

INFORMACIJA O TIJEKU SEZONE I AKTUALNOM STANJU NA TRŽIŠTIMA

[srpanj 2015.]



UVOD	3
AUSTRIJA.....	8
BELGIJA I NIZOZEMSKA	11
ČEŠKA	14
FRANCUSKA	17
ITALIJA	21
JAPAN	23
MAĐARSKA	25
NJEMAČKA	27
POLJSKA	31
RUSIJA	33
SAD I KANADA	37
SKANDINAVIJA.....	42
SLOVAČKA.....	45
SLOVENIJA	47
ŠPANJOLSKA I PORTUGAL.....	49
ŠVICARSKA.....	53
UJEDINJENA KRALJEVINA	55

UVOD

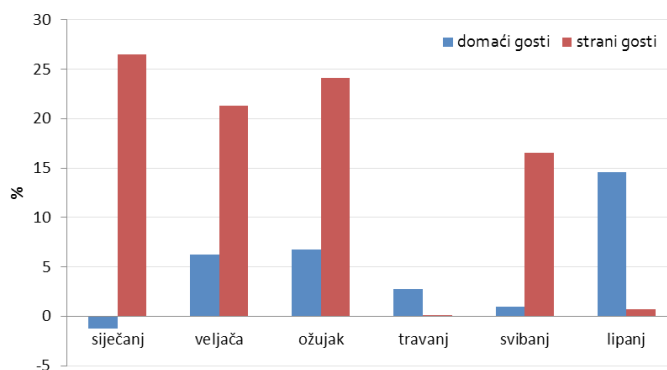
Tijekom **lipnja**, broj dolazaka stranih turista porastao je za 0,73 % te je ostvareno 1.791.601 dolazak, a broj dolazaka domaćih turista veći je za 14,62 % što predstavlja 197.960 dolazaka. Broj noćenja stranih turista pao je za 2,06 % (8.785.428 noćenja), dok je broj noćenja domaćih turista u porastu od 8,96 % (847.702 noćenja).

Promatrano dinamički, turistički promet koji ostvaruju **strani turisti**, nakon prva tri mjeseca 2015. tijekom kojih je rastao dvoznamenkastim stopama, u travnju je bio u blagom padu, što se može objasniti ranijim datumom Uskrsa, a time i manjom spremnošću na putovanje turista s emitivnih tržišta prema destinacijama Hrvatske. U svibnju ponovno dolazi do značajnog rasta broja dolazaka i noćenja stranih turista, dok je u lipnju zabilježen pad u broju stranih noćenja, uz blagi rast broja dolazaka.

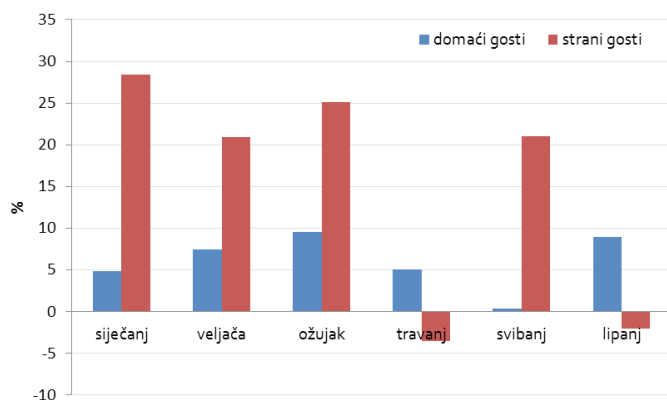
Sagledamo li **kumulativne pokazatelje**, razvidno je kako su ukupni turistički dolasci (domaći + strani) **za razdoblje siječanj – lipanj** pozitivni (+7,10 %, tj. 4.451.287 dolazaka), kao i ukupna turistička noćenja (+ 4,94 %, tj. 17.422.698 noćenja). Kumulativni pokazatelji prometa stranih turista govore o plusu od 6,90 % u dolascima (3.753.594 dolazaka) te plusu od 4,49 % u noćenjima (15.179.230 noćenja). Istovremeno, 697.693 domaćih turističkih dolazaka predstavlja rast od 8,17 %, dok 2.243.468 noćenja predstavlja rast od 8,12 %.

Positivni **rezultati u lipnju** ostvareni su s tržišta Južne Koreje, BiH, Finske, SAD, Ujedinjene Kraljevine, Kanade, Mađarske, Slovenije, Italije, Španjolske, Švedske i Švicarske. Tržišta Rusije, Njemačke, Norveške, Japana, Češke, Danske i Ukrajine bilježe pad turističkog prometa u odnosu na lipanj 2014.

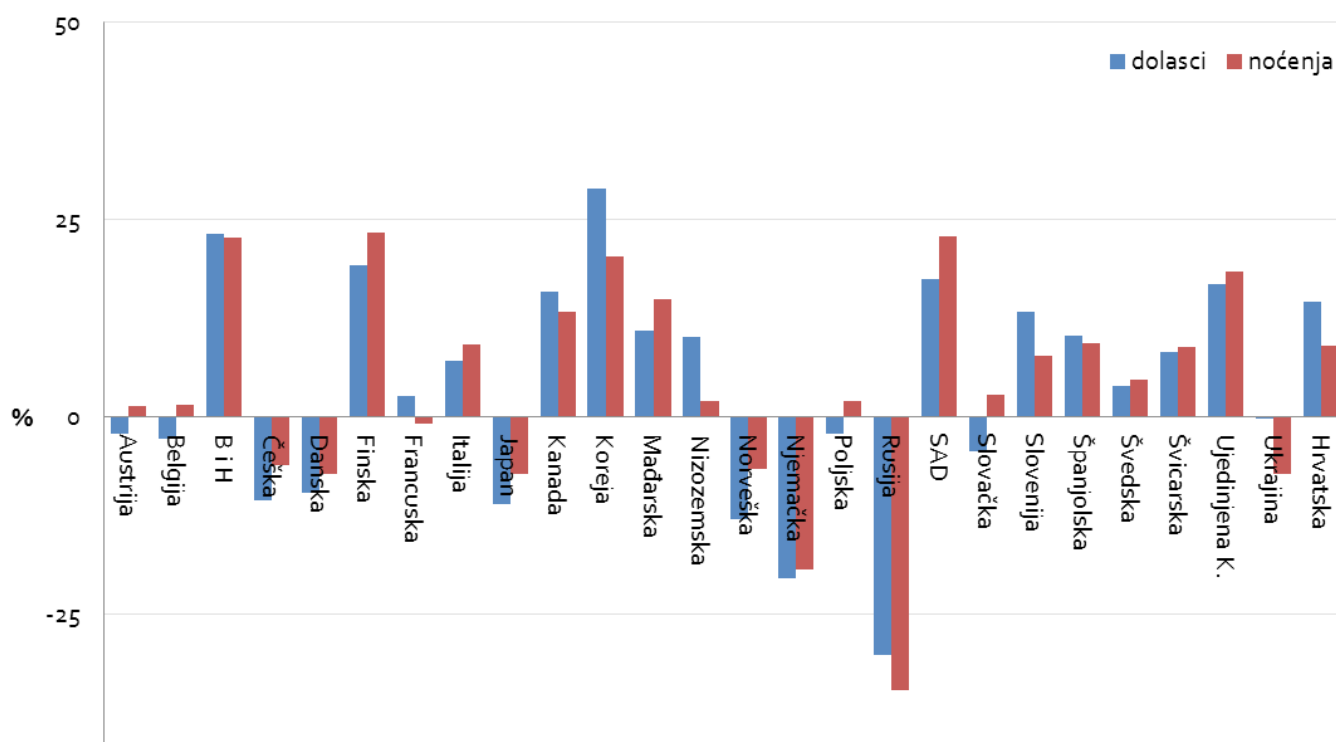
Turistički dolasci (postotna fluktuacija mjesečnog prometa – usporedba 2015. i 2014.)



Turistička noćenja (postotna fluktuacija mjesečnog prometa – usporedba 2015. i 2014.)



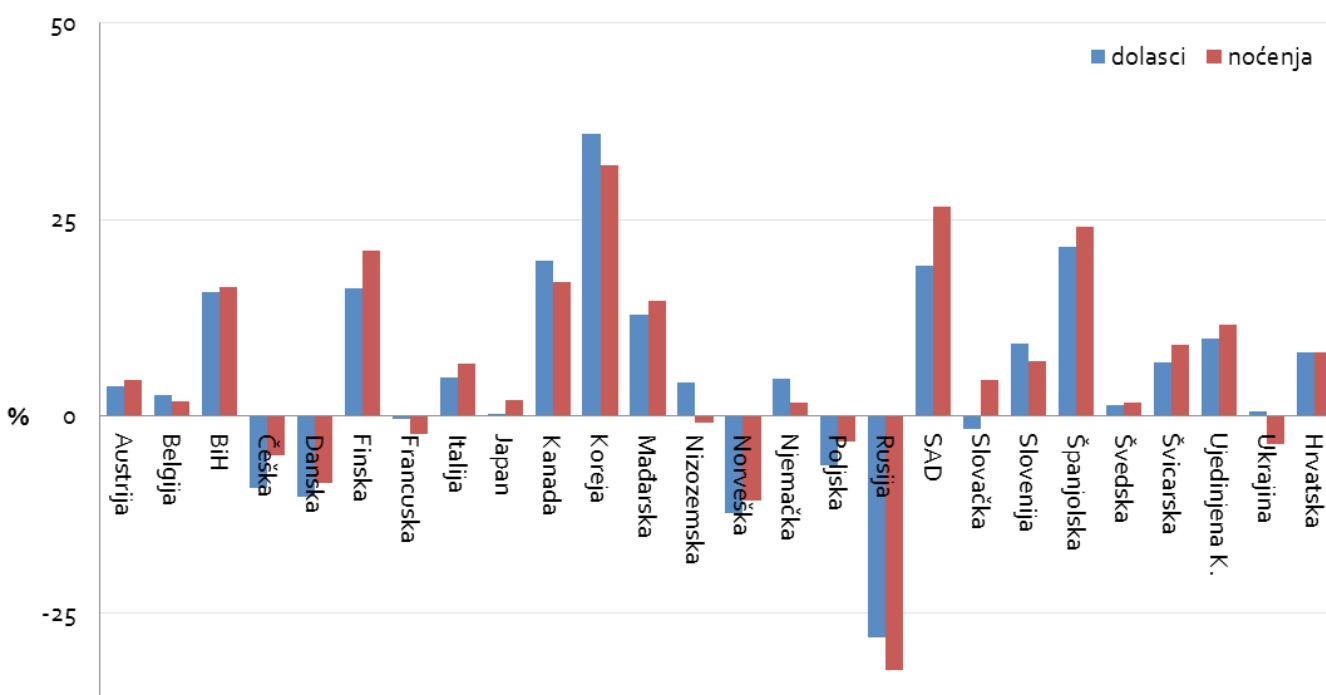
Pregled rasta/pada broja dolazaka i noćenja po tržištima (u %) u lipnju 2015.



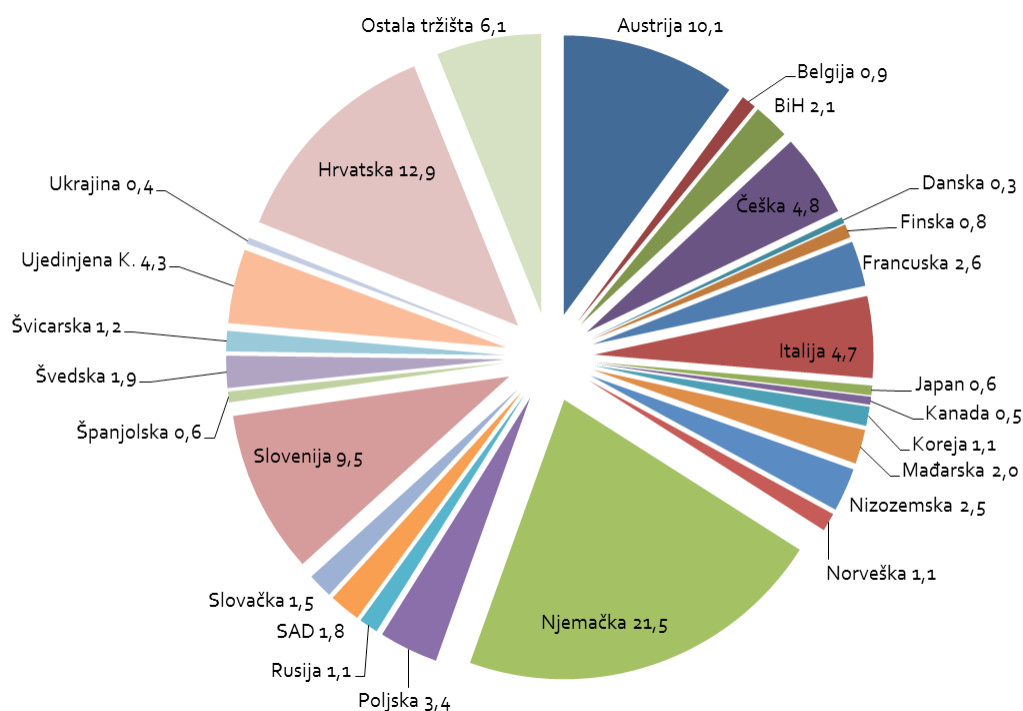
Pozitivni rezultati u razdoblju siječanj – lipanj ostvareni su s većine glavnih emitivnih tržišta, a najveće stope rasta

bilježe Južna Koreja, SAD, Kanada, Španjolska, Finska i BiH. Tržišta koja bilježe pad turističkog prometa su Rusija, Norveška, Poljska, Češka, Danska i Ukrajina.

Pregled rasta/pada broja dolazaka i noćenja po tržištima (u %) u razdoblju siječanj – lipanj 2015. (kumulativ)



Udjel pojedinih tržišta u ukupnom turističkom prometu na nacionalnoj razini u razdoblju siječanj – lipanj 2015.:



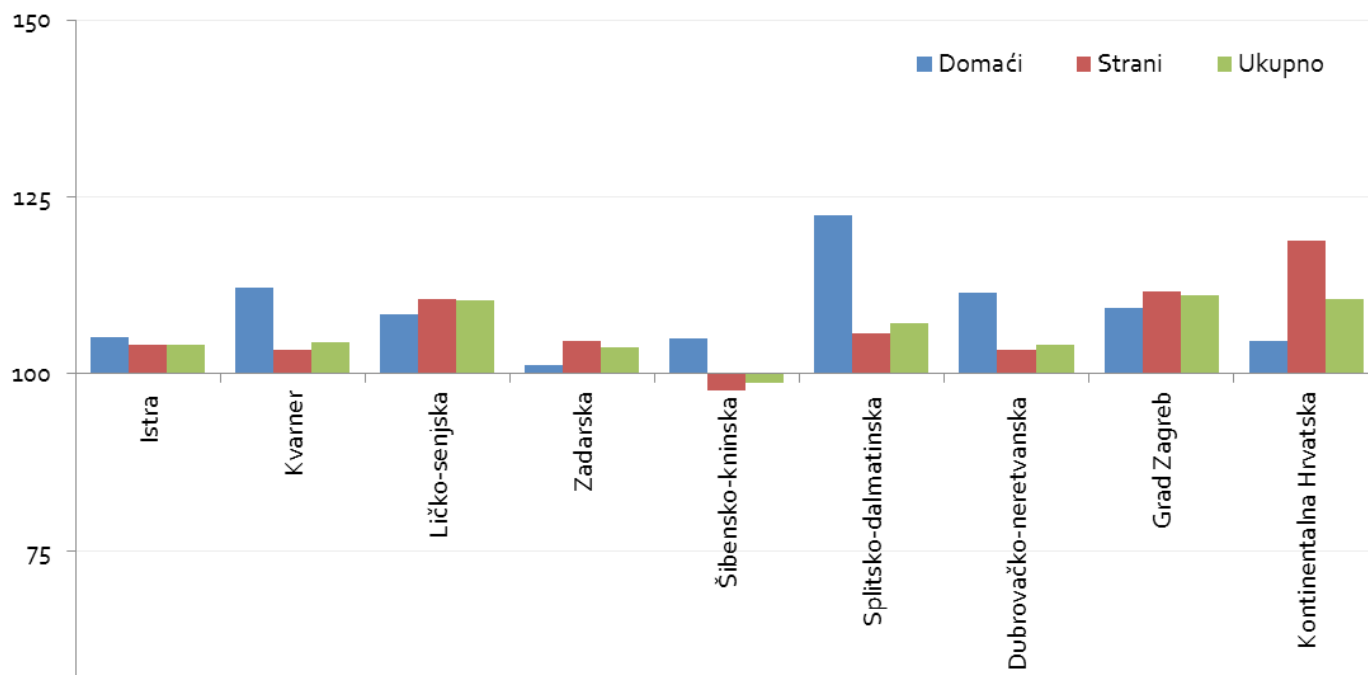
U razdoblju siječanj – lipanj sve hrvatske županije/turističke regije bilježe rast broja ukupnih turističkih noćenja, izuzev Šibensko-kninske županije u kojoj je ostvaren pad

od 1,31 %. Prema stopama rasta prednjače Ličko-senjska županija (+ 10,37 %) i Grad Zagreb (+ 11,17 %).

Rezultati po županijama (noćenja u razdoblju siječanj – lipanj, indeks 2015./2014.):

	DOMAĆI	STRANI	UKUPNO	udjel u ukupnom prometu (%)
Istra	105,14	104,09	104,16	31,79
Kvarner	112,22	103,41	104,55	16,53
Ličko-senjska	108,41	110,53	110,37	2,22
Zadarska	101,20	104,60	103,82	10,63
Šibensko-kninska	104,99	97,70	98,69	5,75
Splitsko-dalmatinska	122,49	105,67	107,09	15,54
Dubrovačko-neretvanska	111,41	103,39	104,07	10,40
Grad Zagreb	109,37	111,69	111,17	4,08
Kontinentalna Hrvatska	104,69	118,85	110,67	3,05

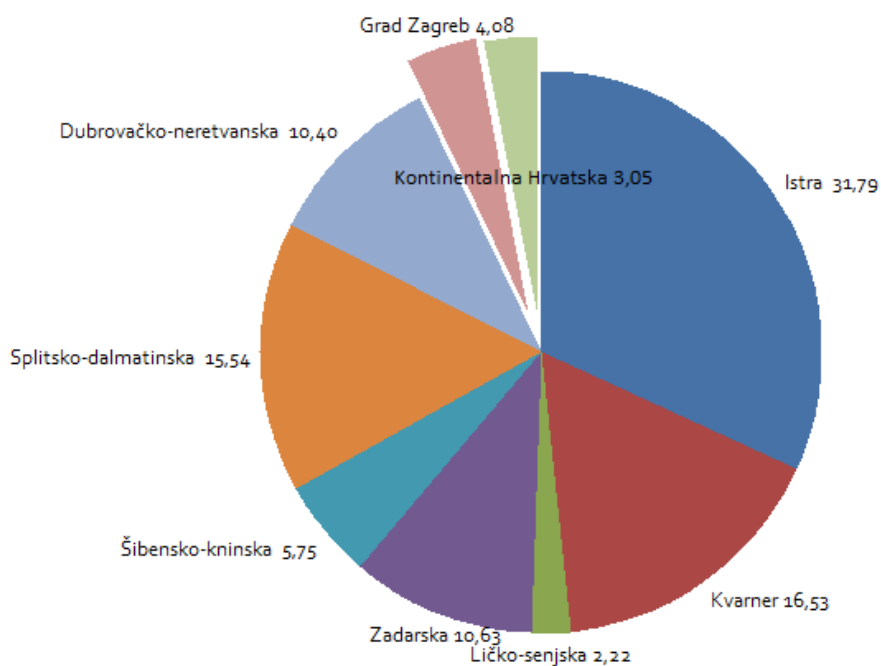
Pregled kretanja broja noćenja po županijama/regijama u razdoblju siječanj-lipanj 2015. (indeks 2015./2014.)



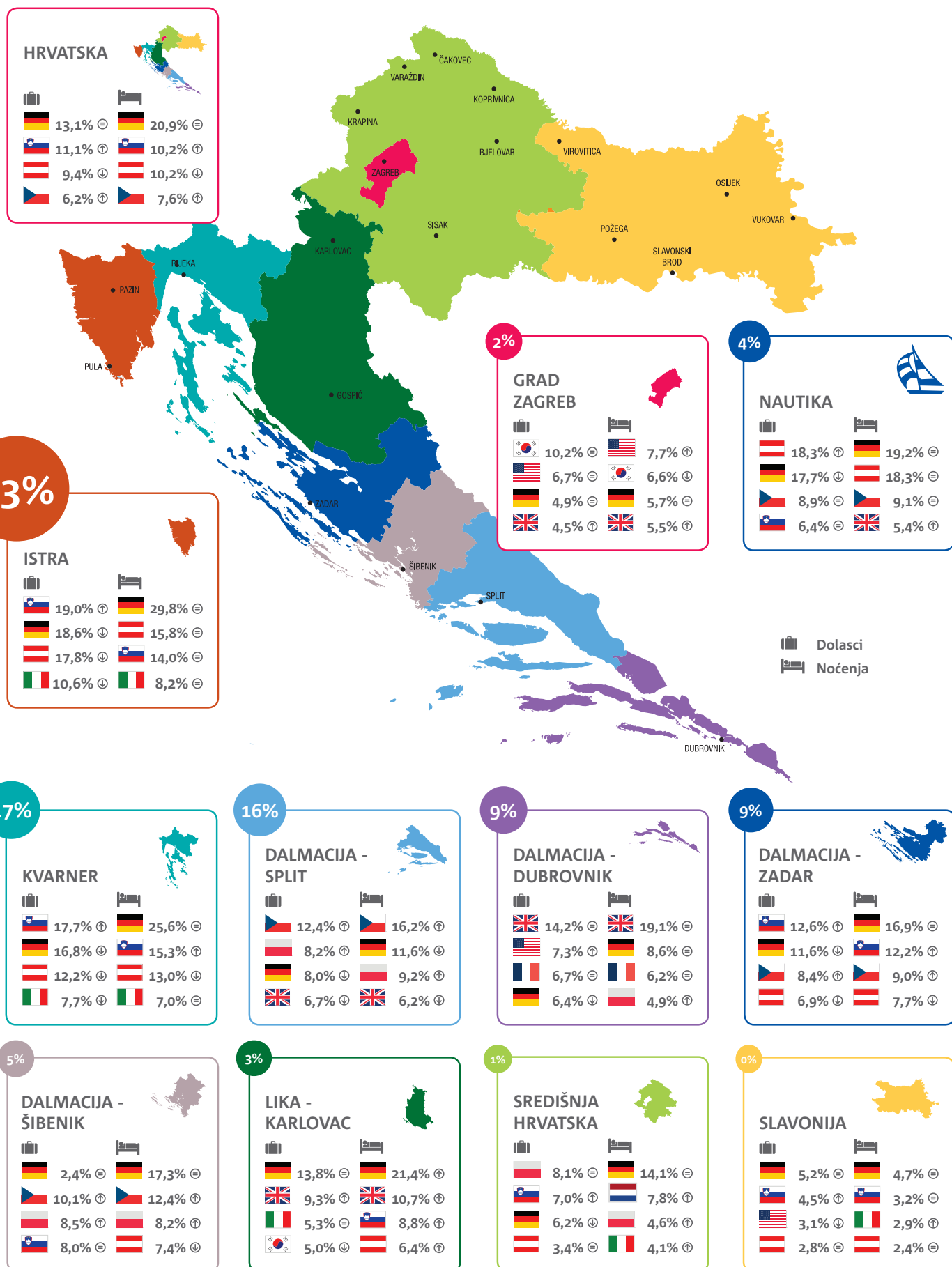
U razdoblju siječanj – lipanj Istra ostvaruje najveći udjel u ukupnom broju noćenja u Hrvatskoj koji iznosi 31,79 %,

zatim slijedi Kvarner s udjelom od 16,53 % te Splitsko-dalmatinska županija s udjelom od 15,54 %.

Udjel županija/regija u ukupnom broju noćenja u razdoblju siječanj – lipanj 2015. (u %)



VODEĆA TRŽIŠTA PREMA TURISTIČKOM PROMETU U LIPNJU 2015. – PREGLED PO KLASTERIMA



AUSTRIJA

Turistički promet s tržišta u razdoblju siječanj – lipanj

2015.			2014.			indeks 2015./14.	
dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
398.066	1.761.456	10,11	383.673	1.683.205	10,14	103,75	104,65

Izvor: Hrvatska turistička zajednica

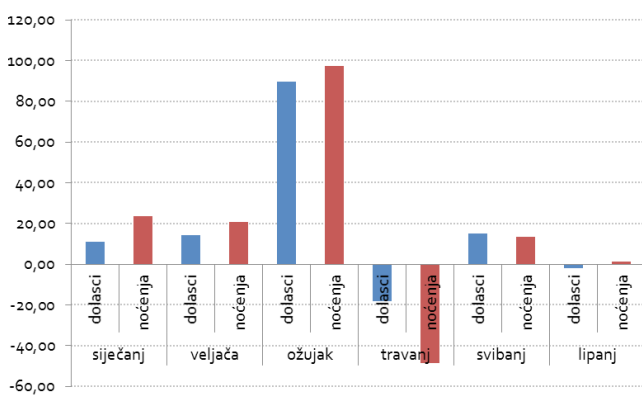
Gospodarsko-političko stanje na tržištu

Trenutno najveći problem u Austriji predstavlja povećanje stope nezaposlenosti. U posljednjih šest mjeseci Austrija je s prvog mjesta i najmanjom stopom nezaposlenosti u Europskoj uniji pala na šesto mjesto. U ovom trenutku bez posla je 381.898 Austrijanaca, stopa nezaposlenosti po EU standardima iznosi 6 %, no nacionalni statistički zavod navodi da ta stopa iznosi 8,3 %. U studenome 2014. Austrija je imala najmanju stopu nezaposlenosti u EU, a u posljednjih šest mjeseci prestigle su je Njemačka, Ujedinjena Kraljevina, Malta, Luxemburg i Češka.

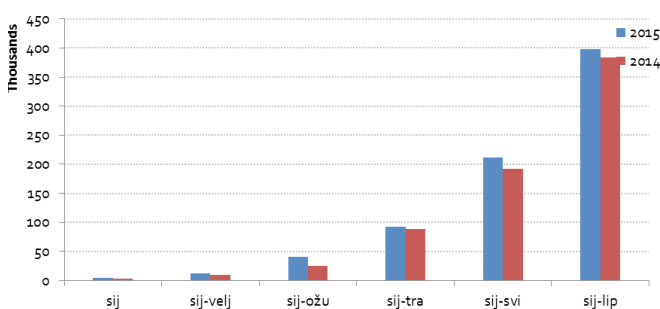
Emitivni turistički promet

Analiza putovanja za 2014. koju je predstavila Statistik Austrija ukazuje da trend putovanja bilježi povećanje. Sagledavajući trendove putovanja u posljednjih deset godina, Austrijanci stariji od 15 godina u 2005. ostvarili su 5,38 milijuna turističkih putovanja, a u 2014. 6,73 milijuna putovanja, što predstavlja povećanje od 25,1 %. U „kratkim putovanjima“ (1 – 3 noćenja) povećanje iznosi 5,6 %, dok kod „glavnih putovanja“ (s više od četiri noćenja) povećanje iznosi 1,1 %. Putovanja u vlastitoj zemlji realizira 44,3 % Austrijanaca, što predstavlja 2,98 milijuna putovanja. Italija je bila najtraženija strana destinacija s udjelom od 23,1 %, slijedi Hrvatska sa 17,7 %, Njemačka s 13 %, Grčka sa 6,7 %, Španjolska s 5,2 % i Turska s 4,3 %. Važno je istaknuti promjene u najtraženijim destinacijama u zadnjih deset godina. Italija je izgubila na udjelu 1,7 postotnih bodova, Grčka 3,4 i Turska 0,9, dok je Hrvatska povećala udjel za 2,9 postotna boda te Španjolska za 0,7.

