

KANADA



PROFIL EMITIVNOG TRŽIŠTA - IZDANJE 2021.



OPĆI PODACI - KANADA

Uvodna napomena:

Pojavom pandemije bolesti COVID-19 tijekom prvog kvartala 2020. na globalnoj je razini došlo do iznimno snažnog poremećaja svih sfera društvenog i gospodarskog života te je turizam, u svim svojim pojavnim oblicima jedna od najsnažnije pogođenih djelatnosti, s neizvjesnim kratkoročnim i srednjoročnim perspektivama oporavka.

U takvom kontekstu, 2020. (vrlo vjerojatno i nekoliko narednih godina) donosi potpuni odmak od uobičajenih poslovnih okolnosti i obrazaca ponašanja na strani ponude i potražnje, tako da ranije ustanovljeni trendovi i prognoze temeljene na modelima izgrađenim u kontekstu stabilnih poslovnih odnosa doživljavaju korjenitu promjenu.

Imajući u vidu navedeno, standardni format profila tržišta u ovoj je godini promijenjen i prilagođen novonastalim okolnostima na način da su u odnosu na ranija izdanja redefinjirana određena tematska poglavlja.

Političko uređenje:

Ustavna savezna republika.

Površina:

9.984.670 km².

9.093.507km² kopno+ 891.163km² more.

Najveći gradovi:

Toronto, Montreal, Calgary, Ottawa, Edmonton, Mississauga, North York, Winnipeg, Scarborough, Vancouver, Quebec.

Struktura stanovništva

Broj stanovnika:

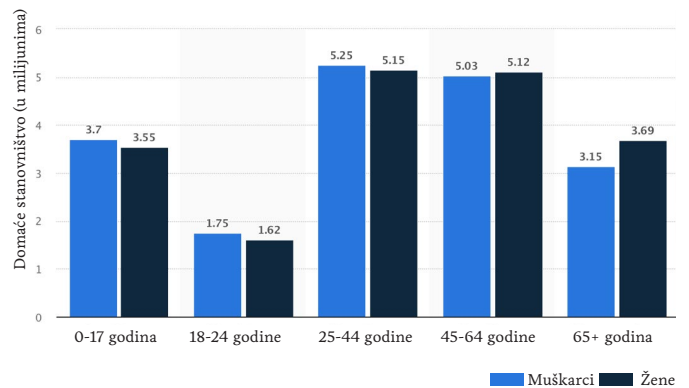
37.850.115

izvor: <https://www.worldometers.info/world-population/canada-population/>

Gustoća stanovništva:

4/km².

Dobna struktura



Izvor: Statista 2020.

Godine 2020. u Kanadi živi oko 5,25 milijuna muškaraca i 5,15 milijuna žena u dobi između 25 i 44 godine, što je više od bilo koje dobne skupine. Sljedeća najveća dobna skupina je između 45 i 64 godine, s 5,03 milijuna muškaraca i 5,12 milijuna žena. Prosječna starost stanovništva je oko 40,9 godina 2020. godine, a Newfoundland i Labrador imali su najstariju prosječnu populaciju, a Nunavut najmlađu prosječnu populaciju. Uz to, većina Kanadana, i muški i ženski, su neoženjeni.

Podaci o vjerskim uvjerenjima prikupljaju se u svakom drugom popisu stanovništva. Prema Nacionalnom istraživanju domaćinstava iz 2011. godine, posljednjem prikupljenom popisu podataka, 67% Kanadana deklarirali su se kao kršćani, 24% bez religijskog opredjeljenja, a 3,2% bili su muslimani. U Kanadi ima oko 1.053.945 muslimana. Svaki popis stanovništva (10 godina) pokazuje rast stanovnika deklariranih kao isti. Većina muslimana u Kanadi slijedi sunitski islam, a manjina njih slijedi šiitski i Ahmadija islam. Ostale glavne vjerske skupine bile su židovske (1%), budističke (1,1%) i hinduističke (1,5%) i sikhičke (1,4%).

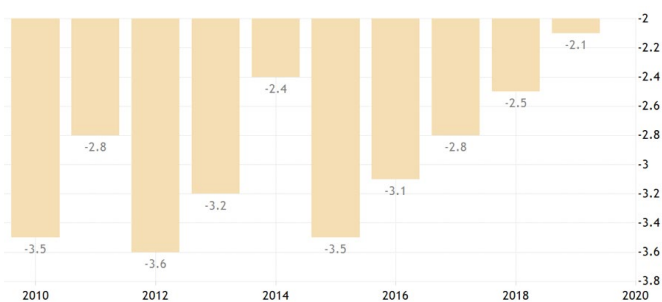
Slično kao i Sjedinjene Države, Kanada je imigrantska država te mnogi njezini stanovnici imaju imigrantsko porijeklo. Uz to, imigracija u Kanadu kontinuirano se povećava od 2000. godine.

Stanovništvo raste stalnim tempom i, prema sadašnjim projekcijama, premašit će 50 milijuna do 2070. godine. Kanada ima jednu od najbržih stopa rasta od bilo koje države G7, koja raste brže od mnogih drugih industrijaliziranih zemalja. Stopa rasta Kanade bila je negdje između 0,8% i 1,2% tijekom posljednjih deset godina.

Opće karakteristike gospodarstva

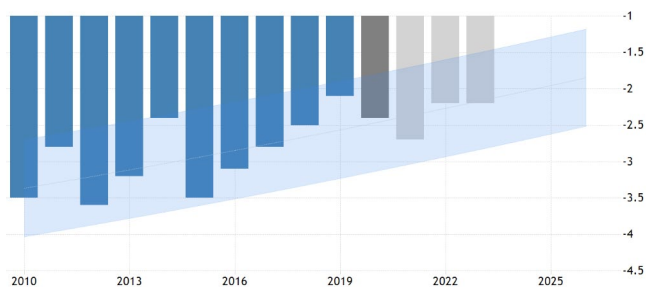
U drugom kvartalu 2020. kanadsko gospodarstvo oslabilo je za 11,5%, rekordni pad, nakon pada od 2,1% u prethodnom razdoblju i službenog ulaska u recesiju što se podudara s početkom pandemije COVID-19 koja je pogodila gospodarstvo. Potrošnja kućanstava pala je na rekordnih 13,1%, uslijed gubitka posla i ograničenih mogućnosti potrošnje zbog zatvaranja trgovina i ograničenja putovanja. Uz to, poslovna ulaganja pala su za 16,2% što je odraz smanjenja građevinskih aktivnosti, zatvaranja pogona, niskih cijena nafte i povećane nesigurnosti. Također, državni rashodi su se smanjili za 2,7%, nakon pada od 0,3% u Q1. Izvoz je pao za 18,4%, a uvoz za 22,6%, kao posljedica kontrakcije gospodarstava glavnih trgovinskih partnera zbog mjera za suzbijanje pandemije.

Kanada je u 2019. zabilježila deficit tekućeg računa od 2,10% bruto domaćeg proizvoda zemlje.



Izvor: Statista 2020.

Očekuje se da će BDP u Kanadi dosegnuti -2,7 % do kraja 2020. godine, prema globalnim makro modelima i očekivanjima analitičara Trading Economics. Dugoročno, predviđa se da će se BDP Kanade 2021. godine kretati oko -2,2 %, prema našim ekonometrijskim modelima.



Izvor: Tradingeconomics.com, Statistics Canada

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

Bruto domaći proizvod (BDP) u Kanadi vrijedio je 1.736,43 milijarde američkih dolara u 2019. godini, prema službenim podacima Svjetske banke i projekcijama Trading Economics-a. Vrijednost BDP-a Kanade predstavlja 1,45% od ukupne svjetske ekonomije.

Izvor: World Bank



Izvor: Tradingeconomics.com, World Bank

Očekuje se da će BDP u Kanadi doseći 1.590 milijardi USD-a do kraja 2020. godine, prema globalnim makro modelima i očekivanjima analitičara Trading Economics. Predviđa se da će se kanadski BDP 2021. godine kretati oko 1.670 milijardi USD, a 2022. godine 1.740 USD, prema našim ekonometrijskim modelima.



Izvor: Tradingeconomics.com, World Bank

Bruto domaći proizvod po stanovniku u Kanadi posljednji je put zabilježen na 51.588,80 američkih dolara u 2019. BDP po stanovniku u Kanadi jednak je 408% svjetskog prosjeka.

Izvor: World Bank

Očekuje se da će BDP po stanovniku u Kanadi doseći 50.100 USD do kraja 2020. godine, prema globalnim makro modelima Trading Economics i očekivanjima analitičara. Predviđa se da će kanadski BDP po stanovniku kretati oko 51.100 USD u 2021. godini i 51.600 USD u 2022. godini, prema našim ekonometrijskim modelima.

