



Hrvatska turistička zajednica

# OPĆI PODACI O TRŽIŠTU

## Političko uređenje

Službeno ime: Kraljevina Španjolska

Političko uređenje: parlamentarna monarhija

Državni poglavar: kralj Juan Carlos I. od 22. 11. 1975. do 2. 6. 2014. (abdicirao), 18. 6. 2014. princ Felipe VI. proglašen je novim španjolskim kraljem

Predsjednik vlade: Mariano Rajoy (od 21. 12. 2011.)

Nacionalni praznik: 12. listopada

Uprava: Španjolska je podijeljena na 17 autonomnih pokrajina: Andaluzija, Aragon, Asturias, Balearsko otočje, Baskija, Extremadura, Galicija, Kanarsko otočje, Katalonija, Kastilja-La Mancha, Kastilja i Leon, Katalonija, La Rioja, Madrid, Murcia, Navarra, Valencija te dva autonomna grada na afričkom području, Ceuta i Melilla.

**Površina:** 506.013 km<sup>2</sup>

## Najveći gradovi

Glavni grad: Madrid (3.207.247 stanovnika)



## Najveći španjolski gradovi

1. 1. 2013.	Ukupno	Muškarci	Žene
Madrid	3.207.247	1.494.592	1.712.655
Barcelona	1.611.822	763.701	848.121
Valencia	792.303	378.707	413.596
Sevilla	700.169	332.743	367.426
Zaragoza	682.004	329.700	352.304
Málaga	568.479	273.475	295.004
Murcia	438.246	214.904	223.342
Palma de Mallorca	398.162	194.123	204.039
Palmas de Gran Canaria, Las	383.050	186.335	196.715
Bilbao	349.356	164.941	184.415

Izvor: Španjolski zavod za statistiku: [www.ine.es](http://www.ine.es)

## Stanovništvo

Prema podacima od 1. siječnja 2013. u Španjolskoj živi 46.727.890 stanovnika.

1. 1. 2013.	Oba spola	Muškarci	Žene
<b>Ukupno</b>	46.727.890	23.017.758	23.710.132

Izvor: Španjolski zavod za statistiku: [www.ine.es](http://www.ine.es)

## Opće karakteristike gospodarstva

### Makroekonomski pokazatelji

	2009.	2010.	2011.	2012.	2013.
BDP, tekuće cijene (milijarde eura)	1.048	1.049	1.063	1.049	-
BDP po stanovniku (eura)	20.700	20.600	20.600	20.300	-
Realni rast BDP-a (%)	- 3,7	- 0,3	0,4	- 1,4	- 1,2
Izvoz (milijarde eura)	162,9	191,9	220,2	228,7	234,2
Uvoz (milijarde eura)	210,2	246,6	270,5	260,5	250,2
Inflacija (%)	- 0,2	2,0	3,1	2,4	1,5
Nezaposlenost (%)	18,0	20,1	21,7	25,0	26,4
Izravna strana ulaganja (milijarde eura)	10,4	39,9	26,8	27,7	-

Izvor: Eurostat, EIU, OECD

**Struktura BDP-a:** usluge 70,3 %, industrija 26,4 %, poljoprivreda 3,3 %.

Najvažnije industrije: tekstil (odjeća i obuća), hrana i piće, metal i metalni proizvodi, kemikalije, brodogradnja, automobili, alatni strojevi, turizam, glina i vatrostalni proizvodi, obuća, farmaceutika, medicinska oprema.

Izvor: CIA, *The World Factbook*

### Prosječna plaća

Prosječna neto mjesečna plaća u 2013. u Španjolskoj iznosila je oko 1.300 eura.

Minimalna mjesečna plaća (Salario Mínimo Interprofesional – SMI) u 2013. i u 2014. iznosila je 752,85 eura (u 12 isplata), odnosno 645,30 eura (u 14 isplata).

Izvor: Eurostat

### Porezi

Vrsta poreza	Porezna stopa
Porez na dobit	30 %
Porez na dobit po odbitku	19 %, 21 %
Porez na dohodak od kapitala	
< 6.000 eura, 6.000 – 24.000 eura, više od 24.000 eura	21 %, 25 %, 27 %
Porez na dohodak:	
0 eura	24 %
17.707,20 eura	28 %
33.007,20 eura	37 %
53.407,20 eura	43 %
120.000,20 eura	44 %
Porez na dodanu vrijednost	21 %, 10 %, 4 %
Porez na promet nekretnina	7 %

Sustav PDV-a ima i snižene stope od 4 % i 10 %. Stopa od 10 % primjenjuje se na novo izgrađene nekretnine, hotele i restorane, proizvode za zaštitu zdravlja, sportske i rekreacijske aktivnosti, a 4 % na hranu, novine, časopise i knjige. Postoje posebni propisi o PDV-u za putničke agenci-

je, antikvitete i poljoprivrednu proizvodnju te uzgoj životinja. Financijske i osiguravajuće djelatnosti i posredničke provizije, kao i naknade za liječnike ili stomatologe oslobođene su PDV-a. Na Kanarskim otocima primjenjuje se poseban sustav, tzv. IGC sa standardnom stopom od 7 %.

## Vanjskotrgovinska razmjena

u milijardama eura

	2008.	2009.	2010.	2011.	2012.	2013.
<b>IZVOZ</b>	191,4	162,9	191,9	220,2	228,7	234,2
<b>UVOZ</b>	286,1	210,2	246,6	270,5	260,5	250,2
<b>RAZLIKA</b>	- 94,7	- 47,3	- 54,7	- 50,3	- 31,8	- 16

Izvor: Eurostat

Najznačajnije zemlje izvoza u 2013.: Francuska 37,6 %, Njemačka 23,5 %, Portugal 17,4 %, Italija 16,4 %.

Najznačajnije zemlje uvoza u 2013.: Njemačka 27,7 %, Francuska 27,2 %, Italija 14,6 %, SAD 10,2 %.

Najznačajniji izvozni proizvodi u 2012.: strojevi i prijevozna sredstva 33,8 %, kemikalije i srodni proizvodi 13,4 %, hrana, piće i duhan 13,3 %, mineralna goriva, maziva i srodni materijali 7,5 %.

Najznačajniji uvozni proizvodi u 2012.: strojevi i prijevozna sredstva 27,1 %, mineralna goriva, maziva i srodni proizvodi 21,2 %, kemikalije i srodni proizvodi 14,4 %, hrana, piće i duhan 9,4 %.

Izvor: Eurostat

## Aktualno stanje gospodarstva

Španjolsko gospodarstvo 13. je po veličini na svijetu, a nacionalni dohodak po glavi stanovnika grubo odgovara Njemačkoj i Francuskoj. U eurozoni španjolsko gospodarstvo po veličini zauzima četvrto mjesto.

Nepovoljan preokret u gospodarskom rastu od 2008. odrazio se na znatan pad stanovništva uslijed prevelike ponude stambenih prostora i smanjene potrošnje te su zatvoreni milijuni radnih mjesta i stvoreni ogromni dugovi, što je uzrokovalo izloženost banaka velikim rizicima, a vlada je nastavno na takvu situaciju provela restrukturiranje štedionica.

Primarna grana španjolskoga gospodarstva jest uslužni sektor, turizam (5 % BDP-a), koji je već desetljećima u stalnom usponu te se nalazi na samom svjetskom vrhu.

Važne gospodarske grane jesu trgovina, telekomunikacije i građevinarstvo, a zatim poljoprivreda i ribarstvo. Od proizvodnih grana najznačajnije su automobilska industrija, proizvodnja tekstila i obuće, brodogradnja i prehrambena industrija. Energetika, a posebno razvoj obnovljivih izvora energije, također je važan sektor španjolskoga gospodarstva.

Napori vlade da potakne gospodarstvo stimuliranom potrošnjom, produljenim povlasticama za nezaposlene i garancijama na kredite te reformama u poslovnom okruženju nisu spriječili nagli rast stope nezaposlenosti, koja je porasla s 8 % u 2007. na 26,4 % (oko šest milijuna ljudi) u 2013. Španjolski javni dug dosegao je u 2013. rekord od 93,4 % BDP-a, potaknut povećanjem na saveznoj i na regionalnoj razini. Iako španjolska vlada ulaže napore u smanjenje potrošnje, privatizaciju industrije i poticanje konkurentnosti pomoću reforma tržišta rada, gospodarski rast još je uvijek u stagnaciji. Slab priljev stranih kredita i ograničeni uvjeti kreditiranja kao i povećana sklonost štednji ne osiguravaju obećavajući okoliš za nove tržišne prilike.

U 2013. gospodarska politika bila je usmjerena na olakšavanje oporavka i poboljšanje javnih financija te povrat povjerenja ulagača u bankarski sektor, stoga vlada provodeći reforme nastoji poboljšati fiskalnu održivost i dugoročne gospodarske rezultate. Pritisak na fiskalnu konsolidaciju primorava vladu da usmjeri napore i na povećanje učinkovitosti u javnom sektoru.

S druge strane, od početka 2014. u medijima odjekuju optimističnije analize i komentari vezano za situaciju i razvoj španjolskoga gospodarstva. Svi podaci potvrđuju „umjereni optimizam“ i „postupni oporavak“ španjolskoga gospodarstva u kontekstu u kojem se „normaliziraju“ financijska tržišta te postupno konsolidira tržište rada (smanjenje nezaposlenosti).

Ističemo i najnovije procjene međunarodnih organizacija o postupnom oporavku španjolskoga gospodarstva, koje su nešto optimističnije od posljednjih predviđanja istih (iz studenoga).

OECD predviđa da će španjolski BDP u 2014. porasti za 1 %, a u 2015. za 1,5 %.

EU predviđa rast BDP-a za 1,1 % u 2014. te za 2,1 % u 2015., a slična predviđanja ima i španjolska vlada. Zaklada štedionica FUNCAS predviđa blagi rast od 1,2 % u 2014. te 1,8 % u 2015., a jedan od triju najvažnijih faktora ovih kretanja jest turizam.