Austrija – dolasci i noćenja po mjesecima (I. – VI. 2015.) – postotna fluktuacija u usporedbi s prethodnom godinom



Austrija – kretanje broja dolazaka u razdoblju siječanj-lipanj 2015. (kumulativno)



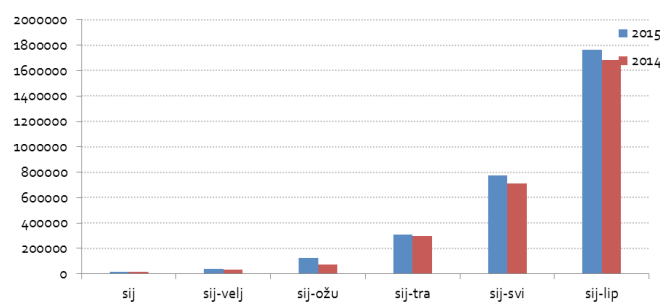
Središnja austrijska banka objavila je podatak o protuvrijednosti eura koja se dobiva u pojedinoj zemlji u odnosu na vlastitu zemlju. Euro je u odnosu na prošlu godinu izgubio na vrijednosti 17 %, a glavni razlog tome je jaki dolar. Najveća protuvrijednost dobiva se u Mađarskoj

gdje se za 100 eura dobiva protuvrijednost od 168 eura (u odnosu na prošlu godinu + 4 %), u Turskoj 163 eura (- 3 %), Bugarskoj 158 eura (+ 1 %), Poljskoj 141 euro (+ 4 %), Hrvatskoj 139 eura (+ 1 %), Sloveniji 124 eura (+ 3 %), Grčkoj 119 eura (+ 3 %), Njemačkoj 106 eura (+ 1 %), Francuskoj 105 eura (+ 1 %), Italiji 103 eura (+ 1 %) i Švicarskoj 59 eura (- 14 %). Važan podatak u kontekstu putovanja je izdatak za troškove goriva (skoro polovica Austrijanaca na godišnji odmor odlazi vlastitim prijevozom). U Italiji 50 litara eurosuper goriva košta 17 eura više nego u Austriji, a dizel 14,50 eura. U Hrvatskoj je za istu količinu dizel goriva potrebno platiti tri eura više nego u Austriji te pet eura više za eurosuper.

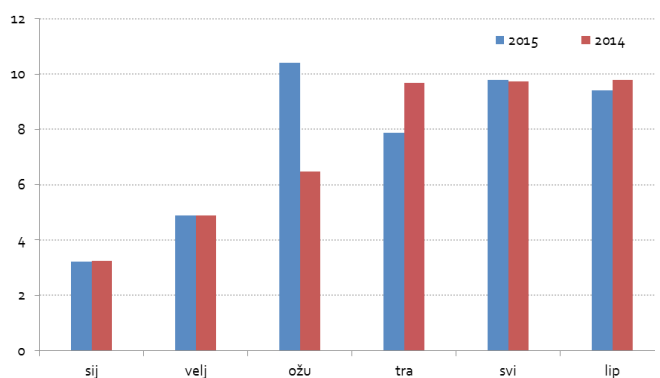
ÖAMTC, najveće auto-moto udruženje u Austriji, objavilo je studiju putovanja za 2015. „Reisemonitorings 2015“. Anкета je realizirana na 800 ispitanika starijih od 15 godina, a rezultati su sljedeći:

- 52 % populacije na godišnji odmor ići će vlastitim prijevozom (udjel putovanja vlastitim prijevozom je u porastu: 2014. – 46 %, 2013. – 43 %)
- 37 % populacije u dobi do 29 godina koristi zrakoplovni prijevoz
- 7 % populacije koristi prijevoz autobusom i vlakom
- za putovanja u vlastitoj zemlji udjel korištenja automobila iznosi 84 %
- za putovanja van domicilne zemlje (u Europu) udjel korištenja automobila iznosi 40 – 53 %
- 2/3 Austrijanaca svoj godišnji odmor provest će van domicilne zemlje
- najtraženije destinacije su Italija i Hrvatska (u 2014. 13 % za obje zemlje, u 2015. Italija 16 %, Hrvatska 15 %)
- prema interesu putovanja treće mjesto dijele Grčka i Španjolska (po 5 %)
- dužina boravka na godišnjem odmoru iznosit će deset dana
- izdatak po osobi iznosit će oko 887 eura (25 % manje u odnosu na 2014.).

Austrija – kretanje broja noćenja u razdoblju siječanj – lipanj 2015. (kumulativno)



Austrija – kretanje udjela tržišta u ukupnom turističkom prometu u 2015. u usporedbi s 2014. (%)



Restplatzbörse je objavio podatak o trendu putovanja za 2015. za „kratki buking“, odnosno za bukiranje tjedan dana prije putovanja, za čarter i ostale destinacije. U čarter destinacijama najtraženija je Grčka, slijede Španjolska, Egipat i Turska. Za destinacije dostupne vlastitim prijevozom, pored vlastite zemlje, u trendu su Hrvatska i Italija.

Stanje bukinga na tržištu

Organizatori putovanja zadovoljni su stanjem bukinga za Hrvatsku, naročito u segmentu privatnog smještaja.

Tržište je preplavljeno izuzetno niskim cijenama za čarter programe. Nakon terorističkog čina, Tunis više ne može računati na uspješnu sezonu. Turska, s *all inclusive* ponudama u zatvorenim klubovima koji imaju jaku ponudu za obitelji s djecom, će profitirati, kao i Španjolska. Bez obzira na novonastalu političku situaciju, Grčka će s niskim cijenama na otocima i dalje ostati u trendu. Stoga se dio organizatora putovanja usmjerava na te destinacije.

Rezultati Hrvatske

Veliki *eventi* koji su se u predsezoni realizirali u Istri, utjecali su na dobar rezultat. Sportski spektakl odbojke na pijesku Swatch Volleyball Major Series u Poreču te televizijski spektakl Musikantenstadl u pulskoj Areni (kojeg su prenosile nacionalne televizije Švicarske, Njemačke i Austrije), privukao je veliki broj Austrijanaca u Istru. Spektakl je na ORF-u pratilo oko milijun gledatelja, što je bila izvrsna promidžba hrvatskog turizma.

U lipnju je s austrijskog tržišta ostvareno 187.251 dolazaka (indeks 97,90) i 983.995 noćenja (indeks 101,34). Udjel Austrijanaca na nacionalnoj razini iznosio je 10,21 % te su se tim ostvarenjem svrstali u top tri iza njemačkih i slovenskih gostiju.

Kumulativno, u prvih šest mjeseci ostvareno je 398.066 dolazaka (indeks 103,75) i 1.761.456 noćenja (indeks 104,65). Udjel Austrijanaca na nacionalnoj razini iznosi 10,11 % te su se tim ostvarenjem svrstali, po prvi put, iza njemačkih, a ispred slovenskih gostiju.

Pozitivan turistički rezultat s austrijskog tržišta ostvaren je u svim našim turističkim regijama.

BELGIJA I NIZOZEMSKA

Turistički promet s tržišta u razdoblju siječanj – lipanj

	2015.			2014.			indeks 2015./14.	
	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
Belgija	40.762	150.023	0,86	39.727	147.134	0,89	102,61	101,96
Nizozemska	85.381	437.326	2,51	81.898	441.184	2,66	104,25	99,13

Izvor: Hrvatska turistička zajednica

Gospodarsko-političko stanje na tržištu

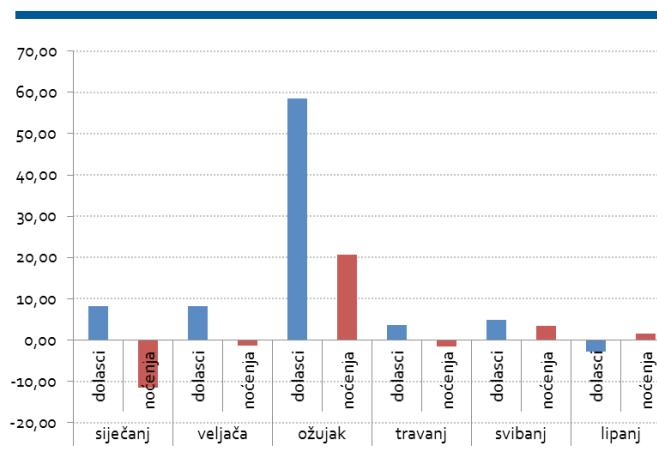
Nakon značajnijeg oporavka u svibnju, indikator potrošačkog povjerenja u Belgiji nastavio je rasti i tijekom lipnja, a zbog optimizma makroekonomskog razvoja Belgije, na najvišoj je razini od srpnja 2011. Prognoze opće gospodarske situacije su pozitivne i ukazuju na daljnji rast, a nezaposlenost je najniža od kolovoza 2011. Tijekom sljedećih 12 mjeseci kućanstva ne očekuju značajnije promjene financijske situacije, dok su manje optimistična kada je u pitanju štednja. Trgovina na malo u blagom je padu te je ponovno na razini s početka 2015.

Nizozemski Središnji ured za statistiku objavio je da nizozemska kućanstva troše oko 6.000 eura godišnje na razonodu, a najveći dio odnosi se na putovanja (oko 2.200 eura) te ugostiteljske usluge (oko 1.300 eura). Na igre, biljke i vrt, kućne ljubimce, TV, kamere i knjige troše 1.500 eura, dok se preostali troškovi odnose na ostale aktivnosti.

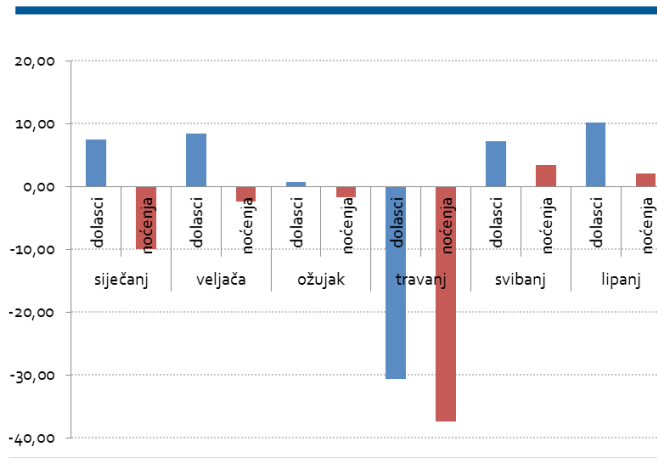
Emitivni turistički promet

Inflacija je u Nizozemskoj u lipnju pala na 1 %, dok je u svibnju iznosila 1,1 % kada je bila najviša u ovoj godini. Kao razlog povećanja inflacije u svibnju nizozemski ured za statistiku navodi putovanja. Naime, zbog Duhova koji su ove godine bili u svibnju, a prošle godine u lipnju, ove godine prodano je više putovanja u svibnju što je bio uzrok povećane potražnje za putovanjima, a veća potražnja povećala je i cijene putovanja (povećanje inflacije nema nikakav strukturni značaj).

Belgija – dolasci i noćenja po mjesecima (I. – VI. 2015.) – postotna fluktuacija u usporedbi s prethodnom godinom



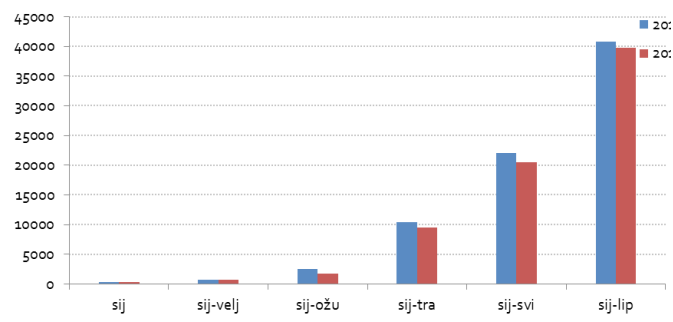
Nizozemska – dolasci i noćenja po mjesecima (I. – VI. 2015.) – postotna fluktuacija u usporedbi s prethodnom godinom



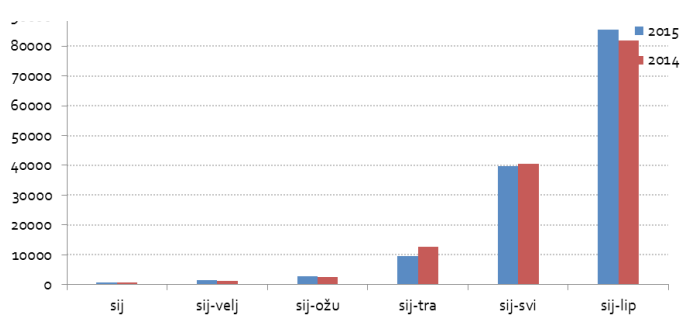
U provedenom istraživanju o navikama putovanja nizozemskih gostiju, utvrđeno je da hotel i dalje predstavlja najomiljeniju vrstu smještaja (gotovo 1/3). U usporedbi s 2013., nešto je manji broj Nizozemaca koji ljetuju u vlastitim kamp objektima (kamp kućice i slično predstavljaju oko 15 % svih ljetovanja), dok je, u usporedbi s prijašnjim

godinama, kampiranje u šatoru znatno izgubilo na popularnosti. U 2002. godini 14 % svih ljetovanja bilo je u šatorima, dok je u 2014. udjel smještaja u šatorima pao na 8 % uglavnom u korist smještaja u privatnim apartmanima.

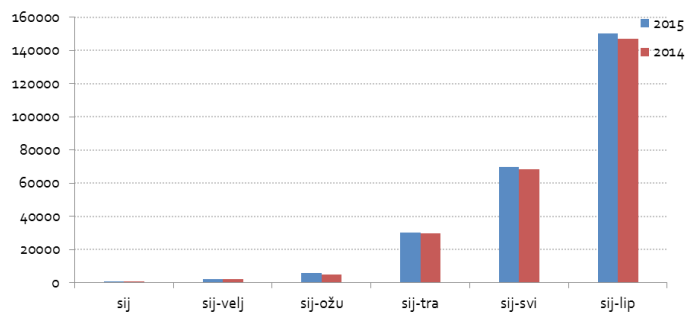
Belgija – kretanje broja dolazaka u razdoblju siječanj – lipanj 2015. (kumulativno)



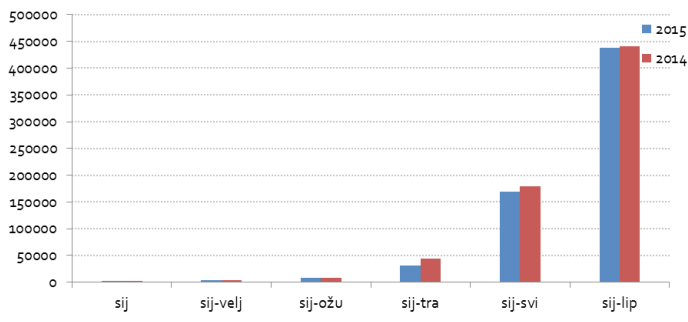
Nizozemska – kretanje broja dolazaka u razdoblju siječanj – lipanj 2015. (kumulativno)



Belgija – kretanje broja noćenja u razdoblju siječanj – lipanj 2015. (kumulativno)



Nizozemska – kretanje broja noćenja u razdoblju siječanj – lipanj 2015. (kumulativno)



Tijekom lipnja organizatori putovanja nastavili su s promidžbenim porukama, kako bi popustima ili specijalnim ponudama privukli neodlučne potrošače. Krajem lipnja nizozemsko organizirano tržište putovanja bilježilo je otprilike jednak rezultat kao i prošle godine. Broj putnika na razini je prošle godine, a ukupan financijski promet nizozemskih putničkih agenata i organizatora putovanja se povećao. Istraživanja tržišta pokazuju kako se tržište nakon dužeg niza godina ipak oporavlja, budući da u 2015., u odnosu na 2014., 170.000 više Nizozemaca planira otputovati na odmor. U porastu je potražnja za povoljnim aranžmanima sa zračnim prijevozom, dok se putovanja s vlastitim prijevozom i autobusne ture prodaju nešto lošije nego lani i to uglavnom zbog povoljnih cijena paket-aranžmana, gdje je Hrvatska zbog kraćeg naleta čartera i skupljih hotela skuplja od konkurentskih odredišta.

Španjolska je u porastu, dok se posljednjih tjedana (nakon objave mogućnosti izlaska Grčke iz eurozone) broj rezervacija za Grčku prepolovio. Unatoč tome, Grčka je u kumulativu i dalje u plusu od oko 3 %. U porastu je i Njemačka (uglavnom na račun Francuske) koja ostvaruje značajniji pad, jednako kao i Turska. Nakon atentata, nizozemski organizatori putovanja evakuirali su putnike iz Tunisa te do daljnjeg ne lete na ovu destinaciju. Hrvatska u organiziranom prometu bilježi pad od oko 3 % uglavnom zbog lošeg rasporeda proljetnih praznika koji su ove godine počeli kasnije te bili u istom razdoblju s vjerskim blagdanima (Uzašašće/Spasovo, Duhovi).

Krajem lipnja nizozemsko tržište ostvarilo je blagi porast, srpanj bi trebao biti na razini prošle godine, kolovoz u blagom minusu, a rujna u plusu.

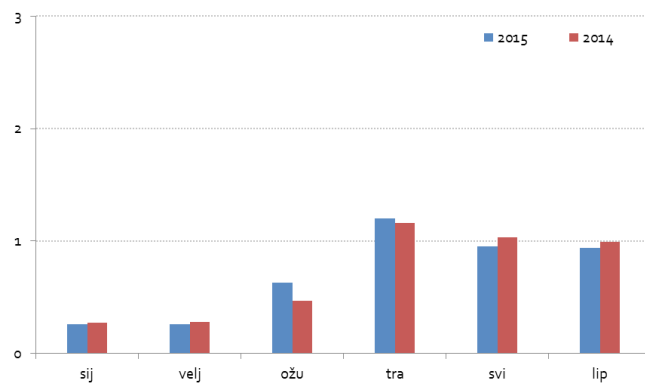
Belgijsko organizirano tržište putovanja krajem lipnja bilježi oko 6 % slabiji buking u odnosu na isto razdoblje prošle godine. U ponudi organizatora putovanja ove godine najlošije se prodaju aranžmani s vlastitim prijevozom (- 8 %), dok „turoperatorski“ sa zračnim prijevozom ostvaruju pad od 4 %, što svjedoči da je svake godine trend zaobilaznja organizatora putovanja i odljev klijenata prema različitim alternativnim oblicima bukiranja smještaja (izravno kod ponuđača, putem interneta, različitih portala itd.) sve izraženiji.

Pozitivan rezultat ostvaruju tipična turoperatorska odredišta poput Španjolske i Grčke, dok su Turska, Italija, Austrija, Francuska i Hrvatska u blagom padu. Belgijski organizatori putovanja prekinuli su sve operacije prema Tunisu i evakuirali sve putnike. S obzirom na novonastale okolnosti oko mogućeg izlaska Grčke iz eurozone i bankrota, tijekom posljednja dva tjedna bilježi se veliki pad interesa i znatno slabiji buking za Grčku.

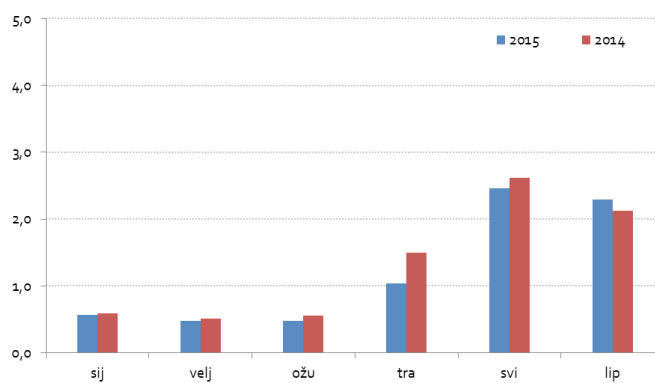
TUI u segmentu aranžmana s vlastitim prijevozom ostvaruje plus, avio-program za Dubrovnik ostvaruje minus (kao i Thomas Cook). Split se kod Thomas Cooka prodaje dobro, a u padu su aranžmani s vlastitom prijevozom. S prodajom je ove godine zadovoljan i Caractere, organizator putovanja specijaliziran za smještaj u luksuznim objektima.

Organizirano tržište predstavlja jednu petinu svih dolazaka s tržišta Belgije i Nizozemske u Hrvatsku i nepoznato je kakvu će odluku donijeti individualni gosti.

Belgija – kretanje udjela tržišta u ukupnom turističkom prometu u 2015. u usporedbi s 2014. (%)



Nizozemska – kretanje udjela tržišta u ukupnom turističkom prometu u 2015. u usporedbi s 2014. (%)



Turistički promet s tržišta u razdoblju siječanj – lipanj

2015.			2014.			indeks 2015./14.	
dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
147.380	837.997	4,81	162.182	882.259	5,31	90,87	94,98

Izvor: Hrvatska turistička zajednica

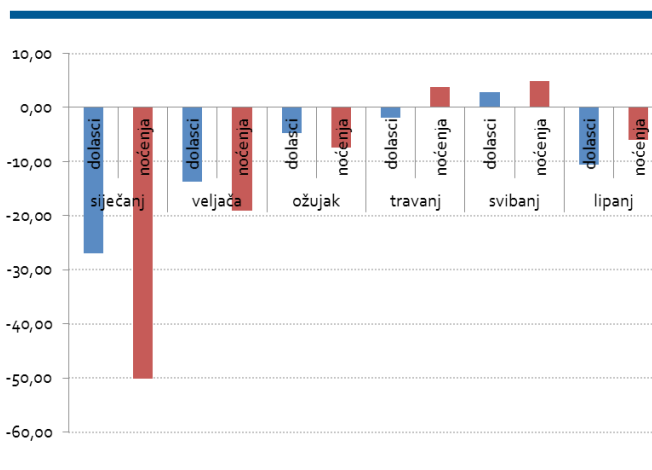
Gospodarsko-političko stanje na tržištu

Stopa inflacije u svibnju iznosila je 0,4 %, dok je stopa nezaposlenosti bila 6,4 %. Tvrtke su uspješno prebrodile krizu i gospodarstvo bilježi najbrži rast od 2007. Rast plaća ne slijedi i rast u gospodarstvu. Dok je rast BDP-a u prvom kvartalu ove godine bio iznad 4 %, rast plaća je bio upola manji uz stopu nezaposlenosti od 6 % (šesta najniža u EU). Za sada najveće povećanje plaća (od 3 %) ostvaruju zaposlenici u javnim poduzećima. U privatnom sektoru najveće povećanje ostvaruju razni tehničari kojih nedostaje na tržištu rada.

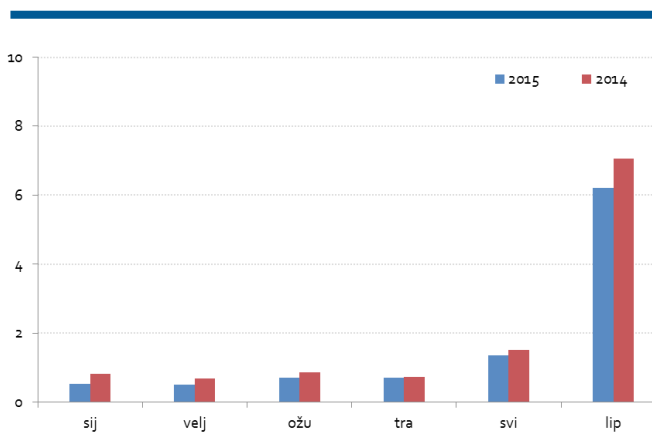
Brzi rast plaća u interesu je Centralne banke koja računa da će povećanje osobnih primanja povećati ukupnu potrošnju i proizvodnju. Inflacija bi narasla na 2 %, što je i cilj Centralne banke.

Prema najnovijim podacima Češkog statističkog zavoda, vrijednost vanjske trgovine Češke u svibnju završila je suficitom od 17,3 milijarde CZK. Ukupnom rastu pomoglo je sniženje deficita trgovine mineralnim gorivima (uglavnom nafta) te povećanje suficita bilance (povećan izvoz strojeva i prometnih vozila). Ministarstvo financija objavilo je da je krajem lipnja budžet bilježio suficit od 22,6 milijardi CZK (prošle godine u lipnju iznosio je 1,5 milijardi CZK), što je najveći suficit od osamostaljenja Češke 1993., a na taj suficit utjecali su i izvanredni prihodi iz fondova EU.

Češka – dolasci i noćenja po mjesecima (I. – VI. 2015.) – postotna fluktuacija u usporedbi s prethodnom godinom



Češka – kretanje udjela tržišta u ukupnom turističkom prometu u 2015. u usporedbi s 2014. (%)



Emitivni turistički promet

Prema provedenoj anketi među putničkim agencijama, ponuda *last minute* aranžmana ove je godine manja od prošle, a cijene su nešto više. Neke popularne destinacije, za termine početkom srpnja, su rasprodane. Prema najvećoj *online* agenciji Invia.cz, prodaja aranžmana za Španjolsku, Hrvatsku i Kanarske otoke je ograničena, dok je kod agencije Firo Tour ponuda *last minute* znatno manja jer je za Grčku, Španjolsku, Italiju, Cipar i Portugal interes bio velik i u pretprodaji (*first minute* aranžmana).

U odnosu na prošlu godinu, najviše je pojeftinio Tunis. Zbog nesigurne situacije u Grčkoj, preporuka je da se nosi gotovina jer bi s kartičnim plaćanjima i podizanjem novaca na bankomatima moglo biti problema. Bez obzira na najavljene probleme, prodaja aranžmana za Grčku bila je odlična. Grčku prosječno godišnje posjećuje oko 300.000 čeških gostiju i na prvom je mjestu kao avio-destinacija. Najveći interes za kupnju turističkih aranžmana je za Hrvatsku i Italiju. Pretpostavlja se da će doći do pada dužine boravka u inozemstvu, a s druge strane raste interes za boravak i godišnjim odmorima u Češkoj. Prema informacijama Udruge čeških organizator putovanja (ACCKA) o omiljenosti ljetnih destinacija, na prvom mjestu je Hrvatska u koju, prema procjeni, otpuče oko milijun Čeha. I kod autobusnih destinacija vode Hrvatska, Španjolska i Italija, a kod avio-destinacija Grčka, Egipat i Turska. Prodaja Turske ide dobro zbog povoljnih cijena na češkom tržištu.

Komentari organizatora putovanja

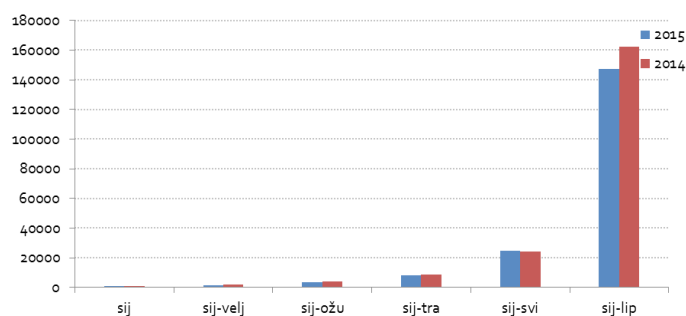
Prema podacima dobivenim od organizatora putovanja prodaja u lipnju u duhu je *last minute* ili prodaje s akcijskim cijenama, a najveći je interes za jeftinije aranžmane. Neki organizatori putovanja u lipnju bilježe bolju prodaju u odnosu na prošlu godinu, što se može objasniti situacijom u Tunisu, Egiptu i Grčkoj.

