



Hrvatska turistička zajednica

OPĆI PODACI O TRŽIŠTU

Skandinavija je geografski naziv za regiju sjeverne Europe koja se sastoji od triju zemalja: Norveške i Švedske (koje zajedno čine Skandinavski poluotok) te Danske. Sam pojam (Skandinavija) najčešće se koristi za označavanje kulturnih i jezičnih obilježja s obzirom na to 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.

Aktualna ekonomska situacija u Skandinaviji

Iako Skandinavija pokazuje pozitivne gospodarske pomake, zbog rasta izvoza i potrošnje kućanstava, glavni problemi ostaju visoka nezaposlenost i sve veći dug građanstva. Ipak, središnje banke ne usuduju se dizati eskontne stope s obzirom na to da ih brinu problemi deflacije. Sve je izglednije da će eskontne stope ostati niske tijekom cijele 2014., dok pojedini analitičari predviđaju i sniženje stopa kako bi se potaknula inflacija.

Norveško gospodarstvo i dalje karakterizira velika ulaganja u naftni i plinski sektor, dok je potrošnja kućanstava u padu – predviđanja govore kako će rast realnog dohotka ipak postupno potaknuti potrošnju. Švedski su ekonomski pokazatelji pozitivni, dok središnju banku brine deflacija, što upućuje na dodatno snižavanje eskontne stope. Danska se oporavlja od krize te su im svi gospodarski pokazatelji napokon pozitivni. Finsko gospodarstvo muče strukturni problemi povezani s drvnom industrijom i IT sektorom, kao i prevelika ovisnost o ruskom tržištu.

Skandinavsko turističko tržište

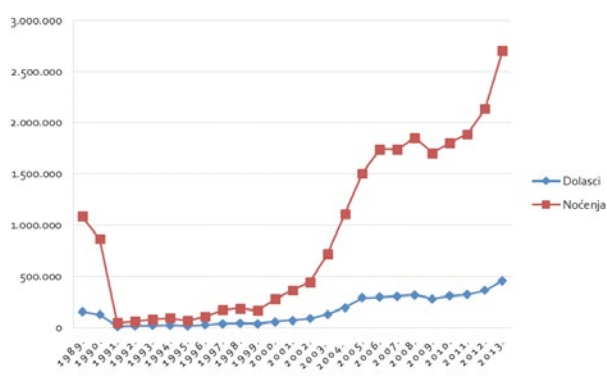
Osnovni motivi za putovanje Skandinavaca jesu bijeg od oštrem klime i svakodnevnice. Klimatski uvjeti sjeverne Europe, s hladnim zimskim razdobljem bez dovoljno svjetla, uz kratka i često kišovita ljeta, u velikoj mjeri



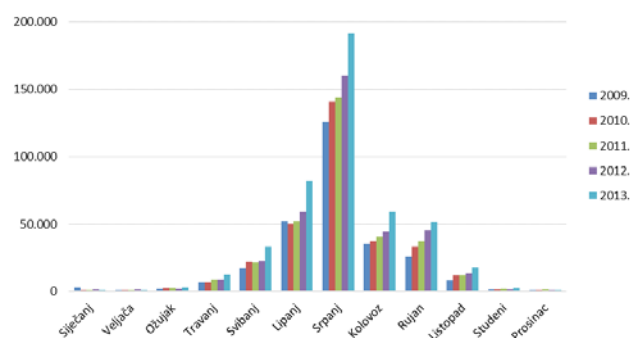
određuju ponašanje stanovnika Skandinavije. Kao jedna od egzistencijalnih potreba javlja se potreba za suncem i toplinom, što postaje ključni poticajni element turističkih kretanja. Snažno izražena potreba za putovanjima praćena je značajnim obujmom ponude. Zahvaljujući

visokoj konkurenciji između nositelja ponude (receptivna odredišta, zrakoplovni prijevoznici, organizatori putovanja), svedena je na prihvatljivu razinu cijena. Time cijela regija, unatoč malom broju stanovnika (oko 25 mil.), čini treće najemitivnije tržište Europe.

Dolasci i noćenja skandinavskih turista u razdoblju 1989. – 2013.



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



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.	456.786	126	295	2.702.950	127	248

Izvor: DZS

Opće karakteristike

Stanovnici skandinavskih zemalja česti su putnici zbog nekoliko čimbenika:

- relativno visoka primanja
- dulji godišnji odmori (5 – 6 tjedana, od toga 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 %
– ostali	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 čarter putovanja bila dominantna;
- poslovna putovanja;
- putovanja posebnih segmenata tržišta;
- putovanja u velike gradove.

Trendovi u 2014.

- kružna ili kombinirana putovanja postaju sve popularnija;
- iako je bitno imati pristup internetu, sve je više onih koji na odmoru pokušavaju biti „nedostupni“;
- „currency surfing“, biraju se destinacije prema valutama koje su imale najveću deprecijaciju u posljednje vrijeme;
- specijalizirani klub-hoteli (dječji, samo za odrasle, trening-hoteli itd.);
- TV serijali; sve su popularnije destinacije koje su povezane sa snimanjem popularnih serijala kao što su „Igra prijestolja“, „Sherlock Holmes“, razni kulinarski serijali itd.