Postotak nezaposlenosti u 2019., aktualno stanje u 2020. i procjena trenda

Stopa nezaposlenosti u Kanadi pala je na 9 % u rujnu 2020. s 10,2% u prethodnom mjesecu i znatno ispod tržišnih očekivanja od 9,7%. Stopa nezaposlenosti pala je četvrti mjesec zaredom, s najnižih 13,7% dosegnutih u svibnju kao rezultat ekonomskog gašenja uslijed COVID-19, ali i dalje ostajući znatno iznad 5,6% zabilježenih u veljači. U gospodarstvu je otvoreno 378,2 tisuće radnih mjesta, što je nadmašilo prognoze o novih 156,6 tisuća radnih mjesta, od čega 334 tisuće radnih mjesta s punim radnim vremenom i 44 tisuće radnih mjesta s nepunim radnim vremenom. Stopa sudjelovanja u radnoj snazi porasla je na 65 % sa 64,6 % u prethodnom mjesecu. Stopa nezaposlenosti mladih smanjila se na 18,9 % s 23,1 % u kolovozu. Očekuje se da će stopa nezaposlenosti u Kanadi biti 10,1 % do kraja 2020. godine, prema globalnim makro modelima Trading Economics i očekivanjima analitičara. Prema ekonometrijskim modelima Trading Economics, predviđa se da će se stopa nezaposlenosti u Kanadi kretati oko 8,5% u 2021. i 6,5% u 2022. godini.

Izvor: Statistics Canada

Prosječna plaća

Plaće u Kanadi smanjile su se na 26,85 CAD po satu u srpnju s 27,14 CAD po satu u lipnju 2020. godine.

Očekuje se da će prosječna plaća u Kanadi iznositi 27,13 CAD po satu do kraja ovog tromjesečja, prema globalnim makro modelima Trading Economics i očekivanjima analitičara. Također predviđa se da će se dugoročno prosječne plaće po satu u Kanadi kretati oko 28,00 CAD po satu u 2021. i 29,36 CAD po satu u 2022. godini.

Izvor: Statistics Canada

Stopa inflacije

Godišnja stopa inflacije u Kanadi porasla je na 0,5% u rujnu 2020. s 0,1% u prethodnom mjesecu i iznad tržišnih očekivanja od 0,4%. Ipak, inflacija ostaje znatno ispod stope od 2,2% zabilježene u veljači, prije početka pandemije koronavirusa.

Prema očekivanjima analitičara Trading Economics, stopa inflacije u Kanadi će do kraja IV. tromjesečja 2020. iznositi 0,3%, dok bi se stopa inflacije u 2021. trebala kretati oko 1,6%, a u 2022. oko 2,0%.

Vanjskotrgovinska bilanca

Kanadski trgovinski deficit se u kolovozu 2020. smanjio na 2,45 milijardi CAD u odnosu na revidirane 2,53 milijarde CAD u prethodnom mjesecu te u usporedbi s tržišnim prognozama manjka od 2 milijarde CAD. Uvoz je pao za 1,2% na 47,38 milijardi CAD, dok je izvoz pao za 1% na 44,93 milijarde CAD. Prodaja motornih vozila i dijelova pala je za 6,8%, a zrakoplova i ostale transportne opreme i dijelova za 14,5%. Kanadski trgovinski suficit proširio se na šestomjesečni maksimum od 3,3 milijarde CAD sa 2,5 milijarde CAD u srpnju, dok je trgovinska bilanca sa zemljama izvan SAD-a porasla na 5,8 milijardi CAD s 5,0 milijardi CAD.

Izvor: Statistics Canada

Utjecaj globalnih gospodarskih kretanja na domicilno gospodarstvo

Pandemija COVID-19 predstavlja ozbiljnu zdravstvenu prijetnju ljudima širom svijeta i značajan poremećaj u svakodnevnom životu. Ima velik utjecaj na globalno i kanadsko gospodarstvo. Pogođen je svaki sektor kanadske ekonomije. Neki su sektori, poput energetike, putovanja, ugostiteljstva i uslužne industrije, posebno pogođeni.

Na burzu u Torontu (TSX) snažno je utjecao krah burze 2020. godine, s ukupnim padom S-P/TSX kompozitnog indeksa od 12% 12. ožujka, što je njegov najveći jednodnevni pad od 1940. godine. Tjedan od 9. do 13. ožujka bio je TSX-ov najgori zabilježeni tjedan. S & P/TSX kompozitni indeks izgubio je dodatnih 10% 16. ožujka, zbog čega je trgovanje zaustavljeno treći put u roku od osam dana. Indeks se 16. ožujka zatvorio na 12.360,40 bodova, što je 31% manje u odnosu na 17.944 zabilježenih 20. veljače. Do 17. travnja indeks se djelomično oporavio, na razini od 14.359,98, međutim i dalje za 20% manje u odnosu na 20. veljače.

Kao odgovor na ekonomske učinke koji su posljedica pandemije COVID-19, Nacionalna banka Kanade (Bank of Canada) smanjila je kamatne stope na 0,25% kako bi osnažila gospodarsku aktivnost. Ovi potezi potiču osobnu potrošnju i stimuliraju tvrtke smanjenjem plaćanja postojećih i novih zajmova u cijelom gospodarstvu. Također, Banka je pružila niz olakšica za likvidnost i programe kupnje kako bi održala funkcioniranje tržišta, protok kredita i omogućila smanjenje kamatnih stopa. Kako bi podržala oporavak, Banka se obvezala na nastavak velikih kupovina imovine dugoročnog duga. Radnje koje poduzima pojačavaju: likvidnost za pojedine financijske institucije što poboljšava funkcioniranje tržišta; dobro

funkcionirajuća tržišta pozitivno utječu na sposobnost financijskih institucija da djeluju; ublažavanje monetarne politike (niža kamatna stopa) učinkovitije je kada tržišta funkcioniraju, a banke imaju likvidnost koju trebaju pružiti poduzećima i kućanstvima.

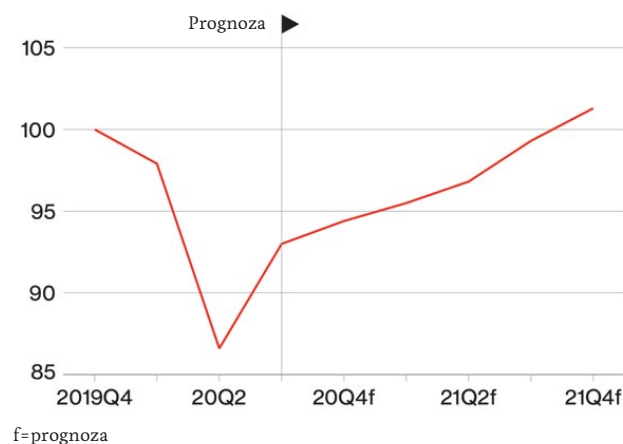
Utjecaj pandemije virusa COVID-19 na ekonomiju i društvo u 2020., očekivani utjecaj u 2021.

Pandemija COVID-19 imala je veliki utjecaj na kanadsko gospodarstvo, vodeći ga u recesiju. Vladina pravila socijalnog distanciranja utjecala su na ograničavanje gospodarske aktivnosti u zemlji. Tvrtke su počele razmatrati i prakticirati masovna otpuštanja radnika, što je u velikoj mjeri spriječilo kanadsko subvencioniranje plaća. No, unatoč tim naporima, stopa nezaposlenosti Kanade u svibnju 2020. iznosila je 13,5%, što je najviša stopa od 1976. Otkazani su ili odgođeni mnogi veliki događaji koji su se planirali održati 2020. godine u Kanadi. To uključuje sve glavne sportske i umjetničke događaje. Kanadski sektor turizma i zračnog putovanja posebno je pogođen zbog ograničenja putovanja. Poljoprivrednici su u panici zbog nedostatka radne snage i mogućih bankrota. COVID-19 utjecao je na ponašanje potrošača. U ranim fazama pandemije, kanadske trgovine s mješovitom robom bile su mjesto velike panike koja je vodila do mnogih praznih policia. Do kraja ožujka, većina trgovina bila je zatvorena za ulazak kupaca, osim trgovina mješovitom robom i ljekarni, koje su u svojim prostorijama provodile snažna pravila socijalnog distanciranja. Ta su pravila primijenjena i u drugim kanadskim poduzećima jer su se počela ponovno otvarati u kasnijim mjesecima.

WestJet je zamrznuo zapošljavanja i zaposlenima nudi pakete dobrovoljnog odlaska s ciljem smanjenja 12% ukupnog broja zaposlenih. Air Canada najavila je 20. ožujka da će otpustiti 5.000 zaposlenika. 20. ožujka savezna vlada je najavila dramatičan porast prijave za osiguranje u slučaju nezaposlenosti, s preko 500.000 Kanadana koji su se prijavili u jednom tjednu (porast od 18 puta). Do 22. ožujka brojka je prilagođena na gotovo milijun Kanadana koji se prijavljuju u jednom tjednu. A do 2. travnja zahtjevi za nezaposlenost u Kanadi dosegli su oko 2,13 milijuna, što predstavlja otprilike 11% radne snage. Kanadska vlada je 6. travnja izjavila da se za naknadu za nezaposlene prijavilo 3,18 milijuna Kanadana, a samo 6. travnja oko 795.000 radnika. Istraživanje Instituta Angus Reid pokazalo je da je 44% kanadskih kućanstava doživjelo neku vrstu gubitka posla. Dana 13. travnja, broj zahtjeva za hitne naknade zbog pandemije

dosegao je 6 milijuna - taj broj "uključuje one koji su se prijavili putem postupka osiguranja od zaposlenja (EI)". Kanadsko gospodarstvo polako se oporavlja posljednjih mjeseci nakon gospodarskog pada koji je izazvao lockdown zbog pandemije COVID-19 u ožujku i travnju. U travnju je stvarni BDP bio na 82% razine u veljači (prije COVID-a), 3 milijuna Kanadana bilo je bez posla (pad zaposlenosti za 15,6%), a ukupni odrađeni sati smanjili su se za 28 posto. Kako su se epidemiološko-zdravstvena ograničenja počela ukidati u svibnju, nastupio je oporavak. Institut za statistiku Kanade procjenjuje da je srpanjska gospodarska aktivnost bila na 94% razine zabilježene u veljači, a do kolovoza je obnovljeno 1,9 milijuna radnih mjesta.