Zanimljiv je i podatak Španjolske banke da se neto financijsko bogatstvo španjolskih domaćinstava popravilo: na kraju 2013. doseglo je 1,05 milijardi eura, što predstavlja rast od 25,5 % u odnosu na 2012. Time se vratila na razinu iz 2007., prije gospodarske krize.

### Bilateralni odnosi s RH – robna razmjena

	2009.	2010.	2011.	2012.	2013.	I. – II. 2014.
<b>IZVOZ</b>	50,183	59,973	52,465	41,658	52,5	18,2
<b>UVOZ</b>	246,386	226,769	256,254	270,740	216,1	38,5
<b>RAZLIKA</b>	- 196,202	- 166,796	- 203,790	- 229,082	- 163,6	- 20,3

Izvor: DZS RH

# MEDIJI I OGLAŠAVANJE NA TRŽIŠTU

## Prikaz glavnih medija

### Tisak

DESET NAJČITANIJIH DNEVNIH LISTOVA		
Naziv	Tiraža	Broj prodanih primjeraka
El País	359.809	292.227
El Mundo	248.463	172.427
ABC	198.347	140.049
La Vanguardia	180.939	152.320
El Periódico	128.609	101.053
La Razón	119.060	85.135
El Correo	104.060	85.940
La Voz de Galicia	92.631	81.282
El Diario Vasco	68.509	59.122
La Nueva España	56.315	48.336
Marca (sport)	266.633	181.416
As (sport)	221.223	158.164
Mundo Deportivo (sport)	108.844	71.219
Sport (sport)	102.477	65.163

Izvor: OJD, podaci za 2013.

DESET NAJČITANIJIH TJEDNIH ČASOPISA		
Naziv	Tiraža	Broj prodanih primjeraka
Pronto	998.572	876.925
Hola	533.506	399.007
Lecturas	382.179	186.172
Diez Minutos	349.449	237.280
Semana	254.025	149.040
Que me dices	251.321	165.401
Mía	178.324	92.829
Cuore	177.311	110.158
Salvame	94.480	51.164
Interviú	90.078	44.814

Izvor: OJD, podaci za 2013.

## DESET NAJČITANIJIH MJESEČNIH ČASOPISA

Naziv	Tiraža	Broj prodanih primjeraka
Saber vivir	357.903	275.039
Glamour	341.367	157.825
Muy Interesante	255.059	138.744
Mi bebe y yo	231.132	206.601
Cosmopolitan	217.093	93.232
Clara	195.146	116.628
Vogue	187.315	94.175
Cosas de Casa	180.799	111.950
Nacional Geographic	179.141	136.560
El Mueble	169.975	99.851

Izvor: OJD, podaci za 2013.

## ČASOPISI SPECIJALIZIRANI ZA TURIZAM

Naziv	Tiraža	Broj prodanih primjeraka
Hola Viajes	80.000	62.606
Viajes Nacional Geographic	66.315	39.178
Viajar*	60.000	27.250
De Viajes	38.934	17.360
Conde Nast Traveler	38.050	19.835
Lonely Planet Magazine	31.662	13.863
Viajeros Tierra Mar y Aire	27.467	10.265

Izvor: OJD, podaci za 2013.

\* podaci za 2012.

## Televizija

### GLEĐANOST PO TV KANALIMA

Nacionalni programi	
T5 Telecinco	14,6 %
A3 ANTENA 3	13 %
TVE 1	11,7 %
LA SEXTA	7,5 %
CUATRO	6,6 %

### GLEĐANOST PO TV KANALIMA

Nacionalni programi	
FDF	3,9 %
NEOX	3,2 %
NOVA	2,9 %
LA 2	2,8 %
CLAN	2,4 %

Izvor: KANTAR MEDIA, lipanj 2014.

## 2013. GODINA

# PROFIL EMITIVNOGA TURISTIČKOG TRŽIŠTA U 2013.

Izvor podataka u ovom odjeljku temelji se na izvješćima Instituta za turistička istraživanja (Familitur), a odnosi se na do sada dostupne podatke, odnosno provizorne podatke za 2013. koji su objavljeni u lipnju 2014.

### Ukupan broj stanovnika koji su tijekom 2013. otputovali na odmor (postotak ukupnog broja stanovnika)

U 2013. Španjolci su ostvarili 155.773.216 milijuna putovanja (3,2 % manje nego u 2012.), od čega je 144.527.252, tj. 92,8 % putovanja bilo unutar Španjolske (1,4 % manje nego u 2012.), a 11.245.964, odnosno 7,2 % putovanja realizirano je u inozemstvu (7,7 % manje nego u 2012.).

	Ukupno	Domaća putovanja	Inozemna putovanja
Ukupno	155.773.216	144.527.252	11.245.964
Indeks 2013/12	- 3,2	- 1,4	- 7,7

Izvor: www.iet.tourspain.es

Najviše putovanja ostvaruju stanovnici Andaluzije, Katalonije, Valencije i Kastilje i Leon, zatim slijede Kastilja-La Mancha i Madrid.

### Redosljed omiljenih destinacija u 2013.

Europske zemlje omiljene su inozemne destinacije Španjolaca u 2013., s udjelom od 77 % ukupnih putovanja u inozemstvo. Na zemlje Europske unije otpada ukupno 64 % odlazaka Španjolaca u inozemstvo. Prvo mjesto ponovno zauzima Francuska, a slijede je Portugal, Velika Britanija i Njemačka. Nakon Europe najviše putovanja Španjolaca odnosi se na američki kontinent, što u postotku iznosi 11 %, od čega 72 % otpada na Južnu Ameriku, a 28 % na Sjevernu Ameriku.

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

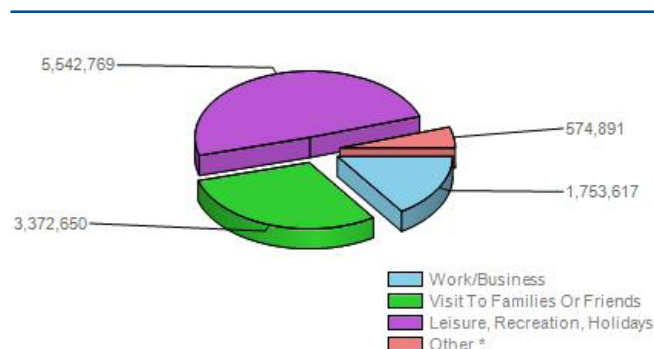
Glavni motiv putovanja Španjolaca u inozemstvo jesu razonoda, odmor i rekreacija, s ukupnim udjelom od 49,3 %, a slijede posjet prijateljima i obitelji s 30 % te poslovna putovanja s 15,6 %.

### Broj putovanja prema motivu i domaćim i stranim odredištima u 2013.

	Ukupno	Domaća putovanja	Inozemna putovanja
Ukupno	155.773.216	144.527.252	11.245.964
Razonoda, odmor i rekreacija	80.541.328	74.998.559	5.542.769
Posjet prijateljima i obitelji	55.278.454	51.905.804	3.372.650
Poslovna putovanja	10.899.324	9.145.707	1.753.617
Ostalo *	9.046.158	8.471.267	574.891

Izvor: www.iet.tourspain.es

\* Ostalo: uključuje obrazovanje, liječenje, vjerske i druge motive



No kriza koja je zahvatila zemlju odrazila se na smanjenje putovanja Španjolaca u inozemstvo od ukupno 7,7 % u odnosu na prošlu godinu. Smanjio se i broj putovanja unutar Španjolske, ali za manju stopu od 1,4 %. Najviše se smanjio broj putovanja u inozemstvo koja se odnose na odmor i razonodu (11,4 %) i službenih putovanja (5,3 %), dok posjet prijateljima i obitelji bilježe najmanje smanjenje (3,2 %).



### Broj putovanja prema motivu i domaćim i stranim odredištima u 2013.

	Ukupno	Domaća putovanja	Inozemna putovanja
Ukupno	- 3,2	- 1,4	- 7,7
Poslovna putovanja	- 17,5	- 17,5	- 5,3
Posjet prijateljima i obitelji	4,3	6,4	- 3,2
Razonoda, odmor i rekreacija	- 5,1	- 3,3	- 11,4
Ostalo *	- 7,4	- 6,9	- 2,9

Izvor: www.iet.tourspain.es

\* Ostalo: uključuje obrazovanje, liječenje, vjerske i druge motive

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

Španjolci za svoja putovanja u inozemstvo i u 2013. očekivano najviše koriste zrakoplov (61,8 %), zatim automo-

bil (28,1 %) te se, na puno većoj udaljenosti u ukupnom prijevozu, pozicioniraju udjeli ostalih vrsta prijevoza (5,9 %) i prijevoza autobusom (4,1 %).

### Broj putovanja prema vrsti prijevoza korišten u domaćim i stranim odredištima u 2013.

	Ukupno	Domaća putovanja	Inozemna putovanja
Ukupno	155.773.216	144.527.252	11.245.964
Automobil	124.098.566	120.937.252	3.161.314
Autobus	8.174.791	7.710.145	464.645
Zrakoplov	14.085.428	7.130.483	6.954.944
Ostalo *	9.414.431	8.749.371	665.060

Izvor: www.iet.tourspain.es

\* Ostalo: uključuje željeznicu, brod i ostale vrste prijevoza

### Preferencije turista s obzirom na vrstu smještaja

Glavna vrsta smještaja koju Španjolci koriste na putovanjima u inozemstvo jest kao i uvijek hotelski smještaj (52,6 %), slijede kuće prijatelja i rodbine, tj. besplatni

smještaj (31,1 %), smještaj u ostalim vrstama smještaja (8 %), u unajmljenim objektima (5,4 %) i u vlastitim objektima te *time share dwelling* (2,9 %).

### Broj putovanja prema tipu smještaja korišten u inozemnim destinacijama u 2013.

	Inozemna putovanja
Ukupno	11.245.964
Hotelski smještaj	5.916.638
Vlastiti objekti/ <i>Time Share Dwelling</i>	320.550
Unajmljeni objekti *	604.386
Kuće prijatelja i rodbine (besplatni smještaj)	3.499.419
Ostalo *	904.971

Izvor: www.iet.tourspain.es

\* Unajmljeni objekti: uključuje stanove koje iznajmljuju privatne osobe i putničke agencije.