Organizatori putovanja na skandinavskom tržištu

Gotovo 85 % čarterskoga 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

KUONI – Kuoni Nordic

- 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 2014.

Zimska sezona 2013./2014. bila je prilično zahtjevna za sve organizatore putovanja na tržištu s obzirom na to da su zbog opće poznatih problema u Egiptu i političke nestabilnosti na Tajlandu izgubili dobar dio unaprijed planiranog kapaciteta koji nisu uspjeli nadoknaditi u drugim destinacijama.

Početak prodaje ljetnih paket-aranžmana isto tako nije donio pozitivne efekte pa su organizatori putovanja ranije nego inače počeli nuditi razne popuste. Ako se tome pridodaju izostanak prave zime i neuobičajeno lijepo vrijeme tijekom proljeća, shvatljivo je da su potrošači odluku o odabiru destinacije pomaknuli bliže polasku, što je dodatno povećalo nervozu među organizatorima putovanja. Opće je mišljenje da su organizatori putovanja dostigli maksimum kapaciteta koji mogu plasirati na tržištu, a dodatni problem stvaraju im zrakoplovni prijevoznici koji svake godine povećavaju broj letova prema čarter destinacijama.

Trenutačni rezultati prodaje nešto su ispod prošlogodišnje razine, ali se organizatori putovanja nadaju da će ipak uspjeti ponoviti prošlogodišnje rezultate. Primjetan je oporavak grčkih destinacija te nešto manji interes za turskim destinacijama.

Zastupljenost Hrvatske u programima putovanja u 2014.

U 2013. zabilježen je znatan rast broja dolazaka i noćenja skandinavskih turista u Hrvatskoj, što samo potvrđuje da je potražnja za hrvatskim destinacijama i dalje velika. Iako u nešto manjem postotku u odnosu na prošlu godinu, organizatori putovanja nastavljaju s trendom povećanja kapaciteta za hrvatske destinacije.

Apollo je prošle godine ostvario odličan rezultat u Hrvatskoj te su doveli preko 35.000 skandinavskih gostiju. U 2014. ušli su s blagim korekcijama kapaciteta, s time da će iz Finske osim za Split, letjeti i za Dubrovnik. I dalje im je glavna baza Makarska rivijera.

Ving je ove godine dodatno povećao kapacitet za Hrvatsku. Nastavljaju s čarter letovima za Split iz švedskih gradova, dok su FIT program proširili i na Istru gdje će koristiti redovne zrakoplovne linije SAS-a i Norwegian aira za Pulu. Za sljedeću godinu planiraju dodatno povećati kapacitet letovima iz Norveške za Split.

Aurinkomatkat ponudu temelji na redovnim zrakoplovnim linijama Finnaira iz Helsinkija za Dubrovnik. Vrlo su zadovoljni prodajom te razmatraju mogućnost povećanja kapaciteta za sljedeću sezonu.

Airtours i u 2014. nastavlja s istim programom kao i prošle godine, gdje se Dubrovnik nudi uglavnom u pred i posezoni kao vikend destinacija, a za Split nude sedmodnevne boravke u glavnoj sezoni. Ako prodaja bude na zadovoljavajućoj razini, za sljedeću godinu mogli bi povećati kapacitet.

Nordijske podružnice organizatora putovanja **Primera travel group** za 2014. znatno su proširile program za Hrvatsku. Finski **Lommamatkat** započinje s čarter letovima iz Finske za Pulu, dok švedska podružnica **Solresor** osim za Dubrovnik, uvodi i čarter letove za Pulu.

Kroatien Specialisten u ovu je godinu ušao s većim kapacitetom za Hrvatsku u odnosu na lani jer su uveli nove letove za Hrvatsku iz dvaju novih gradova sa sjevera Švedske, Borlänge i Östersunda.

Novost kod **Scandjeta** jest ta da od ove godine nude letove iz Finske za Hrvatsku, a s obzirom na to da su ukinuli neke polaske sa sjevera Švedske, ukupni kapacitet ostat će im na prošlogodišnjoj razini. Osim smještaja u Zadarskoj i Šibensko-kninskoj županiji, od ove godine u ponudi imaju i Mali Lošinj. Za sljedeću godinu planiraju daljnje povećanje kapaciteta iz Finske te se još više koncentrirati na polaske u pred i posezoni.

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.

ÖlveMarks/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 za sljedeću godinu povećati broj tura u pred i posezoni, kao i više se orijentirati na tematska putovanja. Zrakoplovna povezanost Hrvatske i Skandinavije poboljšava se iz godine u godinu 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 znatan interes za Hrvatsku, 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 o vremenskim prilikama u Skandinaviji.

TURISTIČKA SEZONA 2015. – HRVATSKA

Najveći skandinavski organizator putovanja TUI Nordic za sljedeću godinu najavljuje ulazak u Hrvatsku, ali kao i njegovi glavni konkurenti, i on planira uvesti letove za Split te nuditi smještaj duž Makarske rivijere te srednjodalmatinskih otoka, što može dovesti do nedostatka smještajnog kapaciteta.

