

SKANDINAVIJA

PROFIL EMITIVNOG TRŽIŠTA - IZDANJE 2015.



SKANDINAVIJA

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 odnosi se na šire geografsko područje sjeverne Europe, a uključuje:

- Dansku (Farski otoci, Grenland)
- Finsku (Åland)

- Island
- Norvešku
- Švedsku

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

Osnovni podaci	ŠVEDSKA	DANSKA	FINSKA	NORVEŠKA
Površina (km ²)	450.295	43.094	338.145	323.802
Broj stanovnika	9.801.616	5.581.503	5.476.922	5.207.689
Glavni grad	Stockholm	Copenhagen	Helsinki	Oslo
Broj stanovnika	1.486.000	1.268.000	1.180.000	986.000
Gradovi s direktnim zrakoplovnim linijama	Stockholm Göteborg	Copenhagen	Helsinki	Oslo, Trondheim, Bergen, Stavanger

Aktualna ekonomska situacija

Nordijske zemlje tradicionalno su pri vrhu na listama konkurentnosti te su izrazito izvezno orijentirane, ali su s druge strane upravo zbog toga ovisne o stanju u okruženju i na globalnom tržištu.

Danska ekonomija se nakon nekoliko godina stagnacije oporavlja, ali je oporavak u zadnje vrijeme usporen zbog slabijeg rasta gospodarstva EU. Ipak, danski BDP raste više od prosjeka EU te što je najvažnije raste zaposlenost kao i potrošnja kućanstava.

Švedski BDP bi u ovoj i idućoj godini trebao porasti za više od 2 %, što potvrđuje da se gospodarstvo kreće u pravom smjeru. Narodna banka raznim stimulativnim paketima pokušava postići inflaciju od 2 % te istovremeno drži vrijednost domaće valute niskom kako bi dodatno potakla izvoz. Takva politika za posljedicu ima sve veću zaduženost kućanstava zbog izrazito niskih kamatnih stopa na tržištu.

Norveška ekonomija ovisna je o naftnom sektoru koji je u dubokoj krizi, a kriza polako zahvaća i druge sektore. Razina investicija u naftnom sektoru najniža je u posljednjih desetak godina, ali je intervencijom Narodne banke i spuštanjem eskontne stope na rekordno niske razine porasla aktivnost u građevinskom sektoru kao i privatna potrošnja. Ono što najviše zabrinjava norveške ekonomiste je rast stope nezaposlenosti za koju se očekuje da bi početkom sljedeće godine mogla dostići vrhunac.

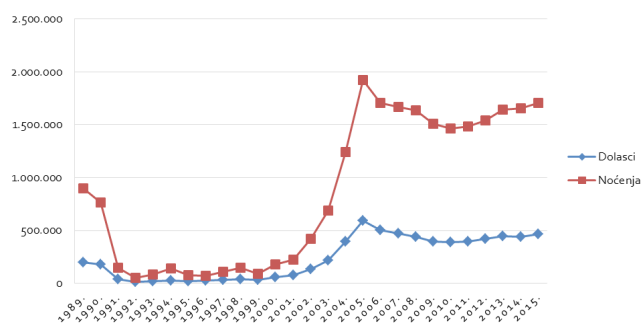
Finska će ovu godinu završiti u stagnaciji, što znači bez rasta BDP-a, dok bi se u sljedećoj godini dogodio mali pomak i BDP bi trebao narasti za 0,8 %. Pojačan izvoz u EU kao i oporavak ruskog tržišta trebalo bi potaknuti finsko gospodarstvo, dok ih s druge strane pritišće relativno velika nezaposlenost i slaba kupovna moć stanovništva. Finska vlada planira provesti reformu javnih financija i smanjiti budžet za 5 % BDP-a te istovremeno provesti veliku reformu radnog zakonodavstva, što uključuje internu devalvaciju radnih troškova za 5 %. Naravno, sindikati najavljuju žestoke prosvjede te će pokušati zadržati razinu stečenih prava.

Broj dolazaka i noćenja ostvarenih u Hrvatskoj

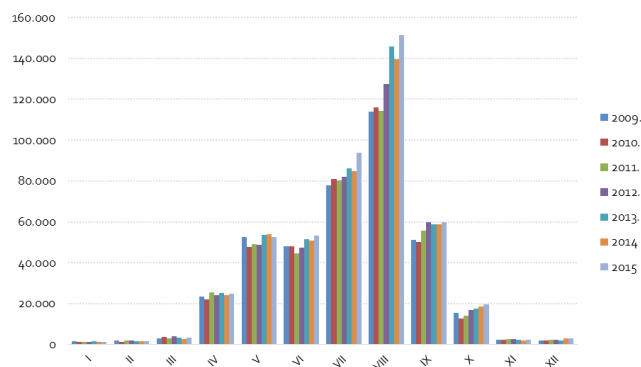
SKANDINAVIJA	Dolasci			Noćenja		
	apsol.	indeks	1989.=100	apsol.	indeks	1989.=100
1989.	154.764		100	1.087.845		100
1990.	125.817	81	81	863.563	79	79
1991.	8.954	7	6	45.540	5	4
1992.	14.985	167	10	59.740	131	5
1993.	19.608	131	13	78.731	132	7
1994.	22.607	115	15	93.180	118	9
1995.	17.171	76	11	67.165	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

Izvor: DZS

Dolasci i noćenja skandinavskih turista, razdoblje 1989. - 2015.



Dolasci skandinavskih turista po mjesecima, razdoblje 2009. - 2015.



	Dolasci 2015.	Udjel (%)	Noćenja 2015.	Udjel (%)
ŠVEDSKA	203.660	43	1.070.137	40
NORVEŠKA	123.362	26	745.428	28
DANSKA	81.851	17	539.351	20
FINSKA	68.179	14	319.475	12
UKUPNO SKANDINAVIJA	477.052		2.674.391	

Od gotovo pola milijuna dolazaka skandinavskih turista, Hrvatsku najviše posjećuju turisti iz Švedske (43 %) koji i ostvaruju najveći broj noćenja (više od milijun, odnosno 40 %).

Skandinavsko turističko tržište

Osnovni motivi za putovanje 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.

Opće karakteristike

Stanovnici skandinavskih zemalja česti su putnici zbog nekoliko čimbenika:

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

Segmenti tržišta

- samci 30,8 %
- mladi parovi bez djece 10,9 %
- obitelji s djecom 26,0 %
- stariji parovi 20,6 %
- ostalo 11,7 %

Primanja kućanstva

- manje od 40.000 eura 27,6 %
- 40.000 – 66.664 eura 24,6 %
- više od 93.335 eura 17,0 %
- ne žele se izjasniti 13,7 %

Važni čimbenici prilikom odabira destinacije po segmentima

Samci	Mladi parovi bez djece	Obitelji s djecom	Stariji parovi
Klima	Klima	Klima	Okoliš i čistoća
Razina cijena	Zanimljive lokacije	Plaže	Klima
Zanimljive lokacije	Veliki gradovi	Okoliš i čistoća	Zanimljive lokacije
Okoliš i čistoća	Plaže	Razina cijena	Razina cijena
Plaže	Zabavni parkovi	Gastronomija	Gastronomija
Gastronomija	Outdoor aktivnosti	Outdoor aktivnosti	Plaže

Putovanja Skandinavaca mogu se svrstati u nekoliko karakterističnih skupina:

- putovanja unutar Skandinavije (najbrojnija, putuje se tijekom cijele godine)
- putovanja u toplije krajeve – organizirani promet bilježi izjednačavanje broja putnika u zimskom i ljetnom razdoblju. Niže cijene zrakoplovnog prijevoza stvaraju sve veći interes za samostalnim kreiranjem aranžmana, čak i u zimskim mjesecima gdje su do sada charter putovanja bila dominantna
- poslovna putovanja
- putovanja posebnih segmenata tržišta
- putovanja u velike gradove

Trendovi u 2016.

- Putovanja s istomišljenicima
Čovjek od davnina želi pripadati određenoj skupini, tako da se za vrijeme odmora žele nalaziti u okruženju s ljudima koji imaju slične interese. To stvara dodatne probleme organizatorima putovanja budući da moraju ponuditi putovanja koja zadovoljavaju određeni segment, a s druge strane žele privući što veći broj ljudi.
- Simbioza treninga i doživljaja
Godišnji odmor odmaknuo se od pitanja gdje želiš putovati i šta želiš raditi, tako da turisti više nisu pasivni promatrači, nego traže mjesto gdje će doživljaj uključivati i neku vrstu aktivnosti.
- Odmak od turista prema „lokalcu“
Na odmoru se ne žele osjećati kao turisti, nego teže da se uklape u lokalno stanovništvo i dožive destinaciju kao što ga doživljava domaće stanovništvo.
- Dostupnost treningu
Većina Skandinavaca ne odlazi na putovanja koja uključuju puno treninga, ali očekuju dostupnost i infrastrukturu kada ju poželeva.

- Uživanje na putovanju
Iako je trening važan dio putovanja, zaslužena relaksacija i opuštanje nakon njega je ono po čemu se pamti godišnji odmor.

Organizatori putovanja na skandinavskom tržištu

Gotovo 85 % čarterskog skandinavskog tržišta pokrivaju četiri velika koncerna, dok su manji organizatori putovanja i agencije uglavnom usmjereni na područje svoje zemlje.

Thomas Cook – Thomas Cook Northern Europe

- Ving – Švedska
- Ving – Norveška
- Tjäreborg – Finska
- Spies – Danska

TUI – TUI Nordic

- Fritidsresor – Švedska
- Star Tour – Norveška
- Finnmatkat – Finska
- Star Tour – Danska

Apollo – Rewe group

- Apollo – Švedska
- Apollo – Norveška
- Apollomatkat – Finska
- Apollo – Danska
- Falklauritsen – Danska

Primera travel group

- Bravo tours – Danska
- Matka Vekka – Finska
- Lomamatkat – Finska
- Solia – Norveška
- Solresor – Švedska

Turistička sezona 2015.

Zbog prevelikog kapaciteta koji su organizatori putovanja imali u 2014. te žestokoj konkurenciji u zračnom prijevozu, u 2015. svi su ušli s velikim oprezom i reduciranim kapacitetima. Početak godine nije obećavao, ali kako se sezona približavala postotak prodaje i razina postignutih cijena vratila je zadovoljstvo organizatorima putovanja, tako da možemo reći da je ljetna sezona 2015. prošla mnogo bolje od očekivanja. Razlog dobroj prodaji može se naći i u izrazito lošim vremenskim prilikama koji su vladali u Skandinaviji. Jedino su organizatori putovanja u Norveškoj imali nešto lošiju prodaju, uglavnom zbog pada vrijednosti domaće valute, sve dublje financijske krize i prema mnogima i dalje prevelikog kapaciteta na tržištu.

Sezonu 2015. na hrvatskom tržištu obilježio je povratak TUI Nordica i nova poslovna strategija Ryanaira, gdje smo izgubili tri direktne zrakoplovne linije, budući da su zbog nove strategije pregrupirali svoju flotu s manjih na velike aerodrome.

Zastupljenost Hrvatske u programima organizatora putovanja

Najave za sljedeću godinu su optimistične, budući da su svi veliki akteri na tržištu najavili povećanje kapaciteta za hrvatske destinacije.

Apollo je 2015. dobio novog vlasnika REWE grupu. Iako se dugo nagađalo o akviziciji, tek nakon odobrenja EU komisije objavili su informaciju da su zaključili kupoprodajni ugovor s Kuonijem. Za 2016. Apollo planira povećati kapacitet za Hrvatsku za 20 %, a novost je otvaranje novog Apollovog Mondo Family Resorta na Makarskoj rivijeri. Ovo je prvi put da se za njihov koncept Mondo Family Resort izgradio potpuno nov hotel. Prethodni hoteli su se renovirali i/ili djelomično ponovno gradili kako bi se uklopili u standard Family Resorta.

