

SAD



PROFIL EMITIVNOG TRŽIŠTA - IZDANJE 2023.



**HRVATSKA**
Puna života

SADRŽAJ

OPĆI PODACI O TRŽIŠTU	3
POLITIČKO UREĐENJE.....	3
STANOVNIŠTVO	4
OPĆE KARAKTERISTIKE GOSPODARSTVA	4
TURISTIČKO TRŽIŠTE SAD-a.....	5
PREGLED ORGANIZATORA PUTOVANJA NA TRŽIŠTU	10
DOPRINOS TRŽIŠTA UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU.....	16
REZULTATI 2022. PREMA SUSTAVU eVISITOR (svi kapaciteti)	17
TRŽIŠNE PERSPEKTIVE	20

OPĆI PODACI O TRŽIŠTU

Površina

9.833.517 km²; kopno: 9.147.593 km², voda: 685.924 km².

Najveći gradovi

New York, Los Angeles, Chicago, Houston, Phoenix, Philadelphia, San Antonio, San Diego, Dallas, San Jose, Austin, Jacksonville, San Francisco, Columbus i Fort Worth.

POLITIČKO UREĐENJE

Vlast i politika Sjedinjenih Država zasnovani su na Ustavu Sjedinjenih Američkih Država, napisanom 1787. godine. Ustav iz 1787. je do danas dopunjen s nekoliko amandmana. Prvih deset su prihvaćeni nedugo poslije nastanka samog ustava. Grupno se nazivaju "Povelja o pravima" (Bill of Rights), a odnose se na osnovna prava državljana Sjedinjenih Američkih Država, kao što su pravo na slobodu govora i vjeroispovijesti.

SAD ima predsjednički sustav te je federalna demokracija, sa „stupovima“ izvršne, zakonodavne i sudske vlasti. Izvršna vlast se sastoji od predsjednika i njegova kabineta, uz dodatak raznih državnih službi. Na čelu države i izvršne vlasti je predsjednik SAD-a (sadašnji 46. predsjednik je Joe Biden, koji obnaša dužnost od 2021. godine). Predsjednik SAD-a je predsjednik države i predsjednik vlade u jednoj osobi. Predsjednik SAD-a je također vrhovni zapovjednik oružanih snaga Sjedinjenih Američkih Država.

Zakonodavna vlast je Kongres Sjedinjenih Američkih Država, koji se sastoji od Zastupničkog doma (House of Representatives) i Senata (Senate). Zastupnici i senatori su podijeljeni po saveznom državama. U Domu Zastupnika svaka savezna država ima broj predstavnika razmjernom njenom broju stanovnika, dok u Senatu svaku državu zastupaju dva senatora. Broj zastupnika u Domu Zastupnika je 435. Senat trenutno čini 100 senatora.

Sudska vlast se sastoji od svih sudova u Sjedinjenim Državama. Vrhovni sud Sjedinjenih Američkih Država ima devet sudaca, koji imaju doživotni mandat. Nakon smrti ili povlačenja suca, predsjednik SAD-a nominira novog suca, kojega se šalje Senatu koji bi ga trebao potvrditi.

Svaka savezna država u Sjedinjenim Državama ima svoju vladu, čije su granice ovlasti ispod razine ovlasti federalne vlade. Koje točno ovlasti svaka država može imati je tema mnogih rasprava u američkoj politici.

Glavne političke stranke Sjedinjenih Država su Republikanska Stranka i Demokratska Stranka.

STANOVNIŠTVO

Prema podacima US Census Bureau, 1. travnja 2020. godine u SAD-u je živjelo 331.449.281 stanovnika, a najveću dobnu skupinu činile su odrasle osobe u dobi od 25 do 29 godina. Postotak ženske populacije iznosi 50,52% u usporedbi s 49,48% muške populacije.

OPĆE KARAKTERISTIKE GOSPODARSTVA

Makro-ekonomski okvir i očekivanja

U 2023. se očekuje recesija, premda blaga u odnosu na prethodne veće krize. Ipak, ne očekuje se slabljenje interesa za putovanjima u inozemstvo, uslijed snažnog dolara. Trenutno nema naznaka pada interesa za putovanjima na području SAD-a - hotelska potražnja se potpuno oporavila te je 1,7% veća nego li tijekom 2019., dok je ADR 17% veći. Volumen prometa zrakoplovnog sektora je na 96% razine iz 2019. godine. Također, kućanstva ostaju u vrlo solidnom položaju: štednja je iznimno velika (1,7 bilijuna USD), iako je smanjena za 27% naspram prethodne godine. Očekuje se usporavanje inflacije u narednim mjesecima (na cca. 3%).

Primjetan je i „povratak“ poslovnih putovanja, s time da čak preko 90% američkih putnika planira putovati u idućih 6 mjeseci. Putovanje na odmor planira 78% putnika s prihodima između 150.000 i 250.000 USD te 76% putnika s preko 250.000 USD prihoda godišnje. Zanimljivo, čak 34% putnika planira putovati i raditi na daljinu, dok je svega par mjeseci ranije to isto planiralo 26% putnika.

U odnosu na 2019., aprecijacija dolara je najveća spram valuta Brazila (+35%) i Japana (+28%), slijede Velika Britanija (+10%) i Euro (+8%) te Australija (+5%) i Kanada (+3%). Ukupno gledajući, unatoč primjetnom rastu, broj putovanja Amerikanaca u inozemstvo još uvijek je 18% niži u odnosu na 2019. Najveći rast bilježe putovanja na Bliski Istok (+21%), u Afriku (+12%) i Srednju Ameriku (+8%), dok je Europa u padu od 19%. Najveći porast bilježe putovanja avionom u Meksiko (26%).

Izvor: Tourism Economics istraživanje (studeni 2022.)

Neke od generalnih karakteristika gospodarske situacije, koje mogu utjecati i na industriju putovanja, slijede u nastavku:

- malo i srednje poduzetništvo iskazuje nizak optimizam, unatoč relativnom gospodarskom rastu nakon pandemijskog razdoblja
- potrošači se osjećaju „nesigurno“
- ponuda poslova i dalje raste
- stopa nezaposlenosti je na povijesno niskoj razini od 3,7%
- američko gospodarstvo je u 3. kvartalu 2022. godine opet počelo rasti
- stopa rasta inflacije je usporena u listopadu, ali je i dalje visoka gledajući godišnju razinu (6,3%) što neće spriječiti FED da i dalje podiže kamatne stope
- s druge strane, manja kupovna moć donosi manju prodaju stambenih prostora: rate kredita su u prosjeku 750 USD mjesečno veće uz kamate od 7%, a te dugove apsorbiraju kućanstva.

TURISTIČKO TRŽIŠTE SAD-a

Stanje na emitivnom turističkom tržištu i motivi putovanja u inozemstvo s posebnim osvrtom na 2022. godinu

Prema nezavisnom istraživanju Destination Analysts provedenom na uzorku od 4.000 američkih putnika u listopadu 2022., razvidno je kako ekonomska nesigurnost raste te se čini kako dolazi razdoblje opreznije potrošnje na putovanjima. Ipak, putovanja kratkoročno nisu toliko ugrožena, iako američki putnici očekuju da će SAD uskoro ući u recesiju, a 2/3 njih vjeruje da je neizbježna (zanimljivo, isto uvjerenje dijele stanovnici svih generacija, geografskih regija i razina prihoda). Stoga, 68% američkih putnika navodi kako su oprezni s novcem zbog straha od recesije. Njih čak 79% navodi da navedeno uključuje smanjenje izdataka za putovanja. Zapravo, postotak Amerikanaca koji kažu da su putovanja trenutno prioritet u njihovom proračunu pao je na najnižu razinu u promatranih deset mjeseci 2022. (na 54%), a postotak koji kaže da je sada dobro vrijeme za potrošiti na putovanje najniži je od trenutka kada je pokrenuta anketa, u srpnju 2021. (25%). Glavni fokus je na financijama generalno, pri čemu su skupi benzin i skupa putovanja, osobni financijski razlozi i skupe zrakoplovne karte ključni razlozi koji sprječavaju Amerikance putovati u mjeri u kojoj bi to htjeli.