Imidž Hrvatske na skandinavskom tržištu vrlo je povoljan, cijenjena je kao kvalitetna destinacija te je u medijima pozitivno predstavljena. Uz povećanje broja zrakoplovnih linija u pred i posezoni možemo napraviti dodatni iskorak u sljedećoj sezoni te privući segmente koji putuju u tom razdoblju sezone, poput MICE segmenta i raznih specijaliziranih grupa.

Prednosti i nedostaci hrvatske turističke ponude

Prednosti:

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

Nedostaci:

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

Postotak anketiranih Nordijaca koji su posjetili Hrvatsku te oni koji bi je htjeli posjetiti po tržišnim segmentima:

	Posjetili su Hrvatsku	Htjeli bi je 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 %

ŠVEDSKA

OPĆI PODACI O TRŽIŠTU

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

Političko uređenje

Ime: Kraljevina Švedska
Parlament i vlada: na parlamentarnim izborima u rujnu pobijedila je koalicija lijevog centra
Predsjednik: kralj Karl Gustav XVI.
Premijer: Stefan Löfven

Površina: 447.420 km²

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

Šume: 53 %

Planine: 11 %

Obradivo zemljište: 8 %

Jezera i rijeke: 9 %

Stanovništvo: 9.555.893

49,87 % muškaraca, 50,13 % žena

0 – 14 godina starosti 15,4 %

15 – 24 godine starosti 12,9 %

25 – 54 godine starosti 38,8 %

54 – 64 godine starosti 12,4 %

65 godina i stariji 20,5 %

Životni vijek:

muškarci – 79,9 godina

žene – 83,5 godine

Glavni grad: Stockholm, 2.127.006 milijuna sa širom okolicom

- Ostali veći gradovi:
- Göteborg
- Malmö
- Uppsala

Opća obilježja gospodarstva

Švedsko gospodarstvo vrlo je snažno i izvozno usmjerno, a temelji se na razvijenoj industriji (primjena najnovijih, ekološki prihvatljivih tehnologija), prometu, trgovini i vrlo razvijenom uslužnom sektoru.

Od prirodnih resursa najznačajniji su:

- rude: boksit, željezna rudača, cink, olovo, zlato,
- mnogobrojni vodeni tokovi pogodni za gradnju hidrocentrala,
- šume: više od 50 % zemlje pokriveno je vrlo kvalitetnim šumama,
- plodno tlo: najviše plodnog tla ima u južnim i središnjim dijelovima zemlje, a suvremene tehnologije poljoprivredne proizvodnje omogućuju velike prinose (u skladu s klimatskim obilježjima i mogućnostima).

Najznačajnija izvozna roba: strojevi, elektronika i telekomunikacije, papir, farmaceutski proizvodi, naftni derivati, željezo i čelik te prehrambeni proizvodi.

Najvažnije uvozne robe: elektronika i telekomunikacije, strojevi, hrana, nafta, tekstil i obuća, kemikalije, farmaceutski i naftni derivati.

	IZVOZ	UVOZ
Nordijske zemlje	23,4 %	22,1 %
EU	43,7 %	53,7 %
SAD i Kanada	7,2 %	3,6 %
BRIC	7,2 %	11,4 %

Bruto društveni proizvod: 346.669 mil. eura

BDP po sektorima: usluge 70,9 %, industrija 27,3 %, poljoprivreda 1,8 %.

Prosječna bruto plaća: 3.230 eura

Valuta: švedska kruna (SEK) / 1 HRK = 0,828 kn (lipanj 2014.)

Makroekonomski pokazatelji

	2010.	2011.	2012.	2013.	2014.	2015.
Realni rast BDP-a (%)	6,3	3,0	1,3	1,5	2,8	3,1
Stopa inflacije (%)	1,2	3,0	0,9	0,0	0,1	1,4
Stopa nezaposlenosti (%)	8,6	7,8	8,0	8,0	7,9	7,4

Za 2014. predviđa se rast BDP-a od 2,8 % te stopa nezaposlenosti od 7,9 %. Iako su svi ekonomski pokazatelji pozitivni, Narodna banka Švedske zbog bojazni od deflacije planira dodatno sniziti eskontnu stopu.

jim turističkim sajmom u Švedskoj. Održava se redovito svake godine u drugoj polovini ožujka.

Sajmovi

Iako već nekoliko godina zaredom bilježi pad broja posjetitelja, TUR Göteborg i dalje se smatra najznačajni-

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 i brojni kablanski programi uz posebnu naplatu.

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.

TV kanali	Gledanost
SVT1	23,3 %
TV4	20,1 %
SVT2	6,9 %
TV3	6,2 %
Kanal5	5,9 %
Sjuan	4,5 %
TV6	4,4 %
SVTB	3,5 %
TV8	3,1 %
Kanal 9	2,0 %

Tisak

Novine	Naklada
Dagens Nyheter	272.100
Expressen, GT	217.400
Göteborgs -Posten	200.900
Aftonbladet	188.100
Svenska Dagbladet	174.400
Sydsvenskan	103.800
Dagens Industri	98.500
Landskrona Posten	72.600
Dalarnas Tidningar	54.400

Specijalizirani turistički časopisi

- Vagabond
- Nya Allt om resor
- Res

Internet

Tjedni pregled posjećenosti internetskih stranica:

Portali	Broj posjetitelja	Broj posjeta
Aftonbladet.se	4.868.810	19.155.849
Sveriges Television	4.075.949	10.372.106
Nyheter 24- Gruppen	3.933.780	9.807.513
MK-Tidningsnätet	3.469.811	9.670.911
Hitta.se	3.294.841	6.334.471
Blocket.se	3.210.227	9.377.846
svt.se	2.615.986	6.457.200
Expressen.se	2.615.653	7.702.521
Aller media nätverk	2.613.578	6.405.051
Eniro Group	2.362.402	4.443.980

2013. GODINA

PROFIL EMITIVNOGA TURISTIČKOG TRŽIŠTA

Na godinu se u Švedskoj ostvari 13,7 mil. putovanja u inozemstvo.

