



SAD I KANADA

PROFIL EMITIVNOG TRŽIŠTA 2013. - 2015.



OPĆI PODACI O TRŽIŠTU

SAD

Političko uređenje

Ustavna savezna republika sa snažnom demokratskom tradicijom

(Izvor: CIA „The World Factbook“, United States)

Površina

Ukupno: 9.826.630 km²

Kopnena površina: 9.161.923 km²

Vodena površina: 664.707 km²

(Izvor: CIA „The World Factbook“, United States)

Najveći gradovi

New York, Los Angeles, Washington, Chicago, Houston, Miami, Dallas, Philadelphia, San Diego, Detroit, Boston, Seattle

(Izvor: U.S. Census Bureau „Population Division“)

Stanovništvo (po dobi, po spolu)

Ukupno stanovništvo: 318.892.103

(procjena srpanj 2014.)

0 – 14 godina: 19,4 % (muškarci 31.582.349, žene 30.221.106)

15 – 24 godine: 13,7 % (muškarci 22.436.057, žene 21.321.861)

25 – 54 godine: 39,9 % (muškarci 63.452.792, žene 63.671.631)

55 – 64 godine: 14,5 % (muškarci 19.309.019, žene 20.720.284)

65 i stariji: 13,9 % (muškarci 20.304.644, žene 25.874.360)

(Izvor: CIA „The World Factbook“, United States)

Opće karakteristike gospodarstva

Gospodarstvo SAD-a nalazi se među deset najvećih svjetskih ekonomija, a prakticira tržišno orijentiranu ekonomiju. Američke tvrtke uživaju veliku fleksibilnost u upravljanju, mnogo više nego one na tržištima Europe i Japana. Američka je ekonomija najnaprednija u tehnološkom, zdravstvenom, aeronautičkom i vojnom sektoru.

Aktualno stanje BDP-a, usporedba s prethodnim godinama i prognoza za naredne godine; BDP per capita

BDP per capita u 2013. iznosi 53.143 dolara

(podaci Svjetske banke).

Prosječna plaća – aktualni podaci

Prosječna godišnja primanja po kućanstvu u SAD-u tijekom:

2011.: 51.100 dolara

2012.: 51.017 dolara

procjena za 2014.: 53.093 dolara

(Census Bureau)



Postotak nezaposlenosti u 2013., aktualno stanje u 2014. i procjena trenda

	Jan.	Feb.	Mar.	April	May	June	July	Aug.	Sept.	Oct.	Nov.	Dec.
2014	6.6	6.7	6.7	6.3								
2013	7.9	7.7	7.5	7.5	7.5	7.5	7.3	7.2	7.2	7.2	7.0	6.7
2012	8.3	8.3	8.2	8.1	8.2	8.2	8.2	8.1	7.8	7.9	7.8	7.8
2011	9.0	8.9	8.8	9.0	9.1	9.2	9.1	9.1	9.1	9.0	8.6	8.5
2010	9.7	9.7	9.9	9.9	9.7	9.5	9.5	9.6	9.6	9.6	9.8	9.4
2009	7.6	8.1	8.5	8.9	9.4	9.5	9.4	9.7	9.8	10.2	10.0	10.0
2008	4.9	4.8	5.1	5.0	5.5	5.6	5.8	6.2	6.2	6.6	6.8	7.2

Izvor: Bureau of Labor Statistics

Stopa inflacije – aktualni podaci



Izvor: www.tradingeconomics.com | U.S. BUREAU OF LABOR STATISTICS

Vanjskotrgovinska bilanca – aktualni podaci i trend

Prema podacima Ureda za popis stanovništva Sjedinjenih Američkih Država, međunarodni trgovinski deficit u travnju 2014. iznosio je 40,4 milijarde američkih dolara.

Utjecaj globalnih gospodarskih kretanja na domicilno gospodarstvo

Stabilizacija ekonomije nakon recesije 2008. trenutačno se očituje u smanjenju postotka nezaposlenosti, povećanoj osobnoj potrošnji, stabilizaciji tržišta nekretnina itd.

