



KANADA

PROFIL EMITIVNOG TRŽIŠTA - IZDANJE 2023.



SADRŽAJ

OPĆI PODACI O TRŽIŠTU	3
STANOVNIŠTVO	3
OPĆE KARAKTERISTIKE GOSPODARSTVA.....	4
TURISTIČKO TRŽIŠTE KANADE	5
DOPRINOS TRŽIŠTA UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU	8
REZULTATI 2022. PREMA SUSTAVU eVISITOR (svi kapaciteti).....	9
TRŽIŠNE PERSPEKTIVE	11
DIREKTNA ZRAKOPLOVNA POVEZANOST	13

OPĆI PODACI O TRŽIŠTU

Službeni naziv: Republika Kanada.

Površina: 9.984.670 km².

Glavni grad: Ottawa (1.408.000 stanovnika) (2021.).

Veći gradovi: Toronto (6.255.000), Montreal (4.247.000), Vancouver (2.606.000), Calgary (1.581.000), Edmonton (1.491.000) (2021.).

Službeni jezik: engleski, francuski.

Valuta: kanadski dolar.

STANOVNIŠTVO

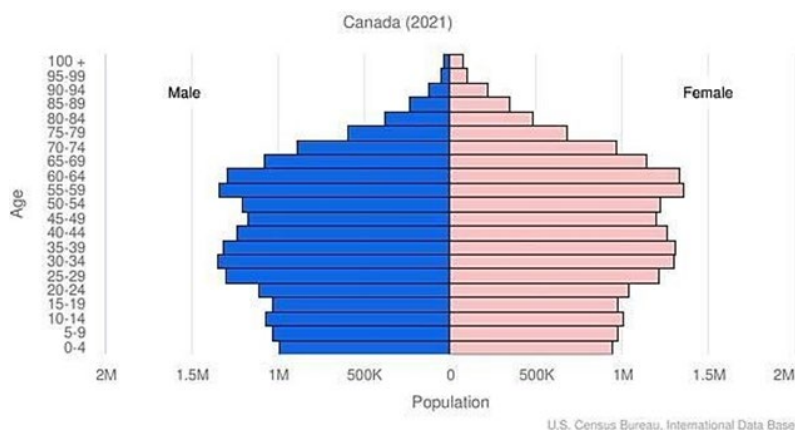
Broj stanovnika: 37.943.231 (srpanj 2021., procjena).

Vjerska pripadnost: katolici 39 %, protestanti 20,3 %, pravoslavci 1,6 %, ostali katolici 6,3 %, muslimani 3,2 %, hindu 1,5 %, budisti 1,1 %, Židovi 1 %, neizjašnjeni 23,9 %, ostali 2% (2011., procjena).

Stopa rasta stanovništva: 0,77 % (2021., procjena).

Gustoća naseljenosti: 3,8 stanovnika /km² (81,7 % stanovništva živi u gradovima).

Populacijska piramida



Etničke skupine: Kanađani 32,3 %, Englezi 18,3 %, Škoti 13,9 %, Francuzi 13,6 %, Irci 13,4 %, Nijemci 9,6 %, Kinezi 5,1 %, Talijani 4,6 %, Indijanci 8,4 %, ostali 51,6 % (procjena, 2011.).

Dobna struktura

- 0 – 14 godina – 15,99 % (3.094.008 muškaraca / 2.931.953 žena)
- 15 – 24 godine – 11,14 % (2.167.013 muškaraca / 2.032.064 žena)
- 25 – 54 godine – 39,81 % (7.527.554 muškaraca / 7.478.737 žena)
- 55 – 64 godine – 14,08 % (2.624.474 muškaraca / 2.682.858 žena)
- 65 i više godina – 18,98 % (3.274.298 muškaraca / 3.881.126 žena) (procjena, 2020.).

Očekivana životna dob: 83,6 godina (81,3 godine za muškarce; 86,0 godine za žene) (procjena, 2021.).

OPĆE KARAKTERISTIKE GOSPODARSTVA

Kanadu odlikuje tehnološki napredno, otvoreno gospodarstvo, sa značajnim volumenom trgovinske razmjene s inozemstvom.

