



POLJSKA

PROFIL EMITIVNOG TRŽIŠTA 2013. - 2015.



OPĆI PODACI O TRŽIŠTU

Politički i administrativni podaci

Službeni naziv zemlje: Republika Poljska

Službeni jezik: poljski

Političko uređenje: republika s parlamentarnom demokracijom

Glavni grad: Varšava (2 mil. stanovnika)

Ostali veći gradovi: Lodz, Krakow, Katowice, Gdansk, Poznan, Wroclaw

Administrativna podjela Poljske

Šesnaest regija (województwa, jednina – wojewodztwo):

Dolnoslaskie, Kujawsko-Pomorskie, Lodzkie, Lubelskie, Lubuskie, Malopolskie, Mazowieckie, Opolskie, Podkarpackie, Podlaskie, Pomorskie, Slaskie, Swietokrzyskie, Warminsko-Mazurskie, Wielkopolskie, Zachodniopomorskie

Državni blagdani

- Dan nezavisnosti: 11. studenoga (11. studenoga 1918. proglašena nezavisnost Republike Poljske)
- Praznik rada: 1. svibnja
- Dan konstitucije: 3. svibnja

Najvažnija politička tijela u Poljskoj

Predsjednik države: Bronisław Komorowski (početak mandata jesen 2010.)

Predsjednik vlade: Donald Tusk

Dva doma parlamenta: Senat, 100 senatora i Sejm, 460 poslanika (zastupnici za Senat i Sejm)

Zemljopisne karakteristike

Položaj: srednja Europa

Zemljopisne koordinate: 52°00' sjever, 20°00' istok

Površina, ukupno: 312.685 km²

Površina kopna: 304.465 km²

Vodena površina: 8.220 km²

Ukupna dužina granice: 2.788 km

Zemlje s kojima Poljska graniči: Bjelorusija 407 km, Češka 658 km, Njemačka 456 km, Litva 91 km, Rusija (distrikt Kalinjingrad) 206 km, Slovačka 444 km,

Ukrajina 526 km

Dužina morske obale: 491 km



Reljefne karakteristike: prevladava ravan teren, osim na jugu Poljske gdje su planinski masivi.

Sociodemografske karakteristike

Broj stanovnika: 38.346.279 (procjena za srpanj 2014.)

Izvor: CIA Fact Book

Dobna struktura:

0 – 14 godina: 14,6 % (M 2.876.264; Ž 2.716.569)

15 – 24 godine: 11,9 % (M 2.333.627; Ž 2.235.228)

25 – 54 godine: 43,8 % (M 8.459.153; Ž 8.355.491)

55 – 64 godine: 15 % (M 2.658.106; Ž 2.973.933)

65 godina i stariji: 14,5 % (M 2.224.569; Ž 3.513.339)

Izvor: CIA Fact Book, procjena 2014.

Prosječna starost stanovništva: 39,5 godina

M: 37,9 godina

Ž: 41,3 godine

Izvor: CIA Fact Book, procjena 2014.

Stopa prirasta stanovništva: - 0,11 %

Izvor: CIA Fact Book, 2014. – procjena

Natalitet: 9,77 rođenih na 1.000 stanovnika

Izvor: CIA Fact Book 2014. – procjena

Mortalitet: 10,37 umrlih na 1.000 stanovnika

Izvor: CIA Fact Book 2014. – procjena

Stopa smrtnosti novorođenih:

Ukupno: 6,19 umrlih na 1.000 rođenih

M: 6,88 umrlih na 1.000 rođenih

Ž: 5,45 umrlih na 1.000 rođenih

Izvor: CIA Fact Book, 2014. – procjena

Prosječan životni vijek: 76,65 godina

M: 72,74 godine

Ž: 80,8 godina

Izvor: CIA Fact Book, 2014. – procjena

Etnička podjela: Poljaci 96,9 %, Šlesi 1,1 %, Nijemci

0,2 %, Ukrajinci 0,1 %, ostali 1,7 %

Izvor: CIA Fact Book, 2011. – procjena

Konfesionalna pripadnost: rimokatolici 87,2 % (oko 75 % praktičnih), pravoslavci 1,3 %, protestanti 0,4 %, ostali 0,4 % i 10,8 % neizjašnjenih

Izvor: CIA Fact Book, 2014. – procjena

Opće karakteristike gospodarstva

Od ranijih devedesetih godina Poljska provodi strukturne, gospodarske i političke promjene. Godine 2014. navršilo se 25 godina od započinjanja povijesnih političkih promjena, rušenja tvrdog komunističkog sistema sovjetskog tipa, koje su nastavljene ulaskom Poljske u NATO savez 1999., a završile ulaskom Poljske u EU 2004. Gledajući iz perspektive 25 godina nakon obaranja komunizma, postupnih, ali konzekventnih ekonomskih promjena, može se reći da je Poljska postala moderna kapitalistička zemlja sa zapadnijim demokratskim običajima i standardima. U proteklih 25 godina životni standard poljskih građana znatno se poboljšao, a u poli-

tičkom pogledu Poljska postaje jedan od važnijih međunarodnih čimbenika.

