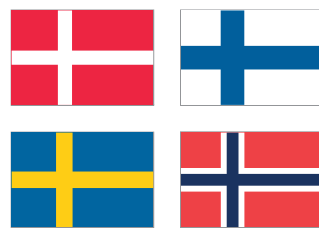


SKANDINAVIJA



PROFIL EMITIVNOG TRŽIŠTA - IZDANJE 2022.



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., te u nešto manjoj mjeri 2021. godina, donose dramatičan 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 korjenu promjenu.

Imajući u vidu navedeno, standardni format profila tržišta promijenjen je i prilagođen novonastalim okolnostima na način da su u odnosu na izdanja publicirana do 2019. godine.

Skandinavija je geografski naziv za regiju sjeverne Europe koja se sastoji od Norveške i Švedske (koje zajedno čine Skandinavski poluotok) te Danske. Sam pojam (Skandinavija) najčešće se koristi za označavanje kulturnih i jezičnih obilježja, s obzirom da se koriste srodnim jezikom.

Pojam nordijske zemlje (ponekad korišten i za Skandinaviju, u širem smislu riječi) odnosi se na veće geografsko područje sjeverne Europe, a uključuje:

- Dansku (Farski otoci, Grenland)
- Finsku (Åland)
- Island
- Norvešku
- Švedsku

Oba pojma simboliziraju dio Europe s definiranim stereotipima, kao što su dobra organizacija u svim područjima života i rada, gospodarsko bogatstvo, individualne slobode na najvišoj razini, visoka kvaliteta industrijskih proizvoda itd.

Skandinavsko turističko tržište

U standardnim okolnostima, osnovni motivi za putovanja Skandinavaca su bijeg od oštre klime i svakodnevice. Klimatski uvjeti sjeverne Europe, s hladnim zimskim razdobljem bez dovoljno svijetla, uz kratka i često kišovita ljeta, bitno određuju ponašanje stanovnika Skandinavije. Kao jedna od egzistencijalnih potreba javlja se potreba za suncem i toplinom, što postaje ključni poticajni element turističkih kretanja. Snažno izražena potreba za putovanjima praćena je značajnim opsegom ponude. Zahvaljujući visokoj konkurenciji između nositelja (receptivna odredišta, zrakoplovni prijevoznici, organizatori putovanja), ponuda je svedena na prihvatljivu razinu cijena, a time cijela regija, unatoč malom broju stanovnika (oko 25 milijuna) čini treće emitivno tržište Europe.

Stanovnici skandinavskih zemalja česti su putnici zbog nekoliko čimbenika:

- relativno visoka primanja
- visok postotak prihoda koji se troši na putovanja
- dulji godišnji odmori (pet do šest tjedana), od čega se prosječno u inozemstvu provede 2,9 tjedana
- hladni klimatski uvjeti

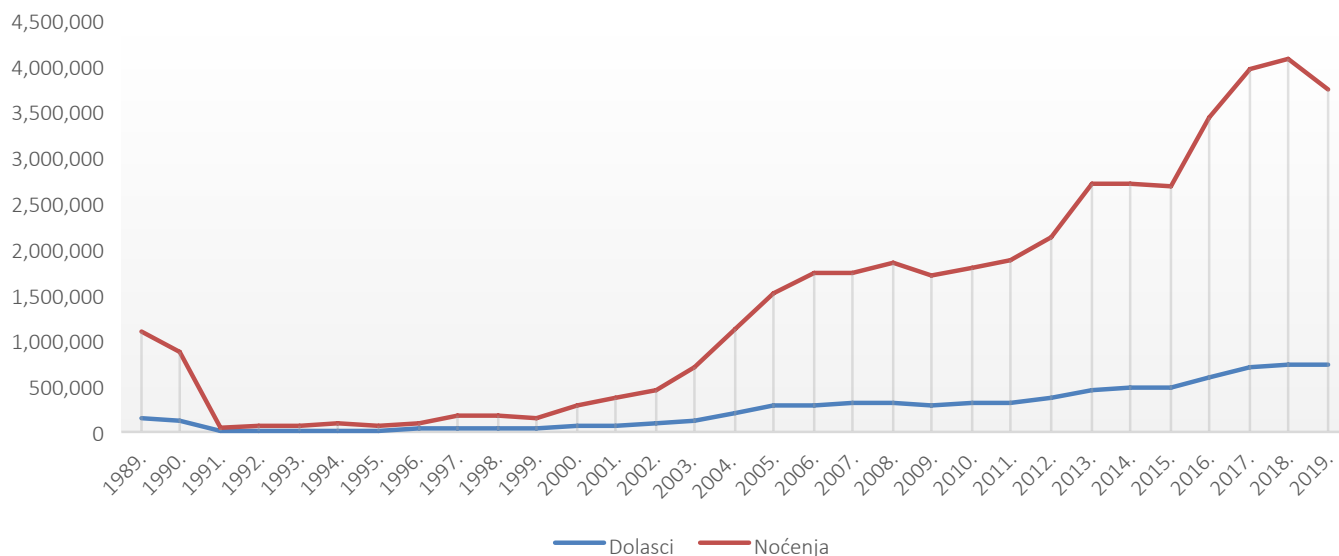
Naravno, odlike turističkog tržišta Skandinavije značajno su se promijenile pojavom pandemije bolesti COVID-19. Mjere usmjerene prema obuzdavanju epidemije razlikovale su se od države do države Skandinavije, no neovisno o navedenom došlo je do dramatičnog pada prometa turista iz navedene regije prema ostatku svijeta. Turistička kretanja uglavnom su tijekom 2020. i 2021. bila usmjerena prema domaćim odredištima (iako je outbound prema ostatku Europe tijekom ljeta 2021. ojačao, doduše, još uvijek do razina prometa značajno ispod ostvarenja iz 2019.)

DOPRINOS TRŽIŠTA UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU - ŠVEDSKA, DANSKA, NORVEŠKA I FINSKA – zbirni pokazatelji turističkog prometa

SKANDINAVIJA	Dolasci			Noćenja		
	apsol.	indeks	1989.=100	apsol.	indeks	1989.=100
1989.	154.764		100	1.087.845		100
1990.	125.817	81	81	863.563	79	79
1991.	8.954	7	6	45.540	5	4
1992.	14.985	167	10	59.740	131	5
1993.	19.608	131	13	78.731	132	7
1994.	22.607	115	15	93.180	118	9
1995.	17.171	76	11	67.165	72	6
1996.	28.000	163	18	105.000	156	10
1997.	37.654	134	24	171.768	164	16
1998.	40.465	107	26	189.282	110	17
1999.	34.922	86	23	163.376	86	15
2000.	55.251	158	36	277.815	170	26
2001.	68.682	124	44	366.961	132	34
2002.	84.901	124	55	444.832	121	41
2003.	129.598	153	84	718.718	162	66
2004.	195.091	151	126	1.111.007	155	102
2005.	289.268	148	187	1.507.053	136	139
2006.	297.363	103	192	1.742.665	116	160
2007.	305.853	103	198	1.740.970	100	160
2008.	319.753	105	207	1.855.094	107	171
2009.	279.562	87	181	1.703.457	92	157
2010.	308.374	110	199	1.802.941	106	166
2011.	323.288	105	209	1.887.441	105	174
2012.	362.113	112	234	2.135.041	113	196
2013.	456.601	126	295	2.702.724	127	248
2014.	470.841	103	304	2.696.208	100	248
2015.	477.052	101	308	2.674.391	99	246
2016.	587.935	123	380	3.422.031	128	315
2017.	696.420	118	450	3.964.087	116	364
2018.	723.867	104	468	4.068.882	103	374
2019.	722.113	100	467	3.739.723	92	344
2020.	80.776	11	52	426.738	11	39

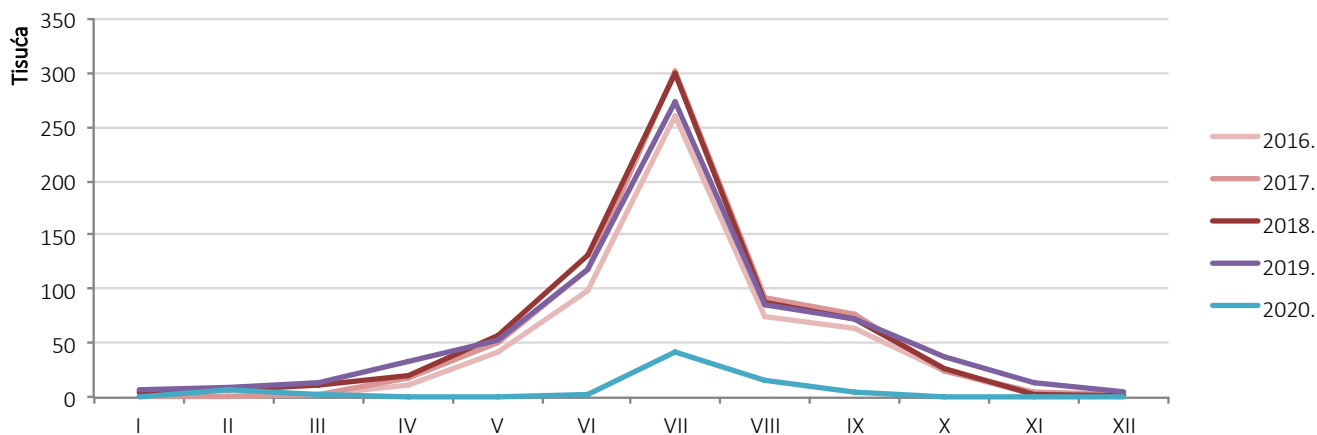
IZVOR: DZS - komercijalni smještajni kapaciteti

Dolasci i noćenja skandinavskih turista, razdoblje 1989. - 2020.



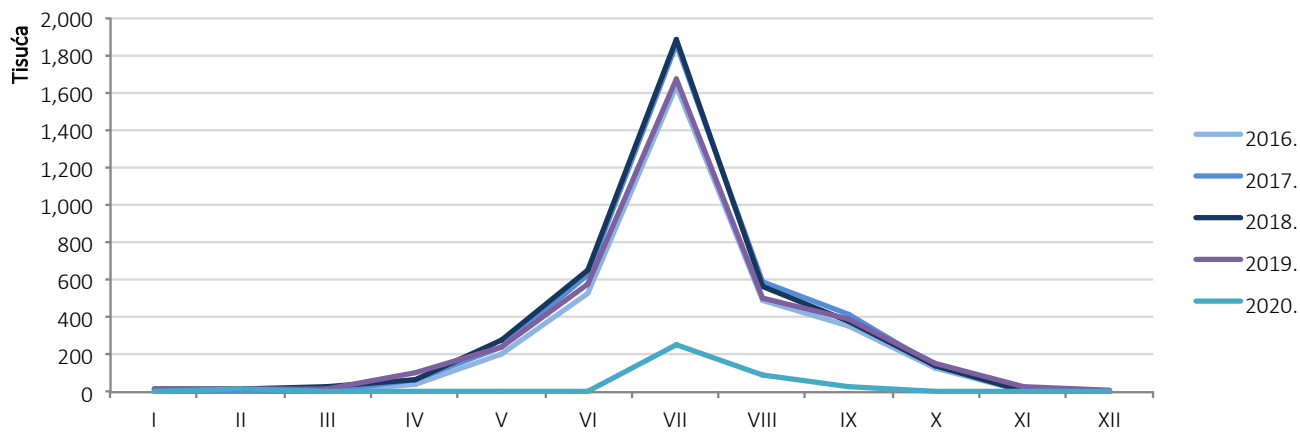
Izvor: DZS - komercijalni smještajni kapaciteti

Dolasci po mjesecima - Skandinavija



Izvor: DZS - komercijalni smještajni kapaciteti

Noćenja po mjesecima - Skandinavija



Izvor: DZS - komercijalni smještajni kapaciteti

TOMAS Hrvatska 2019. - SKANDINAVIJA

TOMAS istraživanja primarna su kvantitativna istraživanja u okviru kojih se podaci prikupljaju osobnim intervjuom s turistima (uz korištenje strukturiranog upitnika), a provode se s ciljem identifikacije stavova i potrošnje turista u hrvatskim turističkim destinacijama.

Posljednje u nizu, pod nazivom TOMAS Hrvatska 2019. po prvi je puta provedeno na području cijele zemlje, od svibnja 2019. do ožujka 2020. godine, tako da ujedno donosi rezultate obilježja putovanja i boravka turista u Hrvatskoj izvan razdoblja ljetne turističke sezone. Na takav način, istraživanje je reprezentativno za posljednju „standardnu“ turističku godinu prije pojave epidemije virusa COVID-19 te posljedične globalne društvene i gospodarske krize, s dramatičnim implikacijama na turistička putovanja u svjetskim razmjerima.

Uz domaće tržište, istraživanjem su obuhvaćena i za Hrvatsku značajnija europska tržišta – Njemačka, Slovenija, Austrija, Poljska, Italija, Češka, Ujedinjeno Kraljevstvo, Skandinavija, Mađarska, Nizozemska, Slovačka, Francuska, BiH, Švicarska, Belgija, Španjolska, Srbija, kao i odabrana daleka tržišta - SAD, Republika Koreja, Kina, Japan.

U nastavku slijede pokazatelji iz istraživanja TOMAS Hrvatska 2019. koji prikazuju set odabranih karakteristika profilom obrađenog tržišta, uz usporedbu s prosječnim vrijednostima svih istraživanjem obuhvaćenih stranih tržišta. Zelenom bojom označene su vrijednosti kod kojih tržište u okviru relevantnijih podatkovnih kategorija pokazuje značajnije iznadprosječan rezultat, dok su crveno označene vrijednosti značajnije ispodprosječnog rezultata.

GLAVNI MOTIVI ODMORIŠNIH PUTOVANJA

Motivi	Prosjek za strana tržišta	Skandinavija
More	66,5	59,5
Priroda	13,4	15,4
Touring, sightseeing	7,2	11,3
Gradovi (city break)	4,8	4,0
Kultura i umjetnost	2,0	2,1
Zabava i festivali	1,3	0,4
Sela, ruralno područje	0,9	0,4
Manifestacije i događanja	0,6	0,4
Gastronomija	0,6	0,3
Wellness, toplice	0,4	1,0
Ostali sportovi i rekreacija	0,5	1,0
Cikloturizam, mountain biking	0,3	0,6
Planinarenje, hodanje	0,2	0,4
Nešto drugo	1,1	3,2
UKUPNO	100,0	100,0

MOTIV DOLASKA U HRVATSKU

Motivi	Prosjek za strana tržišta	Skandinavija
More	79,1	80,4
Priroda	56,2	57,5
Gradovi (city break)	24,8	18,9
Touring, sightseeing	22,3	29,9
Kultura i umjetnost	13,4	15,2
Ostali sportovi i rekreacija	11,1	10,8
Gastronomija	6,7	7,0
Zabava i festivali	5,1	2,2
Sela, ruralno područje	4,7	3,1
Manifestacije i događanja	4,1	4,8
Posao	2,8	1,1
Wellness, toplice	3,3	3,3
Planinarenje, hodanje	3,3	4,3
Drugi odmorišni motivi	2,6	4,5
Posjet rodbini i prijateljima	1,7	1,6
Cikloturizam, mountain biking	1,7	1,2
Zdravstveni razlozi	0,8	1,8
Obrazovanje	0,4	0,6
Vjerski razlozi	0,2	0,0
Neki drugi razlog	1,0	0,5

UČESTALOST DOLASKA U HRVATSKU

Broj posjeta Hrvatskoj	Prosjek za strana tržišta	Skandinavija
Prvi posjet	33,3	48,0
Drugi posjet	15,4	14,7
3 do 6 posjeta	20,1	17,2
7 i više posjeta	31,2	20,1
UKUPNO	100,0	100,0

IZVORI INFORMACIJA

Izvori informacija	Prosjeak za strana tržišta	Skandinavija
Internet	56,2	68,5
Preporuke rodbine ili prijatelja	25,6	29,3
Prijašnji boravak	21,4	14,1
Preporuke TA ili kluba	10,7	18,9
Brošure, oglasi, plakati	5,3	4,3
Radio, televizija, film ili video	5,2	2,2
Turistički sajmovi, izložbe	5,1	4,0
Članci - novine/ časopisi	3,3	4,0
Nije trebao informacije	8,0	3,5

NAČIN REZERVACIJE SMJEŠTAJA

Rezervacija smještaja	Prosjeak za strana tržišta	Skandinavija
Posredstvom turističke ili putničke agencije, turoperatora - osobnim kontaktom, telefonom, e-mailom	17,2	19,7
Posredstvom turističke ili putničke agencije, turoperatora - online booking (ne e-mailom), uključujući Booking.com, Expedia i sl.	45,9	52,2
Izravno sa smještajnim objektom - osobnim kontaktom, telefonom ili telefaksom, e-mailom	16,4	10,7
Izravno sa smještajnim objektom - online booking (ne e-mailom)	15,7	14,4
Na neki drugi način	0,8	0,4
Nije unaprijed rezerviran	4,0	2,6
UKUPNO	100,0	100,0

TRENUTAK REZERVACIJE SMJEŠTAJA

Trenutak rezervacije	Prosjeak za strana tržišta	Skandinavija
Manje od tjedan dana prije dolaska	6,4	7,8
1 do 4 tjedna prije dolaska	17,1	11,0
1 do 3 mjeseca prije dolaska	33,0	35,3
3 do 6 mjeseci prije dolaska	27,6	27,7
Više od 6 mjeseci prije dolaska	15,9	18,1
UKUPNO/ TOTAL	100,0	100,0

SMETNJE TIJEKOM BORAVKA U DESTINACIJI

Smetnje	Prosjek za strana tržišta	Skandinavija
Gužva na kupališnom prostoru/preveliki broj kupaca	7,6	6,4
Gužva na ulicama, trgovima, šetnicama, atrakcijama i sl.	7,2	6,8
Neprijmjereno odloženo smeće	6,2	7,6
Nemogućnost razdvajanja otpada	6,3	11,0
Neugodni mirisi (iz kontejnera i kanti za smeće)	6,0	7,8
Buka koja remeti komfor vašeg smještaja (odmor, spavanje)	6,2	6,1
Nešto drugo	1,3	0,7

AKTIVNOST TIJEKOM BORAVKA U DESTINACIJI

Aktivnost	Prosjek za strana tržišta	Skandinavija
Plivanje, kupanje	76,5	84,9
Razgledavanje gradova ('city sightseeing')	53,8	67,3
Odlazak u restorane	50,4	61,2
Posjet povijesnim građevinama	23,4	30,7
Posjet nacionalnim parkovima, zaštićenim prirodnim područjima	19,1	33,0
Kupovina (osim svakodnevnih potrepština)	15,4	20,6
Odlazak na organizirane izlete brodom	14,8	23,9
Pješačenje	14,5	21,4
Posjet muzejima, galerijama i izložbama	13,8	12,8
Jogging, trčanje	12,9	15,7
Odlazak u klubove, ples, noćni život	11,0	9,7
Tenis	10,0	7,7
Korištenje wellness, spa usluga	8,5	10,6
Ronjenje	8,4	10,3
Posjet tematskim parkovima	7,8	8,3
Posjet zabavnim događanjima	7,1	6,9
Obilazak vinskih cesta, vinarija	7,3	6,3
Ribolov	6,1	5,0
Obilazak tematskih cesta	6,2	5,6
Posjet tradicionalnim događanjima	5,3	4,5
Ostalo	4,8	4,0
Posjet seoskim domaćinstvima	4,6	7,1
Posjet toplicama	3,9	1,8
Posjet kulturnim događanjima	3,8	4,2
Golf	3,8	4,0
Jedrenje	3,4	5,0

Aktivnost	Prosjek za strana tržišta	Skandinavija
Posjet sportskim događanjima	3,2	3,5
Planinarenje	2,7	6,0
Avanturistički sportovi	2,5	3,6
Mountain biking	2,5	1,7
Korištenje zdravstvenih usluga	1,8	1,6
Sudjelovanje na radionicama	1,6	0,9
Dvoranski sportovi	1,5	2,6
Lov	1,4	0,3
Jahanje	1,4	0,5
Rafting	1,3	3,6
Posjet božićnim ili adventskim sajmovima	0,9	0,2
Nekom drugom	9,1	5,7
Niti jednom	0,9	1,2

STUPANJ ZADOVOLJSTVA ELEMENTIMA TURISTIČKE PONUDE MJESTA

Element ponude	Prosjek za strana tržišta	Skandinavija
Ljepota prirode i krajolika	87,7	79,3
Ljepota mjesta	86,3	77,8
Osobna sigurnost	84,3	76,1
Atmosfera, ugođaj	82,7	78,4
Gostoljubivost lokalnog stanovništva	82,3	77,5
Ukupni boravak	80,5	77,6
Uređenost mjesta	78,5	74,8
Čistoća plaža	77,2	77,1
Smještajni objekt	76,8	71,2
Informacije u destinaciji	76,3	71,0
Ekološka očuvanost prostora	76,4	69,8
Mogućnosti kvalitetnog kretanja pješice u destinaciji	76,0	74,9
Prilagođenost destinacije djeci	75,3	66,4
Pješačke staze	75,1	68,4
Prometna dostupnost destinacije	74,1	64,6
Gastronomska ponuda u mjestu	71,7	70,1
Označavanje znamenitosti	71,8	62,3
Kultura i umjetnost	71,4	59,8
Opremljenost, uređenost plaža	70,6	62,7
Besplatni internet u destinaciji	69,5	64,0
Ponuda organiziranih izleta u okolicu	69,5	68,0
Informacije, edukacija u zaštićenim prirodnim područjima	69,1	61,1
Biciklističke rute i staze	67,7	61,1
Lokalni javni prijevoz	63,9	57,3
Sportski sadržaji	63,8	58,7
Događanja i manifestacije	63,4	51,1
Mogućnost za kupnju	62,5	48,2
Prilagođenost destinacije osobama s posebnim potrebama	62,4	53,3
Zabava, noćni život	62,4	55,4
Promet u mjestu	62,3	53,3

VJEROJATNOST PREPORUKE MJESTA PRIJATELJIMA, RODBINI ILI KOLEGAMA

	Prosjek za strana tržišta	Skandinavija
Nije vjerojatno da ću preporučiti	4,2	3,7
Vjerojatno ću preporučiti	26,9	31,8
Jako je vjerojatno da ću preporučiti	68,9	64,5
UKUPNO	100,0	100,0

PROSJEČNI DNEVNI IZDACI (u EUR)

Izdatak	Prosjek za strana tržišta	Skandinavija
Prosječni dnevni izdaci ukupno	99,0	114,91
Smještaj	52,8	57,75
Hrana u restoranima i barovima	17,1	16,87
Usluge trgovine	11,6	16,70
Kultura i zabava	3,3	4,33
Sport i rekreacija	2,8	3,20
Izleti	2,7	4,09
Lokalni prijevoz	7,1	9,57
Ostalo	1,7	2,40

STRUKTURA PROSJEČNIH DNEVNIH IZDATAKA

Izdatak	Prosjek za strana tržišta	Skandinavija
Prosječni dnevni izdaci ukupno	100,0	100,00
Smještaj	53,3	50,25
Hrana u restoranima i barovima	17,2	14,68
Usluge trgovine	11,7	14,54
Kultura i zabava	3,3	3,77
Sport i rekreacija	2,9	2,78
Izleti	2,8	3,56
Lokalni prijevoz	7,1	8,33
Ostalo	1,7	2,09

ŠVEDSKA - AKTUALNI OPĆI PODACI O TRŽIŠTU

Kraljevina Švedska je po površini peta zemlja u Europi te zauzima jugoistočni dio Skandinavskog poluotoka. Na kopnu graniči s Norveškom na zapadu, s Finskom na sjeveroistoku, dok je s Danskom na jugozapadu spojena Oresundskim mostom.

