



UJEDINJENI ARAPSKI EMIRATI

PROFIL EMITIVNOG TRŽIŠTA - IZDANJE 2018.



OPĆI PODACI O TRŽIŠTU

Službeni naziv: Ujedinjeni Arapski Emirati.

Državno uređenje: emirat.

Glavni grad: Abu Dhabi (1.145.000 stanovnika).

Veći gradovi: Dubai (2.415.000), Sharjah (1.279.000).

Površina: 83.600 km².

Službeni jezik: arapski.

Valuta: emiratski dirham (AED).

Političko uređenje

Prema Ustavu iz prosinca 1971. Ujedinjeni Arapski Emirati savezna su država sedam emirata (Abu Dhabi, Dubai, Sharjah, Ajman, Umm Al Quwain, Ras – Alkhaimah i Fujairah, koji su se prvotno ujedinili 1971., a 1972. uniji od šest emirata pridružuje se Ras – Alkhaimah), koji su monarhije. Država ima predsjednički sustav vlasti, na njezinu je čelu predsjednik, kojega biraju vladari emirata na razdoblje od 5 godina, bez ograničenja broja mandata. Predsjedniku države u izvršnoj vlasti pomaže vijeće, na čelu kojega je premijer - njega i ostale članove vijeća imenuje predsjednik. Najviše je zakonodavno tijelo jednodomno Savezno nacionalno vijeće (*Majlis Watani Itihad*), koje ima 40 članova; 20 imenuju vladari emirata saveznih jedinica, a 20 bira posebno izborna tijelo. U državi ne postoji opće biračko pravo. Sudbenu vlast obnaša Vrhovni sud Unije, čije suce imenuje predsjednik.

Svaki od emirata ima lokalnu vladu, a odnos između savezne i lokalne vlade uređen je ustavom. Svaki od emirata sudjeluje s određenim postotkom prihoda u središnjem proračunu Ujedinjenih Arapskih Emirata.

Stanovništvo: 9.701.315 (srpanj 2018., procjena).

Vjerska pripadnost: muslimani 76 %, kršćani 9 %, ostali 15 %.



Etničke skupine: Emirati 11,6 %, etničke skupine iz južne Azije 59,4 %, Egipćani 10,2 %, Filipinci 6,1 %, ostali 12,8 %

Dobna struktura

0 – 14 godina – 21,01% (652.718 muškaraca / 622.850 žena)

15 – 24 godine – 13,51 % (487.558 muškaraca / 332.829 žena)

25 – 54 godine – 61,14 % (2.828.731 muškaraca / 884.233 žena)

55 – 64 godine – 3,27 % (147.429 muškaraca / 51.097 žena)

65 i više godina – 1,07 % (40.226 muškaraca / 24.804 žena).

Očekivana životna dob: 77,7 godina (75 godina za muškarce; 80,4 godine za žene).

Stopa rasta stanovništva: 2,37 %.

Gustoća naseljenosti: 116 stanovnika /km² (86,1 % stanovništva živi u gradovima).

OPĆE KARAKTERISTIKE GOSPODARSTVA

Ujedinjeni Arapski Emirati su drugo po veličini gospodarstvo na Arapskom poluotoku (nakon Saudijske Arabije), 8. gospodarstvo svijeta i jedna od najbogatijih zemalja u regiji prema dohotku po glavi stanovnika. Gospodarstvo Emirata je otvoreno, s povećim godišnjim trgovinskim viškom. Uglavnom ovisi o nafti i zemnom plinu, ali su vladini uspješni naponi usmjereni prema gospodarskoj raznolikosti smanjili udjel nafte i plina u BDP-u, dok se sektor usluga procjenjuje na 40-ak posto. UAE znatno ovisi o stranjoj radnoj snazi, koja predstavlja 85 % ukupne radne snage, te 80 % stanovništva.

Slobodne trgovinske zone privlače inozemne ulagače nudeći 100% vlasničku strukturu i nultu stopu poreza. Vlada je povećala ulaganja u stvaranje novih radnih mjesta i infrastrukturni razvoj te veću uključenost privatnog sektora.

UAE su osmi po veličini proizvođač sirove nafte i 18. najveći proizvođač prirodnog plina na svijetu, a rezerve se procjenjuju na 97,8 milijardi barela nafte i 6,09 trilijuna kubičnih metara plina.

Abu Dhabi je Emirat s najvećim rezervama nafte i plina u UAE, koji znatno ulaže u razvoj zrakoplovstva i obrane, nuklearne energije, informacijske tehnologije (mikroprocesori) te čistih industrija i tehnologija (uložene milijarde dolara u inicijativu za uspostavu „Masdar City“, grada s niskom razinom ugljikovodika izvan Abu Dhabija). UAE razvija civilni nuklearno-energetski program i planiraju izgradnju četiri nuklearna reaktora do 2020.