Receptivni turistički promet

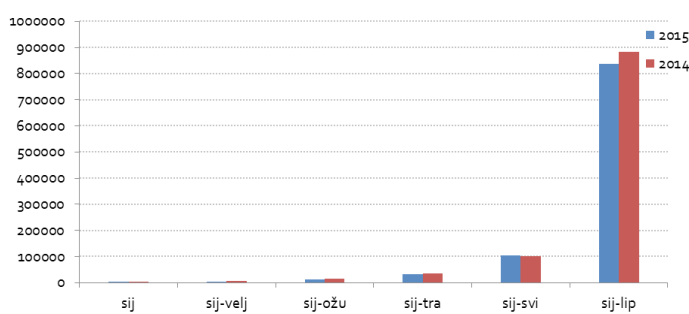
Najveću popunjenost hotelskog smještaja (87 %) bilježi grad Krumlov. U Pragu je trenutačno popunjeno 50 % kapaciteta. Česi, koji godišnje odmore provode u vlastitoj zemlji, biraju 25 % skuplje hotele u odnosu na prošlu godinu. Zbog državnih praznika najveći interes je za početak srpnja i prva dva tjedna u kolovozu.

Agencija Czech Tourism ponovno otvara samostalno predstavništvo u Beču koje za cilj ima privući veći broj Austrijanaca u regiju Morava.

Češka – kretanje broja dolazaka u razdoblju siječanj – lipanj 2015. (kumulativno)



Češka – kretanje broja noćenja u razdoblju siječanj – lipanj 2015. (kumulativno)



Aktivnosti predstavništva

- Studijska putovanja - češki radio Dvojka putovanje koje obuhvaća Kumrovec, Zagreb i šire područje srednje Dalmacije, časopis Buddy specijalizirano studijsko putovanje na temu ronjenja na području Kvarnera te časopis Lidé a Země studijsko putovanje koje obuhvaća Pelješac, otoke Korčulu i Lastovo te PP Lastovsko otočje.
- Dana 4. lipnja otvorena je putujuća izložba fotografija hrvatskih UNESCO spomenika i nematerijalnih dobara koja se od 4. do 30. lipnja održava u gradu Olomoucu. Osim Hrvatske predstavljaju se i Švicarska te zemlje jugoistočne Azije.
- Od 12. do 14. lipnja, direktor predstavništva je s novinarkom Vendulom Krejčovom sudjelovao na Zlatnoj penkali u Zagrebu. Predstavništvo je za 2014., u kategoriji TV emisija, kandidiralo emisiju Objektiv – Chorvatsko, koja je imala četiri reportaže.
- Suradnja s dnevnim listom Lidove noviny koji za kraj lipnja priprema objavu nekoliko reportaža o Hrvatskoj. Svakog dana od 22. lipnja do 3. srpnja objavit će jednu stranicu o Hrvatskoj.
- Za najslušaniji radio u Češkoj, Radio Impuls, obavljen je intervju. Snimljeno je nekoliko kratkih razgovora na teme aktivni turizam (pješačenje i pješačke staze), plaže (plave zastave, plaže za djecu, najbolje plaže), zdravlje i odmor u Hrvatskoj (pozitivni učinci Jadranskog mora na zdravlje, što liječi, na što blagodarno djeluje...).

FRANCUSKA

Turistički promet s tržišta u razdoblju siječanj – lipanj

2015.			2014.			indeks 2015./14.	
dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
136.980	457.293	2,62	137.368	467.732	2,82	99,72	97,77

Izvor: Hrvatska turistička zajednica

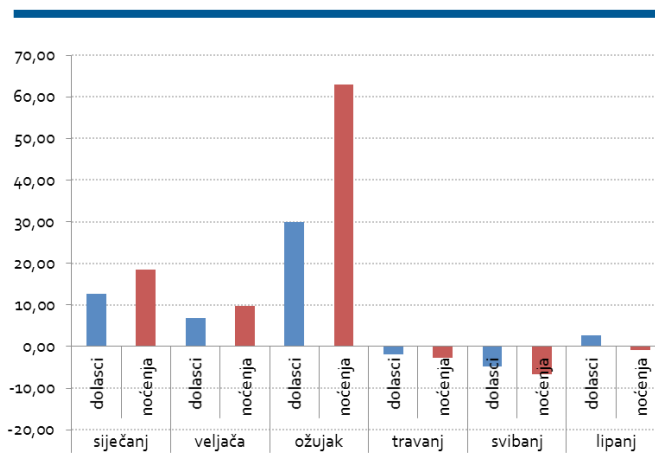
Gospodarsko-političko stanje na tržištu

Francuski ured za statistiku i ekonomske studije (INSEE), u prvom tromjesečju 2015. zabilježio je porast BDP-a za 0,6 %, što je najznačajniji rast od 2013. Statistički podaci INSEE pokazuju stabilnost u potrošnji po domaćinstvu te blagi porast kupovne moći u lipnju u odnosu na svibanj. U drugom tromjesečju 2015. BDP se povećao za 0,3 %, a za 2015. INSEE predviđa povećanje od 1,2 %. Međutim, unatoč navedenim poboljšanjima, ekonomska situacija u Francuskoj još uvijek je vrlo složena. Broj nezaposlenih u porastu je za 0,5 %, odnosno registrirano je 16.200 novo nezaposlenih.

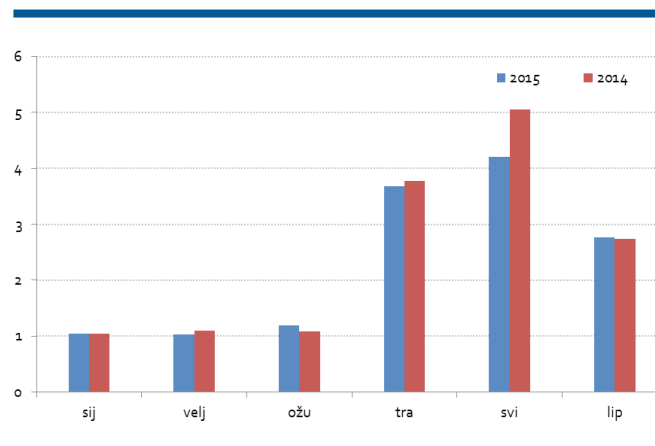
Francuski ekonomski stručnjaci, s guvernerom Francuske nacionalne banke, apeliraju na neophodnost uvođenja strukturalnih reformi, koje neće biti bezbolne, ali su neophodne za izlazak iz aktualne ekonomske krize. Reforme tržišta rada (olakšavanje postupka otpuštanja radnika s ciljem lakšeg zapošljavanja), porezne reforme, mirovinska i reforma zdravstva, neke su od temeljnih strukturalnih reformi koje bi na duže staze trebale ojačati francusku ekonomiju.

Od francuskog Savjetodavnog tijela za ekonomske analize CAE doznajemo kako će u Francuskoj biti jako teško primijeniti strukturalne reforme budući da ih javno mnijenje *a priori* doživljava vrlo negativno: ne samo da reforme u bliskoj budućnosti neće donijeti nikakve pozitivne promjene, nego će utjecati na smanjenje broja radnih mjesta. CAE ističe kako država treba efikasno investirati u domene koje će potaknuti ekonomski rast te da treba smanjiti poreze koji obeshrabruju mlade talente u želji za otvaranjem privatnih tvrtki. Istovremeno, tre-

Francuska – dolasci i noćenja po mjesecima (I. – VI. 2015.) – postotna fluktuacija u usporedbi s prethodnom godinom



Francuska – kretanje udjela tržišta u ukupnom turističkom prometu u 2015. u usporedbi s 2014. (%)



ba voditi računa o socijalnoj zaštiti i pronaći način kako pomoći najosjetljivijem dijelu populacije u suočavanju sa strukturalnim promjenama.

Emitivni turistički promet

Studija kabineta Protourisme o ljetnim odmorima Francuza te statistike Sindikata francuskih turističkih agencija i organizatora putovanja pokazuju sljedeće tendencije:

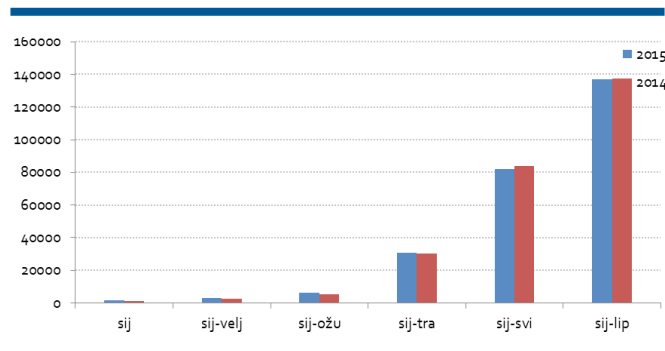
Unatoč krizi većina Francuza planira godišnje odmore, 63 % planira godišnje odmore, što znači 41,8 milijuna Francuza, odnosno 2,8 milijuna više nego 2014. Godišnje odmore u razdoblju srpanj – kolovoz namjerava provesti 46 % ispitanih, odnosno 6 % više nego u 2014. Očekuje se smanjenje budžeta predviđenog za godišnji odmor, odnosno prosječan budžet predviđen za godišnji odmor iznosi 1.979 eura po domaćinstvu, što pokazuje pad od 4,8 % u odnosu na 2014. kada je prosječan budžet iznosio 2.078 eura po domaćinstvu. I zadnji trendovi pokazuju kako je Francuska i dalje naš najveći konkurent. 74 % Francuza odlučilo je provesti ljetni godišnji odmor u Francuskoj, 24 % u Europi, 4 % u Africi, 1 % u Aziji, 1 % u Americi i 1 % u Oceaniji.

Omiljene destinacije Francuza u inozemstvu su Španjolska, Italija i Grčka. U inozemstvu namjerava ljetovati 27 % Francuza (7 milijuna). Top tri inozemne destinacije ostaju nepromijenjene: Španjolska, Italija i Grčka. Interes za ovaj trio je čak u porastu, u odnosu na sve ostale europske i svjetske destinacije. Statistički podaci SETO-a (Udruženje francuskih organizatora putovanja) pokazuju značajan pad prodaje sjevernoafričkih destinacija (- 33 % Maroko, - 38 % Tunis prije zadnjih atentata) te pad u prodaji Turske zbog rata u Siriji (- 41 %). S druge strane, zabilježen je porast u prodaji Španjolske (+ 16 %), Italije (+ 30 %), Grčke (+ 19 %) te Kanarskih otoka (+ 52 %).

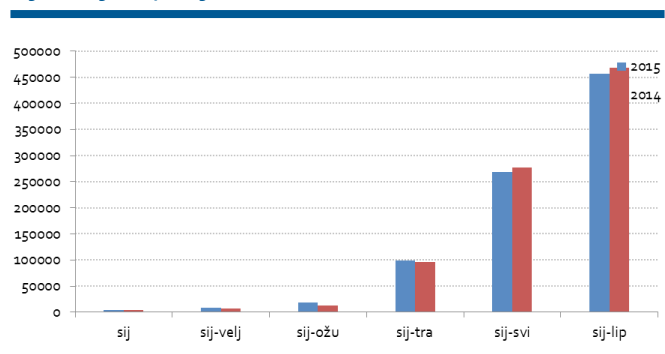
Među dalekim destinacijama najbolje se prodaju Dominikanska Republika i Kuba (+ 117 %).

Atentat 26. lipnja u Soussi rezultirao je masovnim otkazivanjem rezervacija. Prema podacima SNAV-a i SETO-a, Francuzi i dalje masovno otkazuju rezervacije za Tunis zbog nedavnog atentata (otkazano je između 8.000 i 10.000 paket-aranžmana). 80 % Francuza koji su rezervirali godišnji odmor u Tunisu otkazali su rezervacije te promijenili prvotnu destinaciju. Zamjenske destinacije u većini slučajeva su Grčka, Bugarska i Španjolska, ali u manjem broju i Hrvatska.

Francuska – kretanje broja dolazaka u razdoblju siječanj – lipanj 2015. (kumulativno)



Francuska – kretanje broja noćenja u razdoblju siječanj – lipanj 2015. (kumulativno)



Ljetne rezervacije Francuza u 2015.

Organizatori putovanja koji su članovi Data Plus Seto (Fram, Top of Travel, Jet Tours/Thomas Cook, Look Voyages, Nouvelles Frontières, Kuoni, Intermèdes, Voyageurs du Monde, Vacances Transat, Voyage Privé), prije atentata u Tunisu, realizirali su porast u prodaji Hrvatske od 9 % za rezervacije u srpnju te + 5 % za rezervacije u kolovozu i rujnu. Francuski organizatori putovanja koji nisu članovi Data Plus Seto (Promovacances, Plein Vent i Visit Europe) imaju stabilne ljetne rezervacije za Hrvatsku.

Komentar i procjena tržišnih okolnosti

Složena geopolitička situacija u pretežito muslimanskim destinacijama, ide u prilog Hrvatskoj te ostalim južnoeuropskim destinacijama. Prilično negativna medijska praćenost ekonomske krize u Grčkoj također bi mogla ići u prilog Hrvatskoj.

Relativno dobri prodajni trendovi kod većine francuskih organizatora putovanja, ipak nisu garancija za značajnija povećanja dolazaka s ovog tržišta.

Bez obzira na aktualna geopolitička kretanja, pitanje je koliko će Hrvatska, što se tiče francuskog tržišta, iskoristiti aktualnu situaciju u svoju korist. Iako se potencijalno moglo očekivati da bi se u Hrvatsku mogao preusmjeriti dio gostiju koji su zbog atentata u Tunisu otkazali svoj odmor, treba znati kako je Tunis u Francuskoj percipiran kao znatno jeftinija destinacija od Hrvatske te će se u konačnici, pogotovo u špici sezone zbog visokih cijena, mali broj „tuniskih gostiju“ doista i odlučiti na dolazak u Hrvatsku.

Istodobno, naši konkurenti Grčka i Španjolska prodaju znatno povoljnije hotelske aranžmane od hrvatskih. Primjerice, tjedni aranžman od 22. do 29. kolovoza u hotelskom klubu s 3* u Hrvatskoj iznosi 1.349 eura, dok je cijena istog aranžmana u Grčkoj u hotelu s 4* 1.019 eura, odnosno 30 % manje.

Neosporna je činjenica da Hrvatska i dalje nema dovoljan broj hotelskih kapaciteta. Jedan veliki francuski organizator putovanja (nakon nedavnog atentata u Tunisu) želio je otvoriti svoju produkciju u Hrvatskoj, no budući da na željenom otoku nije bilo dovoljno hotelskih kapaciteta, otvorio ju je u Španjolskoj. Iako trenutno brojni francuski organizatori putovanja intenzivno traže odgovarajuće hotelske kapacitete po Hrvatskoj (Look Voyages, FRAM, Marmara...), činjenica je da postojeći hotelijeri nisu spremni prilagoditi se specifičnostima francuskog tržišta tradicionalno naviklog na hotelske klubove. Francuski organizatori putovanja prilagođavaju se aktualnoj geopolitičkoj situaciji te mnogi traže „zamjenske“ sigurne destinacije, među kojima Hrvatska igra jednu od ključnih uloga.

Najmoćniji francuski organizator putovanja TUI France, koji Hrvatsku želi predstaviti kao jednu od svojih prioritarnih destinacija, lansirao je svoj prvi hotelski klub Marmara za 2016.

Značajan faktor u novim akvizicijama su i zračne linije. Koliko određeno tržište ovisi o zračnim linijama vidljivo je iz ovogodišnjeg „francuskog“ slučaja na primjeru Istre gdje je nepotpisivanjem ugovora RyanAira i Zračne luke Pula za 2015. gotovo više nego prepolovljen broj dolazaka u Istru u odnosu na protekle godine. U prvih šest mjeseci zabilježeno je 60 % manje aerodromskih putnika za Pulu

iz Francuske (5.000 dolazaka u 2015. u odnosu na 13.500 u 2014.). Odlaskom RyanAira iz Pule nastala je velika praznina, budući da su francuski putnici *de facto* već navikli na ovu regiju te s obzirom da je svake godine evidentiran rast dolazaka. Međutim ovo je i prilika za nove zrakoplovne kompanije. Predstavništvo je intenzivno u kontaktu sa zrakoplovnim kompanijama za koje postoje naznake da bi u sljedećem razdoblju mogle otvoriti nove zračne linije prema ovoj regiji.

Podatak da se unatoč uobičajenim navikama Francuzi ove godine na odmor odlučuju u posljednjem trenutku (više od 11 milijuna Francuza još uvijek nije odlučilo gdje će provesti godišnji odmor), mogao bi imati utjecaj i na masovnije dolaske u Hrvatsku.

Negativna medijska popraćenost krize u Grčkoj, u manjoj mjeri atentat u Tunisu te hrvatska oglašivača kampanja u pariškim metroima koja se odvija u idealnom trenutku (od 30. lipnja do 12. srpnja), elementi su koji Hrvatskoj idu u prilog i koji bi mogli potaknuti dobru prodaju destinacije na francuskom tržištu tijekom ljetnih mjeseci, ali i u razdoblju posezone.

Aktivnosti predstavništva

- B2B radionica, na kojoj je prisustvovalo 40-ak regionalnih agenata, održala se 2. lipnja u Bordeauxu u partnerstvu s aerodromom Bordeaux, organizatorom putovanja Fram, zračnom kompanijom Volotea i Dubrovačko-neretvanskom županijom. Cilj radionice bila je edukacija agenata iz ove francuske regije iz koje dosad nije postojala izravna zračna veza s Hrvatskom.
- Predstavništvo je u suradnji s TZ Istre u prostorijama Veleposlanstva RH u Francuskoj 22. lipnja organiziralo B2B prezentaciju Istre kojoj je prisustvovalo 50-ak francuskih organizatora putovanja, MICE i turističkih agenata, zračnih kompanija i novinara. Izuzetan interes najvećih francuskih, ali i specijaliziranih organizatora putovanja potvrdio je veliki interes francuskih partnera za dolaske u ovu regiju. Prezentaciji su prisustvovali i predstavnici najvećih hotelskih grupacija regije: Istraturist, Plava laguna, Valamar, Arenaturist, receptivne agencije Ilustris

Travel i Kompas te predstavnici Zračne luke Pula. Ove godine evidentan je pad dolazaka francuskih gostiju u ovu regiju zbog nepostojanja izravnih zračnih linija te će se u sljedećem razdoblju pokušati stvoriti preduvjeti za uvođenje novih zrakoplovnih linija iz Francuske.

- Predstavništvo je sudjelovalo na Festivalu turizma i strategija koji se od 3. do 6. lipnja održao u Rueil Malmasonu (Pariz). U natjecateljskom dijelu sudjelovali su Zadar i Zagreb te 30-tak europskih gradova koji su se u sklopu festivala predstavili sa svojim novim turističkim strategijama. Zagreb je tom prilikom osvojio jednu od glavnih nagrada. Predstavništvo je sudjelovalo na brojnim događanjima te na taj način najavilo domaćinstvo ove značajne europske manifestacije sljedeće godine u Dubrovniku.
- Od 5. do 8. lipnja realizirano je studijsko putovanje s ciljem promocije novog leta Croatia Airlinesa iz Nice za Dubrovnik. Radi se o regionalnim novinarima tiskanih medija Nice te TV kanalu Azur TV. Program je uključivao snimanje Dubrovnika te PPS destinacije Mljet, Pelješac i Korčulu.
- Od 8. do 12. lipnja realizirano je *press* putovanje Routard.com u Slavoniju. Nakon boravka u regijama Osijek-Baranja te Vukovar-Srijem, novinarka Marie Borgers planira objaviti članak od šest stranica na web stranicama Routard.com. Riječ je o jednom od najznačajnijih web stranica za putovanja u Francuskoj (2 milijuna posjetitelja mjesečno).
- Zlatna penkala, od 12. do 14. lipnja – Na ovogodišnjoj Zlatnoj penkali sudjelovalo je pet francuskih novinara: Emmanuelle Courrèges (tisak), Xavier i Nathalie Grimault (glavni urednik Thalassa, najpoznatija TV emisija specijalizirana za putovanja) i Sébastien i Manuelle Augereau (blog Milesandlove.com).
- Realizirano je *press* putovanje za časopis Neptune Yachting, kojeg smo organizirali u suradnji s organizatorom putovanja TUI Marina, zatim je realizirano studijsko putovanje novinara Pascale Desclos i Christian Goupi za časopis Version Femina (tjedna naklada tri milijuna primjeraka, sedam milijuna čitatelja) te studijsko putovanje autora vodiča Michelin, jednog od najprodavanijih svjetskih turističkih vodiča.

ITALIJA

Turistički promet s tržišta u razdoblju siječanj – lipanj

2015.			2014.			indeks 2015./14.	
dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
271.811	820.879	4,71	259.027	769.028	4,63	104,94	106,74

Izvor: Hrvatska turistička zajednica

Gospodarsko-politička situacija

U mjesečnom izvješću za lipanj, ISTAT (talijanski državni ured za statistiku), objavljuje kako se talijanska ekonomija nastavlja oporavljati, iako se intenzitet oporavka smanjio u odnosu na prva tri mjeseca 2015. godine. Tržište rada bilježi nove pozitivne signale od strane ponude. Na makroekonomskoj razini vlada neizvjesnost zbog grčke krize.

Emitivni turistički promet

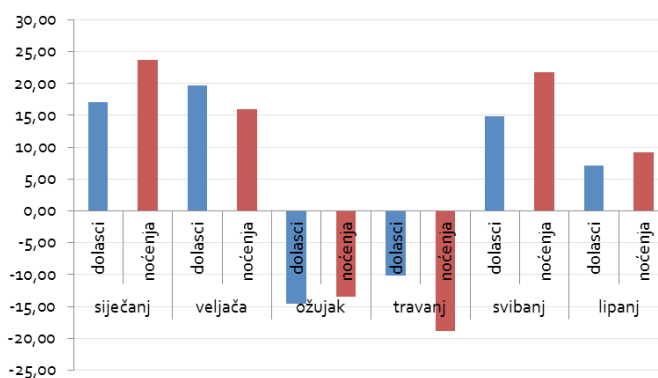
Objavljeno je istraživanje Instituta Doxa, a prvi ohrabrujući podatak odnosi se na Talijane koji će putovati na godišnji odmor. Prvi put, nakon nekoliko godina, njihov broj prelazi 50 % (od ukupnog stanovništva) i to predstavlja povećanje od 8 % u odnosu na prethodnu godinu. Italija je i dalje omiljena destinacija (74 %).

Confesercenti, jedna od najvažnijih poslovnih udruga, predstavljaju više od 350.000 tvrtki od kojih veliki broj u turizmu, provela je veliko istraživanje, a na osnovu rezultata zaključuju da se oporavkom ekonomije, i porastom BDP-a automatski počeo oporavljati i turizam. Raste želja za putovanjima, a ove godine je po istraživanjima, Hrvatska prestigla Španjolsku koja je od 2008. neprestano bila na prvom mjestu na listi omiljenih inozemnih destinacija.

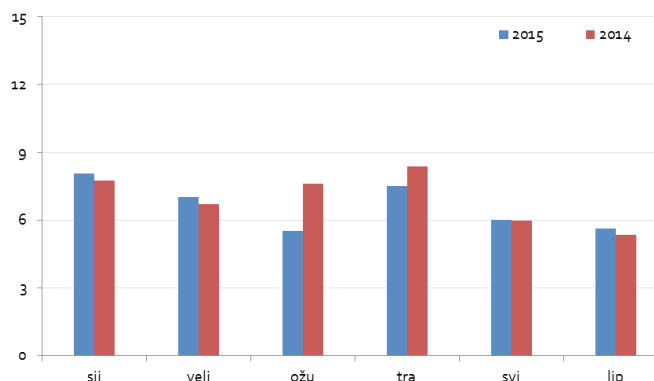
Rezultati Hrvatske

Većina turoperatora je zadovoljna tijekom sezone, realiziraju veliki broj upita, te potvrđuju da će sezona dosegnuti prošlogodišnje brojke, a nadaju se i blagom porastu. Njihov optimizam potvrđuju i brojke, u prvih 6 mjeseci

Italija – dolasci i noćenja po mjesecima (I. – VI. 2015.) – postotna fluktuacija u usporedbi s prethodnom godinom

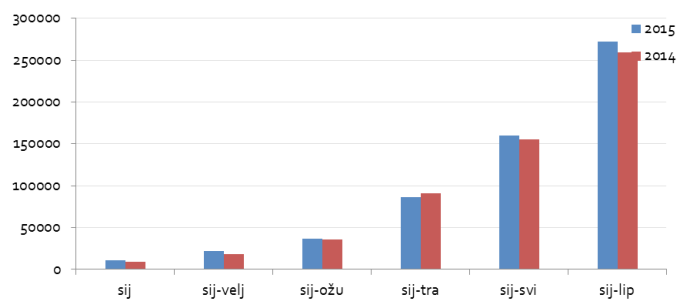


Italija – kretanje udjela tržišta u ukupnom turističkom prometu u 2015. u usporedbi s 2014. (%)

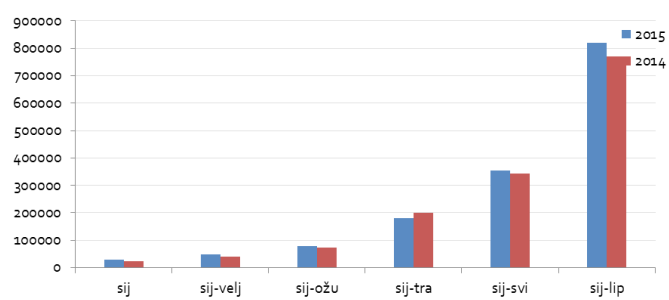


Hrvatsku je posjetilo 5 % više talijanskih turista u odnosu na isto razdoblje 2014., a broj noćenja je povećan za 6,8 % u istom razdoblju.

Italija – kretanje broja dolazaka u razdoblju siječanj – lipanj 2015. (kumulativno)



Italija – kretanje broja noćenja u razdoblju siječanj – lipanj 2015. (kumulativno)



JAPAN

Turistički promet s tržišta u razdoblju siječanj – lipanj

2015.			2014.			indeks 2015./14.	
dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
68.875	97.618	0,56	68.661	95.722	0,58	100,31	101,98

Izvor: Hrvatska turistička zajednica

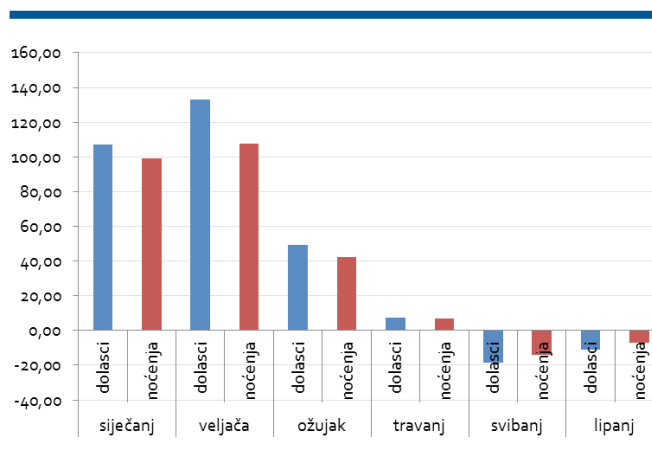
Vijesti iz sektora

Izvršni članovi JATA TEAM EUROPE održali su 18. lipnja u Tokiju izvandrednu sjednicu kako objavili projekt «30 prekrasnih sela». Riječ je o projektu u kojem sudjeluje 27 europskih zemalja, a najljepša sela odabralo je 300 turističkih djelatnika iz Japana. Oni su izabrali 41 destinaciju – kandidata, a 17. lipnja napravljen je konačan izbor. Među 30 sela i manjih gradova koji su se našli u konačnom izboru, najpopularnije europske destinacije u Japanu, Francuska, Italija i Njemačka bile su zastupljene s dvije nominirane destinacije dok su druge destinacije dobile po jednu. Hrvatska je kandidirala nekoliko destinacija, a izabran je grad Rovinj.