\* Ostali: uključuje kamp/karavan, specijalizirani smještaj, seoske kuće i druge stambene objekte.

Za putovanja u inozemstvo Španjolci najviše koriste putovanja u drugim, atipičnim terminima (46 %), ljetnim mjesecima (26 %) i vikendima (20 %).

Slijede božićni blagdani (3,1 %), uskrсни blagdani (2,8 %) te Puentes\* (2,8 %).

	Ukupno	Uskrs	Ljetni praznici	Božićni praznici	Vikend	Produženi vikend	Ostalo *
<b>Ukupno</b>	155.773.216	4.673.107	19.706.139	3.886.715	81.556.314	4.038.839	41.912.102
<b>Domaća putovanja</b>	144.527.252	4.356.756	16.781.197	3.541.594	79.337.339	3.729.352	36.781.013
<b>Inozemna putovanja</b>	11.245.964	316.351	2.924.942	345.121	2.218.975	309.487	5.131.089

Izvor: www.iet.tourspain.es

\* Ostalo: uključuje poslovna putovanja, studijska putovanja, posjete rodbini i prijateljima, putovanja zbog zdravlja, putovanja zbog sporta, vjerska putovanja, administrativne formalnosti i ostala koja se odnose na slobodno vrijeme

\* Puentes = „most“ ili produženi vikend – korištenje jednog do dva dana godišnjeg odmora kako bi se spojio vikend s nekim lokalnim, regionalnim ili nacionalnim praznikom.

Ako analiziramo ostvarena putovanja po mjesecima, Španjolci najviše putuju u kolovozu (14 %), srpnju (10,4 %), rujnu (9,3 %) i lipnju (9,2 %). Uobičajeno, najmanje se putovalo u veljači kada je udio putovanja bio tek 5,1 %.

#### Broj putovanja po mjesecima u 2013.

	Ukupno
<b>Ukupno</b>	155.773.216
<b>siječanj</b>	10.001.844
<b>veljača</b>	8.003.494
<b>ožujak</b>	12.776.304
<b>travanj</b>	12.239.936
<b>svibanj</b>	12.812.080
<b>lipanj</b>	14.256.962
<b>srpanj</b>	16.202.533
<b>kolovoz</b>	21.769.840
<b>rujan</b>	14.519.251
<b>listopad</b>	11.223.697
<b>studeni</b>	10.274.930
<b>prosinac</b>	11.692.345

Izvor: www.iet.tourspain.es

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

Većina putovanja Španjolaca u inozemstvo u 2013. ostvaruje se preko unaprijed realiziranih rezervacija (69,4 %), dok se manji dio (30 %) ostvaruje bez ikakve prethodne rezervacije. Od svih unaprijed rezerviranih putovanja njih 16,8 % odnosi se na kompletne paket-aranžmane.

#### Broj putovanja prema obliku organizacije domaćih i inozemnih putovanja u 2013.

	Ukupno	Domaća putovanja	Inozemna putovanja
<b>Ukupno</b>	155.773.216	144.527.252	11.245.964
<b>rezervirano</b>	43.024.623	35.216.235	7.808.389
<b>kompletan paket-aranžman *</b>	3.881.473	2.569.684	1.311.789
<b>bez rezervacije</b>	112.376.523	109.005.802	3.370.721
<b>bez odgovora</b>	372.069	305.215	Nan

Izvor: www.iet.tourspain.es

\* Kompletan paket-aranžman: podkategorija rezerviranog putovanja

Općenito, primjećuje se da je ekonomska situacija utjecala na odabir destinacije, odabir smještaja, dužinu putovanja i sl., a najviše na činjenicu da je cijena putovanja odlučujući faktor pri odabiru istoga. U ovim kriznim vremenima raste broj putovanja među Španjolcima, no putovanja su sve kraća. Primjećuje se postupni rast putovanja u nacionalne destinacije i rast putovanja u vlastitom aranžmanu. Ovisno o trajanju putovanja biraju se različite vrste smještaja. Primjećuje se porast potražnje za ostalim vrstama smještaja. Španjolci se tako sve više odlučuju za sobe, apartmane i ostale oblike smještaja kod domaćina. Osim toga, smanjuje se i dnevna turistička potrošnja.

### Profil putnika za Hrvatsku

Prosječni španjolski turist počeo je intenzivnije putovati u inozemstvo u posljednjih dvadesetak godina. Jezična barijera uvjetuje njihova omiljena odredišta te je potencirala grupna putovanja. Mlađa je generacija „odvažnija“ te su putovanja u inozemstvo u stalnom porastu unatoč krizi. Prikazivanje čitavog niza dokumentarnih programa na raznim TV kanalima o različitim destinacijama te „usmena predaja“ prijatelja i rodbine pridonijeli su popularizaciji putovanja u inozemstvo i širenje iskustava.

Očekivanja po pitanju kvalitete smještaja relativno su im visoka; osim kulturne i prirodne baštine, cijene dobru gastronomiju i vino te zabavu – dobri su potrošači.

Hrvatska je popularna destinacija u Španjolskoj; njezina raznolikost, gostoprimitstvo, prirodna i kulturna baština te kultura općenito ugodno ih iznenađuju. Naša destinacija za njih predstavlja spoj „egzotičnog“ i nepoznatog, a istovremeno se osjećaju jako sigurno i domaće (mediteranski karakter).

### Profil putnika u organiziranom prometu

**Većina:** dob 40 – 70 godina, srednje/više platežne moći, putuju u paru, neki s prijateljima; nemaju puno iskustva u putovanjima u inozemstvo; traže kulturne sadržaje; ravnaju se prema preporukama prijatelja/rodbine koji su bili u Hrvatskoj; pridaju važnost gastronomiji; imaju poteškoća sa stranim jezicima; biraju poznate organizatore putovanja; uzdaju se u svoju turističku agenciju; prihvaćaju čarterske letove kao i opciju izravnog leta; žele smještaj u hotelima; traže informaciju o destinaciji u časopisima za putovanja.

**Manji broj:** dob 30 – 45 godina; srednje/više platežne moći, putuju s obitelji (djecom); traže odmor na plaži sa sadržajima za djecu te kulturne sadržaje za odrasle ili aktivni odmor za cijelu obitelj; biraju Hrvatsku zbog blizine i atraktivnosti nove destinacije; imaju određeno iskustvo u putovanju u inozemstvo; ravnaju se prema preporukama prijatelja/rodbine koji su bili u Hrvatskoj; pridaju važnost gastronomiji; jezik im nije prepreka; sigurnost destinacije je bitna; biraju poznate organizatore putovanja; prihvaćaju čarterske letove kao i opciju izravnog leta; uglavnom žele smještaj u hotelima; traže informaciju o destinaciji u časopisima za putovanja.

### Profil putnika u individualnom prometu

Dob 20 – 55 godina; srednje/više platežne moći; putuju u paru ili u grupi prijatelja (od četiri do šest osoba); imaju određenog iskustva s putovanjima u inozemstvo; traže mješavinu kulture/prirode/zabave/odmora/aktivnosti; pridaju važnost gastronomiji; nepoznavanje jezika nije im prepreka; traže informaciju na internetu / u časopisima; žele upoznati destinaciju svojim ritmom; traže povoljne cijene te im je privatni smještaj atraktivan (a ujedno pruža mogućnost približavanja kulturi); uzimaju u obzir pozitivne komentare prijatelja/rodbine.

Osnovni nedostaci hrvatske turističke ponude s gledišta organizatora putovanja, a i individualnih putnika vezane su za izravne zrakoplovne veze: razdoblje letenja ograničeno je; nedostatak izravnih (po mogućnosti niskotarifnih) letova iz Madrida (i ostalih gardova) jer je opet oko 70 % sjedišta dostupno s polaskom iz Barcelone; cijene letova za individualne putnike iz Madrida visoke su (Iberia veliku većinu sjedala ustupi organizatorima putovanja pa su ostala raspoloživa mjesta skupa). S obzirom na ograničene izravne letove za Hrvatsku, individualni gosti traže alternativne letove putem interneta i u turističkim agencijama. Stoga, ima ih koji u Hrvatsku dolaze preko Milana, Venecije, Trsta i Ancone te traže mogućnosti prijevoza do naše zemlje. Pri tom koriste redovne letove, ali i niskotarifne kompanije koje lete u različite hrvatske destinacije preko Londona, Nizozemske i Njemačke. Postotak turista koji putuju vlastitim automobilom/ karavanom/motorom relativno je mali, no u porastu.

Drugi nedostatak odnosi se na kvalitetu i cijenu hotelskog smještaja, njihov odnos te na razdoblje rezervacije istoga. Španjolsko tržište rezervira relativno kasno, a

naši hoteli jako su traženi u visokoj sezoni (kada imamo izravne letove iz Španjolske za Hrvatsku, tj. kada Španjolci putuju). Osim toga, španjolski gost naviknut je na prilično visoku kvalitetu smještaja.

To često rezultira nezadovoljstvom vrstom i cijenom korištene hotelske usluge.

### Globalni pregled organizatora putovanja na tržištu

#### u 2013.

Španjolski turistički sektor broji oko 3.300 turističkih tvrtki (*retaileri*, organizatori putovanja i *retaileri* s licencom za organiziranje putovanja), dok se broj prodajnih mjesta procjenjuje na nešto više od 7.000.

Kriza je posljednjih šest godina snažno pogodila sektor maloprodaje – izvješća govore da se od tada (2008. – 2014.) zatvorilo oko 5.000 prodajnih mjesta, tj. njih oko 40 %. Španjolska je u 2007., prije početka krize, imala više od 12.000 turističkih agencija na 46 milijuna stanovnika, odnosno jednu agenciju na 3.833 stanovnika (dok npr. Njemačka s 81,7 milijuna stanovnika ima nešto manje od 10.000 agencija, odnosno na jednu agenciju ide 8.170 stanovnika). Time je Španjolska bila zemlja s najvećim brojem agencija po stanovniku u Europi, što je bilo neodrživo i nerealno.