Emirat Dubai okrenut je turizmu, izložbama i konferencijama, ICT i financijskom sektoru. Povoljni položaj omogućio je Dubaiju razvoj prestižnih hotela, masivnih lučkih postrojenja (Jebel Ali) te slobodnih trgovinskih zona koje privlače proizvodne i uslužne industrije. Dubaijev ambiciozni ekonomski razvoj pretrpio je usporavanje u 2009. zbog globalne financijske krize, nakon čega vlasti UAE pokušavaju ublažiti krizu povećanjem potrošnje i povećanjem likvidnosti u bankarskom sektoru.

Unatoč jakom gospodarstvu, stopa nezaposlenosti u UAE-u je od 2008. godine na stabilnih 4% te se do 2020. predviđa njen blagi rast na 4,9%. Stopa nezaposlenosti, dakako, varira među emiratima. Mladi u dobi od 20 do 34 godine su najviše pogođeni negativnim stanjem – 18% mladih je nezaposleno, dok se čak 62 % odnosi na mlado, žensko domicilno stanovništvo.

U srednjoročnom razdoblju, gospodarstvo UAE nastavit će se oslanjati na ogromne rezerve nafte i plina – na koje otpada više od dvije trećine izvoza i većina državnih prihoda, kako bi se potaknuo daljnji gospodarski razvoj. Strateški plan za sljedećih nekoliko godina fokusiran je na diversifikaciju gospodarstva, uz dugoročni razvoj i stvaranje boljih mogućnosti za državljane kroz poboljšanje obrazovanja i povećanog zapošljavanja u privatnom sektoru.

Makroekonomski pokazatelji

	2016.	2017.	2018.*	2019.*	2020.*
BDP, tekuće cijene (mlrd. eura)	321,6	338,5	348,5	369,3	382,3
BDP po stanovniku (eura)	34.694	36.009	36.259	38.142	38.959
Realni rast BDP-a (%)	3	0,8	2,6	3,4	4,2
Izvoz robe (mlrd. eura)	-204,1	-202,8	-204,6	-216,6	-229,8
Uvoz robe (mlrd. eura)	265,8	273	284,6	297,3	303,6
Inflacija (%)	1,6	2	4,3	3,5	3,8

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

MEDIJI I OGLAŠAVANJE NA TRŽIŠTU

Izvor: Izvještaj Arab Media Outlook 2016-2018

Tisak

Top 5 dnevnih novina:

- Gulf News
- Al Khaleej
- Khaleej Times
- Al Ittihad
- Al Emarat Al Youm

Časopisi:

Preko 150 časopisa pokriva širok raspon tema poput zabave, tehnologije, biznisa, mode, putovanja, *lifestyle*-a, doma i dizajna te ostalog. Najveći doseg čitatelja imaju tjedni časopisi distribuirani uz dnevne novine, poput Friday by Gulf News i Weekend by Khaleej Times, uz Al Waset. Među korporativnim putnicima Zaljevskih zemalja, vodeći časopis je Business Traveller Middle East.

Radio

S preko 40 radio postaja, UAE predstavlja najveće radio tržište diljem regija Bliskog Istoka i Sjeverne Afrike. Od spomenutih postaja, 14 ih je na arapskom dok su ostale na engleskom, hindu, perzijskom, tagalog, urdu i ostalim jezicima. Najslušanije radio postaje su Radio 4FM i HUM FM, a potom slijede City FM, Radio Mirchi i Holy Quran FM.

TV

U UAE je aktivno preko 80 TV kanala, a zbog vrlo brojne indijske populacije, Zee TV je vodeći televizijski kanal, dok su među Arapima Pan-Arab kanali najpopularniji.

Internet

Na području UAE izrazito je velik broj korisnika interneta – preko 8,5 milijuna (92%), a uzevši u obzir digitalno doba u kojem živimo, očekuje se da će postotak, poglavito korisnika mobilnog interneta, rasti. Osim za *online* gledanje televizije, kao i pretraživanje putem mobilnih uređaja, popularne su i društvene mreže te kanali poput Facebooka, Messengera, Instagrama, WhatsAppa, Twittera, Snapchata i Youtubea.

Sajmovi

Već zadnjih 25 godina Dubai je glavni domaćin vodećeg svjetskog događanja u turističkom sektoru na Bliskom Istoku – *Arabian Travel Market*. Spomenuti sajam održava se svake godine krajem travnja/početak svibnja, a vrijednost sklopljenih poslova u turizmu procjenjuje se na 2,5 milijarde USD.

Osim navedenog, u Dubaiju se svake godine održava i *The International Medical Travel Exhibition & Conference (IMTEC)*, važan sajam na temu emitivnog i receptivnog segmenta medicinskog turizma.