Prosječan broj putovanja po stanovniku u inozemstvo, stariji od 15 godina: 1,3.

Prosječna duljina boravka u inozemstvu jest 6,8 noći.
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. Velika Britanija	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):

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

Izvor informacija prilikom odabira destinacija:

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

Način bukiranja putovanja:

– mrežne stranice putničke agencije	42,7 %
– portali za buking	39,2 %
– mrežne stranice avioprijevoznika i rent-a-cara	32,1 %
– mrežne 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 %
– city break	33,9 %
– self drive	21,6 %
– krstarenje	16,2 %
– smještaj u apartmanu, kolibi	14,4 %
– touring	11,3 %
– kamping	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 na odredištu	61 %
– prirodne ljepote	50 %
– hrana	46 %
– kulturna ponuda	31 %
– sigurnost	28 %
– shopping	25 %
– ponuda aktivnog odmora	25 %

Vrsta izvanpansionske potrošnje:

– posjeti restoranima	72 %
– kulturne znamenitosti	50 %
– shopping	36 %
– zabavni parkovi	26 %
– priredbe	22 %

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

Broj dolazaka i noćenja ostvarenih u Hrvatskoj (DZS)

Godina	Švedska	
	Dolazak	Noćenja
2013.	178.399	971.888
2012.	135.363	730.219
2011.	122.454	652.363
2010.	118.682	637.408
2009.	112.613	628.127

Zrakoplovne linije za Hrvatsku:

SAS

Stockholm – Split	3. 5. – 11. 10.
Stockholm – Dubrovnik	30. 3. – 23. 10.
Stockholm – Pula	10. 5. – 27. 9.
Göteborg – Split	3. 5. – 11. 10.
Göteborg – Pula	1. 7. – 5. 8.

Norwegian Air

Stockholm – Split	3. 5. – 25. 10.
Stockholm – Dubrovnik	3. 5. – 25. 10.
Stockholm – Pula	26. 6. – 14. 8.

Ryanair

Stockholm (Skavsta) – Zadar	9. 4. – 25. 10.
Stockholm (Skavsta) – Rijeka	25. 3. – 25. 10.
Göteborg – Zadar	25. 3. – 25. 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. Kuoni – Apollo
4. Solresor – Primera travel group

(Napomena: oko 45 % ukupnih charter putovanja ostvaruje se u zimskom razdoblju kada se uglavnom putuje u toplije krajeve).

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. – IX.
Airtours	Sthlm, GBG	Split, Makarska, Brač, Dubrovnik	IV. – X.
Kroatien Specialisten	Sthlm, GBG, Luleå, Skellefteå, Örnsköldsvik, Östersund, Borlänge	Split, Makarska, Brač, Hvar, Vodice, Dubrovnik	V. – X.
Scandjet	Sthlm, GBG, Kalmar, Karlstad, Skellefteå, Luleå, Malmö, Sundsvall, Umeå, Örebro	Split, Zadar, Šibenik, Kvarner, Dubrovnik	V. – X.
Solresor	Sthlm, GBG, Malmö	Dubrovnik, Istra	IV. – IX.
Grand Tours	Sthlm	Makarska, Dubrovnik	IV. – X.
Ölvemarks		Krstarenja, organizirani autobusni polasci za Split/Dubrovnik	V. – IX.
Prima Travel	Sthlm, GBG	Istra, Split s otocima, Plitvice (<i>hiking</i> , biciklističke ture)	V. – IX.
Novasol		Smještaj kod domaćina, kuće za odmor – duž cijele obale	
Sembo		Apartmani, kuće za odmor duž cijele obale	

Ime agencije	Adresa	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

Ime agencije	Adresa	Sjedište
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
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
Kroatien Specialisten	www.kroatienspecialisten.se	Stockholm
KUONI, Apollo	www.apollo.se	Stockholm
La Villa Travel	www.lavilla.se	Stockholm
Lime travel	www.limettravel.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.wioresor.se	Stockholm

DANSKA

OPĆI PODACI O TRŽIŠTU

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

Političko uređenje

Državno ustrojstvo: ustavna monarhija

Predsjednik: kraljica Margreta II.