Kanada je peti najveći proizvođač plina u svijetu te među najvećim svjetskim proizvođačima nafte (4. zemlja svijeta u pogledu dokazanih rezervi nafte) tako da značajan dio gospodarskih rezultata zemlje ovisi o globalnim cijenama energenata.

Kanada je također jedan od vodećih proizvođača minerala, posebno nikla, cinka i urana.

Industrijski sektor doprinosi BDP-u s 27% i zapošljava 19% radne snage. Kanada posjeduje nekoliko jakih industrijskih sektora koji uključuju obnovljive izvori energije, šumarstvo, proizvodnju vodika i gorivih ćelija, rudarstvo (metali i minerali), naftu i plin.

Kanadskim gospodarstvom dominira uslužni sektor, koji je 2020. činio 71% BDP-a zemlje i zapošljavao gotovo 80% aktivnog stanovništva. Najveći poslodavac u sektoru usluga je segment maloprodaje, koji zapošljava oko 12% radne snage u zemlji. Obrazovanje i zdravstvo također su važni segmenti za gospodarstvo zemlje. Razvojno najdinamičniji segmenti su telekomunikacije, turizam, internet i svemirski inženjering.

Poljoprivredni sektor čini 2% kanadskog BDP-a i zapošljava 1% stanovništva. Kanada je jedan od većih svjetskih izvoznika poljoprivrednih proizvoda, posebno pšenice, a proizvodi i 10% svjetskih GMO usjeva. Vrlo važan segment poljoprivrednog sektora je ribarstvo.

Makroekonomski pokazatelji

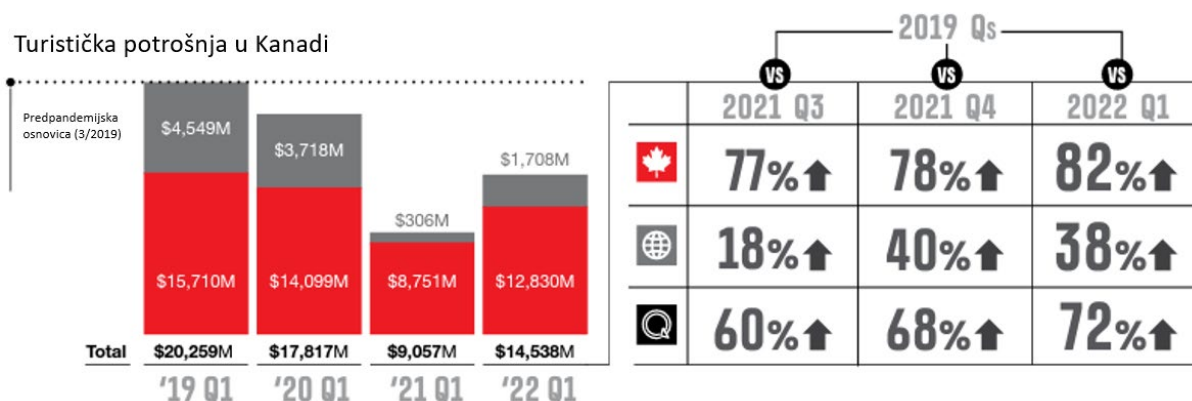
Vrijednost	Jedinice	Skala	2019.	2020.	2021.	2022.	2023.	2024.
Bruto domaći proizvod, stalne cijene	Nacionalna valuta	Milijarde	2.109,81	1.999,41	2.090,20	2.159,07	2.190,39	2.225,50
Bruto domaći proizvod, stalne cijene	Postotna promjena		1,88	- 5,23	4,54	3,30	1,45	1,60
Bruto domaći proizvod, tekuće cijene	Američki dolari	Milijarde	1.742,02	1.645,42	1.988,34	2.200,35	2.326,62	2.420,68
Bruto domaći proizvod po stanovniku, stalne cijene	Nacionalna valuta	Jedinice	56.201,42	52.623,25	54.679,73	55.728,44	55.713,95	55.847,20
Bruto domaći proizvod po stanovniku, tekuće cijene	Američki dolari	Jedinice	46.403,99	43.306,64	52.015,07	56.794,02	59.178,98	60.745,28
Inflacija, prosječne potrošačke cijene	Indeks		135,98	136,96	141,61	151,38	157,73	161,54
Inflacija, prosječne potrošačke cijene	Postotna promjena		1,95	0,72	3,40	6,90	4,20	2,41
Opseg uvoza roba i usluga	Postotna promjena		0,38	- 10,84	7,71	8,57	2,20	1,31
Opseg izvoza roba i usluga	Postotna promjena		2,27	- 9,71	1,42	1,39	1,08	2,12
Stopa nezaposlenosti	Postotak ukupne radne snage		5,75	9,58	7,43	5,29	5,86	6,24