Thomas Cook Northern Europe za 2016. povećava kapacitet za Hrvatsku za 40 %. Naročito veseli informacija da će imati čarter letove iz svih nordijskih zemalja: Švedske, Norveške, Finske i Danske. Pored Makarske rivijere, od sljedeće godine bazu će imati i na otoku Braču u Supetru u Waterman Supetrus Resortu.

Aurinkomatkat svoju ponudu bazira na redovitim zrakoplovnim linijama Finnair iz Helsinkija za Dubrovnik i Split

te će u sljedećoj godini dodatno povećati kapacitet na letovima za Split. Njihova estonska podružnica od sljedeće godine planira započeti s čarterom iz Tallinna za Pulu. Ukupno je planirano pet polazaka od 8. lipnja do 6. srpnja, a koristit će avion sa 180 sjedišta. U ponudi će nuditi smještaj u Puli, Poreču, Rovinju i Umagu.

TUI Nordic već nakon prve godine dodatno povećava kapacitet za Hrvatsku te će pored čartera iz Stockholma i Helsinkija uvesti čartere iz Göteborga, Osla i Copenhage na za Split. Iz Osla će letjeti od 6. svibnja do 7. listopada jednom tjedno, dok će iz Kopenhage i Göteborga imati nešto kraću sezonu.

Airtours i u 2016. nastavlja s istim programom kao i prošle godine, gdje se Dubrovnik nudi uglavnom u pred i posezoni kao vikend destinacija, dok za Split nude sedmodnevne boravke.

Nordijske podružnice organizatora putovanja Primera travel group za 2016. nastavljaju sa svojim programom za Hrvatsku. Finski Lommamatkat započinje s čarter letovima iz Finske za Dubrovnik, dok švedska podružnica Solresor, osim Dubrovnika, nudi i čarter letove za Pulu. Novost je da će njihova norveška podružnica Solia također nuditi putovanja za Hrvatsku.

Kroatien Specialisten i u 2016. nastavlja s čarter letovima iz manjih gradova u Švedskoj i Norveškoj za Split.

Scandjet će i dalje biti koncentriran na letove iz manjih švedskih gradova za Krk i to uglavnom u pred i posezoni. We travel je novi organizator putovanja na finskom tržištu koji u 2016. planira započeti s čarter letovima iz manjih finških gradova za Zadar. Plan je letjeti u pred i posezoni, dok bi iz Tampere imali letove i tijekom visoke sezone.

Hrvatska je i dalje dobro zastupljena u programima skandinavskih autobusera te možemo reći da se naše destinacije nalaze u programima svih relevantnih autobusera na tržištu. Trend je da se sve više okreću kombinacijama zrakoplova i autobusnih tura te kružnim putovanjima.

Ölve marks/Scandorama, vodeći autobuser u Švedskoj, već nekoliko godina postupno smanjuje kapacitete na polascima za Hrvatsku koji nude samo sunce i more, a povećavaju broj polazaka koji nude kružna i tematska putovanja.

Gislev rejser iz Danske također bilježi pad interesa za polaske koji nude samo sunce i more, dok im je u planu povećati broj tura u pred i posezoni, kao i više se orijentirati na tematska putovanja.

Zrakoplovna povezanost Hrvatske i Skandinavije se iz godine u godinu poboljšava tako da možemo reći da smo tijekom visoke sezone dobro povezani, dok prostora za napredak ima u pred i posezoni.

Segment individualnih putnika automobilista pokazuje značajan interes za Hrvatskom, naročito iz Danske i južne Švedske. Primjetan je rast potražnje prema južnom dijelu Jadrana, ali je i dalje većina dolazaka usmjerena prema Istri i Kvarneru. Sezona automobilista ovisi o više faktora kao što su cijene goriva, *last minute* ponude organizatora putovanja i vremenske prilike u Skandinaviji.

TURISTIČKA SEZONA 2016. – HRVATSKA

Hrvatska je potvrđeno turističko tržište koje skandinavski turisti visoko ocjenjuju te uz kontinuirano poticanje potražnje ima prostora za daljnje širenje. Turistički rezultati u 2015. dodatno su potvrdili ovisnost hrvatskih destinacija o izravnim zrakoplovnim linijama, stoga je potrebno pažljivo planirati aktivnosti i poduzeti taktičke poteze koji će dati najbolje rezultate, a to pored ostalog znači poticati pojedinačne segmente tržišta naročito onih koji mogu pridonijeti ispunjenju strateških ciljeva te nastaviti proaktivnu suradnju s organizatorima putovanja i zrakoplovnim prijevoznicima. Godina 2016. predstavlja novi izazov za hrvatski turizam na skandinavskom tržištu, posebno u uvjetima sve veće agresivnosti konkurencije na području cijena i promocije.

Prednosti i nedostaci hrvatske turističke ponude

Prednosti

- kulturno i prirodno bogatstvo
- očuvanost okoliša
- gostoljubivost
- pozitivan medijski publicitet

Postotak anketiranih Nordijaca prema tržišnim segmentima koji su posjetili Hrvatsku te oni koji bi ju htjeli posjetiti

	Posjetili su Hrvatsku	Htjeli bi ju posjetiti
Samci	10,0 %	27,4 %
Mladi parovi bez djece	9,8 %	28,2 %
Obitelji s djecom	12,1 %	28,2 %
Stariji parovi	20,9 %	28,2 %

Nedostaci

- manjak smještajnih kapaciteta (nedovoljno kapaciteta za velike organizatore putovanja)
- nedostatak zrakoplovnih linija izvan glavne sezone

ŠVEDSKA

OSNOVNI PODACI

Službeni naziv: Kraljevina Švedska.

Državno uređenje: Ustavna monarhija.

Glavni grad: Stockholm (1.486.000).

Veći gradovi: Göteborg (533.000), Malmö (313.000), Uppsala (205.000), Linköping (150.000).

Površina: 450.295 km².

Broj stanovnika: 9.801.616.

Službeni jezik: švedski.

Vjerska pripadnost: protestanti (87 %), ostali (13 %).

Stopa rasta stanovništva: 0,8 %.

Gustoća naseljenosti: 20 stanovnika/km² (85,8 % stanovništva živi u gradovima).

Valuta: SEK (švedska kruna).



POLITIČKO UREĐENJE

Prema Ustavu iz 1975. Švedska je ustavna monarhija, unitarna država s parlamentarnim sustavom vlasti. Zakonodavnu vlast obnaša jednodomni parlament (Riksdag) koji ima 349 zastupnika (310 ih se bira u 29 više mandatnih izbornih jedinica, a 39 na nacionalnoj razini između stranaka koje su osvojile najmanje od 4 % glasova). Svi zastupnici birani su na općim, izravnim i tajnim izborima na mandat od četiri godine.

Izvršnu vlast ima vlada (Cabinet) na čelu s premijerom koja je za svoj rad odgovorna parlamentu. Za provedbu upravnih akata ili zakona nadležne su posebne središnje upravne agencije na čelu kojih su glavni tajnici koje imenuje vlada i za njih je izravno odgovorna.

Od 1980. monarhija je nasljedna po muškom i ženskom potomstvu iz dinastije Bernadotte. Monarh je poglavar države i ima ceremonijalne ovlasti. Ako monarh ne može obavljati svoje dužnosti, parlament imenuje regenta. Državni poglavar je kralj Karl Gustav XVI.

Zadnji parlamentarni izbori održani su u rujnu 2014., a za premijera je imenovan Stefan Löfven (Socijaldemokratska stranka).

Švedska je članica Europske unije (EU) i Europske ekonomske zone (EEA). Kao punopravna članica EU sudjeluje u svim ugovorima potpisanim od EU. Također, članica je Organizacije za ekonomsku suradnju i razvoj (OECD) i Svjetske trgovinske organizacije (WTO).

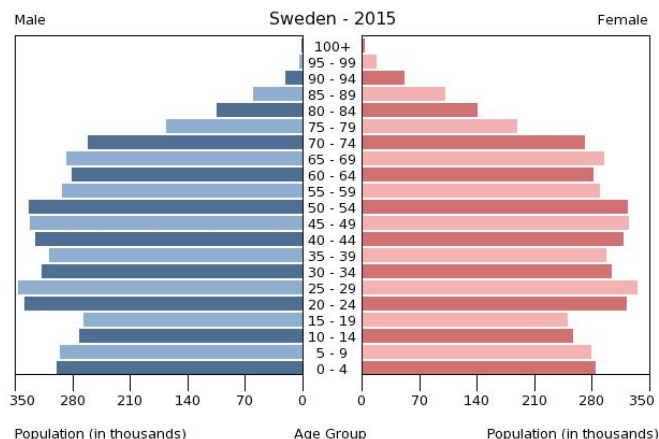
STANOVNIŠTVO

Etničke skupine: Šveđani 79,9 %, stranci 7 % (najviše je Finaca, Poljaka, Iračana, Danaca i Norvežana).

Dobna struktura

0 – 14 godina – 17,12 % (863.125 muškaraca / 814.803 žena)
15 – 24 godine – 11,97 % (603.615 muškaraca / 569.289 žena)
25 – 54 godine – 39,30 % (1.957.869 muškaraca / 1.894.064 žena)
55 – 64 godine – 11,63 % (571.318 muškaraca / 568.293 žena)
65 i više godina – 19,99 % (900.070 muškaraca / 1.059.170 žena)

Očekivana životna dob: 81,98 godina (80,09 godina za muškarce; 83,99 godina za žene).



OPĆE KARAKTERISTIKE GOSPODARSTVA

Švedska se ubraja među gospodarski i društveno najrazvijenije zemlje svijeta s gospodarstvom visoke konkurentnosti, raznolikosti, niske stope korupcije i visoke izvozne orijentiranosti. Poznata je po visokoobrazovanoj radnoj snazi, visoko razvijenim tehnologijama te modernom bankarskom sustavu. Posljednjih godina sve veći naglasak stavlja na zaštitu okoliša i održivi razvoj. Više od 85 % gospodarstva je u privatnom vlasništvu.

Prema financijskoj slobodi, upravljanju javnim financijama, transparentnom poslovanju i slobodi ulaganja Švedska je među prvim zemljama svijeta. Otvorenost globalnom tržištu i trgovini svrstalo ju je u jednu od najdinamičnijih ekonomija svijeta, što joj je omogućilo izbjegavanje recesije i stagnacije.

Javni dug je relativno nizak, čini 40 % BDP-a, fiskalni deficit je skroman, dok je proračunski okvir relativno jak. Jedino je hipotekarni dug kućanstava dosegao relativno visoku razinu (zbog povoljnog poreznog tretmana i lokalnih propisa).

Makroekonomski pokazatelji

	2013.	2014.	2015.*	2016.*	2017.*
BDP, tekuće cijene (mlrd. eura)	399,23	413,93	432,65	451,79	471,57
BDP po stanovniku (eura)	41.393	42.473	43.805	45.379	46.340
Realni rast BDP-a (%)	1,3	2,4	2,8	2,9	2,7
Opseg izvozne robe (promjena u %)	- 2,380	1,799	3,334	2,773	3,108
Opseg uvozne robe (promjena u %)	- 2,697	4,487	3,949	3,402	3,918
Inflacija (%)	0,443	0,207	0,490	1,073	1,580
Nezaposlenost (%)	8,0	7,9	7,7	7,5	7,4
Prosječna godišnja neto plaća (euro)		33.907			

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

MEDIJI I OGLAŠAVANJE NA TRŽIŠTU

TV

U Švedskoj se mogu gledati tri kanala u cijeloj zemlji uz mjesečnu TV pretplatu:

- SVT 1 (bez reklamnih spotova)
- SVT 2 (bez reklamnih spotova)
- TV 4 (komercijalna TV, prikazuje reklamne spotove)

Pored toga djeluju brojni kabelski programi uz posebnu naplatu.