Unatoč negativnim elementima, više od 82% američkih putnika navodi kako već ima plan putovanja te u sljedeća tri mjeseca 58% njih planira putovanje u slobodno vrijeme, 51% planira posjet prijateljima i obitelji, 15% planira poslovno putovanje, a 9% putuje na kongres ili konferenciju. Više od 28% izjavilo je kako planira putovati u slobodno vrijeme u studenom 2022. (što je porast od 4 postotna boda u usporedbi s mjesec dana ranije), a više od 30% planira putovati u prosincu (2 boda više u odnosu na prošli mjesec). Uz to, 26% američkih putnika planira putovati za Dan zahvalnosti (20% u 2021.), 30% za Božić (27% u 2021.), a 14% za Novu godinu (12% u 2021.) Inače, interes za međunarodna putovanja je također porastao na najviši nivo od početka 2022. godine te 31% Amerikanaca tvrdi da su više zainteresirani za putovanja izvan SAD-a nego u zemlji (povećanje od 6 postotnih bodova u usporedbi s veljačom 2022.), dok 34% tvrdi da će vjerojatno putovati izvan SAD-a u sljedećih 12 mjeseci (porast od 7 postotnih bodova u usporedbi s travnjem 2022.) Glavne inozemne regije koje će Amerikanci najvjerojatnije uskoro posjetiti su Europa, Kanada, Meksiko i Karipski otoci.

Najoptimističniji rezultat ankete jest motivacija Amerikanaca glede njihovih budućih putovanja koja se vratila na razinu iz veljače 2022. (ocjena 7,7 na ljestvici od 0-10 i među najvišim razinama zabilježenim u posljednje 3 godine).

Iako je ljeto 2022. bilo izazovno za putovanja zrakoplovom, ista preferira trećina ispitanika, dok 40% preferira putovanja cestom.

Nažalost, zabrinutost za osobnu sigurnost tijekom putovanja u zemlji je u porastu. Na pitanje o tome koliko su zabrinuti za svoju osobnu sigurnost kada putuju unutar SAD-a, 46% ispitanika navodi kako su više nego umjereno zabrinuti, što je porast od 6 postotnih bodova naspram istraživanja iz prethodnog mjeseca. Više od 7% američkih putnika navodi kako ih je zabrinutost za osobnu sigurnost odvrtila od putovanja u posljednjih šest mjeseci.

Gotovo 30% američkih putnika izjavljuje da redovito sluša podcaste. Dok je na vrhu njihovih popisa sadržaj na temu kriminala, komedije, vijesti i zabave, 16% navodi da redovito sluša podcaste o putovanjima.

Zanimljivo, više od polovice američkih putnika tvrdi kako se obično trude ograničiti osobni utjecaj na okoliš tijekom putovanja, a 38% ih izjavljuje kako su pažljivo planirali smanjiti utjecaj putovanja na okoliš na svom posljednjem putovanju.

Zračni prijevoz 2022

Ulazni troškovi poslovanja američkih zračnih prijevoznika porasli su za 35%, dok su cijene prijevoza porasle za 18% (usporedba 2. kvartala 2019. i 2022.) Najviše su rasle cijene goriva (80%) i materijala za održavanje (50%). Ako se uzme u obzir utjecaj inflacije tijekom 2022., može se reći da su cijene *de facto* 6,8% niže nego li tijekom 2019.

Zrakoplovni prijevoznici su sve više orijentirani na očuvanje okoliša i smanjenje ugljičnog otiska te imaju za dugoročni cilj smanjiti neto emisiju ugljika na nulu do 2050. godine.

Međunarodna putovanja američkih putnika

Međunarodna putovanja američkih putnika po mjesecima, zaključno s rujnom 2022.

U.S. Citizens Outbound Travel: Total: By Month 2022						
	2022	2021	% chg 22/21	2020	2019	% chg 22/19
Jan	4,029,838	2,383,889	69.0%	6,797,079	6,489,937	-37.9%
Feb	4,265,343	2,016,559	111.5%	6,601,178	6,335,413	-32.7%
Mar	5,864,823	2,968,522	97.6%	3,926,650	8,374,670	-30.0%
Apr	6,033,156	3,068,687	96.6%	771,432	7,592,306	-20.5%
May	6,853,148	3,670,716	86.7%	891,525	8,529,519	-19.7%
Jun	8,680,304	4,767,635	82.1%	1,024,000	10,444,011	-16.9%
Jul	9,177,301	5,637,289	62.8%	1,578,370	10,745,667	-14.6%
Aug	7,610,285	4,989,025	52.5%	1,597,311	9,438,442	-19.4%
Sep	6,893,367	4,268,034	61.5%	2,034,546	7,593,152	-9.2%
YTD	59,407,565	33,770,356	75.9%	25,222,091	75,543,117	-21.4%

Izvor: <https://tourismanalytics.com/us-international-outbound.html>

Međunarodna putovanja američkih putnika prema svjetskim regijama, zaključno s rujnom 2022.

U.S. Citizens Outbound Travel: YTD 2022 September							
Number of Trips	2022	% share	2021	% chg 22/21	2019	% share	% chg 22/19
Europe	12,073,202	20.3%	3,375,380	257.7%	15,127,258	20.0%	-20.2%
Caribbean	6,923,652	11.7%	4,601,011	50.5%	7,386,926	9.8%	-6.3%
Asia	1,557,100	2.6%	387,711	301.6%	4,796,584	6.3%	-67.5%
South America	1,757,494	3.0%	842,362	108.6%	1,708,181	2.3%	2.9%
Central America	2,801,813	4.7%	1,762,882	58.9%	2,619,441	3.5%	7.0%
Oceania	263,700	0.4%	34,141	672.4%	694,599	0.9%	-62.0%
Middle East	2,248,094	3.8%	990,651	126.9%	1,884,905	2.5%	19.3%
Africa	463,571	0.8%	282,510	64.1%	418,597	0.6%	10.7%
Mexico (Air)	9,995,432	16.8%	7,029,002	42.2%	7,592,007	10.0%	31.7%
Mexico (Other)	14,497,463	24.4%	13,427,930	8.0%	21,167,458	28.0%	-31.5%
Canada	6,826,044	11.5%	1,036,777	558.4%	12,147,161	16.1%	-43.8%
Total	59,407,565	100.0%	33,770,357	75.9%	75,543,117	100.0%	-21.4%

Source: ITA: National Travel & Tourism Office

Međunarodna putovanja američkih putnika prema svjetskim regijama, za razdoblje 2019. – 2021.