Izvor: IMF, Eurostat, EUI. (*) procjena

TURISTIČKO TRŽIŠTE KANADE

Tijekom razdoblja vrhunca COVID pandemije većina Kanađana osjećalo se najsigurnije kada su putovali na destinacije bliže mjestu stanovanja, ili unutar svoje provincije. Odredišta i iskustva na otvorenom bila su najtraženiji. Uz odgovarajuću kombinaciju epidemioloških protokola i prilagođenu turističku ponudu, kanadski turizam rezultirao je nekim pozitivnim dobicima za domicilne destinacije, no zbog opsežnih mjera i ograničenja turistička industrija u cjelini je snažno pogođena.

Tijekom prvog kvartala 2022. godine turistička potrošnja dosegla je 72% usporedive predpandemijske razine, čemu je uglavnom doprinio oporavak domaće potrošnje (razina od 82% predpandemijske potrošnje), dok je potrošnja stranih turista još uvijek na relativno niskoj razini (38% predpandemijskog rezultata).



Izvor: <https://www.destinationcanada.com>

Strani dolasci u svibnju su bili na razini od 43% usporedive razine dolazaka iz 2019., s tim da su dominirali dolasci turista iz SAD-a.

Strani dolasci (podaci o prelasku granica), zaključno s 5/2022.

Način prijevoza	SAD	Ostale zemlje	Total
	710,189 44% vs. 2019	790,181 44% vs. 2019	1,500,370 44% vs. 2019
	1,103,914 45% vs. 2019	62,212 25% vs. 2019	1,166,126 43% vs. 2019
	51,854 46% vs. 2019	5,309 -73% vs. 2019	57,163 46% vs. 2019
Total	1,865,957 45% vs. 2019	857,702 41% vs. 2019	2,723,659 43% vs. 2019

Izvor: <https://www.destinationcanada.com>

Prema podacima Statističkog zavoda za statistiku Kanade, broj Kanađana koji putuju u inozemstvo značajno je povećan u odnosu na prethodnu godinu, a glavno odredište je SAD. U rujnu 2022. Kanađani su ostvarili 2,5 mil. putovanja u susjedni SAD, što je čak 5 puta više nego li u istom mjesecu prethodne godine, tj. 68% usporedive predpandemijske razine prometa. Istovremeno, Kanađani su u rujnu 2022. realizirali 539 tisuća putovanja u prekomorske destinacije, što je 61% usporedive predpandemijske razine prometa.

Prije pandemije, dominantni motiv putovanja Kanađana bio je odmor, bilo da je riječ o pasivnom odmoru i opuštanju u toplim krajevima (sunce i more), ili aktivnom odmoru koji uključuje upoznavanje novih zemalja, kultura i običaja.

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

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

U 2020. i 2021. godini najpopularnija odredišta bila su ona koja pružaju uživanje u suncu i na otvorenom prostoru, ali prvenstveno domaća putovanja. Američka odredišta o kojima su se Kanađani najviše raspitivali bila su Aljaska, Florida, Kalifornija, Havaji, Las Vegas i Colorado, dok su glavna kanadska odredišta bili Vancouver, Britanska Kolumbija i Canadian Rockies.

Omjer između organiziranog i individualnog prometa za vodeće destinacije

Za razliku od 2019. godine, kada su dominirala organizirana putovanja, tijekom pandemije (u 2020. i 2021. godini), pogotovo kod starije populacije, individualni i obiteljski kratki izleti postali su dominantna vrsta putovanja.