TV kanali	Gledanost u %
SVT1	22,4
TV4	20
SVT2	7,2
TV3	7,2
Kanal5	5
Sjuan	4,6
TV6	4,1
SVTB	3,4
TV8	3
Kanal 9	2

Način oglašavanja je specifičan: naručitelj ne plaća iznos po prikazanom spotu, već ugovara garantirani broj gledatelja koji će spot vidjeti (TRP), a broj prikazivanja može varirati.

Tisak

Novine	Naklada
Dagens Nyheter	266.000
Göteborgs -Posten	177.000
Aftonbladet	166.000
Expressen, GT	165.000
Svenska Dagbladet	159.000
Sydsvenskan	96.000
Dagens Industri	89.000

Specijalizirani turistički magazini

- Vagabond
- Nya Allt om resor
- Res

Internet

Tjedni pregled posjećenosti internetskih stranica

Portali	Broj posjetitelja	Broj posjeta
Aftonbladet.se	6.022.474	24.606.104
Expressen.se	3.633.377	11.873.733
MK-Webb	2.422.015	7.822.465
Blocket.se	2.391.929	7.005.557
Citypaketet Webb	2.222.548	6.613.324
Hitta.se	2.025.869	3.569.391
DN.se	1.737.763	4.529.913
Hemnet.se	1.725.658	4.023.668
Nyheter 24- Gruppen	1.601.771	3.026.646
Eniro Group	1.562.079	2.704.496

PROFIL EMITIVNOG TURISTIČKOG TRŽIŠTA

Godišnje se u Švedskoj ostvari 13,7 milijuna putovanja u inozemstvo. Prosječan broj putovanja u inozemstvo po stanovniku (stariji od 15 godina) iznosi 1,3 putovanja, prosječna duljina boravka u inozemstvu je 6,8 noći, a prosječan budžet/potrošnja po putovanju iznosi 1.376 eura.

Broj putovanja po državama

1. Španjolska	2.040.000
2. Danska	1.180.000
3. Finska	1.140.000
4. Norveška	916.000
5. Ujedinjena Kraljevina	831.000
6. Njemačka	792.000
7. Turska	728.000
8. Grčka	626.000
9. Italija	596.000
10. Francuska	578.000
11. SAD	534.000
12. Tajland	344.000
13. Austrija	246.000
12. Hrvatska	195.000

Izvor: TDB

Mjeseci u kojima se ostvaruje najveći broj putovanja u inozemstvo (ne uključuju putovanja u nordijske i baltičke zemlje)

- srpanj
- listopad
- lipanj
- kolovoz
- studeni
- rujan
- svibanj
- travanj
- prosinac

Izvor informacija prilikom odabira destinacija

- internet	75,5 %
- preporuke	53,5 %
- turistička agencija	26,2 %
- novine i magazini	16,4 %
- online brošure	19,4 %
- brošure	16,1 %
- TV	22,2 %
- društvene mreže	15,9 %
- blogovi	5,5 %

Način bukiranja putovanja

- internetske stranice putničke agencije	42,7 %
- buking portali	39,2 %
- internetske stranice avioprijevoznika, <i>rent a car</i>	32,1 %
- internetske stranice pružatelja usluge smještaja	31,2 %
- turistička agencija	28,3 %
- telefonski	11,4 %

Vrsta prijevoza prilikom odlaska na odmor

- redovne zrakoplovne linije	22,8 %
- charter	28,5 %
- osobni automobil	16,6 %
- autobus ili vlak	7,4 %

Vrsta smještaja

- hotel	37,0 %
- motel	10,1 %
- kamp	4,1 %
- hostel	5,1 %
- smještaj kod domaćina	3,8 %

Vrsta kupljenog odmora

- paket-aranžman	43,6 %
- <i>city break</i>	33,9 %
- <i>self drive</i>	21,6 %
- krstarenje	16,2 %
- smještaj u apartmanu, kolibi	14,4 %
- <i>turing</i>	11,3 %
- <i>camping</i>	4,5 %

Preferencije kupovine gotovog paket-aranžman ili samostalnog bukiranja direktno od dobavljača (zrakoplovni prijevoznici, smještaj itd.)

- paket-aranžman	47,8 %
- samostalno bukiranje	31,2 %
- neodlučni	21,0 %

Razlozi koji utječu na odabir destinacije

- cijena putovanja	65 %
- vrijeme u odredištu	61 %
- prirodne ljepote	50 %
- hrana	46 %
- kulturna ponuda	31 %
- sigurnost	28 %

- | | | | |
|--------------------------|------|-------------------|------|
| - shopping | 25 % | - zabavni parkovi | 26 % |
| - ponuda aktivnog odmora | 25 % | - priredbe | 22 % |

Vrsta vanpansionske potrošnje

- | | |
|-------------------------|------|
| - posjet restoranima | 72 % |
| - kulturne znamenitosti | 50 % |
| - shopping | 36 % |

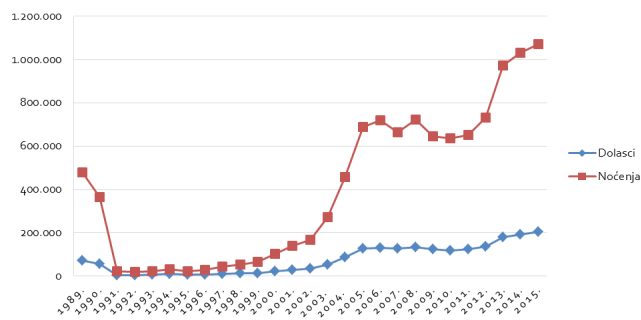
Prema istraživanju Swedavie, 30 % Šveđana planira putovanje šest mjeseci unaprijed, 42 % tri mjeseca prije putovanja, 23 % jedan mjesec unaprijed, 4 % tjedan dana prije putovanja (*last minute*), dok se 1 % na put odlučuje isti dan.

Broj dolazaka i noćenja ostvarenih u Hrvatskoj

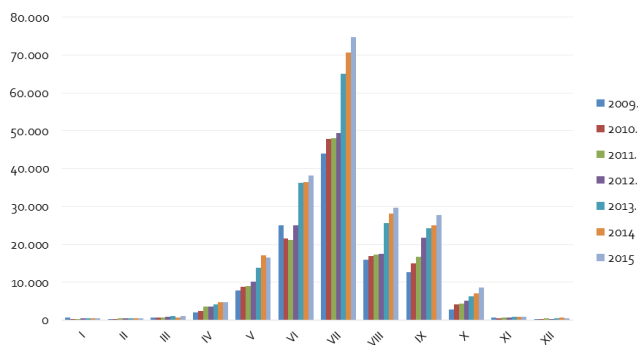
ŠVEDSKA	Dolasci			Noćenja		
	apsol.	indeks	1989.=100	apsol.	indeks	1989.=100
1989.	70.668		100	478.427		100
1990.	56.512	80	80	364.928	76	76
1991.	4.530	8	6	23.450	6	5
1992.	4.275	94	6	19.800	84	4
1993.	6.198	145	9	23.519	119	5
1994.	8.906	144	13	31.994	136	7
1995.	6.108	69	9	22.351	70	5
1996.	8.000	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

Izvor: DZS

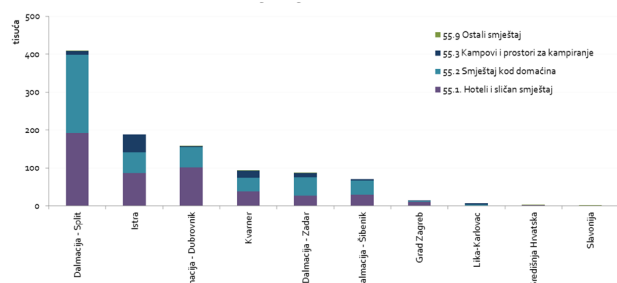
Dolasci i noćenja švedskih turista, razdoblje 1989. - 2015.



Dolasci i noćenja švedskih turista po mjesecima, razdoblje 2009. - 2015.



Noćenja švedskih turista prema vrstama smještaja i klasterima - 2014.



Hrvatska u programima organizatora putovanja

Agencija	Polasci za Hrvatsku	Destinacije u Hrvatskoj	razdoblje
Apollo	Sthlm, GBG, Malmö, Visby	Split, Makarska, Hvar, Brač, Šibenik, Dubrovnik	V – X
Ving	Sthlm, GBG, Malmö, Jönköping, Karlstad, Norrköping, Växjö, Örebro	Split, Makarska, Hvar, Jelsa, Dubrovnik, Istra, Opatija	V – X
Airtours	Sthlm, GBG	Split, Makarska, Brač, Dubrovnik	IV – X
Kroatien Specialisten	Sthlm, GBG, Luleå, Skellefteå, Örnsköldsvik, Östersund, Sundsvall	Split, Makarska, Brač, Hvar, Vodice, Dubrovnik	V – X
Scandjet	GBG, Kalmar, Karlstad, Kristianstad, Umeå, Västerås, Norrköping	Split, Zadar, Šibenik, Kvarner, Istra	V – IX
Solresor	Sthlm, GBG	Dubrovnik, Istra	V – IX
Grand Tours	Sthlm	Split, Makarska, Dubrovnik	IV – X
Ölve marks	Sthlm	Krstarenja, organizirani autobusni polasci za Split/Dubrovnik/Istru	V – IX
Prima Travel	Sthlm, GBG	Istra, Split s otocima, Plitvice (hiking, biciklističke ture), krstarenje	V – IX
Novasol		Smještaj kod domaćina, kuće za odmor – duž cijele obale	
Sembo		Apartmani, kuće za odmor duž cijele obale	

Zrakoplovne linije za Hrvatsku

SAS

Stockholm – Split	4. 5. – 15. 10.
Stockholm – Dubrovnik	31. 3. – 27. 10.
Stockholm – Pula	24. 6. – 20. 8.
Göteborg – Split	14. 5. – 8. 10.
Göteborg – Pula	28. 6. – 9. 8.

Norwegian Air

Stockholm – Split	30. 4. – 29. 10.
Stockholm – Dubrovnik	30. 4. – 29. 10.
Stockholm – Pula	23. 6. – 11. 8.

Ryanair

Stockholm (Skavsta) – Zadar	2. 4. – 29. 10.
Stockholm (Skavsta) – Rijeka	1. 4. – 28. 10.
Göteborg – Zadar	3. 4. – 26. 10.

Organizatori putovanja

Švedsko turističko tržište karakterizira visoka koncentracija i dominacija manjeg broja velikih organizatora putovanja. Oni plasiraju svoje „proizvode“ putem interneta, mreže *retailera* i vlastitih prodajnih mjesta, a pokrivaju više od 80 % zrakoplovnog čarterskog tržišta od ukupno 1.650.000 paketa ponuđenih tržištu (u normalnim poslovnim godinama).

1. TUI Nordic – Fritidsresor
2. Thomas Cook – Ving
3. Apollo – Rewe group
4. Solresor – Primera travel group

Napomena: oko 45 % od ukupnih čarter putovanja ostvaruje se u zimskom razdoblju kada se uglavnom putuje u toplije krajeve.