Stoga, s početkom krize u 2008. počele su korekcije i rekonstrukcije u sektoru te se postupno u nekoliko navrata smanjuje broj agencija, pogotovo svake godine na jesen. Ipak, otvaraju se i nove agencije te se brojka prodajnih mjesta trenutačno procjenjuje na oko 7.500.

Godina	Broj zatvorenih turističkih agencija u Španjolskoj
2008.	800
2009.	1.500
2010.	1.500
2011.	500
2012.	200
2013.	500
<b>ukupno 2008. – 2013.</b>	<b>5.000</b>

Izvor: Hosteltur

S druge strane, krizna vremena i potreba za ograničavanjem troškova doveli su do otpuštanja turističkih radnika te se procjenjuje da je u posljednjih šest godina 12.000 agenata ostalo bez posla. Ovaj broj relativno je malen s obzirom na broj zatvorenih agencija što se objašnjava time da je puno agenata prešlo na samozaposlenje (*freelance*) i na modele franšiza.

Također je došlo do generalnog smanjenja osoblja u agencijama i buking centrima organizatora putovanja, ali i većeg udruživanja u grupacije turističkih agencije i franšize.

Godina	Broj turističkih radnika prijavljenih pri socijalnom osiguranju
2007.	60.000
2008.	56.000
2009.	54.000
2010.	52.000
2011.	50.000
2012.	49.000
2013.	48.000

Izvor: Hosteltur

U turističkom sektoru do 2013. tradicionalno su prevladavale četiri velike grupe: tri velike vertikalne turističke grupacije, Grupo Globalia, Orizonia i Barceló te grupa Viajes El Corte Ingles\*. Međutim, početkom 2013. grupa Orizonia objavila je stečaj i kao takva prestala postojati što je uzdrimalo cijeli sektor koji se nastavio dodatno transformirati.

Po obujmu prodaje na čelu se i dalje nalazi grupa Viajes El Corte Inglés, s vlastitim organizatorom putovanja Tourmundialom, čiji se proizvodi prodaju isključivo unutar lanca agencija Viajes El Corte Ingles, s time da Globalia i Orizonia nastavljaju trend rasta.

\* Viajes El Corte Ingles nije klasična turistička grupacija, već spada u komercijalni holding „El Corte Ingles” te se njihovi financijski podaci samo djelomično uključuju u rangiranje turističkih grupacija.

Uz njih prisutno je oko 300 srednje velikih i malih organizatora putovanja različitih specijalnosti te lanaca agencija koje imaju licencu poslovanja kao *retaileri* i organizatori putovanja. Te su tvrtke vrlo fleksibilne u poslovanju – ovisno o trendovima na tržištu ili interesima vlastitih stalnih gostiju uvode i izbacuju destinacije iz programa.

Gospodarska kriza, pad prodaje i dobiti naročito su pogodili organizatore putovanja i agente srednje veličine. Veliki su se reorganizirali i realizirali promet, iako uz nižu dobit, no nastavili su djelovanje. Specijalizirani organizatori putovanja i agencije zadržavaju vlastitu klijentelu, dok su srednje veliki generalisti pod velikim pritiskom tržišnih kontrakcija. Kod ovih subjekata, ali i onih još manjih, primjećuje se tendencija „svi rade sve“, ali i specijalizacija po segmentima i diferencijacije proizvoda.

Nastavlja se tendencija smanjenja ulaganja u tiskanje kataloga. U Španjolskoj se katalogi tradicionalno tiskaju kasno (oko Uskrsa izlaze katalogi za ljetnu sezonu), no s rastom *last minute* bukinga i cijena sve više organizatora putovanja orijentira se na ponude putem svojih internet-skih stranica, slanjem ponuda putem e-pošte agencijama, tiskanja i distribucije letaka itd.

Turističke agencije udružuju se u franšize, koje im omogućuju bolju kupovnu moć, dok se u okviru konsolidacije tržišta donedavno samostalni lanci agencija spajaju u velike grupacije.

Na tržištu je prisutno i oko 2.000 malih, individualnih i nezavisnih agencija, kojima je pristup u velike franšize preskup i koje pojedinačno nemaju kupovnu moć, tj. nalaze se „u milosti“ komercijalnih politika dobavljača usluga te su se uključile u neku od turističkih grupacija. Konkurencija među agencijama izuzetno je oštra i prisiljava na uvođenje inovativnih rješenja i traženje novih izvora prihoda (najam izložbenog prostora za promidžbu itd).

Kod gotovo svih igrača na tržištu sve je više prisutna tendencija kasnog bukinga te je faktor cijene najznačajniji.

### Organizatori putovanja

Španjolsko tržište organiziranog putovanja od početka gospodarske krize odnosno, konkretnije, od 2010. prolazi kroz velike promjene i složene procese restrukturiranja.

Prva velika promjena nastupila je s bankrotom jedne od najvećih turističkih grupacija, Marsans, u 2010., kada su prestali s radom organizatori putovanja Mundicolor i Trapsatur, a oko 1.000 prodajnih mjesta „apsorbirano“ je u velike grupacije (Viajes El Corte Ingles, Viajes Iberia i u manjoj mjeri grupa Halcon).

Od tada pa do početka 2013. tržište je bilo koncentrirano u četiri velike grupe: Viajes El Corte Ingles, Grupo Globalia, Grupo Orizonia i Grupo Barceló, ali tada je uslijedio drugi veliki udarac – raspad grupe Orizonia.

U veljači 2013. grupa Orizonia objavila je stečaj. Već u 2012. počeli su problemi u funkcioniranju i financiranju Orizonije, zbog čega je zatražila injekciju dodatnog kapitala putem prodaje. Najozbiljniju ponudu dala je druga velika grupa, Globalia, međutim Nacionalna komisija za konkurenciju dala je negativan odgovor na integraciju ovih dviju velikih grupa zbog negativnih posljedica za sektor s obzirom na to da bi predstavljale ukupno 60 % tržišta. Orizonia se našla u bezizlaznoj situaciji te je bila prisiljena pokrenuti stečajni postupak i objaviti definitivno zatvaranje, čime je otpustila 4.000 radnika od ukupno njih 5.000 te ostavila dug od 200 milijuna eura prema raznim dobavljačima.

Grupa Orizonia sastojala se od:

- organizatora putovanja: Iberojet, Vivatours, Solplan, Condor Orizonia, Kirunna Orizonia, Orizonia Life
- turističkih agencija: Vibo Viajes (bivši Viajes Iberia), D-Viagem, BCD Travel, RACC Travel
- aviokompanija: Orbest Airlines
- hotela: Luabay
- *online* prostora: Viajar.com, Rumbo.es
- ostalog: Smilo (receptiva), Kaleidoscopio (proizvodna linija poklanjanja iskustava tj. „poklon-kutija“), Infomallorca (tehnologija)

Uslijedio je postupak prodaje raznih dijelova kompanije drugim zainteresiranim tvrtkama iz sektora (Viajes Barcelo i Viajes El Corte Ingles preuzimaju dio turističkih agencija, Barcelo preuzima dio aviokompanije, Globalia preuzima Luabay itd.).

Sva tri organizatora putovanja (Iberojet, Condor i Vivatours) imala su Hrvatsku u svojim programima, ali kao takvi prestali su postojati. Proces rekonstrukcije i prodaje dijelova poslovanja Orizonije zahvatio je i ovaj dio koji

se odnosi na organizatore putovanja, ali nešto sporije. Nastavno na situaciju, na tržištu su se pojavila dva nova organizatora putovanja koje su osnovali profesionalci iz Orizonije: Special Tours i Proyecto Europa. Preuzeli su kvalitetan kadar, iskustvo, kontakte i klijentelu ovih organizatora putovanja te su nastavili raditi programe za Hrvatsku.

Preostale tri velike grupacije na tržištu sastoje se od sljedećih tvrtki/marki:

#### Viajes El Corte Ingles

- organizator putovanja: Tourmundial
- turističke agencije: Viajes El Corte Ingles

#### Grupo Globalia

- organizatori putovanja: Travelplan, Touring Club, Iberrail, Latitudes
- turističke agencije: Viajes Halcon, Viajes Ecuador, Pepe-travel (turističke agencije namijenjene mladima)
- aviokompanija: Air Europa
- zračni *handling*: Groundforce
- hotelski lanac: Be Live Hotels, Luabay
- ostalo: Welcome Incomig Services (receptiva), Globalia Autocares (cestovni prijevoz), Pepephone.com (mobilna telefonija), Globalia Artes Grafica (grafički dizajn), Globalia Sistemas y Comunicaciones (tehnologija), Globalia Call Center
- *online* prostor: Tubillete.com, welcomebeds.com

#### Grupo Barcelo

- organizator putovanja: laCuartalsla (daleka putovanja), Joliday i Quelonea (generalni organizator putovanja), LePlan (Disney destinacije), LeSki

(pustolovna putovanja i skijanja), Jotelclick (španjolska obala i otoci, *city breaks*)

- turističke agencije: Viajes Barcelo, Vacaciones Barcelo, Amex Barceló Viajes (MICE)
- hotelske kuće: Barcelo Hotels & Resorts, Crestline Hotels & Resorts
- ostalo: Plan B! (nova linija poklanjanja iskustava, tj. „poklon-kutija“), Barcelo viajes club

Prodaja organiziranih putovanja vrši se uglavnom preko turističkih agencija, ali određeni organizatori putovanja prodaju izravno (mali i srednji organizatori putovanja, npr. Catai Tours, Excellance Tours itd.).

#### Poredak španjolskih organizatora putovanja prema ostvarenom prometu

Organizator putovanja	Promet ostvaren u 2012. u milijunima eura
Travelplan	450*
Mundosenior	328
Julià	200*
Barceló	180*
Soltour	160
Europamundo	140*
Pullmantur	106
Mapa Tours	90*
Panavision	84
Catai Tours	75

\* Procjena za 2013.  
Izvor: Preferente

## Kanali distribucije

S obzirom na kontinuirano otvaranje i zatvaranje prodajnih punktova, akvizicije i spajanja još snažnije naglašene u kriznim vremenima te nedavni nestanak grupe Orizonia, tržište se kontinuirano mijenja i nema preciznih

podatka o broju prodajnih mjesta te postoje varijacije, ovisno o izvoru. Stoga se navedeni podaci o grupama turističkih agencija i franšizama trebaju smatrati orijentacijskima.