Preferirana vrsta prijevoza prilikom odlaska na godišnji odmor

U 2019. godini, bliža putovanja u Kanadi i SAD-u realizirala su se automobilom i vlakom, a ostala zrakoplovom - zračni je prijevoz dominirao kada je riječ o putovanjima u Meksiko, na Karibe te za preoceanska putovanja. U 2020. i 2021. godini dominirala su domaća putovanja automobilom.

Preferirani način organiziranja odmora / bukiranja prilikom odlaska na godišnji odmor

U 2019. godini turističke agencije imale su važnu ulogu kod planiranja i organizacije putovanja, uz kontinuirani rast upotrebe interneta i online turističkih agencija u prikupljanju informacija i bukiranju pojedinih segmenata putovanja. U 2020. i 2021. godini, zbog pandemije i restrikcija putovanja, dominiralo je prikupljanje informacija i bukiranje putem Interneta.

Preferencije turista s obzirom na vrstu smještaja

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

Razrada tržišta s obzirom na motiv putovanja

Domaća putovanja i odmor na otvorenom, uz posjete prijateljima/rodbini dominirali su tijekom 2020. i 2021., dok su u 2019. godini (prema zadnjim dostupnim podacima istraživanja Mintel Group) glavni motivi putovanja bili:

- pasivni odmor (sunce i more, bračna putovanja, krstarenja),
- kratki odmori, razgledavanje, zabava i prekogranični *shopping* u SAD-u,
- kulturni turizam i upoznavanje novih destinacija
- posjeta prijateljima/rodbini.