BDP: 3,4 % (prvi kvartal 2014., Izvor: GUS RP)

BDP prognoza za 2014.: 2,2 % (Izvor: MMF)

BDP prognoza za 2015.: 3,3 % (Izvor: MMF)

Nezaposlenost, aktualno stanje: 12,9 % (Izvor: GUS RP, svibanj 2014.); očekuje se da će nezaposlenost do konca 2014. biti oko 12,5 % (Izvor: GUS RP, svibanj 2014.)

Prosječna plaća bruto: PLN 3.878,71 (Izvor: GUS RP)

Inflacija: 0,8 % (Izvor: GUS RP, svibanj 2014.)

Vanjskotrgovinska bilanca – aktualni podaci i trend

Poljski izvoz: 223.297.000.000 PLN, rast 7,7 %

(prvi kvartal 2014., Izvor: GUS RP)

Poljski uvoz: 220.320.000.000 PLN, rast 4,4 %

(prvi kvartal 2014., Izvor: GUS RP)

Glavna tržišta gdje je zabilježen rast izvoza poljskih proizvoda: Mađarska, Njemačka, Švedska, Nizozemska, Italija, Francuska, Velika Britanija, Češka i Slovačka

(prvi kvartal 2014., Izvor: GUS RP).

Glavno tržište gdje je zabilježen pad izvoza poljskih proizvoda: Rusija (prvi kvartal 2014., Izvor: GUS RP).

Glavna tržišta gdje je zabilježen rast uvoza u Poljsku: Belgija, Kina, Francuska, Njemačka, Velika Britanija, Italija, Nizozemska (prvi kvartal 2014., Izvor: GUS RP).

Glavna tržišta gdje je zabilježen pad uvoza u Poljsku: Rusija, Češka, SAD (prvi kvartal 2014., Izvor: GUS RP).

MEDIJI I OGLAŠAVANJE NA TRŽIŠTU

Dnevni listovi: Gazeta Wyborcza, Rzeczpospolita, Superexpress, Fakt

Tjednici: Polityka, Newsweek, Wprost, W siecie, Uważam RZE

Mjesečnici: Twój Styl, Cosmopolitan, Zwierciadło, Sukces, MaleMan, Playboy

Sportska izdanja: Przegląd Sportowy

Turistička izdanja: Wiadomości Turystyczne, TTG Poland, Voayage, Podróże, Rynek Turystyczny

Glavni IT portali: onet.pl, gazeta.pl, wp.pl, interia.pl, allegro.pl

TV: TVP 1, TVP 2, TVP Info, TVP Polonia, TVP Sport, TVN, TVN24, TVN Turbo, TVN7, TVN Meteo, Polsat 1, Polsat 2, Polsat Sport, Polsat News, TV Trwam

Radio: Polskie Radio 1, Polskie Radio 2, Trójka, Czwórka, RMF FM, Zet, Tok FM

2012. GODINA

PROFIL EMITIVNOGA TURISTIČKOG TRŽIŠTA U 2012.

Napomena:

Posljednji dostupni podaci Instituta za turizam Republike Poljske, vezani uz karakteristike navedenoga emitivnog tržišta, odnose se na prva tri kvartala 2012., uz usporedbu s prva tri kvartala 2013.

Institut za turizam Republike Poljske objavio je da je u prva tri kvartala 2012. više od 37 mil. poljskih građana otputovalo u inozemstvo. To je za 11,7 % više nego u istom razdoblju u 2011.

Najveći porast putovanja (21,2 %) zabilježen je preko južnih granica (mediteranske zemlje, Austrija, Slovačka, Češka i Mađarska), dok je pad od 10,9 % zabilježen prema morskim graničnim prijelazima (Skandinavija). Granični prijelazi u zrakoplovnim lukama zabilježili su približno jednak broj prelazaka, kao i u prva tri kvartala 2011.

Prema mjesecima u kojima su realizirana putovanja u prva tri kvartala 2012., najveći rast u odnosu na prva tri kvartala 2011. zabilježen je u rujnu 2012. i bio je 111 % te u kolovozu 2012., kada je bio 80 %.

Inozemna putovanja Poljaka prema graničnim prijelazima

Inozemna putovanja Poljaka prema graničnim prijelazima (u 000)	I. – IX. 2011.	I. – IX. 2012.	Promjena 12./11.
Ukupno	33.190	37.080	11,7 %
Zapadna granica	11.890	12.580	5,8 %
Južna granica	13.750	16.670	21,2 %
Istočna granica	2.760	3.060	10,9 %
Morska granica	460	410	- 10,9 %
Zračne luke	4.330	4.360	0,7 %

Izvor : Institut za turizam Republike Poljske

Prema sezonalnosti putovanja u prva tri kvartala 2012. najviše se putovalo tijekom ljetnih mjeseci.