Predsjednik vlade: Helle Thorning-Schmidt (S), koalicija ljevice i konzervativne narodne stranke

Površina: 43.561 km²

Stanovništvo: 5.602.628

49,60 % muškaraca, 50,40 % žena

Životni vijek:

muškarci – 77,9 godina

žene – 81,9 godina

0 – 14 godina starosti 17,2 %

15 – 24 godine starosti 13,0 %

25 – 54 godine starosti 39,3 %

54 – 64 godine starosti 12,5 %

65 godina i stariji 18,0 %

Glavni grad: Kopenhagen (1.230.728 sa širom okolicom)

Ostali gradovi: Århus, Odense

Valuta: danska kruna / HRK (1 DKK = 1,015345 HRK)

Prosječna bruto plaća: 3.950 eura

Bruto društveni proizvod: 239.772 mil. eura

BDP po sektorima: usluge 76,4 %, industrija 19,1 %, poljoprivreda 4,5 %

Izvor energije: nafta, ugljen, prirodni plin, vjetar

Danska trenutno koristi 19,7 % obnovljive energije (2009.), dok je cilj do 2050. godine doći na 100 %.

	2010.	2011.	2012.	2013.	2014.	2015.
Realni rast BDP-a (%)	1,4	1,1	- 0,4	0,4	1,4	1,8
Stopa inflacije (%)	2,2	2,8	2,4	0,8	0,7	1,3
Stopa nezaposlenosti (%)	7,5	7,6	7,5	7,0	6,8	6,7

	IZVOZ	UVOZ
Nordijske zemlje	23,5 %	22,5 %
EU	47,4 %	55,8 %
SAD i Kanada	7,5 %	3,0 %
BRIC	6,0 %	9,1 %

MEDIJI I OGLAŠAVANJE NA TRŽIŠTU

TV programi

Postoci gledanosti pojedinih TV kanala

TV kanali	Gledanost
TV2	24 %
DR1	21 %
TV2 Charlie	5 %
DR2	5 %
3	5 %
TV2 News	4 %
3+	4 %
5	3 %
VR Zulu, DR 3, DR k, 3 Plus	2 %

Tisak

Novine	Naklada
MetroXpress	381.000
Politiken	339.000
Jyllands-Posten	290.000
Berlingske	200.000
Ekstra Bladet	182.000
BT	177.000
Borsen	158.000
Kristeligt Dagblad	104.000
Information	99.000
Licitationen	9.000

Turistički časopis

- Vagabond

Sajmovi u Danskoj:

Kopenhagen: Ferie, www.ferieibella.dk, održava se sredinom siječnja, profil: opće turistički.

Quality travel show (www.vagabond.biz) održava se u drugoj polovini listopada, profil: opće turistički.

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

Internet

Portali	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

PROFIL EMITIVNOGA TURISTIČKOG TRŽIŠTA

Na godinu se u Danskoj ostvari 9,2 mil. putovanja u inozemstvo.

Prosječan broj putovanja po stanovniku u inozemstvo (stariji od 15 godina): dva.

Prosječna duljina boravka u inozemstvu jest 7,1 noći.

Prosječan budžet/potrošnja po putovanju iznosi 1.305 eura.

Omiljena odredišta:

1. Njemačka
2. Švedska
3. Španjolska
4. Norveška
5. Engleska
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 časopisi | 21,1 % |
| – online brošure | 27,5 % |
| – brošure | 20,2 % |
| – TV | 17,0 % |
| – društvene mreže | 16,4 % |
| – blogovi | 6,5 % |

Način bukiranja putovanja:

- | | |
|--------------------------------------------------|--------|
| – mrežne stranice putničke agencije | 58,0 % |
| – portali za buking | 37,3 % |
| – mrežne stranice avioprijevoznika i rent-a-cara | 29,6 % |
| – mrežne stranice pružatelja usluge smještaja | 35,3 % |
| – turistička agencija | 14,4 % |
| – telefonski | 22,1 % |

Vrsta prijevoza prilikom odlaska na odmor:

- | | |
|----------------------|--------|
| – redovne aviolinije | 27,1 % |
| – charter | 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 % |
| – touring | 14,6 % |
| – kamping | 10,4 % |

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

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

Zrakoplovne linije za Hrvatsku

Croatia Airlines

Copenhagen – Zagreb

Ryanair

Billund – Zadar 1. 4. – 25. 10.

SAS

Copenhagen – Split 30. 4. – 18. 10.

Copenhagen – Dubrovnik 28. 6. – 12. 8.

Copenhagen – Pula 17. 5. – 30. 9.

Åalborg – Split 1. 7. – 5. 8.

Billund – Split 2. 7. – 6. 8.

Norwegian Air

Copenhagen – Split 2. 4. – 25. 10.

Copenhagen – Dubrovnik 24. 6. – 11. 8.

Copenhagen – Zagreb 2. 4. – 25. 10.

Broj dolazaka i noćenja ostvarenih u Hrvatskoj (DZS)

Godina	Danska	
	Dolazak	Noćenja
2013.	89.630	688.464
2012.	85.854	625.723
2011.	73.975	537.679
2010.	77.412	567.053
2009.	76.068	562.683

Hrvatska u programima organizatora putovanja

Agencija	Polasci za Hrvatsku	Destinacije u Hrvatskoj	razdoblje
Apollo	Copenhagen	Makarska, Brač	VI. – VIII.
Albatros Travel	Copenhagen	Dalmacija, krstarenja – Split, Dubrovnik	IV. – X.
Gislev Rejser	Iz nekoliko gradova	Dalmacija, obala/otoci, Istra Zrakoplovna i autobusna putovanja	IV. – X.
65 Ferie	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/Billund	Zadar/Split	V. – X.
Riis Rejser	Iz nekoliko gradova	Autobusna putovanja za Istru	IV. – X.
Novasol		Apartmani i kuće za smještaj: Istra, Kvarner, Dalmacija	

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 izrazito cjenovno osjetljivi.