Pandemija COVID-19 vodi ka izravnavanju oporavka (indeks kanadskog BDP-a po kvartalima, 2019. Q4= 100)



Izvor: The Conference Board of Canada; Statistics Canada

MEDIJI I OGLAŠAVANJE NA TRŽIŠTU

Prikaz glavnih medija (TV, dnevni listovi, magazini) po segmentima (turistički, politički, sportski...) Naklade, regionalna pokrivenost, čitanost, praćenje za medije

Mnoge web stranice s vijestima odustale su od plaćanja za materijal povezan s pandemijom, uključujući The Globe and Mail i sve stranice Postmedia. Postmedia je nakon toga odustala od svojih platnih brojeva za sav sadržaj za travanj 2020. Javna televizija CBC privremeno je zamijenila svoje lokalne večernje vijesti simultankom mreže CBC News Network, kombinirajući sadržaj lokalnih i nacionalnih novinara iz cijele zemlje, odluku koju je kritizirao premijer otoka princa Edwarda Dennis King, kao CBC News: Compass je jedini lokalni dnevni televizijski informativni program u pokrajini. Krajem ožujka, lokalne vijesti počele su se emitirati na većini tržišta. U nastavku je popis top 10 kanadskih tiskanih novina po nakladi koje je sastavio Agility PR Solutions u 2020. godini.

10 najčitanijih kanadskih novina na engleskom jeziku:

The Globe and Mail,
Toronto Star,
Hamilton Spectator,
Montreal Gazette,
The Province,
National Post,
Vancouver Sun,
Calgary Herald,
Toronto Sun i
Windsor Star.

10 najčitanijih kanadskih novina na francuskom jeziku:

Le Soleil, Le Journal de Québec,
Le Journal de Montreal,
Le Quotidien, La Presse,
La Tribune, Journal Métro,
La Voix de L'est,
Les Affaires i
Journal Le Nord.

Kanadsko tržište časopisa prilično je ograničeno, a većina Kanadana jednostavno čita popularne američke publikacije poput People, Sports Illustrated i National

Geographic. Nekoliko popularnih američkih publikacija, poput Reader's Digest-a i ELLE-a, objavljuju "Canadian Editions" koja uključuju malo bonus kanadskog sadržaja.

10 najčitanijih časopisa na engleskom jeziku:

Reader's Digest Canada,
NOW Magazine,
Canadian Living,
The Kit Magazine,
Azure,
House & Home,
Flare,
Today's Parent,
The Hockey News i
Elle Canada.

10 najčitanijih časopisa na francuskom jeziku:

Châtelaine,
Le Semaine,
Coup de Pouce,
L'actualité,
Le Bel Âge,
Protégez-Vous,
Cool!,
Clin d'oeil i
Elle Québec.

Turistički portali i časopisi:

Travel Week,
Travel Courier,
Travel Magazine Canada,
DreamScapes,
CAA Magazine,
Canadian Geographic Traveller,
Outpost Magazine,
TravelLife Magazine,
Canadian Traveller.

CBC Television, televizijska postaja koja emitira komedije, drame, dječji program i vijesti, a većinu emisija CBC TV producira sama mreža, što je čini najvećim izvorom kanadskog sadržaja u zemlji. Sjedište mreže je u Torontu, ali većina velikih kanadskih gradova također ima svoj lokalni CBC studio koji putem glavnog kanala emitira neke lokalne vijesti.

Kabelskim programima u Kanadi dominiraju dva kanala, CTV i Global, koji emitiraju uglavnom američke programe. Sportske sadržaje u Kanadi emitiraju specijalni kanali TSN i Sportsnet, premda CBC također osigurava pokrivanje hokejaških utakmica i Olimpijskih igara. U zadnje vrijeme sve više Kanadana napušta klasičnu kablovsku televiziju u korist internetskih usluga na zahtjev poput Netflix-a i njegovog manje popularnog konkurenta, Crave TV-a, koji pretplatnicima omogućuju gledanje popularnih emisija.

CBC-ov radijski ogranak, CBC Radio, emitira pet različitih radio stanica iz 34 kanadska grada. Za govornike engleskog jezika postoji CBC Radio 1, koji se uglavnom sprda s vijestima i novostima, CBC Radio 2, koji svira klasičnu glazbu, i CBC Radio 3, satelitski radio kanal specijaliziran za indie glazbu. Za govornike francuskog jezika postoje ICI Radio-Canada Première i ICI Musique, koji se bavi francuskom glazbom. U zadnje vrijeme sve veći broj Kanadana sluša svoje radio emisije putem Interneta, a većina kanadskih radio stanica nudi mogućnost “slušanja uživo” na svojoj web stranici. Mnoge radio stanice na sličan način sada nude velik dio svog sadržaja u obliku podcasta za preuzimanje.

Portali s novostima – Kanada ima nekoliko web stranica s vijestima i komentarima, ali većina se bavi isključivo politikom. Canada.com je možda najopćenitiji i služi kao agregator vijesti za sadržaje iz različitih internetskih izdanja lanca novina Postmedia. Canoe.ca također je u vlasništvu Postmedije, ali više je usredotočen na vijesti o životnom stilu i zabavi. Huffington Post Canada najpopularniji je kanadski internetski izvor vijesti. Kanadsko izdanje popularnog američkog internetskog lanca medija, sadrži nekoliko izvornih političkih izvještaja, kao i izvorne političke komentare iz širokog asortimana blogera, od kojih je većina lijevo nastrojena. Tyee, National Observer i VICE Canada su web stranice s sličnim progresivnim sadržajem, a također rade i neovisna politička izvještavanja i komentare. Na suprotnom kraju spektra nalazi se internetski kanal vijesti The Rebel, koji vodi poznati konzervativni provokator Ezra Levant (r. 1972.), koji proizvodi uglavnom video sadržaje. iPolitics, koja je, kao što i samo ime govori, još jedno mjesto duboko usredotočeno na političke novosti.

PROFIL EMITIVNOGA TURISTIČKOG TRŽIŠTA

Generalni osvrt na stanje na emitivnom turističkom tržištu

Od sredine ožujka Kanada je u potpunosti ili djelomično zatvorila svoje državne granice za turiste i putnike koji nisu neophodni kako bi zaustavila širenje virusa COVID-19. Putovanje po regijama unutar Kanade također je ograničeno što je imalo velik utjecaj na gospodarstvo. Prema novoj studiji pod nazivom "Ekonomski utjecaj ograničenja putovanja na kanadsko gospodarstvo zbog pandemije COVID-19", procjenjuje se da će ograničenja putovanja nametnuta zbog zaustavljanja širenja koronavirusa dovesti do smanjenja kanadskog bruto domaćeg proizvoda (BDP) u rasponu od 27,9 milijardi do 37,1 milijarde dolara i do gubitka od 400.000 do 500.000 radnih mjesta u 2020. Ograničenja putovanja imaju izravan utjecaj na turističku industriju, ali i na industrije koje proizvode robe koje koristi turistička industrija. Ograničenja putovanja mogla bi značajno pogoditi turističku industriju, što uključuje prijevoz, usluge smještaja i prehrane, usluge aranžmana i rezervacija putovanja te rekreaciju i zabavu. Procjenjuje se da bi izravan utjecaj ograničenja putovanja u sektoru turističkih usluga mogao rezultirati gubitkom BDP-a od 17,6 milijardi do 23,3 milijarde dolara i gubitkom od 306.000 do 406.000 radnih mjesta u 2020. godini, između najoptimističnijih i pesimističnijih scenarija. Kako opada proizvodnja u turističkoj industriji, smanjuje se i potražnja za poluproizvodima i uslugama koje pružaju druge industrije, kao što su trgovina na veliko i malo, komunalne usluge, proizvodnja hrane i ostale uslužne djelatnosti. Studija procjenjuje da bi neizravni utjecaj ograničenja putovanja mogao dovesti do gubitka BDP-a od 10,3 milijarde do 13,8 milijardi dolara i do gubitka 107.000 do 14.000 radnih mjesta u 2020. godini.

Izvor: Statistics Canada

Prema Twenty31 analizi trenutnih karakteristika putovanja Kanadana, većina ih se i dalje osjeća najsigurnije kad putuju bliže kući ili unutar svoje provincije. Odredišta i iskustva na otvorenom i dalje su najtraženija. Uz odgovarajuću kombinaciju epidemioških protokola i prilagođenu turističku ponudu, kanadski turizam moći će privući veći dio ove potražnje tijekom zimskih mjeseci. Iako su ljetna ponovna otvaranja rezultirala nekim pozitivnim dobitcima za kanadske restorane, barove, pubove

i neke noćne klubove, turistička industrija u cjelini pati. U 2019. godini dominantni motiv putovanja Kanadana je odmor, bilo da je riječ o pasivnom odmoru i opuštanju u toplim krajevima (sunce i more) ili aktivnom odmoru koji uključuje upoznavanje novih zemalja, kultura i običaja.