OPĆI PODACI O TRŽIŠTU

KANADA

Političko uređenje

Kanada je demokratska ustavna monarhija s kraljicom Elizabetom II. kao državnim poglavarom koju u Kanadi predstavlja generalni guverner David Johnston. Na čelu vlade jest premijer Stephen Harper, vođa Kanadske konzervativne stranke koji je na toj poziciji od 2006. Kanada je također i konfederacija s parlamentarnom demokracijom.

Površina

Ukupno: 9.984.670 km²

Kopnena površina: 9.093.507 km²

Vodena površina: 891.163 km²

Najveći gradovi

Toronto, Montreal, Calgary, Ottawa, Edmonton, Mississauga, Winnipeg, Vancouver, Brampton, Hamilton

Stanovništvo (po dobi, po spolu)

Ukupno stanovništvo: 34.834.841 (procjena srpanj 2014.)

0 – 14 godina: 15,5 % (muškarci 2.764.691, žene 2.628.413)

15 – 24 godine: 12,7 % (muškarci 2.267.210, žene 2.142.085)

25 – 54 godine: 41 % (muškarci 7.244.109, žene 7.052.512)

55 – 64 godine: 13,5 % (muškarci 2.336.202, žene 2.380.703)

65 godina i stariji: 17,3 % (muškarci 2.670.482, žene 3.348.434)

Opće karakteristike gospodarstva

Gospodarstvo Kanade nalazi se na 11. mjestu najvećih svjetskih gospodarstava prema nominalnom BDP-u te se nalazi među bogatijim državama svijeta. Kanada je članica Organizacije za ekonomsku suradnju i razvoj (OECD) te skupine G7, savjetodavnog foruma sedam najvažnijih industrijskih zemalja svijeta. U gospodarstvu Kanade dominiraju uslužne djelatnosti u kojima je zaposleno oko ¾ Kanađana. Primarni sektor, odnosno proizvodnja sirovina poput drvene građe i nafte, važni su za gospodarstvo Kanade što je donekle neuobičajeno za razvijena gospodarstva poput kanadskoga. U proizvodnom sektoru važne grane jesu automobilska industrija i proizvodnja zrakoplova.

Aktualno stanje BDP-a, usporedba s prethodnim godinama i prognoza za naredne godine; BDP per capita
BDP per capita u 2013. iznosio je 51.958 dolara (podaci Svjetske banke).



Postotak nezaposlenosti u 2013., aktualno stanje u 2014. i procjena trenda



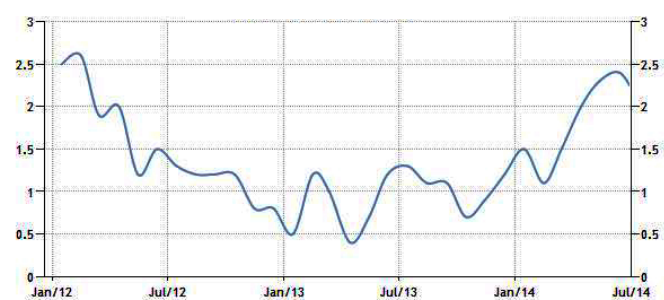
Prosječna visina satnice rada



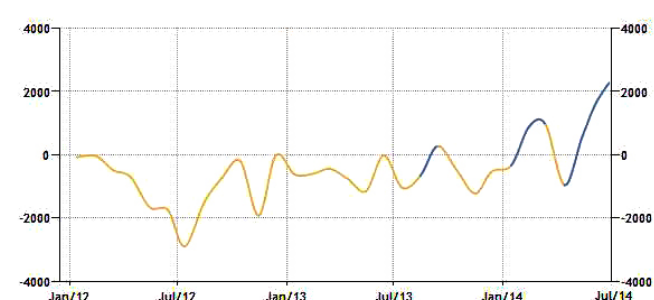
Vanjskotrgovinska bilanca – aktualni podaci i trend

Međunarodna trgovina ima veliki udjel u ukupnom kanadskom gospodarstvu te izvoz čini više od 45 % BDP-a. Najveći trgovinski partner Kanade jest SAD koji ima udjel od 79 % u kanadskom izvozu te 54 % u uvozu.