Uz spomenuto, na godišnjoj se razini u Dubaiju i Abu Dhabiju održavaju razni sastanci, radionice, konferencije i MICE događanja u sklopu kongresnih sajmova MICE Arabia i IBTM Arabia.

PROFIL EMITIVNOG TURISTIČKOG TRŽIŠTA

U 2015. ostvareno je 3,5 milijuna putovanja iz UAE, 5 % više u odnosu na 2014. Na putovanjima je potrošena 71 milijarda dolara, što je povećanje od 10 % u odnosu na 2014.

Gledajući regionalno, nešto više od polovice stanovnika UAE putuje u destinacije Afrike i Bliskog Istoka, a potom slijede Europa (27%) te Azija i pacifička regija (15 %). Prema podacima Svjetske turističke organizacije, od 2010. godine europske destinacije bilježe kontinuirani rast.

Promatrajući tržišta pojedinačno, najviše se putuje u Saudijsku Arabiju (39 % svih putovanja) te u Ujedinjeno Kraljevstvo (7 %). Ostala ključna tržišta su destinacije poput Egipta, Tajlanda, Singapura, Malezije i Indije, europske zemlje (prvenstveno Francuska, Njemačka i Švicarska) te SAD i Australija.

Top 10 najposjećenijih gradova:

1. Kairo
2. Amman
3. Beirut
4. London
5. Istanbul
6. Bangkok
7. Doha
8. Manila
9. New York
10. Toronto

Iako polovica ostvarenih putovanja otpada na destinacije Bliskog Istoka, interes za spomenutim tržištima polako opada zbog događanja u sklopu Arapskog proljeća te je broj turista pao s visokih 2,3 milijuna u 2010. godini na 1,5 milijuna u 2015. Najpopularnija unutar regionalna destinacija je, kako je ranije navedeno, Saudijska Arabija, uglavnom zbog poslovnih putovanja, a potom slijede gradovi Meka i Medina, za čiji je posjet glavni motiv dolaska religija. Također, zbog recentne diplomatske krize, broj putovanja prema Kataru je također u blagom padu.

UAE su Europu relativno značajno emitivno tržište - promatrajući ostvareni broj noćenja u razdoblju 2010.-2015. nalaze se među to 15 dalekih tržišta Sjeverne Europe. Najpopularnije destinacije unutar Šengena su UK, Francuska, Švicarska, Njemačka, Austrija, Italija i Španjolska.

Uz spomenute destinacije značajna je i Turska. Također, prema podacima organizatora putovanja, sve veći interes Emiraćana bilježe i Hrvatska, Gruzija, Grčka, Cipar, Poljska i Češka. Promatrajući regionalno, najveći interes bilježe Zapadna i Sjeverna Europa, a potom slijede destinacije Mediterana – poglavito Italija i Španjolska.

Vizni sustav

Na mobilnost stanovništva s motivom turizma svakako utječe i mogućnost slobodnog kretanja, odnosno vizni sustav. Tako su u 2016. godini državljani Ujedinjenih arapskih emirata u 121 državu svijeta imali slobodan pristup (bez viza), ili su mogli dobiti vize u trenutku dolaska u određenu državu. Od svibnja 2015. stanovnici UAE-a imaju pravo na slobodan pristup u 34 europske države, uključuju 28 država unutar Šengena, čime su Emirati postali prva arapska država, druga država na Bliskom istoku te treća muslimanska zemlja koja je ostvarila navedeno pravo. Istovremeno, Gruzija, Crna Gora i Bosna i Hercegovina dozvoljavaju državljanima UAE boravak bez vize za period do 30 dana, a za dolaske u UK u turističke, poslovne, obrazovne te zdravstvene svrhe u trajanju do 6 mjeseci također nije potrebna viza.

Profil putnika

Prema emiratskom zakonu o radu, zaposlenici imaju pravo na 30 dana godišnjeg odmora. Velik broj državljanina planira godišnje odmore u periodu školskih praznika i vruće ljetne sezone, međutim sve više se putuje i tijekom ostatka godine zbog čega spomenuto tržište ima potencijal za razvoj cjelogodišnjeg turizma. Od navedenog poglavito profitiraju UK, Turska i Njemačka, gdje bogati Emiraćani imaju nekretnine.

Nadalje, prilikom analize profila putnika UAE, treba imati na umu da je većinsko stanovništvo doseljeno te da u vrijeme odmora putuju u vlastite zemlje. Naravno, uz navedeno, prekomorska putovanja ostvaruje i određeni značajan broj profesionalaca/poslovnih putnika. Većinom putuju mlađi muškarci do 35 godina (od kojih je 75% visokoobrazovano), samostalno ili s obitelji.