Najposjećenije destinacije Kanadana prema motivu putovanja u predpandemijsko vrijeme bile su:

1. SAD - tijekom cijele godine (kratki odmori, zabava, shopping, sunce i more na Floridi i u Kaliforniji)
2. Meksiko - tijekom zimskih mjeseci (sunce i more)
3. Karibi - tijekom zimskih mjeseci (sunce i more, vjenčanja i bračna putovanja, krstarenja) - dominiraju Kuba, Dominikanska Republika i Jamajka
4. Europa - tijekom proljetnih i ljetnih mjeseci (povijesno naslijeđe i kultura, posjeta rodbini, sunce i more).

U 2020. godini, prema istraživanju turističkih savjetnika, najpopularnija odredišta su ona koja pružaju uživanje u suncu i na otvorenom prostoru, prvenstveno domaća putovanja. Američka odredišta o kojima su se Kanadani najviše raspitivali bila su Aljaska, Florida, Kalifornija, Havaji, Las Vegas i Colorado, dok su glavna kanadska odredišta Vancouver, Britanska Kolumbija i Canadian Rockies. Potrebno je napomenuti da je još uvijek na snazi zabrana nepotrebnog putovanja između Kanade i SAD-a.

Više od polovice Kanadana izjavilo je da razmišlja o odmoru u narednih godinu dana, pokazalo je istraživanje koje je naručilo *Sunwing*. Na uzorku od 1.505 Kanadana, na engleskom i francuskom jeziku, istraživanje je provedeno između 28. i 29. rujna 2020. među članovima foruma Angus Reid. Na pitanje razmišljaju li o odlasku na odmor u narednih godinu dana, 56% ispitanika odgovorilo je potvrdno. Postotak je bio još veći među redovnim putnicima i iznosi 71%. Polovica ispitanika koji razmišljaju o putovanju u sljedećih 12 mjeseci, izjavili su da ih zanima *all-inclusive* odmor.

Utjecaj pandemije virusa COVID-19 na turistički promet u 2020.

Kako bi se zaštitili Kanađani od širenja COVID-19, i dalje su na snazi ograničenja putovanja u Kanadu. Do daljnjeg, većina stranih državljana ne može putovati u Kanadu, čak i ako imaju važeću posjetiteljsku vizu ili elektroničko odobrenje za putovanje (eTA). U Kanadu mogu putovati kanadski državljani, dvojni kanadski državljani s važećom kanadskom putovnicom ili osobe s posebnim ovlaštenjem, stalni stanovnici Kanade (status rezidenta), osobe registrirane prema indijanskom zakonu Kanade te zaštićene osobe. Kanadski državljani i stalni stanovnici koji se vraćaju u Kanadu i dalje će biti podvrgnuti strogim mjerama karantene u trajanju od 14 dana. Iako je Kanada dobila međunarodno priznanje za dobro upravljanje krizom trenutna ograničenja međunarodnih putovanja izrazito su nepovoljno utjecala na kanadsku turističku industriju.

Prema Statistics Canada, turistička potrošnja u Kanadi pala je za dvije trećine (-66,3%) u drugom tromjesečju, uslijed kontinuiranih ograničenja putovanja i mjera fizičkog udaljavanja u cijeloj Kanadi. Pad je bio četverostruko veći od prethodnog rekordnog pada (-14,3%) u prvom tromjesečju. Bruto domaći proizvod (BDP) turizma pao je bržim tempom (-66,4%) od poslova koji se mogu pripisati turizmu (-44,4%) u drugom tromjesečju. Ograničenja za nebitna putovanja u Kanadu, kao i obvezno 14-dnevno razdoblje karantene za Kanađane koji se vraćaju iz inozemstva, ostali su na snazi tijekom kolovoza 2020. S tim mjerama putovanja u Kanadu iz SAD-a i prekomorskih zemalja manja su za 96,6% u odnosu na kolovoz 2019. Slično tome, broj kanadskih stanovnika koji se vraćaju iz inozemstva pao je za 94,1% u odnosu na kolovoz 2019. godine.

U kolovozu 2020. godine 90.600 kanadskih stanovnika vratilo se kući s inozemnih putovanja, što je porast (+69,8%) u odnosu na 53.300 u srpnju. Međutim, ovo je pad od 91,9% u odnosu na 1,1 milijun povratnih putovanja iz prekomorskih destinacija zabilježenih u kolovozu 2019. godine.

Ukupan broj stanovnika koji su tijekom 2020. otputovali na odmor

Dostupan je podatak za broj Kanađana koji su se vratili iz inozemstva u razdoblju siječanj – kolovoz 2020. godine te iznosi 13.470.615. Za isto razdoblje 2019. godine taj broj iznosi 37.322.488.

Izvor: Statistics Canada

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

Samo su dostupni podaci za 2019. godinu. Zabilježeno je 313.239 domaćih putovanja Kanađana.

Izvor: Statistics Canada

Redoslijed omiljenih destinacija

Najposjećenije destinacije Kanađana u 2019. godine bile su:

1. SAD
2. Meksiko
3. Karibi - dominiraju Kuba, Dominikanska Republika i Jamajka
4. Europa

U 2020. godini je zabrana putovanja i karantena po povratku iz inozemstva te dominiraju inter-regionalna odnosno domaća putovanja.

Omjer između organiziranog i individualnog prometa za vodeće destinacije

Za razliku od 2019. godine kad su dominirala organizirana putovanja pogotovo kod starije populacije, individualni i obiteljski jednodnevni izleti su dominantna vrsta putovanja u 2020. godini. Prema nacionalnom istraživanju koje je u ime tvrtke Toyota Canada proveo Ipsos, samo 24% Kanađana izjavili su da se ugodno osjećaju voziti zrakoplovom. Većina Kanađana (70%) osjeća se ugodno putovati automobilom izvan svog grada, a gotovo polovica (49%) planira jednodnevno putovanje. Kanađani biraju odredišta bliže kući koja će istraživati, 42% putuje izvan svoje provincije/regije, a samo 21% namjerava posjetiti SAD u bliskoj budućnosti.

Preferirana vrsta prijevoza prilikom odlaska na godišnji odmor

U 2019. godini, bliža putovanja u Kanadi i SAD-u realizirala su se automobilom i vlakom, a ostalo zrakoplovom, dok je zračni prijevoz dominantan način prijevoza kad je riječ o putovanjima u Meksiko, na Karibe te prekomorska putovanja.

U 2020. godini dominiraju domaća odnosno putovanja unutar pojedinih kanadskih regija automobilom.

Preferirani način organiziranja odmora / bukiranja prilikom odlaska na godišnji odmor

U 2019. godini turističke agencije su imale najvažniju ulogu kod planiranja i organizacije putovanja uz kontinuirani rast upotrebe interneta i online turističkih agencija u prikupljanju informacija i bukiranju pojedinih segmenata putovanja.

U 2020. godini, zbog pandemije i restrikcija putovanja dominira prikupljanje informacija i bukiranje putem Interneta.

U trećem kvartalu 2020. godine, stručnjaci za digitalni marketing, SEMrush su istražili i otkrili kojih je 10 najboljih web portala za pretraživanje i bukiranje putovanja: Tripadvisor.ca, Expedia.ca, Aircanada.com, Westjet.com, Booking.com, Tripadvisor.com, Kayak.com, Hotels.com, Sunwing.ca i Redtag.ca.

Preferencije turista s obzirom na vrstu smještaja

U 2019. godini hotelski smještaj je bio dominantan tip smještaja kod međunarodnih putovanja Kanadana, uključujući hotele srednje, više i visoke kategorije (tri do pet zvjezdica). Iznimka su umirovljenici koji većinom koriste kuće i stanove za odmor. U 2020. godini s obzirom na restrikcije putovanja i fokusom na domaća putovanja, dominantna vrsta smještaja su kuće za odmor.

Razrada tržišta s obzirom na motiv putovanja

Trendovi u Kanadi slično je onome što se događa u Sjevernoj Americi i globalno. Ljudi ne mogu putovati u inozemstvo, pa pronalaze prostore unutar vlastitih država ili okruga ili zemalja koje će posjetiti. Domaća putovanja i odmor na otvorenom uz posjete prijateljima/rodbini dominiraju tijekom 2020.

U 2019. godini prema zadnjim dostupnim podacima istraživanja Mintel Group, glavni motivi putovanja bili su: 1) pasivni odmor (sunce i more, bračna putovanja, krstarenja), 2) kratki odmori, razgledavanje, zabava i prekogranični shopping u SAD-u, 3) kulturni turizam i upoznavanje novih destinacija i 4) posjeta prijateljima/rodbini.

Prosječni budžet/potrošnja po putovanju

Kanadani u prosjeku potroše 191 američki dolar po putovanju unutar Kanade, odnosno 82 dolara po jednodnevnom putovanju i 389 dolara po noćenju. Kod putovanja po Kanadi Kanadani su trošili novac na smještaj (25,4%), hranu i piće u restoranima i barovima (20,3%) te troškove goriva i ostalih vozila (15,2%).

Pregled organizatora putovanja na tržištu

Tvrtke koje imaju najveći tržišni udio organizaciji putovanja u Kanadi uključuju Expedia Group Inc. i Booking Holdings Inc., zatim Transat AT koji je u procesu spajanja s Air Canada (Air Canada je u procesu akvizicije Transat AT) i Maritime Travel.