U.S. Citizens Outbound Travel: YTD 2021 December								
Number of Trips	2021	% share	2020	% share	% change	2019	% share	% chg 21/19
Europe	5,238,121	10.7%	2,582,245	7.7%	102.9%	19,049,368	19.2%	-72.5%
Caribbean	6,398,693	13.0%	3,098,060	9.2%	106.5%	9,367,829	9.4%	-31.7%
Asia	626,002	1.3%	1,113,590	3.3%	-43.8%	6,545,700	6.6%	-90.4%
South America	1,401,409	2.9%	772,368	2.3%	81.4%	2,338,374	2.4%	-40.1%
Central America	2,585,337	5.3%	1,103,857	3.3%	134.2%	3,451,418	3.5%	-25.1%
Oceania	63,454	0.1%	247,480	0.7%	-74.4%	958,430	1.0%	-93.4%
Middle East	1,515,991	3.1%	736,993	2.2%	105.7%	2,545,054	2.6%	-40.4%
Africa	385,280	0.8%	186,829	0.6%	106.2%	552,254	0.6%	-30.2%
Mexico (Air)	10,076,894	20.5%	5,016,245	15.0%	100.9%	10,106,672	10.2%	-0.3%
Mexico (Other)	18,712,297	38.1%	16,712,913	49.9%	12.0%	29,350,855	29.6%	-36.2%
Canada	2,093,413	4.3%	1,928,789	5.8%	8.5%	15,004,542	15.1%	-86.0%
Total	49,096,891	100.0%	33,499,369	100.0%	46.6%	99,270,496	100.0%	-50.5%

Source: ITA: National Travel & Tourism Office

Međunarodna putovanja američkih putnika 2019.-2022.

Tijekom 2019. američki gosti su realizirali ukupno 99,3 milijuna putovanja izvan SAD-a, od čega 19,2% u Europu, koja je bila prvo tržište nakon zemalja sjevernoameričkog kontinenta. Tijekom 2020. je zbog pandemije zabilježen drastičan pad (2,6 mil. turista u Europi, ili 7,7% prethodne razine), dok je u 2021. zabilježeno 5,2 mil turista u Europi (10,7%). Oporavak slijedi u 2022. no promet još uvijek nije na razini prije pandemije (procjene ukazuju da će dostići 80%).

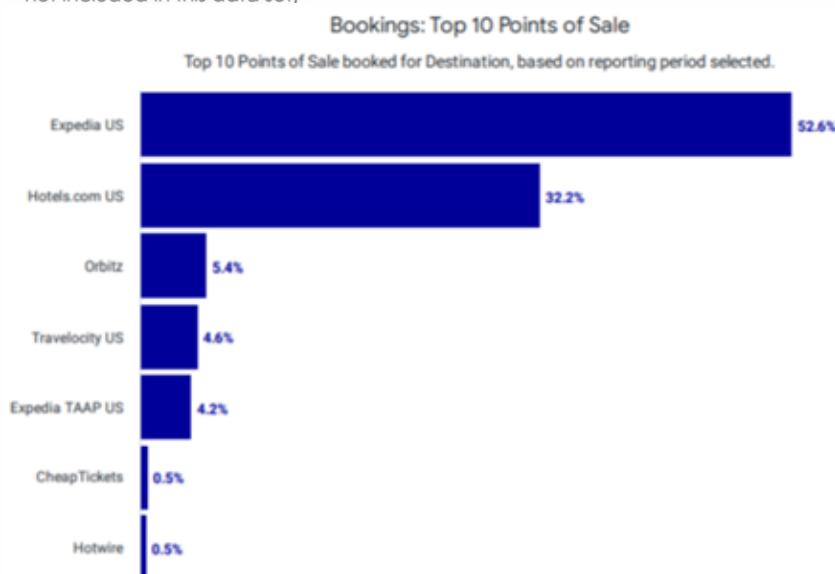
Najznačajniji portali na američkom tržištu – mogućnosti bukiranja programa za Hrvatsku



Source: 1st Party Expedia Group booking data;
Date Range(s): 2020-21 8 weeks from 17/12/2022
Points of Sale (POS) used: US
This document and the information contained within this document are confidential and proprietary to Expedia. It may not be duplicated or distributed to any third party without prior written consent from Expedia. Any other use is strictly prohibited.

US Bookings for Croatia: Where are we seeing them?

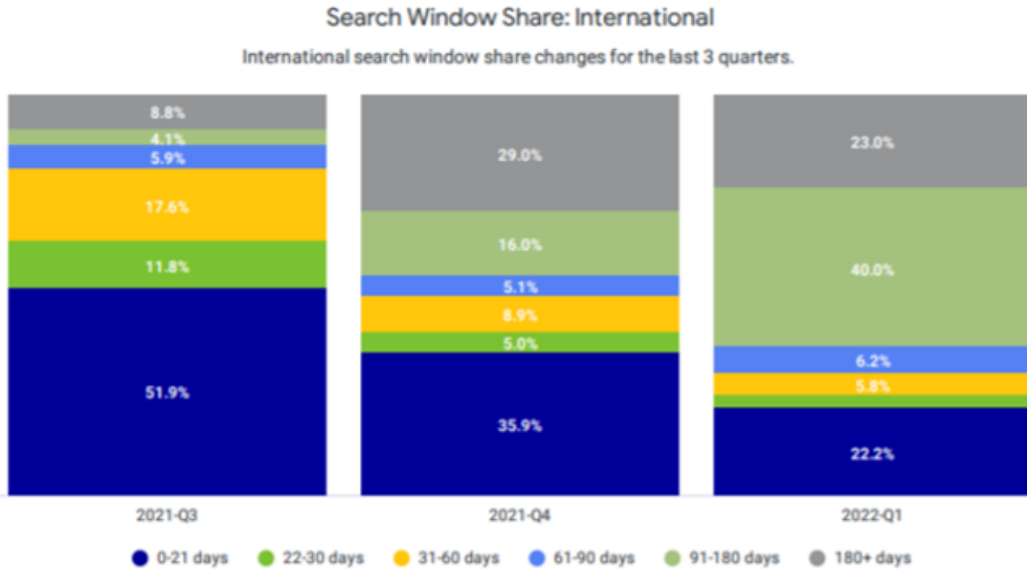
Expedia US and Hotels.com are leading sites with Orbitz and Travelocity secondary (bear in mind Vrbo is not included in this data set)



Vodeći pretraživači na američkom tržištu su Expedia US s 52,6% te Hotels.com US s 32,2% rezervacija.

USA to Croatia search window

Searches are now dominated by 91 days+ so late spring and summer searches are key!



Za razliku od pandemijskog razdoblja, 63% američkih putnika pretražuje internet 91 i više dana unaprijed.

What kind of trips are being booked from USA?

Couples dominate bookings significantly and ADRs are strong, great to see 31% of bookings are 5 star

Traveler Profile
Traveler profile details based on hotel bookings made during the reporting period selected. (Avg. Spend based on Per Pax)

Domestic Indicator	International	Share	Avg. Spend Per Pax	ADR (Hotel)
1 Two Adults		56.1%	\$262	\$214
2 Single		10.6%	\$407	\$122
3 Family		13.1%	\$255	\$299
4 Multi Adult		10.2%	\$158	\$246

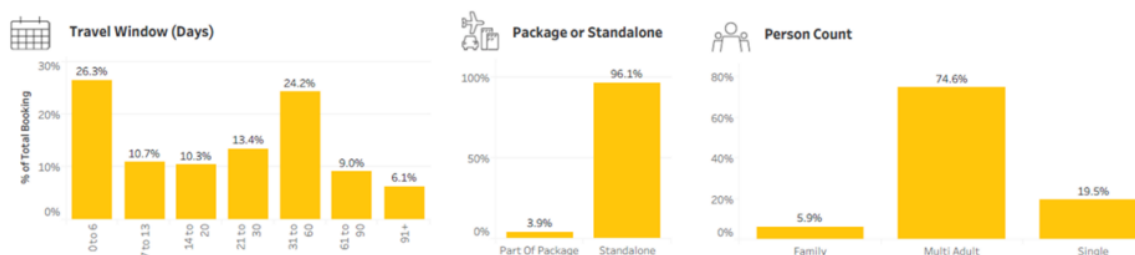


Dvije trećine putovanja američkih putnika obuhvaća dvije odrasle osobe uz prosječnu potrošnju od 262 USD/pax i ADR hotela od 214 USD, a 75% putnika odsjeda u hotelima kategorije 4 ili 5 zvjezdica.