Inozemna putovanja Poljaka

Inozemna putovanja Poljaka (u mil.)	2011.	2012.	Promjena
Siječanj	0,4	0,65	63 %
Veljača	0,35	0,65	86 %
Ožujak	0,25	0,65	160 %
Travanj	0,3	0,4	33 %
Svibanj	0,35	0,65	86 %
Lipanj	0,6	0,8	33 %
Srpanj	0,8	1,1	38 %
Kolovoz	0,75	1,35	80 %
Rujan	0,45	0,95	111 %
Ukupno I. – IX.	4,25	7,2	69 %

Izvor : Institut za turizam Republike Poljske

Sezona inozemnih putovanja općenito

Kada je riječ o prosječnoj dužini inozemnih putovanja, Institut za turizam Republike Poljske dijeli ih na dugotermenska i kratkotermenska. U prva tri kvartala 2012. Poljaci su prosječno realizirali 9,9 noćenja.

Prosječna dužina inozemnih putovanja

Prosječna dužina inozemnih putovanja (broj noćenja)	I. – IX. 2011.	I. – IX. 2012.
Dugotermenska	12,5	13,8
Kratkotermenska	2,3	2,0
Inozemna ukupno	10,2	9,9

Izvor : Institut za turizam Republike Poljske

Što se tiče ciljeva putovanja u inozemstvo, u prva tri kvartala 2012. došlo je do smanjenja turističkih putovanja (44 %) te smanjenja putovanja čiji je cilj bio posjet rodbini i prijateljima (22 %). Došlo je do znatnog povećanja službenih putovanja (28 %).

Ciljevi putovanja u inozemstvo

Ciljevi putovanja u inozemstvo u %	I. – IX. 2011.	I. – IX. 2012.
Turistička putovanja	54	44
Posjeti rodbini i prijateljima	29	22
Službena putovanja	12	28
Školovanje	2	1
Hodočasnički turizam	1	1
Zdravstveni turizam	-	1
Ostalo	2	3

Izvor : Institut za turizam Republike Poljske

I tijekom prva tri kvartala 2012. nastavljen je trend gotovo dvotrećinskog udjela individualnog načina organiziranja turističkih putovanja u inozemstvo, što samo potvrđuje mentalitet Poljaka koji se na putovanja odlučuju u zadnji tren, vole putovati automobilima te putem interneta (uglavnom mladi ljudi) na jednostavan i brz način samostalno organiziraju svoja putovanja.

Tijekom prva tri kvartala 2012. 16 % Poljaka u cijelosti je koristilo usluge organizatora putovanja. Bez obzira na relativno visok udjel organiziranih putovanja u prva tri kvartala 2012. i narednim godinama, može se očekivati blagi pad navedenog načina organizacije putovanja.

Način organizacije inozemnih putovanja

Način organizacije inozemnih putovanja u %	I. – IX. 2011.	I. – IX. 2012.
U cijelosti preko agencije	24	16
Djelomično preko agencije	4	5
U cijelosti preko sindikata ili organizacije tvrtke u kojoj je zaposlen(a)	9	14
Djelomično preko sindikata ili organizacije tvrtke u kojoj je zaposlen(a)	6	6
Samostalno	57	59

Izvor : Institut za turizam Republike Poljske

I u prva tri kvartala 2012. gotovo polovina poljskih turista koji su putovali u svrhu turističkih putovanja u inozemstvo za noćenje je koristila hotel, motel ili pansion. Na drugom mjestu prema vrsti smještaja prilikom putovanja u inozemstvo nalazi se boravak kod prijatelja ili obitelji, na koji otpada trećina takve vrste smještaja.

Vrsta smještajnog kapaciteta korištena u inozemnom putovanju

Vrsta smještajnog kapaciteta korištena u inozemnom putovanju u %	I. – IX. 2011.	I. – IX. 2012.
Hotel, motel, pansion	50	46
Odmarališta	2	1
Izletišta s uključenim noćenjem	1	2
Najam kuća	2	4
Smještaj kod domaćina	9	6
Boravak kod obitelji ili prijatelja	33	28
Kamp-kuća	1	1
Šator	1	1
Toplice	-	-
Ostalo	1	11

Izvor: Institut za turizam Republike Poljske

I u prva tri kvartala 2012. putujući u inozemstvo Poljaci su najčešće putovali automobilom (38 % ukupnih putovanja) i zrakoplovom (31 % ukupnih putovanja). Još uvijek je visok udjel putovanja autobusom u sklopu paket-aranžmana (14 %), ali ta vrsta prijevoza ima trend pada, koji će se nastaviti i u narednim godinama.