Kanadskom turističkom industrijom i dalje dominira nekoliko većih kompanija koje uključuju Transat A.T. i Air Canada / Air Canada Vacations, Sunwing Travel Group, WestJet Vacations, Flight Centre Canada, zatim popularni su Goway Travel, G Adventures, Costsaver, Canada One Travel, Butterfield & Robinson, Voyages Traditours, itd.

Udruga kanadskih turističkih agencija (ACTA – The Association of Canadian Travel Agencies) okuplja nešto više od 2.000 članica koje uključuju organizatore putovanja, zrakoplovne kompanije, hotele, rent-a-car kompanije, krizing kompanije, marketinške organizacije, turističke organizacije, itd. Ostale značajnije organizacije i turistički posrednici su Ensemble, Signature Travel Network, Vacation.com, Flight Centre, Carlton Wagonlit, Merit Travel, Sears Travel, Vision Travel i Travel CUTS.

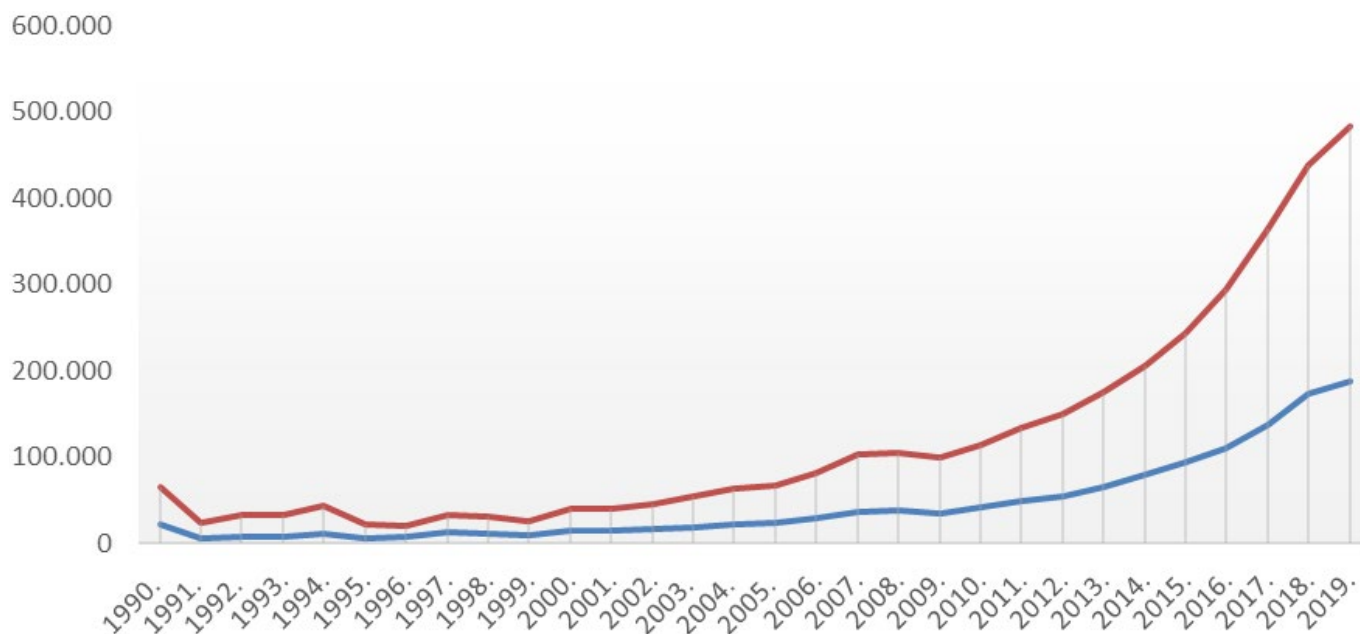
Udruga kanadskih turoperatora (CATO - The Canadian Association of Tour Operators) okuplja aktivne (pravo glasa), pridružene i pomoćne članice koje kao i u slučaju ACTA-e okupljaju razne predstavnike industrije putovanja. Neke od članica su: Air Canada Vacations, Avalon Waterways, Brenan Vacations, Club Med, Collette, Contiki, G Adventures, Insight Vacations, Trafalgar Tours, Transat Group, Greek National Tourism Organization, NTA, USTOA, Visit Britain, Visit Flanders, itd.

DOPRINOS TRŽIŠTA U UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU

KANADA	Dolasci			Noćenja		
	apsol.	indeks	1990.=100	apsol.	indeks	1990.=100
1990.	22.479		100	65.221		100
1991.	5.351	24	24	23.159	5	36
1992.	8.507	159	38	32.885	140	50
1993.	7.927	93	35	33.399	139	51
1994.	10.914	138	49	44.078	107	68
1995.	6.114	56	27	21.961	140	34
1996.	8.000	131	36	20.000	114	31
1997.	12.355	154	55	32.896	155	50
1998.	10.689	87	48	31.154	87	48
1999.	9.600	90	43	25.729	94	39
2000.	14.215	148	63	40.540	194	62
2001.	14.870	105	66	40.526	119	62
2002.	16.409	110	73	44.911	117	69
2003.	19.040	116	85	54.756	140	84
2004.	21.921	115	98	63.296	122	97
2005.	24.742	113	110	66.836	137	102
2006.	28.851	117	128	81.453	136	125
2007.	36.474	126	162	103.657	132	159
2008.	38.282	105	170	104.943	112	161
2009.	34.763	91	155	98.933	94	152
2010.	41.483	119	185	114.692	116	176
2011.	48.877	118	217	134.288	117	206
2012.	55.090	113	245	149.828	112	230
2013.	65.660	119	292	175.958	117	270
2014.	78.901	120	351	205.982	117	316
2015.	94.707	120	421	243.966	118	374
2016.	109.720	116	488	293.247	120	450
2017.	136.519	124	607	363.585	124	557
2018.	172.712	127	768	438.239	121	672
2019.	187.145	108	833	482.432	110	740

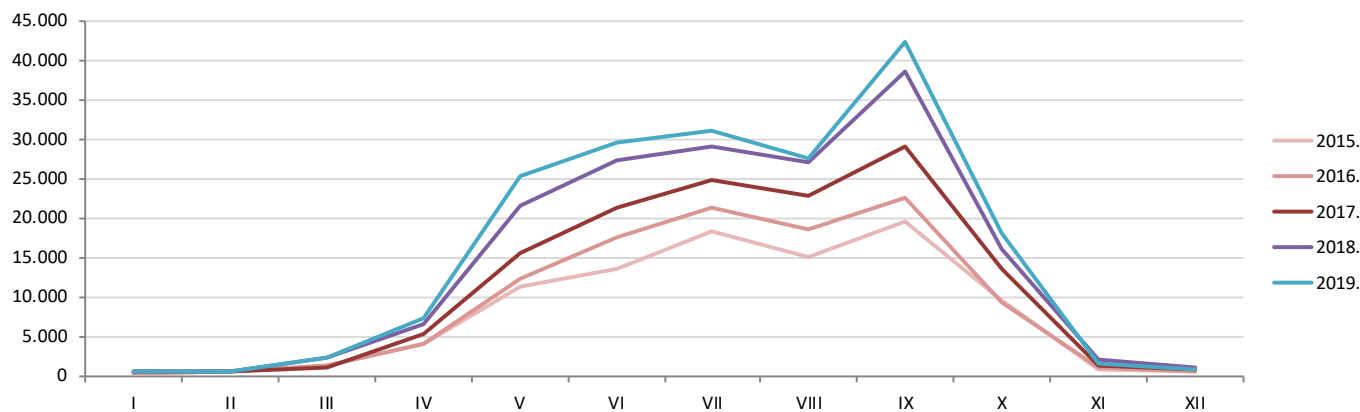
Izvor: DZS

Dolasci i noćenja kanadskih turista, razdoblje 1990. - 2019.