Stopa inflacije – aktualni podaci



Vanjskotrgovinska bilanca – aktualni podaci i trend



MEDIJI I OGLAŠAVANJE NA TRŽIŠTU – SAD

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

Komercijalne TV postaje

- American Broadcasting Company (ABC) (nekad NBC Blue)
- National Broadcasting Company (NBC) (nekad NBC Red)
- Columbia Broadcasting System (CBS)
- Fox Network (Fox)
- Warner Brothers Network (WB)
- United Paramount Network (UPN)
- PAX Network (PAX)

Nekomercijalne TV postaje

- Public Broadcasting System (PBS)

TV postaje španjolskoga govornog područja

- Univision
- Telemundo
- TeleFutura

Dnevni listovi, novine – podaci Audit Bureau of Circulation

PROSJEČNA DISTRIBUCIJA 25 NAJVEĆIH DNEVNIH NOVINA / SAD / AUDIT BUREAU OF CIRCULATION							
Naziv izdanja	Tisak	Ukupno digitalna izdanja	Ukupno prosječna naklada	Ukupno tiskana i digitalna izdanja	Ukupna prosječna naklada		
					Od 31. ožujka 2013.	Od 31. ožujka 2012.	Postotak promjene %
WALL STREET JOURNAL	1.480.725	898.102	2.378.827		2.378.827	2.118.315	12,3
NEW YORK TIMES	731.395	1.133.923	1.865.318		1.865.318	1.586.757	17,6
USA TODAY	1.424.406	249.900	1.674.306		1.674.306	1.817.446	- 7,9
LOS ANGELES TIMES	432.873	177.720	610.593	43.275	653.868	616.575	6,0
NEW YORK DAILY NEWS	360.459	155.706	516.165		516.165	579.636	- 11,0
NEW YORK POST	299.950	200.571	500.521		500.521	555.327	- 9,9
WASHINGTON POST	431.149	42.313	473.462	1.305	474.767	507.615	- 6,5
CHICAGO SUN-TIMES	184.801	77.660	262.461	208.087	470.548	421.780	11,6
DENVER POST	213.830	192.805	406.635	10.041	416.676	401.120	3,9
CHICAGO TRIBUNE	368.145	46.785	414.930		414.930	414.590	0,1
DALLAS MORNING NEWS	190.613	65.912	256.525	152.740	409.265	405.349	1,0
NEWSDAY	265.782	111.962	377.744		377.744	397.973	- 5,1
HOUSTON CHRONICLE	231.233	102.341	333.574	26.677	360.251	346.129	4,1
ORANGE COUNTY REGISTER	159.411	15.466	174.877	181.288	356.165	280.812	26,8
NEWARK STAR-LEDGER	180.271	160.507	340.778		340.778	278.940	22,2
TAMPA BAY TIMES	241.020	17.099	258.119	82.141	340.260	299.497	13,6
CLEVELAND PLAIN DEALER	216.122	95.483	311.605		311.605	286.405	8,8
PHILADELPHIA INQUIRER	184.827	67.958	252.785	54.046	306.831	325.289	- 5,7
MINNEAPOLIS STAR TRIBUNE	227.694	73.651	301.345		301.345	300.330	0,3
PHOENIX REPUBLIC	285.927	7.048	292.975	665	293.640	321.600	- 8,7
HONOLULU STAR-ADVERTISER	125.726	68.993	194.719	73.525	268.244	209.915	27,8
LAS VEGAS REVIEW-JOURNAL	126.293	15.996	142.289	109.758	252.047	259.247	- 2,8
SAN DIEGO UNION-TRIBUNE	192.782	21.569	214.351	36.327	250.678	230.578	8,7
BOSTON GLOBE	172.048	73.524	245.572		245.572	225.482	8,9
ATLANTA JOURNAL-CONSTITUTION	149.523	6.704	156.227	74.867	231.094	174.251	32,6