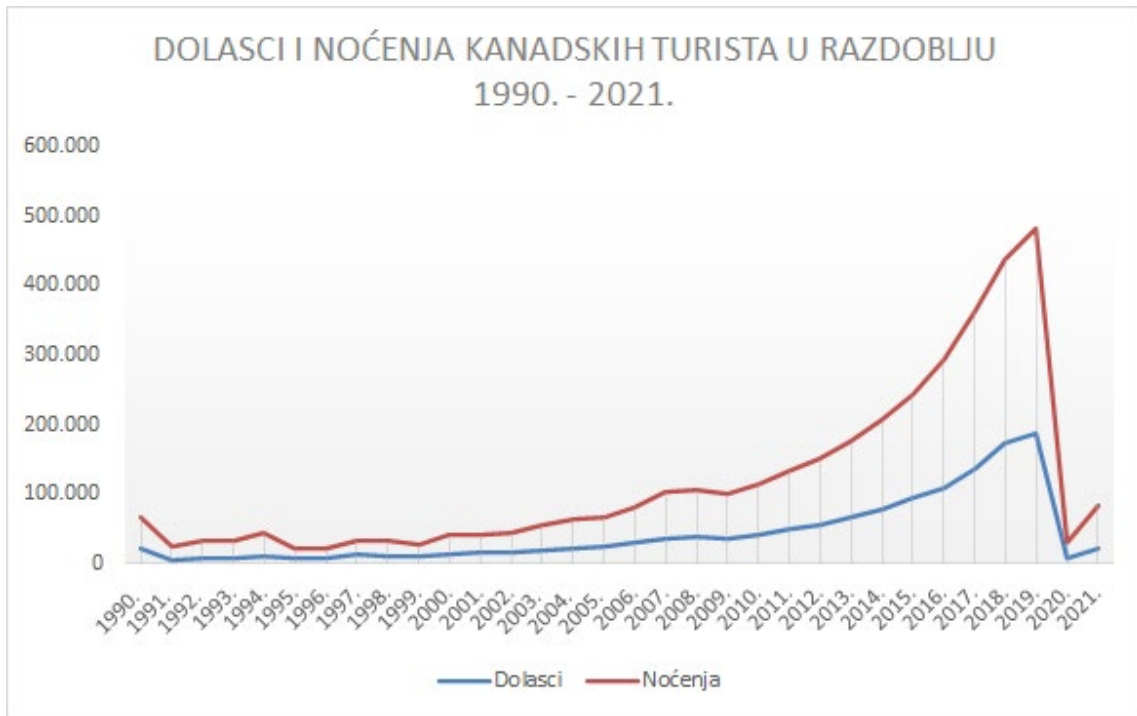
Prosječni budžet/potrošnja po putovanju

Kanađani u prosjeku potroše 191 američki dolar po putovanju unutar Kanade, odnosno 82 dolara po jednodnevnom putovanju i 389 dolara po noćenju. Kod putovanja po Kanadi Kanađani su trošili novac na smještaj (25,4%), hranu i piće u restoranima i barovima (20,3%) te troškove goriva i ostalih vozila (15,2%). Naravno, riječ je o pokazateljima potrošnje iz vremena prije pandemije – podaci o potrošnji u vrijeme pandemije nisu dostupni.

DOPRINOS TRŽIŠTA UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU

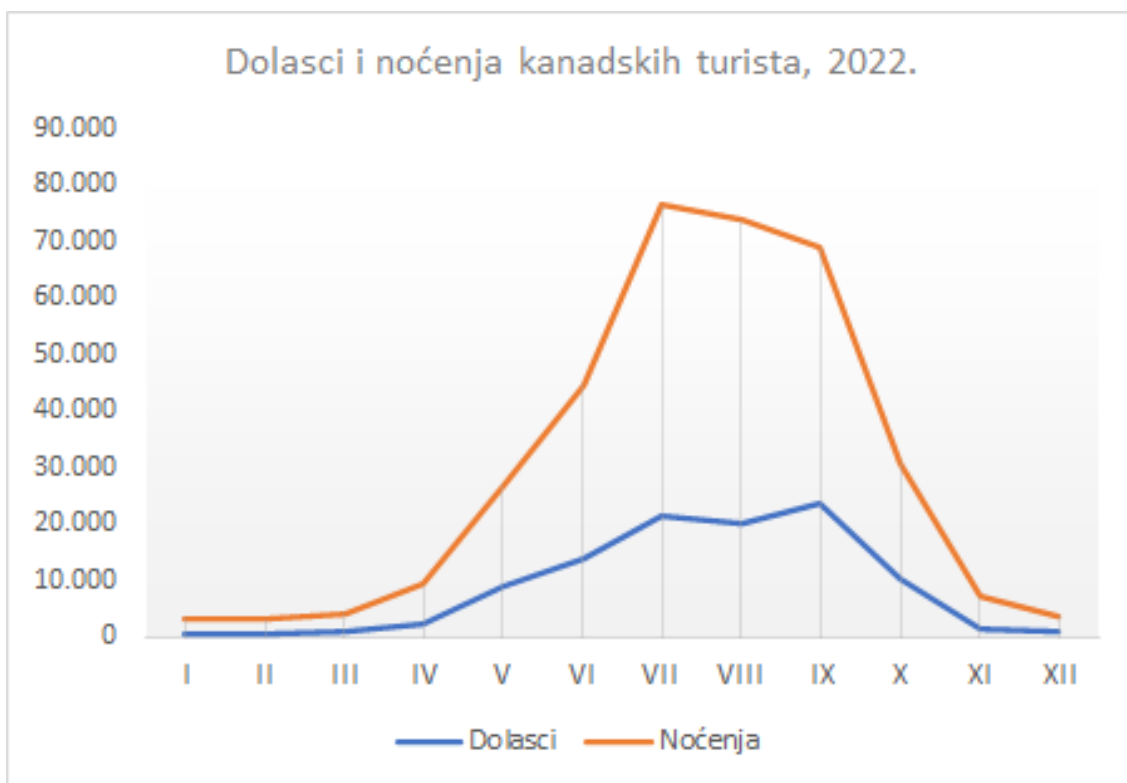
KANADA	Dolasci			Noćenja		
		indeks	1990.=100		indeks	1990.=100
1990.	22.479		100	65.221		100
1991.	5.351	24	24	23.159	5	36
1992.	8.507	159	38	32.885	140	50
1993.	7.927	93	35	33.399	139	51
1994.	10.914	138	49	44.078	107	68
1995.	6.114	56	27	21.961	140	34
1996.	8.000	131	36	20.000	114	31
1997.	12.355	154	55	32.896	155	50
1998.	10.689	87	48	31.154	87	48
1999.	9.600	90	43	25.729	94	39
2000.	14.215	148	63	40.540	194	62
2001.	14.870	105	66	40.526	119	62
2002.	16.409	110	73	44.911	117	69
2003.	19.040	116	85	54.756	140	84
2004.	21.921	115	98	63.296	122	97
2005.	24.742	113	110	66.836	137	102
2006.	28.851	117	128	81.453	136	125
2007.	36.474	126	162	103.657	132	159
2008.	38.282	105	170	104.943	112	161
2009.	34.763	91	155	98.933	94	152
2010.	41.483	119	185	114.692	116	176
2011.	48.877	118	217	134.288	117	206
2012.	55.090	113	245	149.828	112	230
2013.	65.660	119	292	175.958	117	270
2014.	78.901	120	351	205.982	117	316
2015.	94.707	120	421	243.966	118	374
2016.	109.720	116	488	293.247	120	450
2017.	136.519	124	607	363.585	124	557
2018.	172.712	127	768	438.239	121	672
2019.	187.145	108	833	482.432	110	740
2020.	6.395	3	28	30.763	6	47
2021.	21.387	334	95	83.718	272	128