U 2013. došlo je do promjene na ljestvici najprodavanijih organizatora 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

Ime agencije	Adresa	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
CC Travel	www.cpt.dk	Copenhagen
Chris Travel	www.chistravel.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

Ime agencije	Adresa	Sjedište
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
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

Ime agencije	Adresa	Sjedište
Team Bennis	www.team-bennis.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
65 Ferie	www.65-ferie.dk	65 Ferie

FINSKA

OPĆI PODACI O TRŽIŠTU

Republika Finska nordijska je država u sjeveroistočnoj Europi. Okružena je Baltičkim morem na jugozapadu, Finskim zaljevom na jugoistoku i Botničkim zaljevom na zapadu. Finska ima granicu sa Švedskom, Norveškom i Rusijom, dok su Ålandski otoci uz jugozapadnu obalu pod Finskom vrhovnom vlašću, ali uživaju u svojoj autonomiji. Najveći je dio Finske nizak, blago valovit, šumovit kraj s mnogo jezera (187.888 jezera većih od 500 m² i 179.584 otoka).

Površina: 338.432 km²

Glavni grad: Helsinki: šira okolica 1.075.014 mil. stanovnika

Ostali gradovi: Espo, Tampere, Vantaa, Turku

Državno ustrojstvo: republika

Predsjednik: Sauli Niinistö

Vlada: premijer Alexander Stubb (Nacionalna koalicija)

Stanovništvo: 5.426.674

49,14 % muškaraca, 50,86 % žena

Životni vijek:

muškarci – 77,5 godina

žene – 83,4 godine

Prosječna starost: 42,7 godine

0 – 14 godina starosti 15,8 %

15 – 24 godine starosti 12,3 %

25 – 54 godine starosti 38,3 %

54 – 64 godine starosti 14,4 %

65 godina i stariji 19,2 %

Religija: protestanti 82,5 %

Jezik: finski 91,2 %, švedski 5,5 %

Finsko gospodarstvo obilježava drvoprerađivačka, metalurška, telekomunikacijska i elektronička industrija. Posebno mjesto zauzimaju visokotehnološke grane i biotehnologija, a zemlja je prepoznatljiva i po gradnji najvećih svjetskih brodova za krstarenje.

Izvoz u Finskoj čini 40 % BDP-a, a vanjska trgovina sastavni je dio kulture poslovanja.

BDP po sektorima: usluge 67,8 %, industrija 29,2 %, poljoprivreda 3,0 %.

Bruto društveni proizvod: 179.721 mil. eura
Prosječna bruto plaća: 3.130 eura

Valuta: euro

	IZVOZ	UVOZ
Nordijske zemlje	16,0 %	21,1 %
EU	40,5 %	44,9 %
SAD i Kanada	7,4 %	2,8 %
BRIC	16,7 %	23,5 %

	2010.	2011.	2012.	2013.	2014.	2015.
Realni rast BDP-a (%)	3,4	2,8	- 1,0	- 1,4	0,2	1,1
Stopa inflacije (%)	1,7	3,3	3,2	2,2	1,4	1,4
Stopa nezaposlenosti (%)	8,4	7,8	7,7	8,2	8,4	8,4

MEDIJI I OGLAŠAVANJE NA TRŽIŠTU

Internet

Portali	Broj posjetitelja	Broj posjeta
lftalehti	2.791.114	4.163.356
lfta-Sanomat	2.693.461	3.959.807
MTV	2.311.632	2.936.898
Helsingin Sanomat	1.600.602	2.426.257
Suomiz4	1.519.333	1.811.965
NettiX	879.194	1.232.918
Foreca.fi	842.891	1.191.197
Fonecta.fi	776.411	943.391
Taloussanomat	733.373	931.149
SBS Media	729.513	869.710

Dnevne novine

Novine	Naklada
Helsingin Sanomat	337.962
lfta-Sanomat	132.253
Aamulehti	121.135
Turun Sanomat	99.220
lftalehti	91.219
Maaseudun Tulevaisuus	81.774
Kaleva	72.107
Keskisuomalainen	65.327
Kauppalehti	63.471
Savon Samomat	59.289

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

TV

Kanali	Gledanost
Yle TV1	26 %
MTV3	19 %
Yle TV2	11,9 %
Nelonen	8,8 %
SBS Discovery Television	5,4 %
Sub	5,1 %
MTV Total	3,7 %
TV 5	3,6 %
FOX	3,3 %
Jim	3,2 %

Sajmovi

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

PROFIL EMITIVNOGA TURISTIČKOG TRŽIŠTA

Na godinu se u Finskoj ostvari 7,3 mil. putovanja u inozemstvo.

Prosječan broj putovanja po stanovniku u inozemstvo, stariji od 15 godina: 1,4.

Prosječna duljina boravka u inozemstvu jest 4,9 noći.