25 NAJVEĆIH ČASOPISA U SAD-U PREMA PROVJERENOJ DISTRIBUCIJI

Naziv izdanja	Ukupno plaćeno i potvrđeno do 30. lipnja 2013.	Ukupno plaćeno i potvrđeno do 30. lipnja 2012.	Postotak promjene %
AARP THE MAGAZINE	21.931.184	22.528.478	2,7
AARP BULLETIN	21.701.445	22.283.411	- 2,6
GAME INFORMER MAGAZINE	7.829.179	8.169.524	- 4,2
BETTER HOMES AND GARDENS	7.624.505	7.617.038	0,1
READER'S DIGEST	5.241.484	5.577.717	- 6,0
GOOD HOUSEKEEPING	4.396.795	4.346.757	1,2
FAMILY CIRCLE	4.014.881	4.100.977	- 2,1
NATIONAL GEOGRAPHIC	4.001.937	4.232.205	- 5,4
PEOPLE	3.542.185	3.563.035	- 0,6
WOMAN'S DAY	3.394.754	3.449.692	- 1,6
TIME-THE WEEKLY NEWSMAGAZINE	3.301.056	3.276.822	0,7
LADIES' HOME JOURNAL	3.229.809	3.205.302	0,8
TASTE OF HOME	3.207.340	3.231.697	- 0,8
SPORTS ILLUSTRATED	3.065.507	3.204.945	- 4,4
COSMOPOLITAN	3.017.987	3.017.834	0,0
PREVENTION	2.884.542	2.930.730	- 1,6
SOUTHERN LIVING	2.824.751	2.841.331	- 0,6
AAA LIVING	2.439.193	2.459.090	- 0,8
O, THE OPRAH MAGAZINE	2.417.589	2.444.934	- 1,1
GLAMOUR	2.300.854	2.374.291	- 3,1
PARENTING	2.245.062	2.232.588	0,6
AMERICAN LEGION MAGAZINE	2.232.287	2.284.729	- 2,3
REDBOOK	2.229.809	2.222.177	0,3
FAMILYFUN MAGAZINE	2.130.223	1.985.827	7,3
ESPN THE MAGAZINE	2.128.345	2.132.897	- 0,2

MEDIJI I OGLAŠAVANJE NA TRŽIŠTU – KANADA

- **CBC Television** jest javna nacionalna mreža u vlasništvu Canadian Broadcasting Corporation (CBC) s programom na engleskom jeziku te na francuskom i jeziku domorodaca u Quebecu i sjevernim pokrajinama.
- **City** je privatna TV mreža s televizijskim postajama u Quebecu, Ontariju, Manitobi, Saskatchewanu, Alberti i Britanskoj Kolumbiji koje emitiraju program na engleskom jeziku.
- **CTV** jest nacionalna privatna mreža koja emitira program na engleskom jeziku.
- **CTV Atlantic** jest privatna TV postaja koja emitira program na području Nove Škotske, New Brunswicka i Otoka princa Edwarda.
- **CTV Northern Ontario**
- **Global Television Network** jest privatna nacionalna mreža.
- **ICI Radio-Canada Télé** jest javna nacionalna mreža u vlasništvu Canadian Broadcasting Corporation (CBC) koja emitira program na francuskom jeziku.
- **TVA** jest privatna TV mreža sa sjedištem u Quebecu, dostupna u cijeloj Kanadi putem kabelske televizije. Emitira TV program na francuskom jeziku.

Dnevni listovi, novine

(Izvor: newspaperscanada.ca)

U 2013. dnevni prosjek naklade plaćanih i besplatnih dnevnika iznosio je 5.684.262 primjeraka te više od 34 primjeraka dnevnih novina tijekom tjedan dana. Na tržištu je bilo prisutno 112 dnevnih novina od čega 93 komercijalnih i 19 besplatnih.

Vodeće dnevne novine u Kanadi, prema nakladi:

1. Toronto Star, Toronto (ON)
2. The Globe and Mail, National (ON)
3. Le Journal de Montréal, Montreal (QC)
4. La Presse, Montreal (QC)
5. 24 Hours Toronto, Toronto (ON)
6. Metro Toronto, Toronto (ON)
7. Le Journal de Québec, Quebec City (QC)
8. The Toronto Sun, Toronto (ON)
9. National Post, National (ON)
10. The Vancouver Sun, Vancouver (BC)
11. Journal Metro, Montreal (QC)
12. The Province, Vancouver (BC)
13. Montreal 24 heures, Montreal (QC)
14. Calgary Herald, Calgary (AB)
15. Winnipeg Free Press, Winnipeg (MB)

2013. GODINA

PROFIL EMITIVNOGA TURISTIČKOG TRŽIŠTA

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

Tijekom 2013. američki državljani realizirali su ukupno 61.569.800 putovanja (povećanje od 1,4 %), od čega 29.015.463 preoceanskih putovanja (povećanje od 1,8 %) (Europa, Karibi, Azija, Južna i Srednja Amerika, Oceanija, Afrika i Bliski istok).