AGENCIJA	INTERNETSKA STRANICA	SJEDIŠTE
Airtours	www.airtours.se	Stockholm
Ansgar resor	www.ansgarresor.se	Tranås
Atlantresor	www.atlantresor.se	Tjörnarp
Big travel	www.bigtravel.se	Malmö
Brunossons resor	www.brunossons.se	Istorp
Carlson Wagonlit Travel	www.carlsonwagonlit.se	Bromma
Detur	www.detur.se	Stockholm
Erik of Sweden	www.eriksofsweden.se	Stockholm
Erlingsresor	www.erlingsresor.se	Slöinge
Escape travel	www.escapetravel.se	Stockholm
Eventyr	www.eventyr.se	Stockholm
Favorit resor	www.favoritresor.se	Stockholm
Grand Tours	www.grandtours.se	Stockholm
Hansen Conferance	www.hansen.se	Stockholm
HRG Nordic	www.hgrworldwide.se	Stockholm
Hyllingebuss	www.hyllingebuss.se	Åstorp
Incroatia	www.incroatia.se	Stockholm
Interhome AB	www.interhome.se	Stockholm
Iventus travel	www.iventustravel.se	Stockholm
JB travel	www.jbtravel.se	Stockholm
Jörns resor	www.jorns.se	Malmö
Ka resor	www.karesor.se	Norrtälje

AGENCIJA	INTERNETSKA STRANICA	SJEDIŠTE
Kroatien Specialisten	www.kroatienspecialisten.se	Stockholm
Apollo	www.apollo.se	Stockholm
La Villa Travel	www.lavilla.se	Stockholm
Lime travel	www.limetravel.se	Stockholm
MK bussresor	www.mkbussresor.se	Skara
Novasol	www.novasol.se	Göteborg
Prima travel	www.primatravel.com	Göteborg
Primera travel group, Solresor	www.solresor.se	Malmö
Rese Konsulterna	www.resekonsulterna.se	Göteborg
Resemakar'n	www.resemakarn.nu	Vänersborg
Reseskaparna	www.reseskaparna.se	Stockholm
Resfeber	www.resfeber.se	Göteborg
Resia	www.resia.se	Göteborg
Rolfs buss	www.rolfsbuss.se	Göteborg
Rosa bussarna	www.rosabussarna.com	Stockholm
Ölvemarks	www.olvemarks.se	Malmö
Select travel	www.selecttravel.se	Stockholm
Scandjet	www.scandjet.se	Göteborg
Scandorama	www.scandorama.se	Malmö
SEMBO	www.sembo.se	Helsingborg
Vega resor	www.vegaresor.se	Stockholm
Thomas Cook, VING	www.ving.se	Stockholm
Ticket	www.ticket.se	Nacka
TUI Nordic , Fritidsresor	www.fritidsresor.se	Stockholm
VIA egencia	www.viatravel.se	Stockholm
Wi travel	www.wiresor.se	Stockholm

DANSKA

OSNOVNI PODACI

Službeni naziv: Kraljevina Danska.

Državno uređenje: monarhija.

Glavni grad: Kopenhagen (1.268.000 stanovnika sa širom okolicom).

Veći gradovi: Aarhus (256.018), Odense (170.327), Aalborg (106.916), Esbjerg (71.491).

Površina: 43.094 km².

Broj stanovnika: 5.581.503.

Službeni jezik: danski.

Vjerska pripadnost: protestanti (80 %), muslimani (4 %), ostali (16 %).

Stopa rasta stanovništva: 0,22 %.



Gustoća naseljenosti: 124 stanovnika/km² (87,77 % stanovništva živi u gradovima).

Valuta: DK (danska kruna).

POLITIČKO UREĐENJE

Danska je prema ustavu iz 1953. ustavna monarhija s parlamentarnim sustavom vlasti. Na čelu države je monarh, kraljica Margrethe II.

Zakonodavnu vlast ima Narodna skupština (Folketing) sa 179 zastupnika (uključujući po dva zastupnika koja imaju Færøerne i Grenland). Zastupnike biraju izravno građani na mandat od četiri godine.

Izvršnu vlast ima vlada na čelu s premijerom koja je za svoj rad odgovorna parlamentu. Posljednji lokalni i regionalni izbori održani su krajem 2013., a opći u lipnju 2015. Za premijera je imenovan Lars Løkke Rasmussen.

Danska je članica Europske unije (EU). Kao punopravna članica EU sudjeluje u svim ugovorima potpisanim od EU. Također, članica je Organizacije za ekonomsku suradnju i razvoj (OECD) i Svjetske trgovinske organizacije (WTO).

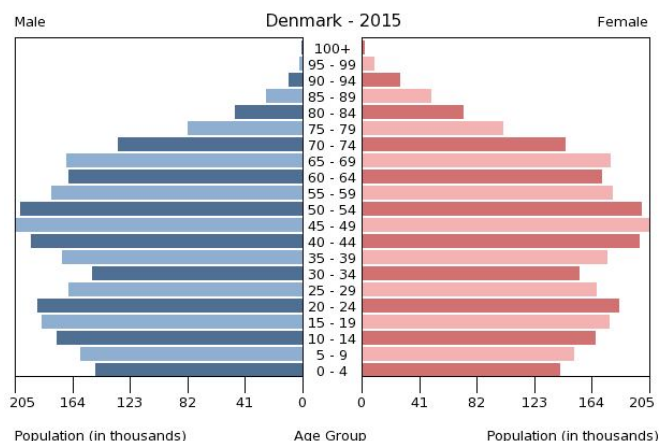
STANOVNIŠTVO

Etničke skupine: Danci 93 %, stranci 6,7 % (najviše je Turaka 0,5 %, Poljaka 0,5 % i Nijemca 0,4 %).

Dobna struktura

0 – 14 godina – 16,77 % (480.267 muškaraca / 455.946 žena)
15 – 24 godine – 13,11 % (373.547 muškaraca / 358.150 žena)
25 – 54 godine – 39,03 % (1.085.130 muškaraca / 1.093.162 žena)
55 – 64 godine – 12,41 % (344.509 muškaraca / 348.201 žena)
65 i više godina – 18,68 % (466.566 muškaraca / 576.025 žena)

Očekivana životna dob: 79,25 godina (76,82 godina za muškarce; 81,81 godina za žene).



OPĆE KARAKTERISTIKE GOSPODARSTVA

Dansko gospodarstvo ubraja se među najuspješnije i najefikasnije u svijetu, a danski BDP je za 25 % veći od prosjeka EU. Danska je predvodnik u istraživanjima i razvoju u području bežičnih tehnologija, *softwarea*, biotehnologije, medicinske tehnologije i „čistih“ tehnologija. Kao i u drugim skandinavskim zemljama, provodi se model države blagostanja koji podrazumijeva visoku razinu i dostupnost socijalnih prava, obrazovanja i zdravstvenih usluga. Nedavne mirovinske reforme poboljšale su sposobnost

Danske da se nosi sa starenjem stanovništva. Također, ima dobar i transparentan sustav javne uprave, jak sustav visokog obrazovanja i obuke, fleksibilno i učinkovito tržište rada, provodi odgovarajuću i učinkovitu politiku, a stopa korupcije je gotovo nula. Slabost joj je vrlo visoka zaduženost stanovništva. Značajno velika financijska imovina stanovništva, uglavnom mirovinska štednja, smanjuje potrebu za povećanjem opreza pri štednji. Neto tekuće bogatstvo kućanstava je negativno.

Makroekonomski pokazatelji

	2013.	2014.	2015.*	2016.*	2017.*
BDP, tekuće cijene (mlrd. eura)	248,45	253,06	258,20	268,47	280,20
BDP po stanovniku (eura)	44.353	45.061	45.639	47.542	49.463
Realni rast BDP-a (%)	- 0,5	1,1	1,7	1,2	1,6
Opseg izvozne robe (promjena u %)	1,780	- 0,207	4,000	4,500	4,500
Opseg uvozne robe (promjena u %)	3,622	2,054	5,000	5,500	5,500
Inflacija (%)	0,78	0,56	0,50	1,80	2,00
Nezaposlenost (%)	7,0	6,5	6,2	6,0	5,8
Prosječna godišnja neto plaća (euro)		33.020			

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

MEDIJI I OGLAŠAVANJE NA TRŽIŠTU

TV

TV	Gledanost (%)
TV2	24
DR1	21
DR2	5
3	5
5	5
TV2 Charlie	5
Tv2 News	4
3+	4
TV2 Zulu, DR3, DR K, DR Ramasjang, 3 Puls	2

Novine

Novine	Naklada
MetroXpress	514.000
Politiken	314.000
Jyllands-Posten	247.000
Berlingske	188.000
Borsen	151.000
BT	137.000
Ekstra Bladet	129.000
Kristeligt Dagblad	98.000
Information	84.000
Licitationen	9.000

Turistički časopis

- Vagabond

Internetske stranice

Internetske stranice	Broj posjetitelja	Broj posjeta
Dr.dk	1.965.957	31.765.602
TV2.dk	1.577.620	25.968.011
Krak.dk	1.439.745	13.400.608
Ekstrabladet.dk	1.381.475	40.928.994
Dmi.dk	1.230.012	17.228.789
Politiken.dk	1.102.217	13.327.755
Bt.dk	1.064.518	21.412.142
dba.dk	1.016.761	11.380.163
pricerunner.dk	674.983	3.418.356
jp.dk	653.307	11.190.337

Sajmovi

Kopenhagen

- Ferie i Forum, <http://www.ferieiforum.dk/>, održava se krajem siječnja, opći turistički
- Quality travel show (www.vagabond.biz), održava se u drugoj polovini listopada, opći turistički

Herning

- Ferie for alle, www.ferieforalle.dk, održava se krajem veljače, po broju posjetitelja najveći u Danskoj, opći turistički s naglašenom kamping ponudom i potražnjom

PROFIL EMITIVNOG TURISTIČKOG TRŽIŠTA

Godišnje se u Danskoj ostvari 9,2 milijuna putovanja u inozemstvo. Prosječan broj putovanja u inozemstvo po stanovniku (stariji od 15 godina) je dva putovanja, prosječna duljina boravka u inozemstvu iznosi 7,1 noći, a prosječan budžet/potrošnja po putovanju iznosi 1.305 eura.

Omiljena odredišta

1. Njemačka
2. Švedska
3. Španjolska
4. Norveška
5. Ujedinjena Kraljevina
6. Italija
7. Francuska
8. Turska
9. Austrija
10. Grčka

Izvor informacija prilikom odabira destinacija

- internet 80,4 %
- preporuke 52,2 %
- turistička agencija 29,2 %
- novine i magazini 21,1 %
- online brošure 27,5 %
- brošure 20,2 %
- TV 17,0 %
- društvene mreže 16,4 %
- blogovi 6,5 %

Način bukiranja putovanja

- internetske stranice putničke agencije 58,0 %
- buking portali 37,3 %
- internetske stranice avio prijevoznika, rent a cara 29,6 %
- internetske stranice pružatelja usluge smještaja 35,3 %
- turistička agencija 14,4 %
- telefonski 22,1 %

Vrsta prijevoza prilikom odlaska na odmor

- redovne aviolinije 27,1 %
- čarter 27,5 %
- osobni automobil 29,9 %
- autobus ili vlak 10,2 %

Vrsta smještaja

- hotel 44,3 %
- motel 13,0 %
- kamp 9,8 %
- hostel 7,5 %
- smještaj kod domaćina 7,4 %

Glavni motivi za odlazak na odmor

- provođenje vremena s obitelji 47 %
- sunce i more 28 %
- odmor, rekreacija 28 %
- posjet prijateljima i rodbini 25 %
- priroda 24 %
- razgled gradova 17 %
- kultura i religija 18 %

Vrsta kupljenog odmora

- paket-aranžman 44,9 %
- city break 43,9 %
- self drive 34,3 %
- krstarenje 7,6 %
- smještaj u apartmanu, kolibi 21,6 %
- turing 14,6 %
- camping 10,4 %

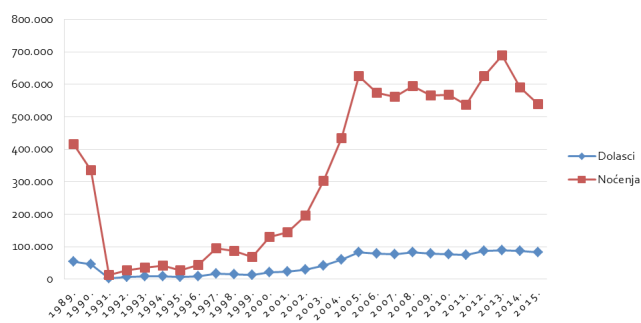
Preferencije kupovine gotovog paket-aranžman ili samostalnog bukiranja direktno od dobavljača (zrakoplovni prijevoznici, smještaj itd.)