DIRECT SALES PERFORMANCE

Client: Croatian National Tourist Board
 Campaign: ExpediaUSA
 Runtime: June - October 2022
 Market: USA

Booking Insights



Tijekom 2022. 26% rezervacija za Hrvatsku preko Expedia portala realizirano je unutar svega 6 dana prije samog putovanja, a 24% rezervacija u razdoblju od 31 do 60 dana prije putovanja, s time da je preko 96% rezervacija bilo samo za jednu uslugu, dok je 75% rezervacija uključivalo više osoba.

DIRECT SALES PERFORMANCE

Client: Croatian National Tourist Board
 Campaign: ExpediaUSA
 Runtime: June - October 2022
 Market: USA

Booking Insights



Čak 46% Expedia rezervacija za Hrvatsku tijekom 2022. sadržavalo je samo avio-kartu, no 25% rezervacija odnosilo na putovanja duža od 10 dana. Hotelski smještaj je u 70% slučajeva bukiran na 1 ili 2 dana, dok je 70% smještajnih rezervacija uključivalo hotele kategorije 4 ili 5 zvjezdica.

COVID status

Prema CDC podacima, do kraja 2022. u SAD-u je zabilježeno preko 100 mil oboljelih od bolesti COVID-19, od čega preko milijun umrlih. Broj oboljelih postepeno, ali konstantno raste još od listopada 2022. godine te iznosi preko 400 tisuća novooboljelih i 2.500 umrlih tjedno. U prosincu je pojačana hospitalizacija (na dan 30. prosinca je bilo 36 tisuća hospitaliziranih), s time da je preko 15% stanovnika starijih od 5 godina cijepjeno dodatnom *booster* dozom cjepiva. Uklanjanje zahtjeva za testiranje sredinom lipnja 2022. eliminiralo je barijere za američke putnike koji su izbjegavali međunarodna putovanja zbog zabrinutosti glede protokola povratka u zemlju. Restrikcija u SAD-u u pravilu nema, maske nisu obvezne, ali ih mnogi sve više nose, posebno u javnom prijevozu. Putnici iz Hrvatske za SAD se ne trebaju se testirati, ali moraju imati dokaz o cijepljenju.

PREGLED ORGANIZATORA PUTOVANJA NA TRŽIŠTU

Turoperatori u 2022. godini

Prema PwC studiji, USTOA turoperatori planiraju zaključiti 2022. godinu s 15,9 milijardi USD prihoda od prodaje, što je 87% prometa iz 2019., kada su realizirali 18,4 milijardi USD. Usto, očekuje se promet od 6 milijuna individualnih putnika, u odnosu na 7,6 milijuna putnika tijekom 2019. Inače, USTOA turoperatori danas zapošljavaju 11.650 osoba, dok je 2019. bilo aktivno 13.620 radnih mjesta.

U američkom turističkom sektoru posebno je važna uloga savjetnika za putovanja. Prema Internova podacima, savjetnici za putovanja u čak 94% slučajeva utječu na izbor destinacije ili itinerara klijenata, pa čak i kada klijent dođe s već spremnom idejom za putovanje. USTOA članovi predviđaju 3 milijuna prodanih paketa do kraja 2022., što znači pad od 22,6% u odnosu na 2019. (3,8 milijuna paketa). Iako je ukupni broj prodanih paket-aranžmana manji u usporedbi s razinama prije pandemije, prihod po putniku u 2022. porastao je za 8,9%, a prihod po paketu za 11,8%. Čak 57% USTOA turoperatora navodi kako su troškovi putnih paketa porasli između 10%-24%, dok 29% njih izvješćuje o porastu između 1-9%. Predviđa se da će kupnja različitih elemenata potrebnih za formiranje paketa, uključujući karte za zrakoplov, željeznicu, krstarenje, kopneni prijevoz, smještaj, restorane i atrakcije, u 2022. dosegnuti 11,4 milijarde USD, što je 13,4% manje u odnosu na 13,1 milijardu USD prije pandemije.

Turoperatori u 2023. godini

USTOA članovi optimistično gledaju na 2023. godinu – 8 od 10 članova predviđa značajan rast od 7% i više u pogledu obujma prodaje i broja putnika.

Izvor: PriceWaterhouseCoopers LLP (PwC), istraživanje ekonomskog utjecaja među aktivnim USTOA članovima (turoperatorima) između 18. 8. i 3. 10. 2022., uz stopu sudjelovanja od 92%

Najznačajnija profesionalna udruženja u turizmu

#	Name	Full Name	Website
1	USTOA	United States Tour Operators Association	https://ustoa.com/

2	IATA / IATAN	International Air Transport Association / International Airlines Travel Agent Network	https://www.iata.org/
3	ASTA	American Society of Travel Agents	https://www.asta.org/
4	NTA	National Tour Association	https://ntaonline.com/
5	GBTA	The Global Business Travel Association	https://www.gbta.org/
6	PATA	Pacific Asia Travel Association, New York Chapter	https://newyorkpata.org/
7	SKAL	SKAL International, New York Chapter	https://nyskal.com/
8	ATTA	Adventure Travel Trade Association	https://www.adventuretravel.biz/
9	ARTA	Association of Retail Travel Agents	https://www.arta.travel/
10	CLIA	Cruise Lines International Association	https://cruising.org/en-gb

HTZ je dugogodišnji član USTOA, ASTA, NTA i SKAL, a od 2022. je i član PATA New York.

Najznačajniji konzorciji i marketinška udruženja u Sjevernoj Americi

#	Name	Group Type	Members & Fees	Sales / Membership Requirements	Website
1	ATC - The Affluent Traveler Collection	Marketing group for luxury travel specialists	300 luxury focused agencies, fee requirements n.a.	Invitation only, TravelSavers or NEST affiliation required	Theaffluenttraveler.com
2	Cruise Planners	Franchise network	2.500 members, up to 3% royalty, startup fee USD 7.000 per year	USD 588 million annual network sales, for home-based travel agencies	CruisePlannersFranchise.com
3	Dream Vacations / CruiseOne	Franchise network	1.600 franchise owners, initial fee apply	USD 390 million annual network sales	DreamVacationFranchise.com
4	Ensemble Travel Group	Consortium	600+ member agencies in US & Canada, fees apply	USD 4 billion annual network sales	JoinEnsemble.com
5	Expedia Cruises / former CruiseShip Centers	Franchise network of travel agencies specialized in air, land & cruise	300 independently owned retail locations and 7.000+ vacation consultants in North America	Data not available	Expediacruz.com/en-us/corporate
6	Leisure Travel Alliance	Travel marketing network	234 members, fees up to USD 300	For prequalified storefront and home-based agents	LeisureTravelAlliance.com
7	MAST Travel Network	Member-owned cooperative	210 members, annual fee with reward incentives, ASTA membership included	USD 750 million annual network sales, requiring min USD 500.000 tour and cruise sales	MvpTravel.com
8	NEST - Network of Entrepreneurs Selling Travel	Marketing group of independent home-based agents	Over 450, USD 225 annual fee	For home-based, independently owned and operated agencies	JointheNest.com