Političko uređenje

Naziv: Kraljevina Švedska.

Parlament i vlada: Koalicija Socialdemokraterna i Miljöpartiet.

Državni poglavar: kralj Karl Gustav XVI.

Premijer: Stefan Löfven, premijer u odlasku, Socialdemokraterna.

Površina

- 447.420 km²
- Šume: 69%
- Planine: 11%
- Obradivog zemljišta: 8%
- Jezera i rijeke: 9%

Ima izrazito razvedenu obalu – Stockholmski arhipelag sastoji se od 24.000 otoka, hridi i stijena.

Najveći gradovi

Glavni grad: Stockholm, 2.352.549 milijuna sa širom okolicom.

Ostali veći gradovi:

- Göteborg
- Malmö
- Uppsala

Stanovništvo (prema dobi, spolu)

Ukupan broj stanovnika (podaci srpanj 2021., Statistiska myndigheten, SCB): 10.416.585.

Broj žena u ukupnom broju stanovnika: 5.156.448.

Broj muškaraca u ukupnom broju stanovnika: 5.222.847.

Izvor: <https://www.scb.se>

DOB	ŽENE	MUŠKARCI
0-4	292.151	309.567
5-9	303.099	320.985
10-14	295.667	313.352
15-19	272.837	296.072
20-24	277.075	310.624
25-29	359.711	379.985
30-34	348.710	367.181
35-39	316.703	333.895
40-44	309.321	321.942
45-49	328.884	338.208
50-54	333.591	344.164
55-59	306.757	313.351
60-64	283.542	284.848
65-69	272.942	267.106
70-74	287.021	273.394
75-79	223.345	205.253
80-84	151.472	121.578
85-89	99.640	63.989

Opće karakteristike gospodarstva

Švedska je napredna industrijska zemlja, jedna od najbogatijih država svijeta. Privatne tvrtke smještene u Švedskoj čine čak 90 posto industrijske proizvodnje zemlje. S druge strane, proizvodnja usluga čini oko 70 posto BDP-a, poljoprivreda 2 posto, a zapošljava 2 posto radne snage. Švedska je zemlja koja ima nevjerovatno moderan distribucijski sustav u kojem djeluju dobra unutar-nja i vanjska sredstva komunikacije i dobro obučena radna snaga. Trgovina s drugim europskim zemljama od velike je važnosti za vanjsku trgovinu Švedske, posebno s Njemačkom. U prošlosti je poljoprivreda bila važan dio švedskog gospodarstva, ali je od druge polovice 19. stoljeća postupno smanjivala svoj značaj. U Švedskoj postoje veliki resursi šuma, minerala i drugih prirodnih resursa, a uz tehnologiju i učinkovitu organizaciju Švedska je vrlo uspješna zemlja izvoza.

Najvažnije gospodarske grane su usluge, rudarstvo željeza, šumarstvo i industrija. Međutim, postoje i druge grane koje uključuju poljoprivredu tj. uzgoj krumpira, stoke i ribe. Važni izvozni proizvodi za zemlju su elektronika, proizvodi od drva, papir, željezo, strojevi, čelik, telekomunikacijski proizvodi i cestovna vozila. Posljednjih je godina izvoz u Švedskoj iznosio 50 posto BDP-a i to upravo zato što je zemlja toliko snažno orijentirana na trgovinu s inozemstvom. U glavnom gradu Stockholmu nalazi se Stockholmska burza i sjedište nekoliko banaka, a vodeće je financijsko središte nordijske regije.

Iako je danas teško to vjerovati, Švedska je u proces industrijalizacije ušla prilično kasno. Na primjer, nisu imali konkretne željezničke planove do 1850. Međutim, Švedska je tada imala visok opći ljudski kapital, zbog vrlo ranog uvođenja obveznog školovanja. Stoga se Švedska kao zemlja mogla razvijati prilično brzo s dolaskom druge industrijske revolucije. Tada su osnovane velike tvrtke Ericsson i SKF koje su bile vrlo važne kroz švedsku gospodarsku povijest. Zahvaljujući, između ostalog, tim dvjema tvrtkama, Švedska je preživjela ekonomsku krizu dvadesetih godina prošlog stoljeća. Uz stalan razvoj, Švedska je u devedesete ušla s visokom inflacijom, no od recesije 1990-ih švedsko se gospodarstvo jako promijenilo. Rast je relativno visok u mnogim sektorima - gospodarstvo je počelo usporavati 2001. godine, no od tada je gospodarski rast uglavnom kontinuiran.

Izvor: <http://www.naringslivsforskning.se>

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

Stope kretanja BDP-a po godinama (različiti izvori)

	SN	KI	Reg	RB	SEB	No
2020	-2,8	-2,8	-2,8	-2,8	-2,8	-2,8
2021	3,8	4,4	4,4	4,2	4,6	4,6
2022	3,9	3,5	3,5	3,7	3,9	3,0

Bruto domaći proizvod Švedske iznosio je 2020. godine 4.983 milijarde kruna, što je pad od 2,8 posto u odnosu na prethodnu godinu. Tijekom drugog tromjesečja 2021. godine BDP je porastao za 0,9 posto u odnosu na prethodno tromjesečje. U usporedbi s istim tromjesečjem 2019. godine, odnosno vremenom prije korona krize, BDP je u osnovi nepromijenjen. BDP per capita je tijekom 2020. godine iznosio 481.300 SEK (47.216 EUR).

Tijekom drugog tromjesečja 2020. BDP se smanjio za 7,8 posto u odnosu na prethodno tromjesečje - bio je to najveći pad zabilježen tromjesečni od 1980. Od tada se BDP oporavio i sada je na približno istoj razini kao i prije korona krize. BDP je u Švedskoj rastao tijekom prva dva tromjesečja 2021. godine, a prognostičari općenito očekuju da će se oporavak nastaviti, jer povećani broj cijepljenih dovodi do smanjenja širenja zaraze i pogoduje otvaranju društva. Prognostičari očekuju rast BDP -a za nešto više od 4 posto za cijelu 2021.

Izvor: <https://www.ekonomifakta.se>

Valuta 1 SEK = HRK 0,7518 (na dan 26. 10. 2021.).

Postotak nezaposlenosti u 2020., aktualno stanje u 2021. (različiti izvori)

	SN	KI	Reg	RB	SEB	No
2020	8,3	8,3	8,3	8,3	8,8	8,5
2021	8,6	8,7	8,8	8,7	8,8	8,0
2022	7,8	7,6	7,7	7,4	7,8	7,0

Izvor: <https://www.ekonomifakta.se>

Za razliku od BDP-a, stanje na tržištu rada je nešto lošije. Prognostičari očekuju da će nezaposlenost doseći vrhunac od oko 8,6 posto u 2021., a zatim se vratiti na oko 7,5 posto u 2022. godini.

Prosječna plaća (aktualni podaci)

U Švedskoj je prosječna plaća u 2020. iznosila 36.100 SEK (=3.544,97 EUR). Razlike u prosječnim plaćama za različita zanimanja na tržištu rada su velike. Viši rukovoditelji u bankarstvu, financijama i osiguranju imaju najveću prosječnu plaću. Skupina s najnižom prosječnom plaćom je osoblje kućne službe.

Izvor: <https://www.scb.se>

Stopa inflacije (aktualni podaci)

Inflacija je prema indeksu potrošačkih cijena iznosila 0,3 posto u rujnu 2020. godine, dok je u lipnju 2021. iznosila 1,4 posto.

Izvor: <https://www.riksbank.se/>

Vanjskotrgovinska bilanca (aktualni podaci i trend)

Trgovinska bilanca Švedske pokazuje je suficit od početka 1990-ih, a saldo usluga uglavnom je bio pozitivan tijekom posljednjeg desetogodišnjeg razdoblja. Najvažnija tržišta za švedski izvoz su Njemačka, Norveška, Kina i USA. Tijekom 2020. godine vanjskotrgovinska bilanca Švedske bila je pozitivna, u visini 4,4 posto BDP-a.

Švedski robni izvoz uglavnom se sastoji od industrijske robe, kao što su vozila, strojevi i proizvodi drvne industrije. Veliki su uvoznici nafte, automobila te električnih i telekomunikacijskih proizvoda. U trgovini uslugama dominiraju razne vrste poslovnih usluga, tehničke usluge te putovanja i prijevoz.

Izvor: <https://www.ekonomifakta.se>

Utjecaj pandemije virusa COVID 19 na ekonomiju i društvo u 2021., očekivani utjecaj u 2022.

MSB (Agencija za civilnu zaštitu i planiranje u nepredviđenim situacijama) ocjenjuje da ukupne posljedice pandemije nose niz posljedica po život i zdravlje ljudi, uz rizike koji proizlaze iz širenja infekcije i drugih bolesti povezanih s covidom-19. Društvena i fizička izolacija, ograničenja slobode kretanja i promjene na tržištu rada te u nacionalnoj ekonomiji primjeri su čimbenika koje utječu na životne uvjete populacije. Općenito, MSB procjenjuje da što dulje traje širenje infekcije i prevalencija mjera kontrole infekcije, koje utječu na mogućnosti ljudi vezano uz rad, obrazovanje i tjelesne i društvene aktivnosti, tim su ozbiljnije su sveukupne posljedice po život i zdravlje populacije. Dio stanovništva teže je

pogođen pandemijom - najteže su pogođeni oni koji su društveno-ekonomski, ili na neki drugi način već bili izolirani. Ekonomska ugroženost povećala se tijekom pandemije, dijelom i zbog povećane nezaposlenosti. Rizik od nezaposlenosti negativno utječe na mentalno i fizičko zdravlje ljudi. Pandemija koja dugo traje utječe i na mogućnost prevencije i liječenja mentalnih bolesti. Pogoršanje životnih uvjeta za mnoge nosi velike zdravstvene i socijalne rizike. U ljeto 2020. MSB je zaprimio dosta prijava vandalizma. Nasilno izražavanje nezadovoljstva jedan je od rizika koje donosi dugotrajna pandemija.

Tijekom cijele pandemije izvještava se o ekonomskim subjektima koji su propali, kao i negativnim učincima za trgovinu s drugim zemljama, zbog zatvorenih granica. Statistika Arbetsförmedlingena (Švedske agencije za zapošljavanje) od veljače 2021. pokazuje da dugotrajna nezaposlenost nastavlja rasti i da se nezaposlenost proširila na širokom planu i među različitim skupinama u društvu. Očekivano, posljedica pandemije je strukturna transformacija tržišta rada, koja znači da ne možete očekivati povratak na istu vrstu posla kao prije pandemije i one ranije uobičajene „prve poslove“ na tržištu rada. Glede mogućnosti ulaska na tržište rada, smatra se da je situacija posebno teška za mlade ljude, rođene u inozemstvu i ljude koji nemaju srednju školu, ali i za one koji su već bili nezaposleni prije pandemije. Čini se da se potreba za potporom ugroženim pojedincima povećala, što potvrđuje i organizacije iz civilnog društva i izvještaji županijskih upravnih odbora MSB -u.

Pandemija je uvelike utjecala na gospodarstvo - neka poduzeća i industrije bili su financijski pogođeni vrlo ozbiljno, dok su pojedini subjekti poslovali relativno uspješno. Industrija putovanja/turizam i restorani primjeri su najvećih gubitnika, posebno u nekim zemljopisnim područjima.

Izvor: <https://www.msb.se>

Utjecaj globalnih gospodarskih kretanja na domaćino gospodarstvo

Od početka pandemije u Europi, mnoge zemlje su se odlučile za potpuno zatvaranje granica da bi spriječile širenje infekcije. Isto tako, unutar zemalja uvedene su snažna protuepidemijska ograničenja. Europske zemlje ovisne se jedna o drugoj i nešto više od dvije trećine trgovine robom se odvija unutar ove makro regije. Za Švedsku to znači da se poremećaji, koji se javljaju u lancu opskrbe zbog toga što su se neke zemlje odlučile za zatvaranje, ne

mogu zaobići. Velike kompanije kao što su Volvo i Scania su se zbog toga odlučile na zatvaranje svojih tvornica u mnogim zemljama. 70% švedskog izvoza usmjereno je prema europskim zemljama. Kada aktivnost europskih gospodarstava padne kao posljedica pandemije onda to ne znači samo pad domaće potrošnje u Švedskoj, već i snažno utječe na izvoz, što se posebno odnosi na prerađivačku industriju te posredno na kućanstva i gospodarstvo javnog sektora. Mnoge zemlje su odlučile ograničiti širenje zaraze izolirajući ljude u svojim domovima, što je dovelo i do pada potražnje, ali i do smanjenja ponude radne snage te prijevoza robe. Unatoč relativno blažim

mjerama u Švedskoj, činjenica da je ova zemlja jako izvožno orijentirana, a poslovanje je internacionalizirano, dovela je do toga da zbivanja u ostalim zemljama snažno utječu na domicilnu ekonomiju. Isto tako, na potražnju u gospodarstvu utječu i promjene u ponašanju stanovnika, vođene ili strahom od zaraze, ili solidarnošću prema drugima. Povećana neizvjesnost vodi do toga da se nepotrebne kupnje odgađaju za budućnost te se tako i tvrtke odlučuju na odgađanje investicija.

Izvor: <https://www.business-sweden.com>

MEDIJI I OGLAŠAVANJE NA TRŽIŠTU

Prikaz glavnih medija (TV, dnevni listovi, magazini) po segmentima (turistički, politički, sportski...)

TV

TV tržištu dominiraju četiri dionika:

- Sveriges television (SVT1, SVT2, SVT24, Barnkanalen, Kunskaapskanalen)
- Nordic Entertainment Group (TV3, TV6, TV8, TV10 itd.)
- TV4 gruppen (TV4, Sjuan, TV12)
- Discovery Networks Sverige (Kanal 5, Kanal 9, Kanal 11)

TV 4 je najveći komercijalni kanal i najveći konkurent švedskoj nacionalnoj televiziji SVT.

KANAL	DNEVNI DOSEG (%)	UDIO GLEDATELJA (%)	TJEDNI DOSEG (%)
SVT 1	32,5	25,5	53,3
SVT 2	15,7	6,3	34,4
TV3	7,8	3,5	20,1
TV4	32,7	25,3	48,9
Kanal5	10,0	4,9	23,3
TV6	6,0	2,8	15,4
Discovery	2,5	1,1	5,5
Sjuan	7,4	3,8	18,1
TV8	6,1	3,7	14,1

Izvor: <https://mms.se>

DNEVNE NOVINE

NOVINE	PRINT	DIGITAL	UKUPNI DOSEG
Dagens nyheter	544	819	515
Svenska dagbladet	347	510	748
Dagens Industri	290	294	515
Göteborgs-Posten	244	319	494
Sydsvenskan	160	255	372
Skånska dagbladet	54	19	69
Mitt i hela Stockholm	897	65	934

- izraženo u tisućama; podaci za 2020. godinu

Izvor: <https://www.kantarsifo.se/>

VEČERNJI TISAK

TISKOVINA	PRINT	DIGITAL	UKUPNI DOSEG
Aftonbladet	398	3.718	3.864
Expressen	386	2.717	2.898
Aftonbladet Sport	210	1.310	1.436
Expressen Sport	172	738	860
Kvällsposten	78	593	639

- izraženo u tisućama; podaci za 2020. godinu

Izvor: https://www.kantarsifo.se

MAGAZINI

MAGAZIN	PRINT	DIGITAL	UKUPNI DOSEG	SEGMENT
Allt om Mat	322	419	675	Gastronomija
Allt om Resor	172	228	388	Putovanja
Allt om Vin	78	277	348	Gastronomija
Di weekend	278	-	278	Financije
Vi i Villa	1.391	221	1.528	Dom i uređenje
Amelia	161	250	387	Ljepota i zdravlje
Sköna hem	262	129	371	Dom i uređenje

- izraženo u tisućama; podaci za 2020. godinu

Izvor: <https://www.kantarsifo.se/>

PROFIL EMITIVNOGA TURISTIČKOG TRŽIŠTA U 2020. GODINI

Prošle su godine godišnji odmori Šveđana u inozemstvu smanjeni za 84 posto, s 12 na 1,9 milijuna putovanja. Od Drugog svjetskog rata pad nije bio tako dramatičan. Velika većina Šveđana nije napustila zemlju 2020. godine, čak ni kada su ukinuti negativni savjeti Ministarstva vanjskih poslova vezani uz europska putovanja, te su ljetovala unutar vlastite zemlje. U prosjeku je svaki odrasli Šveđanin putovao unutar vlastite zemlje 3,5 puta s noćenjem te 6,1 puta bez noćenja. Tijekom cijele 2020. godine najviše inozemnih putovanja je ostvareno prije početka pandemije, tj. tijekom siječnja, veljače i ožujka (ukupno: 932 000) - u „normalnim“ godinama najviše putovanja bilo bi realizirano u razdoblju od lipnja do rujna. U 2020. najmanje se putovalo tijekom studenog, kada je ostvareno samo 54.000 putovanja u inozemstvo. Generalno, najviše se putovalo u Španjolsku i susjedne zemlje - Norvešku, Dansku i Finsku. Putovanja u Tajland pala su manje nego za druge destinacije, budući da ta zemlja ima glavnu sezonu u siječnju i veljači, kada se još uvijek moglo putovati. U srpnju su, između ostalog, počeli letjeti čarteri za Grčku i Španjolsku, što je dio Šveđana iskoristio za odlazak u inozemstvo. Više nego ikada Šveđani su koristili razne digitalne platforme te posjećivali stranice Ministarstva vanjskih poslova, radi provjere ograničenja i savjeta vezanih uz inozemna putovanja.

Izvor: <https://www.vagabond.se>

Redoslijed omiljenih inozemnih destinacija

– podaci za 2020.

Podaci za 2020., prema Vagabonds Resebarometer:

	DESTINACIJA	UKUPAN BROJ PUTOVANJA
1.	Španjolska	298.000
2.	Danska	161.000
3.	Finska	112.000
4.	Njemačka	106.000
5.	Tajland	76.000
6.	Grčka	71.000
7.	Francuska	69.000
8.	Velika Britanija	69.000
9.	Italija	65.000
10.	Norveška	61.000

Izvor: <http://www.vagabond.se>

Vrsta prijevoza koji su turisti preferirali prilikom odlaska na godišnji odmor - 2020. godina

1.	Zrakoplov	61% u inozemstvo, 2% unutar Švedske
2.	Osobni automobil	13% u inozemstvo, 66 % unutar Švedske
3.	Autobus (organizirano)	4% u inozemstvo, 3% unutar Švedske
4.	Trajekti/kruzeri	10 % u inozemstvo, 5% unutar Švedske
5.	Kamp kućice	4% inozemstvo, 45% Švedska
6.	Vlak	3% inozemstvo, 13% Švedska

Izvor: <https://www.vagabond.se>

Preferencije turista s obzirom na vrstu smještaja

Dostupni su podaci samo za 2019., kako slijedi:

1.	Hoteli, B&B, hosteli	56%
2.	Boravak kod prijatelja i rodbine	14%
3.	Iznajmljene kuće ili stanovi	12%
4.	Vlastiti stanovi ili kuće	5%
5.	Kruzer	4%
6.	Kamping	3%

Razrada tržišta s obzirom na motiv putovanja – 2020. godina

1.	Sunce i more	28%
2.	Posjeta obitelji i prijateljima	28%
3.	Posjet velikim gradovima	19%
4.	Znamenitosti	10%
5.	Kamping	9%
6.	Aktivni godišnji odmor	8%

Prosječni budžet/potrošnja po putovanju – 2020. godina

Prema istraživanju, švedska kućanstva potrošila su u prosjeku 5.507 SEK po osobi na odredištu te 4.326 SEK na put do odredišta.

Izvor: <https://www.vagabond.se>

Pregled organizatora putovanja na tržištu

Vodeći turopertori na tržištu su:

1. TUI Nordic
2. Ving
3. Apollo

Resia Travel Group je u petom mjesecu 2020. zatražila bankrot te je dva mjeseca poslije zatražila rekonstrukciju poslovanja na sudu u Göteborgu. Ako rekonstrukcija uspije, Resia će se okrenuti samo prodavanju poslovnih putovanja.