- gotov aranžman 39,4 %
- samostalno bukiranje 38,2 %
- neodlučni 22,4 %

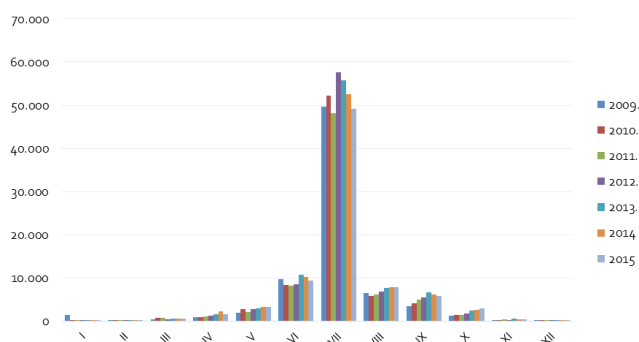
DANSKA	Dolasci			Noćenja		
	apsol.	indeks	1989.=100	apsol.	indeks	1989.=100
1989.	53.270		100	416.631		100
1990.	44.640	84	84	334.623	80	80
1991.	2.498	6	5	12.544	4	3
1992.	6.745	270	13	26.793	214	6
1993.	7.835	116	15	34.313	128	8
1994.	8.034	103	15	42.262	123	10
1995.	5.504	69	10	27.328	65	7
1996.	9.000	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

Izvor: DZS

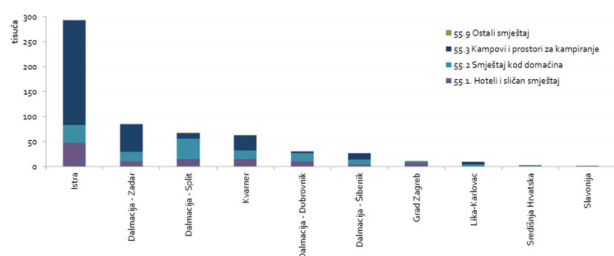
Dolasci i noćenja danskih turista, razdoblje 1989. - 2015.



Dolasci danskih turista po mjesecima, razdoblje 2009. - 2015.



Noćenja danskih turista prema vrstama smještaja i klasterima - 2014.



Hrvatska u programima organizatora putovanja

Agencije	Polasci	Destinacije	Razdoblje
Apollo	Copenhagen	Split, Makarska, Brač	V – IX
Spies (Thomas Cook)	Copenhagen	Split, Makarska, Brač, Hvar, Dubrovnik	VI – IX
Solresor	Copenhagen	Dubrovnik	VI – VIII
StarTour (TUI Nordic)	Copenhagen	Split, Makarska, Brač, Hvar	V – IX
Albatros Travel	Copenhagen	Dalmacija, krstarenja - Split, Dubrovnik	IV – X
Gislev Rejser	Several cities	Dalmacija obala/otoci, Istra Zrakoplovna i autobusna putovanja	IV – X
Vitus rejser	Copenhagen	Dubrovnik, autobusna putovanja za Opatiju, krstarenja	V – X
FriFerie		Dalmacija, Istra, Kvarner: apartmani, kuće za odmor, kampovi	
FDM Travel		Dalmacija, Istra, Kvarner, Zagreb, apartmani, kampovi	
Penguin Travel		Dalmacija, Kvarner biciklističke ture	IV – X
FolkeFerie	Copenhagen	Split, Makarska, Hvar, Brač, Šibenik	VI – VIII
Risskov Rejser	Copenhagen	Split	V – X

Agencije	Polasci	Destinacije	Razdoblje
Riis Rejser	Several cities	Autobusna putovanja za Istru	IV – X
Novasol		Apartmani i kuće za smještaj: Istra, Kvarner, Dalmacija	

Zrakoplovne linije za Hrvatsku

Croatia Airlines

Copenhagen – Zagreb

SAS

Copenhagen – Split

Copenhagen – Dubrovnik

Copenhagen – Pula

Norwegian Air

Copenhagen – Split

Copenhagen – Dubrovnik

Copenhagen – Zagreb

Za razliku od ostalih skandinavskih zemalja gdje dominiraju veliki organizatori putovanja, dansko turističko tržište

karakterizira veći broj manjih organizatora putovanja. Veća konkurencija smanjuje prodajne cijene i profitabilnost te su stoga organizatori putovanja na danskom tržištu izuzetno cjenovno osjetljivi.

Najprodavaniji organizatori putovanja u Danskoj

• Star Tour (TUI Nordic)	264.523
• Spies (Thomas Cook)	263.394
• Bravo Tours	133.806
• Apollo	117.037
• Falk Lauritsen Rejser	62.595
• Atlantis Rejser	35.650
• Århus charter	32.843
• Primo tours	21.678
• Folke ferie	15.464
• Detur	15.116

AGENCIJA	INTERNETSKA STRANICA	SJEDIŠTE
AB travel	www.abtravel.dk	Slagelse
ACE Kulturrejser	www.acekulturerejser.dk	Copenhagen
Adventure Kompagniet	www.adventuredk.dk	Valby
Albatros Travel	www.albatros-travel.dk/	Copenhagen
Alfa Travel	www.alfatravel.dk	Holstebro
American Express	www.aexp.se	Copenhagen
Apollo	www.apollorejser.dk/	Apollo
Atlantis Rejser	www.atlantisrejser.dk	Frederiksberg
Bajstrup Rejser	www.bajstrup-rejser.dk	Tinglev
Balkan Holidays	www.balkanholidays.dk	Copenhagen
BCD Travel	www.bcdtravel.dk	Valby
Best travel	www.besttravel.dk	Aalborg
Bravo Tours	www.bravotours.dk	Herning
Bundgaard Rejser	www.bundgaard-rejser.dk	Skærbæk
Canvas Holidays	www.canvasholidays.dk	Rømø
Carlson Wagonlit	www.carlsonwagnolit.dk	Copenhagen
CCMG	www.ccmg.dk	Frederiksberg

AGENCIJA	INTERNETSKA STRANICA	SJEDIŠTE
CC Travel	www.cpt.dk	Copenhagen
Chris Travel	www.christravel.dk	Farum
Comet Rejser	www.cometrejser.dk	Copenhagen
Cultours	www.cultours.dk	Århus
Dansk Bilferie	www.danskbilferie.dk	Glostrup
Dansk Folkeferie	www.folkeferie.dk	Copenhagen
DK-Kroatien	www.dk-kroatien.dk	Aalborg
DTF Travel	www.dtf-travel.dk	Hjørring
Europas	www.europas.dk	Rødning
Euroturist	www.eurotourist.dk	Ålborg
Falk Lauritzen	www.falklauritzen.dk	Herning
Felix Rejser	www.felixrejser.dk	Kolding
FDM Travel	www.fdm-travel.dk/	FDM Travel
Fjällferie Aps	www.fjeldferie.dk	Sæby
FolkeFerie	www.folkeferie.dk/	FolkeFerie
Fremad Rejser	www.fremadrejser.dk	Copenhagen
Fri Ferie	www.friferie.dk/	Fri Ferie
Fælles Rejser	www.faellesrejser.dk	Ålborg
Giba Travel	www.gibatravel.dk	Ullerslev
Gislev Rejser	www.gislev-rejser.dk/	Gislev Rejser
Grupperejsebureauet	www.grupperejsebureauet.dk	Lyngby
Happy Days	www.happydays.nu	Frederikshavn
Hjerting Rejser	www.hjertingrejser.dk	Ullerslev
Holtum Rejser	www.holtum-rejser.dk	Vejle
Holstebro Rejsecenter	www.holstebrorejsecenter.dk	Holstebro
HRG Nordic	www.hrgworldwide.com	Hvidovre
ICS	www.ics.dk	Hellerup
Intouch	www.intouch.dk	Rungsted Kyst
Jelling Rejser	www.jasoerejser.dk	Hovedgaard
Jysk Golf	www.jyskgolf.dk	Silkeborg
Kilroy Travel	www.kilroy.dk	Copenhagen
Kipling Rejser	www.kiplingtravel.dk	Frederikssund
Kulturrejser Europa	www.kulturrejser-europa.dk	Copenhagen
Lifestyle Travel & Tours	www.lifestyletravel.dk	Chralottenlund
MCI Copenhagen	www.mci-group.com/denmark	Brøndby
Mangaard Travel	www.mangaard-travel.dk	Aabyhøj

AGENCIJA	INTERNETSKA STRANICA	SJEDIŠTE
Marco Polo Travel	www.marcopolo.dk	Aabyhøj
Mach Travel	www.machtravel.dk	Hvidovre
Merlot Tours	www.merlottours.dk	Copenhagen
Movement Travel	www.movementtravels.dk	Hørsholm
My Travel	www.mytravel.dk	Copenhagen
Nilles Rejser	www.nilles.as	Dybvad
Novasol	www.novasol.dk/	Novasol
Oscar Holidays	www.oscarholidays.dk	Greve
Panter Rejser	www.panterrejser.dk	Vejle
Papuga A/S	www.papuga.dk	Brørup
Penguin Travel	www.penguin.dk/	Penguin Travel
Primo Tours	www.primotours.dk	Ringkøbing
Profil Rejser	www.profil-rejser.dk	Frederiksberg
Rassol Travel	www.rassol.dk	Greve
Riis Rejser	www.riisrejser.dk	Lemvig
Risskov Rejser	www.risskov.com/	Risskov Rejser
Ruby Rejser	www.ruby-rejser.dk	Århus
Senior Rejser	www.senior-rejser.dk	Copenhagen
Spies	www.spies.dk	Copenhagen
Sun Tours	www.suntours.dk	Århus
Team Benns	www.team-benns.com	Holstebro
Thinggaard Rejser	www.thinggaard.dk	Middelfart
Tiger Rejser	www.tigerrejser.dk	Middelfart
Tjek-In Travel	www.tjek-in.dk	Birkerød
Topas Travel	www.topas.dk	Ry
Travel Spirit	www.travelspirit.dk	Charlottenlund
Unitas Rejser	www.unitasrejser.dk	Silkeborg
Via Travel	www.viatravel.dk	Copenhagen
Ørsløv Grupperrejser	www.orslev.dk	Vordingborg
Øster Lindet Rejser	www.osterlindet.dk	Rødning
Vitus rejser	www.vitus-rejser.dk	Copenhagen

FINSKA

OSNOVNI PODACI

Službeni naziv: Republika Finska.