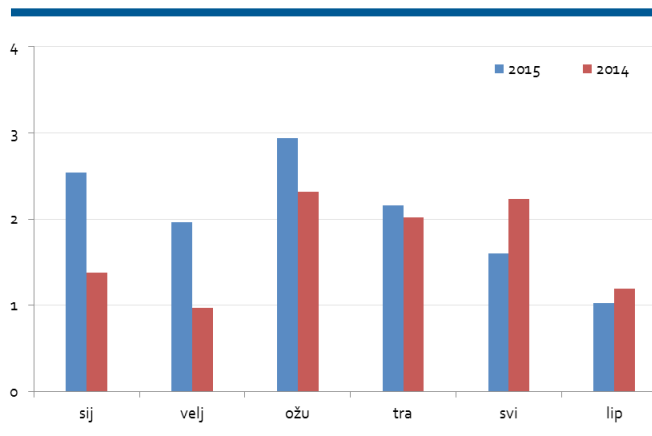
Projekt je osmišljen u suradnji s predstavništvima turističkih zajednica, turoperatorima, turističkim agencijama i zrakoplovnim kompanijama s ciljem stvaranja programa koji bi uključivali dosad nedovoljno poznate destinacije među japanskim turistima te kako bi ih se na taj način motiviralo da posjete i upoznaju destinacije koje imaju vrlo bogatu ponudu i dugu turističku tradiciju, a nedovoljno su poznate u Japanu. 16 turističkih agencija koje su članice JATA TEAM EUROPE udruženja tijekom srpnja izabrati će destinaciju ili više njih nakog čega se planiraju studijska putovanja tijekom rujna. Realizacija novih programa predviđa se za početak sljedeće godine.

Krajem rujna održava se JATA TOURISM EXPO JAPAN sajam tijekom kojeg će se održati seminari za profesionalce, a za individualne posjetitelje organizirati će se izložba fotografija kako bi gledajući vizuale prekrasnih krajolika i bogate kulture i tradicije destinacije, mogli dobiti prvi utisak o novim destinacijama koje nudi projekt. Predsjednik «30 prekrasnih sela» g. Kogi kaže da je siguran kako

Japan – dolasci i noćenja po mjesecima (I. – VI. 2015.) – postotna fluktuacija u usporedbi s prethodnom godinom



Japan – kretanje udjela tržišta u ukupnom turističkom prometu u 2015. u usporedbi s 2014. (%)



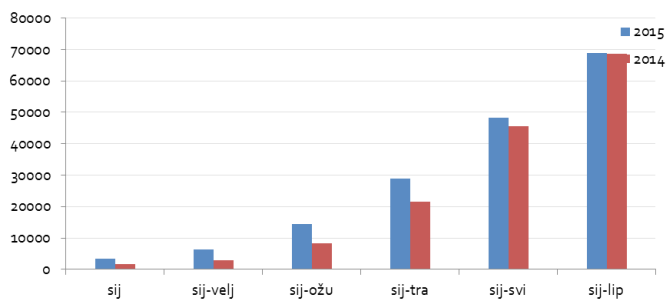
će projekt dovesti do povećanja posjeta individualnih japanskih turista. Osim spomenutog sajma, planiraju se seminari na temu «Prekrasna sela» u japanskim regijama od listopada 2015. do siječnja 2016.

Receptivni i emitivni turistički promet

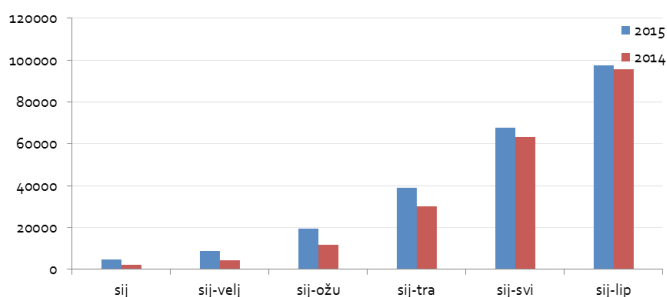
Japan National Tourist Organization (JNTO) objavio je 17. lipnja rezultate dolazaka inozemnih turista u Japan i odlazaka japanskih u inozemstvo za mjesec svibanj. Japanski turisti realizirali su 1.250.000 odlazaka u inozemstvo tijekom svibnja, što je -2,4 % manje u usporedbi s istim razdobljem prethodne godine. Za razdoblje siječanj-svibanj zabilježeno je 6.421.600 odlazaka odnosno pad od -4,5 %. U svibnju je ostvareno 1.641.800 dolazaka stranih turista u Japan što predstavlja rast od 49,6 % u usporedbi s prethodnom godinom. U razdoblju siječanj-svibanj bilježi se 7.537.800 dolazaka odnosno rast od 44,9 %.

Rezultati s japanskog tržišta relativno su dobri uzme li se u obzir da Hrvatska i dalje ostvaruje rast turističkog prometa s japanskog tržišta dok većina europskih destinacija bilježi negativne rezultate u ovoj godini.

Japan – kretanje broja dolazaka u razdoblju siječanj – lipanj 2015. (kumulativno)



Japan – kretanje broja noćenja u razdoblju siječanj – lipanj 2015. (kumulativno)



MAĐARSKA

Turistički promet s tržišta u razdoblju siječanj – lipanj

2015.			2014.			indeks 2015./14.	
dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
86.731	345.636	1,98	76.876	301.562	1,82	112,82	114,62

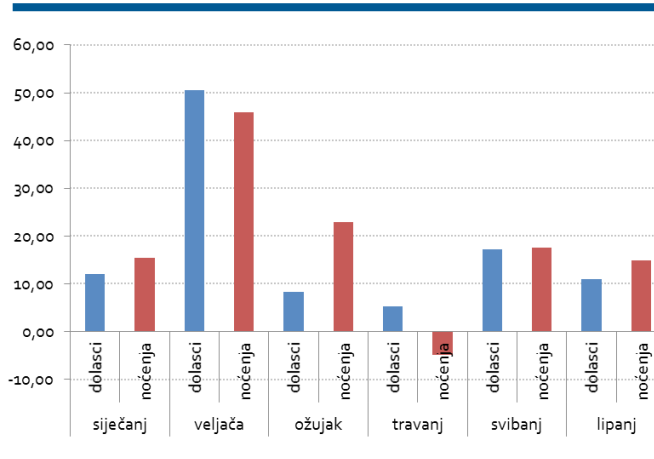
Izvor: Hrvatska turistička zajednica

Gospodarsko-političko stanje na tržištu

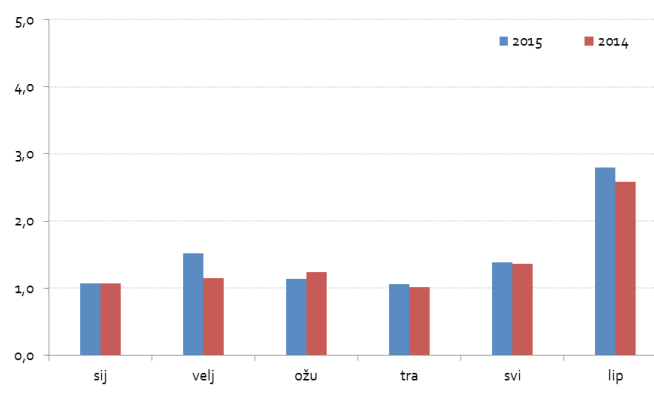
Politička situacija u Mađarskoj tijekom lipnja bila je obilježena problemima koje donosi veliki broj izbjeglica iz afričkih i azijskih zemalja (iz Libije, Sirije, Iraka, Afganistana, Pakistana, Kosova i drugih zemalja). U prvoj polovici godine u Mađarsku je ilegalno pristiglo preko 70.000 osoba i ukoliko se ništa ne poduzme u sprečavanju ilegalnih prijelaza granice, do konca godine ova brojka mogla bi biti veća od 130.000. Ovoliki broj izbjeglica preveliko je opterećenje za mađarsko gospodarstvo, naglašava mađarski premijer Viktor Orban koji je i najavio zatvaranje granice sa Srbijom podizanjem ograde visoke četiri metra duž cijele granične linije. Premijer Orban smatra kako određivanje kvota po kojima pojedine članice trebaju zbrinjavati određeni broj izbjeglica nema smisla te kako bi odluke trebalo prepustiti vladama članica. Također ukazuje kako će Mađarska, kao i do sada, imati razumijevanja za ljude koji su prinuđeni napustiti svoju zemlju zbog političkih progona, ali kako uslijed svojih gospodarskih problema, Mađarska nije u mogućnosti primati i zbrinjavati i izbjeglice koji svoju zemlju napuštaju zbog ekonomskih razloga.

Prema podacima mađarskog ureda za statistiku (KSH), u prvom kvartalu 2015., GBP je zabilježio porast od 3,5 %, industrijska proizvodnja u travnju bilježi porast od 6,3 % (u odnosu na isti mjesec prošle godine). U travnju je vrijednost izvoza (računato u eurima) povećana za 8,4 %, a vrijednost uvoza (računato u eurima) povećala se za 9,4 %. U razdoblju ožujak – svibanj bilježi se nezaposlenost od 7,2 %. U svibnju je zabilježen pad cijena roba i usluga za 0,5 % u odnosu na isti mjesec prošle godine. Domaća

Mađarska – dolasci i noćenja po mjesecima (I. – VI. 2015.) – postotna fluktuacija u usporedbi s prethodnom godinom



Mađarska – kretanje udjela tržišta u ukupnom turističkom prometu u 2015. u usporedbi s 2014. (%)



potrošnja pokazuje blagi rast, u svibnju je porasla za 4,2 % u odnosu na isti mjesec prethodne godine. Također se bilježi kako je prosječna neto plaća u prvom kvartalu iznosila 156.735.- HUF (oko 507 eura), što je za 4,1 % više u odnosu na isto razdoblje prošle godine.

Emitivni turistički promet

Tijekom druge polovice lipnja turistički portal Travelo objavio je razgovore s čelnicima mađarskih organizatora putovanja Neckermann, Ibusz, OTP Travel, Vista i Kartago Tours o njihovim ovogodišnjim iskustvima:

- za ovu godinu predviđa se oko 130.000 čarter putnika iz Mađarske, za razliku od 2008. kada je bilo preko 275.000 putnika
- zbog situacije u Tunisu i Grčkoj veliki broj putnika opredjeljuje se za Tursku kao čarter destinaciju
- znatno više putnika ranije je rezerviralo putovanja zbog loših prošlogodišnjih iskustava s *last minute* ponudom u Mađarskoj (oni koji čekaju *last minute* ponudu nije sigurno da će dobiti mogućnost putovanja kamo žele i kada žele)
- umjesto najjeftinijih paketa, preferiraju se kvalitetne ponude s programima za djecu.

Rezultati Hrvatske

U lipnju je zabilježen porast broja dolazaka (+ 10,91 %) i noćenja (+ 14,89 %) te je Mađarska postala osmo najvažnije emitivno tržište po broju dolazaka i deveto najvažnije emitivno tržište prema broju noćenja.

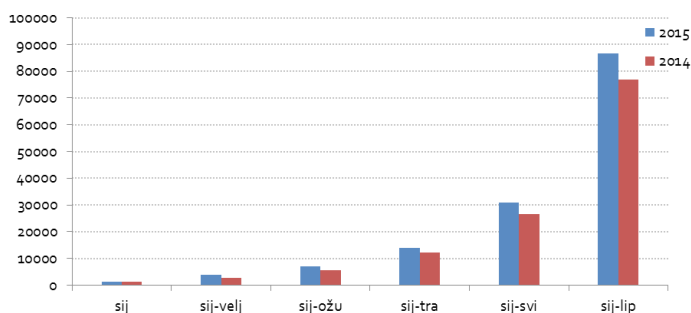
U razdoblju siječanj – lipanj zabilježen je porast broja dolazaka (+ 12,82 % - treći najveći porast s najvažnijih emitivnih tržišta) i porast broja noćenja (14,62 % - drugi najveći porast s najvažnijih emitivnih tržišta).

Gotovo svi mađarski turoperatori koji imaju hrvatske programe naglašavaju kako imaju osjetno bolje rezultate nego u istom razdoblju prošle godine.

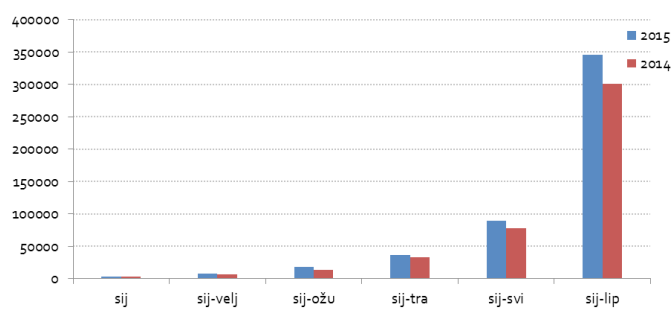
Aktivnosti predstavnštva

- Tijekom lipnja veliki broj mađarskih medija objavili su priloge o porastu broja dolazaka i noćenja mađarskih turista u Hrvatsku tijekom

Mađarska – kretanje broja dolazaka u razdoblju siječanj – lipanj 2015. (kumulativno)



Mađarska – kretanje broja noćenja u razdoblju siječanj – lipanj 2015. (kumulativno)



svibnja, a na komercijalnim radio i TV postajama, te na javnoj televiziji objavljeno je nekoliko razgovora s voditeljem ureda o predstojećoj sezoni.

- Objavljeni prilog u lipanjskom broju magazina Forbes (14 stranica teksta i fotografija) rezultat je studijskog putovanja novinara tijekom svibnja u Istru.
- Održano je i nekoliko izložbi na „hrvatske teme“, a posebno je bila zapažena proslava Dana državnosti Republike Hrvatske u hrvatskom veleposlanstvu, uz nazočnost poznatih mađarskih novinara i urednika.
- S mađarskim turističkim novinarima održan je tradicionalan susret predstavnika nacionalnih turističkih predstavnika u Mađarskoj (Francuska, Poljska, Slovačka, Cipar, Malta i Hrvatska).

NJEMAČKA

Turistički promet s tržišta u razdoblju siječanj – svibanj

2015.			2014.			indeks 2015./14.	
dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
605.838	3.740.621	21,47	578.434	3.676.866	22,15	104,74	101,73

Izvor: Hrvatska turistička zajednica

Gospodarsko-političko stanje na tržištu

Javni život u Njemačkoj krajem lipnja obilježen je događajima vezanim za krize u Grčkoj i Tunis. Atentat u Tunisu zaprepastio je njemačku javnost, a među poginulima bilo je i Nijemaca.

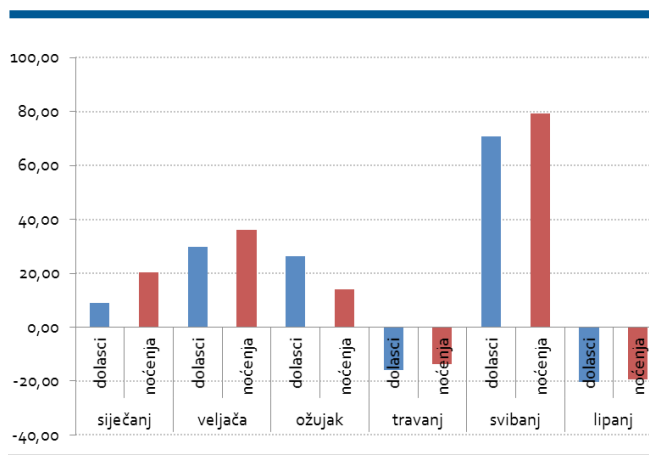
Njemački mediji također vrlo opširno izvještavaju o situaciji u Grčkoj i o mogućim posljedicama grčkog bankrota za euro, Europsku uniju i samu Njemačku. Vijest u prekidu pomoći EU-a Grčkoj iznenadila je javnost jer su svi očekivali kompromis i nastavak procesa spašavanja Grčke od ekonomskog sloma. Grčki referendum samo je već neizvjesnu situaciju učinio još težom.

Emitivni turistički promet

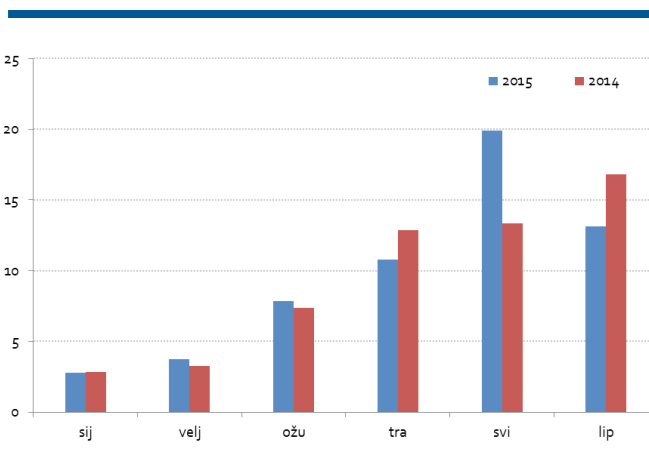
I njemačko turističko tržište potreseno je tim događajima. Kako se radi o dva odredišta prema kojima Nijemci u velikoj većini putuju posredstvom lanaca organizatora putovanja, u poslovnom sektoru zavlada je zabrinutost te su organizatori putovanja izrazili suosjećanje i sućut prema stradalima i njihovim obiteljima.

Tunis se tek počeo oporavljati nakon prvog napada na turiste u muzeju Bardo u ožujku kada je buking za Tunis gotovo stao. Nakon tri mjeseca organizatori putovanja su se ponovno odvažili u jačanju vlastitih programa prema toj destinaciji. Nakon najnovijeg događaja u kojem je stradao barem jedan njemački gost, situacija se vrtoglavo promijenila. Organizatori putovanja napuštaju zemlju i svima koji su bukirali odmor u Tunisu s polaskom do kraja srpnja nude besplatno storniranje ili promjenu odredišta.

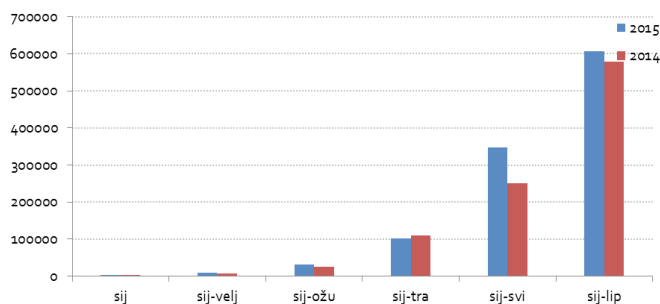
Njemačka – dolasci i noćenja po mjesecima (I. – VI. 2015.) – postotna fluktuacija u usporedbi s prethodnom godinom



Njemačka – kretanje udjela tržišta u ukupnom turističkom prometu u 2015. u usporedbi s 2014. (%)



Njemačka – kretanje broja dolazaka u razdoblju siječanj – lipanj 2015. (kumulativno)



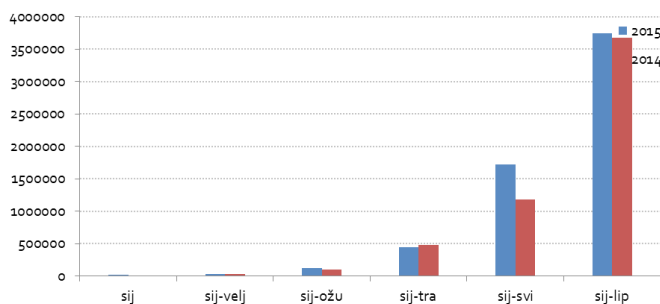
Organizatori putovanja organiziraju specijalne letove kako bi u što kraćem roku svojim klijentima pružili mogućnost da napuste zemlju. Takve ponude uglavnom se odnose na one goste koji su preko organizatora putovanja bukivali kompletan paket s letom. TUI nudi mogućnost besplatnog storniranja svih aranžmana za Tunis s polaskom do 15. rujna.

Ministarstvo vanjskih poslova Njemačke izdalo je upozorenje putnicima koji namjeravaju posjetiti Grčku da se pripreme na eventualne poteškoće s podizanjem gotovine. Organizatori putovanja putem vlastitih kanala savjetuju svoje klijente da sa sobom ponesu dovoljnu količinu gotovog novca, ali ne daju mogućnost besplatnog storniranja ili prebukiranja već plaćenih aranžmana. Grčka još uvijek stoji u fokusu samih organizatora putovanja.

Očekuje se da će Grčka na emitivnom tržištu Njemačkoj trpjeti štetu ove sezone. Međutim, mora se uzeti u obzir da je većina aranžmana za ljetnu sezonu u Grčkoj već prodana te se ne očekuju značajnija storniranja rezervacija u grčkim turističkim odredištima. Ove godine u Grčkoj se s njemačkog tržišta očekivala rekordna sezona, a kratko prije eskalacije krize Grčka se u Njemačkoj vrlo dobro prodavala.

Predstavnici njemačkih organizatora putovanja bili su optimistični. Udruga njemačkih putničkih agencija je do kraja lipnja „smirivala strasti“ vezane za situaciju u Grčkoj. Napominju da do tog trenutka nije poznat slučaj povlačenja ili odbijanja rezervacija te da je potražnja i dalje velika. Između siječnja i svibnja buking je kod njemačkih organizatora putovanja bio na prošlogodišnjoj razini. U svibnju je zabilježen i jači porast bukinga. Ipak, Udruga želi spriječiti bojazan njemačkih turista te im daje savjete kako se nositi s tim. Njemački gosti su i dalje dobrodošli i grčki

Njemačka – kretanje broja noćenja u razdoblju siječanj – lipanj 2015. (kumulativno)



domaćini su zahvalni za svaku pomoć, obavještava DRV. Njemački organizatori putovanja u Grčkoj imaju vlastite hotelske lance i agencije. Veliki dio godišnje dobiti ovisi im o poslovanju u Grčkoj tako da će pokušati na sve načine izvući sezonu.

Stanje prodaje za Tunis

Najnovija istraživanja Traveltainmenta (platforma preko koje se bukiraju sva putovanja u turističkim agencijama) pokazuju da se ulazni buking za Tunis nakon atentata prepolovio. Prije atentata, preko Traveltainmenta, obrađivalo se oko 100.000 upita za Tunis na dan, dok je nakon atentata bilo samo 47.000 upita. Nakon prvog atentata u Tunisu, prodaja aranžmana u Njemačkoj se poboljšala. Trenutno, tuniska vlada poduzima dodatne mjere kako bi se turisti zadržali, a jedna od mjera je ukidanje pristojbe za izlazak iz Tunisa.

Do atentata, Tunis se oporavljao od posljedica napada na turiste u ožujku. TUI grupa značajnije je ušla u posao s Tunisom. Organizirani su novi letovi koje je subvencioniralo tunisko ministarstvo turizma. Do kraja lipnja Tunis je izdvojio pet milijuna eura na subvencioniranje zračnog prijevoza.

Stanje prodaje za Grčku

Do referenduma, Traveltainment je imao oko 340.000 upita dnevno, a tjedan ranije imali su 362.000 upita. Interes se smanjio za 6 %, iz čega se nije moglo zaključiti da su Nijemci zbog grčke dužničke krize odustali od odmora u Grčkoj.

Nakon referenduma, prema podacima Traveltainmenta, od 29. lipnja do 5. srpnja buking je pao za 39 % u odnosu na isti tjedan prethodne godine. U te podatke ulaze sva paušalna i *last minute* putovanja koja se generiraju preko sustava Amadeus u stacionarnim turističkim agencijama i TT IBE sustavu u *online* turističkim agencijama. Mjerenja se odnose na realizirane bukinge u tom razdoblju bez obzira na datum stvarnog polaska. Attika Reisen, specijalist za Grčku, javlja o padu novih bukinga za 20 % do 25 % u odnosu na isto razdoblje prošle godine.

Organizatori putovanja i agencije primaju brojne upite klijenata o stanju u Grčkoj (podizanje gotovine, nestašica goriva na benzinskim crpkama, zdravstvena zaštita). U medijima se raširila vijest da hotelski lanci raspolažu zalihama hrane za samo deset dana. Organizatori putovanja umiruju situaciju te javljaju da nestašice goriva nema i da domovi zdravlja rade normalno. Također, podizanje gotovine na bankomatima limitirano je u iznosu kao u matičnoj zemlji. Hotelijeri nastoje pružati gostima sve usluge koje su ugovorene.

Njemačka turistička udruga DRV izvijestila je da su usluge koje su gosti ugovorili s njemačkim organizatorima putovanja osigurane te da nema ograničavajućih faktora u pružanju usluga.

Stanje prodaje za Hrvatsku

Lipanj je bio vrlo dobar mjesec za prodaju aranžmana za Hrvatsku. Organizatori putovanja bilježe 10 % do 20 % bolju prodaju u odnosu na isti mjesec prošle godine. Potencijalni klijenti sve kasnije bukiraju što dovodi do promjena u politici organizatora putovanja. Ulazni bukinzi za Hrvatsku nastavljaju s rastom.

Gotovo svi organizatori putovanja bilježe pozitivne rezultate. Pojedini bilježe i dvoznamenkasti rast što je dobar trend prije početka glavne turističke sezone. Predsezona se može okarakterizirati uspješnom. Nakon prvih šest mjeseci, dolasci su povećani za 4,7 %, a noćenja za 1,7 %, a rast se poglavito odnosi na vrlo dobra ostvarenja u svibnju. U 2015. proljetni praznici u južnim njemačkim pokrajinama pomaknuti su za dva tjedna ranije u odnosu na 2014., što je za Hrvatsku nepovoljnije.

Stanje prodaje u turističkim agencijama

Prema izvješću GfK instituta za istraživanje tržišta, nakon kratkog lošijeg razdoblja, broj rezervacija u putničkim agencijama u svibnju se povećao. Rezultati za nadolazeću ljetnu sezonu su dobi, kao i za jesen. Zbog lošeg bukinga u svibnju 2014. (buking za ljetno 2014. bio je 6,7 % niži nego 2013.), u 2015. agencije bilježe porast prometa od 21 %. Kao razlog navode održavanje Svjetskog nogometnog prvenstva u lipnju kada su otkazane brojne rezervacije, a poslovanje se stabiliziralo tek u kolovozu.

Kumulativni rast prodaje za ljetnu sezonu trenutačno je na razini od 7,5 % u usporedbi s prošlom godinom. I u agencijama je primjetan trend kasnijeg bukinga.

Istraživanje o potrošnji Nijemaca na putovanju i o hotelskim markama

Institut za istraživanje tržišta YouGov za Targobank anketirao je 1.003 osoba o izdacima za godišnji odmor. Rezultati su pokazali da 56 % Nijemaca ovog ljeta želi putovati na odmor, 26 % želi ostati kod kuće, a 18 % je još uvijek neodlučno. Trećina ispitanika planira potrošiti 500 eura po osobi, 20 % želi potrošiti 1.000 – 1.500 eura po osobi, trećina ispitanika spremna je platiti najmanje 1.500 eura po osobi, svaki peti bi potrošio čak više od 2.000 eura, a 8 % ispitanika potrošilo bi više od 3.000 eura.

Što se tiče načina plaćanja, 44 % turista plaća *online*, 37 % plaća kreditnom karticom, a 33 % plaća gotovinom. Četvrtina ispitanika koristi debitnu karticu. U destinaciji, 81 % turista plaća gotovinom, a polovica koristi debitne i kreditne kartice.

Za svoj novac Nijemci traže kvalitetu koja im je predstavljena prije kupnje samog aranžmana. Turističke agencije imaju jasnu sliku o tome što očekuju od hotelskog branda. Ono što je najvažnije su: pouzdanost, razumne cijene i kvalitetan proizvod. To je rezultat ekskluzivnog istraživanja stručnog časopisa za turizam Fwv o hotelskim i *resort* brandovima. Ocijenjeno je 20 poznatih hotelskih i *resort* marki u bližim i srednje udaljenim destinacija s naglaskom na sunce, plažu i more.

U ukupnom poretku vodi Robinson. TUI-jev brand vodi pred Sensimarom, Magic Lifeom i Aldianom. Peto mjesto dijele Iberotel i Riu. Alltoursova marka Allsun vodi s najboljom vrijednosti za novac. Kod ocjene najurednijih soba vode Sensimar, Jumeirah, Meliá, Mövenpick i Sentido.