Bliska tržišta ostvarila su sljedeće dolazke: Meksiko 20.546.361 dolazaka i Kanada 19,5 % dolazaka. Kroz Sjevernu Ameriku tijekom 2014. putovalo je 32.554.337 Amerikanaca.

Redoslijed omiljenih destinacija u 2013. (apsolutne brojke za svaku od destinacija) – razlozi za promjene u redoslijedu u odnosu na prethodnu godinu

- 52,9 %, 32.554.337 dolazaka, rast od 1,1 %, ostvareno na domaćem tržištu
 - 33,4 %, 20.546.361 dolazaka, rast od 1,2 %, ostvareno u Meksiku
 - 19,5 %, 12.007.976 dolazaka, rast od 1 %, ostvareno u Kanadi
 - 18,5 %, 11.407.98 dolazaka, rast od 1,5 % ostvareno u Europi
 - 10,6 %, 6.545.774 dolazaka, rast od 1,7 %, ostvareno na Karibima
- (The Office of Travel and Tourism (OTTI))

Komparativne prednosti/nedostaci omiljenih destinacija s gledišta organizatora putovanja / gostiju

S obzirom na manji broj dana godišnjeg odmora u Americi, trajanje samog putovanja do dolaska na destinaciju te povratka od velike je važnosti. Karibi su najpopularnija destinacija tijekom zime zbog vremenskih prilika te vrlo dobre zračne povezanosti. Europa je i dalje najpopularnija prekoceanska destinacija.

Koju su vrstu prijevoza u 2013. preferirali turisti prilikom odlaska na godišnji odmor

Bliža domicilna putovanja realiziraju se automobilom, dok se avioprijevoz pretežito koristi za sve ostalo.

Koji su način organiziranja odmora / bukiranja u 2013. preferirali turisti prilikom odlaska na godišnji odmor (odlazak u agencije, internet...)

Prema informacijama OTTI Survey 2012., ispitanici su odgovorili na sljedeće pitanje: „Gdje ste potražili informacije za svoje putovanje u Europu?“

- 52,6 % – avioprijevoznik
- 30,2 % – *online* putnička agencija
- 16,5 % – osobna preporuka
- 12,4 % – putnička agencija
- 7 % – vodič za putovanje

Preferencije turista s obzirom na vrstu smještaja

Prema informacijama OTTI Survey 2012., 67 % Amerikanaca za putovanje u Europu bukiralo je hotel, a 38 % bukiralo je smještaj kod domaćina. Sveukupno je mišljenje da Amerikanci preferiraju prepoznatljive hotelske brendove, ali tržište se sve više otvara prema smještaju kod domaćina popularizacijom portala poput AirBnB te Vrbo.

Razrada tržišta s obzirom na motiv putovanja (posao, posjet rodbini, odmor i dr.) i posebna razrada odmorišnog segmenta (gastronomija, kulturne manifestacije, povijesna baština, sportske aktivnosti i dr.)

Prema informacijama OTTI Survey 2012., ispitanici su odgovorili na sljedeće pitanje: „Koji je glavni motiv vašeg putovanja?“

- 32,6 % – odmor
- 25,2 % – posjet prijateljima/obitelji
- 22,5 % – posao
- 11,2 % – obrazovanje

Prosječni budžet/potrošnja po putovanju

Prema informacijama OTTI Survey 2012., Amerikanci su na putovanju u Europu prosječno potrošili 3.398 dolara.

Globalni pregled organizatora putovanja na tržištu (grupacije, tržišni lideri, financijska snaga, specijalisti)

Američka industrija putovanja uključuje manje od 20.000 kompanija s ukupnim godišnjim prihodom od 40 bilijuna dolara. Među najvećim kompanijama nalaze se Carlson Wagonlit Travel, Expedia, Sabre Holdings (koji je vlasnik Travelocityja) i putnička agencija pod brendom American Expressa. Pedeset najvećih organizatora putovanja ostvaruje 50 % ukupnoga godišnjeg prihoda.