LANAC / FRANŠIZA / GRUPA TURISTIČKIH AGENCIJA	PRODAJNA MJESTA
VIAJES EL CORTE INGLÉS	Ukupno 726 prodajnih mjesta (oko 100 u inozemstvu, u 11 država); s obzirom na to da Viajes El Corte Ingles pripada grupi El Corte Ingles, nije moguće doći do točnih podataka. U 2013. nastavili su s ekspanzijom u inozemstvu, a ukupno su otvorili 15 novih podružnica, među ostalim i prvu u Panami. U Španjolskoj u posljednjih 20 godina najveći ukupni prihod ostvaruje VECI. Također, ističu se jer ostvaruju najveći prihod po prodajnom mjestu (svaka agencija VECI-ja fakturira oko četiri milijuna eura, dok je prosjek sektora oko milijun eura po prodajnom mjestu; podaci Hosteltoura za 2011.).
HALCON VIAJES	U 2013. Halcon Viajes najavili su restrukturiranje te su na kraju godine potvrdili zatvaranje 209 agencija. U 2013. imaju 941 agenciju (moguće da se broj dodatno smanjio) u Španjolskoj i Portugalu. Pripada grupi Globalia kao i Viajes Ecuador.
CARLSON WAGONLIT	32 agencije
VIAJES BARCELÓ	Više od 690 agencija, velika većina u Španjolskoj, a ostatak u Portugalu, Kostariki, Meksiku i Dominikanskoj Republici. U 2013. Barcelo je integrirao i preuzeo veliki broj agencija Vibo Vijaes (ex. Vijaes Iberia) nakon bankrota Orizonije. U 2013. jako su narasli: nalaze se na 3. mjestu svih grupa agencija prema ostvarenom prometu te bilježe rast istoga od 91 % (u usporedbi s 2012.). U 2014. pripremaju strateško partnerstvo s Viajes Eroski čime će udružiti snage te računati s ukupno 871 agencijom.
NAUTALIA VIAJES	U 2013. bilježi rast od gotovo 50 % u broju agencija te je dosegla brojku od gotovo 200 prodajnih mjesta. Također, u 2013. se popela u prvih pet agencija u Španjolskoj po ostvarenom prometu. Za 2015. najavljuju dodatni rast od 100 agencija, tj. doseganje brojke 300.
VIAJES EROSKI	Ukupno imaju 191 agenciju. U 2014. pripremaju strateško partnerstvo s Viajes Eroski čime će udružiti snage te računati s ukupno 871 agencijom.
Y SI VIAJAS?	34 franšize
RACC VIAJES	59 agencija u Španjolskoj
CARREFOUR VIAJES	U 2013. ima 528 agencija, od toga 80 vlastitih, a ostale su franšiza i pridružene agencije.
ECUADOR VIAJES	U 2013. Viajes Ecuador najavili su restrukturiranje te su na kraju godine potvrdili zatvaranje 35 agencija. U 2013. imaju 294 agencije (moguće da se broj dodatno smanjio) u Španjolskoj i Portugalu. Pripada grupi Globalia kao i Halcon Viajes.
IAG7 VIAJES	11 agencija u Španjolskoj. U 2013. IA Viajes i G7 Vijaes su se udružili.
GRUPA SERCOM	Grupa turističkih agencija koja objedinjuje više od 450 agencija u Španjolskoj.
ZAFIRO TOURS	Oko 500 agencija u Španjolskoj



## Posebno ističemo najveće lance turističkih agencija prema broju prodajnih mjesta

Lanac turističkih agencija	Broj prodajnih mjesta
Halcon Viajes/Ecuador	995
Viajes El Corte Ingles	726
Barcelo Viajes	685
Viajes Carrefour	528

Izvor: Preferente

Veliki lanci turističkih agencija u 2013. su zabilježili povećanje prodaje od 8 % u odnosu na 2012. te promijenili tendenciju smanjenja prodaje (u 2012. prodaja je pala za

9 % u odnosu na 2011.). Pet najvećih lanaca, koji imaju više od 50 % svih prodajnih mjesta u Španjolskoj, ostvarilo je prodaju od ukupno 4.624 milijuna eura.

U nastavku je poredak pet najvećih lanaca prema procjeni turističkoga glasila Hosteltura. Viajes El Corte Ingles i dalje su standardno na 1. mjestu s rastom od 2 % (podaci su procijenjeni jer VECI objavljuje svoje podatke tek zadnje nedjelje u kolovozu).

Na drugom mjestu nalazi se Viajes Halcon-Ecuador, koji bilježe pad od 8 %, zbog čega je Globalia provela restrukturiranje ove mreže agencija (zatvaranje vlastitih agencija i promoviranje kreiranja franšiza). Na 3. mjestu ističe se Barcelo Viajes s velikim rastom od čak 91 % zbog preuzimanja agencija Vibo Viajes.

Lanac TA	Promet u 2013.	Promet u 2012.	u milijunima eura
			Razlika u % između 2012. i 2013.
Viajes El Corte Ingles	2.280	2.238	2 %
Halcon Viajes/Ecuador	1.041	1.134	- 8 %
Barcelo Viajes	1.041	329	91 %
Carlson Wagonlit	504	491	3 %
Nautalia	170	140	21 %
<b>Ukupno</b>	<b>4.624</b>	<b>4.332</b>	<b>8 %</b>

Izvor: Hosteltur

## Poredak pet najvećih turističkih agencija u posljednjih 20 godina

u milijunima eura		
1994.	2004.	2012.
Viajes El Corte Ingles 432	Viajes El Corte Ingles 1.620	Viajes El Corte Ingles 2.238
Carlson Wagonlit/ Ecuador 345	Halcon Viajes/Ecuador 1.169	Halcon Viajes/Ecuador 1.134
Halcon Viajes 317	Viajes Marsans 761	Vibo Viajes (Iberia) 859
Viajes Marsans 178	Vijaes Iberia 558	Carlson Wagonlit 491
Barcelo Viajes 158	Barcelo Viajes 522	Barcelo Viajes 466

Izvor: Hosteltur



DRUGE UDRUGE TURISTIČKIH AGENCIJA	PRODAJNA MJESTA
<b>ALMEIDA</b>	U 2013. važna članica grupe Almeida Vijaes izašla je iz iste i došlo je do promjene vlasnika što je uzrokovalo izlazak agencija iz grupe. U Španjolskoj Almeida ima 160 agencija-franšiza, dok je u 2011. imala oko 350. U Portugalu ih je svega nekoliko s tim da su prije imali 67 agencija. Velika većina agencija Almeide u Španjolskoj i Portugalu prešla je u Click Viaja ili se udružila u Arimet (Click Viaja dio je udruženja Arimet).
<b>AIRMET</b>	Više od 770 agencija na nacionalnoj razini. Jaka i aktivna grupa agencija koja je narasla u 2013.
<b>ACAVE</b>	Udruga turističkih agencija i organizatora putovanja Katalonije, iako okuplja sve više članica iz ostalih dijelova Španjolske. Bivši ACAV koji je u 2013. apsorbirao, tj. spojio se s udrugom UCAVE. Izrazito aktivna udruga. Okuplja više od 500 agencija i organizatora putovanja (ima više od 1.000 prodajnih mjesta).
<b>AVANTOURS</b>	42 agencije
<b>AVASA</b>	Okuplja 151 tvrtku i 263 prodajna mjesta. U 2013. bilježi rast, povećala je broj pridruženih članica za 44 te za 68 novih prodajnih mjesta.
<b>CYBERAGENCIAS</b>	251 agencija
<b>GEA GRUPO</b>	660 agencija
<b>GEBTA GRUPO</b>	18 agencija/tvrtki s 850 prodajnih mjesta. Viajes Eroski, RACC, CWT i drugi članovi su ove grupe.
<b>NS NEGOSERVICIOS</b>	Pruža usluge oko 500 samostalnih turističkih agencija.
<b>OVER</b>	70 agencija u Španjolskoj (ponajprije Katalonija i Kanari), dvije u Andori i 68 u Kolumbiji.
<b>QUALITAS GRUPO</b>	93 agencije
<b>TEAM GROUP</b>	404 agencije
<b>UNIDA</b>	Više od 100 agencija s ukupno 200 prodajnih mjesta
<b>STAR GRUPO</b>	375 agencija / prodajnih mjesta
<b>EUROPA VIAJES GRUPO</b>	186 agencija / prodajnih mjesta
<b>CEUS UNION</b>	835 agencija. Njene članice su grupe TA: Star, Europa Viajes, Unida y Cybas.

## Porast prodaje putem interneta

Online turističke agencije u Španjolskoj nastavile su rasti i u 2013.: pet najvećih online turističkih agencija u 2013. bilježi rast od 12,5 % u usporedbi s 2012., dok su u 2012. narasle za 5 % u usporedbi s prethodnom 2011. Poretkom pet najvećih dominiraju dvije megagrupe Odigeo-eDreams y Bravofly-Rumbo. Odigeo-eDreams, koji se sastoji od - eDreams, Go Voyages, Opodo i Travelilink, ima daleko najveći volumen tržišta: od ukupnog prometa u 2013. koji je ostvarilo pet najvećih tvrtki, gotovo 70 %

odnosi se na njih. Obje grupe djeluju na europskoj razini te ne daju podatke posebno za svako tržište.

Na 3. mjestu nalazi se španjolska tvrtka Logitravel koja posljednjih godina bilježi najveći rast, a u ovaj iznos uključen je i promet koji su ostvarile njezine filijale Traveltool – 1.165 fizičkih agencija. Na 4. mjestu nalazi se Atrapalo, portal specijaliziran za prodaju ulaznica za spektakle i događanja s rastom od 20 %, a na 5. mjestu Travelgenio, osnovana u 2010., koja je u 2013. udvostručila promet.