Receptivni turizam u Njemačkoj

Broj noćenja u njemačkim hotelima u travnju bio je u minusu u odnosu na prošlogodišnji travanj, a kao razlog navodi se nepovoljan raspored uskrasnih blagdana. Prema podacima Saveznog zavoda za statistiku, hoteli s deset ili više kreveta za mjesec dana ostvarili su 33.200.000 noćenja, što je otprilike isti broj kao i godinu dana ranije. Izostalo je uobičajeno povećanje, koje je prema procjenama statističara povezano s ranim početkom Uskrsa. Broj noćenja u prva četiri mjeseca premašuje prošlogodišnje rezultate u istom razdoblju za 3 %.

POLJSKA

Turistički promet s tržišta u razdoblju siječanj – lipanj

2015.			2014.			indeks 2015./14.	
dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
125.688	596.885	3,43	134.109	617.160	3,72	93,72	96,71

Izvor: Hrvatska turistička zajednica

Gospodarsko-političko stanje na tržištu

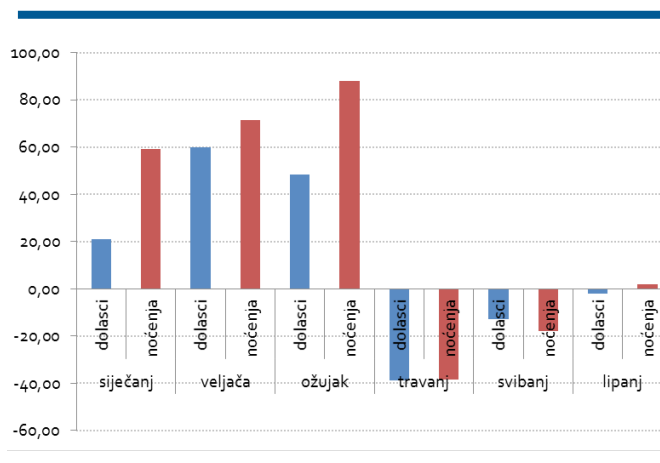
Državni ured za statistiku Republike Poljske objavio je nekoliko važnih makroekonomskih pokazatelja o stanju poljskog gospodarstva. Vijeće za monetarnu politiku Narodne banke Poljske odlučilo je da eskontna stopa i dalje ostaje nepromijenjena i iznosi 1,5 %. Deflacija je u svibnju na godišnjoj razini iznosila 0,9 %. Najveći utjecaj na pad cijena, a time i deflatorna kretanja, imali su u transportu, kod prehrambenih proizvoda, odjeće i obuće. Industrijska proizvodnja u svibnju je iznosila + 2,8 % na godišnjoj razini. Prodaja na malo u svibnju je porasla za 1,8 % na godišnjoj razini. U svibnju 2015., stopa nezaposlenosti iznosila je 10,8 %, dok je u svibnju 2014. bila 12,5 %.

Emitivni turistički promet

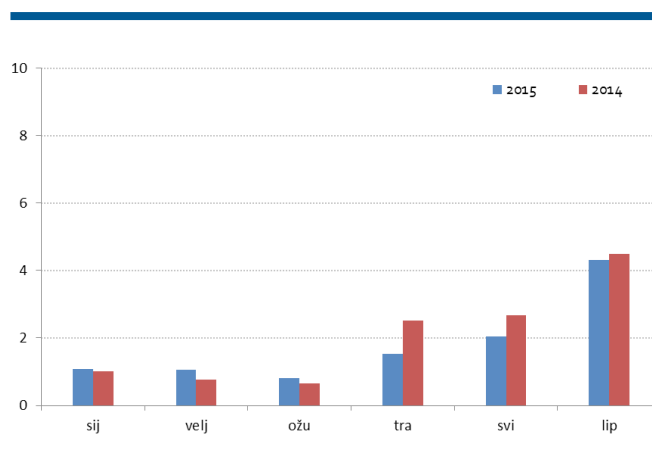
Tijekom lipnja, poljski mediji objavljuju poredak najpopularnijih destinacija poljskih turista. Najpopularnije su Grčka, Španjolska, Bugarska, Turska i Hrvatska.

Dva događaja obilježila su lipanj, a imaju direktan i indirektan utjecaj na turistička kretanja s poljskog tržišta. Prvi je ponovni teroristički napad u Tunisu sa smrtnim ishodom. Poljsko Ministarstvo vanjskih poslova objavilo je izvanredno priopćenje kojim poljske građane upozorava da ne putuju u Tunis, a ne savjetuju ni putovanja izvan egipatskih ljetovališta u pravcu Kaira i piramida. Najveći poljski organizatori putovanja (TUI Poljska, Rainbow Tours, ITAKA i Neckermann) do daljnjeg su obustavili

Poljska – dolasci i noćenja po mjesecima (I. – VI. 2015.) – postotna fluktuacija u usporedbi s prethodnom godinom



Poljska – kretanje udjela tržišta u ukupnom turističkom prometu u 2015. u usporedbi s 2014. (%)



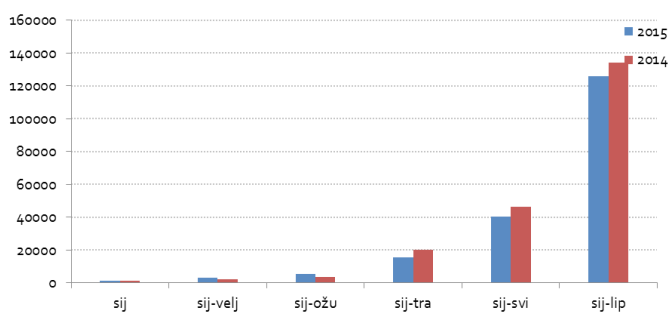
prodaju aranžmana za Tunis, a koncem mjeseca TUI Poljska odustala je od prodaje paketa za Egipat.

Drugi događaj vezan je za gospodarske probleme u Grčkoj te posljedice koje bi mogli imati poljski turisti koji su kupili aranžmane za Grčku ili to namjeravaju napraviti u idućih nekoliko tjedana. Prema pisanju poljskih medija, dojam je da poljski turisti neće odustati od putovanja u Grčku. Također, tijekom travnja, svibnja i dijelom lipnja Grčka promotivna kampanja u Poljskoj zasjenila je sve druge destinacije cjenovno i atraktivnošću ponude. Tjedan dana u Grčkoj zrakoplovom, u hotelu s tri zvjezdice u lipnju mogao se kupiti već od 300 eura, a letovi prema Grčkoj odvijali su se s osam poljskih aerodroma. Grčki organizator putovanja Grecos je billboardima u najvećim poljskim gradovima nudio 18 grčkih odredišta tjedno. I inače atraktivna ponuda Turske, nije se mogla mjeriti s grčkom promotivnom kampanjom i prije svega cijenama. Također, osim velikog i objektivnog publiciteta koji je Grčka imala u poljskim medijima u lipnju, manji dio poljskih medija gotovo „navijački“ preporučao je Grčku kao najbolji izbor za ljetovanje.

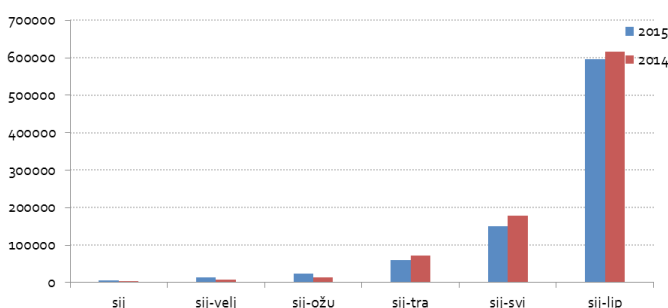
Hrvatska turistička ponuda u svibnju i lipnju ne postoji ili je neatraktivna u odnosu na druge mediteranske destinacije. Prvenstveno, to se odnosi na nedostatak paket-aranžmana sa zrakoplovima (tek u zadnjem tjednu lipnja poletio je jedan čarter za Dubrovnik). Cjenovno, paket-aranžmani za Hrvatsku autobusom su neatraktivni u odnosu na pakete zrakoplovom prije svega prema Grčkoj, ali i prema drugim destinacijama (Turska, Bugarska, Španjolska).

U 2015. poljski Eurolot nema letove prema Hrvatskoj, dok je u 2014. letio već od lipnja s 14 letova tjedno. Taj nedostatak vidljiv je i kroz turistički promet u predsezoni. Dakle, nedostatak zrakoplova i veliki pad prodaje paket-aranžmana s autobusnim prijevozom, teško mogu nadoknaditi individualni turisti s vlastitim prijevozom.

Poljska – kretanje broja dolazaka u razdoblju siječanj – lipanj 2015. (kumulativno)



Poljska – kretanje broja noćenja u razdoblju siječanj – lipanj 2015. (kumulativno)



Rezultati Hrvatske

Iako je u prvih šest mjeseci s poljskog tržišta zabilježen pad turističkog prometa procjenjuje se da će tijekom srpnja, kolovoza i narednih mjeseci biti ponovljen broj dolazaka i noćenja poljskih turista iz 2014.

Aktivnosti predstavništva

Predstavništvo je razgovaralo s nekoliko organizatora putovanja koji bi mogli dodatno ponuditi pakete sa zrakoplovima u 2016. te s najvećom čarter kampanjom Ene-tr Air.

RUSIJA

Turistički promet s tržišta u razdoblju siječanj – lipanj

2015.			2014.			indeks 2015./14.	
dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
31.927	193.368	1,11	44.373	285.588	1,72	71,95	67,71

Izvor: Hrvatska turistička zajednica

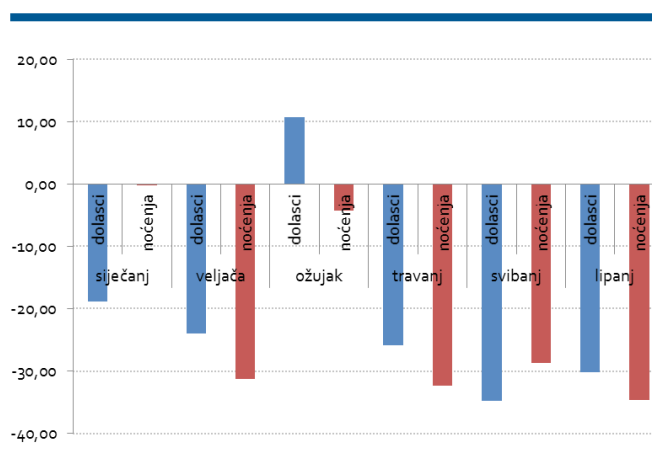
Gospodarsko-političko stanje na tržištu

Prema podacima ruskog Ministarstva ekonomskog razvitka, BDP pada već peti mjesec zaredom. U svibnju je pad BDP-a na godišnjoj razini iznosio 4,9 %, u usporedbi s padom od 4,2 % u travnju. Međutim, u Ministarstvu ističu i da se pad BDP-a usporava: u siječnju je iznosio 1,5 % u odnosu na prethodni mjesec, u veljači – 0,9 %, u ožujku – 0,8 %, u travnju – 0,6 %, a u svibnju, prema preliminarnim podacima, 0,4 %. Ukupno, u prvih pet mjeseci rusko gospodarstvo palo je za 3,2 % u usporedbi s istim razdobljem 2014.

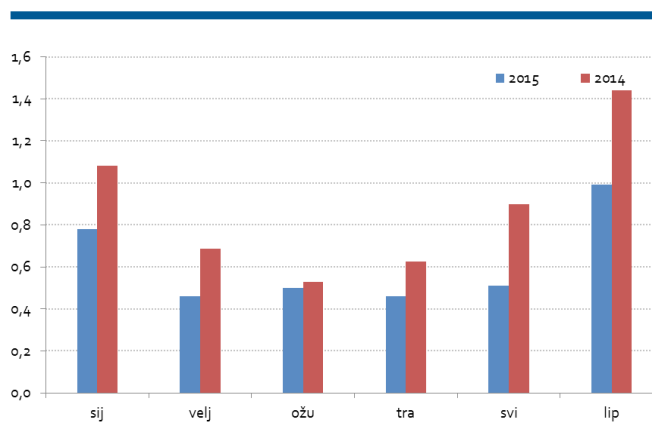
Ruska služba za statistiku Rosstat objavila je da je pad industrijske proizvodnje na godišnjoj razini krajem svibnja iznosio 5,5 %, što je rekordni pokazatelj još od 2009. Ujedno, pozitivan trgovinski saldo u svibnju 2015. smanjen je za 4,4% u odnosu na svibanj 2014. i iznosio je 17,1 milijardu američkih dolara. Izvoz roba je u svibnju, prema procjeni Ministarstva, iznosio 32,3 milijarde američkih dolara (73,3 % u odnosu na svibanj 2014.), a uvoz 15,2 milijarde američkih dolara (58 % u odnosu na svibanj 2014.).

Ugledni ruski ekonomski institut Gajdara, koji je u ožujku prognozirao pad ruskog gospodarstva od 6,8 %, što je bila i najpesimističnija prognoza za 2015., smanjio je prognozirani pad na 2,8 %. Ova procjena podudara se s procjenama Ministarstva ekonomskog razvitka. Međutim, za razliku od Ministarstva koje predviđa obnovu pozitivnog rasta u 2016., u Institutu Gajdara to ne smatraju mogućim, već za 2016. procjenjuju manji pad od 1,2 %.

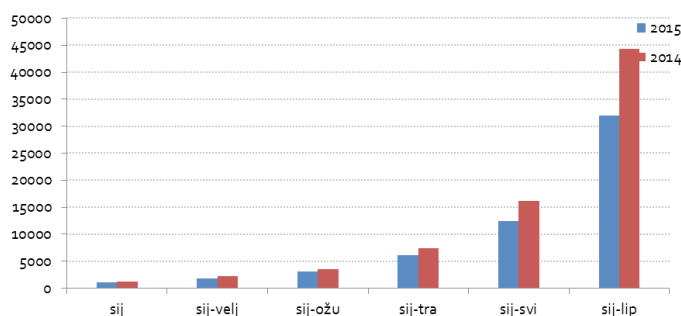
Rusija – dolasci i noćenja po mjesecima (I. – VI. 2015.) – postotna fluktuacija u usporedbi s prethodnom godinom



Rusija – kretanje udjela tržišta u ukupnom turističkom prometu u 2015. u usporedbi s 2014. (%)



Rusija – kretanje broja dolazaka u razdoblju siječanj – lipanj 2015. (kumulativno)



Najveći pad od 8,8 % očekuje se u investicijama u temeljni kapital. Budući da će iznos kamata na kredite u rubljima i dalje ostati visok (u prosjeku 16,2 % u 2015.), to će predstavljati dodatno ograničenje za pokretanje investicijske aktivnosti.

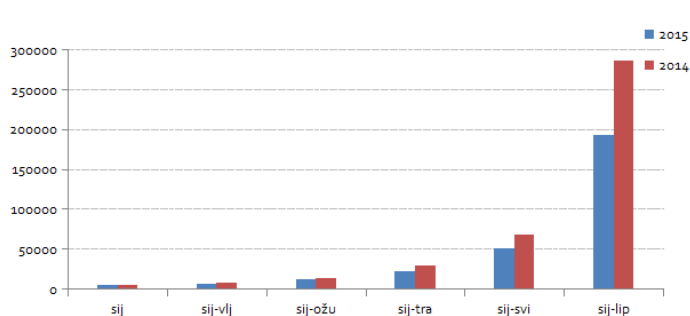
Prema prognozi Instituta, indeks potrošačkih cijena iznositi će 11,7 % u 2015., a 7,8 % u 2016. te će i dalje predstavljati faktor smanjenja prihoda stanovništva.

U tjednu od 23. do 29. lipnja (kao i u tjednu od 2. do 8. lipnja) inflacija je ponovno iznosila 0 %, a posljednjih deset tjedana nije bila viša od 0,1 %. Prije lipnja, nulta stopa tjedne inflacije posljednji puta zabilježena je u kolovozu 2014., prije nego što je Rusija uvela embargo na prehrambene proizvode.

Od početka godine do 29. lipnja, potrošačke cijene porasle su za 8,5 %, a prema podacima Rosstata, inflacija na godišnjoj razini pala je na 15,3 %, s 15,8 % krajem svibnja i 16,4 % krajem travnja. Službena prognoza Ministarstva ekonomskog razvitka za inflaciju u 2015. iznosi 11,9 %.

Odlukom Vlade Ruske Federacije, produžena je zabrana uvoza pojedinih vrsta poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda podrijetlom iz SAD-a, EU, Kanade, Australije i Norveške, na godinu dana, odnosno do 5. kolovoza 2016. Utvrđen je i novi popis poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda na koji se odnosi zabrana, koji se gotovo ne razlikuje od dosadašnjeg. Konkretno, s popisa zabranjenih proizvoda izostavljena je mlađ atlantskog lososa i pastreve te mlađ kamenica i dagnji, što bi trebalo osigurati podršku razvoju akvakulture u Rusiji. Također, na popis su dodani prehrambeni ili gotovi proizvodi, proizvedeni po tehnologijama proizvodnje sira, koji sadrže 1,5 % ili

Rusija – kretanje broja noćenja u razdoblju siječanj – lipanj 2015. (kumulativno)



više mliječne masti. Postrožena su i pravila uvoza bezlaktoznih mliječnih proizvoda.

Premda se uoči objavljivanja odluke govorilo o mogućnosti zabrane uvoza nekih dodatnih proizvoda (riblje konzerve, vino, cvijeće, konditorski proizvodi), za što su snažno lobirali domaći proizvođači, do toga u ovom trenutku nije došlo. Međutim, u ruskoj Vladi jasno su dali do znanja da lista nije konstantna te se može mijenjati ovisno o cijelom nizu faktora, uključujući i razvoj odnosa s europskim partnerima.

Nakon jačanja rublje u travnju, u drugoj polovici svibnja vidljiv je ponovni pad ruske valute koji se nastavio i u lipnju.

Ruska Vlada donijela je odluku o smanjenju sredstava za financiranje Svjetskog nogometnog prvenstva 2018. za više od 29 milijardi rubalja, sa 660 na 631 milijardu rubalja.

Pri tome se iznos troškova federalnog proračuna praktički nije promijenio (iz državne blagajne planira se izdvojiti preko 335 milijardi rubalja), troškovi regija smanjeni su neznatno, dok se troškovi kompanija planiraju smanjiti za više od 10 % - s 223,8 milijardi na 199,1 milijardu rubalja.

Ministar sporta Mutko argumentirao je smanjenje proračuna optimizacijom cjelokupnog programa, prije svega odustajanjem od izgradnje „nepotrebnog broja“ hotela. Pri tome je odlučeno da se iznos sredstava predviđenih za izgradnju stadiona neće mijenjati.

Bez obzira na Minski dogovor, situacija na istoku Ukrajine i dalje se ne može nazvati mirnom. Ruski mediji konstant-

no izvještavaju o vojnim aktivnostima ukrajinskih vojnih sila, dok ukrajinski mediji izvještavaju o vojnim aktivnostima proruskih separatista.

Vijesti iz sektora

- Zbog terorističkog napada u Tunisu, drastično se smanjio broj ruskih turista koji putuju u tu zemlju. Kao mjeru zadržavanja broja ruskih turista, vlasti Tunisa predložile su kompenzaciju od 40 % od ukupne vrijednosti troška čarternih linija za Tunis.
- Prema podacima Travel Russian News, broj ruskih turista koji su putovali izvan granica Rusije, u prvom kvartalu manji je za 40 %. Prema procjenama TRN-a, i tijekom ljetne sezone očekuje se značajan pad broja ruskih turista izvan granica Rusije u prosjeku 40 – 45 % za europske destinacije. Prema informacijama organizatora putovanja, po bukingu se vidi drastičan pad upita i bukiranja za europske destinacije koji kod većine organizatora putovanja iznosi preko 45 %. Izuzetak je Crna Gora koja kod nekih organizatora putovanja bilježi rast u odnosu na prošlu godinu. Osnovni razlozi za rast interesa ruskih turista za odmor u Crnoj Gori su konkurentne cijene te bezvizni režim zemlje. U sličnoj poziciji, gledajući europske zemlje, nalazi se i Bugarska. I dalje je po broju ruskih turista na prvom mjestu Turska (32 %), zatim Rusija (29 %), Egipat (22 %), Grčka, Cipar, Bugarska i Crna Gora.
- Srednja vrijednost cijene aranžmana za ruske turiste u lipnju iznosila je oko 58.000 rubalja po osobi, dok je u istom razdoblju prošle godine taj iznos bio oko 46.000 rubalja. Samo 15 % turista moglo je otići odmor koji je koštao više od 90.000 rubalja po osobi. Prema preferencijama hotelskog smještaja 31 % su izabrali hotele s pet zvjezdica, 29 % s četiri zvjezdice, a 34 % s tri zvjezdice. Bitno je napomenuti da 42 % ruskih turista bira opciju *all inclusive*, 18 % bira hotele s doručkom, a 12 % bira ultra *all inclusive*. Obzirom na slabu i nestabilnu rublju, koja je i dalje u padu, 37 % turista kupuje aranžmane manje od tjedan dana prije puta, 25 % turista kupuje aranžmane jedan do dva tjedna prije puta, a 17 % kupuje više od dva tjedna prije puta.

- Salvador i Indonezija ukinuli su vize za ruske turiste. U Berlinu i Dubaiju otvoreni su turistički uredi Rusije. Albanija je ukinula vize za ruske turiste tijekom ljetne sezone.
- Godina 2016. bit će godina zajedničkog turizma Španjolske i Rusije.
- Prijedlog zakona o obaveznom osiguranju ruskih turista na dva milijuna rubalja prošao je drugo čitanje u Gosdumi.

Receptivni turistički promet

Obzirom da je pripadnicima ruskih vojnih i redarstvenih snaga zabranjen odlazak na godišnji odmor izvan granica Ruske Federacije, broj ruskih turista na domaćim destinacijama (Krim, Soči itd.) svakodnevno raste. Država i dalje intenzivno radi na lobiranju i promociji odmora ruskih turista u domaćim destinacijama, a podaci pokazuju da je u lipnju zabilježen daljnji porast potražnje. Nestabilna i slaba rublja, negativna ekonomska i politička situacija te europske sankcije, svakako idu u korist unutarnjem ruskom turizmu.

Aktivnosti predstavništva

- Održani su sastanci i konzultacije s vodećim ruskim organizatorima putovanja koji prodaju aranžmane u Hrvatskoj (TUI Rusija, Paks, Ruski Ekspres, Biblioglobus, Vand, Thomas Cook) u vezi posebnih promotivnih i drugih strateških projekata za 2016. Opći je dojam da su organizatori putovanja zainteresirani za projekt PPS i sufinanciranje, no detaljan feedback i prijedloge možemo očekivati poslije ljetne sezone.
- Nakon povratka deset ruskih novinara i blogera iz Hrvatske (u organizaciji TUI Rusija, TZ Istre i HTZ-a), počele su objave u medijima na temu odmora u Hrvatskoj.
- Održan je sastanak s veleposlanikom i generalnom konzulicom Republike Hrvatske u Ruskoj Federaciji na temu viznog režima i problematike izdavanja viza za ruske turiste. Predstavništvo redovito prima žalbe organizatora putovanja vezano uz probleme izdavanja hrvatskih viza za ruske turiste od hrvatskog konzulata u Moskvi.

- Dobivene su službene potvrde Veleposlanstva RH u Moskvi u svezi novootvorenih viznih centara u Kazahstanu i Bjelorusiji (službene informacije i kontakti nalaze se na internetskim stranicama Veleposlanstva RH u Ruskoj Federaciji).
- Dostavljeni su katalozi i brošure u moskovski ured Podravke, vezano uz distribuciju informacija o Hrvatskoj na B2C razini djelatnika Podravke.
- Održan je sastanak s tvrtkom JGL glede suradnje na promociji Hrvatske kao turističke destinacije.

Studijsko putovanje ruskih novinara u Zagreb, Krapinu, Krapinske Toplice i Plitvička jezera od 7. do 12. lipnja

U sklopu studijskog putovanja, četvero ruskih novinara (Tatiana Lenina – Publishing house SPN *inflight* magazine Sapsan/, Ekaterina Makarkova – Rata-news, Ludmila Egorshina – web-portal Trip-point i Olga Koinova – Ural Airlines Magazine) posjetilo je središnju Hrvatsku. Naime,

imajući u vidu da je jedino Zagreb povezan zrakoplovnim linijama s Moskvom tijekom cijele godine, logično je da se promovira kao cjelogodišnja turistička destinacija za ruske turiste. Realizirano studijsko putovanje uvod je u pilot projekt Advent u Zagrebu i tijekom narednog razdoblja intenzivno ćemo raditi na promociji Zagreba i bliže okolice kao potencijalno interesantne destinacije za ruske turiste tijekom cijele godine.

Dodjela nagrade Zlatna penkala, Zagreb, 12. – 14. lipnja

Na tradicionalnoj dodjeli nagrada Zlatna penkala, ruska slavodobitnica Juliana Novoselova imala je priliku upoznati se sa Zagrebom o kojem će pisati u *inflight* časopisu Uralskih Aviolinija, što će dodatno osnažiti promociju te iznimno interesantne, potencijalno cjelogodišnje destinacije prema ruskom tržištu.

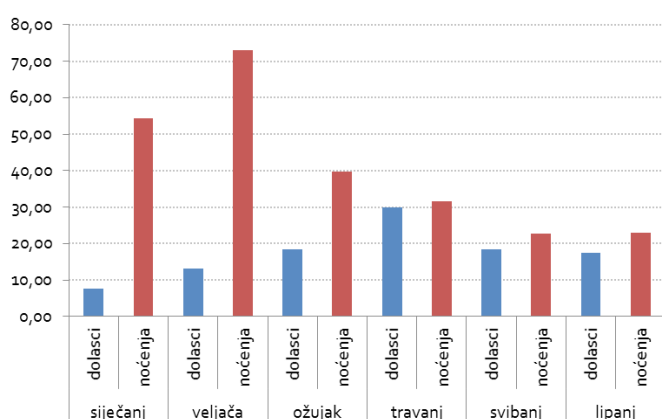
SAD I KANADA

Turistički promet s tržišta u razdoblju siječanj – lipanj

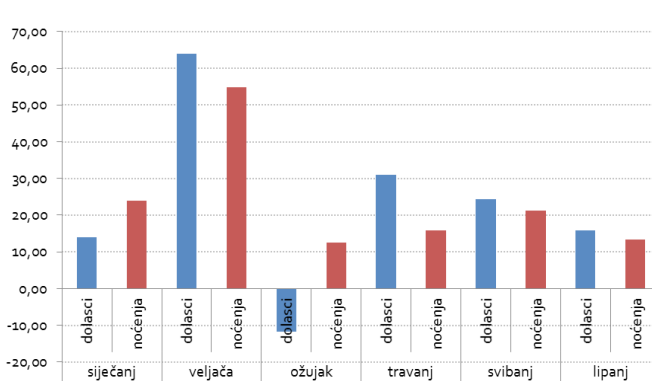
	2015.			2014.			indeks 2015./14.	
	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
SAD	119.446	314.944	1,81	100.233	248.690	1,50	119,17	126,64
Kanada	30.855	79.580	0,46	25.783	67.990	0,41	119,67	117,05
UKUPNO	150.301	394.524	2,27	126.016	316.680	1,91	119,27	124,58

Izvor: Hrvatska turistička zajednica

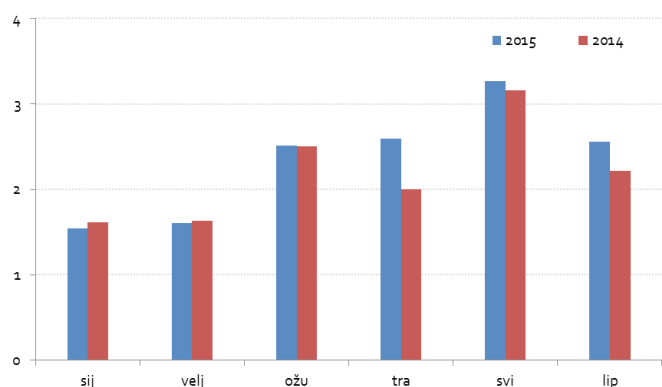
SAD – dolasci i noćenja po mjesecima (I. – VI. 2015.) – postotna fluktuacija u usporedbi s prethodnom godinom



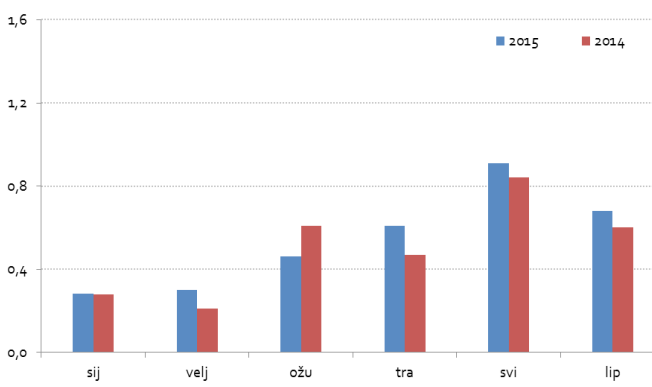
Kanada – dolasci i noćenja po mjesecima (I. – VI. 2015.) – postotna fluktuacija u usporedbi s prethodnom godinom



SAD – kretanje udjela tržišta u ukupnom turističkom prometu u 2015. u usporedbi s 2014. (%)



Kanada – kretanje udjela tržišta u ukupnom turističkom prometu u 2015. u usporedbi s 2014. (%)



Gospodarsko-političko stanje na tržištima

SAD

Realni BDP je zabilježio kretanje po negativnoj stopi od -0,2 % (korigirano s -0,7 % što je bila ranija procjena) u prvom kvartalu 2015. Pad realnog BDP-a je odraz negativnog kretanja izvoza, nerezidencijalnih investicija i javne potošnje. Uvoz se povećao što se također odrazilo na negativna kretanja. Godišnja stopa rasta bruto domaćeg proizvoda kretala se 2,9 % u prvom kvartalu 2015.

