	Noćenja
Istra	81.826	469.410
Dalmacija-Split	52.150	214.375
Kvarner	50.296	213.766
Dalmacija-Zadar	22.240	123.263
Nautika	12.776	93.405
Dalmacija-Dubrovnik	24.694	82.256
Dalmacija-Šibenik	12.803	57.871
Lika-Karlovac	18.781	52.114
Grad Zagreb	18.927	37.594
Središnja Hrvatska	3.827	8.193
Slavonija	2.853	5.645
Ukupno	301.173	1.357.892



Top destinacije

Grad općina	Noćenja
Rovinj	93.388
Split	54.063
Poreč	51.845
Dubrovnik	43.614
Umag	43.573
Medulin	38.772
Zagreb	37.594
Pula	37.484
Zadar	34.955
Mali Lošinj	30.369

Dolasci po dobi i spolu

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

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 /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
UKUPNO	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

NAČIN REZERVACIJE SMJEŠTAJA PREMA ZEMLJI PORIJEKLA

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

IZVORI INFORMACIJA U PLANIRANJU PUTOVANJA* PREMA ZEMLJI PORIJEKLA

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

*mogućnost više odgovora

TRENTAK REZERVACIJE SMJEŠTAJA*

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

* Za one koji su unaprijed rezervirali smještaj

PRIVEZNO SREDSTVO PREMA ZEMLJI PORIJEKLA

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

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

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

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

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

*mogućnost više odgovora

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

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

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

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

SMETNJE TIJEKOM BORAVKA* U DESTINACIJI PREMA ZEMLJI PORIJEKLA

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

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

PROSJEČNI DNEVNI IZDACI TURISTA U EURIMA PREMA ZEMLJI PORIJEKLA

PROSJEČNI DNEVNI IZDACI	Ukupno	Hrvatska	Inozemni turisti	Inozemni turisti																			
				Njemačka	Slovenija	Austrija	Poljska	Italija	Češka	Ujedinjeno Kraljevstvo	Skandinavija	Mađarska	Nizozemska	Slovačka	Francuska	Bosna i Hercegovina	SAD	Švicarska	Belgija	Španjolska	Srbija	Ostale EU zemlje	Azijske zemlje
Prosječni dnevni izdaci ukupno	140,15	131,65	141,03	119,09	105,89	129,15	137,66	141,24	133,86	232,36	198,12	112,43	124,87	141,50	200,24	118,58	299,03	166,27	135,57	220,00	172,73	218,32	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 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

Dok je 2021. godine u jugoistočnoj Europi ostvareno 1 milijun putovanja s noćenjem, u 2022. taj se broj povećao na 1,2 milijuna. Iako je Hrvatska u statistici na 7. mjestu zajedno s ostalim zemljama jugoistočne Europe, povećane brojke ukazuju da je interes za Hrvatsku porastao u odnosu na prethodnu godinu.⁵⁰

U medijima je posebno istaknut ulazak Hrvatske u šengenski prostor i eurozonu te je također istaknuto poskupljenje u Hrvatskoj. Mediji su posebno kritizirali vlasnike obiteljskog smještaja jer su, kako navode, u početku masovno podignuli cijene i time iskoristili uvođenje eura. Švicarci nisu dramatično osjetili rast cijena zbog jake valute i relativno niske inflacije. Unatoč tomu će Švicarci dobro odvagnuti omjer cijene i pružene kvalitete.⁵¹

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

Hrvatska je dobro zastupljena u programima organizatora putovanja i turističkih agencija, fokus je odmoru na plaži. Upadljivo je da izleti po gradovima te božićni adventi u Hrvatskoj nisu ponuđeni, kao što je slučaj za gradove i mjesta u Italiji, Austriji i Francuskoj. Ovdje definitivno postoji dodatni potencijal.

TUI Suisse izvještava da je ljetna sezona uspješno prošla i da je potražnja određenih destinacija ne samo veća nego prethodne godine, nego čak i iznad razine 2019. godine. Nakon završetka ljetne sezone godišnjih odmora u švicarskim kantonima, TUI Suisse vidi pozitivan razvoj potražnje i optimističan je u pogledu nadolazeće jesenske i zimske sezone.⁵²

DER Touristik Suisse - koji uključuje marku turoperatora i putničke agencije Kuoni, operatera za odmor na plaži Helvetic Tours kao i specijalizirane operatere - u prvom je kvartalu 2023. na sličnoj razini kao u razdoblju od siječnja do ožujka 2019. (+65% u odnosu na isto razdoblje 2022.) Istodobno, vrijeme kratkoročnih rezervacija kao da se bliži kraju: razdoblje unaprijed rezerviranih putovanja za odmor povećano je s prosječnih 98 (2022.) na 118 dana.⁵³

Zrakoplovna povezanost s Hrvatskom tijekom 2023. godine

Zračna luka Zürich u rujnu 2023. zabilježila je ukupno 2.818.696 putnika. To je povećanje od 21% u usporedbi s istim razdobljem prošle godine. U odnosu na rujnu 2019. broj putnika u izvještajnom mjesecu iznosi 98%. Broj domaćih putnika u rujnu 2023. iznosio je 1.956.515. Udio tranzitnih putnika bio je 30%, odnosno ukupno 856.474 putnika.