## Poredak prvih pet online turističkih agencija

Agencija	Promet u 2013.	Promet u 2012.	Razlika u % između 2012. i 2013.
Odigeo-eDreams	4.280	4.000	7 %
Bravofly-Rumbo	1.051	900	16 %
Logitravel	419	294	42 %
Atrapalo	265	221	20 %
Travelgenio	180	90	100 %
Ukupno	6.195	5.505	12,5 %

Izvor: Hosteltur

## UDJEL TRŽIŠTA U UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU – 2013.

### Dolasci i noćenja Španjolaca ostvarenih u Hrvatskoj u razdoblju 1990. – 2013.

Nakon pozitivnog razvoja španjolskog tržišta u posljednje dvije godine gospodarska kriza u zemlji nažalost je utjecala i na smanjenje potrošnje Španjolaca na putovanja što se odrazilo i na naše tržište.

U tom kontekstu Španjolci su najviše kupovali povoljnije aranžmane do oko 1.000 eura. S druge strane, programi putovanja za Hrvatsku koji se nude na tržištu u sezoni, kada se realizira najveći broj putovanja, koštaju oko

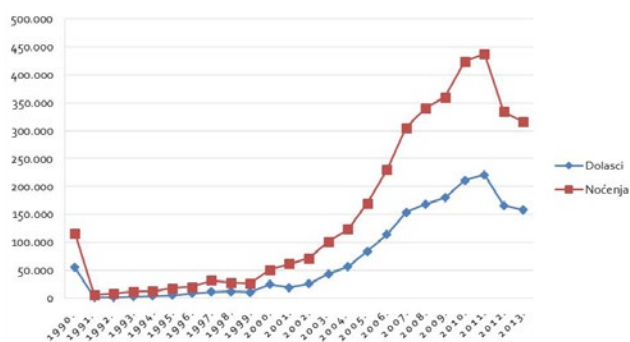
1.500. eura za tjedan dana te je logično da je došlo do pada prodaje. Ponuda aviosjedala bila je nešto nepovoljnija nego ona u 2012. jer je EasyJet ukinuo let Madrid – Dubrovnik, a treba dodati da su već od ranije organizatori putovanja smanjili broj čarterskih letova, što se odrazilo na smanjenje broja putnika.

Godina 2012. bila je prva u kojoj je došlo do pada dolazaka iz Španjolske nakon kontinuiranoga dvoznamenkastog rasta; u 2013. pad se nastavio, ali s puno manjom stopom pada.

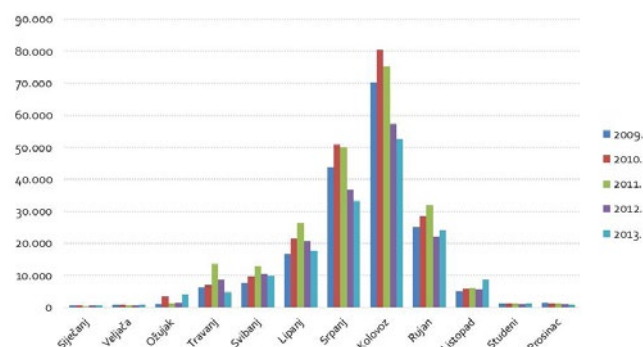
ŠPANJOLSKA	DOLASCI		NOĆENJA	
		indeks 1990. = 100		indeks 1990. = 100
1990.	55.339	100	115.924	100
1991.	1.902	3	6.286	5
1992.	1.967	103	8.814	140
1993.	3.286	167	12.286	139
1994.	4.534	138	13.108	107
1995.	5.251	116	18.354	140
1996.	9.000	171	21.000	114
1997.	11.807	131	32.510	155
1998.	12.535	106	28.423	87
1999.	10.879	87	26.604	94
2000.	25.022	230	51.604	194
2001.	19.692	79	61.623	119
2002.	26.022	132	72.240	117
2003.	43.791	168	101.176	140
2004.	56.907	130	123.753	122
2005.	84.183	148	169.701	137
2006.	114.188	136	230.384	136
2007.	153.826	135	305.210	132
2008.	168.249	109	340.550	112
2009.	180.013	107	360.003	106
2010.	211.094	117	423.468	118
2011.	220.957	105	437.258	103
2012.	166.176	75	333.766	76
2013.	158.275	95	315.399	94

Izvor: DZS

### Dolasci i noćenja španjolskih turista u razdoblju 1990. - 2013.



### Dolasci španjolskih turista po mjesecima u razdoblju 2009. - 2013.

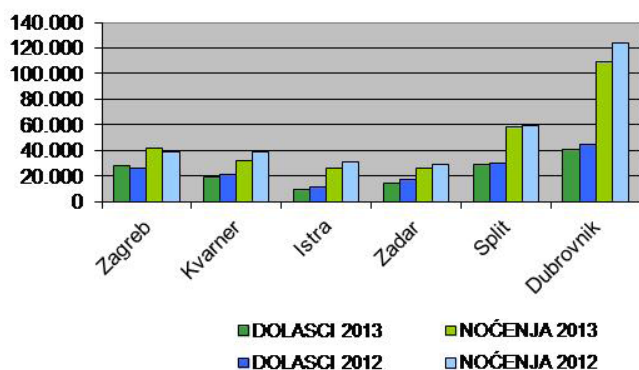


## Dolasci i noćenja Španjolaca po županijama u 2013./2012.

Na prvom mjestu u brojevima dolazaka i noćenja Španjolaca u 2013. jest Dubrovačko-neretvanska županija, što je logično s obzirom na to da većina letova za Hrvatsku slijeće u Dubrovnik, iako u 2013. bilježe pad dolazaka i noćenja u usporedbi s 2012. Zatim slijede Split i Zagreb, koji su također imali izravne letove, s time da Split bilježi pad dolazaka i noćenja, a Zagreb porast. Po poretku slijede Kvarner, koji je uključen u gotovo sve kružne ture bazirane na čarterskim letovima, Zadar te Istra. Sličan broj noćenja imali su Istra i Zadar.

	DOLASCI		NOĆENJA	
	2013.	2012.	2013.	2012.
Zagreb	27.541	25.792	42.053	39.128
Kvarner	19.224	20.980	32.013	38.230
Istra	9.006	11.474	25.925	30.852
Zadar	14.299	16.955	25.637	29.071
Split	28.643	29.700	58.665	59.441
Dubrovnik	40.579	44.856	109.511	123.579

## Dolasci i noćenja 2012. – 2013.



## Omjer između organiziranih i individualnih dolazaka u Hrvatsku u 2013.

Nema točnih podataka o omjeru između organiziranih i individualnih dolazaka, ali na osnovi informacija iz sektora te uzimajući u obzir podatke o načinu organiziranja putovanja Španjolaca u inozemstvo, broj ukupno raspoloživih aviosjedala i broj putnika koji je išao u aranžmanu glavnih organizatora putovanja, procjenjujemo da Španjolci većinom (otprilike 60 %) dolaze u Hrvatsku preko paket-aranžmana, dok ih 40 % dolazi u samostalnoj organizaciji.

Iako je sve poznatije da je Hrvatska odlična destinacija za individualna putovanja te je Španjolci sve više poznaju, razlika u omjeru još je uvijek prilično velika ponajprije zbog nedostatka aviosjedala na izravnim letovima raspoloživih za individualnu prodaju po pristupačnim cijenama. Osim standardnih kružnih tura po Hrvatskoj, agencije često prodaju *fly & drive* aranžmane gdje klijentima ponude uslugu zračnog prijevoza, rent-a-cara, smještaja i rutu, a klijenti „samostalno“ putuju po zemlji.

## Zastupljenost Hrvatske u programima organizatora putovanja u 2013.

Na španjolskom tržištu djeluje pedesetak jačih organizatora putovanja od kojih gotovo svi koji rade Europu imaju Hrvatsku u svojim aranžmanima. Tome treba dodati i dio turističkoga profesionalnog sektora, tj. agencije koje djeluju kao organizatori putovanja i posrednici. Ako uzmemo u obzir i taj segment, možemo zaključiti da je Hrvatska prisutna u oko 80 % ponuda organizatora putovanja.

Hrvatska je zastupljena s oko 4 % u europskim brošurama organizatora putovanja. U većini brošura Hrvatska se pojavila u kombinaciji sa Slovenijom, čemu je vjerujemo pridonijela i jaka prisutnost kružnih autobusnih tura u općoj ponudi organiziranih putovanja, tj. standardnih kružnih tura te s Bosnom i Hercegovinom i Crnom Gorom. Što se samih programa tiče, oni su i u 2013. slični onima iz 2012. i 2011. Uz ovu ponudu primjećuje se sve veća raznovrsnost u katalogima organizatora putovanja, segmentacija te pojava specijaliziranih putovanja, pogotovo u domeni aktivnog turizma i nautike.

Sve veće *cruise* kompanije imaju neku od hrvatskih luka u svojim programima krstarenja; uz Dubrovnik pojavljuju se Split i Zadar što je dodatno pridonijelo popularizaciji destinacije.

## Glavni organizatori putovanja za Hrvatsku u 2013.

**Politours** prodaje aranžmane za Hrvatsku od 1980-ih godina. Program bazira na kružnim turama i alotmanima na redovnim linijama, a u pred i posezoni na vlastitim čarterskim letovima (za „Puentes“ – kratki odmori). Uz poseban katalog o Hrvatskoj, Politours svojim gostima nudi i specijalno izrađeni „priručnik o destinaciji“ (ujedno sadržava i informacije o Sloveniji.) Politours prodaje svoje aranžmane preko svih nacionalnih turističkih agencija i sustava mreža. U 2013. zadržao je obujam prodaje sličan onome iz 2012.

**Panavision** je počeo ozbiljno raditi s Hrvatskom u 2006. kada je uveo i prvi čarterski let. Postoji specijalni katalog za Hrvatsku, Sloveniju i BiH te dio programa u sklopu općeg kataloga. U 2013. stavili su čarterski let za Hrvatsku (kombinacija Zagreb – Dubrovnik) iz Valencije i Bilbao te su nastavili prodavati programe za Hrvatsku preko alotmana na izravnim letovima.

**Viajes El Corte Ingles / Tourmundial** održao je u 2013. ponudu za Hrvatsku. Imaju potencijal rasta i ovisne ponajprije o raspoloživim izravnim letovima ne samo u sezoni, već tijekom cijele godine. Nude kružne ture, ali i individualna putovanja (FIT).