Izvor: DZS - komercijalni smještajni kapaciteti



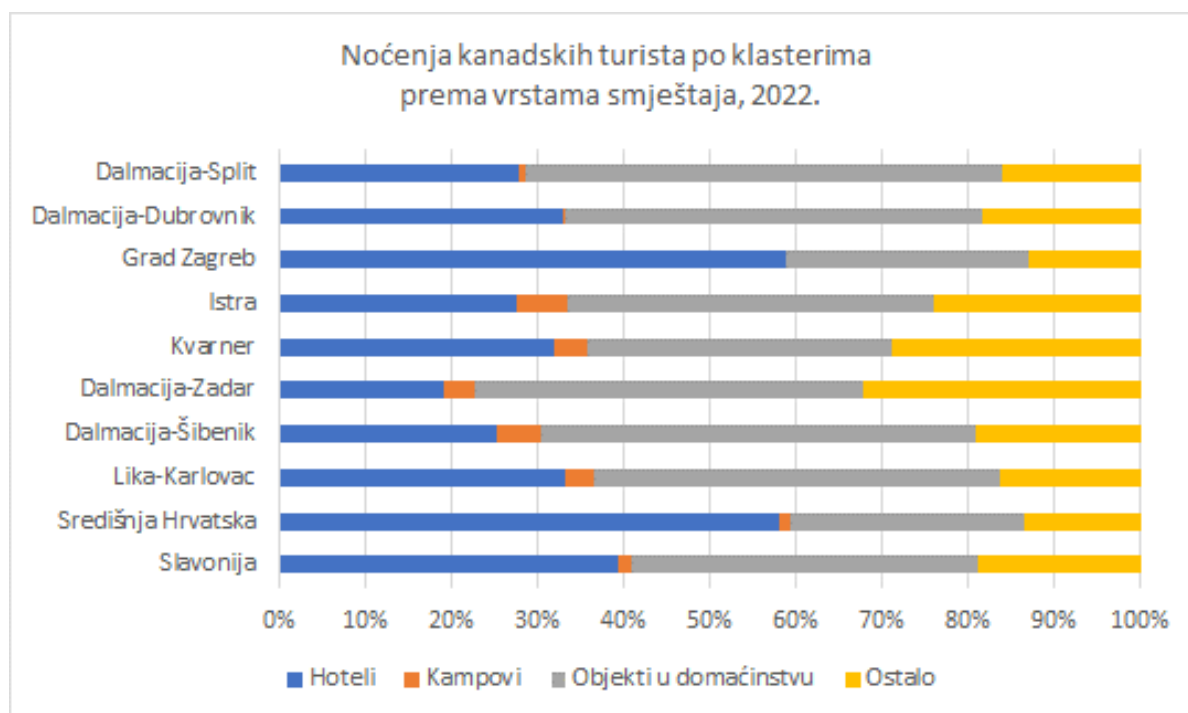
Izvor: DZS - komercijalni smještajni kapaciteti