Broj letova porastao je za 13% u odnosu na isti mjesec prošle godine na 23.310 polijetanja ili slijetanja. Mjesečna usporedba pokazuje da su realizacije letova na razini od 96% iz 2019. godine. Prosječan broj putnika po letu bio je 140, što je 5% više nego prethodne godine. Popunjenost

⁵⁰ <https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home.gnpdetail.2023-0458.html>

⁵¹ <https://www.blick.ch/wirtschaft/das-freut-besonders-ein-gastgeberland-mittelmeer-gastgeber-verspielen-die-sympathien-id18874405.html>, <https://www.travelnews.ch/here-and-there/24861-wegen-overtourism-ferien-in-kroatien-sollen-teurer-werden.html>

⁵² https://cloud.tui.com/tuich/images/fileadmin/tuich/pdf/pressemeldung/20230906_TUI-Suisse-praesentiert-Trends-und-Top-Ziele-fuer-Herbst-und-Winter.pdf

⁵³ <https://www.hotelplan.com/medien/hotelplan-suisse-nimmt-kurs-auf-2019-niveau/20230629-9-hotelplan-suisse>

sjedala porasla je za 1 postotni bod, na 83% u izvještajnom mjesecu u usporedbi s istim mjesecom prošle godine.

Izravni letovi tijekom ljeta

Zürich	Split	Croatia Airlines/Edelweiss/Swiss
Zürich	Dubrovnik	Edelweiss/Swiss
Zürich	Zadar	Chair
Zürich	Zagreb	Croatia Airlines/Edelweiss/Swiss
Zürich	Pula	Croatia Airlines/Edelweiss/Swiss
Basel	Split	Easyjet
Basel	Dubrovnik	Easyjet
Basel	Pula	Easyjet
Basel	Zadar	Easyjet
Basel	Zagreb	Ryanair

Croatia Airlines predstavila je zimski red letenja 2023./2024. Hrvatski zrakoplovni prijevoznik, koji je također član Star Alliance-a, nastavlja svakodnevno letjeti iz Züricha za Zagreb i Dubrovnik tijekom cijele godine. Zračni prijevoznik također leti direktno iz Züricha za Pulu i Split srijedom i subotom.

Autobuseri u 2023.

Najveći privatni autobusni prijevoznik u Švicarskoj, EUROBUS, prihvaća trend usporavanja (slow travel). *Putujte polako i putujte svjesno.* Cilj je laganim tempom istražiti krajolike i znamenitosti, te uživati u lokalnim kulinarskim delicijama. Glavna odredišta su Francuska i Italija. Za Hrvatsku Eurobus 2023. reklamira vinska putovanja u kombinaciji sa Slovenijom, dalmatinskom obalom i izletom u NP Plitvice. Twerenbold također nudi autobusne ture i specijaliziran je na putovanja koja su kulturno i ekološki održiva. U Hrvatskoj se Istra preferira i često kombinira s istraživačkim turama biciklom.⁵⁴

Autobusni prijevoznik Rubi Reisen između ostalog nudi samostalna putovanja u Hrvatsku te u kombinaciji s drugim zemljama južne Europe. Glavne destinacije su većinom obala odnosno odmor na plaži. Također nude izlete s berbom mandarina i berbom maslina, koji su dobili pozitivne povratne informacije, što je vidljivo iz recenzija.⁵⁵

Gössi Reisen, vodeći ponuđač u središnjoj Švicarskoj, nudi i izlete na hrvatsku obalu te također dva izleta u kombinaciji s berbom mandarina i jagoda.⁵⁶

⁵⁴ <https://www.twerenbold.ch/alle-reisen/carreisen-rundreisen-nach-laendern/carreisen-rundreisen-kroatien>
<https://www.eurobus.ch/>

⁵⁵ Rubi-Reisen - Carreisen mit Chaffeur - Gästemeinungen

⁵⁶ <https://www.goessi-carreisen.ch/reisen/kroatisches-kalifornien/>

Individualni promet u 2023.

Pritisak na tradicionalne putničke agencije i dalje raste zbog alternativnih rezervacija, jer samo 2% prepoznaje dodanu vrijednost paket-aranžmana putem turističke agencije. Platforme za bukiranje aranžmana također povećavaju udaljenost od putničkih agencija i postaju sve popularnije.