Stopa nezaposlenosti u lipnju se smanjila na 5,3 % u odnosu na svibanj kad je iznosila 5,5 %. Stopa inflacije u svibnju 2015. iznosi 0 % (zadnji dostupni podaci) zahvaljujući kontinuiranom padu cijena energenata. Prema rezultatima istraživanja stručnjaka „The Thomson Reuters/University of Michigan’s“, prvo polugodište 2015. obilježilo je najviše povjerenje potrošača od 2004. zahvaljujući niskoj inflaciji, rastu osobnog dohotka, smanjenju cijena energenata i percepciji boljih izgleda za zaposlenje građana. Predviđa se povećanje ukupne potrošnje građana od 3,0 % u 2015.

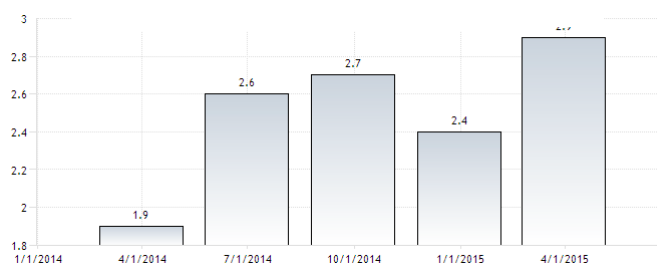
Zaključno s 01.07. razvidno je jačanje dolara u odnosu na druge svjetske valute koje uključuju euro, kanadski dolar, japanski yen, britansku funtu, švicarski franak, australski dolar i švedsku krunu (27.05.2015. – 115,498; Indeks siječanj 1997.=100). u usporedbi s podacima iz travnja 2015. (27.05.2015. – 114,938; Indeks siječanj 1997.=100). Trenutno 1 USD iznosi 0,9113 eura što ukazuje na jačanje dolara u odnosu na zadnju analizu od 05.06. kad je 1 USD iznosio 0,9002 eura.

Kanada

Bruto domaći proizvod Kanade zabilježio je kretanje po negativnoj stopi od -0,1 % u prvom kvartalu 2015. što je lošije u odnosu na rezultate iz prethodnih kvartala, a rezultat je smanjenja potrošnje, investicija i izvoza. Godišnja stopa rasta bruto domaćeg proizvoda se kretala 2,06% u prvom kvartalu 2015. što predstavlja manji pad u odnosu na isto razdoblje u 2014.

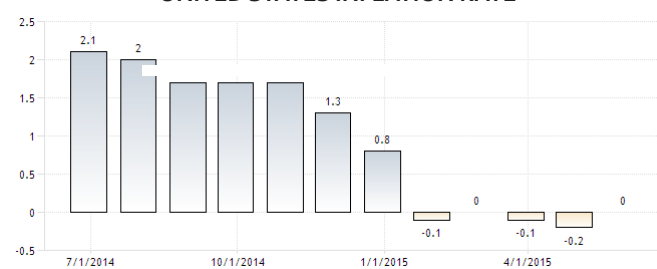
Stopa nezaposlenosti u svibnju je ostala nepromijenjena u odnosu na prethodna dva mjeseca i iznosi 6,8%. Stopa inflacije u svibnju se povećala u odnosu na travanj (0,8%) i iznosi 0,9%.

UNITED STATES GDP ANNUAL GROWTH RATE



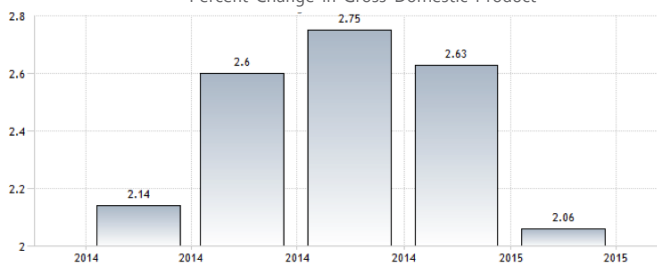
Izvor: www.tradingeconomics.com / Bureau of Labor Statistics, 07.07.2015.

UNITED STATES INFLATION RATE



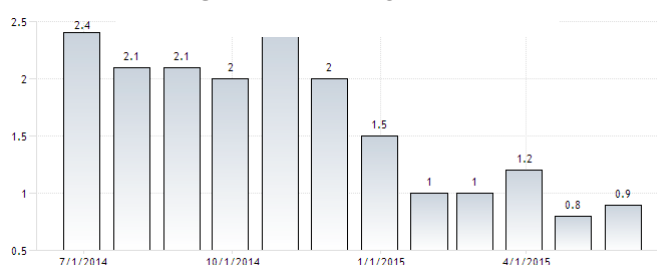
Izvor: www.tradingeconomics.com / Bureau of Labor Statistics, 07.07.2015.

CANADA GDP ANNUAL GROWTH RATE
Percent Change in Gross Domestic Product



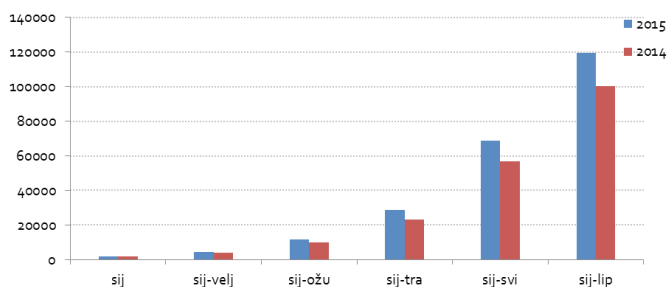
Izvor: www.tradingeconomics.com / Statistics Canada, 07.07.2015.

CANADA INFLATION RATE

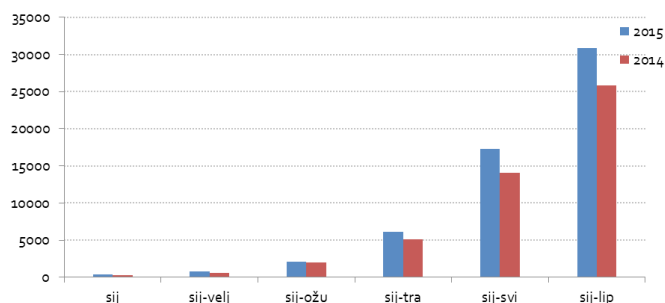


Izvor: www.tradingeconomics.com / Statistics Canada, 07.07.2015.

SAD – kretanje broja dolazaka u razdoblju siječanj – lipanj 2015. (kumulativno)



Kanada – kretanje broja dolazaka u razdoblju siječanj – lipanj 2015. (kumulativno)



Emitivni turistički promet

SAD – međunarodna putovanja

Putovanja američkih putnika u inozemstvo dosegla su brojku od 20,8 milijuna u razdoblju siječanj-travanj 2015. što je 7,9 % više u odnosu na isto razdoblje 2014. Nakon putovanja u susjednu zemlju Meksiko (43,7 %), Europa je i dalje najatraktivnija daleka destinacija s 13,7 % udjela (2.853.245 putnika, 3,8 % više u odnosu na isto razdoblje u 2014.).

Izvor: U.S. National Travel & Tourism Office, 07.07.2015.

Najprometnije zračne luke u SAD-u (top 10) su:

1. New York (JFK)
2. Miami (MIA)
3. Los Angeles (LAX)
4. Newark (EWR)
5. Chicago (ORD)
6. Atlanta (ATL)
7. San Francisco (SFO)
8. Houston International (IAH)
9. Dallas-Ft Worth (DFW)
10. Washington Dulles (IAD)

Kanada – međunarodna putovanja

U razdoblju siječanj-travanj 2015. ukupna međunarodna putovanja povećala su se za 0,3 % i iznose 11,65 milijuna. Prekooceanska putovanja povećala su se za 8,4 %, a putovanja u SAD smanjila su se za 4,4 % što je rezultat jačanja američkog dolara.

Izvor: Canadian Tourism Commission, 07.07.2015.

Ostale zanimljivosti s tržišta

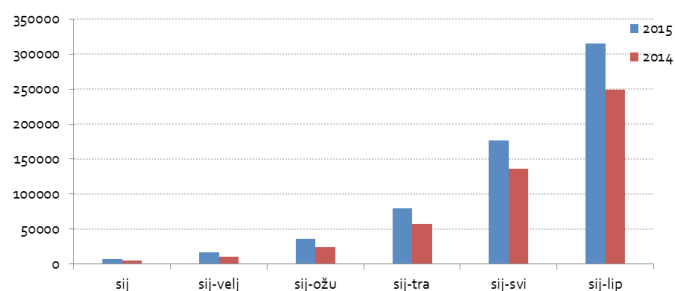
Stanje bukinga

Nastavlja se pozitivan trenda bukinga, a u narednih par tjedana organizatori putovanja finalizirati će buking za 2015. no u SAD-u se veliki broj putovanja generira putem manjih i tzv. home-based agenata koji uključuju i Virtuoso agente od kojih imamo velika očekivanja nakon provedenih udruženih marketinških aktivnosti.

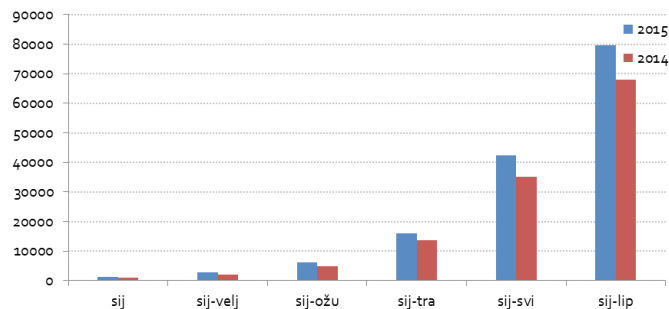
FIT su klijenti više kupovne moći kod koji se uočava povećanje broja online bukinga (Orbitz, Virtuoso, Expedia, itd.). Uz tradicionalna odredišta Amerikanaca (Dubrovnik i južnodalmatinski te srednjedalmatinski otoci, Split, Plitvice, Opatiju i Zagreb) raste interes za Istrom, osobito za Rovinjom koji se uklapa u profil očekivane luksuzne destinacije te Pulum, Motovunom i Grožnjanom, kao rezultat studijskih putovanja novinara i intenzivnije promocije u proteklih nekoliko mjeseci; i dalje su u fokusu Live Like A Local iskustva s naglaskom na hrani i piću, vjenčanja i bračna putovanja, festivali za tzv. Millenials generaciju (Hrvatska kao nova Ibiza), Games of Thrones, kulturne i prirodne atrakcije, island hopping i jedrenje.

Porast broja bukinga organiziranih tura od 10-12 % (temeljem dostupnih podataka). Escorted Tours za jesen i zimu zabilježile su porast bukinga od 10 %, a nedostatak ponude su ograničeni kapaciteti u Splitu i na Plitvicama. Cruising je u porastu od 20 %. Raste interes za tzv. Affordable Croatia zimske programe, oko 15 % više u odnosu na prošlu godinu.

SAD – kretanje broja noćenja u razdoblju siječanj – lipanj 2015. (kumulativno)



Kanada – kretanje broja noćenja u razdoblju siječanj – lipanj 2015. (kumulativno)



Programi organizatora putovanja za iduću godinu su u opticaju i važno je napomenuti da su cijene vrlo atraktivne američkim putnicima radi jakog dolara te se očekuju još bolji rezultati u 2016.

Značajan rast bukinga ostvaren preko Orbitza rezultat je proljetne kampanje tako je primjerice u travnju 100 % više bukinga u odnosu na isti mjesec prošle godine.

Ostale novosti

SkyGreece Airlines je realizirao prvi direktni let (220 putnika) na relaciji Toronto-Zagreb (Boeing 767-300ER), a planirano je 17 rotacija zaključno sa 7. listopada.

Prema rezultatima istraživanja „Travel + Leisure Travel Trends Survey“ koje je provela digitalna agencija Wylei, 53 % Travel+Leisure klijenata putovati će u Europu u 2015. u jednu od destinacija navedenih u sljedećem prikazu. Hrvataka je na 14. mjestu no s obzirom da je istraživanje provedeno prije velikih nemira i krize u Grčkoj pretpostavka je da je došlo do promjena u poretku u korist Hrvatske.

Rezultati Hrvatske

U lipnju 2015. s tržišta SAD i Kanade ukupno je realizirano 62.215 dolazaka (SAD 49.189, Kanada 13.026) i 172.059 noćenja (SAD 135.854, Kanada 36.205) što je rast od 20 % / 23 % u odnosu na isto razdoblje u 2014.

U prvih šest mjeseci 2015. s tržišta SAD i Kanade ukupno je realizirano 144.449 dolazaka (SAD 114.805, Kanada 29.644) i 385.628 noćenja (SAD 307.924, Kanada 77.704) što je povećanje od 17,1 % odnosno 20,9 % u odnosu na 2014. Povećao se prosječan boravak s 2,68 na 2,77 dana.

WHERE WILL THEY GO?

1	France	39%
2	Italy	38%
3	England	29%
4	Germany	22%
5	Spain	18%
6	Greece	12%
7	Australia	12%
8	Switzerland	11%
9	Netherlands	11%
10	Ireland	10%
11	Scotland	9%
12	Belgium	8%
13	Portugal	8%
14	Croatia	6%
15	Czech Republic	6%
16	Turkey	5%

Razvidan je kontinuirani rast interesa i prometa sa sjevernoameričkog tržišta (SAD i Kanada; u ukupnim dolascima povećanje s 3 % na 3,5 %, a u ukupnim noćenjima s 1,9 % na 2,3 %) s naglaskom na tržište SAD-a što je u skladu s rastom gospodarstva, izraženim jačanjem dolara, potrošačke moći te interesa i potražnje za putovanjima u Europu i Hrvatsku.

Aktivnosti predstavništva u New Yorku

- Ažuriranje Press kita (prikupljanje novosti s tržišta uz pomoć TZ županija putem upitnika);
- Asistencija Marcii Frost, novinarki involviranoj u projekt Share Istria, u organizaciji posjete Rijeci i Splitu, a očekuje se objavljivanje članka u časopisu „Princess Cruises“.
- Priprema press objave „Hrvatska – destinacija za vjenčanje i medeni mjesec“ te aktivni pitching.
- Realizacija studijskog putovanja za pet novinara u lipnju (14. – 18.) u Dubrovniku, na Pelješcu, Korčuli i u dolini Neretve
- Sudjelovanje na ETC Eventu “Rediscovered Europe” 09.06. – sastanci s 24 agenta za luksuzna putovanja (Leaders in Travel, Ovation Travel Group, Frosch, Valerie Wilson Travel, Virtuoso members, Our Personal Guest, Bear & Bear, Cire Travel, Tzell new York, itd.);
- Sudjelovanje na obilježavanju Zlatne Penkale; asistencija novinaru Jasonu Evansu.
- Udružene marketinške aktivnosti s Kompas Holidays International, Central Holidays i Virtuosom
- Vacation Agent Magazine – priprema oglasa za jesensko izdanje (1/2 Page Ad 4C)
- Sastanci s hrvatskim partnerima na temu intenziviranja suradnje u SAD-u i Kanadi: Kompas Zagreb, Uniline, Ban Tours, Mediterra (predstavništvo US partnera u Zagrebu);

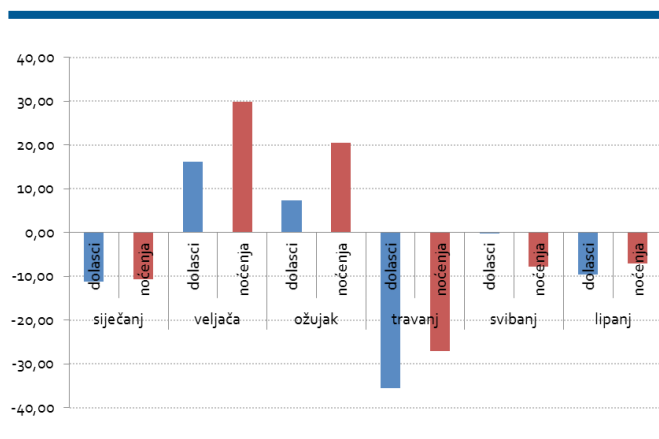
SKANDINAVIJA

Turistički promet s tržišta Skandinavije u razdoblju siječanj – lipanj

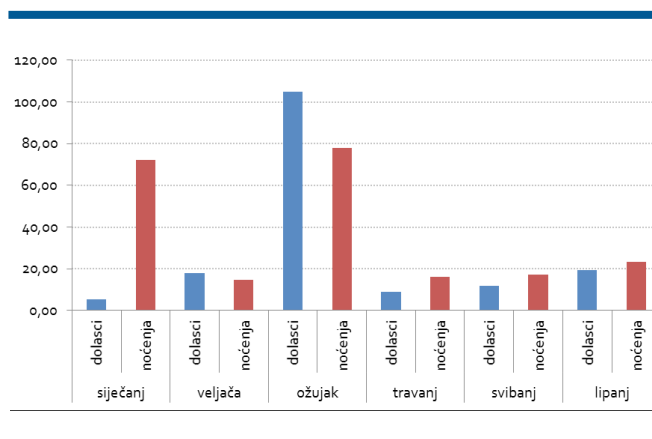
	2015.			2014.			indeks 2015./14.	
	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
Danska	15.257	60.644	0,35	16.982	66.267	0,40	89,84	91,51
Finska	30.004	138.249	0,79	25.804	114.229	0,69	116,28	121,03
Norveška	36.560	184.783	1,06	41.672	206.878	1,25	87,73	89,32
Švedska	64.893	322.582	1,85	63.948	317.155	1,91	101,48	101,71
UKUPNO	146.714	706.258	4,05	148.406	704.529	4,25	98,86	100,25

Izvor: Hrvatska turistička zajednica

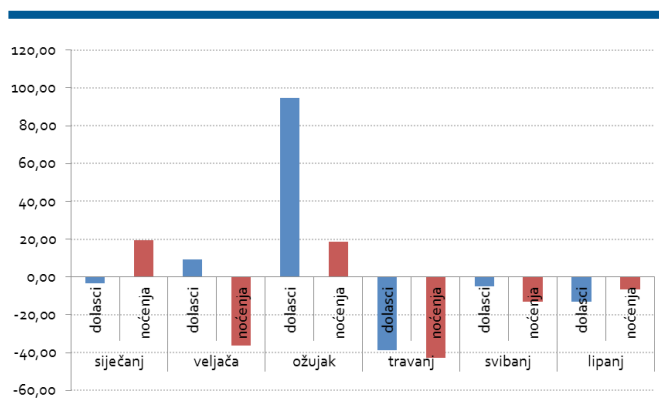
Danska – dolasci i noćenja po mjesecima (I. – VI. 2015.) – postotna fluktuacija u usporedbi s prethodnom godinom



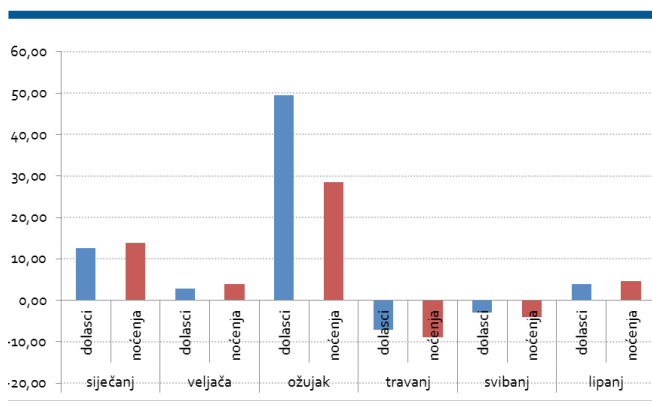
Finska – dolasci i noćenja po mjesecima (I. – VI. 2015.) – postotna fluktuacija u usporedbi s prethodnom godinom



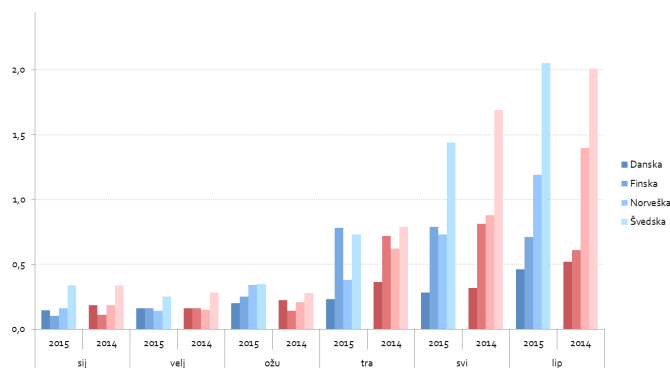
Norveška – dolasci i noćenja po mjesecima (I. – VI. 2015.) – postotna fluktuacija u usporedbi s prethodnom godinom



Švedska – dolasci i noćenja po mjesecima (I. – VI. 2015.) – postotna fluktuacija u usporedbi s prethodnom godinom



Skandinavija – kretanje udjela tržišta u ukupnom turističkom prometu u 2015. u usporedbi s 2014. (%)



Političko-gospodarska situacija

Danski oporbeni blok na čelu s Larsom Lokkeom Rasmussenom (Venstre - konzervativna stranka centra) pobjednik je parlamentarnih izbora održanih krajem lipnja u Danskoj. Izbori su bili krajnje neizvjesni te je pobjeda na kraju bila vrlo tijesna. Veliki skok ostvarila je danska narodna stranka (stranka desnice) koja je osvojila 37 mandata u parlamentu od ukupno 189 mjesta. Dosadašnja premijerka Helle Thorning-Schmidt je nakon objave rezultata dala ostavku na mjesto čelnika socijaldemokratske stranke.

Pad cijene nafte na svjetskom tržištu utjecao je na slabljenje norveškog gospodarstva, rasta nezaposlenosti i pada vrijednosti nacionalne valute, a zadnje istraživanje koje je provela banka Nordea pokazuje da je kriza utjecala i na raspoloženje Norvežana za putovanjima. Naime ove godine Norvežani planiraju potrošiti 1500 norveških kruna manje na putovanja nego prošle godine, ali je njihov budžet i dalje najveći u Skandinaviji te iznosi 23 000 nok. Drugi na listi su Šveđani s planiranih 17.000 nok što je nešto više nego prošle godine. Danci također planiraju potrošiti nešto malo više nego prošle godine, a razlog tome je najava izlaska iz ekonomske krize te niska inflacija i pad kamatnih stopa. Za ovu godinu planiraju na putovanja potrošiti oko 15.000 nok. Finci su najskromniji na sjeveru Europe te u ovoj godini planiraju na putovanja potrošiti oko 12.400 nok. Više od polovice svih ispitanih planira provesti godišnji odmor u inozemstvu.

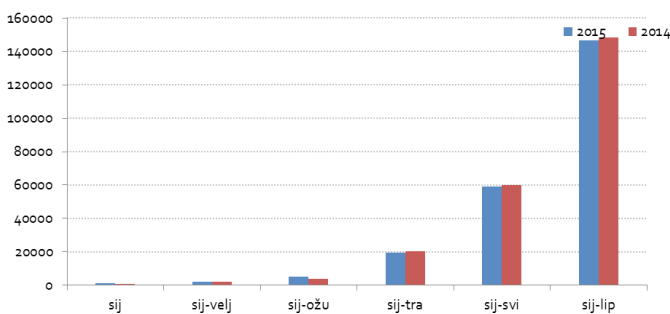
Emitivni turistički promet

Danski sud za radno pravo dozvolio je sindikatu mogućnost organiziranja štrajka i blokiranja zrakoplova ukoliko Ryanair odbije potpisati kolektivni ugovor sa svojim zaposlenicima u Danskoj. Vodstvo Ryanaira je vrlo burno reagiralo na odluku suda te su najavili podnošenje žalbe Europskoj komisiji, a ujedno su zaprijetili i povlačenjem iz Danske te zatvaranjem baza koje trenutno imaju u Kopenhagenu i Billundu. Zrakoplove iz Danske u tom slučaju planiraju stacionirati u Kaunasu u Litvi.

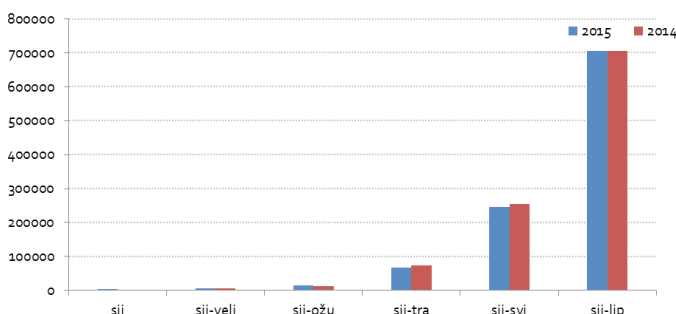
Nakon što se dugo vremena nagađalo, došla je i službena potvrda da je njemačka grupacija REWE kupila skandinavskog turoperatora Apolla. Kako ističu iz Apolla, tijekom sljedećeg kvartala trebalo bi se formalizirati preuzimanje vlasništva, ali napominju da svi brendovi unutar grupacije kao i zaposlenici nastavljaju poslovati kao i do sada.

Trenutno stanje bukinga Hrvatske na skandinavskim tržištima je sljedeće: organizatori putovanja u Norveškoj i Danskoj bilježe pad prodaje dok se u Švedskoj bilježi rast.

Skandinavija – kretanje broja dolazaka u razdoblju siječanj – lipanj 2015. (kumulativno)



Skandinavija – kretanje broja noćenja u razdoblju siječanj – lipanj 2015. (kumulativno)



Situacija u Grčkoj je i dalje top tema svih skandinavskih medija, ali nema informacija o masovnim otkazvanjima putovanja za Grčku. Turoperatori smiruju javnost te jedino napominju da je na odmor bolje uzeti nešto više gotovine. Unatoč tome ipak je primjetno da grčke destinacije dominiraju među last-minute ponudama.

Receptivni turistički promet

Prema podacima SCB-a Švedsku je u prvih 5 mjeseci posjetilo 8 % više stranih gostiju nego prošle godine. I dalje turisti najviše posjećuju velike gradove, dok je posjet prirodnim ljepotama drugi na listi motiva dolaska.