Ostale značajnije agencije na tržištu:

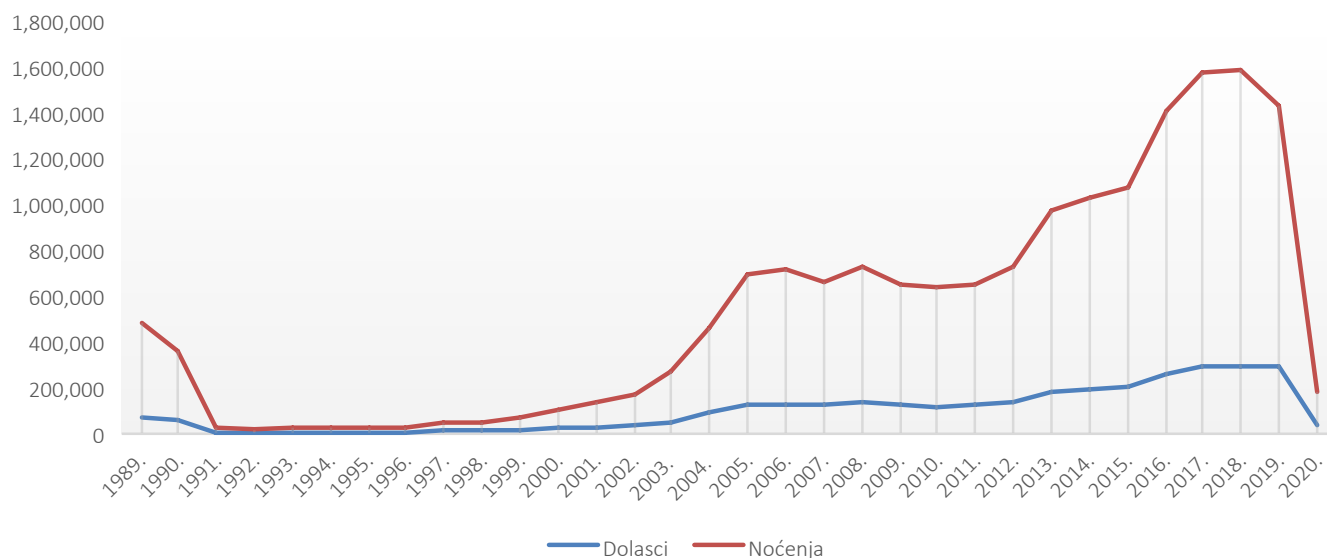
- Adriatic Yachting
- Airtours
- Airtours
- Barnsarps Trafik
- Björcks Resor
- Croatia Yacht Club (Dream Yacht Charter)
- CE Travel AB
- County Travel
- Club Erik
- Escape Travel Sweden AB
- Favorit kultur och temaresor
- Frank Buss
- Friendly Travel AB
- Go Travel
- Grand Tours AB (Koncern: WE Travel Group)
- Hummingbird Lifestyle Travel
- HorseXplore AB (brand: InShape Travel)
- Hideaways Travel AB
- In Croatia Travel
- Interhome AB
- Jörns Resor
- KILROY Sweden AB
- Kroatien Specialisten
- Lime Travel AB (DER Touristik Nordic AB)
- MK Bussresor
- MinaResor AB
- Moments Travel Collection AB
- More Sailing
- Navigare Yachting AB
- NOVASOL AB
- Penguin Travel
- Poseidon Travel AB
- Prima Travel
- Ramkvilla Buss
- Resfeber (part of RESIA AB)
- Reseagenten i Stockholm AB
- Rese-Konsulterna
- ReseMakarn
- ReseSkaparna Event&Resor AB (Koncern: WE Travel Group)
- Resteamet Klippan
- Rolfs Flyg&Buss
- Rosa Bussarna
- Scandorama
- Scuba Travel Scandinavien
- Select Collection
- SEMBO AB (Stena Line Travel Group AB)
- Skaraborgs Resor
- Smålandsbussen AB
- Solresor i Sverige AB
- SOLsemestra
- Specialresor Unlimited AB
- Sports International
- Springtime Resor AB
- Sunwaves Travel
- Tjörnarps Buss
- Trek-travel
- Triangelresor AB
- Wiresor
- Yacht Charter Göteborg AB
- Ölvemarks Holiday

DOPRINOS TRŽIŠTA UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU

ŠVEDSKA	Dolasci			Noćenja		
	apsol.	indeks	1989.=100	apsol.	indeks	1989.=100
1989.	70.668		100	478.427		100
1990.	56.512	80	80	364.928	76	76
1991.	4.530	8	6	23.450	6	5
1992.	4.275	94	6	19.800	84	4
1993.	6.198	145	9	23.519	119	5
1994.	8.906	144	13	31.994	136	7
1995.	6.108	69	9	22.351	70	5
1996.	8.000	131	11	29.000	130	6
1997.	10.790	135	15	45.124	156	9
1998.	12.756	118	18	53.923	119	11
1999.	13.893	109	20	65.750	122	14
2000.	21.070	152	30	101.507	154	21
2001.	27.248	129	39	140.137	138	29
2002.	34.619	127	49	166.087	119	35
2003.	53.211	154	75	270.660	163	57
2004.	87.750	165	124	457.317	169	96
2005.	127.387	145	180	690.014	151	144
2006.	130.291	102	184	719.217	104	150
2007.	127.531	98	180	663.821	92	139
2008.	134.409	105	190	722.392	109	151
2009.	122.982	91	174	644.104	89	135
2010.	118.682	97	168	637.408	99	133
2011.	122.454	103	173	652.363	102	136
2012.	135.363	111	192	730.219	112	153
2013.	178.340	132	252	971.808	133	203
2014.	192.001	108	272	1.031.000	106	215
2015.	203.660	106	288	1.070.137	104	224
2016.	256.384	126	363	1.405.252	131	294
2017.	294.281	115	416	1.571.052	112	328
2018.	297.081	101	420	1.583.018	101	331
2019.	289.699	98	410	1.425.862	90	298
2020.	37.394	13	53	184.287	13	39

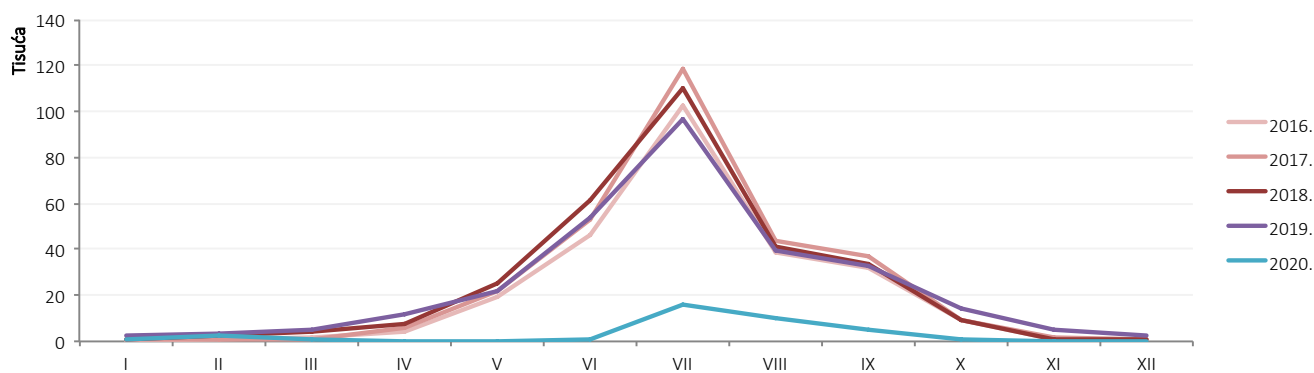
Izvor: DZS - komercijalni smještajni kapaciteti

Dolasci i noćenja švedskih turista, razdoblje 1989. - 2020.



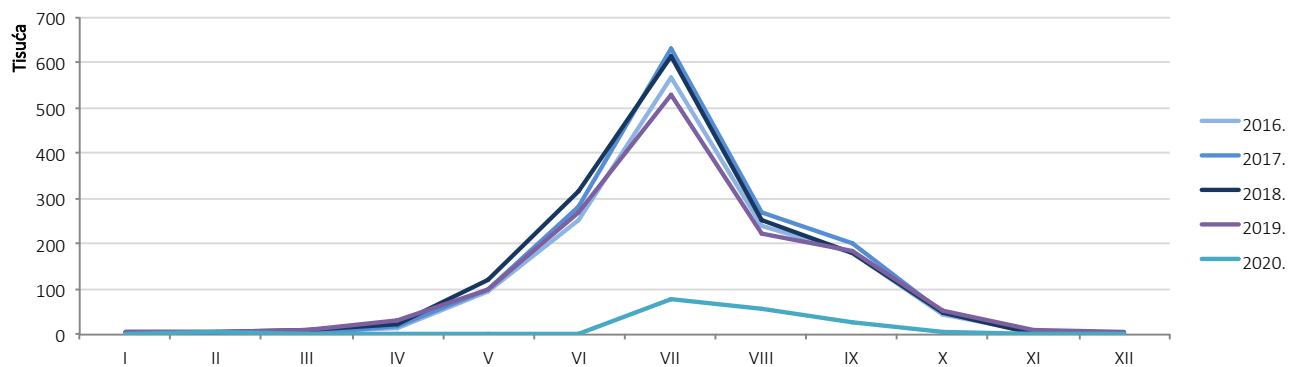
Izvor: DZS - komercijalni smještajni kapaciteti

Dolasci po mjesecima - Švedska



Izvor: DZS - komercijalni smještajni kapaciteti

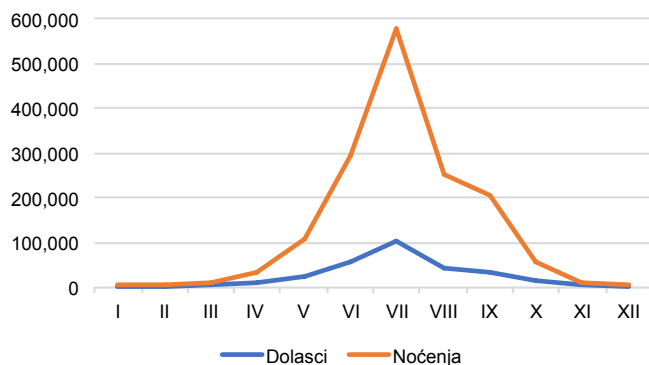
Noćenja po mjesecima - Švedska



Izvor: DZS - komercijalni smještajni kapaciteti

REZULTATI 2019. PREMA SUSTAVU eVISITOR

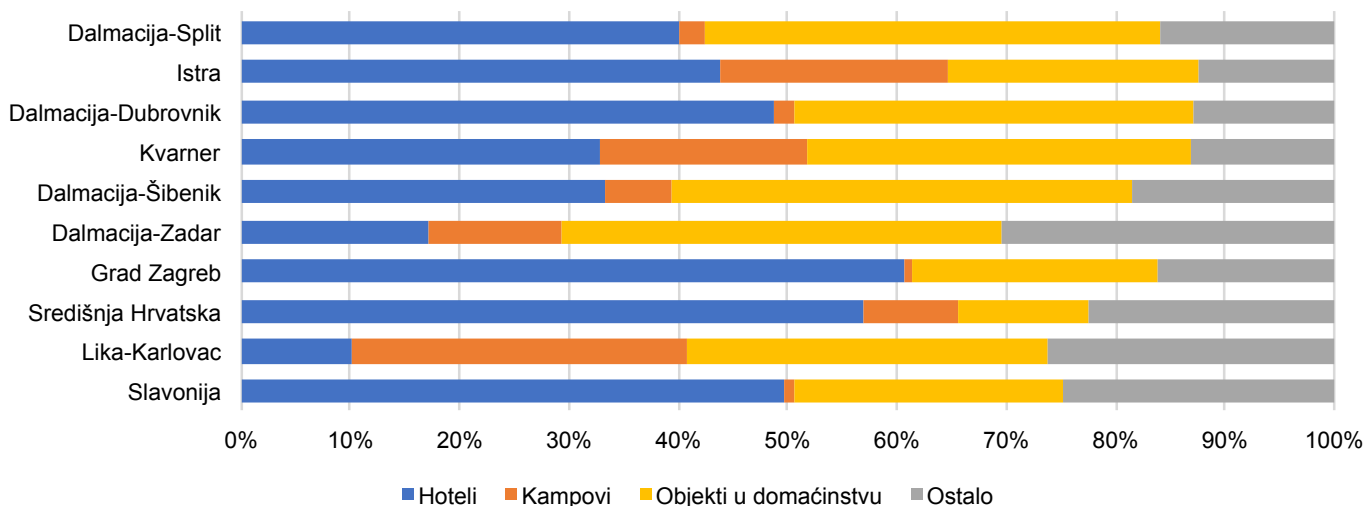
Dolasci i noćenja švedskih turista, 2019.



Dolasci i noćenja po klasterima

	Dolasci	Noćenja
Dalmacija-Split	137.772	765.921
Istra	41.048	247.570
Dalmacija-Dubrovnik	49.246	163.725
Kvarner	21.533	110.222
Dalmacija-Zadar	15.147	91.270
Dalmacija-Šibenik	11.898	74.427
Nautika	11.189	72.626
Grad Zagreb	9.017	19.266
Lika-Karlovac	5.174	16.921
Središnja Hrvatska	2.303	4.472
Slavonija	779	1.921
Ukupno	305.106	1.568.341

Noćenja švedskih turista po klasterima prema vrstama smještaja, 2019.



Top deset gradova/općina po noćenjima

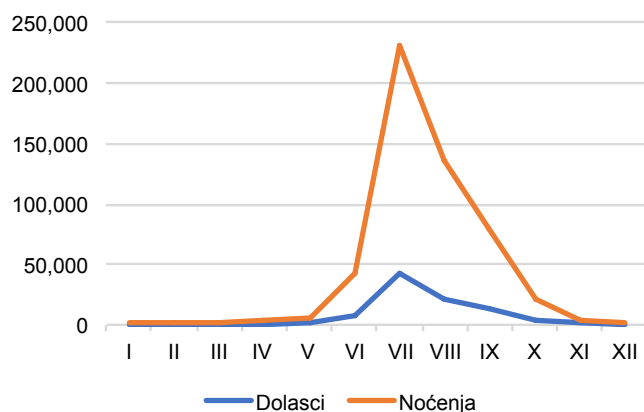
Grad općina	Noćenja
Makarska	120.801
Dubrovnik	97.215
Podgora	91.089
Split	83.843
Baška Voda	57.891
Supetar	49.683
Rovinj	49.293
Tučepi	43.454
Labin	42.143
Brela	40.360

Dolasci po dobi i spolu

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

REZULTATI 2021. PREMA SUSTAVU eVisitor

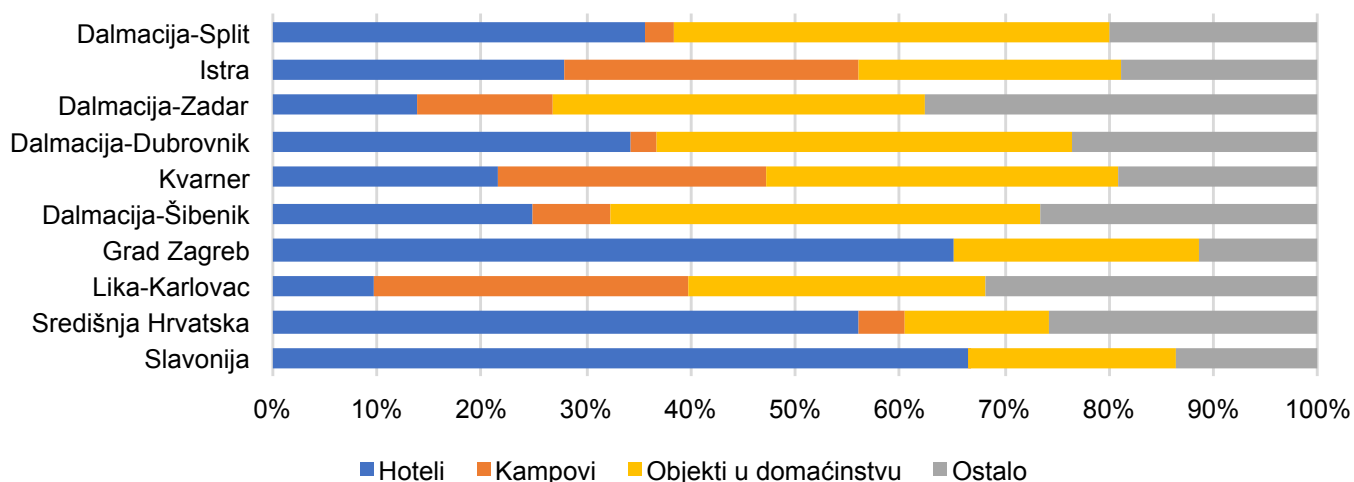
Dolasci i noćenja švedskih turista, 2021.



Dolasci i noćenja po klasterima

	Dolasci	Noćenja
Dalmacija-Split	42.853	247.341
Istra	9.221	59.419
Nautika	6.744	46.596
Dalmacija-Zadar	6.824	42.511
Dalmacija-Dubrovnik	7.919	41.011
Kvarner	6.845	36.204
Dalmacija-Šibenik	4.317	28.841
Grad Zagreb	5.402	12.566
Lika-Karlovac	2.177	8.157
Središnja Hrvatska	1.681	3.076
Slavonija	534	1.807
Ukupno	94.517	527.529

Noćenja švedskih turista po klasterima prema vrstama smještaja, 2021.



Top deset gradova/općina po noćenjima

Grad općina	Noćenja
Makarska	41.638
Split	35.251
Dubrovnik	19.774
Supetar	18.341
Podgora	17.100
Hvar	15.301
Tučepi	14.897
Baška Voda	13.670
Zadar	13.539
Zagreb	12.566

Dolasci po dobi i spolu

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

Aktualni imidž Hrvatske

Percepcija Hrvatske je izrazito pozitivna i kroz cijelu pandemiju nisu se pojavljivali članci niti iskustva gostiju koji bi negativno predstavili Hrvatsku u Skandinaviji, što nam je osiguralo status kvalitetne i sigurne destinacije.

Omjer između organiziranih i individualnih dolazaka u Hrvatsku u 2020.

S obzirom na kapacitete koje su TO postavili za Hrvatsku primjetan je značajnije veći omjer individualnih gostiju u odnosu na organizirane goste. I jedni i drugi gosti izrazito ovise o avio prijevozu, što je u 2020 onemogućilo veći broj dolazaka Skandinavaca iako je interes postojao.

Zastupljenost Hrvatske u programima organizatora putovanja u 2020.

Zastupljenost je ostala u istom omjeru s drugim destinacijama kao i tijekom 2019., ali u manjim volumenima - pad koji su doživjela najveća europska tržišta Španjolske i Grčke doživjela i Hrvatska, iako u nešto manjem postotku.

Rezultati organizatora putovanja u 2020. (programi za Hrvatsku)

TO u Skandinaviji zadovoljni su s programima koji su uspjeli ostvariti, jer nisu imali nikakvih poteškoća, no apsolutne brojke koje su ostvarili nisu zadovoljavajuće te za iduću sezonu najavljuju značajno veće kapacitete i planove te se nadaju skorom povratku na 2019.

TURISTIČKA SEZONA 2022. – OPĆI POKAZATELJI

Preliminarna procjena turističkog tržišta/ukupnih odlazaka na godišnji odmor u inozemstvo u 2022.

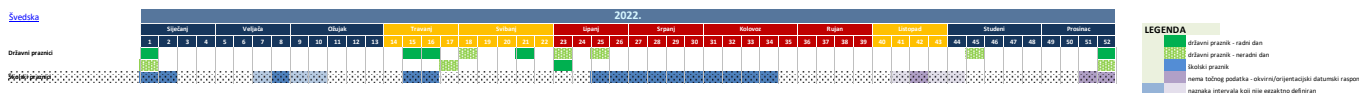
Daljnja evolucija prometa prema europskim i svjetskim destinacijama u prvom je redu ovisila o pandemijskim okolnostima.

TURISTIČKA SEZONA 2022. – HRVATSKA

Okvirna procjena ukupnog broja dolazaka i noćenja u Hrvatskoj u 2022.

Prema svim pokazateljima i najavama TO/TA možemo očekivati 80% prometa iz 2019.

Kalendar praznika i blagdana



Državni praznici i vjerski blagdani (Public Holidays)	2021.	Dan u tjednu	Tjedan u godini	2022.	Dan u tjednu	Tjedan u godini	2023.	Dan u tjednu	Tjedan u godini
Nova godina (New Year's Day)	01.01.2021	Petak	1	01.01.2022	Subota	1	01.01.2023	Nedjelja	1
Sveta tri kralja (Epiphany)	06.01.2021	Srijeda	2	06.01.2022	Četvrtak	1	06.01.2023	Petak	1
Veliki petak (Good Friday)	02.04.2021	Petak	14	15.04.2022	Petak	15	07.04.2023	Petak	14
Uskrs (Easter)	04.04.2021	Nedjelja	14	17.04.2022	Nedjelja	16	09.04.2023	Nedjelja	15
Uskršnji ponedjeljak (Easter Monday)	05.04.2021	Ponedjeljak	15	18.04.2022	Ponedjeljak	16	10.04.2023	Ponedjeljak	15
Praznik rada (May Day)	01.05.2021	Subota	18	01.05.2022	Nedjelja	18	01.05.2023	Ponedjeljak	18
Uzašašće (Ascension Day)	13.05.2021	Četvrtak	20	26.05.2022	Četvrtak	21	18.05.2023	Četvrtak	20
Duhovi (Whit Sunday)	23.05.2021	Nedjelja	21	05.06.2022	Nedjelja	23	28.05.2023	Nedjelja	22
Nacionalni dan (Sweden's National Day)	06.06.2021	Nedjelja	23	06.06.2022	Ponedjeljak	23	06.06.2023	Utorak	23
Ivanje (Midsummer Eve)	25.06.2021	Petak	26	24.06.2022	Subota	25	23.06.2023	Petak	25
Svi sveti (All Saint's Day)	06.11.2021	Subota	45	05.11.2022	Subota	45	04.11.2023	Subota	44
Badnjak (Christmas Eve)	24.12.2021	Petak	52	24.12.2022	Subota	52	24.12.2023	Nedjelja	52
Božić (Christmas)	25.12.2021	Subota	52	25.12.2022	Nedjelja	52	25.12.2023	Ponedjeljak	52
Blagdan sv. Stjepana (Christmas)	26.12.2021	Nedjelja	52	26.12.2022	Ponedjeljak	52	26.12.2023	Utorak	52
Stara godina (New Year's Eve)	31.12.2021	Četvrtak	53	31.12.2022	Petak	53	31.12.2023	Nedjelja	53

Izvor: <https://www.feiertagskalender.ch/>

Školski praznici	2021./2022.	
	Početak	Kraj
Jesenski praznici - jedan tjedan u intervalu	11.10.2021.	5.11.2021.
	17.-	7.-
Božićni praznici i Nova godina	22.12.2022.	17.1.2022.
Zimski praznici - jedan tjedan u intervalu	14.2.2022.	11.3.2022.
Proljetni/Uskršnji praznici - jedan tjedan u intervalu	11.4.2022.	22.4.2022.
Ljetni praznici - oko 10 tjedana u intervalu	sredina lipnja 2022.	druga polovica kolovoza 2022.