9	Signature Travel Network	Member-owned cooperative	275+ members in 600+ retail locations, only initial fee when joining	USD 8 billion annual network sales, requiring USD 2 million annual sales with Sign. suppliers	JoinSignatureTravelNetwork.com
10	Travel Leaders Network (Internova)	Franchise and consortium network	6.000+ agency locations in the US & Canada	Over 200 suppliers at robust commission level, the most successful customer lead-generation program with 170.000 leads annually	TravelLeadersNetwork.com
11	TravelSavers	International marketing group for travel advisors	2.500+ affiliates, no fee to qualified agencies only	USD 20 billion annual network sales, by invitation only	Sales.TravelSavers.com
12	Virtuoso	Consortium	1.200+ travel agency locations, 20.000 elite travel advisors in 50 countries and 2.200 preferred suppliers	USD 25-30 billion annual network sales, proven luxury/leisure track record & industry reputation with min. supplier sales	Virtuoso.com
13	WESTA – Western Association of Travel Agencies	Cooperative	150 members, USD 500 annual fee	USD 500 million annual network sales, requiring min 2 years in business and min sales per office location	JoinWesta.com

Napominjemo kako grupacija American Express Retail Travel Network prestaje postojati s krajem 2022. godine.

Najznačajnije agencije

#	Naziv	Članstvo u mreži	Prihodi, USD	Web
1	Altour	American Express	4 mlrd	www.altour.com
2	Andavo Travel	Virtuoso	687 mil	www.andavotravel.com
3	Avoya Travel	n.a.	465 mil	www.avoyanetwork.com
4	Brownell Travel	Virtuoso	200 mil	www.brownelltravel.com
5	Cadence	Virtuoso	140 mil	www.joincadence.com
6	KHM Travel Group	Travel Leaders Network	170 mil	www.KHTravel.com
7	MTravel Hosting Services	Virtuoso	5 mlrd	www.MTravel.com
8	NEST Plus	NEST	n.a.	https://plus.jointhenest.com/
9	Nexion Travel Group	Travel Leaders Network	480 mil	www.nexion.com
10	Oasis Travel Network	Signature Travel Network	140 mil	www.oasistravelnetwork.com
11	Ovation Travel Group	Virtuoso	1,6 mlrd	www.ovationtravel.com
12	Travel Experts	Virtuoso	445 mil	www.independenttravelprofessionals.com

13	Travel Leaders – Market Square Travel	Travel Leaders	70 mil	www.tvlleaders.com
14	Travel Network – Vacation Central	Ensemble Travel	n.a.	www.vacationcentral.com
15	Travel Planners International	Signature Travel Network	300 mil	www.TravelPlannersInternational.com
16	Travel Quest Network	Travel Leaders Network, Tzell	250 mil	www.travelquestnetwork.com
17	Uniglobe Travel Center	Virtuoso	130 mil	www.uniglobetravelcenter.com
18	Valerie Wilson Travel, a Frosch company	Virtuoso	n.a.	www.valeriewilsontravel.com
19	WorldTravelService	Virtuoso	90 mil	www.worldtravelservice.com
20	Your Travel Center / Montecito Village Travel	Virtuoso, Frosch	275 mil	www.ytc.com

Virtuoso suradnja

Ukupno 804 savjetnika za putovanja mreže Virtuoso iz SAD-a i Kanade nudi Hrvatsku.

Članovi iz Hrvatske: incoming – DMC agencije Calvados Club Luxury Travel i Leonidas Travel te hoteli Grand Park Hotel (Rovinj), Hotel Monte Mulini (Rovinj), Ikador Luxury Boutique Hotel & Spa (Opatija), Boutique Hotel Alhambra (Mali Lošinj), Maslina Resort (Stari Grad, otok Hvar), Korta Katarina (Orebić) i Villa Dubrovnik (Dubrovnik).

Signature suradnja

Ukupno 79 savjetnika za putovanja mreže Signature iz SAD-a i Kanade nudi Hrvatsku.

Članovi - distributeri koji nude Hrvatsku: Bedsonline, CostSaver, Airbnb / Luxury Retreats, Villas of Distinction.

Članovi iz Hrvatske: agencija Leonidas Travel i hoteli D-Resort (Šibenik), Radisson Blue Resort & Spa (Split), Hotel Excelsior (Dubrovnik), Rixos Premium (Dubrovnik), Villa Dubrovnik (Dubrovnik).

Suradnja s Internova grupacijom

Incoming (DMC) agencije u Hrvatskoj: Via Tours i Abercrombie & Kent Italy & Croatia.

Članovi iz Hrvatske: hoteli: Grand Park Hotel (Rovinj), Hotel Monte Mulini (Rovinj), Hotel Bellevue (Mali Lošinj), Lešić Dimitri Palace Hotel (Korčula), Maslina Resort (Stari Grad, otok Hvar), Sun Gardens Resort (Dubrovnik) i Villa Dubrovnik (Dubrovnik).

Turoperatori – organizatori putovanja koji nude Hrvatsku (uz naznaku članstva u mreži):

Abercrombie & Kent (Virtuoso, Signature, Internova)

Globus Family of Brands (Virtuoso, Signature, Internova)

Alexander + Roberts (Signature, Internova)

Insight Vacations (Virtuoso, Signature, Internova)

Artisans of Leisure (Virtuoso)

Intrepid Travel (Virtuoso, Internova)

Avanti Destinations (Virtuoso, Signature, Internova)	Journese (Internova)
Backroads (Virtuoso, Signature, Internova)	Kensington Tours (Internova)
Blue Parallel (Virtuoso)	Ker & Downey (Virtuoso, Signature)
Context Travel (Virtuoso)	Luxury Gold (Virtuoso, Signature)
Contiki (Signature)	MT Sobek (Signature)
DuVine Cycling + Adventure Co (Virtuoso)	Natural Habitat Adventures (Signature)
Central Holidays (Virtuoso)	Project Expedition (Signature, Internova)
CIE Tours (Internova)	Roundabout Travel (Signature)
Classic Vacations (Signature, Internova)	SITA World Tours (Internova)
Collette (Virtuoso)	Tauck (Virtuoso, Signature, Internova)
Delta Vacations (Internova)	TCS World Travel (Signature)
Europe Express (Signature, Internova)	Trafalgar (Signature)
Exeter International (Virtuoso, Signature)	Traveling Spoon (Signature)
G Adventures (Virtuoso, Signature, Internova)	Travelive (Signature)
	VBT Bicycling Vacations (Signature)

Ostali značajni turoperator i (*značajnije posluju s Hrvatskom)

- AHI International
- Celtic Tours World Vacations
- Cox & Kings
- *GATE 1 Travel **
- GOGO Vacations & Worldwide Traveler
- Goway Travel, Grand Circle Corporation
- Homeric Tours
- *I World of Travel **
- Majestic Vacations
- Mayflower Tours
- Scenic Tours and Emerald Waterways
- SITA World Tours
- smarTours
- The Travel Corporation USA
- Travel Bound
- Travel Impressions
- WorldStrides / Explorica
- YMT Vacations

Najave za 2023.