Popis prvih deset agencija prema prihodima:

1. Expedia Inc.
2. American Express
3. Carlson Wagonlit Travel
4. Hogg Robinson Group
5. BCD Travel
6. Orbitz Worldwide
7. Priceline.com
8. AAA Travel
9. Flight Centre USA
10. Travel Leaders Group

Profesionalne grupacije:

1. USTOA (US Tour Operator Association) – okuplja 830 najjačih američkih organizatora putovanja
2. ATS – American Tourism Society
3. NTO – National Tour Organization
4. NRTA – National Retail Travel Agencies
5. ASTA – American Society of Travel Agents
6. SKAL – profesionalna organizacija turističkih lidera

Tržišni lideri, najpoznatiji organizatori putovanja:

- Tauck, Trafalgar, Collette Vacations, Homeric, Isram, GATE 1, VBT, Globus itd.

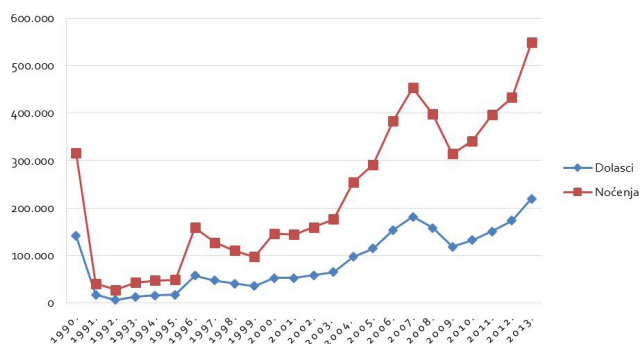
UDJEL TRŽIŠTA U UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU – 2013.

SAD

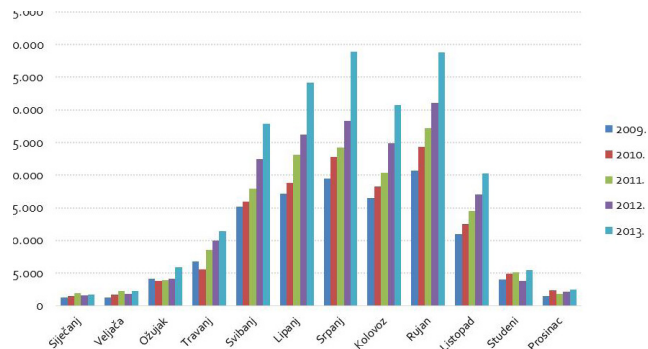
SAD	DOLASCI			NOĆENJA		
	apsol.	indeks	1990. = 100	apsol.	indeks	1990. = 100
1990.	141.449		100	315.790		100
1991.	17.645	12	12	40.752	13	13
1992.	6.965	39	5	28.136	69	9
1993.	12.969	186	9	43.245	154	14
1994.	16.264	125	11	47.515	110	15
1995.	17.421	107	12	49.079	103	16
1996.	58.000	333	41	159.000	324	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.	220.043	127	156	548.727	127	174

Izvor: DZS

Dolasci i noćenja turista iz SAD-a u razdoblju 1990. – 2013.



Dolasci turista iz SAD-a po mjesecima u razdoblju 2009. – 2013.

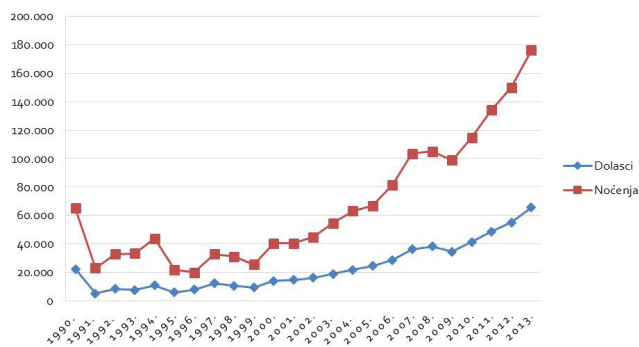


KANADA

KANADA	DOLASCI			NOĆENJA		
	apsol.	indeks	1990. = 100	apsol.	indeks	1990. = 100
1990.	22.479		100	65.221		100
1991.	5351	24	24	23.159	5	36
1992.	8507	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.	6114	56	27	21.961	140	34
1996.	8000	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.	9600	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.	65.700	119	292	176.007	117	270

Izvor: DZS

Dolasci i noćenja kanadskih turista u razdoblju 1990. – 2013.