Izvor: Eurydice

DANSKA - AKTUALNI OPĆI PODACI O TRŽIŠTU

Kraljevina Danska je najjužnija i površinski najmanja skandinavska zemlja. Sastoji se od poluotoka Jylland i 443 otoka, od kojih su 75 naseljena, a najveći su Sjealland i Fyn, dok se otok Bornholm nalazi istočno u Baltičkom moru. Danska na kopnu graniči samo s Njemačkom, a osim spomenutih otoka, politički joj pripadaju i Grenland te Farski otoci. Danska je najgušće naseljena nordijska zemlja.

Političko uređenje

Državno ustrojstvo: Ustavna monarhija.
Državni poglavar: Kraljica Margreta II.
Predsjednik vlade: Mette Fredriksen, Socialdemokraterna.

Površina: 43.561 km².
Površina zemljišta: 42.962 km².
Obradeno zemljište, nasadi i voćnjaci: 25 329 km².
Šuma i nasadi: 5 294 km².
Jezera i potoci: 671 km².
Glavni grad: Copenhagen (1.280.371 stanovnika sa širom okolicom).
Ostali gradovi: Århus, Odense.

Stanovništvo

Broj stanovnika: 5.850.189 (podaci iz 2021.)
Očekivani životni vijek: 83 godine za žene i 79 godina za muškarce.
Broj žena: 2.939.584.
Broj muškaraca: 2.910.605.

DOB	BROJ STANOVNIKA
0-9	610.608
10-19	676.409
20-29	775.445
30-39	704.652
40-49	742.459
50-59	803.532
60-69	669.866
70-79	579.567
80-89	241.960
90-99	44.460

Izvor: <https://www.statistikbanken.dk>

OPĆE KARAKTERISTIKE GOSPODARSTVA

Danska je jedna od najbogatijih zemalja svijeta prema kriteriju BDP-a po stanovniku i ima najveće porezno opterećenje na svijetu (oko 50 posto BDP-a). Budući da je dansko domaće tržište malo, a zemlji nedostaje većina sirovina za potrebe industrije, gospodarstvo se uglavnom temelji na vanjskoj trgovini, dobro obrazovanoj radnoj snazi, fleksibilnom tržištu rada i učinkovitoj fizičkoj i administrativnoj infrastrukturi koja Dansku čini privlačnom za život i investicije. Gotovo dvije trećine ukupne površine Danske čine obrađene obradive površine i poljoprivreda je dugo vremena bila osnova vanjske trgovine, koju je sada pretekla industrija i uslužni sektor. Danska nema metala i ima relativno malo drugih sirovina u zemlji, ali izvan danske obale ima nafte i prirodnog plina. Najvažnije izvozna robe i uvoz zemlje uglavnom obuhvaćaju sirovine, dijelovi za tvornice i hrana. Od 1980. Danska ima višak u vanjsko trgovinskoj bilanci. Većina danske trgovine odvija se s drugim zemljama EU-a i to najviše s Njemačkom, Švedskom i Ujedinjenim Kraljevstvom. Kao i ostale nordijske zemlje, Danska ima dobro razvijen sustav socijalne skrbi s dječjim doplatkom, roditeljskim dopustom, zdravstvenim osiguranjem, stambenim dodatkom, mirovinama, osiguranjem za slučaj nezaposlenosti, socijalnom pomoći i još mnogo toga. Društveni izdaci odgovaraju otprilike trećini BDP-a zemlje.

Izvor: <https://www.norden.org>

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

Tijekom drugog tromjesečja 2020. godine BDP se smanjio za čak 7,4 posto u odnosu na prvo tromjesečje. Snažan rast tijekom drugog tromjesečja 2021. od 2,8 posto je doveo bruto domaći proizvod (BDP) na +1,9 posto iznad razine prije korona krize (tijekom četvrtog tromjesečja 2019.). Visok rast u drugom tromjesečju može se promatrati u kontekstu prethodnog pada gospodarstva zbog ograničenja povezanih s bolešću COVID-19.

Valuta 1 DKK = 1,0092 HRK (na dan 7.10.2021.).

Izvor: <https://www.dst.dk>

Postotak nezaposlenosti u 2020., aktualno stanje u 2021. i procjena trenda

U kolovozu 2020. je bilo 186.000 nezaposlenih u dobi od 15 do 74 godine, što odgovara 6,1 posto radne snage

(prema Anketi o radnoj snazi - LFS). Tijekom 2019. godine je nezaposlenost iznosila 4,8 posto. Od srpnja do kolovoza 2021., nezaposlenost je pala za 5.600 osoba, na 101.300 osoba, što odgovara stopi nezaposlenosti od 3,6 posto. Tako je nezaposlenost u kolovozu za 1.500 niža nego što je bila neposredno prije pojave bolesti COVID-19. Uz nedavni pad nezaposlenosti, ista je također najniža od siječnja 2009.

Izvor: <https://www.dst.dk>

Prosječna plaća (aktualni podaci)

Prosječna plaća u Danskoj iznosi 40.600 DKK (= 5.452,86 EUR).

Stopa inflacije (aktualni podaci)

Inflacija u Danskoj porasla je u kolovozu 2021. na 1,8 posto, sa 1,7 posto u srpnju 2021.

Izvor: <https://www.dst.dk>

Vanjskotrgovinska bilanca (aktualni podaci i trend)

Suficit bilance u srpnju 2021. godine je iznosio 16,6 milijardi DKK, što je smanjenje od 3,5 milijardi kruna u odnosu na lipanj iste godine. Iza pada uglavnom stoji smanjenje prihoda u uslugama. Danski trgovinski suficit naglo je opao na 2,9 milijardi DKK u kolovozu 2020. s 8 milijardi DKK u istom mjesecu godinu ranije. To je bio najmanji suficit u trgovini od travnja 2018., jer je izvoz pao više od uvoza (izvoz je opao za 15,1 posto).

Izvor: <https://www.dst.dk>

Utjecaj pandemije virusa COVID 19 na ekonomiju i društvo u 2021., očekivani utjecaj u 2022. Utjecaj globalnih gospodarskih kretanja na domicilno gospodarstvo.

Dansko gospodarstvo već pokazuje oporavak. Sveukupno, očekuje se da će BDP pasti za 3 posto za cijelu godinu te odmah porasti već sljedeće godine, uz kratak zastoj za dansko gospodarstvo.

Nijedna zemlja nije izbjegla korona krizu, a tijekom drugog tromjesečja 2020. domaći je BDP opao za povišenih 7,4 posto. Ako pogledamo dalje od granica zemlje, Sjedinjene Države i Njemačka zabilježile su pad od oko 10 posto, dok su Španjolska i Velika Britanija tijekom

drugog tromjesečja zabilježile pad BDP-a od preko 18 posto. To znaci da su pogođeni mnogi za Dansku važni trgovinski partneri i to bi moglo izvoz neko vrijeme zadržati na nižoj razini.

Do krize Danska je ekonomija bila stabilna, bez velikih i značajnih neravnoteža, a javne su financije bile vrlo „zdrave“. Potonje je značilo da su se masivni paketi COVID pomoći za dansko gospodarstvo moli financirati brzo i učinkovito. Nije zanemarivo da Danska ima manje ciklički osjetljiv izvoz, s naglaskom na lijekove i vjetroturbine. Sve u svemu, to pridonosi uvjerenju da će kriza za Dansku biti kratkotrajna.

Smanjenje gospodarske aktivnosti i strah od širenja zaraze značili su da je ekonomska aktivnost naglo pala, kao rezultat prekida proizvodnje i suzdržanih potrošača. Dio izgubljene potrošnje od tada se oporavio i pojavio se efekt „nadoknade“, između ostalog, u maloprodaji i prodaji automobila. Ipak, daleko od toga da je potrošnja optimalna, a u budućnosti će privatna potrošnja biti na nižoj razini, kao odgovor na novu ekonomsku stvarnost.

Veliki udarac na dansku ekonomiju utjecao je i na tržište rada - zaposlenost se privremeno smanjila za 74.000 ljudi, unatoč sustavu naknada plaća. Tržište rada još nije stabilizirano - još uvijek ima mnogo Danaca na naknadama plaća, čija je budućnost neizvjesna, a tvrtke se u narednom razdoblju moraju prilagoditi novoj stvarnosti, s nižom potražnjom.

Danska je izdvojila tri najvažnija čimbenika rizika oporavka. Prvo je nesigurna privatna potrošnja - potrošači se i dalje osjećaju nesigurno te odgađaju potrošnju. Drugi čimbenik je da najveći trgovinski partneri „zaglave“ u ekonomskim oscilacijama, što bi značilo da bi danski izvoz bio na nižoj razini dugo vremena i to bi utjecalo na radna mjesta povezana s izvozom. Treći faktor rizika za dansko gospodarstvo je da će dugoročni pad s vremenom utjecati na sve ekonomske aktivnosti. Specifične industrije već su teško pogođene - hoteli, restorani, turističke organizacije. Osim toga, strah od novog, jačeg vala zaraze može biti prepreka oporavku gospodarstva.

Izvor: <https://www.al-bank.dk>

MEDIJI I OGLAŠAVANJE NA TRŽIŠTU

Prikaz glavnih medija (TV, dnevni listovi, magazini) po segmentima (turistički, politički, sportski...)

TV

Najveći TV kanali u Danskoj su DR (Danmarks Radio) i TV2.

TV kanal	Gledanost
TV2	26,9%
DR1	25,8%
TV2 News	7,1%
TV2 Charlie	6,9%
DR2	5,4%
TV3	4,3%
Kanal 5	1,7%
DR K	3%
TV2 Sport	0,9%
TV2 Zulu	1,7%
TV2 Fri	1,6%

Izvor: <https://mediernesudvikling.kum.dk>

DNEVNE NOVINE

Novine	Tjedna pokrivenost (u 1.000)
B.T.	497
Politiken	451
Jyllands Posten	352
Berlingske	300
Ekstra Bladet	256
Borsen	205
Kristeligt Dagblad	204
Weekendavisen	209

Izvor: <https://mediernesudvikling.kum.dk>

MAGAZINI

Bonnier Publications je najveći izdavač s 1.333.000 čitatelja u 2020. godini. Iza njih slijedi Story House Egmont sa 750.000, te na trećem mjestu Aller Media sa 654.000 čitatelja.

Magazini	Tjedni broj čitatelja (u 1.000)	Segment
Billed Bladet	359	Zabava
Familie Journalen	338	Zabava
Se og Hør	297	Zabava
Ude og Hjemme	253	Zabava
Hjemmet	261	Dom
Søndag	220	Ljepota, zdravlje
Anders And & Co	199	Za djecu
Alt for damerne	175	Moda, lifestyle
Femina	148	Ljepota, moda
Her & Nu	162	Zabava
Hendes Verden	102	Moda, gastronomija
7 TV dage	59	TV vodič

Izvor: <https://mediernesudvikling.kum.dk>

PROFIL EMITIVNOGA TURISTIČKOG TRŽIŠTA U 2020. GODINI

Danci su u 2020. ukupno ostvarili 2,9 milijuna dugih putovanja vezanih uz odmor u inozemstvu, što je 2 milijuna putovanja manje nego tijekom 2019. S druge strane, putovanja u Dansku porasla su sa 2 milijuna, na 4,7 milijuna. U 2020. je 65 % Danaca ostvarilo barem jedan odmor s noćenjima. Za usporedbu, u 2019. je taj udio iznosio 85 %. Čak 50% Danaca je svoj godišnji odmor provelo u Danskoj.

Inače, prije početka pandemije prosječni Danac trošio je 7.000 danskih kruna za godišnji odmor koji traje najmanje 4 dana. Za domaće putovanje trošio je 3.700 danskih kruna, a za inozemno putovanje 9.400 kruna. Skupina koja na putovanjima troši najviše su muškarci u dobi od 45 do 64 godine (8.100 DKK, što je 14 posto više od žena iste dobi).

Izvor: <https://api.www.visitdenmark.dk>

Redoslijed omiljenih destinacija

Podaci iz 2020. godine i postotak Danaca koji su putovali:

1.	Danska	50%
2.	Njemačka	11%
3.	Španjolska	4%
4.	Švedska	4%
5.	Grčka	2%
6.	Italija	2%
7.	Francuska	2%
8.	V. Britanija	1%
9.	Austrija	2%

Vrsta prijevoza koji su turisti preferirali prilikom odlaska na godišnji odmor - podaci za 2019. godinu

VRSTA PRIJEVOZA:

1.	Zrakoplov	66%
2.	Osobni automobil	22%
3.	Autobus	4%
4.	Vlak	2%
5.	Kamp kućice	2%

Razrada tržišta s obzirom na motiv putovanja – podaci za 2020. godinu

Opuštanje i “punjenje baterija” su i dalje glavni motivi Danaca kada je riječ o putovanjima. Nakon toga, Danci traže nova iskustva i nove inspiracije. Svaki četvrti Danac traži sigurno i lako dostupna odredišta u Danskoj i inozemstvu. Čak 26% Danaca je tražilo destinaciju koja je zadovoljavala uvjete o sigurnosti u vrijeme pandemije, uz mogućnost držanja distance od drugih turista, visoke higijenske standarde te s nizak brojem zaraženih. Na dnu popisa općih motiva putovanja su „zelena i održiva rješenja” i „ekološki prihvatljivo odredište”. Bez obzira na to je li primarni odmor realiziran kod kuće ili u inozemstvu, Danci preferiraju odmor na obali i izvan većih gradova.

MOTIV PUTOVANJA (generalno)

1.	Lako dostupna destinacija	35%
2.	Sigurna destinacija	37%
3.	Destinacija za obitelj i djecu	14%
4.	Prijateljsko i gostoljubivo stanovništvo	27%
5.	Održivost	5%
6.	Ekološki prihvatljivo odredište	6%

MOTIV PUTOVANJA (emocionalno)

1.	Opuštanje	50%
2.	Nova iskustva	26%
3.	Nova perspektiva	9%
4.	Učenje novih stvari	6%

MOTIV PUTOVANJA (COVID-19)

1.	Odrediste s dobrom mogućnošću držanja distance i od drugih turista	14%
2.	Destinacija koja ima odgovoran pristup situaciji s koronom	20%
3.	Čista destinacija (bez smeća, čista vode, čisti zrak)	2%
4.	Destinacija s niskim brojem zaraženih	23%
5.	Destinacija s visokim higijenskim standardima	14%

MOTIV PUTOVANJA (Gastronomija)

1.	Restorani/barovi	37%
2.	Lokalni „butici hrane“, OPG	22%
3.	Finija gastronomska iskustva	8%

MOTIV PUTOVANJA (Priroda/ Aktivni turizam)

1.	Priroda, plaža, obala i more	43%
2.	Planinarenje/hodanje	29%
3.	Biciklizam	4%
4.	Pecanje u moru ili jezeru	2%

MOTIV PUTOVANJA (Doživljaji)

1.	Lokalni život i iskustva destinacije	28%
2.	Kultura, umjetnost, povijest	25%
3.	Zabavni parkovi, vodeni parkovi i druge slične atrakcije	5%
4.	Shopping	10%
5.	Dizajn i arhitektura	6%
6.	Festivali, koncerti	4%

Izvor: <https://api.www.visitdenmark.dk>

Preferencije turista s obzirom na vrstu smještaja

Među Dancima koji su svoj primarni odmor proveli u inozemstvu, više od polovice je prenoćilo u hotelu

VRSTA SMJEŠTAJA:

1.	Hotel	52%
2.	Kuća za odmor	15%
3.	Kamping	15%
4.	Apartmenti	15%
5.	Ostalo	15%

Koji su način organiziranja odmora / bukiranja turisti preferirali prilikom odlaska na godišnji odmor

Među Dancima koji su odabrali Dansku za odmor, kao i onima koji su odabrali odmor u inozemstvu, pretraživanja interneta posebno su utjecala na odabir destinacije za odmor. Petina Danaca koji su otišli na odmor u inozemstvo koristila je internet portale za rezervacije. Inače, kao inspiraciju za odabir destinacije 35 posto Danaca se oslanja na prijašnja iskustva sa destinacijom, dok kod 26 posto osobne preporuke.

1.	Web stranice za smještaj (npr. hotel, namam kuća za odmor)	18%
2.	Opća internetska istraživanja	19%
3.	Web stranice destinacija	12%
4.	Online buking portali(Booking.com, Expedia)	16%
5.	Socijalne mreže	7%
6.	Google maps	10%
7.	Nacionalna turistička web stranica	7%
8.	Web stranice s recenzijama korisnika (Tripadvisor)	11%
9.	Putopisni članci (npr. novine, putopisni časopisi)	6%
10.	Newsletter	4%
11.	Turistički vodiči (Ministarstvo vanjskih poslova)	9%
12.	YouTube	6%
13.	Web stranice zrakoplovnih/ trajektnih tvrtki	4%
14.	Blogovi	3%
15.	Ostalo	21%

Izvor: <https://api.www.visitdenmark.dk>

Pregled organizatora putovanja na tržištu

Vodeći turoperator na tržištu su:

1. Spies – 268.228 organiziranih putovanja u 2019. godini u više od 60 zemalja
2. Apollo – 167.224 organizirana putovanja
3. TUI – 157.126 organiziranih putovanja
4. Bravo Tours/Sun Tours – 148.031 organiziranih putovanja
5. Sunweb – 104.523 organizirana putovanja

Izvor: <https://travelmore.dk/danmarks-stoerste-charterbureauer>

Ostali značajniji TO/TA:

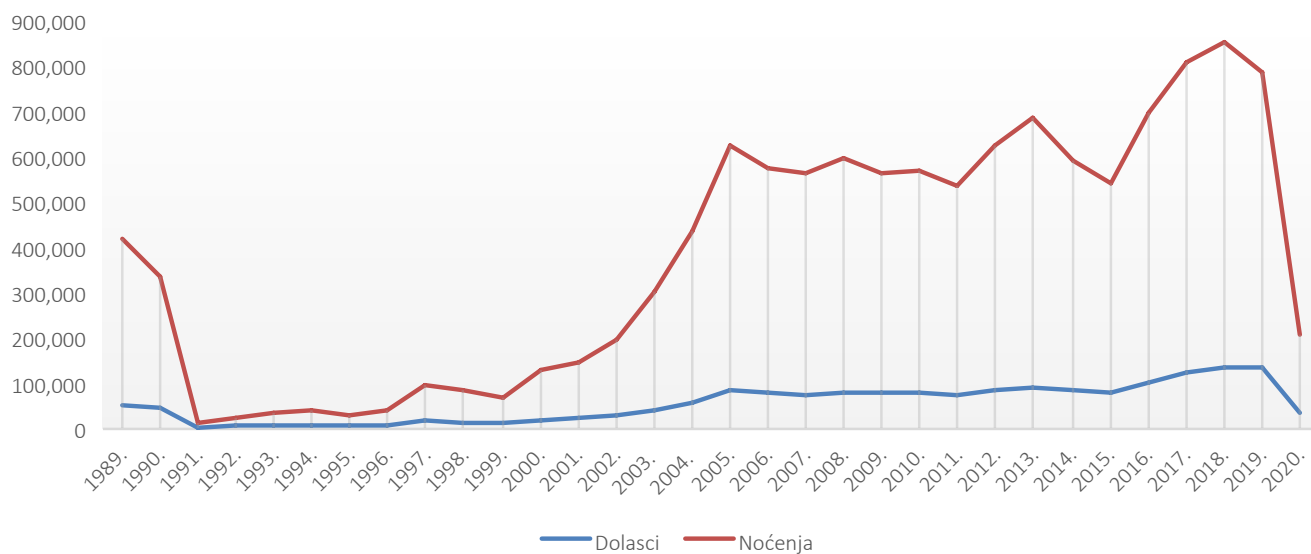
- Albatros Travel
- Best Travel
- Bravo Tours
- C&C Travel
- Cruise Market
- Culture Adventure
- Cruise Away
- Da Gama Travel
- DTF Travel
- FDM Travel
- Gislev Rejser
- Hideaways
- Jysk Rejsebureau
- Kilroy
- Kulturrejser Europa
- Nyhavn Rejser
- Primo Tours
- Profil Rejser
- Vitus Rejser
- Øster Lindet Rejser
- Århus Charter

DOPRINOS TRŽIŠTA U UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU

DANSKA	Dolasci			Noćenja		
	apsol.	indeks	1989.=100	apsol.	indeks	1989.=100
1989.	53.270		100	416.631		100
1990.	44.640	84	84	334.623	80	80
1991.	2.498	6	5	12.544	4	3
1992.	6.745	270	13	26.793	214	6
1993.	7.835	116	15	34.313	128	8
1994.	8.034	103	15	42.262	123	10
1995.	5.504	69	10	27.328	65	7
1996.	9.000	164	17	43.000	157	10
1997.	16.369	182	31	95.436	222	23
1998.	15.504	95	29	87.332	92	21
1999.	11.954	77	22	67.494	77	16
2000.	21.007	176	39	129.259	192	31
2001.	23.126	110	43	144.583	112	35
2002.	29.697	128	56	195.774	135	47
2003.	42.298	142	79	302.064	154	73
2004.	59.830	141	112	434.202	144	104
2005.	83.220	139	156	624.648	144	150
2006.	78.877	95	148	573.473	92	138
2007.	77.152	98	145	561.791	98	135
2008.	81.979	106	154	594.785	106	143
2009.	77.866	95	146	566.174	95	136
2010.	77.412	99	145	567.053	100	136
2011.	73.975	96	139	537.679	95	129
2012.	85.854	116	161	625.723	116	150
2013.	89.550	104	168	688.373	110	165
2014.	86.591	97	163	590.299	86	142
2015.	81.851	95	154	539.351	91	129
2016.	104.071	127	195	699.846	130	168
2017.	123.662	119	232	809.586	116	194
2018.	134.164	108	252	853.665	105	205
2019.	136.962	102	257	788.518	92	189
2020.	33.891	25	64	207.618	26	50

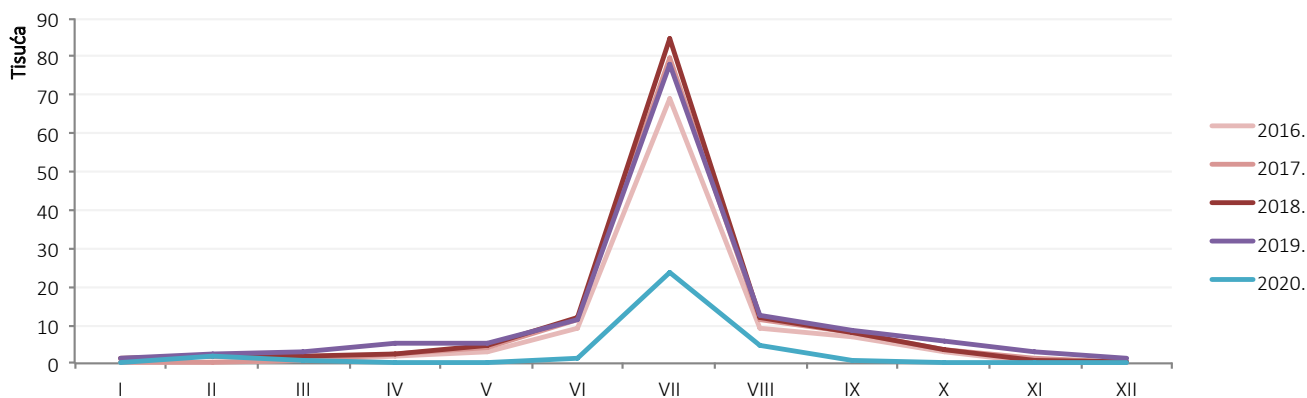
Izvor: DZS - komercijalni smještajni kapaciteti

Dolasci i noćenja danskih turista, razdoblje 1989. - 2020.