Sljedeći partneri su najavili pojačani interes i angažman u prodaji Hrvatske na tržištu Sjeverne Amerike te su zainteresirani za dodatne, zajedničke marketinške aktivnosti:

- Avanti Destinations, SAD, turoperator

- Collette Vacations, SAD, turoperator
- DownTown Travel, SAD, air consolidator
- Indus Travel, Kanada, turoperator
- Intrepid Travel, SAD, turoperator
- I World of Travel, SAD, turoperator s podružnicom u Hrvatskoj
- KeyTours Vacations, SAD, turoperator

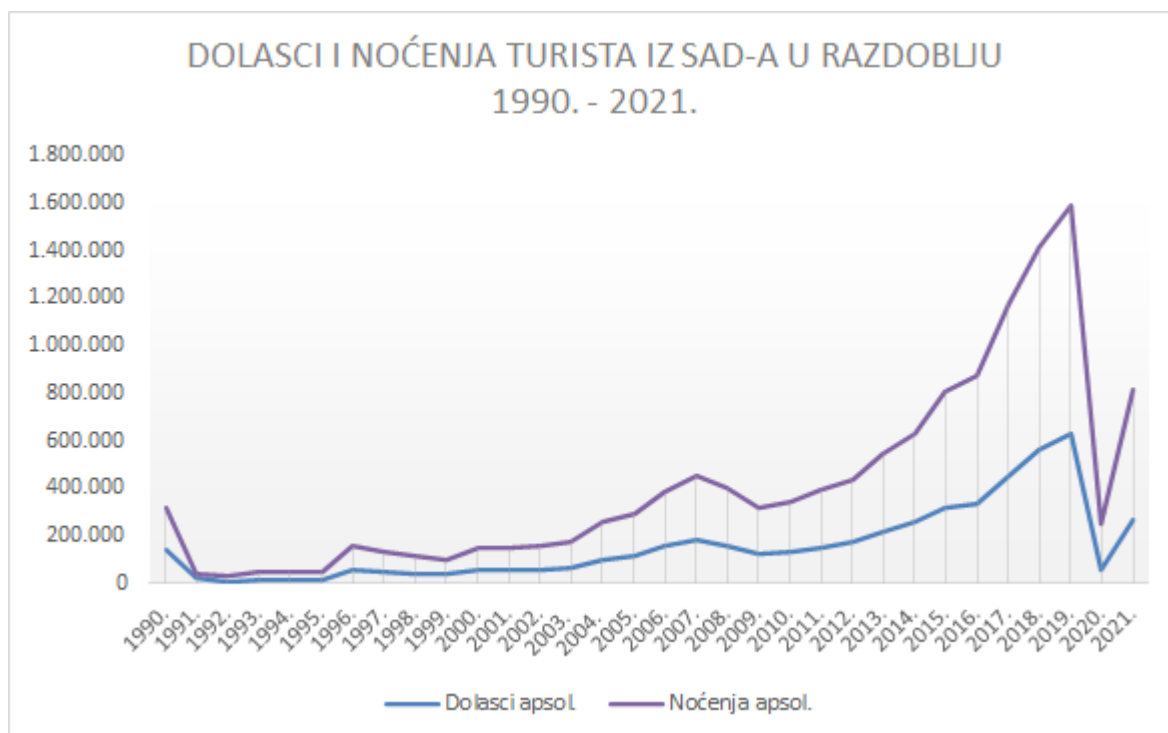
Cruising kompanije koje nude Hrvatsku (većina su članovi sve tri mreže)

- AmaWaterways
- Atlas Ocean Voyages
- Avalon Waterways
- Azamara
- Celebrity Cruises
- Cunard
- Disney Cruise Line
- Explora Journeys
- Holland America Line
- Lindblad Expeditions
- MSC Cruises
- Norweigan Cruise Line
- Oceania Cruises
- Paul Gauguin Cruises PONANT
- Princess Cruises
- Regent Seven Seas Cruises
- Royal Caribbean International
- Seaburn
- SeaDream Yacht Club
- Silversea Cruises
- Star Clippers Americas
- Tauck River Cruising
- The Ritz-Carlton Yacht Collection
- Uniworld Boutique River Cruises
- Viking Cruises
- Virgin Voyages
- Windstar Cruises

DOPRINOS TRŽIŠTA UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU

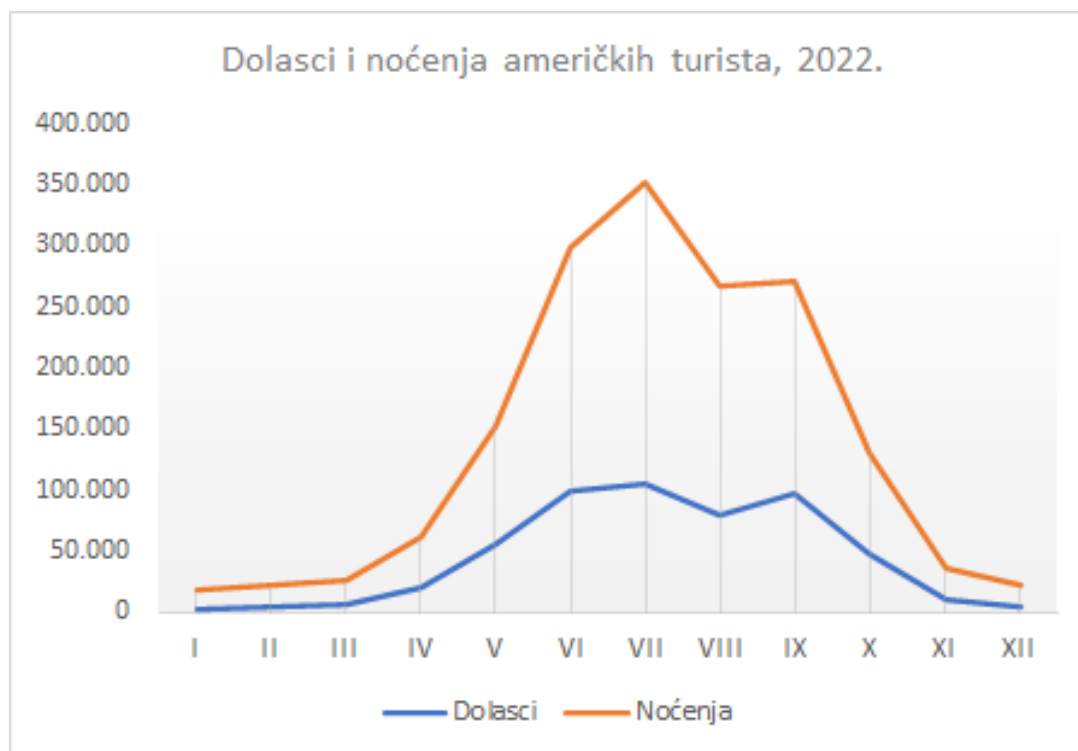
SAD	Dolasci			Noćenja		
	apsol.	indeks	1990.=100	apsol.	indeks	1990.=100
1990.	141.449		100	315.790		100
1991.	17.645	12	12	40.752	13	13
1992.	6.965	39	5	28.136	69	9
1993.	12.969	186	9	43.245	154	14
1994.	16.264	125	11	47.515	110	15
1995.	17.421	107	12	49.079	103	16
1996.	58.000	333	41	159.000	324	50
1997.	47.717	82	34	127.475	80	40
1998.	41.054	86	29	110.973	87	35
1999.	36.060	88	25	97.333	88	31
2000.	52.654	146	37	146.675	151	46
2001.	52.446	100	37	144.276	98	46
2002.	58.529	112	41	159.617	111	51
2003.	65.430	112	46	176.692	111	56
2004.	97.564	149	69	254.109	144	80
2005.	115.289	118	82	291.747	115	92
2006.	154.065	134	109	383.817	132	122
2007.	181.381	118	128	453.106	118	143
2008.	158.140	87	112	397.433	88	126
2009.	118.996	75	84	314.442	79	100
2010.	132.751	112	94	341.398	109	108
2011.	150.831	114	107	396.084	116	125
2012.	173.501	115	123	433.227	109	137
2013.	219.912	127	155	548.545	127	174
2014.	255.592	116	181	630.369	115	200
2015.	317.414	124	224	806.411	128	255
2016.	334.626	105	237	877.917	109	278
2017.	451.947	135	320	1.178.063	134	373
2018.	558.751	124	395	1.413.182	120	448
2019.	626.035	112	443	1.591.558	113	504
2020.	51.767	8	37	247.808	16	78
2021.	263.690	509	186	815.033	329	258