Glavni motiv odlaska na putovanje je odmor te posjeta obitelji i prijateljima. Više od 25% prekomorskih putova-

nja ostvareno je u segmentu poslovnih putovanja uz rastući trend *bleisure (business-leisure)* putovanja. Potom slijede putovanja s vjerskim, zdravstvenim, sportskim i ostalim motivima. Segment turizma za kojim vlada rastući interes je i krusing. Određeni turooperatori promoviraju mediteranske ture/paket aranžmane u tijeku ljetne sezone te za vrijeme božićnih praznika.

Putovanja su postala dio *lifestyle*-a Emiraćana stoga prosječno polovica stanovništva putuje jednom godišnje, dok 26 % ostvari dva putovanja, a 24 % tri i više putovanja godišnje. Učestalost odlaska na putovanja uvjetovana je sljedećim:

- veća dostupnost destinacija uvođenjem novih ili povećanjem broja postojećih aviolinija (Emirates, Etihad Airways)
- povećanje ponude niskobudžetnih letova u UAE-u
- povoljan odnos vrijednosti valuta (dirham - američki dolar)
- povećanje marketinških aktivnosti organizatora putovanja

Ovisno o destinaciji, stanovnici UAE-a na prekomorskim putovanjima preferiraju boravak između 2 i 6 tjedana, s tim da u Europi ostaju duže nego li na ostalim dalekim destinacijama.

Prosječni budžet/potrošnja po putovanju

Arapski turisti puno troše i na putovanjima vole kupovati. Pri kupnji preferiraju velike trgovačke centre, a najčešće kupuju kozmetičke proizvode, odjeću i donje rublje te obuću i nakit, zlatni i srebrni. Prosječna potrošnja po osobi po noćenju iznosi oko 200 eura, dok prosječni trošak putovanja po osobi iznosi oko 2.800 eura. Ukupna potrošnja državljana UAE-a na putovanjima u 2016. godini iznosila je 17,1 milijardu USD. Eksplozivni rast bilježi se od 2005. godine kada je ukupna potrošnja iznosila 6,2 milijarde USD.

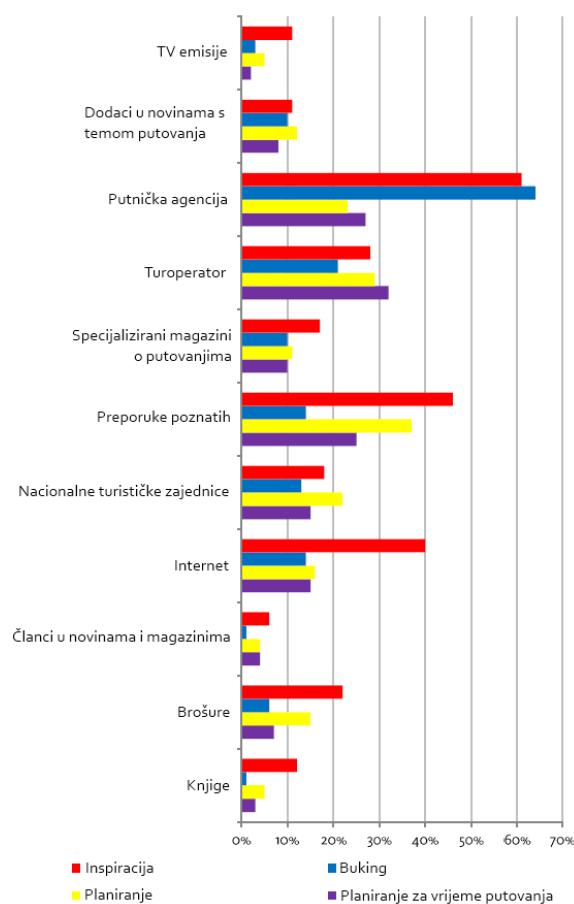
Preferencije turista s obzirom na vrstu smještaja

Turisti iz UAE-a preferiraju bolje smještajne kapacitete, hotele s pet ili četiri zvjezdice te bogato opremljene vile ili apartmane. Neke uočene preferencije turista iz arapskih zemalja jesu: apartmani i smještaj s povezanim sobama; na odmoru vole pripremati svoje obroke te preferiraju apartmane s više prostorija i soba; ne vole odsjedati u ho-

telima koji se nalaze u centrima noćnog života; preferiraju hotele s četiri ili pet zvjezdica, naročito uz obalu ili u resortima; preferiraju pogled na more.

Razrada odmorišnog segmenta

S obzirom na to da putuju s članovima obitelji, na odmoru preferiraju aktivnosti koje uključuju sve članove obitelji, poput šetnje i uživanja u atmosferi destinacije, opuštanja, uživanja u ponudi hotela/resorta, kupnje, gastronomije, odlaska na plažu, razgledavanja znamenitosti i posjeta tematskim parkovima. Među milenijalcima osobito je popularan doživljajni segment putovanja poput planinarenja, *trekinga*, bicikliranja, skakanja padobranom, *bungee jumping*-a i ostalog.