Državno uređenje: Parlamentarna demokracija.

Glavni grad: Helsinki (1.180.000 stanovnika sa širom okolicom).

Veći gradovi: Espoo (259.383), Tampere (219.624), Vantaa (209.960), Oulu (192.680), Turku (181.569), Kuopio (105.651).

Površina: 338.145 km².

Broj stanovnika: 5.476.922.

Službeni jezik: finski i švedski.

Vjerska pripadnost: protestanti (73,8 %), grkokatolici (1,1 %), ostali i neopredijeljeni (25,1 %).

Stopa rasta stanovništva: 0,4 %.

Gustoća naseljenosti: 17,8 stanovnika/km² (84,2 % stanovništva živi u gradovima).

Valuta: EUR.



POLITIČKO UREĐENJE

Finska je unitarna republika s polupredsjedničkim sustavom vlasti.

Zakonodavnu vlast ima jednodomni Parlament (fin. Eduskunta; šved. Riksdagen) s 200 zastupnika, koje izravno biraju građani za mandat od četiri godine.

Izvršnu vlast ima vlada koju predstavlja predsjednik republike, ali je za svoj rad odgovorna parlamentu.

Na čelu države je predsjednik republike. Biraju ga građani na općim i neposrednim izborima, na mandat od šest godina; može biti biran najviše dvaput. Njegove su ovlasti

velike u području vanjske politike, a uz to imenuje predsjednika vlade koji sastavlja vladu iz redova parlamentarne većine.

Posljednji parlamentarni izbori održani su u travnju 2015., a na čelu vlade je premijer Juha Petri Sipilä, dok su posljednji predsjednički izbori održani u veljači 2012., a trenutni predsjednik države je Sauli Niinistö.

Finska je članica Europske unije (EU). Kao punopravna članica EU sudjeluje u svim ugovorima potpisanim od EU. Također, članica je Organizacije za ekonomsku suradnju i razvoj (OECD) i Svjetske trgovinske organizacije (WTO).

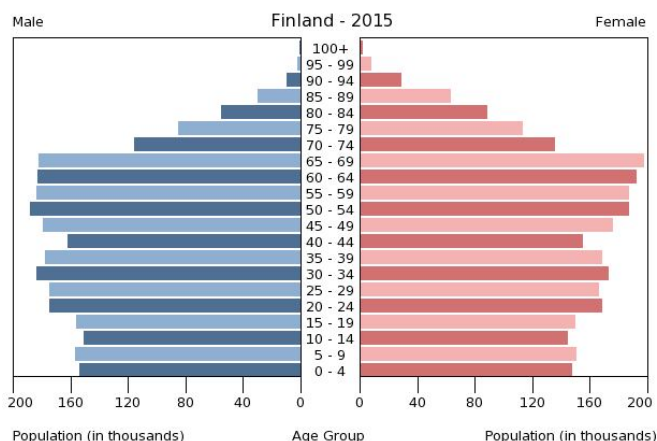
STANOVNIŠTVO

Etničke skupine: Finci 93,4 %, Šveđani 5,6 %, Rusi 0,5 %, Estonci 0,3 %, Romi 0,1 %.

Dobna struktura

0 – 14 godina – 16,41 % (459.560 muškaraca / 439.343 žena)
15 – 24 godine – 11,79 % (329.815 muškaraca / 316.130 žena)
25 – 54 godine – 38,03 % (1.062.429 muškaraca / 1.020.216 žena)
55 – 64 godine – 13,56 % (365.383 muškaraca / 377.390 žena)
65 i više godina – 20,21 % (477.024 muškaraca / 629.632 žena)

Očekivana životna dob: 80,77 godina (77,82 godina za muškarce; 83,86 godina za žene).



OPĆE KARAKTERISTIKE GOSPODARSTVA

Finsko gospodarstvo obilježava razvijeno i visoko industrijalizirano tržište, visoka konkurentnost na svjetskoj razini, socijalni model „države blagostanja“ koji osigurava visoku razinu socijalne zaštite te jedna od najnižih stopa korupcije u svijetu. Gospodarstvo je snažno izvozno orijentirano.

Već nekoliko godina finsko gospodarstvo je u silaznoj fazi. U 2013. pridružila se zemljama članicama EU koje su u recesiji, što se negativno odrazilo i na gospodarske pokazatelje.

Važan temelj gospodarskog uspjeha i visoke konkurentnosti gospodarstva sustavno je poticanje inovativnosti, konkurentnosti i ulaganja u istraživanje i razvoj.

Makroekonomski pokazatelji

	2013.	2014.	2015.*	2016.*	2017.*
BDP, tekuće cijene (mlrd. eura)	202,7	205,1	207,3	212,1	217,9
BDP po stanovniku (eura)	37.360	37.638	37.893	38.568	39.434
Realni rast BDP-a (%)	- 1,1	- 0,4	0,4	1,4	1,8
Opseg izvozne robe (promjena u %)	2,181	1,604	0,550	1,900	2,700
Opseg uvozne robe (promjena u %)	0,949	1,437	- 1,100	1,600	2,300
Inflacija (%)	2,21	1,20	0,01	1,2	1,6
Nezaposlenost (%)	8,14	8,68	9,49	9,47	9,07
Prosječna godišnja neto plaća (euro)		29.755			

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

MEDIJI I OGLAŠAVANJE NA TRŽIŠTU

Internet

Internetske stranice	Broj posjetitelja	Broj posjeta
Ilta- Sanomat	6.175.189	138.798.325
Iltaleshti	5.675.988	123.478.312
Yle	4.029.173	50.563.893
Helsingin Sanomat	3.469.904	53.310.850
MTV	3.535.187	48.106.765
Taloussanomat	1.528.548	6.244.985
Suomi24	1.625.159	19.009.538
Kauppalehti.fi	1.075.790	9.622.272
Nelonen Media	1.005.845	6.010.426
Foreca.fi	1.088.077	8.623.666

Dnevne novine

Novine	Naklada
Helsingin Sanomat	285.223
Ilta-Sanomat	110.226
Aamulehti	106.842
Turun Sanomat	88.992
Maaseudun Tulevaisuus	78.899
Iltaleshti	71.195
Kaleva	65.572
Keskisuomalainen	57.260
Savon Samomat	52.934
Kauppalehti	50.747

Časopisi

Časopis	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	93019

TV

TV Kanali	Gledanost (%)
Yle TV1	26,0
MTV3	19,0
Yle TV2	11,9
Nelonen	8,8
Sub	5,1
TV 5	3,6
MTV Total	3,7
Jim	3,2
Fox	3,3
Yle Teema	2,6

Sajmovi

Turistički sajam Matka održava se sredinom siječnja svake godine u Helsinkiju, a prema broju posjetitelja jedan je od najvećih turističkih sajмова na sjeveru Europe.

PROFIL EMITIVNOG TURISTIČKOG TRŽIŠTA

Godišnje se u Finskoj ostvari 7,3 milijuna putovanja u inozemstvo. Prosječan broj putovanja u inozemstvo po stanovniku (stariji od 15 godina) iznosi 1,4 putovanja, prosječna duljina boravka u inozemstvu je 4,9 noći, a prosječan budžet/potrošnja po putovanju iznosi 1.177 eura.

Najpopularnije destinacije

1. Estonija
2. Švedska
3. Španjolska
4. Njemačka
5. Rusija
6. Norveška
7. Francuska
8. Grčka
9. Italija
10. Ujedinjena Kraljevina

Izvor informacija pri odabiru destinacija

- | | |
|-----------------------|--------|
| - internet | 83,0 % |
| - preporuke | 48,5 % |
| - turistička agencija | 20,4 % |
| - novine i magazini | 25,4 % |
| - online brošure | 14,3 % |
| - brošure | 28,3 % |
| - TV | 19,1 % |
| - društvene mreže | 16,5 % |
| - blogovi | 8,9 % |

Način bukiranja putovanja

- | | |
|---|--------|
| - internetske stranice putničke agencije | 44,7 % |
| - buking portali | 34,7 % |
| - internetske stranice avio prijevoznika, <i>rent a car</i> | 39,4 % |

- | | |
|--|--------|
| - internetske stranicama pružatelja usluge smještaja | 39,7 % |
| - turistička agencija | 18,7 % |
| - telefonski | 12,9 % |

Vrsta prijevoza prilikom odlaska na odmor

- | | |
|----------------------|--------|
| - redovne aviolinije | 26,7 % |
| - čarter | 15,8 % |
| - osobni automobil | 13,8 % |
| - autobus ili vlak | 5,7 % |

Vrsta smještaja

- | | |
|-------------------------|--------|
| - hotel | 47,8 % |
| - motel | 14,7 % |
| - kamp | 4,9 % |
| - hostel | 6,7 % |
| - smještaj kod domaćina | 4,9 % |

Vrsta kupljenog odmora

- | | |
|--------------------------------|--------|
| - paket-aranžman | 34,4 % |
| - <i>city break</i> | 38,8 % |
| - <i>self drive</i> | 23,6 % |
| - krstarenje | 37,7 % |
| - smještaj u apartmanu, kolibi | 13,0 % |
| - <i>turing</i> | 11,8 % |
| - <i>camping</i> | 13,0 % |

Preferencije kupovine gotovog paket-aranžman ili samostalnog bukiranja direktno od dobavljača (zrakoplovni prijevoznici, smještaj itd.)

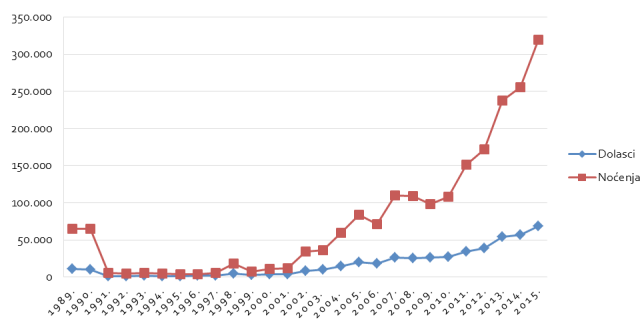
- | | |
|------------------------|--------|
| - gotov aranžman | 42,1 % |
| - samostalno bukiranje | 35,3 % |
| - neodlučni | 22,6 % |

Broj dolazaka i noćenja ostvarenih u Hrvatskoj

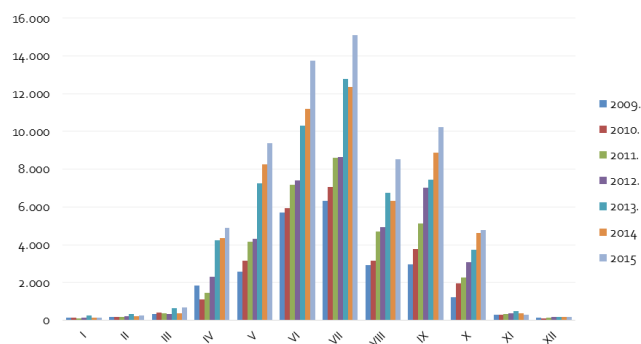
FINSKA	Dolasci			Noćenja		
	apsol.	indeks	1989.=100	apsol.	indeks	1989.=100
1989.	11.179		100	64.816		100
1990.	10.477	94	94	64.923	100	100
1991.	925	9	8	5.127	8	8
1992.	1.456	157	13	4.302	84	7
1993.	1.646	113	15	5.634	131	9
1994.	1.275	77	11	4.309	76	7
1995.	1.158	91	10	3.310	77	5
1996.	2.000	173	18	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

Izvor: DZS

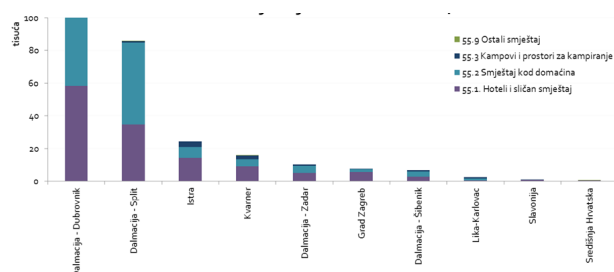
Dolasci i noćenja finških turista, razdoblje 1989. - 2015.