IZVOR: DZS - komercijalni smještajni kapaciteti



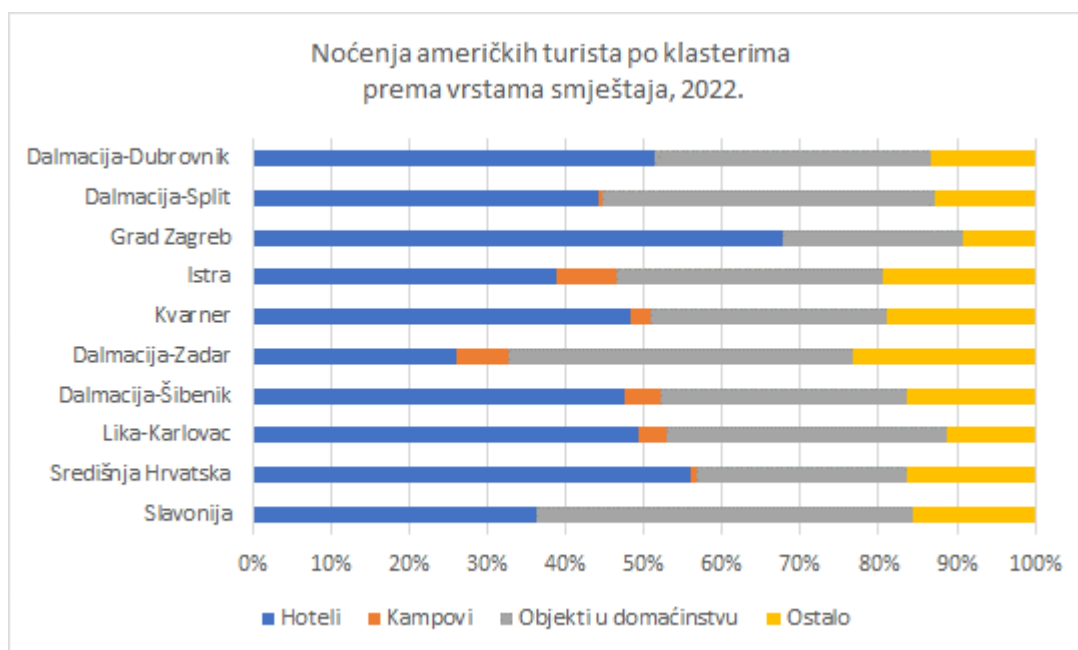
IZVOR: DZS - komercijalni smještajni kapaciteti

REZULTATI 2022. PREMA SUSTAVU eVISITOR (svi kapaciteti)



Promet po klasterima

	Dolasci	Noćenja
Dalmacija-Dubrovnik	160.055	463.518
Dalmacija-Split	159.036	458.702
Nautika	29.102	200.505
Grad Zagreb	62.973	150.767
Istra	35.197	123.253
Kvarner	23.998	94.833
Dalmacija-Zadar	18.213	56.623
Dalmacija-Šibenik	11.857	45.372
Lika-Karlovac	26.187	43.147
Središnja Hrvatska	5.625	11.193
Slavonija	3.121	6.915
Ukupno	535.364	1.654.828



Top destinacije

Grad općina	Noćenja
Dubrovnik	365.864
Split	237.853
Zagreb	150.767
Hvar	67.774
Rovinj	38.999
Zadar	34.718
Opatija	34.413
Župa dubrovačka	27.674
Korčula	26.979
Pula	24.494

Dolasci po dobi i spolu

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

Aktualni imidž Hrvatske na emitivnom tržištu

Hrvatska je percipirana kao sigurna destinacija, a dobrom imidžu i stjecanju „prednosti“ u odnosu na ostale europske destinacije pomogla je odluka Vlade o otvorenim granicama za Amerikance (kroz dobrodošlicu putnicima koji su cijepljeni, preboljeli COVID ili imaju negativni test) u vrijeme vrhunca COVID pandemije te naponi vezani uz osiguranje sigurnog boravka u Hrvatskoj uz projekt Safe Stay in Croatia. Pozitivnom imidžu pomaže i promocija Hrvatske kao destinacije za globalne nomade te prisutnost u vodećim američkim novinama i časopisima, a posebice posjete raznih *celebrity* osoba. Hrvatska je u 2022. na 14. mjestu Conde Nast Traveler liste destinacija dobitnika Reader's Choice Awards, dok je Dubrovnik rangiran kao 12. *most friendly* destinacija. Inače, to je najdugovječnije i najprestižnije priznanje izvrsnosti u industriji putovanja te je odličan pokazatelj imidža destinacije.

Američko turističko tržište odlikuju vrlo zahtjevni putnici, koji cijene specifična i jedinstvena iskustva te personalizirane usluge. Američki putnici vole Hrvatsku tijekom sva četiri godišnja doba, uvijek otkrivajući skrivena blaga i atrakcije. Ne samo da posjećuju Hrvatsku turistički, već su i najbrojniji digitalni nomadi u našoj zemlji.

Hrvatska turistička strategija na američkom tržištu fokusirana je na attribute boutique i *lifestyle* destinacije, koja nudi jedinstvena iskustva turističkim “zalcima”, onima koji su posjetili

mnoge zemlje. Cilj pozicioniranja nije masovnost niti konkuriranje cjenovno najpovoljnijim turističkim destinacijama Mediterana, već je cilj prikazati održivu turističku ponudu kao dio lokalnog načina života na mediteranskoj obali, s prekrasnom i gotovo netaknutom prirodom na području cijele države. Hrvatska je definitivno percipirana kao sigurna i kvalitetna *lifestyle* destinacija, koje nudi jedinstveno iskustvo spoja kulture, tradicije, prirodnih ljepota i raznih atrakcija, u srcu Europe.

Promocija Hrvatske kao destinacije za globalne nomade, kontinuirana prisutnost u vodećim američkim novinama i časopisima (USA Today, New York Times, Washington Post, Forbes, Conde Nast Traveler, Travel + Leisure, itd.), filmska produkcija i ponovna uspostava fiksnih polazaka turoperatora (Insight Vacations, Collette, Tauck, itd.) i kompanija za krstarenja (Viking Cruises i sl.) pomogla je Hrvatskoj da se održi „na radaru“ američkih putnika.

TRŽIŠNE PERSPEKTIVE

Predviđanja za 2023.

Istraživanje MMGY Travel Intelligence (rujan 2022.) najavljuje kako će se, unatoč rastućim troškovima i turbulentnim događajima u svijetu, tijekom 2023. godine povećati broj međunarodnih putovanja imućnih Amerikanaca (studija "Portret američkih međunarodnih putnika" koju MMGY izrađuje u suradnji s udruženjem američkih turoperatora USTOA). S više od 2.000 ispitanika, opsežna nacionalna anketa otkrila je da putnici s visokim primanjima koji odlaze van SAD-a namjeravaju realizirati prosjeku 3,8 međunarodnih putovanja u idućih 12 mjeseci, što je porast od 72% u odnosu na 2019. (2,2 putovanja). Dodatno, prosječni putnik predviđa da će potrošiti ukupno 15.364 USD za međunarodna putovanja u 2023., što je povećanje od 16% u usporedbi s predviđanjima potrošnje prije pandemije.