REZULTATI 2022. PREMA SUSTAVU eVISITOR (svi kapaciteti)



Promet po klasterima

	Dolasci	Noćenja
Dalmacija-Split	30.715	104.790
Dalmacija-Dubrovnik	26.652	87.985
Grad Zagreb	15.366	36.243
Nautika	4.204	29.523
Istra	7.319	28.741
Kvarner	5.175	21.051
Dalmacija-Zadar	5.478	19.101
Dalmacija-Šibenik	2.523	10.730
Lika-Karlovac	4.880	8.521
Središnja Hrvatska	1.831	3.575
Slavonija	611	1.550
Ukupno	104.754	351.810



Top destinacije

Grad općina	Noćenja
Dubrovnik	62.804
Split	48.853
Zagreb	36.243
Hvar	13.530
Zadar	10.906
Rovinj	8.422
Pula	5.954
Opatija	5.382
Konavle	5.354
Korčula	5.339

Dolasci po dobi i spolu

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

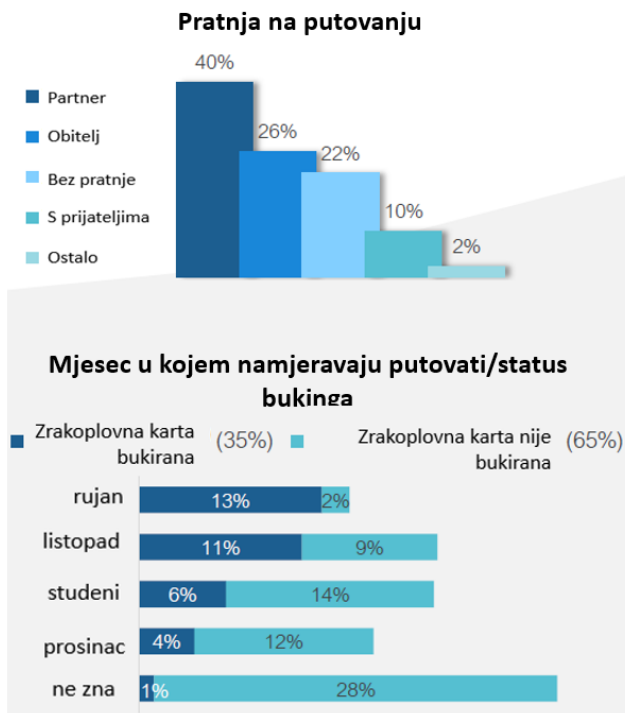
TRŽIŠNE PERSPEKTIVE

Recentno istraživanje ETC-a (European Travel Commission) pod nazivom „Long Haul Travel Barometer 3/2022“ ukazuje na činjenicu da gotovo trećina ispitanika s tržišta Kanade koji namjeravaju putovati u Europu tijekom razdoblja listopad 2022. – ožujak 2023. još uvijek nije donijelo konačnu odluku o terminu putovanja, a gotovo 2/3 još nije bukiralo zrakoplovnu kartu. Navedeno se može protumačiti činjenicom da su namjere putovanja načelno prisutne, no poteškoće vezane uz zrakoplovni prijevoz i rast cijena zrakoplovnih karata kanadske turiste navode na odgodu konačne odluke o putovanjima.

Većina Kanađana koji namjeravaju putovati u predmetnom razdoblju putuje s partnerom, dok su na drugom mjestu obiteljska putovanja.