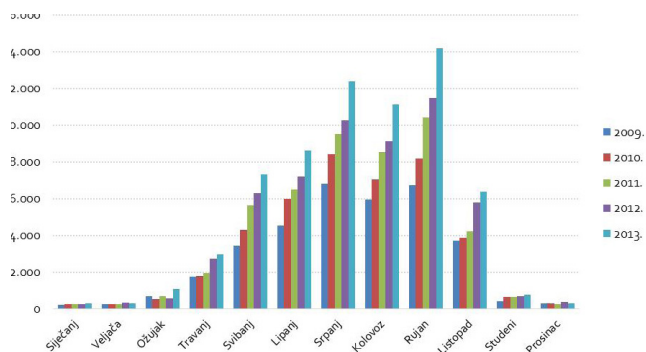
Zastupljenost Hrvatske u programima organizatora putovanja

Zbog veličine tržišta Sjeverne Amerike i velikog broja organizatora putovanja (organizatori putovanja, agencije i *home based* agenti) nije moguće saznati koliko ih prodaje programe za Hrvatsku. U kontaktu smo s tristotinjak agencija i organizatora putovanja iz SAD-a te četrdesetak agencija iz Kanade. Također, Hrvatska je uvrštena u program dvadesetak agencija koje prodaju krstarenja. Zanimanje za Hrvatsku sve više raste kako među agencijama tako i među organizatorima putovanja.

Novosti s gledišta uvrštenosti Hrvatske u programe organizatora putovanja tijekom 2013. u usporedbi s prethodnom godinom

Sve više organizatora putovanja u svojim programima nudi Hrvatsku. Osim organiziranih tura s garantiranim polascima, sada se nude i ture tragovima UNESCO-a,

Dolasci kanadskih turista po mjesecima u razdoblju 2009. – 2013.



soft adventure ture te *Wine & Gastronomy* ture s propustom od Zagreba do Dubrovnika. Sve više manjih agencija nudi *tailor made* ture što je poboljšanje u odnosu na prethodne godine, iako još uvijek ne poznaju destinaciju dovoljno dobro.

Koje su prednosti/nedostaci hrvatske turističke ponude s gledišta organizatora putovanja?

Prednosti su Hrvatske što je poželjna tijekom cijele godine, nema masovnog turizma i nije dovoljno otkrivena za Amerikance. Nedostaci su izostanak direktnih linija i slaba izvanpansionska ponuda izvan sezone.

Vrsta smještaja kojom su se koristili u Hrvatskoj

Koriste se smještajem u najmanje 4*, uglavnom 5*; Amerikanci i Kanađani koji dolaze u Hrvatsku klijentela su visoke platežne moći i vole odsjedati u dobrim hotelima.

2014. GODINA

PROFIL EMITIVNOGA TURISTIČKOG TRŽIŠTA

Procjena ukupnih odlazaka na godišnji odmor u inozemstvo u 2014. (usporedba s 2013.) – analiza emitivnog potencijala tržišta

Stručnjaci prognoziraju da će do 2016. potražnja za međunarodnim putovanjima iz Amerike rasti prosječno 5,8 %.

Podaci: European Travel Commission February 2013.

Redoslijed omiljenih destinacija – procjena za sezonu 2014. (apsolutne brojke za svaku od destinacija; postotak usporedbe s prethodnom godinom) – dolazi li do promjena (i kakvih) pri odabiru destinacija

Do sada je ostvareno:

- 55,2 % na domaćem tržištu
- 44,6 % u Meksiku
- 10,5 % u Kanadi
- 12,8 % u Europi
- 11,2 % na Karibima

Razlozi (eventualne) promjene u redoslijedu omiljenih destinacija – promjene u kriterijima odabira ako je do njih došlo

Trenutačno dostupni podaci uključuju samo siječanj 2014. Ukupno je realizirano 4.498.878 putovanja od čega 2.015.383 prekooceanskih (povećanje od 4,1 %) te 2.007.211 odlazaka u Meksiko (povećanje od 16,2 %), 476.284 u Kanadu (pad od 0,3 %) te u domaća odredišta, koja su ostvarila 2.483.495 dolazaka domaćih te porast od 12 %.