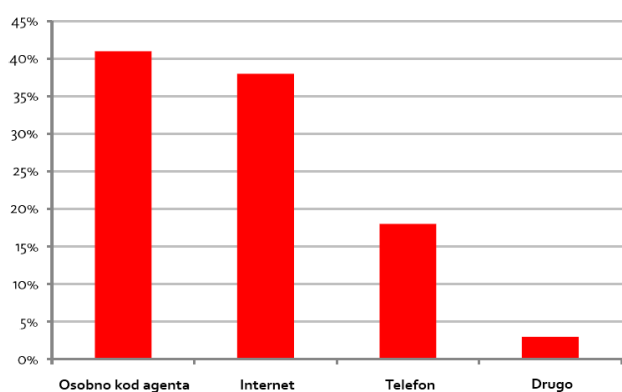
Prema istraživanju VisitBritain iz 2012. najvažniji izvori informiranja za turiste iz UAE-a u fazi inspiracije jesu putničke agencije, preporuke poznatih, internet i brošure turističkih destinacija.

Najvažniji izvori informiranja u fazi planiranja jesu preporuke poznatih i putničke agencije. Kod planiranja se turisti iz UAE-a donekle oslanjaju i na informacije koje se mogu

dobiti od nacionalnih turističkih zajednica.

U fazi bukiranja daleko najvažniji izvor informiranja jesu putničke agencije.

U fazi planiranja tijekom putovanja turisti iz UAE-a oslanjaju se ponajprije na organizatore putovanja i putničke agencije te preporuke poznatih osoba.



Navike putovanja

Dolasci putnika iz UAE-a u EU u 2016., koristeći zrakoplovni prijevoz

Država	Dolasci zrakoplovom
Ujedinjeno Kraljevstvo	3.719.204
Njemačka	2.038.723
Italija	1.170.694
Francuska	921.400
Nizozemska	568.081
Španjolska	546.096
Irska	350.538
Austrija	246.988
Češka	212.239
Grčka	182.884
Belgija	168.520
Portugal	166.696
Danska	162.861
Švedska	135.635
Poljska	132.067
Mađarska	114.064
Rumunjska	62.964
Cipar	56.984
Finska	48.825

Prema istom istraživanju u protekle tri godine 41 % ispitanika napravilo je buking za putovanje u putničkoj agenciji, a 38 % na internetu. Cijelo tržište Bliskog istoka ima tendenciju kasnog bukiranja, gdje većina turista bukira odmor dva tjedna prije putovanja.

Kada govorimo o sezonalnosti, prema rezultatima iz 2007. turisti iz UAE-a ostvare najveći broj putovanja od srpnja do rujna (54 % svih putovanja u godini), dok se u drugom istraživanju iz 2010. navodi kako se taj udjel povećao na 61 %. Razlozi za najveći broj putovanja u ovom razdoblju jesu bijeg od ekstremnih vrućina, kratki religijski praznici, kraj Ramadana i kraj hodočašća Hajj.

U arapskom svijetu turisti često putuju s obiteljima, odnosno na put ide veći broj članova obitelji. Prema istraživanju iz 2010. 64 % turista iz UAE-a na odmor putuje s petoro ili više članova obitelji.

Država	Dolasci zrakoplovom
Malta	35.074
Bugarska	28.024
Slovačka	20.817
Hrvatska	12.328
Litva	4.218
Estonija	1.575
Latvija	1.072
Europska Unija	11.108.569

Izvor: Eurostat, Statistical Office of the European Union

Pregled organizatora putovanja na tržištu

Prema podacima ETC-a, u UAE-u posluje preko 1.200 organizatora putovanja od čega je 80% smješteno u Dubaiju, a 20% u Abu Dhabiju i ostalim emiratima. Većinom se radi o manjim subjektima čija je glavna aktivnost prodaja aviokarata.

Najveći organizator putovanja je Dnata, u vlasništvu Emirates grupe, koja je prisutna duž cijele regije Bliskog Istoka s preko 1.000 zaposlenika na 100 lokacija. Ostali važni organizatori putovanja su: Imeir Travel Agency, Kanoo Travel, Al Rais Travel, Abu Dhabi Travel Bureau, Sharaf Travel Services, Orient Travel, Airlink International, Al Naboodah Travel i Al Futtaim Travel.

Vodeći globalni distribucijski sustavi putovanja, poput Amadeusa, Traveporta i Sabre, također imaju sjedište u UAE-u.