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. Velika Britanija

Izvor informacija pri odabiru destinacija:

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

Način bukiranja putovanja:

- mrežne stranice putničke agencije 44,7 %
- portali za buking 34,7 %
- mrežne stranice avioprijevoznika, rent- a-cara 39,4 %
- mrežne stranice 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>touring</i>	11,8 %
– kamping	13,0 %

Preferencije kupovine gotovog paket-aranžmana 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 (DZS)

Godina	Finska	
	Dolazak	Noćenja
2013.	54.283	237.744
2012.	38.806	172.298
2011.	34.583	151.599
2010.	27.145	108.557
2009.	24.612	95.110

Zrakoplovne linije za Hrvatsku

Norwegian Air

Helsinki – Split	1. 4. – 25. 10.
Helsinki – Dubrovnik	1. 5. – 25. 10.

SAS

Helsinki – Split	31. 5. – 18. 10.
------------------	------------------

Finnair

Helsinki – Dubrovnik	30. 3. – 25. 10.
----------------------	------------------

Hrvatska u programima organizatora putovanja

Agencija	Polasci za Hrvatsku	Destinacije u Hrvatskoj	razdoblje
AurinkoMatkat	Helsinki	Dubrovnik, Cavtat	V. – IX.
Apollo	Helsinki	Makarska rivijera, Split, Brač, Hvar, Dubrovnik	IV. – IX.
Kaleva Travel	Helsinki	Dubrovnik, Split, Hvar	V. – X.
YOU Travel	Helsinki	Istra (jahanje), Dalmacija (planinarenje)	IV. – IX.
Matka Mieli	Helsinki	Split/Dalmacija	V. – X.
OK Matkat	Helsinki	Dubrovnik, Split	IV. – X.
MatkaVekka	Helsinki	Adriatic Tour (Istra – Dalmacija)	IV. – X.
TinkyBell	Karleby/Jakobstad	Mali Lošinj	IV. – V.
Tjäreborg		Split, Dubrovnik	
Scandjet/Matkakauppa Naantalin	Helsinki, Åbo	Lošinj, Zadar, Šibenik	IV. – X.
Grabar Consulting		grupna putovanja, MICE, vjerske ture: cijela Hrvatska	

Organizatori putovanja

Broj čarterskih (zrakoplovnih) putovanja u 2013.

1. Španjolska	294.011
2. Grčka	172.798
3. Turska	128.113
4. Tajland	57.597
5. Portugal	30.556
6. Cipar	28.049
7. Italija	23.696
8. Egipat	21.359
9. Bugarska	20.502
10. Austrija (Hrvatska)	12.445 7.905

U 2013. ostvareno je ukupno 938.032 čarter putovanja.

Tržišni udjel organizatora putovanja u Finskoj

1. Finnmatkat	30,1 %
2. Aurinkomatkat	27,8 %
3. Tjäreborg	19,2 %
4. Lomamatkat	7,0 %
5. Apollomatkat	6,2 %
6. Detur Finland	3,3 %
7. Kristina Cruises	1,4 %
8. OK matkat	1,1 %
9. STS Alppimatkat	0,9 %

Ime agencije	Adresa	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
Midnight Sun Sailing	www.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

NORVEŠKA

OPĆI PODACI O TRŽIŠTU

Kraljevina Norveška jedna je od najrjeđe naseljenih država Europe, a obuhvaća zapadni dio Skandinavskog poluotoka, kao i otok Jan Mayen te arktički arhipelag Svalbard. Najveći dio zemlje graniči sa Švedskom na istoku, dok najsjevernija regija graniči s Finskom i Rusijom na istoku. Krajnji jug od Danske razdvaja tjesnac Skagerrak. Razvedena norveška obala, uz Atlantski ocean i Barentsovo more, dom je znamenitih fjordova.

Površina: 323.787 km²

Glavni grad: Oslo 1.190.365 sa širom okolicom

Ostali gradovi: Bergen, Trondheim, Stavanger

Stanovništvo: 5.051.275

50,20 % muškaraca, 49,80 % žena

Životni vijek:

muškarci – 79,4 godina

žene – 83,4 godine

0 – 14 godina starosti 17,5 %

15 – 24 godine starosti 13,4 %

25 – 54 godine starosti 39,8 %

54 – 64 godine starosti 12,5 %

65 godina i stariji 16,8 %

Državno uređenje: parlamentarna monarhija

Državni poglavar: kralj Harald V.

Predsjednik vlade: Erna Solberg, koalicija konzervativnih stranaka

Makroekonomski pokazatelji

	2010.	2011.	2012.	2013.	2014.	2015.
Realni rast BDP-a (%)	0,5	1,3	2,9	0,6	2,0	2,4
Stopa inflacije (%)	2,4	1,3	0,7	2,1	1,9	2,1
Stopa nezaposlenosti (%)	3,5	3,2	3,1	3,4	3,5	3,5

BDP po sektorima : usluge 57,7 %, industrija 39,7 %, poljoprivreda 2,6 %.

Bruto društveni proizvod: 311.855 mil. eura

Prosječna bruto plaća: 5.200 eura

Valuta: 1 NOK/HRK = 0,933827

Izvor energije: električna energija (99 % hidroelektrane), nafta 35 %, ugljen 5 %, plin 3 %.