Rezultati Hrvatske

Statistički podaci Hrvatske turističke zajednice za prvih 6 mjeseci pokazuju veliku ovisnost naših destinacija o izravnim zrakoplovnim linijama i to naročito u pred i sezoni. Najočiti primjer je Zadarska županija koja je zbog gubitka nekoliko linija Ryanaira iz Danske i Norveške za Zadar bilježi veliki minus u broju dolazaka i noćenja upravo iz navedenih zemalja.

Kao rezultat studijskih putovanja novinara organiziranih tijekom proljeća ove godine, u zadnjih nekoliko tjedana su objavljene sljedeće reportaže: švedski novinar Anders Phil napravio je reportažu o Hvaru koje su objavile mnoge lokalne novine u Švedskoj, estonska TV postaja kanal 2 emitirala je reportaže o Hrvatskoj, a danski „Vagabond Rejs“ objavio je reportažu o Dubrovniku na 7 stranica, pod naslovom „Den Kroatiske Juvel“, autora Karsten Bidstrup-a. Danska produkcijska kuća Snowmen Production je i ove godine u Hrvatskoj snimila jednu epizodu vrlo popularnog i gledanog reality show-a „Merried at first sight“. Epizoda je snimljena na području Splitsko-dalmatinske i Šibensko–kninske županije krajem lipnja.

SLOVAČKA

Turistički promet s tržišta u razdoblju siječanj – lipanj

2015.			2014.			indeks 2015./14.	
dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
51.697	253.671	1,46	52,511	242.613	1,46	98,45	104,56

Izvor: Hrvatska turistička zajednica

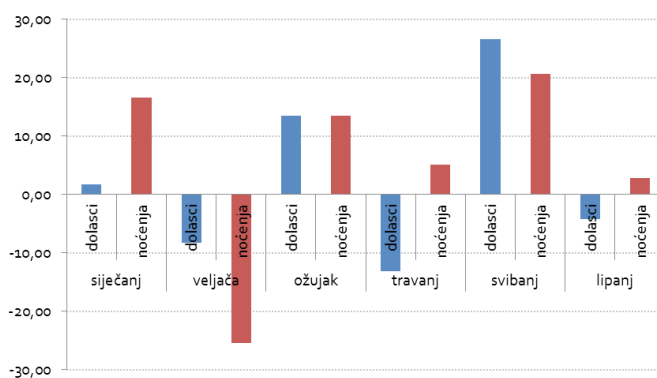
Slovački tisak redovno informira o situaciji u turizmu kojim nastoji prikazati razvoj ovogodišnje sezone. Najnoviji trendovi u nadolazećoj turističkoj sezoni proizlaze iz rezultata istraživanja koje je provela agencija TNS Slovakia krajem lipnja ove godine. Iz rezultata proizlazi da ovo ljeto godišnji odmor planira samo dvije petine (40 %) stanovnika Slovačke. Više od polovice (52 %) ne planira godišnji odmor, a 8 % se još nije odlučilo hoće li ići na godišnji odmor.

Godišnji odmor ove godine planiraju uglavnom ljudi s visokim školskim obrazovanjem, ljudi iz gradova s brojem stanovnika većim od 20.000 te stanovnici Bratislavske regije. Nasuprot tome, ove godine godišnji odmor ne planiraju ljudi u rasponu dobi od 40 – 59 godina, s nižim obrazovanjem i ljudi iz mjesta do 5.000 stanovnika. Ljetni godišnji odmor u Slovačkoj provesti će dvije petine (40 %) turista. Ipak većina ispitanika sprema se ljetni godišnji odmor provesti u inozemstvu. Slovački turisti putovati će uglavnom u europske zemlje, ponajprije na „slovačko more“ - Hrvatsku, koja je najtraženija inozemna destinacija Slovaka već neko vrijeme. U Hrvatsku se sprema putovati gotovo trećina (32 %) turista, a sa zantno manjim postotkom slijede Češka (13 %), Bugarska (9 %), Grčka, Turska i Italija (svaka po 7 %).

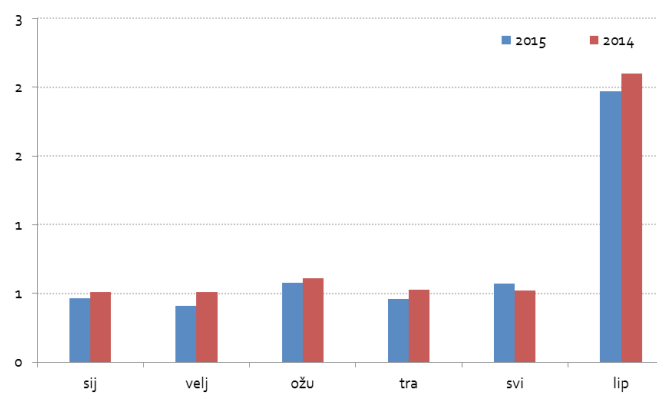
Iz podataka proizlazi da Slovaci i ove godine odabiru provjerene destinacije, a najpopularnija destinacija je nedvojbeno Hrvatska. U skladu s visokim interesom slovačko Ministarstvo vanjskih poslova ponovno je ove godine otvorilo u Zadru privremeni konzulat, koji će biti otvoren sve do kraja kolovoza.

Gotovo svake godine ponavljaju se gotovo iste tražene destinacije. Slovaci se spremaju uglavnom u Tursku,

Slovačka – dolasci i noćenja po mjesecima (I. – VI. 2015.) – postotna fluktuacija u usporedbi s prethodnom godinom

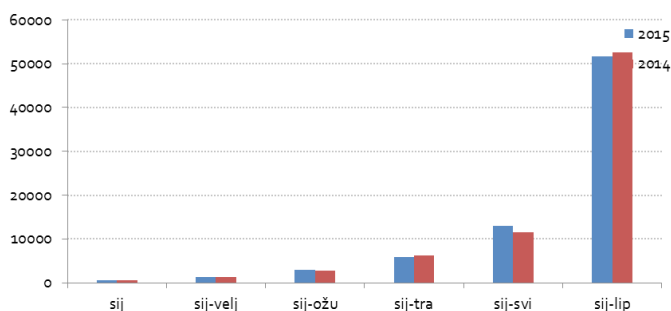


Slovačka – kretanje udjela tržišta u ukupnom turističkom prometu u 2015. u usporedbi s 2014. (%)



Grčku, Bugarsku, ali ponajprije u Hrvatsku. Komentari u slovačkim medijima su složni u tome da će ovogodišnja turistička sezona više-manje slijediti trend iz protekle

Slovačka – kretanje broja dolazaka u razdoblju siječanj – lipanj 2015. (kumulativno)

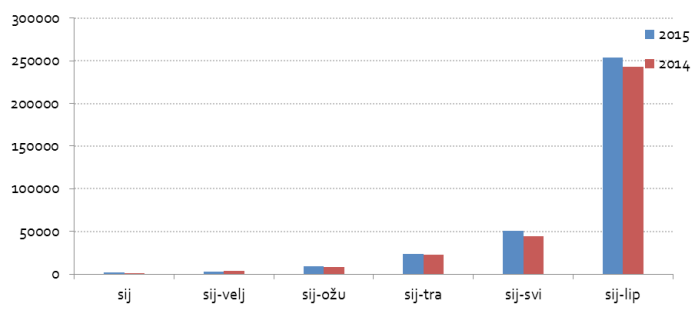


godine. Turska ostaje broj jedan što se tiče aranžmana sa zrakoplovnim prijevozom, a Hrvatska dominira kod vlastitog prijevoza automobilom (odnosno autobusom).

Situacija na početku glavne turističke sezone 2015. podsjeća na situaciju iz istog razdoblja prošle godine. Ljetni mjeseci srpanj i kolovoz (razdoblje školskih praznika) su mjeseci u kojima najveći broj slovačkih turista odlazi na odmor u inozemstvu. Usprkos toga turističke agencije i u ovom razdoblju privlače turiste različitim popustima.

Destinacije kao Egipat i Tunis bilježe veliki pad interesa. Nakon zbivanja u Tunisu (teroristički napad u ljetovalištu) odlazak u ove zemlje gotovo se zaustavio. Većina slovačkih putničkih agencija ukinula je aranžmane u Tunisu do kraja sezone. Kao zamjenu turističke agencije uglavnom nude Tursku. Aranžmane u Egiptu nude neke putničke agencije s popustom koji se kreće od 45 do 57 %. Određena nesigurnost vidljiva je zadnjih dana također u svezi s godišnjim odmorima u Slovacima omiljenoj Grčkoj. Slovački turisti osjećaju nesigurnost s obzirom na brojne imigrante (uglavnom na grčkim otocima) kao i situacijom s gospodarskom situacijom u Grčkoj. Slovačke putničke agencije preporučuju putovati s više gotovine što pak mnogi turisti odbijaju kao rizično. Nadalje, teško je pretpostaviti kako će se razvijati situacija nakon eventualnih neuspješnih pregovora s EU i vjerovnicima s obzirom na daljnje kreditiranje. Mnogi slovački mediji upozoravaju kako je moguće da teška situacija u Grčkoj rezultira socijalnim nemirima i štrajkovima odnosno problemima s opskrbom naftnim derivatima i ostalim robama što može izrazito negativno utjecati na turizam. Međutim za sada turističke agencije ne bilježe otkazivanja aranžmana u grčkim destinacijama.

Slovačka – kretanje broja noćenja u razdoblju siječanj – lipanj 2015. (kumulativno)



Rezultati Hrvatske

Kao što je već bilo spomenuto u istraživanju agencije TNS Slovakia prema pojedinim destinacijama najviše zainteresiranih je za aranžmane u Hrvatskoj. Usprkos velikoj konkurenciji na malom slovačkom tržištu očekuje se, da Hrvatska i ove godine ostane najtraženija odmoršna destinacija slovačkih turista. O tome da postoji veliki interes za Hrvatsku potvrđuje i mnoštvo - već tradicionalnih posebnih priloga o Hrvatskoj u slovačkim tiskanim medijima (realizirani u suradnji s predstavništvom). Krajem lipnja i početkom srpnja u uredu predstavništva zabilježili smo značajno povećanje interesa individualnih gostiju za promidžbene materijale, informacije i savjete vezane uz ljetni odmor u Hrvatskoj.

U razdoblju svibanj – lipanj 2015. na slovačkom tržištu realizirana je off-line (radio, vanjsko oglašavanje) i on-line promidžbena kampanja HTZ-a. U mjesecu srpnju nastavlja se jaka on-line promidžbena kampanja. U prilog nam ide da ove sezone nema druge zemlje koja se na slovačkom tržištu ovako snažno promovira.

Realizirani rezultati za prvih šest mjeseci ovogodišnje sezone sa slovačkog tržišta su načelno pozitivni. U razdoblju od siječnja do kraja lipnja ostvareno je ukupno 51.697 prijavljenih dolazaka slovačkih turista, koji su ostvarili 253.671 noćenja, što predstavlja 98,45 % dolazaka i 104,56 % noćenja u odnosu na isto razdoblje prethodne godine. Lipanjski rezultati predstavljaju 39.225 registriranih dolazaka i 203.051 noćenja (što znači 95,72 % dolazaka i 102,80 % noćenja u odnosu na lipanj 2014. godini). Pozitivna strana je uglavnom rast broja noćenja s obzirom da relativno malo slovačko tržište ima mali potencijal za izrazitiji rast broja dolazaka novih slovačkih turista.

SLOVENIJA

Turistički promet s tržišta u razdoblju siječanj – lipanj

2015.			2014.			indeks 2015./14.	
dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
438.348	1.647.249	9,45	401.293	1.540.780	9,28	109,23	106,91

Izvor: Hrvatska turistička zajednica

Gospodarska situacija na tržištu

Pokazatelj gospodarske klime u Sloveniji je u lipnju (s iznosom 5,1 postotna boda) za 0,1 postotna boda bio niži nego u svibnju 2015., te za 9,1 postotna boda viši od dugogodišnjeg prosjeka. Na sniženje pokazatelja gospodarske klime na mjesečnoj razini najviše je utjecao pokazatelj povjerenja u maloprodaji (za 0,6 postotna boda), pokazatelj povjerenja u uslužnim djelatnostima (za 0,3 postotna boda) te pokazatelj povjerenja u proizvodnji (za 0,1 postotna boda). Pozitivan utjecaj na mjesečni iznos pokazatelja gospodarske klime utjecaj su imali pokazatelj povjerenja potrošača (za 0,9 postotna boda) i pokazatelj povjerenja u građevinskom sektoru (za 0,1 postotna boda).

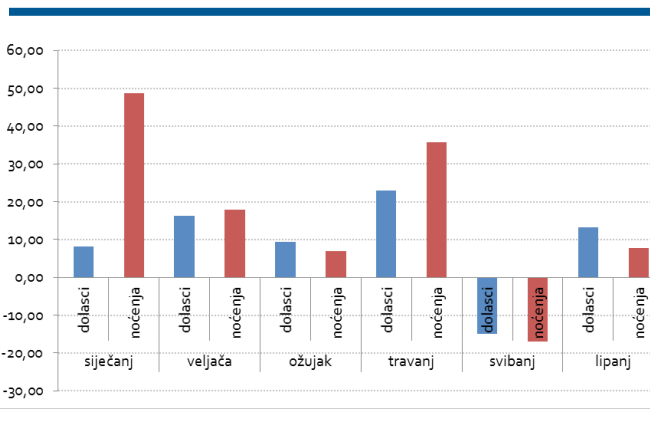
Pokazatelj gospodarske klime u Sloveniji je u lipnju na godišnjoj razini iznosio 5,4 postotna boda.

Receptivni turistički promet

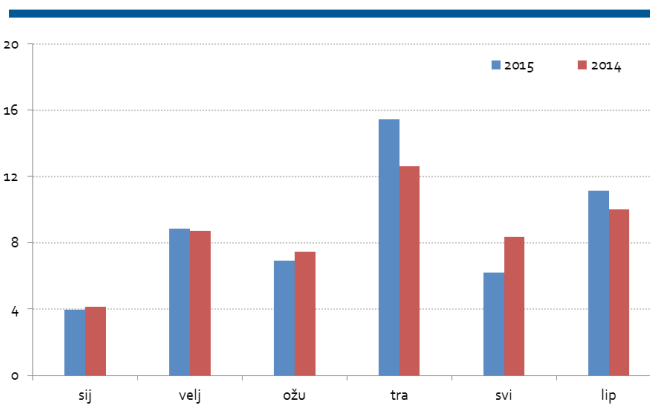
U Sloveniji je u svibnju 2015. godine ostvareno za 11 % više dolazaka turista, te 9 % više njihovih noćenja u usporedbi s istim razdobljem u 2014. godini. U svibnju 2015. zabilježeno je više dolazaka stranih turista (15 % više), te veći broj njihovih noćenja (14 %). Broj domaćih turista porastao je za 2 %, a broj njihovih noćenja je pao za 2 %.

Strani turisti ostvarili su 68 % turističkih noćenja - među njima najviše je bilo Austrijanaca (16 %), Talijana (14 %), Nijemaca (13 %), te Hrvata, Britanaca, Rusa i Amerikanaca (svakih po 4 %). Što se tiče stope rasta noćenja turista sa za Sloveniju bitnijih tržišta porast bilježe tržišta: Njemačke (34 %), Italije (18 %), te Austrije (10 %).

Slovenija – dolasci i noćenja po mjesecima (I. – VI. 2015.) – postotna fluktuacija u usporedbi s prethodnom godinom



Slovenija – kretanje udjela tržišta u ukupnom turističkom prometu u 2015. u usporedbi s 2014. (%)



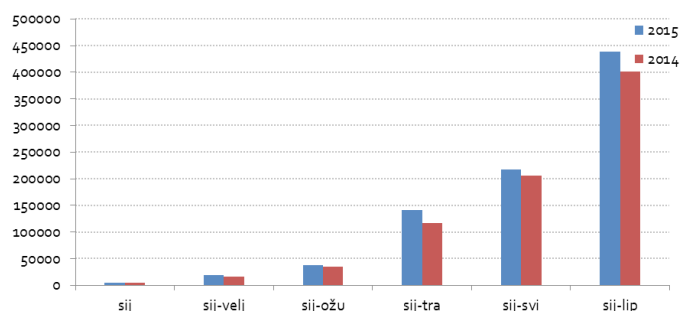
U svibnju 2015. su najviše noćenja turista zabilježile lječilišne općine (29 %), zatim primorske (21 %), gorske (također 21 %), te Ljubljana (14 %). U Ljubljani je tako bilo ostvareno za 14 % više noćenja nego u istom razdoblju lani, u gorskim općinama za 18 % više, u primorskim za 6 %, te u lječilišnim za 1 % više.

U prvih pet mjeseci 2015. godine realizirano je 10 % više dolazaka turista nego u istom razdoblju protekle godine. Ukupna brojka noćenja turista je bila za 7 % viša (domaćih za 6 %, a stranih za 8 %) nego u istom razdoblju prošle godine.

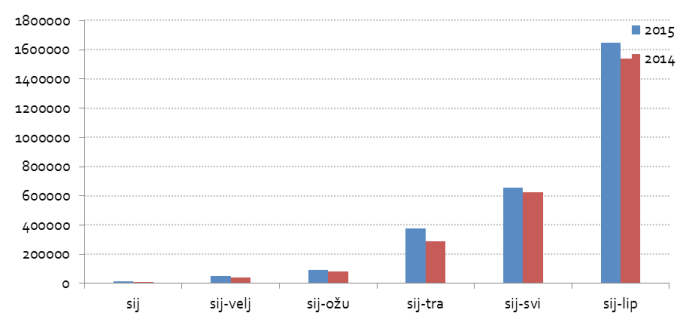
Rezultati Hrvatske

Nastavlja se trend odličnih rezultata na slovenskom tržištu koji garantira da će ovo biti najuspješnija godina hrvatskog turizma na ovom tržištu. U lipnju je ostvareno 13 % više dolazaka i 8 % više noćenja nego u istom razdoblju prošle godine. U kumulativnom razdoblju posjetilo nas je više od 420.000 slovenskih gostiju koji su ostvarili više od 1,6 milijuna noćenja, što je 9 % više dolazaka i 6 % više noćenja.

Slovenija – kretanje broja dolazaka u razdoblju siječanj – lipanj 2015. (kumulativno)



Slovenija – kretanje broja noćenja u razdoblju siječanj – lipanj 2015. (kumulativno)



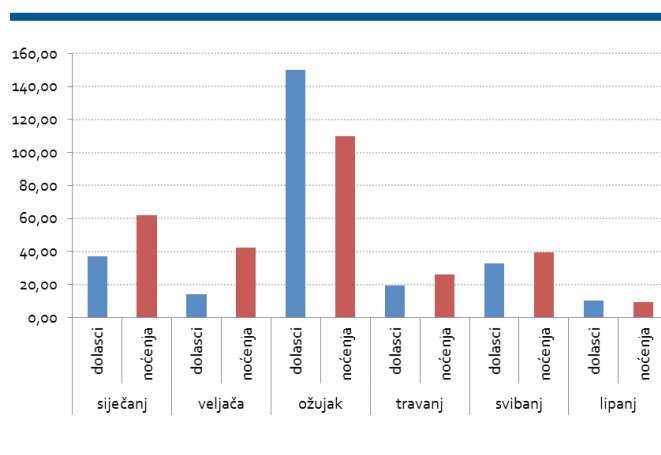
ŠPANJOLSKA I PORTUGAL

Turistički promet s tržišta u razdoblju siječanj – lipanj

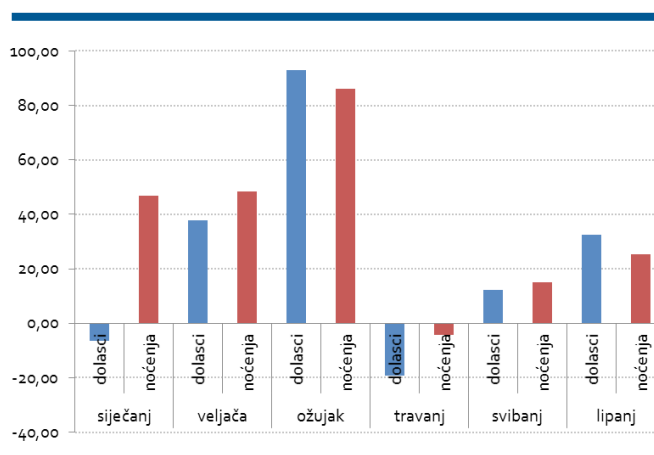
	2015.			2014.			indeks 2015./14.	
	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
Španjolska	51.833	108.434	0,62	42.666	87.434	0,53	121,49	124,02
Portugal	9.813	24.074	0,14	8.322	19.859	0,12	117,92	121,22

Izvor: Hrvatska turistička zajednica

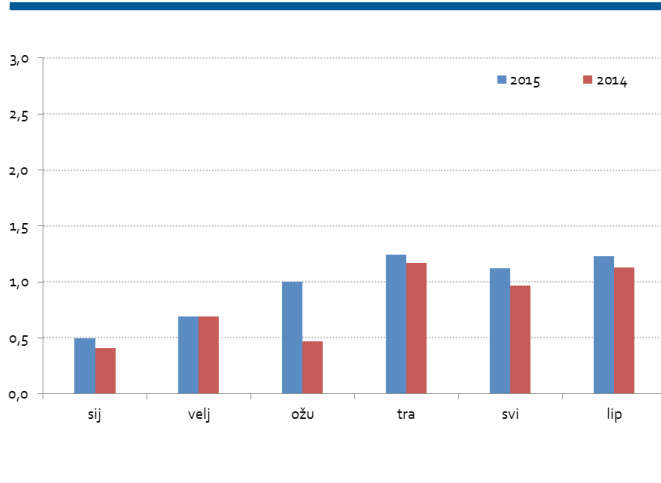
Španjolska – dolasci i noćenja po mjesecima (I. – VI. 2015.) – postotna fluktuacija u usporedbi s prethodnom godinom



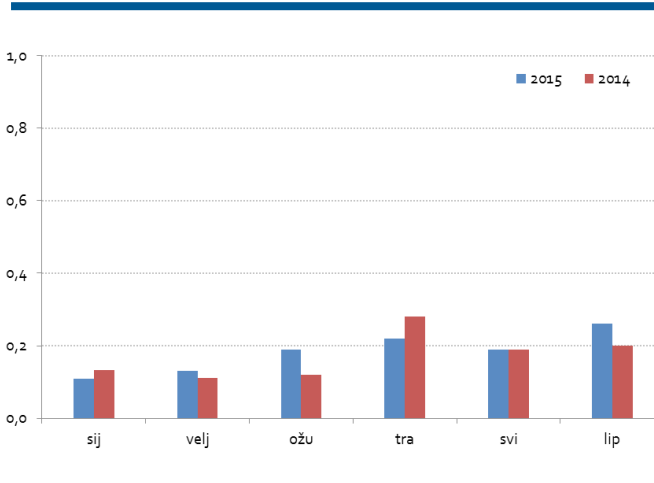
Portugal – dolasci i noćenja po mjesecima (I. – VI. 2015.) – postotna fluktuacija u usporedbi s prethodnom godinom



Španjolska – kretanje udjela tržišta u ukupnom turističkom prometu u 2015. u usporedbi s 2014. (%)



Portugal – kretanje udjela tržišta u ukupnom turističkom prometu u 2015. u usporedbi s 2014. (%)



Gospodarsko stanje na tržištu

Španjolsko gospodarstvo u prvom tromjesečju 2015. bilježi rast gospodarstva od 0,9 % u odnosu na prethodno tromjesečje, te ako ga usporedimo s prvim tromjesečjem 2014. rast je od 2,6 %. Ovo je već 7. tromjesečje za redom u kojem se bilježi pozitivan rast BDP-a. U prvom tromjesečju stopa nezaposlenosti iznosi 23,78%. Španjolsko gospodarstvo nastavlja oporavak uz normalizaciju financijskih uvjeta te stanja na tržištu rada.

U Portugalu prema zadnjim objavljenim podacima Nacionalnog instituta za statistiku osnovni ekonomski pokazatelji su sljedeći: fluktuacija indeksa potrošačkih cijena u travnju iznosi 0,4 %, a stopa nezaposlenosti za prvo tromjesečje iznosi 13,7 %.

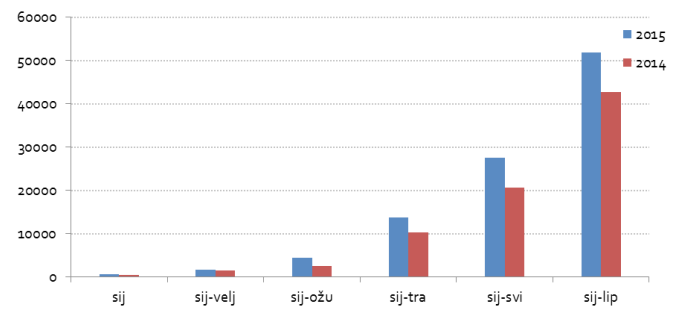
Vijesti iz sektora

Predsjednik Konfederacije španjolskih turističkih agencija (CEAV) i Udruge katalanskih agencija (ACAV), g. Marti Serra informira o očekivanom porastu prodaje ljetnih aranžmana između 5 % i 7 % te ističe da je Hrvatska među tri omiljene europske destinacije Španjolaca.

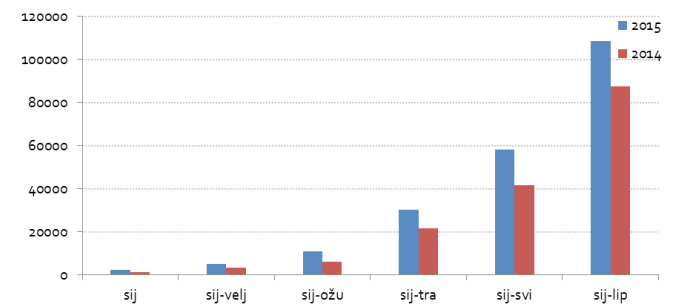
CLIA (Cruise Lines International Association) izdala je izvješće za 2014. u kojem navodi kako su u 2014. 42 europske cruise kompanije operirale s 123 broda ukupnog kapaciteta 146.000 kabina. Durgih 60 brodova s kapacitetom od 89.000 kabina bili su brodari iz van-europskih zemalja. Oko 6,4 milijuna europskih građana bukiralno je krstarenja što predstavlja povećanje od 0,5 % u odnosu na 2013., a oni predstavljaju oko 30 % ukupnog svjetskog broja cruise putnika. Oko 5,85 milijuna putnika ukrcalo se na krstarenje u nekoj europskoj luci, što predstavlja smanjenje od 3,6 % u odnosu na 2013. Od toga su 4,9 milijuna bili Europljani, a oko 0,9 milijuna građani drugih nacionalnosti. Većina krstarenja uključivala je luke na Mediteranu, Baltiku i drugim europskim regijama, što je predstavljalo 29 milijuna posjeta u ukupno okvirno 250 europskih luka, odnosno smanjenje od 7,1 % u odnosu na 2013.