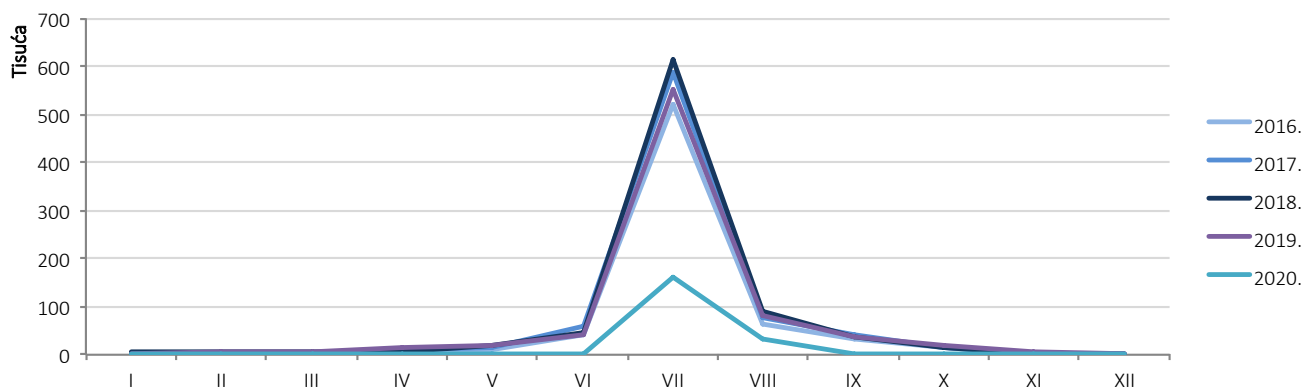
Izvor: DZS - komercijalni smještajni kapaciteti

Dolasci po mjesecima - Danska



Izvor: DZS - komercijalni smještajni kapaciteti

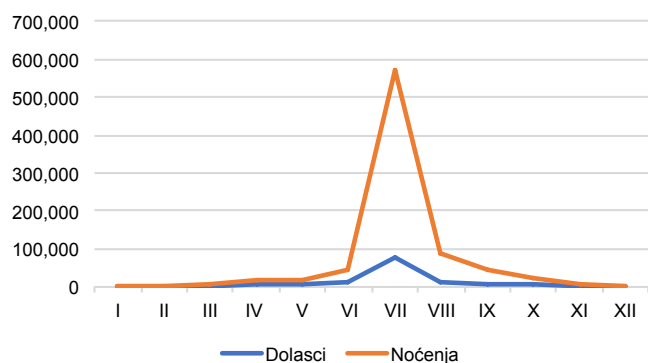
Noćenja po mjesecima - Danska



Izvor: DZS - komercijalni smještajni kapaciteti

REZULTATI 2019. PREMA SUSTAVU eVISITOR

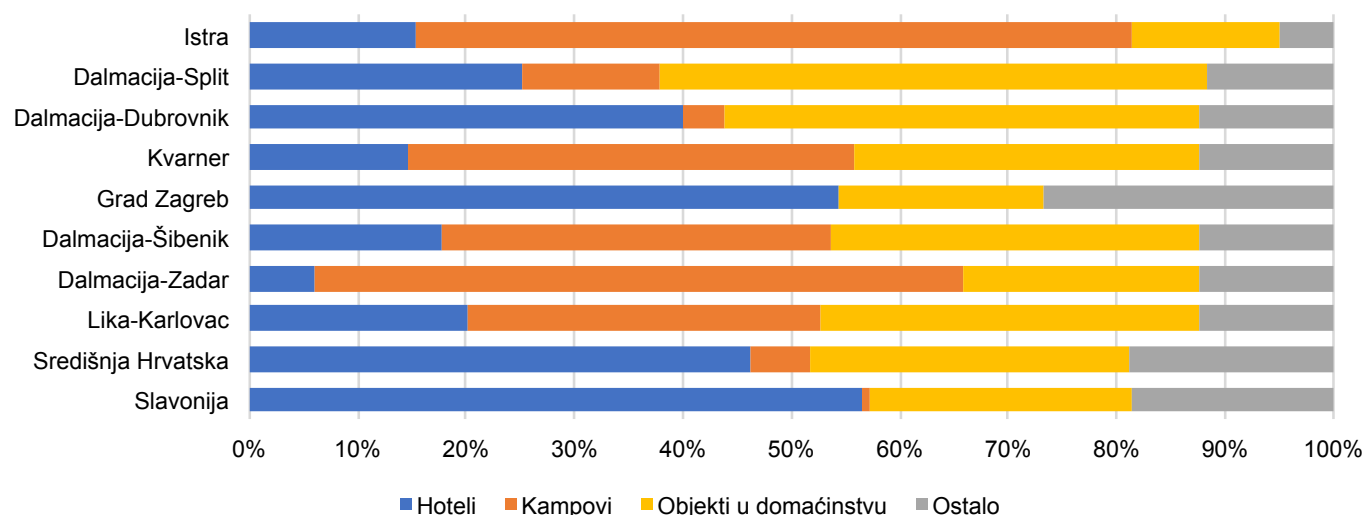
Dolasci i noćenja danskih turista, 2019.



Dolasci i noćenja po klasterima

	Dolasci	Noćenja
Istra	43.203	351.423
Dalmacija-Split	33.776	175.564
Kvarner	12.088	75.250
Dalmacija-Dubrovnik	20.818	66.745
Dalmacija-Zadar	8.693	65.939
Dalmacija-Šibenik	5.136	30.806
Nautika	3.867	27.531
Lika-Karlovac	5.246	16.964
Grad Zagreb	6.962	15.137
Središnja Hrvatska	1.763	5.163
Slavonija	379	920
Ukupno	141.931	831.442

Noćenja danskih turista po klasterima prema vrstama smještaja, 2019.



Top deset gradova/općina po noćenjima

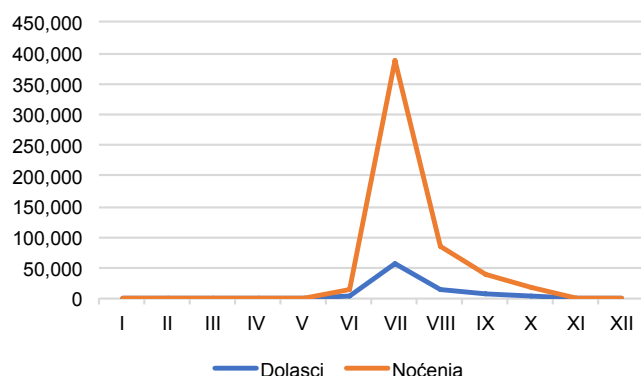
Grad općina	Noćenja
Tar	54.247
Fažana	41.447
Funtana	40.284
Rovinj	39.607
Dubrovnik	37.919
Split	35.883
Nin	32.665
Brtonigla	26.847
Vrsar	21.708
Seget	20.659

Dolasci po dobi i spolu

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

REZULTATI 2021. PREMA SUSTAVU eVisitor

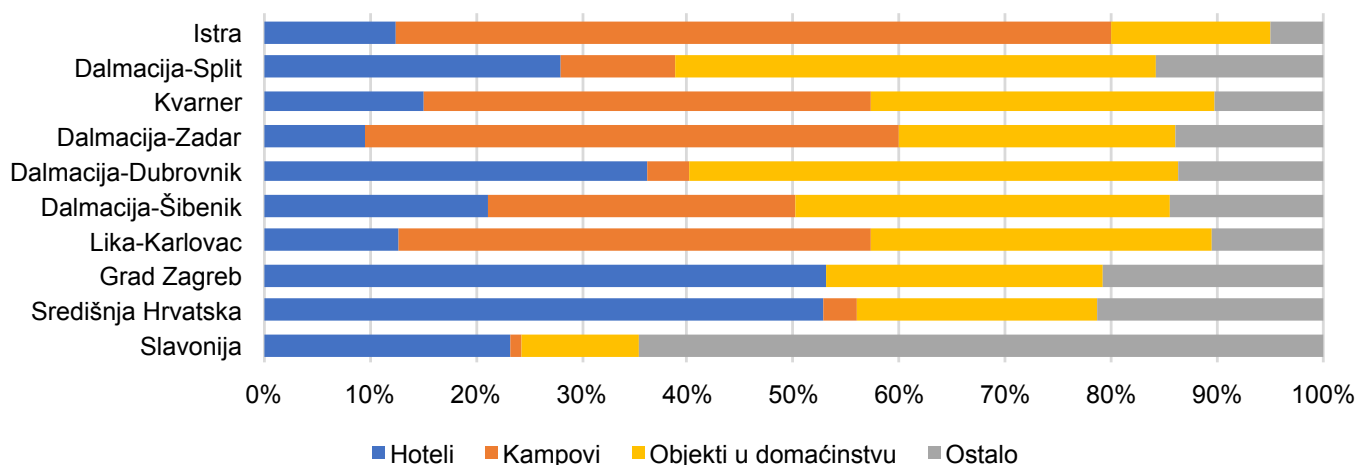
Dolasci i noćenja danskih turista, 2021.



Dolasci i noćenja po klasterima

	Dolasci	Noćenja
Istra	28.218	231.482
Dalmacija-Split	21.160	115.893
Kvarner	8.419	53.284
Dalmacija-Zadar	7.395	49.601
Dalmacija-Dubrovnik	6.737	33.701
Nautika	2.832	21.789
Dalmacija-Šibenik	2.860	19.149
Lika-Karlovac	3.059	9.094
Grad Zagreb	3.660	8.192
Središnja Hrvatska	1.840	8.123
Slavonija	257	1.200
Ukupno	86.437	551.508

Noćenja danskih turista po klasterima prema vrstama smještaja, 2021.



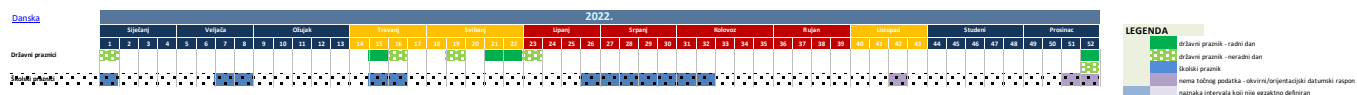
Top deset gradova/općina po noćenjima

Grad općina	Noćenja
Tar	37.463
Funtana	30.239
Split	25.286
Fažana	24.641
Rovinj	21.498
Nin	19.103
Dubrovnik	19.036
Brtonigla	18.084
Vrsar	17.790
Medulin	13.720

Dolasci po dobi i spolu

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

Kalendar praznika i blagdana



Državni praznici i vjerski blagdani (Public Holidays)	2021.	Dan u tjednu	Tjedan u godini	2022.	Dan u tjednu	Tjedan u godini	2023.	Dan u tjednu	Tjedan u godini
Nova godina (New Year's Day)	01.01.2021	Petak	1	01.01.2022	Subota	1	01.01.2023	Nedjelja	1
Veliki četvrtak (Maundy Thursday)	01.04.2021	Četvrtak	14	15.04.2022	Četvrtak	15	06.04.2023	Četvrtak	14
Veliki petak (Good Friday)	02.04.2021	Petak	14	16.04.2022	Petak	16	07.04.2023	Petak	14
Uskrs (Easter)	04.04.2021	Nedjelja	14	17.04.2022	Subota	16	09.04.2023	Nedjelja	15
Uskršnji ponedjeljak (Easter Monday)	05.04.2021	Ponedjeljak	15	18.04.2022	Nedjelja	16	10.04.2023	Ponedjeljak	15
Dan molitve (Day of Prayer)	30.04.2021	Petak	17	13.05.2022	Subota	19	05.05.2023	Petak	18
Uzašašće (Ascension Day)	13.05.2021	Četvrtak	20	26.05.2022	Četvrtak	21	18.05.2023	Četvrtak	20
Državni praznik (Constitution Day)	05.06.2021	Subota	23	05.06.2022	Nedjelja	23	05.06.2023	Ponedjeljak	23
Duhovi (Whit Sunday)	23.05.2021	Nedjelja	21	05.06.2022	Nedjelja	23	28.05.2023	Nedjelja	22
Duhovi ponedjeljak (Whit Monday)	24.05.2021	Ponedjeljak	22	06.06.2022	Ponedjeljak	23	29.05.2023	Ponedjeljak	22
Badnjak (Christmas Eve)	24.12.2021	Petak	52	24.12.2022	Subota	52	24.12.2023	Nedjelja	52
Božić (Christmas)	25.12.2021	Subota	52	25.12.2022	Nedjelja	52	25.12.2023	Ponedjeljak	52
Blagdan sv. Stjepana (Christmas)	26.12.2021	Nedjelja	52	26.12.2022	Ponedjeljak	52	26.12.2023	Utorak	52

Izvor: <https://www.feiertagskalender.ch/>

Školski praznici	2021./2022.	
	Početak	Kraj
Jesenski praznici	16.10.2021.	24.10.2021.
Božićni praznici i Nova godina	18.12.2021.	2.1.2022.
Zimski praznici/Karneval	12.2.2022.	20.2.2022.
Proljetni/Uskršnji praznici	9.4.2022.	18.4.2022.
Ljetni praznici	25.6.2022.	drugi tjedan kolovoza

Izvor: Eurydice

NORVEŠKA - AKTUALNI OPĆI PODACI O TRŽIŠTU

Kraljevina Norveška nalazi se na Skandinavskom poluotoku, zapadno od Švedske. Osim Švedske, Norveška graniči s Finskom i Rusijom na najsjevernijem dijelu. Norveškom unutrašnjošću dominiraju planinski lanci sa dolinama i visoravnima dok obalu karakteriziraju brojni fjordovi koji ulaze duboko u zemlju. Norveška je bila jedna od zemalja koja je sudjelovala u osnivanju NATO-a 1949. godine.

Političko uređenje: Ustavna monarhija.

Premijer: Jonas Gahr Støre (od rujna 2021.godine), Socijaldemokratska stranka Arbeiderpartiet.

Poglavar države: Kralj Harald V.

Površina: 323 781 km². Dužina obale iznosi 28 953 km.

Udio obradive površine je 2,2 posto dok površina zemljišta sa šumom iznosi 27,8 posto.

Najveći gradovi:

Oslo (glavni grad): 1 041 000 stanovnika (Oslo kommun). Ostali veći gradovi su Bergen, Trondheim, Tromsø, Stavanger i Kristiansand.

Izvor: <https://www.ssb.no/befolkning/faktaside/befolkningen>

Stanovništvo (prema dobi, spolu)

Ukupno stanovnika: 5.415.166 (podaci iz 2021.).

Žene: 2.720.703.

Muškarci: 2.786.960.

Očekivano životni vijek (godine): muškarci: 80 godina; žene: 84,4 godine.

DOB	BROJ STANOVNIKA
<1	53.134
1-5 godina	290.630
6-12 godina	448.573
13-15 godina	192.510
16-19 godina	252.943
20-44 godina	1.792.220
45 - 66 godina	1.511.702
67-79 godina	613.250
80-89 godina	190.309

OPĆE KARAKTERISTIKE GOSPODARSTVA

Norveška je jedna od najbogatijih zemalja na svijetu, uz opsežan sustav socijalne skrbi te općenito visok životni standard stanovništva. Okosnica gospodarstva je unosno vađenje nafte i prirodnog plina, u kombinaciji s ribarstvom, brodarstvom i turizmom. Od 1990-ih, Norveška je država uštedjela ogromne svote od zarade od nafte u fond za buduće potrebe. Novac je također iskorišten kako bi se izbjegli negativni učinci pada svjetske ekonomije na norveško gospodarstvo. Daleko najvažniji prirodni resursi Norveške su nafta i prirodni plin, koji se nalaze ispod kontinentalnog pojasa na moru. Zemlja ima najveća poznata nalazišta nafte i plina u zapadnoj Europi, a jedan je od najvećih svjetskih izvoznika nafte. Planinski krajolik i hladna klima otežali su poljoprivredu u Norveškoj. Obraduje se manje od tri posto površine zemlje. Norveška je tradicionalno bila zemlja malih farmi s poljima koja su se penjala uz obronke dolina, no posljednjih desetljeća farme su postajale sve veće.

Aktualno stanje BDP-a

BDP po glavi stanovnika u 2020. godini je iznosio 663.965 NOK (=64.512,75 EUR).

Mjesečna kretanja bruto domaćeg proizvoda (u %):

Veljača 2020.	0,1
Ožujak 2020.	-1,8
Travanj 2020.	-5,2
Svibanj 2020.	-8,1
Lipanj 2020.	-5,9
Srpanj 2020.	-0,4
Kolovoz 2020.	4,5
Rujan 2020.	5
Listopad 2020.	3,7
Studen 2020.	2,3
Prosinac 2020.	1,9
Siječanj 2021.	0,7
Veljača 2021.	0,2
Ožujak 2021.	-0,7
Travanj 2021.	-0,7
Svibanj 2021.	-0,2
Lipanj 2021.	1,1
Srpanj 2021.	2,2
Kolovoz 2021.	2,7
Rujan 2021.	2,6

Izvor: <https://www.ssb.no/nasjonalregnskap-og-konjunkturer/faktaside/norsk-okonomi>

Postotak nezaposlenosti u 2020., aktualno stanje u 2021. i procjena trenda

U rujnu 2021. je stopa nezaposlenosti iznosila 3,6% za osobe između 15-74 godine starosti. U istom razdoblju je stopa nezaposlenosti za mlade između 15-24 godine iznosila 9,8%.

	2019.	2020.	2021.	2022.
STOPA NEZAPOSLENOSTI	3,7%	4,6%	4,5%	4,3%

Prosječna plaća (aktualni podaci)

Prosječna mjesečna plaća po ekvivalentu punog radnog vremena u studenom 2020. iznosila je 48.750 NOK (=4.749,78 EUR). To je povećanje od nešto više od 1.000 NOK u odnosu na studeni 2019., uz umjereniji je rast nego posljednjih godina. Rast mjesečne plaće od 2018. do 2019. bio je, za usporedbu, 3,7 posto.

Izvor: <https://www.ssb.no/arbeid-og-lonn/statistikker/lonnansatt/aar>

Stopa inflacije (aktualni podaci)

Godišnja stopa inflacije u Norveškoj pala je na 3,5 posto u listopadu 2021., sa 4,1 posto u prethodnom mjesecu, zbog usporavanja rasta cijena stanova i komunalnih usluga (12,1 posto, prema 14,5 posto u rujna), opreme za kućanstva i rutinskog održavanja (1,1, prema 2,7 posto). Očekuje se da će stopa inflacije u Norveškoj biti 2,8 posto do kraja zadnjeg tromjesečja, prema globalnim makro modelima Trading Economics i očekivanjima analitičara. Dugoročno, predviđa se da će se norveška stopa inflacije kretati na razini od 1,90 posto u 2022. i 1,70 posto u 2023.

	2019.	2020.	2021.	2022.
STOPA INFLACIJE	2,2%	1,2%	3,5%	1,9%

Vanjskotrgovinska bilanca (aktualni podaci i trend)

Norveški trgovinski suficit skočio je na rekordnih 84,5 milijardi norveških kruna u listopadu 2021., sa 5,26 milijardi norveških kruna u istom mjesecu godinu dana ranije, potaknut naglim skokom izvoza. Očekuje se da će pozitivna trgovinska bilanca u Norveškoj iznositi

18.200,00 milijuna NOK do kraja zadnjeg tromjesečja, prema globalnim makro modelima Trading Economics i očekivanjima analitičara. Dugoročno, predviđa se da će se trgovinska bilanca Norveške kretati na razini plusa od 19.300,00 milijuna NOK u 2022.

Izvor: <https://www.ssb.no>;
<https://tradingeconomics.com/norway/balance-of-trade>

Utjecaj globalnih gospodarskih kretanja na domaćino gospodarstvo

Izbijanje pandemije značajno je oslabilo izgleda za rast svjetske ekonomije. Padom proizvodnje u svjetskom gospodarstvu koji je bez premca u modernoj povijesti dovodi do pada potražnje za norveškim izvoznim robama i uslugama. Mjere uvedene u drugim zemljama također imaju izravan učinak na dijelove norveškog poslovanja i industrije, poput zrakoplovstva i turizma. Kao posljedica oslabljenih izgleda rasta, cijena norveškog najvažnijeg izvoznog proizvoda, nafte i plina, znatno je pala. Pad cijena nafte i plina smanjuje profitabilnost naftne industrije i imat će negativan utjecaj na naftna ulaganja i izvoz. Pandemija bi imala veliki utjecaj na Norvešku, čak i da nitko u Norveškoj nije zaražen virusom i da nisu imali značajne mjere ograničavanja zaraze. Gospodarstvo se sastoji od međusobno povezanih lanaca vrijednosti koji se mogu zaustaviti ako određena karika u lancu mora zaustaviti proizvodnju.

Izvor: <https://www.regjeringen.no>

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

Pandemija je prouzročila najdublji pad norveškog gospodarstva u poslijeratnom razdoblju. Ipak, pad je do sada je bio manji nego u mnogim drugim zapadnim zemljama. Iako mnoge djelatnosti nisu bile posebno pogođene pandemijom, ili su primile značajnu državnu pomoć, nezaposleni stanovnici doživljavaju gubitak prihoda, uz neizvjesnu budućnosti. Porast nezaposlenosti tijekom krize bio je najveći u gradovima. Ekonomski štetni učinci pandemije mogu biti dugotrajni. Ako stopa zaposlenosti tijekom vremena ostane na nižoj razini, ili rast produktivnosti oslabi, troškovi ekonomske krize mogu biti veći u razdoblju koje je pred nama, nego u razdoblju koje je iza nas.