	IZVOZ	UVOZ
Nordijske zemlje	12,6 %	22,9 %
EU	69,3 %	41,6 %
SAD i Kanada	5,5 %	8,3 %
BRIC	3,2 %	13,6 %

MEDIJI I OGLAŠAVANJE NA TRŽIŠTU

Internet

Portali	Broj posjetitelja	Broj posjeta
VG Nett	1.348.856	2.403.453
Nrk.no	114.585	1.884.736
Finn.no	850.753	1.313.391
Dagbladet.no	846.973	1.443.341
Nettavisen	508.862	772.437
TV2	478.745	721.919
Startsiden	450.625	962.798
Aftenposten.no	351.209	504.225
SOL	333.523	587.486
ABCnyheter	275.946	439.662

TV

Kanali	Gledanost
NRK1	32,4 %
TV2	18,9 %
TV Norge	7,8 %
NRK2	5,3 %
TV3	4,5 %
NRK3/Super	3,6 %
MAX	2,7 %
Viasat 4	2,4 %
FEM	2,2 %
TV2 Nyhetskanalen	2,2 %

Dnevne novine

Novine	Naklada
Aftenposten	214.026
VG-Verdens Gang	164.430
Dagens Naeringsliv	80.595
Dagbladet	80.028
Bergens Tidende	73.470
Adresseavisen	67.325
Stavanger Aftenblad	59.262
Faedrelandsvennen	34.845
Morgenbladet	29.337
Drammens Tidende	29.124

PROFIL EMITIVNOGA TURISTIČKOG TRŽIŠTA

Na godinu se u Norveškoj ostvari 6,7 mil. putovanja u inozemstvo.

Prosječan broj putovanja po stanovniku u inozemstvo, stariji od 15 godina: 1,7.

Prosječna duljina boravka u inozemstvu jest 7,9 noći.

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:

- Švedska
- Danska
- Španjolska
- Njemačka
- Velika Britanija

Izvor informacija pri odabiru destinacija:

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

Način bukiranja putovanja:

- | | |
|---------------------------------------------------|--------|
| - mrežne stranice putničke agencije | 37,4 % |
| - portali za buking | 49,3 % |
| - mrežne stranice avioprijevoznika, rent- a- cara | 52,5 % |
| - mrežne 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 % |
| - touring | 13,1 % |
| - kamping | 8,9 % |

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

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

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. – IX.
Jomfrureiser	Oslo	Rovinj, Split, Šibenik (trening putovanja, biciklistička)	IV. – X.
Oliven Reiser	Oslo	Dalmacija i Kvarner (biciklističke ture po otocima)	V. – IX.
InspiraTour		Split (jedrenje)	VII.
Askeladden Reiser	Hønefoss/Oslo	Rovinj (vinske i biciklističke ture)	V.
Kalinka Tours	Oslo	Dubrovnik, Split, Zagreb	
SPA Travel		Istra, Dubrovnik, Šibenik	
Peer Gynt Tours	Oslo	Opatija	IV. – IX.
VidyReiser		Vrsar/Rovinj naturizam, biciklističke ture: Istra i Dalmacija	III. – X.
Navigare Consult		Dalmacija – jedrenje	

Broj dolazaka i noćenja ostvarenih u Hrvatskoj (DZS)

Godina	Norveška	
	Dolazak	Noćenja
2013.	134.474	804.854
2012.	102.090	606.801
2011.	92.276	545.800
2010.	85.135	489.923
2009.	66.269	387.475

Zrakoplovne linije za Hrvatsku

Ryanair

Oslo (Rygge) – Zadar	9. 4. – 25. 10.
Oslo (Rygge) – Pula	4. 4. – 25. 10.
Oslo (Rygge) – Rijeka	2. 6. – 31. 7.
Haugesund – Zadar	7. 4. – 25. 10.
Oslo (Torp) – Zadar	2. 6. – 25. 10.

SAS

Oslo – Split	24. 5. – 11. 10.
Oslo – Dubrovnik	30. 6. – 8. 8.
Oslo – Pula	28. 6. – 7. 8.
Bergen – Split	30. 6. – 7. 8.
Bergen – Dubrovnik	30. 6. – 4. 8.
Stavanger – Split	30. 6. – 7. 8.
Trondheim – Split	2. 7. – 30. 7.
Kristiansand – Split	3. 7. – 7. 8.

Norwegian Air

Oslo – Dubrovnik	1. 4. – 25. 10.
Oslo – Pula	12. 4. – 25. 10.
Oslo – Rijeka	22. 6. – 16. 8.
Oslo – Split	1. 4. – 25. 10.
Trondheim – Dubrovnik	9. 4. – 25. 10.
Trondheim – Split	22. 6. – 16. 8.
Bergen – Dubrovnik	9. 4. – 25. 10.
Bergen – Split	22. 6. – 16. 8.
Stavanger – Split	22. 6. – 16. 8.
Stavanger – Dubrovnik	22. 6. – 16. 8.
Sandefjord Torp – Dubrovnik	6. 5. – 30. 9.

Ime agencije	Adresa	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	Hovet
Idereiser	www.idereiser.no	Kleppe
InspiraTour	www.inspiratour.com/	Oslo
Jomfrureiser	www.jomfrureiser.no/	Sandvika
Kalinka Tours	www.kalinkatours.no/	Kragerø
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
SunYachting 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