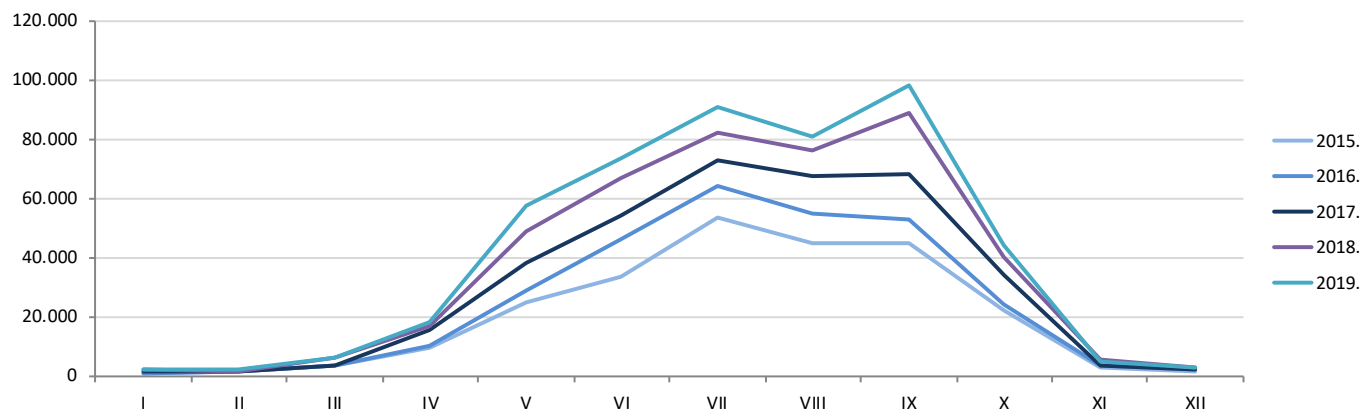
Izvor: DZS

Dolasci po mjesecima - KANADA



Izvor: DZS

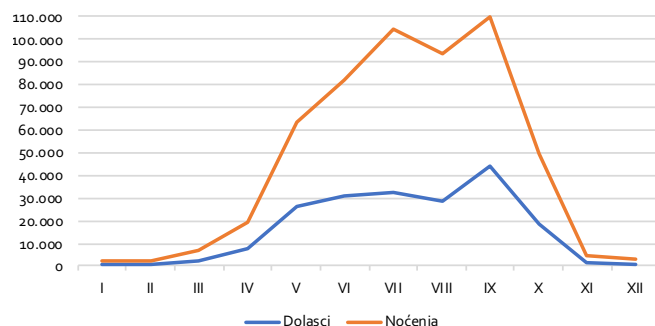
Noćenja po mjesecima - KANADA



Izvor: DZS

REZULTATI 2019. PREMA SUSTAVU eVISITOR

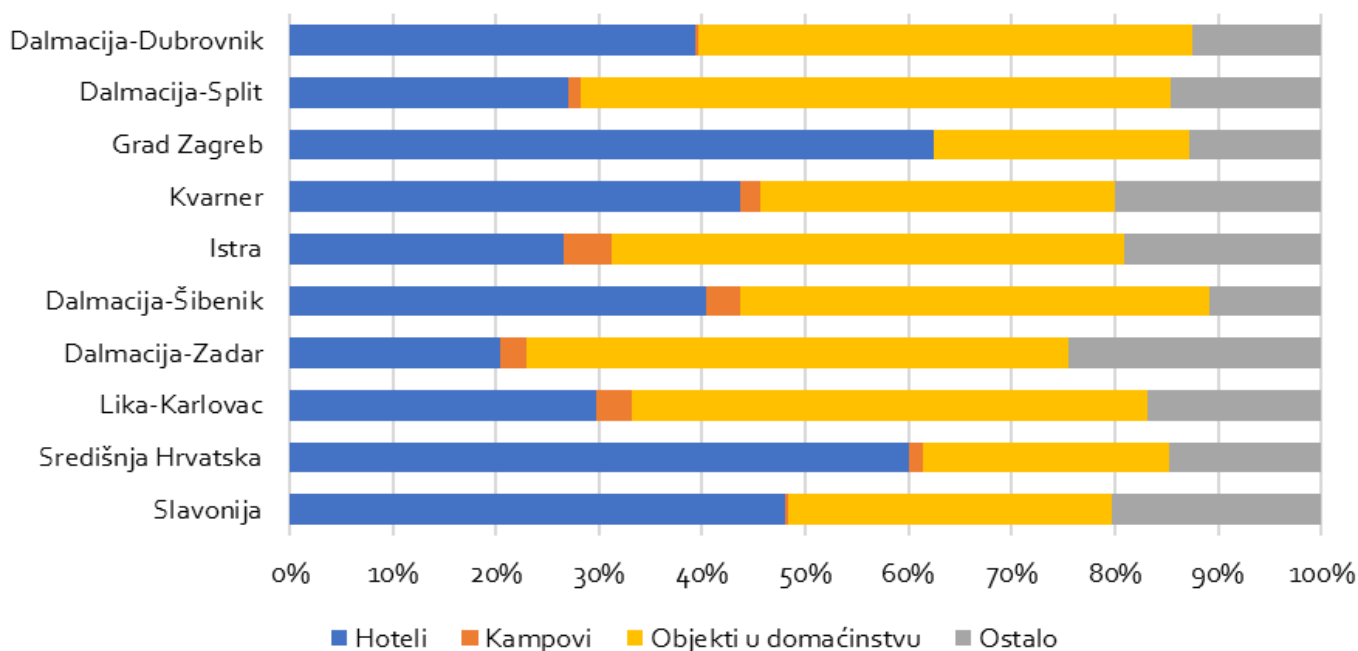
Dolasci i noćenja kanadskih turista, 2019.



Dolasci i noćenja po klasterima

Klaster	Dolasci	Noćenja
Dalmacija-Split	51.560	150.775
Dalmacija-Dubrovnik	50.101	146.882
Grad Zagreb	32.016	62.925
Istra	12.136	40.216
Nautika	5.369	37.739
Kvarner	10.576	34.150
Dalmacija-Zadar	11.101	27.726
Lika-Karlovac	12.056	18.459
Dalmacija-Šibenik	5.480	16.612
Središnja Hrvatska	2.973	4.859
Slavonija	734	1.874
Ukupno	194.102	542.217

Noćenja kanadskih turista po klasterima prema vrstama smještaja, 2019.



Top deset gradova/općina po noćenjima

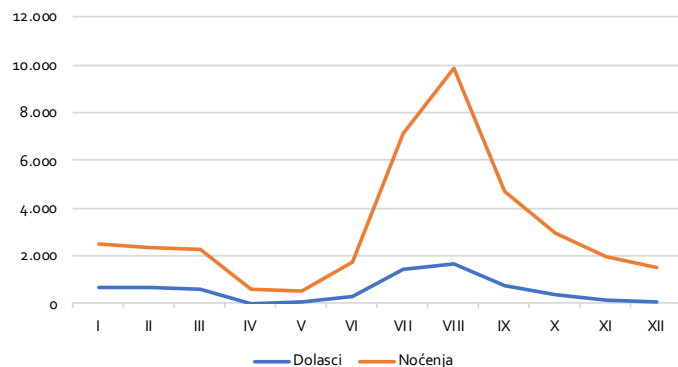
Grad općina	Noćenja
Dubrovnik	110.680
Split	74.255
Zagreb	62.925
Zadar	18.885
Hvar	18.616
Opatija	12.398
Rovinj	10.864
Pula	10.476
Plitvička Jezera	8.953
Šibenik	8.827

Dolasci po dobi i spolu

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

REZULTATI 2020. PREMA SUSTAVU eVISITOR

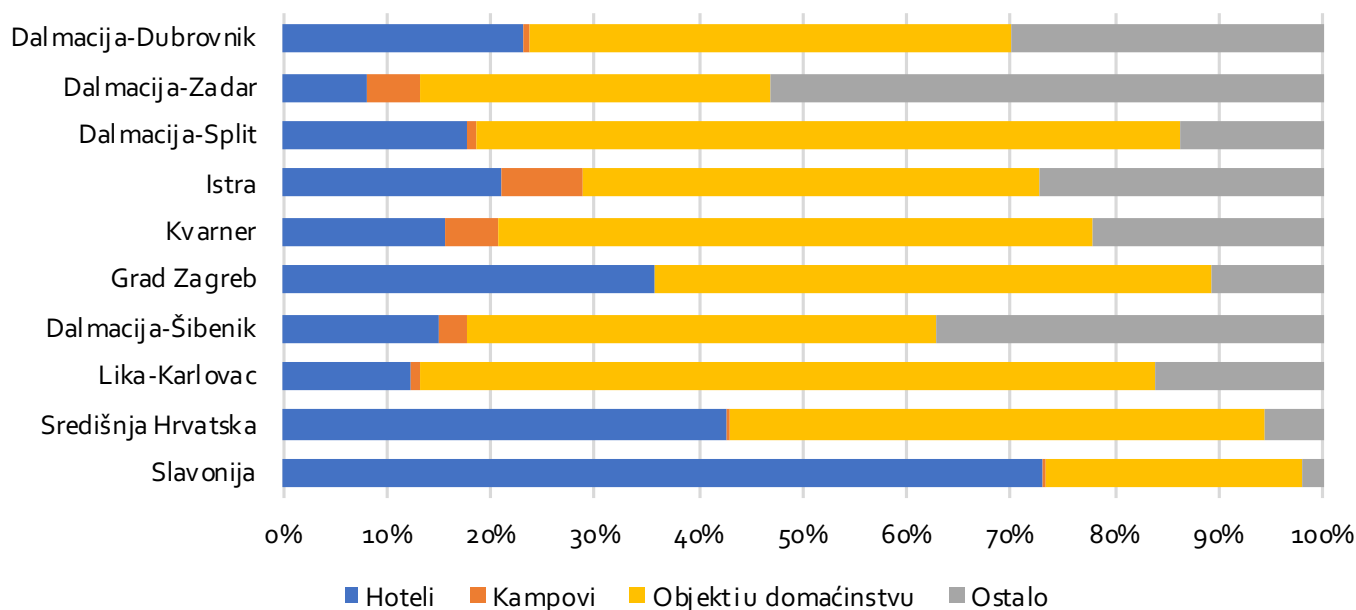
Dolasci i noćenja kanadskih turista, 2020.