TURISTIČKA SEZONA 2024. – OPĆI POKAZATELJI I NAJAVE

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

Povećana potražnja za švicarskim turizmom nastavit će se i u 2023. i 2024. godini, iako u smanjenom opsegu.

Urbani turizam, koji će imati velike koristi od povratka dalekih tržišta, također će se oporaviti 2024. i dosegnuti razine iz vremena prije pandemije. Potražnja iz Švicarske i Europe vjerojatno će nastaviti padati, a potražnja sa dalekih tržišta će se vjerojatno povećati te se očekuje rast ukupnih noćenja od 2% sa tih tržišta u 2024. i 2025.

Globalno gospodarstvo i dalje je pod utjecajem izazovnih okolnosti. Ipak, učinak energetske krize manji je od očekivanog. Energetska se kriza, kao i s njom povezana inflacija, dijelom se smiruju, zbog čega je rizik od teških recesijskih scenarija znatno smanjen. Ipak, cijene energenata ostat će na osjetno višoj razini nego što je to bio slučaj prije rata u Ukrajini – posebice električne energije i plina.

U 2024., nakon relativno slabog rasta u 2023., očekuje se da će alpska područja postići nešto veću razvojnu dinamiku od ostalih područja. Od 2025. očekuje se da će se urbana područja razvijati nešto dinamičnije od ostalih, kao što je to bio slučaj prije krize.

Globalno ukidanje ograničenja putovanja, velika želja za putovanjima i trenutni trend evolucije noćenja upućuju na snažan oporavak u 2023. godini. U 2024. godini očekuje se realizacija rezultata ostvarenih prije korona krize. U narednom razdoblju, od 2025. do 2030. godine, očekuje se da će se sva tržišta u cjelini dinamično razvijati, ali ipak manje nego prije pandemije.

Stabilan oporavak ukupne turističke potrošnje i stvaranja turističke vrijednosti očekuje se u turističkim godinama od 2022. do 2024. Slično kao i kod noćenja, vjerojatno je da će rastu doprinijeti oporavak potrošnje stranih gostiju. Za očekivati je da će gotovo stalno visoka potrošnja švicarskih gostiju pružiti dodatnu podršku oporavku.⁵⁷

U usporedbi s razdobljem 2020.-2023., više se pažnje posvećuje održivosti i digitalizaciji. Kako bi se ti ciljevi proveli, SECO i ovlaštene organizacije (garancijske zadruge, švicarsko osiguranje izvoznog rizika, švicarsko društvo za hotelske kredite, švicarski turizam, švicarsko globalno poduzeće) u narednim godinama će definirati 23 konkretne aktivnosti, kako bi ojačali regije, pridonijeli održivom razvoju, iskoristili mogućnosti digitalizacije i ojačali atraktivnost poslovno-turističke lokacije. Provedba se dijelom provodi u suradnji s kantonima i drugim partnerima. Za projekt je predviđeno ukupno 646 milijuna franaka. Fokus je na daljnjem razvoju poticanja

⁵⁷ <https://www.bak-economics.com/studien-analysen/detail/prognosen-fuer-den-schweizer-tourismus-ausgabe-mai-2022>

ulaganja, održivom razvoju i digitalnoj transformaciji turizma. Od 2024.-2027. provoditi će se program oporavka švicarskog turizma, s ciljem ublaživanja učinke pandemije.

Tourism Monitor Switzerland (TMS), najveća nacionalna anketa gostiju, kojom se svake četiri godine ispituje više od 21.000 turista iz više od 100 zemalja o njihovom ponašanju na putovanju, provoditi će se do kraja jeseni 2023. Na temelju TMS-a izvršit će se mjerenje utjecaja marketinških aktivnosti na noćenja i prodaju. Rezultati mjerenja utjecaja bit će objavljeni do ljeta 2024.⁵⁸

Preliminarna procjena redoslijeda omiljenih destinacija u 2024.

Susjedne zemlje Švicarske i dalje su najpopularnija odredišta za putovanja, iako ljudi maštaju o putovanjima u daleke destinacije. Iz Globetrottera, koji primarno nudi individualna putovanja, kažu: Posebno popularna odredišta za putovanja sljedećih nekoliko mjeseci su Tajland, Vijetnam, Tanzanija, Kenija i Sicilija. Ljeti su SAD, Kanada, južna Afrika, Japan i Skandinavija vrlo popularni. Afrika, Australija i Južna Amerika su također destinacije u koje bi Švicarci željeli putovati. Zbog nedostatka snijega zimi, brojni ljudi otkazuju svoj godišnji odmor doma u Alpama, kako bi bukirali odmor na plaži.⁵⁹

TURISTIČKA SEZONA 2024. – HRVATSKA

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

U Hrvatskoj je u 2022. ostvaren porast turističkog prometa iz Švicarske u odnosu na 2019. od +4,2% u noćenjima. U 2023. ostvaren je daljnji rast turističkog prometa iz Švicarske u odnosu na 2022. od +7,96% u dolascima i +3,75% u noćenjima. Ovakvi rezultati turističkog prometa iz Švicarske pokazuju daljnju čvrstu poziciju Hrvatske te daljnji kontinuirani rast turističkog prometa.