Ukupan ekonomski rezultat cruise industrije iznosio je €40.2 milijuna u 2014., ostvareno je €16.6 milijuna u direktnoj potrošnji cruise kompanija, putnika i posade, industrija je imala 348,930 radnih mjesta te su plaće zaposlenih iznosile €10.75 milijuna. Svaki €1 milijun direktnog ulaganja u cruise industriji proizveo je €2.42 milijuna u

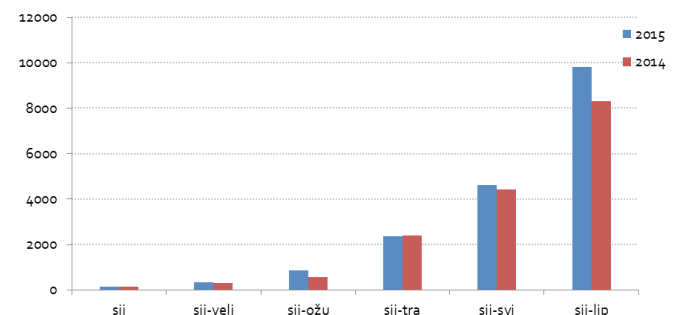
Španjolska – kretanje broja dolazaka u razdoblju siječanj – lipanj 2015. (kumulativno)



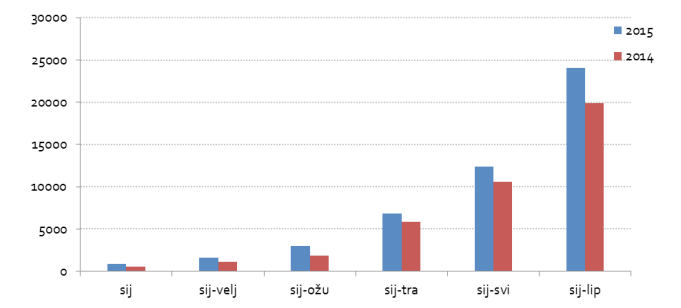
Španjolska – kretanje broja noćenja u razdoblju siječanj – lipanj 2015. (kumulativno)



Portugal – kretanje broja dolazaka u razdoblju siječanj – lipanj 2015. (kumulativno)



Portugal – kretanje broja noćenja u razdoblju siječanj – lipanj 2015. (kumulativno)



poslovnim rezultatima te 19 radnih mjesta s prosječnom godišnjom plaćom od skoro €33,700.

Od hrvatskih luka se pominje jedino Dubrovnik.

Receptivni turizam

U svibnju 2015. u Španjolsku je ukupno stiglo 6,5 milijuna stranih turista, odnosno 6,8 % više nego u svibnju 2014. U razdoblju siječanj-svibanj španjolski receptivni turizam bilježi rast od 5,1 % u odnosu na isto razdoblje prethodne godine, ukupno je došlo 22,5 milijuna turista, odnosno 1,1 milijuna međunarodnih turista više nego u istom razdoblju prošle godine.

U prvih 5 mjeseci Francuzi i turisti iz Azije (porast od 20,2 % prvenstveno Kina i Južna Koreja) su najviše doprinijeli ovom rastu (preko pola milijuna gostiju), dok su dolasci iz Italije, Švicarske (+21,7 %) i SAD (18,3 %) imali kumulativni rast veći od 10%.

Sve autonomne pokrajine bilježe rast, a ističe se Madrid s porastom od 11,7 %. Najveći rekorder po broju dolazaka stranih turista u svibnju su Katalonija, Baleari, Andaluzija i Kanari s udjelom u strukturi stranih turista od 25 % odnosno 22,4 %, te 14,5 % i 12,5 %.

U ovom mjesecu tržište Velike Britanije je i dalje prvo emitivno tržište s udjelom od 25,7 % u ukupnom broju primljenih turista, slijede Njemačka s udjelom od 17,1 % (porast od 10 %), Francuska sa 16,4 % (rast od 18,1 %), te ponovno rastu brojke Skandinavaca, s porastom od 4,1 %, zatim Nizozemska s udjelom od 5 % u međunarodnim dolascima (+9,6 %) i Italija s 4,8 % (+8,4 %).

U svibnju je 82,4 % stranih turista u Španjolsku doputovalo zrakoplovom, a 16,2 % cestovnim putem. Dolasci zrakoplovima bilježe rast od 4,6 %, a cestovnim putem od 7,9 %.

Hotelski smještaj bilježi rast od 3,3 % u svibnju, a u strukturi smještaja zauzima 66,4 %, dok ostale vrste smještaja bilježe rast od 8,8 % s udjelom od 33,6 %.

Vezano za način organizacije dolazaka stranih turista, u svibnju 2015. bilježi se rast samostalnih putovanja od 8,1 %, dok su se paket aranžmani smanjili za -1,5 %. U ovom razdoblju 68,8 % stranih turista doputovalo je samostalno, a 31,2 % organizirano.

U svibnju je ukupna potrošnja stranih gostiju porasla 11,8 % i dosegla je promet od 5.890 milijuna eura. Prosječna potrošnja se povećala te iznosi 905€ po osobi i 114€ po osobi/dan. Velika Britanija, Njemačka i SAD su ostvarile 51 % ukupnog troška. Kumulativni prihodi u prvih 5 mjeseci su 21.809 milijuna eura, što predstavlja porast od 8,4 % u odnosu na isto razdoblje 2014. što je rezultat povećanog broja dolazaka te duljeg boravka.

Ako usporedimo autonomne pokrajine, najveći prihod ostvaren je u Katalunji (22 %, povećanje od +2,2 %), zatim na Balearima (19,4 %, povećanje od +15,3 %), Andaluziji (16,6 % povećanje od 16,9 %) i na Kanarima (13,7 %, povećanje od 16,7 %). Najveći prosječni dnevni trošak po osobi u svibnju ostvaren je u Madridu (169 eura), a zatim slijedi Katalonija (128 eura).

U svibnju prosječni dnevni trošak po osobi kod samostalnih putovanja iznosi 104 eura, a kod paket aranžmana 141 eura, dok u hotelskom smještaju isti iznosi 144, a u ostalim vrstama smještaja 81 eura.

Rezultati Hrvatske

U lipnju i dalje bilježimo dobre rezultate, rast dolazaka i noćenja Španjolaca za 10 % i 9 %. Portugal bilježi rast dolazaka i noćenja za 33 % i 25 %, a Brazil ima rast od 51,7 % odnosno 49,5 %. Kumulativni podaci za prvo polugodište 2015. su dobri. Dolasci Španjolaca porasli su za 21%, a noćenja za 24 %. Dolasci Portugalaca bilježe kumulativno povećanje od 18 % u dolascima te 21 % u noćenjima. Dolasci brazilskih turista u rastu su te bilježe kumulativno povećanje od 14 % u dolascima te 15 % u noćenjima.

Aktivnosti ureda HTZ-a

U nastavku je pregled individualnih upita u uredu tijekom lipnja.

	Lipanj			Kumulativno siječanj-lipanj		
	2014	2015	Index	2014	2015	Index
Pozivi	444	366	83	1.210	1.168	96
Mail	228	274	120	822	880	108
Ukupno	672	642	96	2.032	2.054	101

Istićemo slijedeće reportaže:

Conde Nast Traveler članak na 12 stranica, tema Dalmacija
 VIAJAR, članak na 6 stranica, tema Rota Palagrožana
 Telva, tema Dalmacija i Istra
 El Periodico de Cataluña, tema Vis
 Hola Viajes, članak na 3 stranice, tema Plitvice

Započeti su razgovori s producentskom kućom za pomoć oko nalaženja lokacije za snimanje 2 epizode popularnog reality show u rujnu.

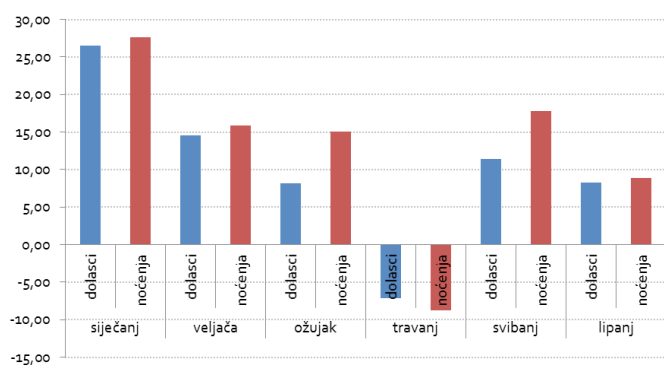
ŠVICARSKA

Turistički promet s tržišta u razdoblju siječanj – lipanj

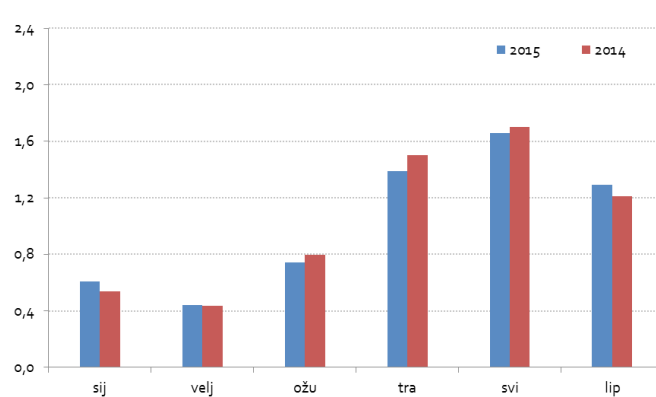
2015.			2014.			indeks 2015./14.	
dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
58.445	206.107	1,18	54.726	189.062	1,14	106,80	109,02

Izvor: Hrvatska turistička zajednica

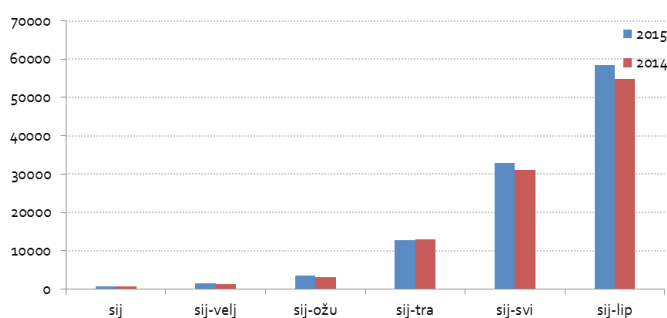
Švicarska – dolasci i noćenja po mjesecima (I. – VI. 2015.) – postotna fluktuacija u usporedbi s prethodnom godinom



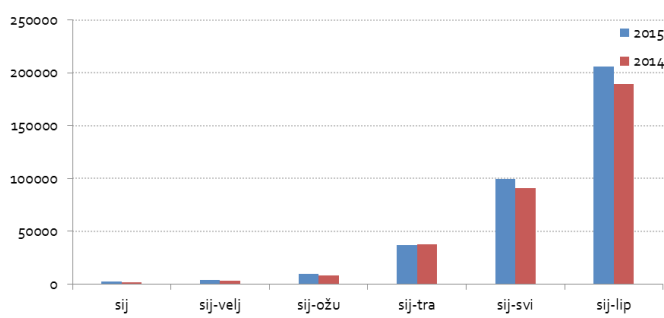
Švicarska – kretanje udjela tržišta u ukupnom turističkom prometu u 2015. u usporedbi s 2014. (%)



Švicarska – kretanje broja dolazaka u razdoblju siječanj – lipanj 2015. (kumulativno)



Švicarska – kretanje broja noćenja u razdoblju siječanj – lipanj 2015. (kumulativno)

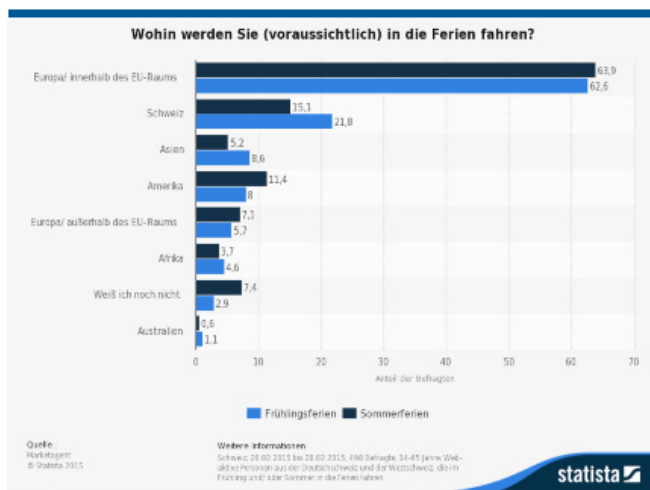


Tečaj eura stabilizirao se 29.06.2015. na međunarodnim deviznim tržištima nakon što je Švicarska narodna banka (SNB) intervenirala kako bi oslabila franak te kako bi se franak oporavio od oštrog gubitaka prema drugim valutama, izazvanih strahovanjem ulagača od bankrota Grčke. Švicarski franak obično jača u nestabilnim vremenima za tržišta, pa je tečaj eura ujutro skliznuo na 1,0315 franaka, a znatno je oslabio i prema drugim vodećim svjetskim valutama. Potom se euro stabilizirao na 1,0395 franaka, što znači da je franak ostao na dobitku od oko 0,3 posto u odnosu na prethodno zatvaranje tržišta.

Bogatih je sve više pa tako broj ljudi koji imaju više od milijun dolara na globalnoj razini porastao je u godinu dana s 15 na 17 milijuna. Pritom najbolje stoje Švicarci, na 1000 stanovnika, 135 je milijunaša.

U provedenoj anketi među švicarskim turoperatorima (Hotelplan, Kuoni i TUI) o najdražim destinacijama Švicaraca za ljetni odmor 2015. destinacije Sredozemlja su na vrhu liste: Španjolska, Italija, Grčka i Hrvatska. Međutim, unatoč pada cijena, potražnja za putovanjima u Egipat i Tunis, nakon atentata, je mala.

Švicarcima je sigurnost jedan od najbitnijih kriterija kad bira ju destinaciju godišnjeg odmora. Iz reprezentativne ankete Allianz Global Assistance, koja je objavljena u rujnu 2014., vidljivo je da za 84 % Švicaraca političko stanje na destinaciji igra ključnu ulogu. Ljetni odmor 63,9 % Švicaraca provede izvan Švicarske, u zemljama Europske unije.



U lipnju je stopa nezaposlenosti u Švicarskoj manja nego u svibnju, te iznosi 3,1 % odnosno 133.256 je nezaposlenih osoba.

Kennzahlenübersicht

ARBEITSLOSIGKEIT	Juni 2015	Mai 2015	Juni 2014	Veränderung zum			
				Vormonat absolut in %	Vorjahr absolut in %		
- Arbeitslosenzahl	133'256	136'349	126'632	-3'093	-2,3	6'624	5,2
- Arbeitslosenquote	3,1%	3,2%	2,9%	...	-0,1 *)	...	0,2 *)
- Jugendarbeitslosenzahl **)	15'853	16'352	14'952	-499	-3,1	901	6,0
- Jugendarbeitslosenquote	2,8%	2,9%	2,7%	...	-0,1 *)	...	0,1 *)
- Arbeitslosenzahl 50 und mehr	33'903	34'354	31'985	-451	-1,3	1'918	6,0
- Arbeitslosenquote 50 und mehr	2,8%	2,8%	2,6%	...	- *)	...	0,2 *)
- Langzeitarbeitslose	21'431	21'475	22'159	-44	-0,2	-728	-3,3
- Stellensuchende	191'090	192'798	180'689	-1'708	-0,9	10'401	5,8
GEMELDETE OFFENE STELLEN	10'487	9'929	14'211	558	5,6	-3'724	-26,2

*) in Prozentpunkten

**) 15- bis 24-Jährige

Broj upita u lipnju u predstavištvu u odnosu na prošlu godinu u istom razdoblju se smanjio, te je ukupan broj upita za u laganom padu.

	Pošta		Fax		E-mail		Telefon		Posjeta		Ukupno		Index
	2014.	2015.	2014.	2015.	2014.	2015.	2014.	2015.	2014.	2015.	2014.	2015.	
SIJEČANJ	126	146	19	27	699	797	95	122	4	11	943	1103	117
VELJAČA	148	126	11	16	684	746	138	129	6	8	987	1025	104
OŽUJAK	113	129	27	14	776	764	147	132	7	9	1070	1048	98
TRAVANJ	216	246	34	16	1011	985	167	149	9	11	1437	1407	98
SVIBANJ	192	207	38	27	1206	986	283	199	17	12	1736	1431	83
LIPANJ	135	119	21	10	996	956	189	219	16	26	1357	1330	98
UKUPNO	930	973	150	110	5372	5234	1019	950	59	77	7530	7344	97

UJEDINJENA KRALJEVINA

Turistički promet s tržišta u razdoblju siječanj – lipanj

2015.			2014.			indeks 2015./14.	
dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
162.071	747.503	4,29	147.424	669.503	4,03	109,94	111,65

Izvor: Hrvatska turistička zajednica

Gospodarsko-političko stanje na tržištu

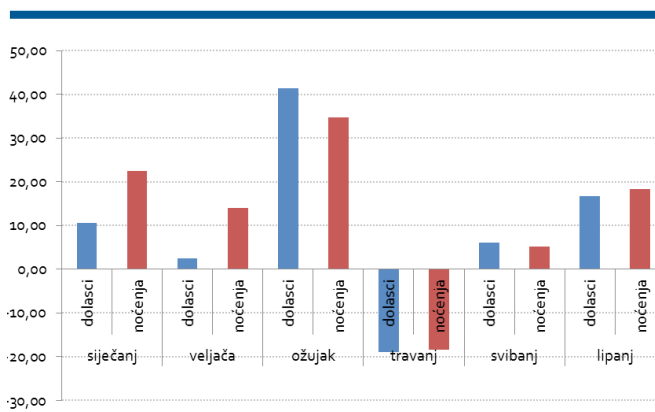
ONS (The Office for National Statistics) objavio je najnovije statističke podatke za prvi kvartal 2015. godine. BDP je rastao po stopi od 0,4 % (prethodna procjena je bila 0,3 %). Nezaposlenost kontinuirano pada i trenutno iznosi 5,5 %. Godinu dana prije iznosila je 6,6 %. Trenutno je 73,4 % populacije između 16-64 godina zaposleno (godinu prije taj postotak je iznosio 72,7 %). CPI (indeks potrošačkih cijena) iznosi 0,1 % što znači da je Velika Britanija izašla iz sfere deflacije. Prema najnovijim podacima ukupan broj stanovnika Velike Britanije je 64,6 milijuna.

Emitivni turistički promet

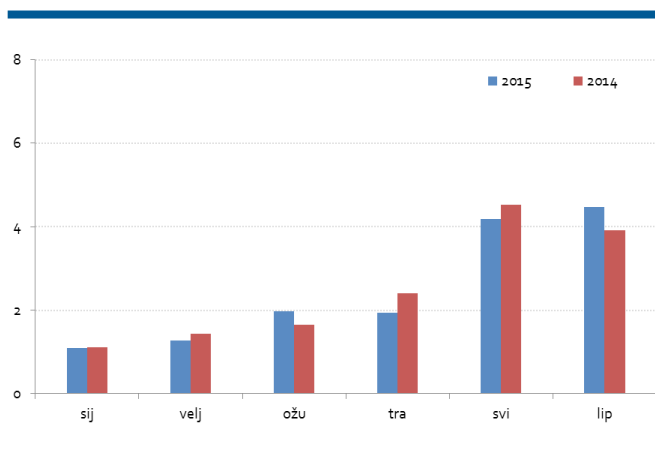
EasyJet je najavio da od travnja 2016. godine neće više imati svoju bazu u Rimu. Osnovni razlozi ukidanja baze po njima su visoki troškovi operacija na ZL Fuimicino i visoke aerodromske takse. Najavili su da će pojačati svoje druge dvije baze u Italiji, Milano i Napulj, te da će otvoriti novu u Veneciji.

Kuoni grupa objavila je da je prodala svoj europski tuoperatorski dio njemačkoj kompaniji Rewe grupi, odnosno njenom tuoperatoru Der Touristik. To se odnosi na urede u Švicarskoj, Velikoj Britaniji, Skandinaviji, Finskoj i zemljama Benelulux-a s ukupno 2.350 zaposlenika. Objavili su isto tako da i dalje traže kupca za svoj tuoperatorski posao u Indiji i Kini, odnosno Hong Kongu. Nije objavljena cijena akvizicije niti detalji prodajnog ugovora. Inače prema zakonima EU akvizicija mora biti odobrena od relevantnih struktura u Švicarskoj te od strane Europske Komisije.

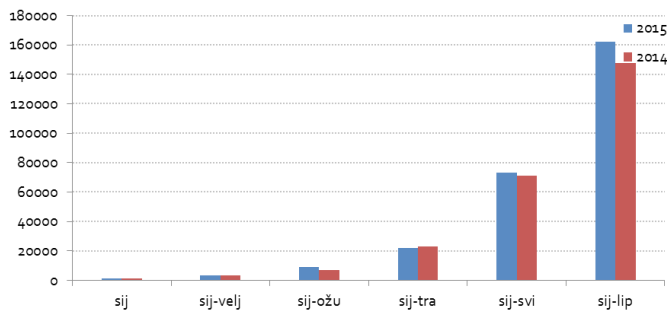
Ujedinjena Kraljevina – dolasci i noćenja po mjesecima (I. – VI. 2015.) – postotna fluktuacija u usporedbi s prethodnom godinom



Ujedinjena Kraljevina – kretanje udjela tržišta u ukupnom turističkom prometu u 2015. u usporedbi s 2014. (%)



Ujedinjena Kraljevina – kretanje broja dolazaka u razdoblju siječanj – lipanj 2015. (kumulativno)



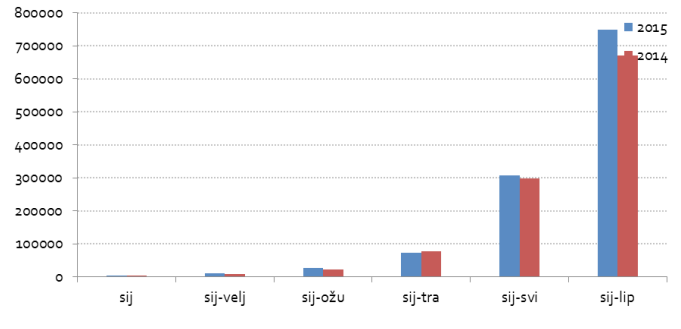
Thomas Cook grupa je objavila da u narednih pet godina očekuje da 70 % ukupne njihove prodaje bude online prodaja. To je strateško opredjeljenje kompanije i nastupa na tržištu, a kao dio programa koji su nedavno lansirali pod nazivom „Let’s Go Digital“.

ABTA je objavila svoj izvještaj da ukupna vrijednost putovanja državljana Velike Britanije izvan domovine iznosi 28,3 milijardi funti i to predstavlja 1,8% BDP-a Velike Britanije. U izvještaju se naglašava da sektor direktno zapošljava 214.000 ljudi odnosno još 435.000 u širem sektoru, indirektno. Prije nego otputuju izvan Velike Britanije na odmor potroše još 34 milijardi funti na predmete koji su im potrebni na odmoru.

Događaj koji je je obilježio lipanj je teroristički napad u Tunisu u kojem je poginulo 37 ljudi, a od toga 30 državljana Velike Britanije. U tom trenutku u Tunisu je boravilo više od 20.000 gostiju iz Velike Britanije, te više od 3.800 gostiju iz Njemačke. TUI UK je potvrdio da su svi ubijeni boravili u poznatom odmaralištu Sousse u njihovom aranžmanu. Odmah su poslali svoje zrakoplove i vratili goste koji su se htjeli vratiti kući. Većina se i vratila u Veliku Britaniju. TUI i Thomas Cook odmah su otkazali daljnje polaske do 10.07., a ponudili su i mogućnost besplatne promjene putovanja sve do kraja listopada kao i mogućnost povrata već uplaćenog odmora.

Nestabilna ekonomska situacija u Grčkoj, njen mogući izlaz iz eurozone te kakve bi posljedice to imalo za emisivni turizam bila je tema koja je dominirala u našoj branši. S jedne strane neki su turoperatori drastično smanjili cijene paket aranžmana i do 50%, a s druge strane bila su uvjeravanja da mogući izlazak Grčke iz eurozone neće imati nikakav efekt na ovu sezonu. ABTA (The Associ-

Ujedinjena Kraljevina – kretanje broja noćenja u razdoblju siječanj – lipanj 2015. (kumulativno)



ation of British Travel Agents) samo je preporučila potencijalnim gostima da uzmu više gotovine sa sobom, te kada bukiraju svoj odmor uzmu i putno osiguranje kako bi u slučaju mogućeg otkazivanja dobili povrat svojih uplaćenih sredstava.

The Elite Daily webstranica poznata i kao „The Voice of Generation Y“ objavio je članak u kojem je naveo 10 razloga zašto je Hrvatska nova „hotspot“ destinacija za mlađu populaciju. U članku su naveli i da je veliki porast bookinga za 2015. godinu za Hrvatsku što nas po njima smješta u sam vrh turističkih destinacija ove godine. Tih 10 razloga su: snimanje TV serije „Game of Thrones“ gdje se posebno spominju Dubrovnik i Split, mediteranska klima i nevjerojatno čisto i plavo more, Hrvatska kao nova muzička „Mecca“ često nazivana i nova Ibiza, jedrenje, vrijednost za novac, kultura i najveći broj zaštićenih spomenika kulture po stanovniku, nacionalni parkovi, Hrvatska kao „celebrity hot spot“ destinacija, bogatstvo naše gastronomske ponude i kao zadnji razlog izuzetno bogata povijesna baština.

Rezultati Hrvatske

Dvoznamenkasti rast kako u broju dolazaka, tako i u noćenjima za prvih šest mjeseci je ono što smo najavljujivali i priželjkivali. Svakako treba istaknuti Splitsku županiju koja ima 30% porast u dolascima i 35% porast u noćenjima za prvih 6 mjeseci. Broj putnika koji se ukrcaju na kruzer u Dubrovniku, nije evidentiran u statistikama, nije zanemariv i iznosi cca 5000 putnika mjesečno - za svibanj i lipanj.

Pregled aktivnosti predstavništva

Dana 10.06. u prostorima Veleposlanstva RH održana je prezentacija Turističke zajednice Grada Zagreba. Središnji događaj je bio novo izdanje Time Out Zagreb, te je direktor David Plant održao kratki govor i najavio ovo izdanje.

17.06. u British Museumu održana je proslava Dana Državnosti u organizaciji Hrvatskog Veleposlanstva u Londonu u partnerstvu s TZ Lošinja i Lošinj Hotels & Villas. Nazočne goste je pozdravio Veleposlanik Ivan Grdešić i župan Primorsko-Goranski gosp. Zlatko Komadina.

Organizirano je studijsko putovanje fotografa Sunday Times Travel Magazine u Istru, novinara koji pišu za BA Highlife u Split i Hvar te Istru, novinara koji pišu za Norwegian Air u Istru te u suradnji s PR agencijom putovanje tri novinara i predstavnika agencije u Istru.

Novinski članci koji su izašli u lipnju i rezultat su boravka istaknutih novinara u našoj organizaciji ili imaju za cilj promociju destinacije:

- Motorcaravan Motorhome Monthly: Croatia
- East Anglian Daily Times: In my imagination I am staring in Game of Thrones
- Sunday Times Travel Magazine: Island escape, Lošinj
- National Geographic Traveller: Adriatic Adventure
- Express: 10 reasons to visit Split, Croatia's second city
- Glasgow Evening Times: Paradise for nature lovers
- Climb Magazine: Paradise island: Climbing in Hvar, Croatia
- The Herald (Plymouth): Force of Nature in Croatia
- Irish Times: The next big party island
- Aluxurytravelblog: 5 things to do in Croatia for the perfect family break
- The Independent on Sunday: The plot thickens on this coast of curiosity
- Evening Gazette: Is Zadar on your radar
- Superyacht Business: Destination Dalmatia
- Independent: Explore Croatia
- Metro (London): Beauty to whet your palette

NAKLADNIK

Hrvatska turistička zajednica
Iblerov trg 10/4, p.p. 251
10000 Zagreb, Hrvatska
Tel: +385 1 46 99 333, Fax: +385 1 45 57 827

www.hrvatska.hr
www.facebook.com/croatia.hr
www.youtube.com/croatia
issuu.com/croatia.hr
E-mail: info@htz.hr

UREDNIŠTVO

Odjel za istraživanje tržišta i strateško planiranje

DIZAJN I PRIPREMA

digitalni studio ZVIZ

DIZAJN NASLOVNICE I INFOGRAFIKE

Restart d.o.o.

IZVJEŠĆA S EMITIVNIH TRŽIŠTA

Predstavništva Hrvatske turističke zajednice u inozemstvu

AUSTRIJA

BELGIJA I NIZOZEMSKA

ČEŠKA

FRANCUSKA

ITALIJA

JAPAN

MAĐARSKA

NJEMAČKA

POLJSKA

RUSIJA

SAD I KANADA

SKANDINAVIJA

SLOVAČKA

SLOVENIJA

ŠPANJOLSKA

ŠVICARSKA

UJEDINJENA KRALJEVINA