Vrste prijevoza prilikom putovanja inozemstvo

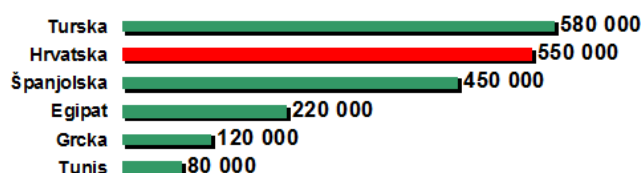
Vrste prijevoza prilikom putovanja inozemstvo u %	I. – IX. 2011.	I. – IX. 2012.
Automobil	37	38
Drugi automobil	1	11
Vlak	5	2
Redovna autobusna linija	2	2
Autobus kao dio paket-aranžmana	16	14
Motocikl i bicikl	1	-
Trajekt, odnosno brod	1	1
Zrakoplov	37	31
Druga vrsta prijevoza	-	1

Izvor: Institut za turizam Republike Poljske

U 2012. najposjećenije inozemne destinacije bile su Turska, Hrvatska i Španjolska.

I u 2012. Poljaci su manje putovali u Egipat, Tunis i Grčku.

Top destinacije u 2012.



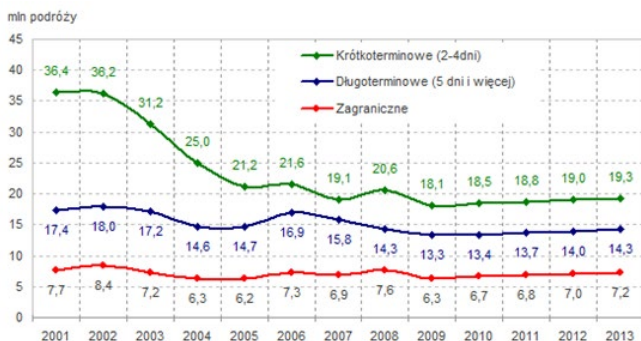
Izvor: Instytut Turystyki Rzeczypospolitej Polski, procjena predstavništva HTZ-a u Poljskoj

2013. GODINA

PROFIL POLJSKOGA TURISTIČKOG TRŽIŠTA U 2013.

Institut za turizam Republike Poljske procjenjuje da će u 2013. doći do 5 %-tnog rasta turističkog prometa te da će 7,2 milijuna poljskih turista otputovati u inozemstvo. Ipak, treba ukazati na dvije važne stvari. Prema kriteriju Instituta za turizam turistička putovanja u inozemstvo sadržavaju najmanje jedno noćenje u inozemstvu. Nadalje, turistička putovanja u inozemstvo također se odnose na posjete prijateljima, poznanicima i rodbini te potragu za poslom. Dakle nije riječ samo o putovanjima u inozemstvo u cilju korištenja odmora.

Prema procjenama i informacijama predstavništva HTZ-a u Poljskoj (DZS RH) i prikupljenim informacijama (nacionalna turistička predstavništva u Poljskoj), povećanje turističkih putovanja u inozemstvo poljskih građana imalo je daleko veću stopu rasta od procjena Instituta za turizam, a postotak rasta varirao je od destinacije do destinacije.

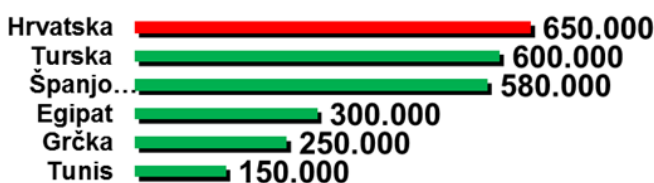


- Hrvatska je u 2013. najpopularnija i najposjećenija destinacija za poljske turiste (drugu godinu zaredom).
- Sve su mediteranske destinacije u 2013. bilježile rast ili oporavak nakon pada dolazaka.
- Došlo je do povećanja interesa za odlascima poljskih turista u Grčku nakon dvije godine velikog pada.
- Sve više poljskih turista kao transportno sredstvo koristi zrakoplov.
- Sve veći broj poljskih turista skraćuje boravak u korist višekratnih putovanja tijekom godine.
- Došlo je do općeg trenda rasta prikupljanja turističkih informacija putem interneta te kupnje paket-aranžma-

na i organiziranja individualnih putovanja putem interneta.

- Došlo je do povećanja interesa poljskih turista za drugim turističkim proizvodima (gastonomija, kulturni događaji, sportske aktivnosti).

Top destinacije u 2013.



Izvor: procjena predstavništva HTZ-a u Poljskoj

Pregled organizatora putovanja u Poljskoj u 2013.