Dolasci finških turista po mjesecima, razdoblje 2009. - 2015.



Noćenja finških turista prema vrstama smještaja i klasterima - 2014.



Hrvatska u programima organizatora putovanja

Agencije	Polasci	Destinacije	Razdoblje
AurinkoMatkat	Helsinki	Dubrovnik, Cavtat, Šibenik, Vodice, krstarenje	V – IX
Apollo	Helsinki	Makarska rivijera, Split, Brač, Hvar, Dubrovnik	V – IX
Kaleva Travel	Helsinki	Dubrovnik, Split, Hvar	V – X
Matka Mieli	Helsinki	Split/ Dalmacija, Plitvice	V – X
OK Matkat	Helsinki	Dubrovnik	IV – X
MatkaVekka, Lommamatkat	Helsinki	Adriatic Tour, (Istra-Dalm.), Dubrovnik	IV – X
Tjäreborg	Helsinki	Split, Dubrovnik, Brač, Hvar, Makarska rivijera, Istra	V – IX
Grabar Consulting		grupna putovanja, MICE, vjerske ture: cijela Hrvatska	
We travel	Oulo, Tampere, Jyväskylä, Kokkola, Kuopio, Vasa, Turku, Appeenranta	Zadar	V – X

Zrakoplovne linije za Hrvatsku

Norwegian Air		7. Cipar	20.556
Helsinki – Split	29. 3. – 22. 10.	8. Bugarska	13.653
Helsinki – Dubrovnik	30. 4. – 22. 10.	9. Austrija	13.040
Helsinki – Pula	25. 6. – 13. 8.	10. UAE (Hrvatska)	9.225
			9.088

Finnair		U 2014. ukupno je ostvareno 883.041 čarter putovanje.
Helsinki – Dubrovnik	25. 3. – 28. 10.	
Helsinki – Split	1. 5. – 4. 10.	
Helsinki – Pula	20. 6. – 12. 8.	

Organizatori putovanja

Broj čarter (zrakoplovnih) putovanja u 2013.

1. Španjolska	284.896	1. Finnmatkat	29,2 %
2. Grčka	183.707	2. Aurinkomatkat	24,2 %
3. Turska	120.975	3. Tjäreborg	20,9 %
4. Tajland	55.747	4. Apollomatkat	7,9 %
5. Portugal	25.223	5. Lomamatkat	7,2 %
6. Italija	21.109	6. Detur Finland	3,5 %
		7. OK matkat	1,0 %
		8. STS Alppimatkat	1,0 %
		9. Matka-Vekka	1,0 %

AGENCIJA	INTERNETSKA STRANICA	SJEDIŠTE
Alma Tour	www.almatour.fi	Helsinki
Apollo	www.apollomatkat.fi	Helsinki
Area	www.area.fi	Helsinki
AurinkoMatkat	www.aurinkomatkat.fi	Helsinki
Citymatkat	www.citymatkat.fi	Helsinki
DETUR	www.detur.fi	Helsinki
EU Matkat	www.eutrael.fi	Helsinki
Finland Travel Bureau	www.smt.fi	Helsinki
Finnmatkat (TUI Nordic)	www.finnmatkat.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
Lommamatkat	www.lommamatkat.fi	Helsinki
Matka-agentit	www.matka-agentit.fi	Poorvo
Matka Mieli	www.matkamieli.fi	Helsinki
Matka Seniorit	www.kontiki.fi/matkaseniorit	Helsinki
MatkaVekka	www.matkavekka.fi	Helsinki
Matkapojat	www.matkapojat.fi	Helsinki

AGENCIJA	INTERNETSKA STRANICA	SJEDIŠTE
Midnight Sun Sailing	midnightsunsailing.fi	Dalsbruk/Taalintehdas
OK Matkat	www.okmatkat.fi	Helsinki
Scandjet/Matkakauppa Naantalin	www.naantalinmatkakauppa.fi	Nådendal
TinkyBell	www.tinkybell.fi	Kokkola
Tjäreborg	www.tjareborg.fi	Helsinki
VL matkat	www.vihdinliikenne.fi	Helsinki
Ykkösmatkat	www.ykkosmatkat.com	Helsinki
You Travel	www.youtravel.fi	Helsinki
Wetravel	www.wetravel.fi	Naantali

NORVEŠKA

OSNOVNI PODACI

Službeni naziv: Kraljevina Norveška.

Državno uređenje: Ustavna monarhija.

Glavni grad: Oslo (986.000 stanovnika).

Veći gradovi: Bergen (267.950), Trondheim (179.692), Stavanger (129.191), Kristiansand (84.476), Tromsø (70.358), Drammen (65.473).

Površina: 323.802 km².

Broj stanovnika: 5.207.689.

Službeni jezik: Bokmal i Nynorsk.

Vjerska pripadnost: protestanti (82,1 %), ostali katolici (3,9 %), muslimani (2,3 %), rimokatolici (1,8 %), ostali (2,4 %), neopredijeljeni (7,5 %).

Stopa rasta stanovništva: 1,13 %.

Gustoća naseljenosti: 12,5 stanovnika/km² (80,5 % stanovništva živi u gradovima).

Valuta: NOK (norveška kruna).



POLITIČKO UREĐENJE

Norveška je prema ustavu iz 1814. ustavna monarhija. Od 1990. monarhija je nasljedna po muškom i ženskom potomstvu iz dinastije Schleswig-Holstein-Sonderburg-Glücksburg. Na čelu države i formalno na čelu izvršne vlasti je Kralj Harald V. koji je zapovjednik vojnih snaga. Ima pravo suspenzivnog veta na zakonodavne odluke parlamenta (Storting), no ako ih parlament ponovno izglasa kvalificiranom većinom, kralj ih mora sankcionirati.

Zakonodavnu vlast ima parlament, a čini ga 165 zastupnika (broj varira ovisno o broju birača), koje na razdoblje od četiri godine biraju građani na općim, izravnim i tajnim izborima. Izborni ciklus propisan je Ustavom: izbori se održavaju drugog ponedjeljka u rujnu svake četvrte godine, nema izvanrednih izbora. Na prvoj sjednici parlament iz svojih redova bira četvrtinu zastupnika koja čini Gornji dom (Lagting), a preostale tri četvrtine čine Donji dom (Odelsting). U načelu domovi su ravnopravni u zakono-

davnoj aktivnosti, s tim što Donji dom ima isključivo pravo zakonodavne inicijative. Procedura je određena tako da o zakonu prvo raspravlja Donji, a potom Gornji dom; ako pak nisu suglasni, odluka se donosi na zajedničkoj sjednici dvotrećinskom većinom glasova svih zastupnika.

Izvršnu vlast ima vlada, a čini ju premijer i najmanje sedam članova. Na kraljev prijedlog sastavlja ju većinska stranka ili koalicija stranaka koje imaju većinu u parlamentu; za svoj rad odgovorna je parlamentu. Posljednji parlamentarni izbori održani su u rujnu 2013., a u listopadu 2013. predsjednicom vlade imenovana je Erna Solberg.

Norveška je članica Europskog udruženja za slobodnu trgovinu (EFTA). Također, članica je Organizacije za ekonomsku suradnju i razvoj (OECD) i Svjetske trgovinske organizacije (WTO).

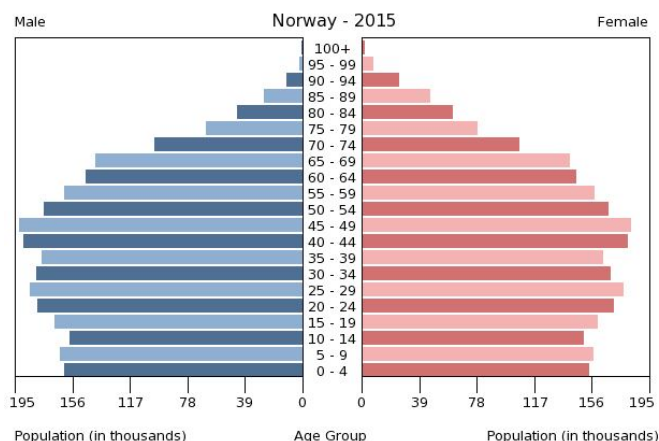
STANOVNIŠTVO

Etničke skupine: Norvežani 94,4 %, ostali Europljani 3,6 %, ostali 2,0 %.

Dobna struktura

0 – 14 godina – 18,08 % (482.945 muškaraca / 458.735 žena)
15 – 24 godine – 12,99 % (347.535 muškaraca / 329.113 žena)
25 – 54 godine – 40,91 % (1.096.539 muškaraca / 1.033.879 žena)
55 – 64 godine – 11,69 % (308.142 muškaraca / 300.895 žena)
65 i više godina – 16,32 % (387.333 muškaraca / 462.573 žena)

Očekivana životna dob: 81,7 godina (79,7 godina za muškarce; 83,81 godina za žene).



OPĆE KARAKTERISTIKE GOSPODARSTVA

Norveško gospodarstvo je unatoč padu cijena nafte ostalo stabilno i bilježi pozitivne rezultate, a Norveška i dalje pripada krugu najbogatijih društava s visokim prihodima i standardom stanovništva.

Najvažniji je sektor nafte i plina, no on nije ograničen samo na eksploataciju prirodnih bogatstava, već i na tehnološki razvoj popratne industrije. Trgovinska robna bilanca tradicionalno je u suficitu, no kada se iz trgovinske bilance izdvoje prihodi od nafte i plina tada robna razmjena prelazi u deficit od oko 19 milijardi eura.

Niske kamatne stope, snažan rast prihoda, visoka stopa imigracije te povlašteni porezni tretmani povećavaju stambenu potražnju koja se uglavnom financira zaduživanjem, što rezultira izuzetno velikom zaduženosti stanovništva.

U prosincu 2014. zabilježen je značajan pad tečaja krune u odnosu na euro kao posljedica pada cijena nafte. Ipak, procjenjuje se da Norveška ima kapacitete amortizirati negativne učinke pada cijene nafte te da norveško gospodarstvo neće zapasti u krizu.