Dolasci i noćenja po klasterima

Klaster	Dolasci	Noćenja
Dalmacija-Split	1.588	9.394
Dalmacija-Dubrovnik	1.273	7.232
Grad Zagreb	1.294	5.460
Kvarner	603	4.346
Istra	635	4.130
Dalmacija-Zadar	398	3.021
Dalmacija-Šibenik	201	1.390
Lika-Karlovac	263	1.051
Nautika	142	1.030
Središnja Hrvatska	248	575
Slavonija	72	461
Ukupno	6.717	38.090

Noćenja kanadskih turista po klasterima prema vrstama smještaja, 2020.



Top deset gradova/općina po noćenjima

Grad općina	Noćenja
Zagreb	5.460
Dubrovnik	4.258
Split	4.221
Zadar	1.113
Rovinj	861
Rijeka	831
Pula	793
Orebić	744
Hvar	729
Vir	705

Dolasci po dobi i spolu

Dobna skupina	muškarci	žene
0-5 godina	1,2%	1,2%
6-11 godina	1,7%	1,4%
12-17 godina	3,1%	2,5%
18-24 godina	4,0%	5,6%
25-34 godina	13,5%	11,5%
35-44 godina	10,7%	8,8%
45-54 godina	8,1%	7,4%
55-64 godina	8,0%	4,3%
> 65 godina	3,8%	3,2%

Aktualni imidž Hrvatske

Kao i u slučaju SAD-a, na Kanadu se odnose rezultati istraživanja Virtuosa, američkog udruženja agencija za luksuzna putovanja Virtuoso čiji su korisnici svrstali Hrvatsku među 20 najpoželjnijih svjetskih odredišta za 2021. godinu. Korisnici Virtuoso Wanderlista, nove platforme za planiranje putovanja putem interneta, kreirali su listu želja zemalja u koju žele oputovati u idućoj godini, a prema njihovom konačnom izboru, Hrvatska se našla među top 20 odredišta u svijetu.

U odnosu na 2019. godinu, ukidanje direktnog sezonskog leta na relaciji Toronto – Zagreb u operaciji Air Transat i Air Canada umanjili su vidljivost destinacije.

Omjer između organiziranih i individualnih dolazaka u Hrvatsku u 2020.

Procjena 2020.: 18% - 82% u korist individualnih dolazaka.

2019.: 34% - 66%.

U 2020. je velika razlika između organiziranih i individualnih dolazaka u korist individualnih dolazaka zbog pandemije Covid-19 i izbjegavanja organiziranih putovanja i putovanja u grupama.

Zastupljenost Hrvatske u programima organizatora putovanja u 2020.

Zastupljenost Hrvatske u programima turoperatora nije se mijenjala no nije bilo organiziranih putovanja od ožujka kao ni direktnog sezonskog leta na relaciji Toronto.

Rezultati organizatora putovanja u 2020. (programi za Hrvatsku)

Minimalni broj organiziranih putovanja u periodu siječanj – ožujak, a u ožujku su nastupile restrikcije putovanja. Do kraja 2020. godine bilježe se samo FIT putovanja.

Zrakoplovna povezanost u 2020.

Kanadski zrakoplovni prijevoznici Air Transat/Air Canada otkazali su direktne sezonske letove na relaciji Toronto-Zagreb te još uvijek nema informacija hoće li se let ponovo uspostaviti u 2021. godini.

Individualni promet u 2020.

U 2020. od ukupnog broja dolazaka Kanadana, 82% je bilo individualnih dolazaka u odnosu na 2019. godinu kad je udjel iznosio 66% što je posljedica utjecaja pandemije, restrikcija putovanja i zabrane putovanja u velikim grupama.

TURISTIČKA SEZONA 2021. – OPĆI POKAZATELJI

Preliminarna procjena turističkog tržišta/ukupnih odlazaka na godišnji odmor u inozemstvo u 2021.

Trenutno kanadska vlada sugerira izbjegavanje putovanja izvan zemlje do daljnjeg zbog pandemije COVID-19, a budućnost je potpuno neizvjesna. Prognozira se da će u 2021. godini dominirati domaća putovanja automobilom, smještaj u kućama za odmor i aktivnosti na otvorenom. Za putnike koji se nadaju da će sljedeća godina ponuditi neke sigurne mogućnosti za međunarodna putovanja, britanska tvrtka Kuoni sastavila je popis glavnih odredišta na temelju Googleovih pretraživanja. Prema Kuoniju, interes za putovanjima 2021. povećao se za 124% od kraja ožujka, što ukazuje na to da ljudi žele rezervirati svoje sljedeće putovanje. Kanada, zajedno sa SAD-om i Katarom izborila je drugo mjesto, odmah iza Ujedinjenih Arapskih Emirata, koji su trenutno najtraženije odredište za 2021. Treće mjesto je zauzeo Egipat. U opisu Kanade Kuoni kaže da je lako shvatiti zašto bi se prekrasna Kanada mogla svidjeti ljudima koji sanjaju o otvorenim prostorima, lijepim krajolicima i planinama. Kuoni dodaje da popularne kanadske aktivnosti uključuju kampiranje, ribolov, planinarenje, penjanje, kajake i skijanje te da postoji puno mogućnosti za promatranje kitova. Izvještaj također napominje da gradovi poput Toronta i Vancouvera nude užurbano, kozmopolitsko brujanje onima koji traže alternativu velikom otvorenom.

Prema istraživanju Sunwinga, više od polovice Kanadana izjavilo je da razmišlja o odmoru u narednih godinu dana. Na uzorku od 1.505 Kanadana, na engleskom i francuskom jeziku, istraživanje je provedeno između 28. i 29. rujna 2020. među članovima foruma Angus Reid. Na pitanje razmišljaju li o odlasku na odmor u narednih godinu dana, 56% ispitanika odgovorilo je potvrdno. Postotak je bio još veći među redovnim putnicima i iznosi 71%. Polovica ispitanika koji razmišljaju o putovanju u sljedećih 12 mjeseci, izjavili su da ih zanima all-inclusive odmor.

Internacionalna putovanja će ovisiti o zračnoj povezanosti Kanade, strukturi zrakoplovnih kompanija i broju letova te destinacija s kojima su povezani.

Preliminarna procjena redoslijeda omiljenih destinacija u 2021.

Ne bi trebalo biti bitnih razlika u omiljenim destinacijama te je pretpostavka da će Europa uz susjedne zemlje Meksiko, Karibe i SAD biti najtraženije internacionalno odredište Kanadana. Realizacija putovanja bitno će ovisiti o razvoju situacije s pandemijom, restrikcijama putovanja, otvorenosti granica i pronalasku cjepiva protiv Covid-19. Domaća putovanja i putovanja u susjedne zemlje će dominirati u 2021. godini.

Hrvatsku je američko udruženje agencija za luksuzna putovanja Virtuoso temeljem istraživanja svojih klijenata svrstalo među 20 najpoželjnijih svjetskih odredišta za 2021. godinu. Korisnici Virtuoso Wanderlista, nove platforme za planiranje putovanja putem interneta, kreirali su listu želja zemalja u koju žele otputovati u idućoj godini, a prema njihovom konačnom izboru, Hrvatska se našla među top 20 odredišta u svijetu. Uz Hrvatsku na listi najpoželjnijih svjetskih odredišta u 2021. godini našle su se Južnoafrička Republika, Italija, Australija, Francuska, Japan, Velika Britanija, Grčka, Argentina, Kenija, Bocvana, Španjolska, Island, Portugal, Meksiko, Novi Zeland, Irska, Tanzanija i Zanzibar, Tajland te Kalifornija.

Prognoze organizatora putovanja za 2021.

Kad započne oporavak od krize uzrokovane pandemijom COVID-19, savjetnici za putovanja igrat će značajnu ulogu u povratku putovanja i oporavku industrije. Željan, ali nesiguran putnik uvelike će se osloniti na savjetnika odnosno posrednika za putovanja koji će preporučiti sigurnija i odgovornija putnička iskustva. Nastavno na to, putničke agencije doživljavaju velike promjene: veliki broj agencija zatvara poslovnice i prebacuju se na rad od kuće, u tijeku je konsolidacija agencija i specijalizacija. Do sada je veliki broj agencija ostao "na životu" zahvaljujući državnom paketu poticaja i pomoći, putem pozajmica i programa zaštite plaća no dugoročno mnogi neće moći preživjeti ovo dugotrajno zaustavljanje putovanja i poslovanja.

10. listopada 2020. godine, Air Canada objavila je zaključenje izmjena uvjeta transakcije s tvrtkom Transat A.T. Inc. kojom Air Canada stječe sve dionice Transata. Prema obvezujućem sporazumu, jednoglasno odobrenom od strane Odbora direktora Transata, Air Canada će steći sve dionice Transata po cijeni od 5,00 USD po dionici, plativo po izboru dioničara Transata u gotovini ili dionicama Air Canada po fiksnom tečajnom omjeru od 0,2862 Air Dionica Kanade za svaku dionicu Transata (predstavlja cijenu za dionice Air Canada od 17,47 USD). Vrijednost transakcije iznosi približno 190 milijuna USD. Izmijenjena transakcija odražava neviđeni utjecaj COVID-19 na globalnu industriju zračnog prometa, koja je pretrpjela ozbiljan pad zračnog prometa otkako su početni sporazum o aranžmanu između Air Canada i Transat sklopili i odobrili dioničari Transata u kolovozu 2019. Transakcija i dalje podliježe odobrenju dioničara, odobrenju suda, odobrenju burze u Torontu, određenim uobičajenim i drugim uvjetima i regulatornim odobrenjima, uključujući tekući postupak odobrenja regulatornih tijela u Kanadi i Europskoj uniji. Ako se takva odobrenja dobiju i ispune uvjeti, očekuje se da će transakcija biti završena krajem siječnja ili početkom veljače 2021. godine. Inače, Transat i Air Canada Vacations (sestrinska kompanija Air Canada) su među vodećim organizatorima putovanja u Kanadi.