Naziv organizatora putovanja	Destinacije
TUI	Španjolska, Tunis, Egipat, Grčka, Maroko, Hrvatska, Tajland, Kuba, Dominikanska Republika, Portugal, Cipar
Neckermann	Španjolska, Tunis, Egipat, Grčka, Maroko, Hrvatska, Kuba, Dominikanska Republika, Portugal, Bugarska, Cipar
Itaka	Grčka, Bugarska, Španjolska, Turska, Hrvatska, Tunis, Maroko, Bugarska
Rainbow	Španjolska, Tunis, Egipat, Grčka, Hrvatska, Maroko, Portugal, Cipar, Bugarska, Crna Gora
Logos TOUR	Daleke destinacije, Slovačka i Hrvatska

„Specijalisti“ za Hrvatsku

- Almatour
- Camping Europa
- Croatia Rybnik
- Bikershop
- CHARTER.PL Piotr Kowalski
- Delta Travel

- Eco Tour
- Glob Touris
- Heinz Reisen
- Juventur
- Lido
- Marco
- Michalska Travel
- Nautilus
- Gandalf Travel
- Gromada
- Interhome Polska
- Kompas Poland
- Maestral
- Master Yachting
- Nautica
- Novasol
- Oskar
- Profes
- Rego-Bis
- Sailor
- Sumada Travel
- Sylwetka
- Vacansoleil
- Polan Travel
- Punt
- Retman
- Skarpa
- Sun Yacht Charter
- Traper
- Wygoda Travel

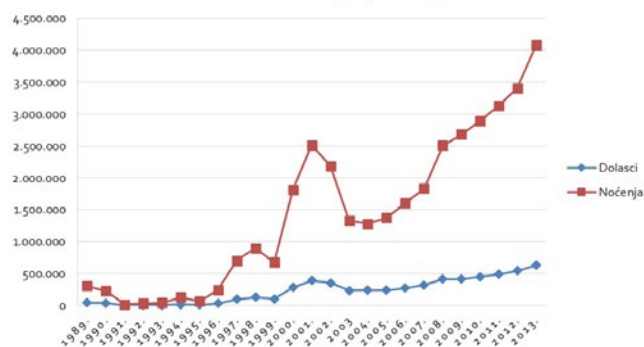
UDJEL TRŽIŠTA U UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU – 2013.

Broj dolazaka i noćenja ostvarenih u Hrvatskoj

POLJSKA	Dolasci			Noćenja		
	apsol.	indeks	1989. = 100	apsol.	indeks	1989. = 100
1989.	46.331		100	307.110		100
1990.	39.530	85	85	231.952	76	76
1991.	3.957	10	9	16.655	7	5
1992.	5.511	139	12	33.732	203	11
1993.	6.578	119	14	46.903	139	15
1994.	17.892	272	39	133.013	284	43
1995.	10.227	57	22	68.530	52	22
1996.	36.000	352	78	248.000	362	81
1997.	97.765	272	211	702.941	283	229
1998.	131.049	134	283	899.876	128	293
1999.	104.893	80	226	679.487	76	221
2000.	284.783	271	615	1.818.026	268	592
2001.	391.809	138	846	2.514.311	138	819
2002.	358.065	91	773	2.185.814	87	712
2003.	237.968	66	514	1.330.517	61	433
2004.	240.654	101	519	1.285.529	97	419
2005.	241.868	101	522	1.374.595	107	448
2006.	275.845	114	595	1.612.013	117	525
2007.	322.890	117	697	1.833.961	114	597
2008.	417.211	129	901	2.511.568	137	818
2009.	417.849	100	902	2.685.037	107	874
2010.	454.445	109	981	2.895.162	108	943
2011.	494.702	109	1068	3.134.012	108	1020
2012.	544.134	110	1174	3.407.685	109	1110
2013.	635.593	117	1372	4.079.179	120	1328

Izvor: DZS

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



Omjer između organiziranih i individualnih dolazaka u Hrvatsku

- oko 80 – 85 % poljskih turista koji posjećuju Hrvatsku jesu individualni turisti

Zastupljenost Hrvatske u programima organizatora putovanja

Kada je riječ o organiziranom prometu iz Poljske za Hrvatsku, razlikujemo dvije grupe organizatora putovanja:

- organizatori putovanja „specijalisti“
- organizatori putovanja koji prodaju nekoliko najpopularnijih destinacija za poljske turiste, a među njima i Hrvatsku.

Organizatori putovanja koji Hrvatsku prodaju kao „specijalisti“ tijekom 2013. prodali su od 500 do 3.000 paket-aranžmana (svaki organizator putovanja „specijalist“) s vlastitim prijevozom ili prijevozom autobusom. U njihovim katalogima Hrvatska je zastupljena s 90 % i više.

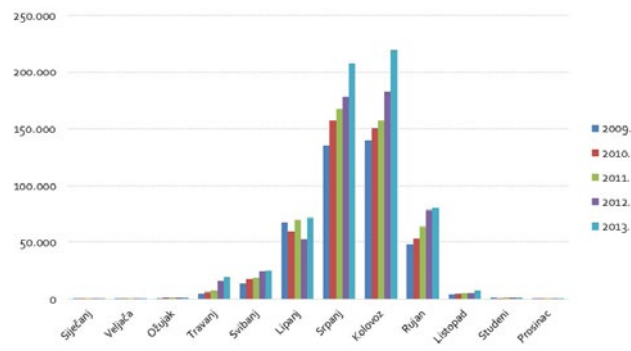
Organizatori putovanja koji prodaju nekoliko najpopularnijih destinacija za poljske turiste ujedno su i najveći organizatori putovanja.