Trenutna situacija predstavlja značajan faktor stresa za obitelji te utječe i na javno zdravlje. Mnogi su posebno zabrinuti zbog obitelji i prijatelja u rizičnoj skupini, a neki ne podnose da biti socijalno izolirani, što povećava rizik od mentalnih bolesti. Zatvorene ponude treninga i ograničenja aktivnosti rezultiraju smanjenom tjelesnom aktivnošću, promjenom prehrane i dr.

Izvor: <https://www.helsedirektoratet.no>

MEDIJI I OGLAŠAVANJE NA TRŽIŠTU

Prikaz glavnih medija (TV, dnevni listovi, magazini) po segmentima (turistički, politički, sportski...)

Naklade, regionalna pokrivenost, čitanost, praćenje za medije

TV

KANAL	DNEVNI DOSEG
NRK1	39%
TV2	28%
TVN	15%
NRK2	15%
TV3	11%

Izvor: <https://www.nordicom.gu.se>

DNEVNE NOVINE

Druga polovica 2021. (papirnat i digitalni medij):

NOVINE	DNEVNA POKRIVENOST
VG+	2.075.964
Dagbladet	1.272.378
Aftenposten	611.287
Dagens Næringsliv	.696
Bergens Tidende	232.468
Adresseavisen	209.502
Stavanger Aftenblad	155.977
Finansavisen	153.653
Dagsavisen	131.543

Izvor: <https://mediatall.no>

MAGAZINI

Podaci za drugu polovicu 2021.

Magazini	BROJ ČITATELJA	Segment
Illustrert Vitenskap	385	Znanstveni časopis
Se og Hör Tirsdag	299	Zabava
Hjemmet	285	Dom
Aftenposten Historie	264	Politika, povijest
Aftenposten Innsikt	219	Politika, društvo
Bo Bedre	211	Dom, dizajn
På TV	208	TV vodič
Bonytt	204	Dom, dizajn
Vi over 60	192	Za seniore
Familien	173	Recepti, dom, vrt
Her&Nå	172	Zabava

Izvor: <http://medienorge.uib.no>

PROFIL EMITIVNOGA TURISTIČKOG TRŽIŠTA U 2021. GODINI (posljednji dostupni podaci)

Generalni osvrt na stanje na emitivnom turističkom tržištu

Kao rezultat ograničenja putovanja i pandemije bolesti COVID-19, od 12. ožujka 2020. aktivnost Norvežana izvan zemlje bila je ograničena. To je značilo da je više Norvežana nego inače odabralo odmor u svojoj zemlji. Norvežani koji su putovali u svojoj zemlji potrošili su više novca nego prethodnih godina na smještaj, objedovanje i aktivnosti. Velik dio odmora realiziran je vlastitim automobilom. Putovanje zrakoplovom, brodom, autobusom i vlakom bilo je ograničenog opsega, kao i korištenje paket aranžmana za rezervaciju putovanja u vlastitoj zemlji. U 2021. dolazi do određenog oporavka tržišta - u drugom tromjesečju 2021. godine Norvežani su realizirali rekordan broj putovanja u vlastitoj zemlji - ukupno su ostvarili otprilike 5,5 milijuna putovanja, od čega čak 5,3 milijuna bilo u Norveškoj (povećanje od 50 posto domaćih putovanja u odnosu na isto tromjesečje prošle godine). Usporedimo li brojke o putovanjima za drugo tromjesečje 2021. s pokazateljima prije pandemije, razvidimo kako je ukupan broj putovanja približno na istoj razini ali uz promjenu odnosa domaćih i inozemnih putovanja. Tipično za odmor u inozemstvu je da putuju avionom, borave u hotelu i putuju duže. Na tipičnom putovanju po Norveškoj koristi se automobil, više se koriste nekomercijalni smještaj i kraća putovanja.

Od 5,5 milijuna putovanja ostvarenih u drugom tromjesečju ove godine, oko pola milijuna putovanja bilo je poslovno, što je povećanje od 62 posto u odnosu na isto razdoblje prošle godine. Iako je zabilježen značajan porast poslovnih putovanja u Norveškoj i inozemstvu, ostvareno je mnogo manje poslovnih putovanja nego prije izbijanja korone.

Izvor: <https://www.ssb.no>; <https://norsk-reiseliv.no/styrets-armelding-2020>

Ukupan broj stanovnika koji su tijekom 2021. otputovali na odmor

Ukupan broj stanovnika koji su otputovali na odmor (zemlja i inozemstvo), prema podacima za drugi kvartal 2021., iznosio je 2,11 milijuna. U 2020. godini, tijekom četvrtog kvartal taj je broj iznosio 1,73 milijuna stanovnika.

Izvor: <https://www.ssb.no>

Redoslijed omiljenih destinacija

Prema podacima za drugi kvartal 2021. ovo su zemlje u koje su Norvežani ostvarili najveći broj putovanja (broj putovanja u tisućama):

1. Švedska	331.000
2. Njemačka	77.000
3. Španjolska	73.000
4. Danska	61.000
5. Francuska	25.000
6. V. Britanija	19.000

Prema podacima iz 2019. godine Norvežani su najviše putovali na putovanja u Švedsku (1,6 milijuna odmora), Španjolsku (1,1 milijun odmora) i Dansku (0,8 milijuna odmora).

Izvor: <https://www.ssb.no/reise>

Vrsta prijevoza koji su turisti preferirali prilikom odlaska na godišnji odmor

Podaci za drugi kvartal 2021. godine izraženi u ukupnom broju putovanja određenim prijevoznim sredstvom

1. Zrakoplov	1.28 milijuna
2. Osobni automobil	5,99 milijuna
3. Vlak	350.000
4. Brod	230.000
5. Autobus	160.000

Izvor: <https://www.ssb.no/transport-og-reiseliv/reiseliv/statistikk/reiseundersokelsen>

Koji su način organiziranja odmora / bukiranja turisti preferirali prilikom odlaska na godišnji odmor

Polovica Norvežana je u 2020. odsjela u hotelu zadnji put kada su bili na odmoru, 15 posto je provelo noć u hotelu/apartmanu u sklopu paket aranžmana. Četiri od deset Norvežana rezervira smještaj putem internetskih tražilica, jedan od četiri rezervira izravno u hotelu ili putem turoperatora, a dva od deset odgovara da su koristili Airbnb za smještaj, posebno oni mlađi od 40 godina.

Izvor: <https://norsk-reiseliv.no/styrets-armelding-2020>

Preferencije turista s obzirom na vrstu smještaja

Na tipičnom putovanju u inozemstvo Norvežani putuju avionom i odsjedaju u hotelu. Na odmoru u Norveškoj češće biraju jeftinije alternative, poput odmora u kampu i vlastitim objektima. Pandemija je malo promijenila preferencije, jer su Norvežani tražili sigurnost i mogućnost distanciranja od ostalih gostiju.

Objekt	Noćenja 2021.
Hotel	12 milijuna noćenja
Kamping	11,5 milijuna
Vikendice i hosteli	26,6, milijuna
Privatni smještaj	25,5 milijuna

Izvor: <https://www.ssb.no/transport-og-reiseliv/reiseliv/statistikk/overnattingar>

Razrada tržišta s obzirom na motiv putovanja

Prema zadnjem istraživanju Visit Norway, Norvežani najviše putuju kako bi doživjeli atmosferu i način života destinacija u koje putuju te da bi se opustili uz sunce i more. Pandemija je utjecala i na to da sve više Norvežana putuju kako bi proveli vrijeme s obitelji i prijateljima te posjetili gradove koji im nešto znače.

1.	Atmosfera destinacije (ljudi, druženje, način života,..)	40%
2.	Sunce i more	38%
3.	Osjećaj mira i slobode	34%
4.	Kvalitetno vrijeme s obitelji i nostalgija	32%
5.	Doživljaj povijesti i kulture	23%
6.	Aktivni odmor i adrenalin	19%
7.	Luksuz i visoka kvaliteta	18%

Izvor: <https://assets.simpleviewcms.com>

Prosječni budžet/potrošnja po putovanju

U trećem tromjesečju 2021. ove godine Norvežani su na putne troškove potrošili 44,5 milijardi norveških kruna. To je nešto više od 10 milijardi norveških kruna više nego prošle godine. Od toga je 37,4 milijarde norveških kruna potrošeno na putovanja u Norvešku. Ovo je najveći iznos koji je norveška statistika ikada registrirala u istraživanju putovanja.

Ako uzmemo prosjek za treće tromjesečje u posljednjih pet godina, prema podacima Statistike Norveške, potrošeno je oko 5.000 NOK po putovanju u Norvešku i oko 12.500 NOK po putovanju u inozemstvo.

Izvor: <https://norsk-reiseliv.no/rekordmange-norgesreiser-i-3-kvartal/>

Pregled organizatora putovanja na tržištu

Promjene uzrokovane pandemijom su najviše utjecale na to da su mnoge turističke agencije bile prisiljene zatražiti bankrot. Neke od njih su: Merlot Reiser AS, Kurs Reiser AS, TravelBeats AS, KTM Gruppereiser AS, Eurotravel Ove Glamheden AB,G Travel Norge AS, ESnes Travel AS, Goxplore AS. Najveći turoperatori na tržištu su:

1. Ving
2. TUI
3. Apollo

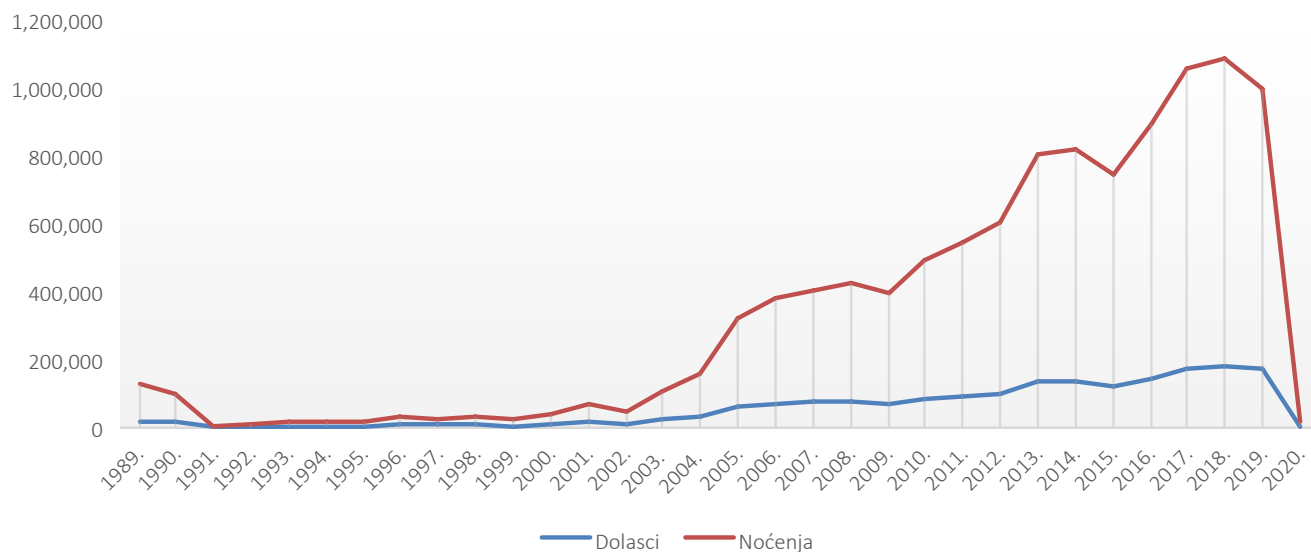
Agencija	Web	Sjedište
ALFA TRAVEL AS	www.alfatravel.no	Hokksund
American Express Travel	www.aexp.no	Oslo
Askeladden Reiser	www.asketladden.net/	Hønefoss
Berg Hansen	www.berg-hansen.no	Oslo
Carpe Diem Singelreiser	www.carpe-diem.no	Oslo
Egencia	www.egencia.no	Oslo
Escape Travel	www.escape.no	Oslo
Euroreiser	www.euroreiser.no	Stavern
Hermon Reiser	www.hermonreiser.no	Hovet
Idereiser	www.idereiser.no	Kleppe
InspiraTour	www.inspiratour.com/	Oslo
Jomfrureiser	www.jomfrureiser.no/	Sandvika
Kalinka Tours	www.kalinkatours.no/	Kragerø
NaturistReiser	www.naturistreiser.no	Stavanger
Navigare Moments	www.navigaremoments.nu	Oslo
Peer Gynt Tours	www.peergynt.com/	Oslo
SPA Travel	www.spatravel.no/	Sandvika
Sport og Helseferie	www.sportoghelse.no	Larvik
TimeOut Travel	www.timeout-travel.no	Bergen
Travelnet Norge	www.travelnet.no	Oslo
Viking Reiser	www.vikingreiser.no	Oslo

DOPRINOS TRŽIŠTA U UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU

NORVEŠKA	Dolasci			Noćenja		
	apsol.	indeks	1989.=100	apsol.	indeks	1989.=100
1989.	19.647		100	127.971		100
1990.	14.188	72	72	99.089	77	77
1991.	1.001	7	5	4.419	4	3
1992.	2.509	251	13	8.845	200	7
1993.	3.929	157	20	15.265	173	12
1994.	4.392	112	22	14.615	96	11
1995.	4.401	100	22	14.176	97	11
1996.	9.000	204	46	29.000	205	23
1997.	8.234	91	42	25.774	89	20
1998.	7.856	95	40	29.463	114	23
1999.	6.235	79	32	22.548	77	18
2000.	9.213	148	47	36.455	162	28
2001.	14.146	154	72	70.360	193	55
2002.	12.390	88	63	48.519	69	38
2003.	23.797	192	121	109.908	227	86
2004.	32.679	137	166	160.256	146	125
2005.	58.601	179	298	324.955	203	254
2006.	69.691	119	355	379.064	117	296
2007.	74.735	107	380	405.569	107	317
2008.	77.824	104	396	428.837	106	335
2009.	72.130	93	367	395.316	92	309
2010.	85.135	118	433	489.923	124	383
2011.	92.276	108	470	545.800	111	427
2012.	102.090	111	520	606.801	111	474
2013.	134.450	132	684	804.825	133	629
2014.	135.049	100	687	818.159	102	639
2015.	123.362	91	628	745.428	91	582
2016.	142.618	116	726	889.613	119	695
2017.	172.077	121	876	1.058.398	119	827
2018.	179.913	105	916	1.084.155	102	847
2019.	176.696	98	899	997.631	92	780
2020.	3.565	2	18	17.715	2	14

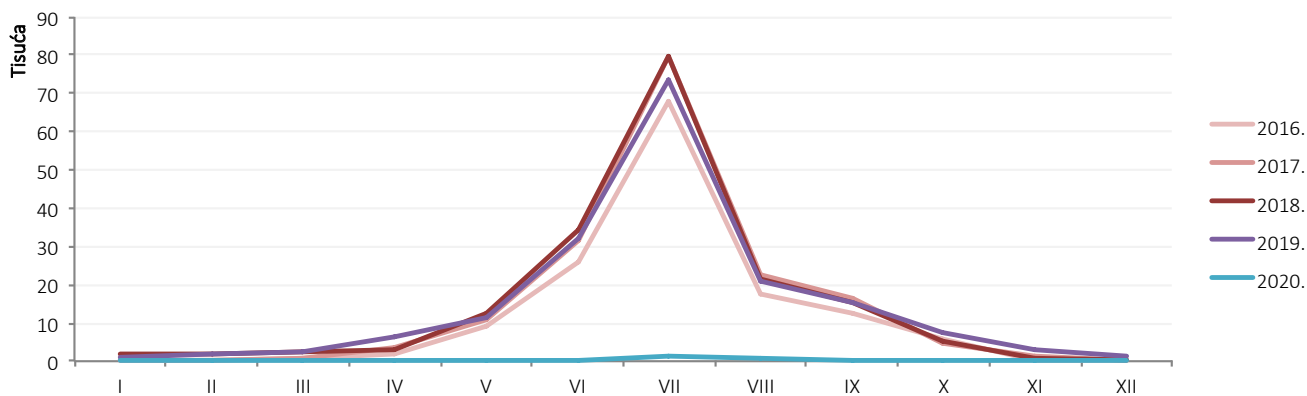
Izvor: DZS - komercijalni smještajni kapaciteti

Dolasci i noćenja norveških turista, razdoblje 1990. - 2020.



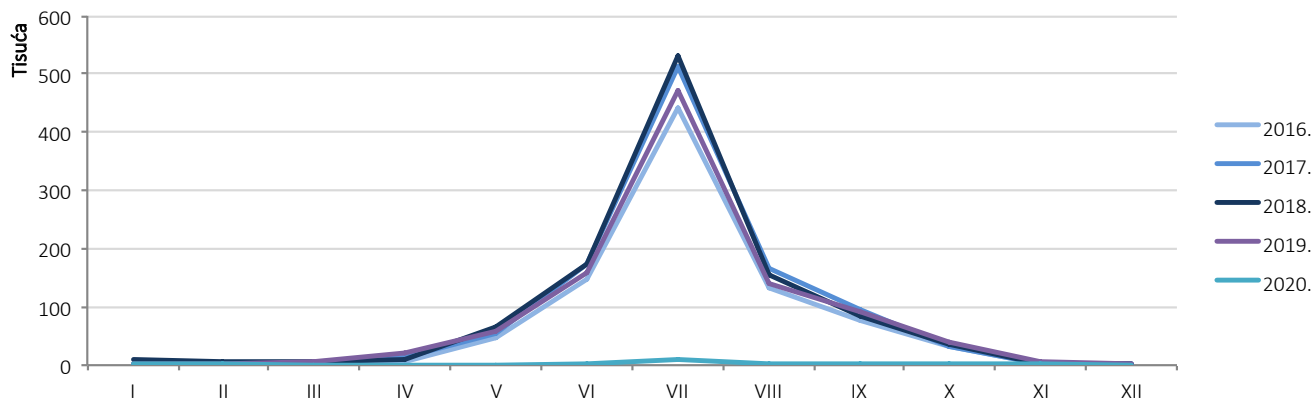
Izvor: DZS - komercijalni smještajni kapaciteti

Dolasci po mjesecima - Norveška



Izvor: DZS - komercijalni smještajni kapaciteti

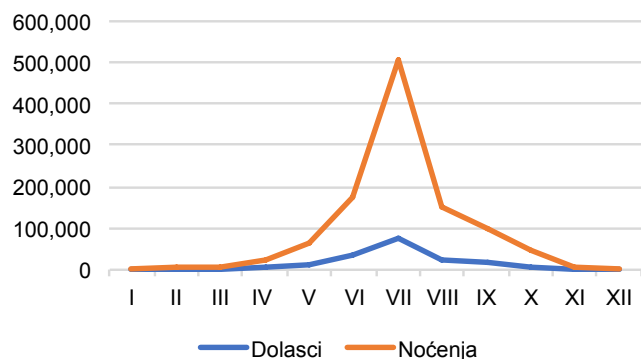
Noćenja po mjesecima - Norveška



Izvor: DZS - komercijalni smještajni kapaciteti

REZULTATI 2019. PREMA SUSTAVU eVISITOR

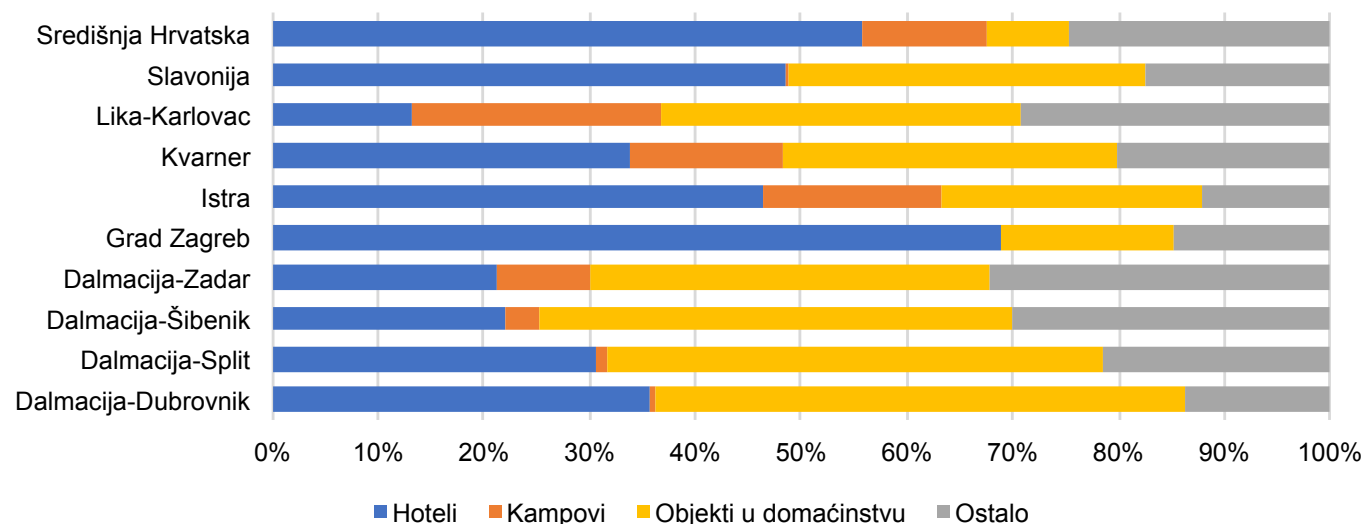
Dolasci i noćenja norveških turista, 2019.



Dolasci i noćenja po klasterima

Klaster	Dolasci	Noćenja
Dalmacija-Split	94.168	586.572
Dalmacija-Dubrovnik	38.369	169.326
Istra	22.000	140.477
Dalmacija-Šibenik	7.782	60.090
Nautika	6.005	43.225
Dalmacija-Zadar	4.837	32.670
Kvarner	4.873	30.065
Grad Zagreb	4.545	10.011
Lika-Karlovac	1.492	4.251
Središnja Hrvatska	783	1.579
Slavonija	313	1.046
Ukupno	185.167	1.079.312

Noćenja norveških turista po klasterima prema vrstama smještaja, 2019.