**Travelplan i Mapatours** druga su dva organizatora putovanja koji imaju programe bazirane na ponudi kompanije Travel Europe (čarter + *land*) te se pozicioniraju sve čvršće kao specijalisti za Mediteran, uključujući i Hrvatsku.

### Organizatori putovanja s potencijalom rasta

Očito je da prethodno navedeni organizatori putovanja imaju nedvojbeno potencijal rasta jer su konsolidirani na tržištu, imaju uigrane distribucijske kanale i poznati su po svojim programima za Hrvatsku.

Velik potencijal rasta imaju i novi organizatori putovanja koji su nastali kao posljedica događanja na španjolskom tržištu posljednjih godina (raspad Marsansa, Orizonije) i/ili gdje su profesionalci iz velikih tvrtki osnovali nove kao što su: Special Tours, Proyecto Europa, Viaje para todos, Bitacora, Gowaii itd.

Svi organizatori putovanja koji su radili Hrvatsku bazirajući se na redovnim letovima (Catai, Aviotel, Sunweb, Vivatours, Club Marco Polo itd.) te brojni manji *retaileri* koji u vlastitim aranžmanima organiziraju specifične grupe/polaske i koriste ili redovne linije ili zakupljuju sjedala na određenim polascima čarter letova održali su programe.

No i 2013. bila je složena godina za cijeli sektor te je bilo važno održati prodaju. Malo koji organizator putovanja ili destinacija bila je u porastu. Faktor cijena bio je odlučujući u trenutku kupnje te su jedino jeftinije destinacije bilježile rast (ponajprije Turska). S druge strane, brojni španjolski organizatori putovanja pojačali su prodaju

svojih programa za europske destinacije (uključujući i Hrvatsku) u cijeloj Južnoj Americi gdje tradicionalno imaju svoje predstavnike/agencije/ispostave preko kojih rade. Manji organizatori putovanja specijalizirani za određeni segment također imaju potencijal rasta, ali u puno manjim omjerima.

### Analiza ponude organiziranih putovanja

Kompanija Travel Europe aktivna je u Španjolskoj već niz godina te nudi čarterske letove i različite *land* pakete što je svojedobno pogodovalo uvrštenju Hrvatske u kataloge španjolskih organizatora putovanja u razdoblju do uvođenja izravnih aviolinija.

Uz njih su bili prisutni i drugi hrvatski organizatori putovanja koji su nudili svoje *land* pakete bazirane na čarterskim letovima španjolskih partnera (te poslije i na izravnim letovima od njihova uvođenja). Ponuda organiziranih putovanja u početku (do 2007.) sastojala se isključivo od kružnih autobusnih tura.

Uvođenjem izravnih aviolinija u 2007. te sve boljim poznavanjem destinacije kako kod publike tako i kod organizatora putovanja i agenata pojavila se potreba za diversifikacijom proizvoda. Sa zadovoljstvom vidimo da se to i događa posljednjih godina uvođenjem programa nautičkog turizma i aktivnog turizma te posebno kod programa *fly & drive* koji bilježe najveći godišnji porast. Iz toga možemo zaključiti da ćemo u dogledno vrijeme vidjeti daljnji trend povećanja individualnih putovanja te promjena omjera između organiziranih i individualnih putovanja u korist potonjih. Također, povećanjem broja sjedala na izravnim letovima te povećanjem frekvencija i produživanjem sezone letenja povećat će se i broj dolazaka i noćenja španjolskih turista, neovisno o tome radi li se o individualnim, grupnim i/ili organiziranim putovanjima.

Programi kružnih tura uglavnom su isti ovih godina i za to postoji tržište te ponuda odgovara potražnji. Hrvatska se prodaje samostalno, ali vidi se i sve veća tendencija kombinacije Hrvatske sa susjednim zemljama. Kružna putovanja baziraju se na kombinaciji zračnih luka (npr. ZAG/PUY u dolasku i DBV u odlasku) kada se radi o čarterskim letovima, dok redovnim izravnim letovima kombiniraju ZAG, DBV i SPU, a ponekad i Veneciju.

## Način prijevoza korišten prilikom dolaska u Hrvatsku 2013.

### Zrakoplovni čarteri u 2013.

Hrvatska je za Španjolce pretežno zračna destinacija, što uvjetuje odredišta koja posjećuju kao i rast prometa. Rast tržišta, interes Španjolaca za našom destinacijom i spremnost ulaganja u destinaciju vide se i po rastu izravnih linija.

U 2006. nije bilo izravnih redovnih linija za Hrvatsku, već samo čarterski letovi organizatora putovanja. Prvi izravan let uvodi se u 2007., Barcelona – Dubrovnik Click Aira i od tada se konstantno uvode nove linije i/ili se povećavaju frekvencije/broj sjedala na izravnim letovima. U nastavku se nalazi pregled izravnih letova iz Španjolske za Hrvatsku od 2007. do 2013.

YEAR	AIRLINE	ROUTE
2007	CLICKAIR	BCN – DBV
2008	CLICKAIR	BCN – DBV VLC – DBV
	IBERIA	MAD – DBV
2009	VUELING	BCN – DBV
	CROATIA AIRLINES	BCN – ZAG
	IBERIA	MAD – DBV MAD – ZAG
	AIR NOSTRUM	VLC – DBV
2010 & 2011	VUELING	BCN – DBV
	CROATIA AIRLINES	BCN – ZAG
	IBERIA	MAD – DBV MAD – ZAG
	AIR NOSTRUM	VLC – DBV BIO – BCN
	SPANAIR	BCN – DBV BCN – ZAG MAD – DBV
2012 & 2013	CROATIA AIRLINES	BCN – ZAG
	VUELING	BCN – DBV BCN – ZAG* BCN – SPU*
	IBERIA	MAD – DBV MAD – ZAG
	AIR NOSTRUM	VLC – DBV* BIO – DBV MAD – SPU*
	EASYJET*	MAD – DBV*

\* Novo u 2012.

\* Letovi ukinuti u 2013.

U 2013., zbog povećanja zračnih pristojbi u nekoliko navrata, aviokompanija EasyJet ukinula je *hub* u Madridu i automatski velik broj letova iz Madrida, među ostalim Madrid – Dubrovnik. Posljedica toga bio je manjak sjedala iz Madrida za Hrvatsku, pogotovo za individualni promet. U 2013. Madrid je bio povezan s Dubrovnikom i Zagrebom u visokoj sezoni, ali velika većina sjedala dana je organizatorima putovanja što je uzrokovalo izrazito visoke cijene za individualne putnike. Iz Madrida je letjela i kompanija Iberia Regional za Split, ali samo u jako visokoj sezoni i s manjim zrakoplovima pa su ovaj let koristili uglavnom individualni putnici.

Iz Barcelone je situacija bila puno bolja, iz zračne luke El Prat letjelo je više od 70 % izravnih letova za Hrvatsku: Vueling je povezivao Barcelonu s Dubrovnikom, Splitom i Zagrebom od Uskrsa do kraja listopada, ali većinom u visokoj sezoni, a Croatia Airlines povezivala je Barcelonu i Zagreb od kraja ožujka do kraja studenoga (ove godine iznimno još mjesec dana duže).

Španjolska je aviodestinacija i njezin rast uvjetovan je zračnom povezanošću. U 2013. prema Hrvatskoj su nedostajali niskotarifni i pristupačni letovi ponajprije iz Madrida za individualne putnike, a za organizatore putovanja i MICE agencije redovne linije s dužim razdobljima letenja (šest mjeseci godišnje i opet pogotovo iz Madrida).

U manjoj mjeri letjelo se preko drugih europskih destinacija s kompanijama Lufthansom, Czech Airlinesom, Austrian Airlinesom i Ryanairom. Osim toga, koristile su se redovne linije Adria Airwaysa (Barcelona – Ljubljana) te letovi za Italiju – ponajprije Veneciju, a u manjoj mjeri Milano i Trst.

Čarterski letovi u 2013. bili su slični onima iz 2012.

### Autobuseri u 2013.

Španjolski autobusni organizatori putovanja nemaju Hrvatsku uključenu u svoj redovni program.

### Individualci u 2013.

Španjolski turist u prosjeku zna još uvijek relativno malo o Hrvatskoj, ali je radoznao i želi upoznati ljude, kulturnu i prirodnu baštinu o kojoj je čuo/čitao ili vidio u programima na televiziji. O Hrvatskoj se čuje u društvu i smatra je se popularnom destinacijom u koju treba ići. Znamo da

je jedan od glavnih motivirajućih faktora za putovanje u Hrvatsku pozitivna usmena preporuka prijatelja/rodbine/kolega koji su već bili u Hrvatskoj (bilo na turi ili krstarenju). Najpoželjnije destinacije jesu: Zagreb, Plitvička jezera, Opatija, Split, Dubrovnik i Hvar. Treba imati u vidu da su putovanja i ture uvjetovani zračnom povezanošću, tj. putnici poznaju one regije Hrvatske koje imaju bolje avioveze sa Španjolskom.

S obzirom na to da na prosječnom putovanju od osam do deset dana žele vidjeti što više, dužina je boravka u pojedinim mjestima kratka (jedan – tri dana), bilo da idu u organiziranoj kružnoj turi ili da unajme auto i sami voze.

Njihova percepcija Hrvatske može se sažeti na sljedeći način:

Prednosti:

- izuzetno bogata prirodna i kulturna baština
- dragi i gostoljubivi ljudi kao i visoka profesionalnost u turističkom sektoru
- vrlo povoljna klima
- blizina destinacije
- čisto more
- bogata gastronomija i enologija
- destinacija je percipirana kao zanimljiva, nova i egzotična
- dobre preporuke prijatelja koji su posjetili Hrvatsku te koji prenose izuzetno pozitivan imidž
- novi specifični segmenti i ponude, među kojima se ističe segment glazbenih festivala te provod na Hvaru i Pagu.