Osim spomenutog, u Dubaiju, Abu Dhabiju i Sharjahu se nalaze i 3 emiratska putnička udruženja: *Dubai Travel and Tour Agencies Group* (www.dttag.com), *Abu Dhabi Travel and Tourism Agencies Council* (www.attac.ae) i *Sharjah Travel Agents Association* (www.staa.ae).

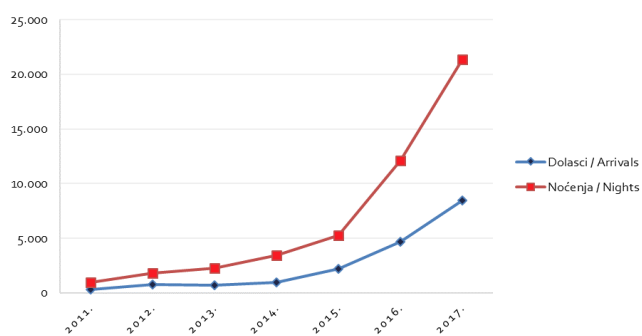
Nadalje, mnogi *online* pretraživači putovanja obuhvaćaju i tržište UAE-a, a među najpopularnijima među emiratskih putnicima su upravo Expedia, Skyscanner, booking.com, hotels.com, cleartrip.com, Trivago, Agoda, Orbitz i TripAdvisor. Osim navedenih, lokalni su investitori pokrenuli nekolicinu *online* agencija koje nude buking usluge: musafir.com, holidayme.com, travelwings.com i tajawal.ae.

DOPRINOS TRŽIŠTA UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU

UAE	Dolasci			Noćenja		
		indeks	2011.=100		indeks	2011.=100
2011.	322			984		
2012.	788	245	245	1.823	185	185
2013.	691	88	215	2.282	125	232
2014.	980	142	304	3.433	150	349
2015.	2.222	227	690	5.262	153	535
2016.	4.660	210	1448	12.104	230	1230
2017.	8.457	181	2626	21.352	176	2170

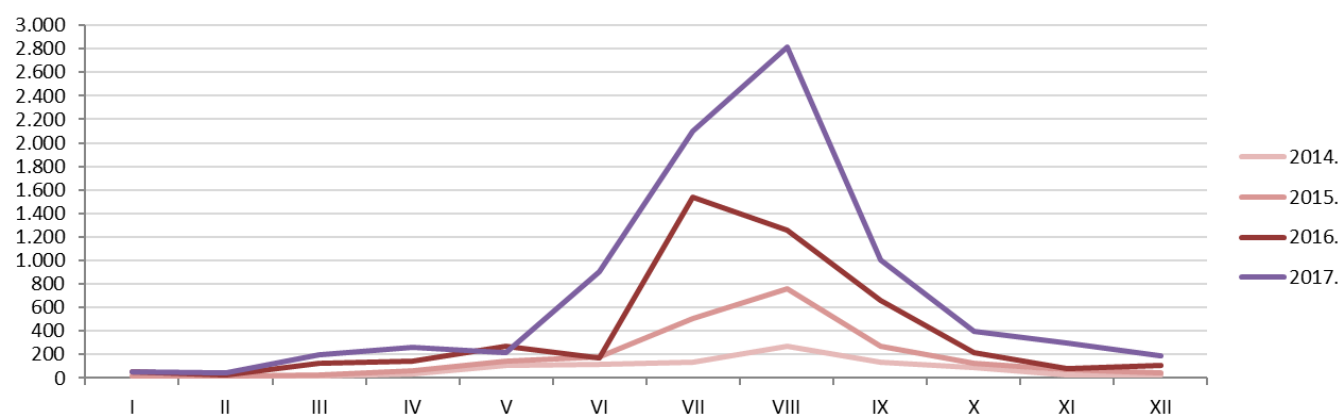
Izvor: DZS

Dolasci i noćenja turista iz UAE u razdoblju 2011. - 2017.