Top deset gradova/općina po noćenjima

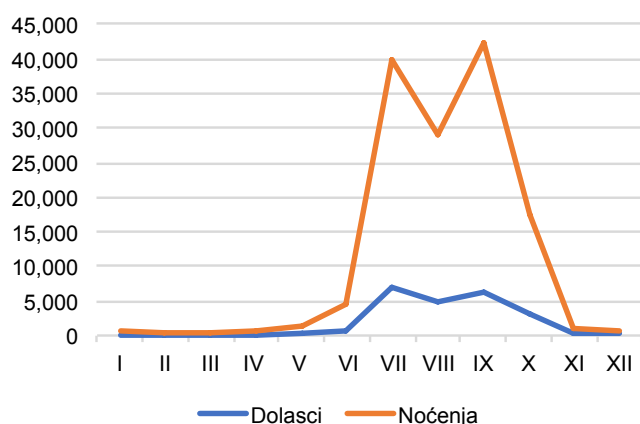
Grad općina	Noćenja
Makarska	119.139
Dubrovnik	88.604
Split	68.681
Baška Voda	45.812
Rovinj	40.808
Podstrana	36.219
Tučepi	35.177
Okrug	34.648
Konavle	33.860
Podgora	30.060

Dolasci po dobi i spolu

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

REZULTATI 2021. PREMA SUSTAVU eVisitor

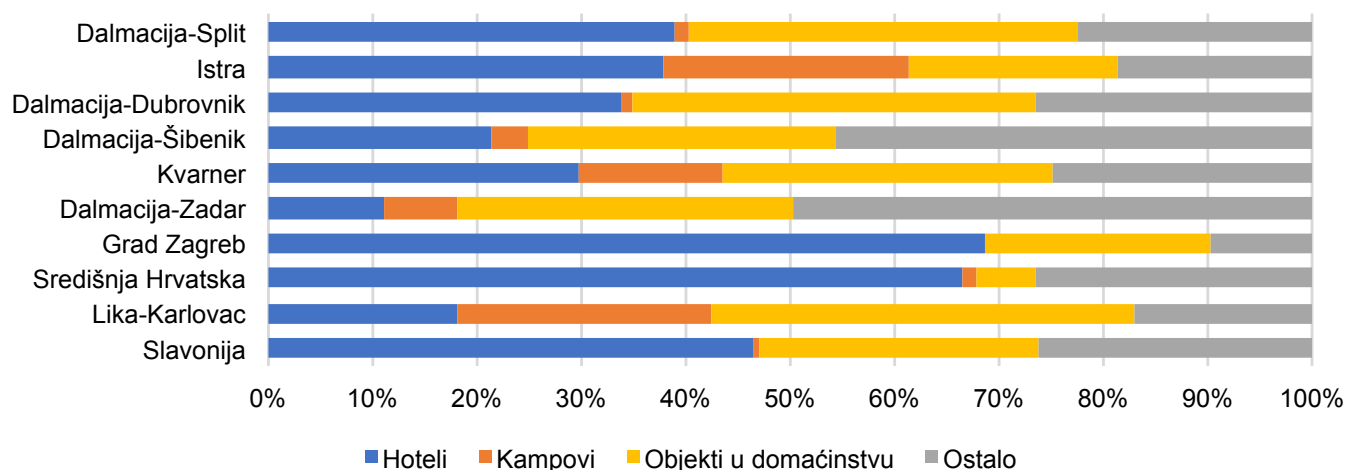
Dolasci i noćenja norveških turista, 2021.



Dolasci i noćenja po klasterima

Klaster	Dolasci	Noćenja
Dalmacija-Split	12.041	72.857
Istra	2.352	14.667
Dalmacija-Dubrovnik	2.492	14.393
Dalmacija-Šibenik	1.126	9.794
Nautika	1.082	8.007
Kvarner	1.165	6.863
Dalmacija-Zadar	725	5.313
Grad Zagreb	1.328	3.381
Središnja Hrvatska	453	1.319
Lika-Karlovac	462	1.164
Slavonija	160	650
Ukupno	23.386	138.408

Noćenja norveških turista po klasterima prema vrstama smještaja, 2021.



Top deset gradova/općina po noćenjima

Grad općina	Noćenja
Split	13.567
Makarska	11.301
Baška Voda	6.525
Dubrovnik	6.278
Brela	5.279
Rovinj	4.435
Tučepi	4.407
Hvar	3.957
Supetar	3.925
Podstrana	3.612

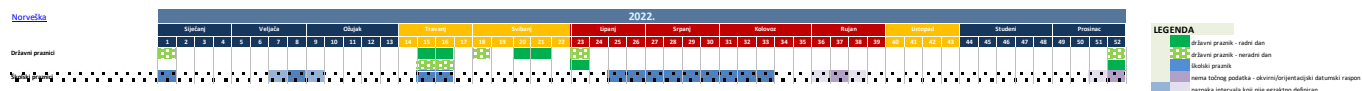
Dolasci po dobi i spolu

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

Aktualni imidž Hrvatske

Aktualni imidž Hrvatske i dalje je pozitivan - percipirani smo kao sigurna država, no ograničenja putovanja onemogućila su Norvežanima da u većem broju putuju u Hrvatsku.

Kalendar praznika i blagdana



Državni praznici i vjerski blagdani (Public Holidays)	2021.	Dan u tjednu	Tjedan u godini	2022.	Dan u tjednu	Tjedan u godini	2023.	Dan u tjednu	Tjedan u godini
Nova godina (New Year's Day)	01.01.2021	Petak	1	01.01.2022	Subota	1	01.01.2023	Nedjelja	1
Cvjetnica (Palm Sunday)	28.03.2021	Nedjelja	13	10.04.2022	Nedjelja	15	02.04.2023	Nedjelja	14
Veliki četvrtak (Maundy Thursday)	01.04.2021	Četvrtak	14	14.04.2022	Četvrtak	15	06.04.2023	Četvrtak	14
Veliki petak (Good Friday)	02.04.2021	Petak	14	15.04.2022	Petak	15	07.04.2023	Petak	14
Uskrs (Easter Sunday)	04.04.2021	Nedjelja	14	17.04.2022	Nedjelja	16	09.04.2023	Nedjelja	15
Uskršnji ponedjeljak (Easter Monday)	05.04.2021	Ponedjeljak	15	18.04.2022	Ponedjeljak	16	10.04.2023	Ponedjeljak	15
Praznik rada (Labour Day)	01.05.2021	Subota	18	01.05.2022	Nedjelja	18	01.05.2023	Ponedjeljak	18
Uzašašće (Ascension Day)	13.05.2021	Četvrtak	20	17.05.2022	Utorak	20	18.05.2023	Četvrtak	20
Dan ustava (Constitution Day)	17.05.2021	Ponedjeljak	21	26.05.2022	Četvrtak	21	17.05.2023	Srijeda	20
Duhovi nedjelja (Whit Sunday)	23.05.2021	Nedjelja	21	05.06.2022	Nedjelja	23	28.05.2023	Nedjelja	22
Duhovi ponedjeljak (Whit Monday)	24.05.2021	Ponedjeljak	22	06.06.2022	Ponedjeljak	23	29.05.2023	Ponedjeljak	22
Božić (Christmas)	25.12.2021	Subota	52	25.12.2022	Nedjelja	52	25.12.2023	Ponedjeljak	52
Blagdan sv. Stjepana (Christmas)	26.12.2021	Nedjelja	52	26.12.2022	Ponedjeljak	52	26.12.2022	Utorak	53

Izvor: <https://www.feiertagskalender.ch/>

Školski praznici	2021./2022.	
	Početak	Kraj
Jesenski praznici - najviše do tjedna dana u datumskom rasponu između	3.9.2021.	23.9.2021.
Božićni praznici i Nova godina - dva tjedna u datumskom rasponu između	20.12.2021.	1. tjedan siječnja 2022.
Zimski praznici - tjedan dana u datumskom rasponu između	14.2.2022.	4.3.2022.
Proljetni/Uskršnji praznici	11.4.2022.	18.4.2022.
Ljetni praznici - 8 tjedana u datumskom rasponu između	20.6.2022.	19.8.2022.

Izvor: Eurydice

FINSKA - AKTUALNI OPĆI PODACI O TRŽIŠTU

Finska je slabo naseljena sjevernoeuropska zemlja, poznata po prekrasnoj prirodi. Granici sa Švedskom, Norveškom, Rusijom i Estonijom. Poznata je kao “zemlja tisuću jezera” (iako je zapravo dom 188.000 jezera), šume pokrivaju 75 posto zemlje. U Finskoj se sva četiri godišnja doba međusobno uvelike razlikuju. Zapravo, temperature mogu varirati od ispod -30 °C do preko 30 °C. Finska je bila neovisna nešto više od 100 godina, a u povijesti je bila dio Rusije i Švedske. Poput ostalih nordijskih zemalja, Finska je uspješnija u brojnim domenama uključujući obrazovanje, ekonomsku konkurentnost, građanske slobode, kvalitetu života i ljudski razvoj. U Finskoj postoji značajna manjina koja govori švedski, pa su stoga i finski i švedski službeni jezici.

Izvor: <https://www.norden.org/sv/information/fakta-om-finland>

Političko uređenje: Republika Finska.

Premijerka: Sanna Marin, od prosinca 2019. godine, Socijalno demokratska stranka.

Predsjednik: Sauli Niinistö.

Površina

Ukupna površina: 338.430 km².

Površina zemljišta: 303.890 km².

Jezera i potoci: 34.540 km².

Najveći gradovi:

- Helsinki 653.000 stanovnika (1,1 milijun s okolicom)
- Espoo 290.000
- Tampere 238.000
- Vantaa 233.000

Stanovništvo (prema dobi, spolu) - podaci za 2020.

Ukupno stanovnika: 5.533.793.

Žene: 2.799.985.

Muškarci: 2.733.808.

Očekivano životni vijek: 84 godine za žene i 74 godine za muškarce.

DOB	BROJ STANOVNIKA
0 - 4	246.992
5 - 9	300.950
10 - 14	312.919
15 - 19	298.232
20 - 24	308.410
25 - 29	352.990
30 - 34	355.067
35 - 39	363.694
40 - 44	348.531
45 - 49	317.890
50 - 54	347.146
55 - 59	367.783
60 - 64	357.251
65 - 69	353.975
70 - 74	354.128
75 - 79	232.426
80 - 84	160.459
85 +	154.950

OPĆE KARAKTERISTIKE GOSPODARSTVA

Ekonomski rast Finske ostvaren je, između ostalog, kroz gospodarsku otvorenost i globalizaciju. Finska je visoko integrirana u globalno gospodarstvo, a međunarodna trgovina čini jednu trećinu njezina BDP-a. Do 60 posto ukupne finske međunarodne trgovine odvija se sa zemljama Europske unije, a finsko gospodarstvo karakterizira snažan javni sektor koji se financira relativno visokom poreznom stopom. Šumska industrija, tehnološka proizvodnja i metalna industrija najvažniji su finski izvori prihoda. Finsko poslovno okruženje poznato je po visokoj tehnološkoj svijesti i ono je katalizator mnogih tehnoloških inovacija. Primjeri su Nokia, Rovio i Supercell, koji svi dolaze iz Finske. Trenutno, inovacije također daju značajan poticaj jakoj finskoj start-up sceni. Finska je članica EU, a valuta joj je euro. Zemlja nije članica NATO-a.

Struktura BDP-a:

· Usluge	69,4%
· Industrija	28,0%
· Poljoprivreda	2,7%

Izvor: OECD; <http://www.stat.fi>

BDP po glavi stanovnika = 39.665,70 Euro

BDP za 2020. godinu je iznosio 236.169 milijuna eura. Prema posljednjim podacima Svjetske Banke, BDP za 2021. godinu iznosi 238.917 milijuna eura. Vrijednost BDP-a Finske predstavlja 0,24 posto svjetskog gospodarstva.

Prema preliminarnim podacima Statistike Finske, obujam finskog bruto domaćeg proizvoda porastao je u srpnju i rujnu za 0,8 posto u odnosu na prethodno tromjesečje. U usporedbi s trećim tromjesečjem 2020., BDP je porastao za 4,2 posto.

Dugoročno, predviđa se da će se BDP Finske kretati na razini od 266 milijardi USD u 2022.

Izvor: <https://tradingeconomics.com/finland/gdp>;
Statistics Finland - Quarterly national accounts

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

Prema Anketi o radnoj snazi Finske Statistike, broj zaposlenih je u listopadu 2021. bio za 65.000 veći nego prije godinu dana, uz stopu nezaposlenosti od 7,1 posto.

Izvor: Statistics Finland - Labour Force Survey

Prosječna plaća (aktualni podaci)

Prema Finskoj statistici, u 2020. srednja plaća za redovno radno vrijeme za zaposlene s punim radnim vremenom u privatnom sektoru iznosila je 3.435 EUR. Srednja plaća za muškarce iznosila je 3.882 EUR, a za žene 3.033 EUR.

Izvor: Statistikcentralen - Löhner och arbetskraftskostnader - Månadslöner inom den privata sektorn

Stopa inflacije

Godišnja stopa inflacije u Finskoj popela se na 3,2 posto u listopadu 2021., s 2,5 posto u prethodnom mjesecu. To je bila najveća vrijednost od siječnja 2012., s pritiscima na povećanje cijena uglavnom u domeni stambeno-komunalnih usluga (5,6 posto prema 4,6 posto u rujnu), prijevoza (8,3 posto prema 6,8 posto), hrane i bezalkoholnih pića (1,0 posto prema 0,6 posto), rekreacije i kulture (1,0 posto prema 0,9 posto), namještaja (0,5 posto prema 0,3 posto), alkoholnih pića i duhana (4,6 posto prema 4,2 posto) i obrazovanja (0,3 posto prema 0,3 posto).

Očekuje se da će stopa inflacije u Finskoj biti 3,30 posto do kraja ovog tromjesečja, prema globalnim makro modelima Trading Economics i očekivanjima analitičara. Dugoročno, predviđa se da će se stopa inflacije u Finskoj kretati na razini od 2 posto u 2022. godini.

Vanjskotrgovinska bilanca (aktualni podaci i trend)

Finska je u rujnu 2021. zabilježila trgovinski suficit od 100 milijuna eura, nakon deficita od 445,1 milijuna eura u istom mjesecu prethodne godine. Bio je to prvi suficit trgovinske bilance od prošlog prosinca, uz daljnji oporavak globalne potražnje, pokazala je preliminarna procjena analitičara. Izvoz je skočio 32,2 posto, na 6,5 milijardi eura, potaknut prodajom papira i kartona, celuloze, električnih strojeva i opreme i dr. Među glavnim trgovinskim partnerima, povećan je izvoz u Njemačku, Švedsku, Rusiju, Kinu, Nizozemsku, Veliku Britaniju i SAD. U međuvremenu je uvoz porastao za 19,4 posto, na 6,4 milijarde eura, budući da je povećana kupnja naftnih derivata, industrijskih strojeva i opreme, ruda i metala. Porastao je uvoz iz Kine, Švedske, Njemačke, Rusije i Nizozemske, ali je opao iz Ujedinjenog Kraljevstva. U prvih devet mjeseci ove godine, trgovinski deficit se smanjio na 2,7 milijardi eura, s 3 milijarde eura u istom razdoblju 2020.

Izvor: Monthly statistics on the international trade in goods, September 2021 - Finnish Customs (tulli.fi); <https://tradingeconomics.com/finland/balance-of-trade>

Utjecaj globalnih gospodarskih kretanja na domicilno gospodarstvo

Globalizacija je osigurala izvor za značajan rast zaposlenosti u uslužnim djelatnostima Finske. Gradeći visokokvalificiranu radnu snagu, Finska bilježi značajan porast radnih mjesta održavanih izvozom usluga - jedno od pet radnih mjesta.

Finska je razvila posebno snažne komparativne prednosti u aktivnostima temeljenim na znanju, poput industrije IT-a i informacijskih usluga, koje su same činile preko 15% rasta izvoza dodane vrijednosti između 2013. i 2018. Finski "globali" važni su pokretači rast izvoza u tim industrijama, otkrivajući važnost start-up i poduzetničkih politika i potpore za međunarodni uspjeh. Odnosi s multinacionalnim kompanijama također su važni pri širenju na inozemno tržište, otkrivajući važnu ulogu kako stranih, tako i inozemnih stranih ulaganja u jačanju međunarodne konkurentnosti. Ukupno čak 500.000 radnih mjesta izravno ili neizravno ovisi o stranoj potražnji.

Izvor: http://www.stat.fi/tup/julkaisut/tiedostot/julkaisuluettelo/ykau_202000_2020_23449_net.pdf

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

Nagli pad finske ekonomije posljedica je smanjenja međunarodne potražnje i izvoza, kao i vlastitih mjera štednje u vezi s koronom. Uvedene restriktivne mjere smanjuju privatnu potrošnju. Potrošnja usluga najviše se smanjuje, ali smanjuje se i potrošnja robe. Potrošnja namirnica je najmanje pogođena. Neizvjesne perspektive također znače da se ulaganja odgađaju, ili se potpuno povlače. Privatna ulaganja znatno opadaju. Broj zaposlenih ljudi opada kako globalna pandemija zatvara poslove i granice između zemalja. Istodobno, broj nezaposlenih naglo će se povećati, a stopa nezaposlenosti porast će na 8 posto do 2020. godine. Tijekom razdoblja 2021. - 2022. gospodarstvo će se vratiti na istu putanju rasta kao i prije krize. Iako se ne očekuje da će kratkoročna kriza značajno smanjiti gospodarski proizvodni potencijal, trebat će vremena da se nadoknadi proizvodnja koja je izgubljena kada je gospodarstvo ušlo u pandemijsku krizu.

Izvor: <https://vm.fi/sv/-/coronaviruset-slar-hart-mot-finlands-ekonomi>

MEDIJI I OGLAŠAVANJE NA TRŽIŠTU

Prikaz glavnih medija (TV, dnevni listovi, magazini) po segmentima (turistički, politički, sportski...)

Naklade, regionalna pokrivenost, čitanost, praćenje za medije

Televizija, radio i društveni mediji su koji se najviše konzumiraju u Finskoj. Finska kućanstva gledaju TV otprilike 2 sata i 50 minuta dnevno. Iako se vrijeme provedeno gledajući televiziju polako smanjivalo, gledanost se ponovno lagano povećala 2020. U stvari, konzumacija medija porasla je u svim vrstama, nakon izbijanja korona krize u 2020., posebice TV-a i društvenih mreža. Unatoč prelasku na digitalne oblike medija, javni distributer Yleisradio (Yle), i dalje igra važnu ulogu. Prema ljestvici najpopularnijih TV i radio postaja prema udjelu publike, na prvom mjestu su kanali u vlasništvu Ylea.

Vodeći televizijski kanali u Finskoj 2020., prema udjelu publike

TV	GLEĐANOST
Yle TV1	29,7%
MTV3	17,4%
Yle TV2	9,9%
Nelonen	8,1%
The Discovery Channel	0,2%
Sub	3,4%
Liv	2%
Fox	2,6%
Jim	2,6%

DNEVNE NOVINE	CIRKULACIJA
Helsingin Sanomat	339.437
Turun Sanomat	72.979
Keskisuomalainen	68.589
SAvon Sanomat	55.535
Ilkka	37.226
Karjalainen	31.116
Hufvudstabladet	29.965
Etelä-Saimaa	18.834
Kouvolan-Sanomat	18.045

Izvor: <https://www.statista.com/topics/4129/media-usage-in-finland/>

ČASOPISI	BROJ ČITATELJA
Vauva	431.132
Kaksplus	364.778
Seiska	354.111
Talouseläme	197.728
Top Gear Suomi	156.214
Demi	155.926
Me Naiset	130.277
Tekniikka& Taolous	109.106
Yhteishyvä	99.846
Costume	93.019

Izvor: <http://medienorge.uib.no>

PROFIL EMITIVNOGA TURISTIČKOG TRŽIŠTA

Prema preliminarnim podacima Statistike Finske, ljetni turizam u 2020. bio je koncentriran na domaća odredišta, dok je broj putnika u zračnim lukama zbog situacije s koronom bio mali u odnosu na prethodnu godinu. Broj međunarodnih putovanja zrakoplovom smanjen je tijekom svibnja-kolovoza za 95 posto, a broj putovanja brodom za 70 posto u odnosu na godinu dana prije.

Izvor: Statistikcentralen - Finländarnas resor 2020 (tilastokeskus.fi)

Ukupan broj stanovnika koji su tijekom 2020. otputovali na odmor

Tijekom razdoblja svibanj - kolovoz 2020. Finci su ostvarili 9,7 milijuna turističkih putovanja s noćenjima u Finskoj i 0,6 milijuna turističkih putovanja u inozemstvo (0,4 milijuna tih putovanja uključivalo je noćenja u zemlji odredišta).

Prema preliminarnim podacima Statistike Finske, broj rekreacijskih putovanja s noćenjem u Finskoj porastao je tijekom razdoblja svibanj – kolovoz 2021. za gotovo trećinu u odnosu na godinu prije. Broj međunarodnih letova također je počeo polako rasti prema ljetu, ali je broj međunarodnih putovanja zrakoplovom ipak je bio 90 posto manji u razdoblju svibanj – kolovoz, nego li prije dvije godine (2019.)

Izvor: Statistikcentralen - Finländarnas resor (tilastokeskus.fi)

Redoslijed omiljenih destinacija u 2020.

1. Estonija
2. Švedska
3. Španjolska
4. Njemačka
5. Rusija
6. Italija
7. Grčka
8. Norveška
9. V. Britanija

Od Mediteranskih zemalja Hrvatska se našla na 5. mjestu, sa 130.000 ostvarenih putovanja. Točni podaci za 2021. godinu nisu dostupni.

Izvor: https://tilastokeskus.fi/til/smat/2019/smat_2019_2020-06-11_tau_002_sv.html

Vrsta prijevoza koji su turisti preferirali prilikom odlaska na godišnji odmor

Podaci dostupni za razdoblje svibanj-kolovoz su vezani za vrstu prijevoza koju su Finci koristili prilikom putovanja u vlastitoj zemlji.

- | | |
|---------------------|-----|
| 1. Osobni automobil | 88% |
| 2. Vlakovi | 6% |
| 3. Autobus | 2% |

Podaci za avionski prijevoz nisu dostupni, kao i vrsta prijevoza za inozemna putovanja.

Tijekom 2019. godine 26,7% Finaca koristilo je redovne avionske linije za odlazak na odmor, a charter njih 15%. Osobni automobile je koristilo 13,8% dok ih je 5,7% putovalo vlakom i autobusom.