Makroekonomski pokazatelji

	2013.	2014.	2015.*	2016.*	2017.*
BDP, tekuće cijene (mlrd. eura)	312,66	320,91	322,03	329,78	348,12
BDP po stanovniku (eura)	61.366	62.248	61.780	62.580	65.348
Realni rast BDP-a (%)	0,6	2,2	1,8	1,7	2,1
Opseg izvozne robe (promjena u %)	- 4,707	1,754	0,842	0,903	0,923
Opseg uvozne robe (promjena u %)	4,235	2,025	2,250	2,250	2,250
Inflacija (%)	2,13	2,02	2,25	2,25	2,50
Nezaposlenost (%)	3,5	3,5	4,2	4,3	4,0
Prosječna godišnja neto plaća (euro)		46.205			

Izvor: IMF, Eurostat, EUI, Statistics Norway, (*) procjena

MEDIJI I OGLAŠAVANJE NA TRŽIŠTU

Internet

Internetske stranice	Broj posjetitelja	Broj posjeta
VG Nett	1.343.278	10.017.000
Nrk.no	1.068.984	8.039.149
Dagbladet.no	842.501	5.301.164
Finn.no	671.163	18.765.696
TV2	545.277	3.225.157
Nettavisen	455.343	2.317.218
Aftenposten.no	379.329	1.797.375
Startsiden	354.053	4.337.116
ABCnyheter	212.594	1.091.168
E24.no	210.675	635.829

TV

Kanali	Gledanost (%)
NRK1	32,4
TV2	17,8
TV Norge	7,4
NRK2	5,3
TV3	3,6
NRK3/Super	3,5
MAX	3,1
TV2 Nyhetskanalen	2,8
Viasat 4	2,1
FEM	2,1

Dnevne novine

Novine	Naklada
Aftenposten	187.694
VG-Verdens Gang	138.188
Dagbladet	73.647
Bergens Tidende	70.209
Dagens Naeringsliv	69.916
Adresseavisen	61.086
Stavanger Aftenblad	56.220
Faedrelandsvennen	33.774
Morgenbladet	29.104
Drammens Tidende	26.545

PROFIL EMITIVNOG TURISTIČKOG TRŽIŠTA

Godišnje se u Norveškoj ostvari 6,7 milijuna putovanja u inozemstvo. Prosječan broj putovanja u inozemstvo po stanovniku (stariji od 15 godina) iznosi 1,7 putovanja, prosječna duljina boravka u inozemstvu je 7,9 noći, a prosječan budžet/potrošnja po putovanju iznosi 1.536 eura.

Na godinu se proda oko 1.300.000 paket-aranžmana, od čega 870.000 ljetnih.

Najposjećenije destinacije

1. Švedska
2. Danska
3. Španjolska
4. Njemačka
5. Ujedinjena Kraljevina

Izvor informacija pri odabiru destinacija

- internet	76,2 %
- preporuke	49,0 %
- turistička agencija	24,7 %
- novine i magazini	22,1 %
- online brošure	21,7 %
- brošure	17,8 %
- TV	23,8 %
- društvene mreže	19,6 %
- blogovi	7,7 %

Način bukiranja putovanja

- internetske stranice putničke agencije	37,4 %
- buking portali	49,3 %
- internetske stranice avioprijevoznika, rent a cara	52,5 %
- internetske stranice pružatelja usluge smještaja	18,2 %
- turistička agencija	15,8 %
- telefonski	10,8 %

Vrsta prijevoza prilikom odlaska na odmor

- redovne aviolinije	31,2 %
- čarter	25,8 %
- osobni automobil	24,4 %
- autobus ili vlak	9,3 %

Vrsta smještaja

- hotel	44,8 %
- motel	8,1 %
- kamp	8,2 %
- hostel	4,4 %
- smještaj kod domaćina	4,9 %

Glavni motivi za odlazak na odmor

- sunce i more	41 %
- provođenje vremena s obitelji	40 %
- odmor, rekreacija	35 %
- posjet prijateljima i rodbini	29 %
- razgled gradova	19 %
- priroda	15 %
- kultura i religija	10 %

Vrsta kupljenog odmora

- paket-aranžman	47,2 %
- city break	40,9 %
- self drive	27,2 %
- krstarenje	14,5 %
- smještaj u apartmanu, kolibi	24,6 %
- turing	13,1 %
- camping	8,9 %

Preferencije kupovine gotovog paket-aranžman ili samostalnog bukiranja direktno od dobavljača (zrakoplovni prijevoznici, smještaj itd.)

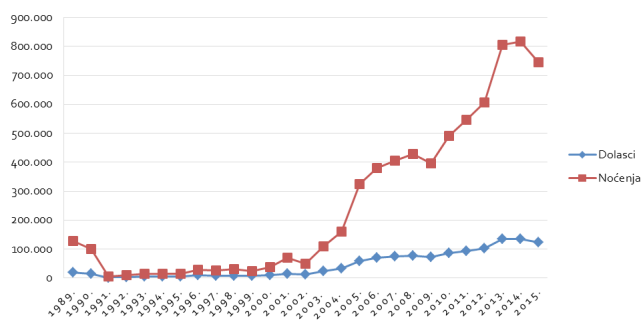
- gotov aranžman	37,3 %
- samostalno bukiranje	38,4 %
- neodlučni	24,4 %

Broj dolazaka i noćenja ostvarenih u Hrvatskoj

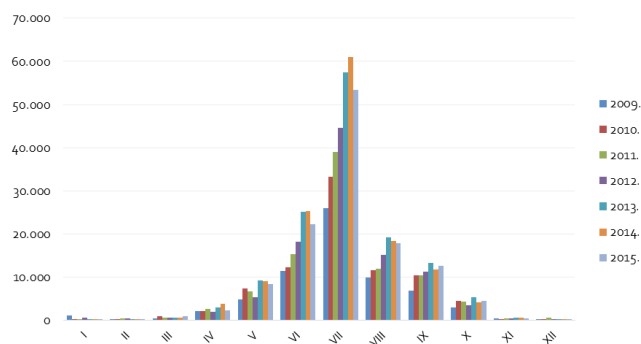
NORVEŠKA	Dolasci			Noćenja		
	apsol.	indeks	1989.=100	apsol.	indeks	1989.=100
1989.	19.647		100	127.971		100
1990.	14.188	72	72	99.089	77	77
1991.	1.001	7	5	4.419	4	3
1992.	2.509	251	13	8.845	200	7
1993.	3.929	157	20	15.265	173	12
1994.	4.392	112	22	14.615	96	11
1995.	4.401	100	22	14.176	97	11
1996.	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

Izvor: DZS

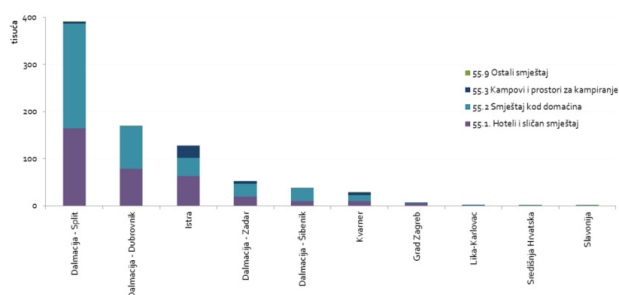
Dolasci i noćenja norveških turista, razdoblje 1989. - 2015.



Dolasci norveških turista po mjesecima, razdoblje 2009. - 2015.



Noćenja norveških turista prema vrstama smještaja i klasterima - 2014.



Hrvatska u programima organizatora putovanja

Agencija	Polasci za Hrvatsku	Destinacije u Hrvatskoj	razdoblje
Apollo	Oslo, Bergen, Stavanger, Trondheim, Torp, Ålesund	Split, Makarska, Brač, Hvar, Šibenik, Dubrovnik	V – X
Kroatienspecialisten	Oslo, Evenes, Kristiansund	Split, Brač, Hvar, Makarska, Vodice, Dubrovnik, krstarenje	VI – VII
Ving	Oslo, Stavanger	Split, Brač, Hvar, Makarska, Dubrovnik, Istra	V – IX
Jomfrureiser	Oslo	Dubrovnik, Novigrad, Rovinj, Split, Šibenik (trening putovanja, biciklistička.)	IV – X
Oliven Reiser	Oslo	Dalmacija i Kvarner (biciklističke ture po otocima), Istra, Novigrad	V – IX
InspiraTour	Oslo	Split (jedrenje)	VII
Askeladden Reiser	Hønefoss/Oslo	Rovinj (vinske i biciklističke ture)	V
Kalinka Tours	Oslo	Dubrovnik, Split, Zagreb	
SPA Travel		Istra (biciklističke ture), Opatija, Dubrovnik, Šibenik, Split, otoci	
Peer Gynt Tours	Oslo	Dubrovnik (umirovljenici)	IV – IX
Naturistreiser / Escape Travel AS		Vrsar/Rovinj naturizam	V – IX

Agencija	Polasci za Hrvatsku	Destinacije u Hrvatskoj	razdoblje
Navigare Consult		Dalmacija- jedrenje	
Star tour	Oslo	Makarska rivijera	V – X

Zrakoplovne linije za Hrvatsku

Ryanair		Norwegian Air	
Oslo(Rygge) – Zadar	24. 4. – 26. 10.	Oslo – Dubrovnik	29. 3. – 29. 10.
Oslo(Rygge) – Pula	1. 6. – 31. 8.	Oslo – Pula	7. 5. – 24. 9.
		Oslo – Rijeka	21. 6. – 9. 8.
		Oslo – Split	2. 4. – 29. 10.
SAS		Trondheim – Dubrovnik	7. 5. – 29. 10.
Oslo – Split	28. 5. – 15. 10.	Trondheim – Split	20. 6. – 13. 8.
Oslo – Dubrovnik	27. 6. – 5. 8.	Bergen – Dubrovnik	7. 5. – 29. 10.
Oslo – Pula	26. 6. – 7. 8.	Bergen – Split	21. 6. – 13. 8.
Bergen – Split	27. 6. – 1. 8.	Stavanger – Split	25. 6. – 13. 8.
Stavanger – Split	27. 6. – 1. 8.	Stavanger – Dubrovnik	22. 6. – 13. 8.
Kristiansand – Split	30. 6. – 4. 8.		
Trondheim – Split	1. 7. – 5. 8.		

AGENCIJA	INTERNETSKA STRANICA	SJEDIŠTE
Active travel	www.atn.no	Oslo
ALFA TRAVEL AS	www.alfatravel.no	Hokksund
American Express Travel	www.aexp.no	Oslo
AmiSol Travel	www.amisol.no	Drammen
Apollo	www.apollo.no/	Oslo
Askeladden Reiser	www.askeladden.net/	Hønefoss
Basecamp Explorer	www.basecampexplorer.com	Oslo
Benny Travel	www.bennytravel.com	Oslo
Berg Hansen	www.berg-hansen.no	Oslo
Carpe Diem Singelreiser	www.carpe-diem.no	Vika
Detur Norway	www.detur.no	Oslo
Eco Expedition	www.ecoexpeditions.no	Stavanger
Escape Travel	www.escape.no	Oslo
Euroreiser	www.euroreiser.no	Stavern
Everest Travels	www.everesttravels.no	Oslo
Farmand Reiser	www.farmandreiser.no	Revetal
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

AGENCIJA	INTERNETSKA STRANICA	SJEDIŠTE
Kroatia Reiser	www.kroatia-reiser.no	Grimstad
Kultur Reiser	www.kulturreiser.no	Hvalstad
Mercur reiser	www.mercur-reiser.no	Kristiansand
Navigare Consult	www.navigar.no/	Oslo
Oliven reiser	www.olivenreiser.no	Skien
Orkla reiser	www.orklareiser.no	Orkanger
Peer Gynt Tours	www.peergynt.com/	Oslo
P.R.Norge Bussreiser	www.prnorge.no	Berger
Sabra tours	www.sabratours.no	Oslo
Sor-vest reiser	www.sorvestreiser.no	Stavanger
SPA Travel	www.spatravel.no/	Sandvika
Sport og Helseferie	www.sportoghelse.no	Larvik
Star Tour (TUI Nordic)	www.startour.no	Oslo
Sun Yachting Navigare	www.sunyachting.no	Oslo
Tellus Reiser	www.tellus-reiser.no	Verdal
TimeOut Travel	www.timeout-travel.no	Bergen
Travelnet Norge	www.travelnet.no	Oslo
Via Tours	www.via.no	Oslo
Vidy Reiser	www.vidyreiser.no/	Stavanger
Viking Reiser	www.vikingreiser.no	Oslo
Ving (Thomas Cook)	www.ving.no	Oslo