Prema anketi, iako je ukupni interes za putovanja u inozemstvo porastao, broj odredišta koja putnici iz SAD-a žele posjetiti smanjio se u usporedbi s onima prije pandemije, što sugerira da su putnici postali selektivniji u svojim odlukama o kupnji. Europa, južni Pacifik, Karibi i Kanada četiri su glavna odredišta koja su putnici iz SAD-a naveli kao mjesta koja žele posjetiti.

Ukazujući na promjenu u obrascima putovanja, studija ukazuje na sveukupni porast interesa za posjet odredištima s manje gužve i onima koja nude obilje aktivnosti na otvorenom. Ispitujući generacijske razlike, studija je otkrila da u sljedećih 12 mjeseci američki *milenijalci* planiraju češće putovati nego *boomeri* (5,7 naspram 1,5), no za *boomere* se očekuje veća potrošnju po putovanju (7.725 prema 3.564 USD).

Prekidi putovanja, kao što su otkazivanje letova ili kašnjenja, najveća su briga za Amerikance koji putuju u inozemstvo. Zabrinutost oko prekida putovanja podjednako je podijeljena među svim generacijama, dok se čini da druge brige poput inflacije i bolesti COVID-19 imaju veći utjecaj na mlađe putnike. Osobna sigurnost (strah od nasilja i nemira) te prakse održivosti dodatne su teme koje zabrinjavaju putnike. Studija potvrđuje da naponi pružatelja usluga putovanja ili odredišta u pogledu održivosti utječu na odluke o putovanju, prvenstveno za mlađe generacije. Naime, 63% *milenijalaca* navodi da održive prakse pružatelja usluga putovanja utječu na njihovo donošenje odluka o putovanju. Sagledavajući dinamiku porasta broja gostiju s tržišta tijekom 2022., za očekivati je kako će broj noćenja američkih gostiju u 2023. dostići realizaciju iz 2019. godine.

Top odredišta za 2023.

Prema PwC studiji, Italija je najpopularnija destinacija u 2023., a potom slijede Grčka, Francuska, Velika Britanija, Island, Egipat, Španjolska, Portugal, Jordan, Japan, Maldivi i Irska. Uz njih, najatraktivnije *off-the-beaten path* destinacije u 2023. su Island, Egipat i Hrvatska te potom Kolumbija, Norveška, Antarktik, Portugal, Maroko, Saudijska Arabija, Turska, Jordana i Južna Afrika.

Globalni rizici

Prema PwC studiji, globalni rizici koji bi mogli utjecati na turističku industriju u sljedeće tri godine su:

1. Povećanje troškova života
2. Pandemija i druge zdravstvene krize
3. Veliki nedostatak osoblja
4. Globalna financijska nestabilnost
5. Ratna zbivanja u Europi

Poslovno okruženje

Svega 35% USTOA članova vjeruje da je njihova organizacija poduzela dovoljno aktivnosti na temu održivosti, dok 53% njih posjeduje formalnu strategiju održivosti, s time da preko 70% navodi kako su korporativne vrijednosti i kultura te pozitivan odgovor na globalnu krizu bili ključni faktori za donošenje strategije održivosti.

Sagledavajući budućnost turoperatorskog sektora, 57% dionika smatra kako će nove tehnologije olakšati klijentima dohvat putnih informacija i realizaciju rezervacija, kao i da će se i dalje nastaviti „glad“ za putovanjima. Svega 25% njih smatra da turoperator treba napraviti značajan zaokret u poslovnom modelu, no samo 14% turoperatora smatra da će sektor uspjeti u privlačenju potrebnih kadrova.

Izvor: *Tourism Economics - MMGY istraživanje Portrait of American Travelers 2022 (rujan 2022.)*

Preferencije US putnika u 2023. godini (potrošnja, planiranje i motivi putovanja)

Očekivana potrošnja američkih putnika na međunarodnim putovanjima u idućih 12 mjeseci, s obzirom na godišnja primanja:

- a) Putnici s primanjima 100.000 -150.000 USD – potrošnja od 9.362 USD na 2,6 putovanja, ili prosječno 3.601 USD po putovanju
- b) Putnici s primanjima 150.000 - 250.000 USD – potrošnja od 14.564 USD na 4,3 putovanja, ili prosječno 3.387 USD po putovanju
- c) Putnici s primanjima iznad 250.000 USD – potrošnja od 30.360 USD na 5,3 putovanja, ili prosječno 5.728 USD po putovanju

Za usporedbu, prosječni budžet za ljetna putovanja u 2021. godini iznosio je 2.400 USD po putniku.

Tijekom iduće tri godine, američki putnici su i dalje najviše zainteresirani putovati u Europu (83%) te na Južni Pacific i Karibe (62%). Slijedom utjecaja pandemije, vremenski okvir planiranja međunarodnih putovanja se kod 41% putnika produžio, kod 30% putnika je ostao nepromijenjen, a kod 26% je skraćen. 46% putnika planira međunarodno putovanje 3 do 6 mjeseci unaprijed (43% u 2019.), 29% putnika planira putovanje 6 do 12 mjeseci ranije, no samo 17% planira međunarodno putovanje unutar 3 mjeseca što je i najveća promjena u odnosu na 2019. (24%).

Na donošenje odluke o putovanju u inozemstvu najviše utječe želja za posjetom novoj, nepoznatoj destinaciji (82%), sigurnost destinacije (81%), vrijeme u destinaciji (78%), atraktivna cijena (77%) i prometna povezanost (75%). Preferiraju se *new, safe, warm* destinacije („nove, sigurne i tople“). Nadalje, 44% putnika kod odabira destinacije važnim smatra orijentaciju prema održivosti i očuvanju okoliša, koji su tim važniji za mlađe putnike (*milenijalci*) te one s većim primanjima (+150.000 USD).

Čak 79% međunarodnih američkih putnika preferira putovati u više destinacija/lokacija/zemalja tijekom jednog putovanja, odnosno, 20% ih planira posjetiti više država u jednom putovanju, 21% određeni grad ili regiju, a 59% više gradova unutar iste države.

Izvor: istraživanje Smithsonian Curiosity Council (studeni 2022.)

Luksuzni segment

Prema istraživanju o utjecaju gospodarstva na odluke o putovanjima, više od tri četvrtine putnika slaže se da je pogodno vrijeme za putovanje u inozemstvo zbog snažnog dolara. Čak 87% smatra putovanje vrijednom investicijom, a 84% njih planira, ili je već rezerviralo putovanje u narednih 12 mjeseci. Buking europskih destinacija je nešto viši nego krajem 2019., s time da ponajbolje „kotira“ Italija. Glavninu potražnje čine strastveni zaljubljenici u putovanja, povijest i kulturu, putnici koji traže nova iskustva, zaljubljenici u aktivni i pustolovni turizam. Štoviše, više od 57% putnika je željno novih *off-the-beaten-path* destinacija, u koje spada i Hrvatska. Današnji putnici žele potpuno uroniti u kulturu svojih domaćina, upoznati sve ono što destinaciju čini posebnom i drugačijom i pri tome živjeti stilom svojih domaćina.

Izvor: prezentacija Airlines for America - A4A (ranije Air Transport Association of America)

Zrakoplovna povezanost

Američki prijevoznik United Airlines je od kraja svibnja pa do kraja listopada 2022. prometovao na relaciji New York (Newark) – Zagreb, četiri puta tjedno. Prijevoznik planira nastavak linije od 27. 5. do 24. 9. 2023.