Izvor: https://www.stat.fi/til/smat/2020/14/smat_2020_14_2020-11-05_tau_004_sv.html

Prosječni budžet/potrošnja po putovanju

U 2019. godini prosječni budžet za putovanja je iznosio 1.200 EUR. Izdaci su se smanjivali tijekom posljednjih godina, zbog povećanja broja domaćih putovanja (pandemija) gdje je potrošnja niža.

Izvor: <https://www.hbl.fi/artikel/finlandarna-minskar-sin-semesterbudget-svenskarna-gor-tvartom/>

Pregled organizatora putovanja na tržištu

Organizatori putovanja u Finskoj traže pomoć od države i suradnju dok god traje pandemija. Čak i prije nego je došla jesenska i zimska sezona bilo je jasno kako ljetno neće nadoknaditi akumulirane gubitke od kada je pandemiju zahvatila Finsku, u ožujku 2020. Masovno otkazivanje putovanja ovog proljeća stvorilo je ogroman financijski pritisak na tvrtke jer su kupcima morali vratiti novac. Primera Holidays Oy, koja je bila odgovorna za prodaju Matkavekkas putovanja, bila je prisiljena otići u stečaj.

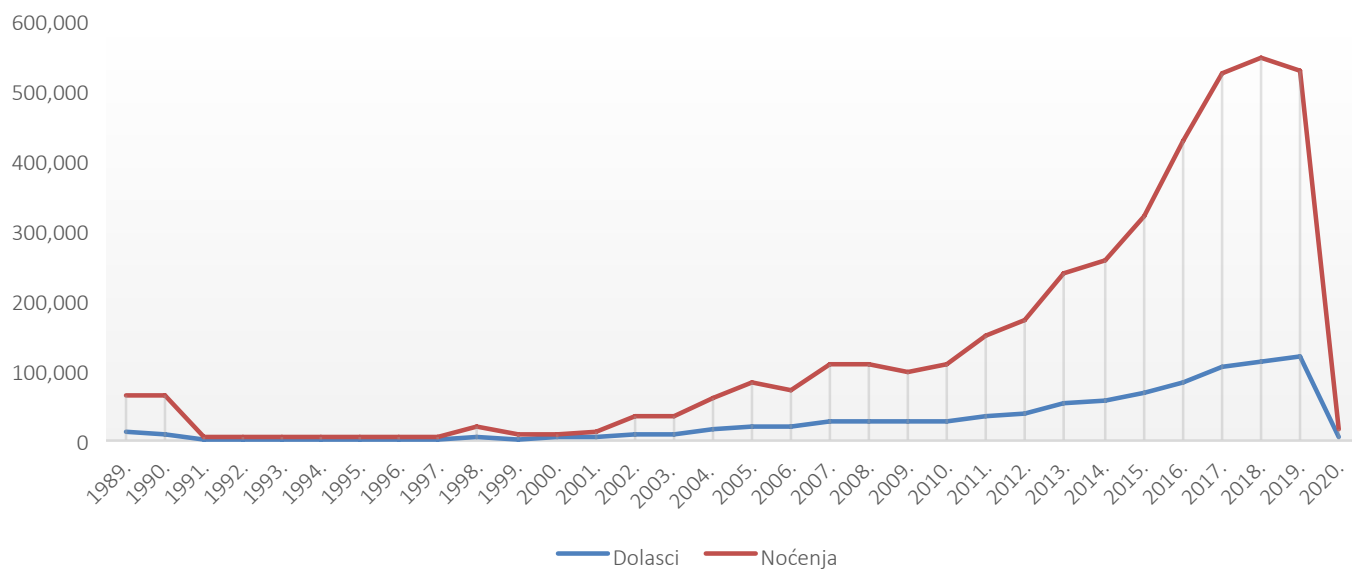
Agencija	Web	Sjedište
Amexglobalbusinessstravel	www.amexglobalbusinessstravel.fi	Vasa
Apollo	www.apollomatkat.fi	Helsinki
AurinkoMatkat	www.aurinkomatkat.fi	Helsinki
Finnmatkat (TUI Nordic)	www.tui.fi	Helsinki
Grabar Consulting	www.grabarconsulting.com	Äänekoski
HRG Nordic	www.hrgworldwide.com	Helsinki
Ingves resor	www.ingves.fi	Närpes
Kaleva Travel	www.kalevatravel.fi	Helsinki
Kristina Cruises	www.kristinacruises.com	Kotka
Matka-agentit	www.matka-agentit.fi	Poorvo
Matka Mieli	www.matkamieli.fi	Helsinki
Matka Seniorit	www.kontiki.fi/matkaseniorit	Helsinki
Matkapojat	www.matkapojat.fi	Helsinki
Midnight Sun Sailing	midnightsunsailing.fi	Dalsbruk/Taalintehdas
OK Matkat	www.okmatkat.fi	Helsinki
Matkakauppa Naantalin	www.naantalinmatkakauppa.fi	Naantali
TinkyBell	www.tinkybell.fi	Karleby
Tjäreborg	www.tjareborg.fi	Helsinki

DOPRINOS TRŽIŠTA U UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU

FINSKA	Dolasci			Noćenja		
	apsol.	indeks	1989.=100	apsol.	indeks	1989.=100
1989.	11.179		100	64.816		100
1990.	10.477	94	94	64.923	100	100
1991.	925	9	8	5.127	8	8
1992.	1.456	157	13	4.302	84	7
1993.	1.646	113	15	5.634	131	9
1994.	1.275	77	11	4.309	76	7
1995.	1.158	91	10	3.310	77	5
1996.	2.000	173	18	4.000	121	6
1997.	2.261	113	20	5.434	136	8
1998.	4.349	192	39	18.564	342	29
1999.	2.840	65	25	7.584	41	12
2000.	3.961	139	35	10.594	140	16
2001.	4.162	105	37	11.881	112	18
2002.	8.195	197	73	34.452	290	53
2003.	10.292	126	92	36.086	105	56
2004.	14.832	144	133	59.232	164	91
2005.	20.060	135	179	84.141	142	130
2006.	18.504	92	166	70.911	84	109
2007.	26.435	143	236	109.789	155	169
2008.	25.541	97	228	109.080	99	168
2009.	26.684	104	239	97.863	90	151
2010.	27.145	102	243	108.557	111	167
2011.	34.583	127	309	151.599	140	234
2012.	38.806	112	347	172.298	114	266
2013.	54.261	140	485	237.718	138	367
2014.	57.200	105	512	255.885	108	395
2015.	68.179	119	610	319.475	125	493
2016.	84.862	124	759	427.320	134	659
2017.	106.400	125	952	525.051	123	810
2018.	112.709	106	1008	548.044	104	846
2019.	118.756	105	1062	527.712	96	814
2020.	5.926	5	53	17.118	3	26

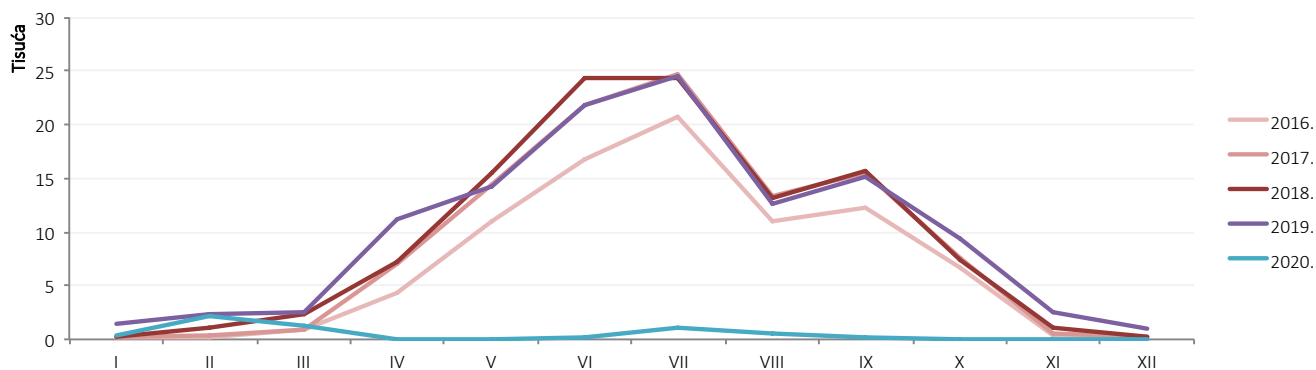
Izvor: DZS - komercijalni smještajni kapaciteti

Dolasci i noćenja finških turista, razdoblje 1989. - 2020.



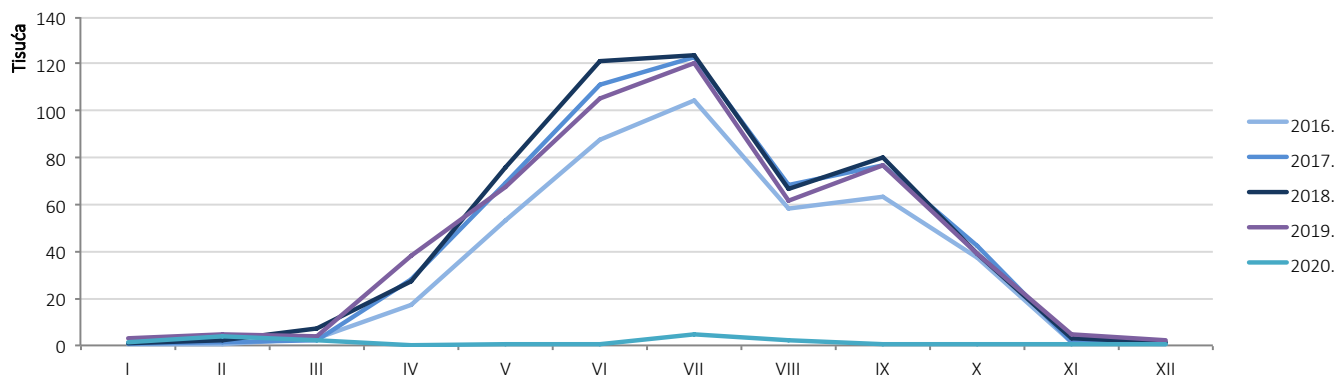
Izvor: DZS - komercijalni smještajni kapaciteti

Dolasci po mjesecima - Finska



Izvor: DZS - komercijalni smještajni kapaciteti

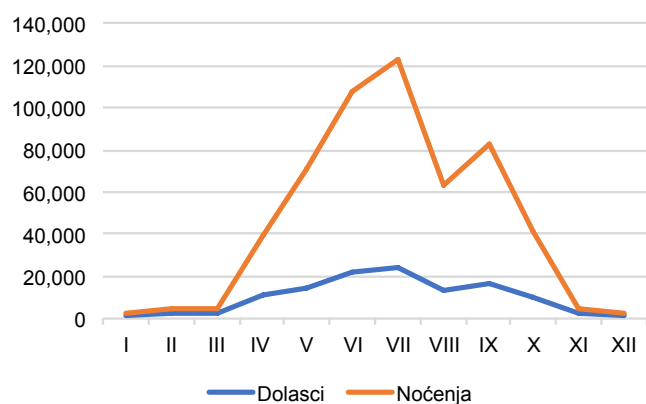
Noćenja po mjesecima - Finska



Izvor: DZS - komercijalni smještajni kapaciteti

REZULTATI 2019. PREMA SUSTAVU eVISITOR

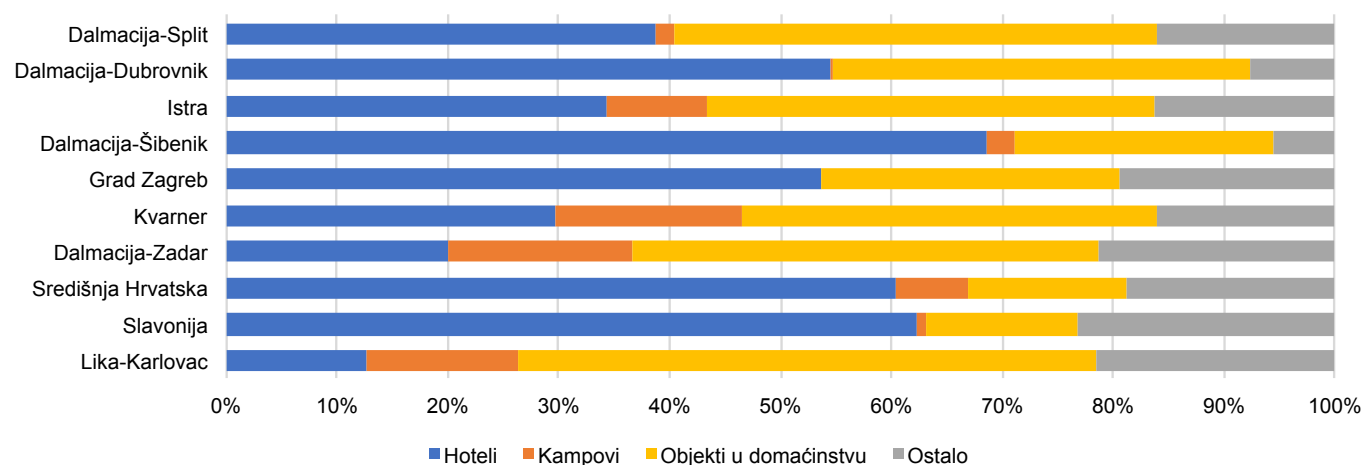
Dolasci i noćenja finških turista, 2019.



Dolasci i noćenja po klasterima

Klaster	Dolasci	Noćenja
Dalmacija-Split	48.898	250.852
Dalmacija-Dubrovnik	41.389	158.613
Istra	11.361	58.406
Dalmacija-Šibenik	4.330	24.580
Nautika	2.488	17.010
Kvarner	3.964	13.885
Grad Zagreb	3.924	10.299
Dalmacija-Zadar	2.083	7.812
Lika-Karlovac	1.767	3.711
Središnja Hrvatska	763	1.710
Slavonija	444	1.275
Ukupno	121.411	548.153

Noćenja finških turista po klasterima prema vrstama smještaja, 2019.



Top deset gradova/općina po noćenjima

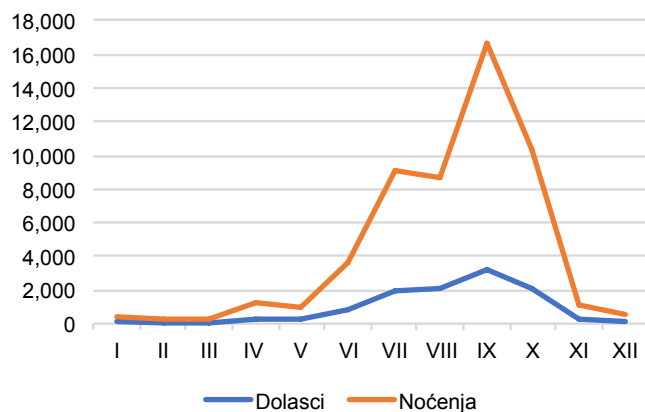
Grad općina	Noćenja
Dubrovnik	109.298
Split	57.259
Podgora	29.423
Makarska	25.573
Pula	22.224
Konavle	20.300
Župa dubrovačka	19.079
Supetar	15.960
Podstrana	15.913
Baška Voda	15.507

Dolasci po dobi i spolu

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

REZULTATI 2021. PREMA SUSTAVU eVisitor

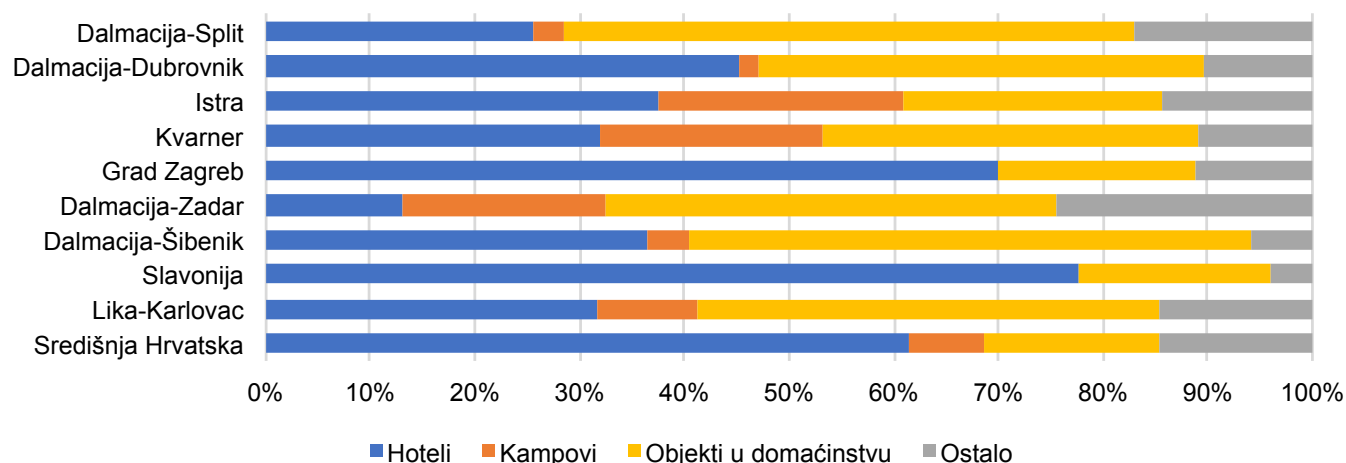
Dolasci i noćenja finških turista, 2021.



Dolasci i noćenja po klasterima

	Dolasci	Noćenja
Dalmacija-Split	3.824	18.075
Dalmacija-Dubrovnik	2.654	11.897
Nautika	1.107	8.040
Istra	944	4.919
Kvarner	677	2.739
Grad Zagreb	818	2.407
Dalmacija-Zadar	306	1.510
Dalmacija-Šibenik	244	1.084
Slavonija	150	976
Lika-Karlovac	318	702
Središnja Hrvatska	234	609
Ukupno	11.276	52.958

Noćenja finških turista po klasterima prema vrstama smještaja, 2021.



Top deset gradova/općina po noćenjima

Grad općina	Noćenja
Dubrovnik	7.659
Split	5.474
Makarska	2.525
Zagreb	2.407
Konavle	1.532
Župa dubrovačka	1.328
Trogir	1.073
Poreč	1.070
Podstrana	813
Kaštela	789

Dolasci po dobi i spolu

	muškarci	žene
0-5 godina	1,2%	1,1%
6-11 godina	1,7%	1,7%
12-17 godina	1,7%	2,2%
18-24 godina	4,7%	5,7%
25-34 godina	9,6%	9,8%
35-44 godina	10,2%	8,3%
45-54 godina	10,2%	8,3%
55-64 godina	9,3%	6,7%
> 65 godina	4,1%	3,5%

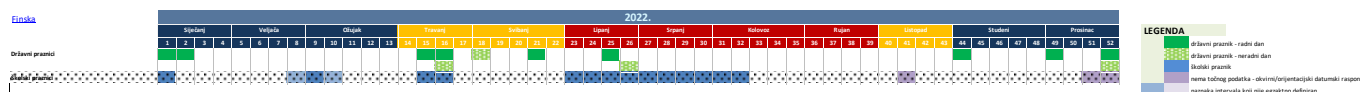
Aktualni imidž Hrvatske

Generalna percepcija Hrvatske je pozitivna i pokazatelji za budućnost su dobri, naravno, uz pretpostavku stabilizacije okolnosti narušenih COVID pandemijom.

Okvirna procjena ukupnog broja dolazaka i noćenja u Hrvatskoj u 2022.

Ukoliko se tržište putovanja, prvenstveno vezano uz pandemiju iduće godine stabilizira možemo očekivati povratak Finskih gostiju na razinu od 80% prometa iz 2019.

Kalendar praznika i blagdana



Državni praznici i vjerski blagdani (Public Holidays)	2021.	Dan u tjednu	Tjedan u godini	2022.	Dan u tjednu	Tjedan u godini	2023.	Dan u tjednu	Tjedan u godini
Nova godina (New Year's Day)	01.01.2021	Petak	1	01.01.2022	Subota	1	01.01.2023	Nedjelja	1
Sveta tri kralja (Epiphany)	06.01.2021	Srijeda	2	06.01.2022	Četvrtak	1	06.01.2023	Petak	1
Veliki petak (Good Friday)	02.04.2021	Petak	14	15.04.2022	Petak	15	07.04.2023	Petak	14
Uskrs (Easter)	04.04.2021	Nedjelja	14	17.04.2022	Nedjelja	16	09.04.2023	Nedjelja	15
Uskrsnji ponedjeljak (Easter Monday)	05.04.2021	Ponedjeljak	15	18.04.2022	Ponedjeljak	16	10.04.2023	Ponedjeljak	15
Praznik rada (Labour Day)	01.05.2021	Subota	18	01.05.2022	Nedjelja	18	01.05.2023	Ponedjeljak	18
Uzašašće (Ascension Day)	13.05.2021	Četvrtak	20	26.05.2022	Četvrtak	21	18.05.2023	Četvrtak	20
Ivanje (Midsummer Eve)	25.06.2021	Petak	26	24.06.2022	Petak	25	23.06.2023	Petak	25
Sredina ljeta (Midsummer)	26.06.2021	Subota	26	25.06.2022	Subota	26	24.06.2023	Subota	25
Svi sveti (All Saint's Day)	01.11.2021	Ponedjeljak	45	01.11.2022	Utorak	44	01.11.2023	Srijeda	44
Dan neovisnosti (Independence Day)	06.12.2021	Ponedjeljak	50	06.12.2022	Utorak	49	06.12.2023	Srijeda	49
Badnjak (Christmas Eve)	24.12.2021	Petak	52	24.12.2022	Subota	52	24.12.2023	Nedjelja	52
Božić (Christmas)	25.12.2021	Subota	52	25.12.2022	Nedjelja	52	25.12.2023	Ponedjeljak	52
Blagdan sv. Stjepana (Christmas)	26.12.2021	Nedjelja	52	26.12.2022	Ponedjeljak	52	26.12.2023	Utorak	52

Izvor: <https://www.feiertagskalender.ch/>

Školski praznici	2021./2022.	
	Početak	Kraj
Jesenski praznici - 2 do 7 dana u listopadu	listopad	listopad
Božićni praznici i Nova godina (1-2 tjedna)	18.-22.12.2021.	7.1.2022.
Zimski praznici - 1 tjedan u razdoblju između	21.2.2022.	7.3.2022.
Proljetni/Uskrsnji praznici - 4 dana	15.4.2022.	18.4.2022.
Ljetni praznici (10-11 tjedna u razdoblju)	4.6.2022.	kolovoz

Izvor: Eurydice