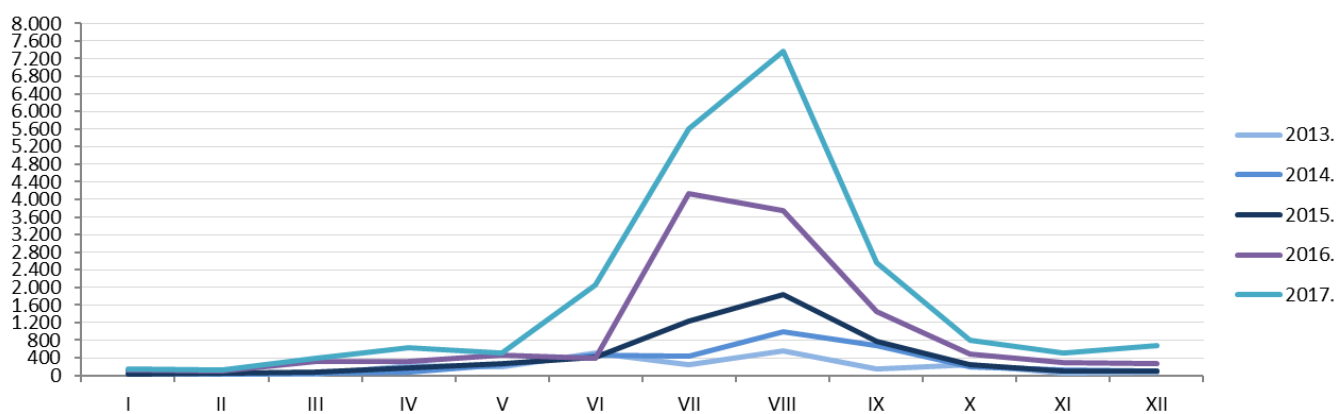
Izvor: DZS

Dolasci po mjesecima



Izvor: DZS

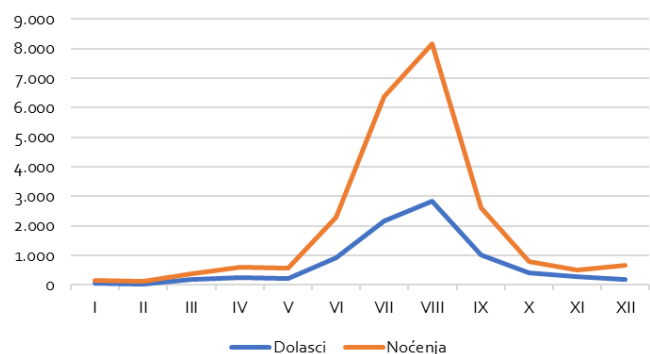
Noćenja po mjesecima



Izvor: DZS

REZULTATI ZA 2017. PREMA SUSTAVU eVisitor

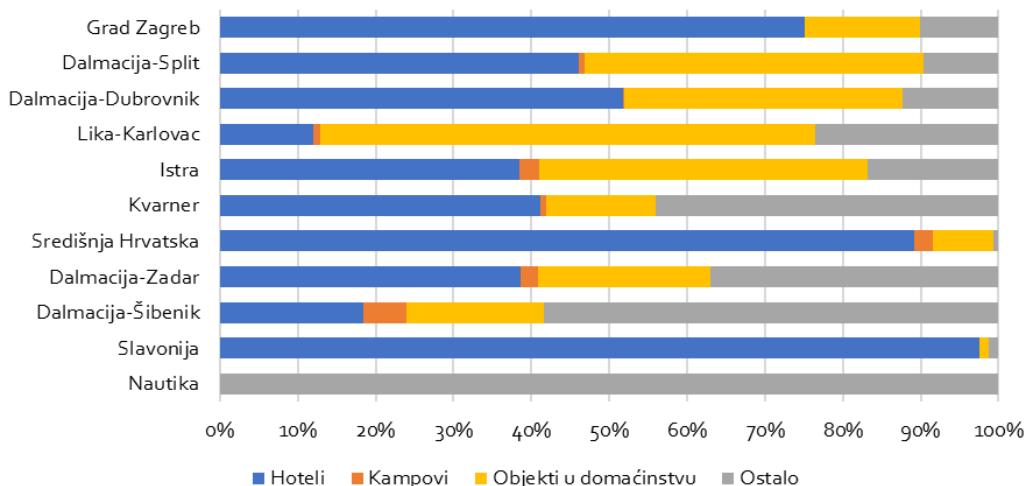
Dolasci i noćenja austrijskih turista, 2017.



Top deset gradova/općina po noćenjima

Grad općina	noćenja
Zagreb	11.562
Dubrovnik	2.270
Split	1.765
Podstrana	736
Sveti Martin na Muri	624
Zadar	417
Hvar	402
Šibenik	376
Plitvička Jezera	357
Opatija	352

Noćenja austrijskih turista po klasterima prema vrstama smještaja, 2017.