Hrvatska je na tržištu Švicarske prepoznata kao atraktivna i kvalitetna turistička destinacija s odličnom ponudom i još neotkrivenim turističkim, prirodnim, povijesnim i gastronomskim sadržajima. Uz daljnji nastavak prisutnosti na tržištu Švicarske u 2024. možemo očekivati daljnji rast turističkog prometa s ovog tržišta.

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

Održiv turizam – Sustainable Travel: Svjetsko vijeće za putovanja i turizam (WTTC) izvijestilo je da su tijekom 2023. 69% putnika aktivno tražili održive mogućnosti – trend koji raste. Pretrage za "održivim putovanjem" porasle su za 226% u posljednjih pet godina. Održivi turizam je primarno usredotočen na doživljavanje prirode te je etički osmišljen da bude s niskim utjecajem na okoliš i lokalno usmjeren.

⁵⁸ https://issuu.com/stnet/docs/601_22a_01_brosch_strategie_und_planung_23-25_d_de?fr=sYjY1MjU2ODI2NDA

⁵⁹ https://www.allianz-partners.com/content/dam/onemarketing/awp/azpartnerscom/ch/pdf_docs/studies/20230906_Reise-und_Buchungsverhalten_2023.pdf
<https://www.watson.ch/wirtschaft/leben/975959889-das-sind-die-reisetrends-2023-von-herrn-und-frau-schweizer>

Slow travel također ide zajedno s održivim turizmom. Sporo putovanje znači uživanje u putovanju, provođenje više vremena na manje mjesta i upoznavanje mjesta i lokalnih znamenitosti. U takva putovanja često spadaju aktivnosti poput sadnje drveća na odredištima putovanja i smanjenje otpada.

GSTC, Vijeće za globalni održivi turizam, navodi kriterije koji služe kao globalni standardi za održivost kako u putovanjima tako i u turizmu. Podijeljeni su u četiri skupine:

- Održivo upravljanje
- Socioekonomski učinci
- Kulturni utjecaji i
- utjecaji na okoliš (uključujući potrošnju resursa, smanjenje zagađivanja i očuvanje prirodne raznolikosti i krajolika).

GSTC nudi obuku i certifikate za smještaje, organizatore putovanja i čak za cijela mjesta. Trend održivosti postat će vidljiv i u marketinškim aktivnostima u kojima će se vjerojatno isticati ispunjavanje ovih kriterija.⁶⁰

AI – umjetna inteligencija: u turističkoj industriji AI se pokazao kao *gamechanger* koji može poboljšati korisnička iskustva uz pojednostavljenje poslovnih procesa. Analizirajući podatke prošlih putovanja, upita na portalima za pretraživanje i aktivnosti na društvenim mrežama, algoritmi umjetne inteligencije mogu preporučiti letove, smještaj i aktivnosti na temelju preferencija putnika, što poboljšava cjelokupno iskustvo putovanja. Umjetna inteligencija također obrađuje i analizira ogromne količine podataka o putovanjima kako bi pružila vrijedne uvide o ponašanju kupaca, trendovima i poslovnim rezultatima putovanja.

Set-Jetting⁶¹ - 2023 Global Travel Trends Report, istraživanje od American Express, pokazuje da Set-Jetting postaje sve popularniji. Putnici, posebno mlađe generacije, inspiraciju za svoja putovanja pronalaze putem medija, točnije serija, filmova i socijalnih medija.

Usmene preporuke i dalje snažne u svim dobnim skupinama. 47% ispitanika navodi preporuke prijatelja i obitelji kao odlučujući faktor pri odabiru mjesta na koje putuju. Sljedeća generacija putnika također je pod snažnim utjecajem društvenih medija i pop kulture. 70% ispitanika generacije Z i Millennial generacije inspiraciju za posjet destinacije našli su u TV emisiji ili filmu. 61% tih mlađih putnika kaže da su odabrali odredište zbog estetičnosti na fotografijama/videozapisima.

⁶⁰ <https://www.metimeaway.com/magazine/travel-trends/>
<https://grouptravelodyssey.com/blog/top-3-travel-trends-for-2024-that-just-may-surprise-you/>
<https://www.gstcouncil.org/what-is-sustainable-tourism/>
<https://www.travelnews.ch/on-the-move/24959-die-nachhaltigkeit-wird-beim-reiseentscheid-immer-wichtiger.html>

⁶¹ <https://www.americanexpress.com/en-us/travel/discover/get-inspired/Global-Travel-Trends#popculture>