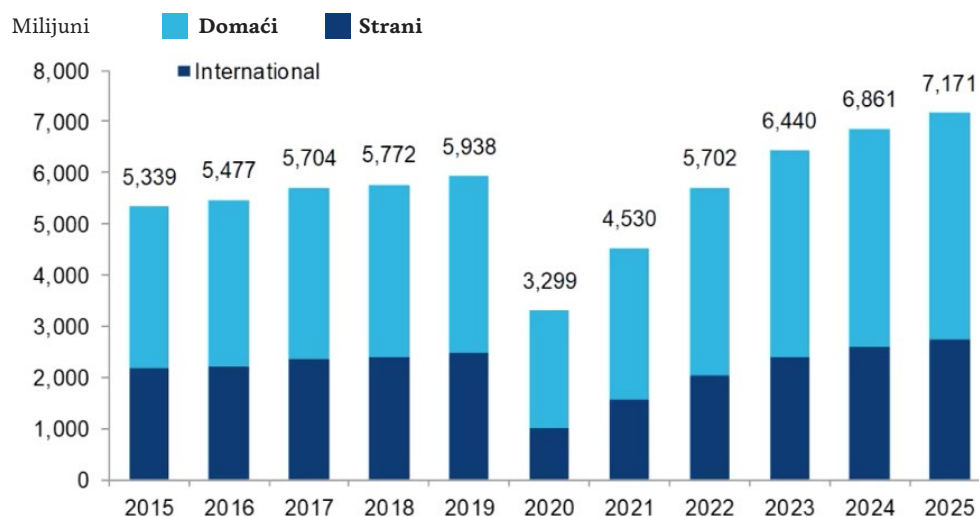
TURISTIČKA SEZONA 2021. – HRVATSKA

Okvirna procjena ukupnog broja dolazaka i noćenja u Hrvatskoj u 2021.

Turistička kretanja u 2021. godini će uvelike ovisiti o nekoliko faktora kao što su oporavak svjetske ekonomije, pronalazak cjepiva protiv Covid-19, ublažavanju restrikcija putovanja, ponovno otvaranje granica i povratak povjerenja u sigurnost putovanja.

Prema studiji Tourism Economics, pretpostavka i najoptimističniji scenarij ukazuje da pronalazak cjepiva neće biti prije prvog kvartala 2021., a da će uporaba uslijediti u drugom kvartalu. To će sigurno pomoći oporavku povjerenja u putovanje, najprije domaća putovanja i putovanja u susjedne zemlje, a najkasnije u prekoceanska putovanja. Najrealniji scenarij početka oporavka internacionalnih i prekoceanskih putovanja je krajem 2021. odnosno u 2022. godini, a razina iz 2019. godine će se dostići tek u 2024. godini.

Noćenja domaćih i stranih turista, 2015-2025, Europa



Očekuje se da će domaći promet doseći vrijednosti iz 2019. godine do 2022., dok se za inozemni promet očekuje dosezanje razine iz 2019. godine do 2024.

Izvor: Tourism Economics

Globana ekonomija je u recesiji s više od 4% pada u BDP-u ove godine.

Broj kanadskih putnika u Europu i Hrvatsku u 2021. godini trebao bi biti veći od onih iz 2020. godine uz pretpostavku da će granica ostati i dalje otvorena, no vidno lošiji od rezultata iz 2019. godine. Oporavak putovanja će ovisiti i odluci Air Transata odnosno Air Canada o nastavku direktnog sezonskog leta na relaciji Toronto-Zagreb.

Najave zastupljenosti Hrvatske u programima organizatora putovanja

Usprkos negativnim posljedicama pandemije i minimalnom prekontinentalnom putovanju u 2020. godini, ne očekuju se velike promjene u zastupljenosti Hrvatske u programima organizatora putovanja. Očekuje se manji broj fiksnih polazaka turoperatora (organizirana putovanja u grupama), putovanje u vrlo malim grupama do nekoliko ljudi te naglasak na FIT putovanjima. Konačni rezultat uvelike će ovisiti o zrakoplovnoj povezanosti Hrvatske (naglasak na direktnom sezonskom letu Toronto-Zagreb u operaciji Air Transat i Air Canada) kao i prilagodbi cjelokupne turističke ponude novoj “normali” s naglaskom na smještajne kapacitete (standardi čistoće i higijene, manja zauzetost kapaciteta, socijalno distanciranje, itd.).

Mjere koje bi prema mišljenju organizatora putovanja trebalo poduzeti u 2021.

Utjecaj pandemije Covid-19 je dalekosežan i puno ozbiljniji od bilo kojeg izazova s kojim se putnička industrija susrela do sada. Putnička industrija mora se prilagoditi zahtjevima potrošača. Transparentnost će biti ključna za povjerenje potrošača u budućnosti. Stotinama i tisućama ljudi poremećeni su putni planovi, veliki broj ljudi još uvijek kontaktira zrakoplovne tvrtke, pružatelje smještaja i putničke agencije za povrat novca. Usprkos izazovima pandemije ljudi ipak žele putovati no potrebno je bolje osiguranje putovanja. Tako 60% putnika očekuje zajamčeni povrat novca za putovanje i smještaj u slučaju otkazivanja prije nego što se obvežu rezervirati putovanje. Putnička industrija odgovorila je na to novim proizvodima osiguranja, uključujući osiguranje od pandemije koronavirusa, lansirano na tržište za podršku putnicima u slučaju prekida putovanja.

Trećina putnika pažljivije pazi na higijenske ocjene davatelja usluga putovanja i smještaja kod kojih boravi. Recenzije, kako putem interneta, tako i putem usmene predaje, vjerojatno će postati turistima još važnije prilikom odluke kod koje tvrtke rezervirati, gdje odsjesti i koje restorane posjetiti tijekom odmora. Nesigurni putnici tražit će dodatne preporuke i dokaz sigurnosti. Opravdano je vjerovati da će čistoća i higijena i dalje igrati značajniju ulogu u odlukama o najmu kuća za odmor. Vjerojatno će se veći naglasak staviti na usluge čišćenja i jednostavne beskontaktno prijave, koje su prikladne u

danoj situaciji i često štede vrijeme. U većim zgradama pogodnosti poput bakrenih gumba za dizalo, otpornih na bakterije, bit će dobar primjer za marketing potencijalnim klijentima.

Hoteli bi mogli ponuditi bolji smještaj za nove “poslovne” putnike odnosno uvjete za rad iz hotela. Jedan iznenađujući nusprodukt ove globalne katastrofe je iznenadni, nezapamćeni val radnika koji rade od kuće. Isprva su radnici bježali od velikih stopa zaraze u većim gradovima, no sada mnogi shvaćaju da se nikada ne moraju vratiti u ured odnosno u mjesto stanovanja ako ne žele. To je stvorilo veliku potražnju za smještajem koji podržava ovaj segment radne snage. Neke hotelske tvrtke/lanci prepoznale su priliku nudeći zanimljive pakete za posao/život. Pametni hotelski brendovi mogli bi ponuditi čak i svojevrsna članstva koja uz naknadu nude velike popuste boravka diljem njihovih portfelja u cijelom svijetu. Poznavanje destinacije i imidž destinacije dobiva na važnosti. Preporuka prijatelja ili obitelji ili putnici koji se odluče vratiti na odredišta gdje se osjećaju ugodno i upućeni u zdravstvene usluge i vladinu infrastrukturu igraju bitnu ulogu u odluci o putovanju. Turističke zajednice i pružatelji usluga odmora mogu to iskoristiti u svoju korist putem ciljanih marketinških poruka kako bi umirili klijente/posjetitelje, istaknuli osjećaj udaljenog doma od doma i osposobili putnike da razumiju zdravstvene i sigurnosne mjere u zemlji.

Promjena smjernica vlada u vezi sa zračnim koridorima i mjerama karantene otežala je putnicima planiranje odmora ove godine i to se treba promijeniti, a povećanje kapaciteta za testiranje u zračnim lukama bit će važan faktor koji će ljudima pomoći da se osjećaju sigurni u rezervaciju odmora. Turizam, odnosno industrija putovanja, trebao bi se usredotočiti na transparentnost, fleksibilnost i mjere sigurnosti - ti će elementi biti temelj za putovanja 2021. godine. U tom smislu se Hrvatska treba prilagoditi i pripremiti kako bi bila poželjna turistička destinacija u kontekstu nastavka pandemije virusa COVID-19 i generalno promijenjenih poslovnih i društvenih okolnosti.

Komunikacija destinacije s emitivnim tržištima je ključna kao i kontinuirano informiranje o putovanju/prelasku granice odnosno zahtjevima o karanteni. Uz to, prilagođavanje novonastaloj situaciji ili novoj normalni je neophodno za preživljavanje. Certifikacija destinacije kao sigurne destinacije je poželjna (Destination Health Certifications), a sanitarni protokoli neophodni.