Dolasci i noćenja po klasterima

	dolasci	noćenja
Grad Zagreb	4.907	11.562
Dalmacija-Split	1.255	3.330
Dalmacija-Dubrovnik	984	2.579
Lika-Karlovac	443	1.058
Istra	229	1.031
Kvarner	213	977
Središnja Hrvatska	153	817
Dalmacija-Zadar	223	717
Nautika	87	572
Dalmacija-Šibenik	93	522
Slavonija	29	82
Ukupno	8.616	23.247

Dolasci po dobi i spolu

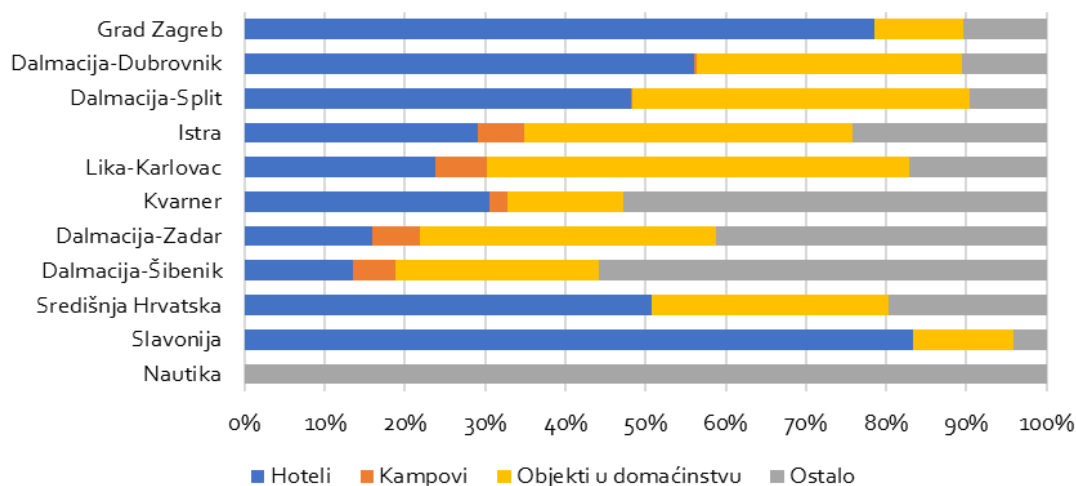
	muškarci	žene
0-5 godina	3%	1,7%
6-11 godina	3,5%	2,9%
12-17 godina	4,3%	2,9%
18-24 godina	5,5%	4,6%
25-34 godina	21,1%	12,6%
35-44 godina	13%	6,6%
45-54 godina	7,4%	4,1%
55-64 godina	4%	1,7%
> 65 godina	0,8%	0,4%

REZULTATI ZA RAZDOBLJE SIJEČANJ – STUDENI 2018. PREMA SUSTAVU eVisitor

Top deset gradova/općina po noćenjima

Grad općina	noćenja
Zagreb	12.071
Dubrovnik	3.202
Split	1.528
Podstrana	474
Plitvička Jezera	411
Zadar	409
Hvar	400
Novalja	395
Rovinj	327
Umag	302

Noćenja austrijskih turista po klasterima prema vrstama smještaja, I-XI 2018.



Dolasci i noćenja po klasterima

	dolasci	noćenja
Grad Zagreb	6.468	12.071
Dalmacija-Dubrovnik	1.481	3.663
Dalmacija-Split	1.102	2.771
Nautika	225	1.550
Istra	252	1.181
Lika-Karlovac	508	1.143
Kvarner	205	956
Dalmacija-Zadar	228	812
Dalmacija-Šibenik	87	489
Središnja Hrvatska	103	268
Slavonija	15	24
Ukupno	10.674	24.928

Dolasci po dobi i spolu

	muškarci	žene
0-5 godina	2%	1,7%
6-11 godina	2,3%	2%
12-17 godina	2,8%	2,3%
18-24 godina	5,4%	4,6%
25-34 godina	19,4%	18,6%
35-44 godina	13,9%	7,9%
45-54 godina	6,6%	3,8%
55-64 godina	3,8%	1,6%
> 65 godina	0,9%	0,4%

Direktna zrakoplovna povezanost s Hrvatskom

Emirates, najveći svjetski avioprijevoznik, od 1. lipnja 2017. uveo je cjelogodišnje direktne dnevne letove između Zagreba i Dubajja, što je pridonijelo rastu trgovinskih odnosa i turizma između Hrvatske i Dubajja, te potaknulo dolazak turista s područja Bliskog istoka, regije Azije Pacifik, gdje Emirates djeluje na 45 destinacija (ranije je Zagreb i Dubai povezivao samo Fly Dubai). Nova ruta pružila je pozitivan poticaj turizmu i provođenju slobodnog vremena u Hrvatskoj, jer su dnevni letovi doveli do povećane

potražnje poslovnih putnika i turista iz istočnoazijskih država poput Južne Koreje, Japana, Tajvana, Singapura kao i Australije.

Osim direktne dnevne linije Zagreb - Dubai avioprijevoznika Emirates, tijekom ljetnog reda letenja 2018. zračnu luku Dubrovnik je s Dubajjem povezivao niskotarifni avioprijevoznik Fly Dubai. Spomenuti avioprijevoznik povezuje i Zagreb s Dubajjem tijekom ljetnog tekuće i zimskog reda letenja u sezoni 2018./2019.