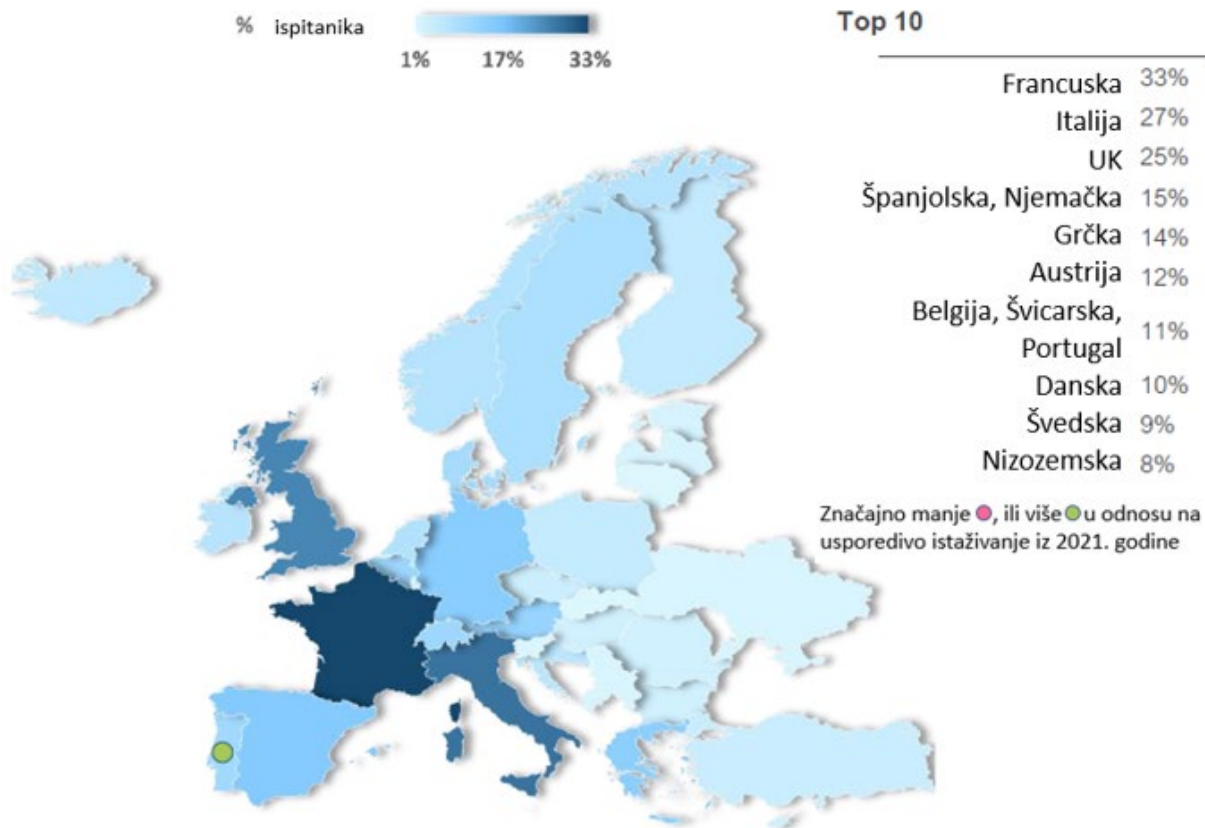
Istraživanje europske kulturne baštine glavni je motiv putovanja (36% ispitanika), a potom slijedi odmor na plaži/uz more (28%), upoznavanje gradova/gradski život (28%), gastronomska iskustva (28%), priroda (27%) i dr.

Glavni kriteriji odabira destinacije su kvaliteta turističke infrastrukture (34%), sigurnost destinacije (32%), cjenovna pristupačnost destinacije i atrakcija (32%), dobro vrijeme (28%), relevantne atrakcije (24%)



Izvor: ETC

TOP destinacije Europe za putovanja Kanađana u razdoblju od listopada 2022. do ožujka 2023. su Francuska Italija i UK.



Izvor: ETC

U sveukupnim okolnostima, o punom oporavku ovog tržišta možemo govoriti tek u perspektivama od dvije do tri godine, što korespondira s generalni projekcijama potpunog oporavka međunarodnih turističkih tijekova u *long haul* domeni. Naravno, stabilizacija globalnih ekonomskih i političkih okolnosti jedan je od preduvjeta oporavka i međunarodnog turističkog tržišta.

DIREKTNA ZRAKOPLOVNA POVEZANOST

Hrvatska je tijekom ljetnog reda letenja 2022. godine bila povezana direktnim letovima s kanadskim emitivnim tržištem letovima prijevoznika Air Transat, na relaciji između Toronta i Zagreba. U okviru zimskog reda letenja 2022./2023. nema zrakoplovnih poveznica između dvaju država.