U 2013. prodali su između 5.000 i 15.000 paket-aranžmana za Hrvatsku (svaki) s trendom rasta u odnosu na 2012. Riječ je o paket-aranžmanima s vlastitim prijevozom i paket-aranžmanima s prijevozom zrakoplovom. Zastupljenost hrvatske turističke ponude kod spomenutih organizatora putovanja jest od 5 do 8 % s trendom povećanja zastupljenosti.

Razrada dolazaka po regijama Hrvatske

Ukupno 97 % dolazaka i noćenja poljskih turista u Hrvat-

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



sku u 2013. realizirao se duž jadranske obale i na otocima, bez obzira na to je li riječ o individualnim ili organiziranim dolascima i noćenjima.

Ostatak od 3 % realizira se na kontinentu kao tranzitni turizam, poslovna putovanja, a prema našoj procjeni ciljani dolasci i noćenja na kontinent kao segment odmo-rišnog turizma gotovo su zanemarivi.

Najposjećenija regija od strane poljskih turista jest Splitsko-dalmatinska županija s oko 27 % dolazaka i noćenja, a ostatak otpada na ostale županije duž jadranske obale.

Sve su županije u 2013. zabilježile dvoznamenkaste stope rasta u dolascima i noćenjima, gotovo kroz cijelu godinu.

Način prijevoza korišten prilikom dolaska u Hrvatsku

Zrakoplovni prijevoz

U 2013. realizirana su dva oblika zrakoplovne povezanosti Poljske i Hrvatske: redovne sezonske linije i čarteri. Ovo je treća godina redovnih sezonskih linija koje održava Eurolot.

Eurolot je tijekom 2013. prevezao oko 30.000 putnika do Hrvatske, s *load factorom* većim od 85 %.

Letovi iz Gdanska, Krakowa, Varšave i Poznana ostvaruju se prema Dubrovniku, Splitu i Zadru.

Prosječna cijena povratne karte iznosi 230 eura bruto.

Letovi su realizirani u tjednim rotacijama (subota – subota, osim za Split nedjeljom) od kraja travnja (Varšava – Dubrovnik, Gdańsk – Dubrovnik), početka lipnja (Varšava – Dubrovnik, Varšava – Split, Varšava – Zadar, Gdańsk – Dubrovnik, Gdańsk – Split, Gdańsk – Zadar,

Kraków – Dubrovnik, Poznań – Dubrovnik, Poznań – Zadar) do polovine listopada.

- Čartere iz Poljske organizirali su Neckermann Polska, TUI Polska, ITAKA i Rainbow Tours (letovi Varšava – Dubrovnik).
- Čarter letovi realizirani su od polovine lipnja do rujna, popunjenost zrakoplova bila je veća od 80 %; tjedne rotacije.
- Scandjet je realizirao dvije rotacije tjedno Varšava – Zadar od lipnja do polovine rujna.

Autobuseri

„Specijalizirani“ organizatori putovanja organizirali su tijekom 2013. ture po Hrvatskoj i prodaju paket-aranžmana tijekom sezone. Nemamo točnih podataka o tome koliko je turista ovom vrstom prijevoza posjetilo Hrvatsku.

Individualni gosti

- Hrvatska je najpopularnija destinacija za poljske individualne turiste u 2013. – oko 85 % turista koji dolaze iz Poljske u Hrvatsku individualni su gosti.
- Oko 60 % individualnih turista iz Poljske unajmljuje privatne sobe, apartmane i kuće.
- Oko 25 % poljskih turista u 2013. provelo je odmor u kampovima.
- Oko 10 % poljskih turista u 2013. provelo je odmor u hrvatskim hotelima.

Vrsta smještaja koju su koristili u Hrvatskoj

Već nekoliko godina omiljeni način smještaja za poljske turiste u Hrvatskoj smještaj je kod domaćina, što je trend koji će se zadržati.

U 2013. nastavio se trend povećanja smještaja u hrvatskim kampovima. Najveće prednosti smještaja za individualne turiste u smještaju kod domaćina jesu:

- cijena
- ljubaznost domaćina
- sloboda kretanja i mogućnost improvizacije.

Slične prednosti smještaja kod domaćina vrijede i za smještaj u kampovima, koji bilježi trend rasta. Što se tiče hotela, u 2013. došlo je do povećanog interesa za smještajem hotela s četiri zvjezdice.

Koje dodatne sadržaje/aktivnosti u Hrvatskoj poljski gosti najčešće konzumiraju; kojima su zadovoljni, a koje smatraju nedostatnima ili neadekvatnima?

Osnovni motivi dolazaka u Hrvatsku jesu mediteranska klima, kulturna baština, prirodne ljepote, sportovi na vodi (nautički turizam) i gastronomija.

I u 2013. glavni motiv dolazaka poljskih turista u Hrvatsku bili su klimatski uvjeti (stabilno vrijeme, mediteranski ugođaj).