Ukupni pregled organizatora putovanja na tržištu u 2014. (grupacije, tržišni lideri, specijalisti) – promjene u odnosu na 2013.

Organizatori putovanja

1. ABERCROMBIE & KENT INT.
2. CIE TOURS INTERNATIONAL, INC.
3. COLLETTE VACATIONS
4. COX AND KINGS
5. DUVINE ADVENTURES
6. GAP ADVENTURES
7. GATE 1 TRAVEL
8. HOMERIC TOURS
9. INSIGHT VACATIONS
10. ISRAM WORLD
11. TAUCK WORLD DISCOVERY
12. THE WAYFARERS
13. TRAFALGAR TOURS
14. TRAVCOA
15. VBT
16. TRAVEL BOUND
17. TUMLARE CORPORATION
18. CARLSON WAGONLIT TRAVEL
19. CELEBRITOURS
20. ELDER TREKS
21. GOWAY
22. THE JOY OF TRAVEL
23. UNIGLOBE
24. VACENCES PREFERENCE
25. VISION 2000 WORLD TOURS

Profesionalne grupacije

- USTOA (US Tour Operator Association) – okuplja 830 najjačih američkih organizatora putovanja
- NTA – National Tour Association
- NRTA – National Retail Travel Agencies
- ASTA – American Society of Travel Agents
- SKAL – profesionalna organizacija turističkih lidera

PROCJENA UDJELA TRŽIŠTA U UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU – 2014.

Aktualni imidž Hrvatske

Hrvatska je u Americi i Kanadi trenutačno top nadolazeća destinacija u Europi, nedovoljno otkrivena, „egzotična“, cjenovno prihvatljiva te s obiljem povijesno-kulturnih sadržaja.

Zastupljenost Hrvatske u programima organizatora putovanja u 2014. (pozitivni/negativni razlozi za promjene u odnosu na 2013.)

Hrvatsku je kao top nadolazeću destinaciju u Europi za 2014. izabralo 25,6 % svih ispitanih putničkih agenata, što nas stavlja na prvo mjesto te ljestvice, ispred Islanda, Turske, Češke te Portugala.

Travel Leaders Franchise Group najveća je franšiza putničkih agencija u Sjevernoj Americi s više od 1250 agencija u sistemu i godišnjom prodajom od više od 5 mlrd. dolara. Godišnja anketa Travel Leaders 2014 Annual Travel Trends Survey bazira se na aktualnim podacima prikupljenima tijekom studenoga i prosinca 2013. u više od 1000 američkih putničkih agencija. Hrvatska se na prvom mjestu iste ljestvice našla i prošle godine, što potvrđuje daljnji interes ovoga velikog tržišta za našu destinaciju.

Hrvatsku su kao top destinaciju za ovo tržište za 2014. izabrali i savjetnici American Express Travela. Dvjestotinjak je najvažnijih savjetnika među prvih deset destinacija za 2014. izabralo i Hrvatsku.

Nadalje, na ovom je tržištu Hrvatska također među prvih deset najviše pretraživanih destinacija za bračna putovanja na Google.com.

Hrvatska se nalazi u prvih deset destinacija koje su Amerikanci pretraživali na Google.com vezano za bračna putovanja tijekom 2013. Google je sa 71 % tržišta najveća globalna internetska stranica za pretraživanje. U društvu destinacija poput Novog Zelanda, Maldiva, Tahitija i Kariba na desetom mjestu nalazi se i Hrvatska.

Prognoza rezultata u 2014. od strane organizatora putovanja

Kod većine organizatora putovanja buking za Hrvatsku teče vrlo dobro. Vjeruje se da će se ovakav interes nastaviti i dalje te da će do kraja godine prodaja premašiti inicijalna očekivanja.

2015. GODINA

TURISTIČKA SEZONA 2015. – OPĆI POKAZATELJI

Okvirna procjena ukupnog broja dolazaka i noćenja u Hrvatskoj u 2015.

Procjenjuje se da bi uvođenjem izravnim zrakoplovnih

linija povećanje broja dolazaka i noćenja naraslo i za 30 – 40 %. Bez izravnih linija predviđa se porast do 20 % u dolascima i noćenjima sa sjevernoameričkog tržišta.