Poljaci su već godinama pri samom vrhu po posjećenosti nacionalnim parkovima i taj će se trend u idućim godinama povećavati.

Posljednjih nekoliko godina došlo je do ogromnog povećanja interesa za nautičkim turizmom, što se prije svega tumači povećanjem životnog standarda poljskih turista i atraktivnošću nautičke ponude u Hrvatskoj.

Povećanje životnog standarda poljskih građana omogućilo je da sve više putuju ne samo u Hrvatsku, nego i u druge zemlje, upoznavajući pritom različite nacionalne običaje, gastronomije i sl.

Općenito, trend zdrave prehrane, s posebnim naglaskom na mediteransku prehranu, u velikoj je mjeri popularizirao i utjecao na povećanje interesa za eno-gastro proizvodima.

Što se tiče nedostataka koje predstavništvo bilježi od strane poljskih turista, one su što se tiče turističke ponude zanemarive, što se na kraju vidi i po broju dolazaka i noćenja u 2013., kao i njihovu rastu. U 2013. najveći broj primjedaba, ili bolje reći sugestija i prijedloga od strane poljskih turista, odnosio se na nedostatak informacija na poljskom jeziku (brošure, korisne informacije, jelovnici i sl.).

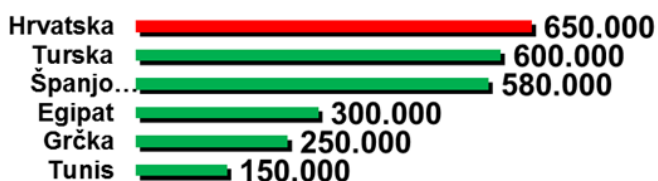
2014. GODINA

PROFIL EMITIVNOGA TURISTIČKOG TRŽIŠTA U 2014.

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

Prema Institutu za turizam Republike Poljske, doći će do povećanja putovanja poljskih građana u inozemstvo u odnosu na 2013. Povećanje će iznositi 5 – 7 %, s time da će stope rasta putovanja ovisiti od destinacije do destinacije.

Procjena top destinacija u 2014.



Izvor: procjena predstavništva HTZ-a u Poljskoj

Procjena predstavništva jest da će Hrvatska i u 2014. biti najposjećenija odmorišna destinacija za poljske turiste. Ipak, i sve konkurentne destinacije zabilježit će porast broja dolazaka i noćenja.

Redoslijed omiljenih destinacija – procjena za sezonu 2014.

Najpopularnija destinacija (ali ne i najposjećenija) u 2014. bit će Grčka zbog velikog pada prethodnih godina i zbog velikih sredstava uloženi u promociju. Egipat i Tunis zabilježit će trend daljnjeg oporavka te povećanje broja dolazaka poljskih turista u 2014.

Turska i Španjolska zabilježit će stope rasta oko 5 – 10 % te će s Hrvatskom zadržati čelna mjesta najpopularnijih destinacija.

U 2014. velika sredstva za promociju u Poljskoj ulaže Maroko, ali to još uvijek nije destinacija koja po broju dolazaka predstavlja ozbiljnije konkurente ni jednoj od vodećih destinacija.

Do polovine 2014. većina lidera među organizatorima putovanja u Poljskoj bilježila je dobru prodaju ljetnih aranžmana i nije bilo stečaja ili bankrota značajnih poljskih organizatora putovanja u spomenutom razdoblju.

Opća je ocjena da će u 2014. svi paket-aranžmani koji budu ponuđeni na poljskom tržištu, bez obzira na destinaciju, biti rasprodani. Takva ocjena u korelaciji je s pozitivnim gospodarskim trendovima u Poljskoj i nastavku povećanja životnog standarda poljskih građana.

PROCJENA UDJELA TRŽIŠTA U UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU – 2014.

Aktualni imidž Hrvatske

- Hrvatska je sigurna destinacija za poljske turiste.
- U Poljskoj se Hrvatska sve više doživljava kao kvalitetna destinacija, gdje se za prihvatljivu cijenu dobiva dobra usluga.
- Hrvatska kao turistička destinacija (i Hrvatska općenito) u Poljskoj ima stabilnu tržišnu poziciju i ugled.
- Hrvatska je najpopularnija destinacija za motorizirane individualne turiste.
- Hrvatska je najpopularnija destinacija za poljske nautičare.
- Vladaju povećan interes i potražnja za kupovinom nekretnina i zemljišta, prije svega na obali, naročito nakon ulaska Hrvatske u EU.
- Uspostavom redovnih zrakoplovnih linija u 2012., zatim povećanjem istih u 2013. te povećanjem čarter letova za Hrvatsku, Hrvatska se doživljava kao destinacija do koje je moguće prema vlastitom izboru otputovati i automobilom i zrakoplovima.

Preliminarna procjena ukupnog broja dolazaka i noćenja u Hrvatsku u 2014.

Teško će biti ponoviti dvoznamenkaste stope rasta dolazaka i noćenja poljskih turista koje su se dogodile u posljednjih nekoliko godina i kulminirale u 2013., kada je Hrvatsku posjetilo gotovo 100.000 više poljskih turista negoli tijekom 2012.

Povećanje fizičkog prometa (dolasci i noćenja) u 2014. do 5 % bio bi fantastičan uspjeh i dokaz da je Hrvatska apsolutno osvojila povjerenje poljskih turista. Hrvatska je kao turistička destinacija i zemlja općenito u Poljskoj dobro primljena s velikim simpatijama i većina ljudi koja je prethodnih godina bila u Hrvatskoj namjera-va svoj dolazak u Hrvatsku ponoviti i u 2014.

Omjer između organiziranih i individualnih dolazaka u Hrvatsku u 2014. (razlozi za promjene u odnosu na 2013.)

I u 2014. neće biti većih promjena u omjeru između organiziranih i individualnih dolazaka poljskih turista u odnosu na 2013. I dalje će broj dolazaka individualnih turista biti na razini od oko 85 %, a ostatak će realizirati organizatori putovanja.

Ako se želi povećati broj dolazaka i noćenja u predsezoni i posezoni, morat će se daleko više ulagati u razvoj turističkog proizvoda u tim mjesecima.

Zastupljenost Hrvatske u programima organizatora putovanja u 2014. (promjene u odnosu na 2013.)

Kod glavnih poljskih organizatora putovanja koji imaju Hrvatsku u svojem programu u 2014. je došlo do blagog povećanja zastupljenosti Hrvatske u ukupnoj ponudi, a razlozi zašto ta zastupljenost nije veća najvećim su dijelom nedostatak kvalitetne predsezonske i posezonske hrvatske turističke ponude.

U 2014. doći će do neznatnog povećanja broja redovnih sezonskih letova iz Poljske za Hrvatsku te je procjena da će se mjesta u zrakoplovima dobro prodavati, bez obzira na visoku cijenu povratnih karata (povratna karta košta 230 eura). Potražnja za Hrvatskom i letovima iz Poljske za Hrvatsku tek je u počecima. Nažalost, visoke cijene karata zadržat će se sve dok prema Hrvatskoj ne počnu letjeti *low cost* avioprijevoznici, što se može očekivati u narednim godinama.

Što se tiče autobusera, ponuda i prodaja u 2014. bit će na razini 2013., s mogućnošću minimalnog rasta.

Kod individualnih gostiju očekujemo blagi rast u smještaju kod domaćina te povećan rast za smještaj u kampovima.

2015. GODINA

TURISTIČKA SEZONA 2015. – OPĆI POKAZATELJI

Preliminarna procjena turističkog tržišta / ukupnih odlazaka na godišnji odmor u inozemstvo u 2015.

Procjena turističkih kretanja za 2015. u velikoj mjeri ovisi o gospodarskim prognozama i kretanjima.

Gospodarske prognoze za 2015. za Poljsku su vrlo optimistične, što će imati za posljedicu povećanje životnog standarda poljskih građana, ali i povećanje potrebe za putovanjima u turističke svrhe.

Preliminarna procjena redosljeda omiljenih destinacija u 2015., uz usporedbu s očekivanjima za 2014.

Naša je procjena kako će tri vodeće destinacije, Hrvatska, Turska i Španjolska, u 2015. ostati najposjećenije destinacije za poljske turiste, dok će se s dobrim rezul-

tatima iz 2014. među najpopularnije i najposjećenije destinacije ubrojiti i Grčka.

Popularnost i posjećenost Egipta i Tunisa u 2015. ovisit će o političko-sigurnosnoj situaciji u tim zemljama.

Prognoze organizatora putovanja za 2015. (promjene u odnosu na 2014.)

Nema konkretnih prognoza organizatora putovanja za 2015. te možemo zauzeti jedan opći stav kako će rast ili pad putovanja ovisiti o gospodarskoj situaciji u Poljskoj te političko-sigurnosnim kretanjima u pojedinim konkurentskim zemljama.

Poljska turistička ponuda iz godine u godinu sve je kvali-

tetnija, sa sve većim brojem atraktivnih paket-aranžmana, kao i sve lakšom dostupnošću.

Hrvatska će i u 2014. potvrditi činjenicu omiljene destinacije Poljaka, uz daljnje povećanje broja njihovih dolazaka i noćenja poljskih turista kako individualnih tako i turista koji kupuju paket-aranžmane.

Logično je za očekivati da će u 2015. doći do povećanja

ponude i boljeg povezivanja Poljske i Hrvatske zrakoplovima, redovnim sezonskim linijama, čarterima, ali i *low cost* avioprijevoznicima.

Mogućnosti povećanja fizičkog prometa s poljskog tržišta realne su i za individualne goste, ali prije svega za organizatore putovanja s obzirom na to da je najveći dio njihove ponude u 2014., kao i ranijih godina, obuhvaćao južni dio Jadrana, tj. srednju Dalmaciju.