Nedostaci:

- nedovoljno informacija na španjolskom jeziku
- ograničene izravne redovne aviolinije
- loša željeznička povezanost
- masovnost u kolovozu
- visoke cijene hotela
- nedovoljno informacija o smještaju kod domaćina i načinima njegova funkcioniranja
- nedovoljno fleksibilnosti pri rezervaciji hotelskog smještaja za boravak kraći od tri noći u sezoni
- nedovoljno morskih veza prema otocima i njihova međusobna povezanost
- nemogućnost *online* rezervacija lokalnih trajekata i katamarana, nepregledna informacija o brodskim linijama
- nedovoljno kapaciteta na linijama duž obale.

### Vrsta smještaja koju su koristili u Hrvatskoj

Kod organiziranih putovanja Španjolci koriste hotelski smještaj i to uglavnom s kategorijom od 3\* i 4\*. Kod individualnih putovanja većina ih koristi smještaj kod domaćina, dok mladi turisti uglavnom koriste hostele i kampove.

### Koje dodatne sadržaje/aktivnosti u Hrvatskoj gosti najčešće konzumiraju

Turisti na organiziranim putovanjima uglavnom idu na kružne autobusne ture na kojima se obilazi cijela dalmatinska obala, Opatija te Plitvice i Zagreb. Od dodatnih aktivnosti prevladavaju jednodnevni izleti.

Individualni gosti koji putuju u vlastitom aranžmanu koriste uglavnom usluge najma vozila i smještaj kod domaćina. Visoko cijene gastronomiju, ali i zabavne sadržaje i noćni život. Također koriste jednodnevne izlete i pustolovne aktivnosti.

### Novosti s gledišta uvrštenosti Hrvatske u programe organizatora putovanja tijekom 2013.

S obzirom na tendenciju na tržištu gdje „svi prodaju sve“ i „ne smije se izgubiti niti jedan klijent“, a u okviru mjera štednje, organizatori putovanja i agencije smanjili su opseg svojih kataloga, ali zato stavljaju cjelovitije ponude na svoje mrežne stranice. Stoga je danas Hrvatska uključena u više ponuda nego ranijih godina.

S druge strane, Hrvatska je sve prihvaćenija destinacija, letovi su se konsolidirali, a tri zračna odredišta u Hrvatskoj s izravnim letom dala su veću fleksibilnost aranžmana. Uočavamo veći broj ponuda specifičnih aranžmana i tematskih tura: nautika, aktivni odmor, obiteljski odmor, biciklizam, otoci, festivali itd.

Pojavljuje se interes specijaliziranih agencija / srednjih i manjih organizatora putovanja koji žele nuditi nove programe.

### Procjena hrvatske turističke ponude s gledišta organizatora putovanja

Na osnovi kontakata s organizatorima putovanja koji nude Hrvatsku u svojim aranžmanima i prema anketi ispunjenoj od strane glavnih organizatora putovanja, možemo istaknuti da se u Hrvatskoj najviše vrednuju: kulturno bogatstvo, čisto i bistro more, ljepota obale i otoka, prirodno bogatstvo, Dubrovnik kao grad-spoimenik, kultura i povijest, klima te nova i zanimljiva destinacija.



Kao nedostaci navode se: još uvijek ograničena hotelska infrastruktura i pretjerani buking koji se stvara u nekim odredištima u špici sezone, visoke cijene hotela, ograničene avioveze iz Španjolske izvan špice sezone, još uvijek ograničeno poznavanje destinacije kod publike i agencija (svi uglavnom znaju za Dubrovnik i stoga im je teže prodavati aranžmane koji ga ne uključuju), morske veze s otocima i njihov buking.

Faktor cijene bio je posebno istaknut u ovim kriznim godinama, pa tako i u 2013.

### Konkurentsko okružje

Potrebno je analizirati različite segmente ponude kako bi se dobio pravi uvid u konkurentsko okružje Hrvatske kao destinacije.

*SUN & BEACH* – Najveća konkurencija zapravo je sama Španjolska (čak 92,8 % putovanja Španjolaca ostvaruje se unutar same Španjolske). Slijede zemlje Srednje Amerike i Karibi te Turska, Grčka, Malta i Sicilija, a u mirna vremena i zemlje sjeverne Afrike.

*KRUŽNE TURE* – Europa općenito te posebno zemlje „Nove Europe“: Slovenija, Rumunjska, Rusija, Češka, Austrija, Mađarska, Italija, Crna Gora, Bugarska, Turska i u mirna vremena Egipat.

*NOVA EUROPA* – ponajprije: Slovenija, Crna Gora, zatim Češka, Rumunjska, Bugarska, Latvija, Litva, Estonija.

*KULTURNA PUTOVANJA* – Zemlje „Nove Europe“, Njemačka, Italija, u mirna vremena posebice Egipat i sjeverna Afrika, ali i daleke destinacije poput Meksika i Južne Amerike općenito te Kina i južna Afrika.

*AKTIVNI TURIZAM* – bogata ponuda u Španjolskoj, Turska, daleke egzotične destinacije.

*INCENTIVE TRAVEL* – u dijelu regionalnih putovanja općenito zemlje „Nove Europe“ (Češka, Slovenija, Latvija). Slijede destinacije u sjevernoj Africi (Tunis, Maroko – koje ovise o geopolitičkoj situaciji), zatim Južna i Srednja Amerika kao i južna Afrika u dalekim destinacijama, u manjoj mjeri Azija.

*NAUTIKA* – ponajprije sama Španjolska, a onda Turska, Malta, Sicilija. U mirna vremena Grčka je bila ozbiljna konkurencija.

*CITY BREAKS / INDIVIDUALNA PUTOVANJA* – svi europski gradovi i regije s dobrim zračnim vezama prema Španjolskoj, bogatom tematskom ponudom i raznolikošću smještaja. Jako je popularan New York.

*FESTIVALI* – mnogi španjolski i europski gradovi organiziraju poznate glazbene i druge festivale koji privlače sve više novih, mladih turista. Hrvatska se sve bolje pozicionira na festivalskoj karti Europe, a konkurencija su joj: Španjolska, Portugal, Njemačka, Velika Britanija, Mađarska itd.

## 2014. GODINA

### PROFIL EMITIVNOGA TURISTIČKOG TRŽIŠTA U 2014.

#### Procjena ukupnih odlazaka na godišnji odmor u inozemstvo u 2014.

U sektoru očekuju da će prodaja biti bolja od one ostvarene u 2013., očekuje se da će *last minute* buking biti još naglašeniji za kupnju ljetnih aranžmana, a prihodi niži unatoč opsegu broja putovanja i boljoj prodaji.

Razna izvješća i članci potvrđuju oporavak španjolskoga emitivnog turizma za sve destinacije pa tako i za Hrvatsku. Iako je prerano za konkretnije prognoze, u

Španjolskoj se bilježi oprezni optimizam vezan za rane rezervacije koje bilježe agencije i organizatori putovanja, koji najavljuju dobru turističku godinu.

Kalendarski Uskrs, produženi vikend za Praznik rada i lokalni madridski dugi vikend sredinom svibnja jako dobro su „pali“ što se odrazilo na dobru prodaju prvih mjeseci 2014. Prodaja uskrsnih aranžmana i općenita prodaja u prvih pet mjeseci u Španjolskoj ide dobro te je u liniji s postupnim oporavkom španjolskoga gospodarstva.



Razni izvori (udruge turističkih agencija, organizatori putovanja, mediji) potvrđuju da agencije bilježe povećanje prodaje. Optimistične prognoze povećanja prodaje općenito se kreću između 10 % i 20 % u usporedbi s prošlom godinom, dok realističnije i opreznije prognoze kažu da se radi o povećanju od 5 %.

Jedno od vjerojatnih objašnjenja za ove optimističnije prognoze prodaje jest sljedeće: potencijalni klijenti posljednjih godina nisu trošili iz opreza zbog krize i iz solidarnosti. Sad kad se osjeća promjena ciklusa, spremni su ponovno trošiti na putovanja. Stoga je prodaja aranžmana po modelu rani buking dobra u prvom dijelu godine. U tom nam kontekstu isto svi organizatori putovanja javljaju da prodaja za Hrvatsku ide dobro mada su cijene za Hrvatsku visoke i više od konkurentskih destinacija po segmentima.

S druge strane, ovakav kalendar kasnijih proljetnih aranžmana uzrokuje odgađanje prodaje ljetnih aranžmana. Predviđa se opet ekstremni *last minute* buking za ljetne aranžmane, pri čemu će faktor cijene i dalje biti presudan, a pritisak na buking centre organizatora putovanja biti velik kao i prošlih godina.

#### **Redoslijed omiljenih destinacija – procjena za sezonu 2014.**

Veći dio Španjolaca i ove će godine provesti godišnji odmor u Španjolskoj, predviđamo njih oko 90 %.

Putnici koji inače idu na daleka putovanja orijentirat će se više na bliže destinacije. Cijena će biti važan faktor pri izboru destinacije i dužine godišnjeg odmora. Putovat će se nešto više, ali putovanja će biti nešto kraća, a potrošnja na njima niža.

Za očekivati je da će redoslijed omiljenih destinacija biti u principu sličan kao ranijih godina, tj. da će najveći broj inozemnih putovanja biti realiziran u susjednim europskim zemljama, uključujući i zemlje „Nove Europe“, među kojima je i Hrvatska. Uz Tursku, koja ima velik broj izravnih letova, Grčka će se ponovno pozicionirati kao jedna od glavnih destinacija na Mediteranu koja privlači Španjolce (nakon izbivanja zbog gospodarske krize).

Izvan Europske unije glavne destinacije jesu Andora i Turska, a na dalekim destinacijama Južna i Središnja Amerika, a u manjoj mjeri Azija i SAD.

#### **Ukupni pregled organizatora putovanja na tržištu u 2014.**

U španjolskom turističkom sektoru, nakon nestanka grupe Orizonia, dominiraju tri vodeće grupacije: Viajes El Corte Ingles, Globalia i Barceló, a pojavljuju se i novi organizatori putovanja koji se uz ove postojeće srednje velike organizatore putovanja nastoje pozicionirati na tržištu. Svi veći organizatori putovanja imaju Hrvatsku u svojim programima, a uz njih je i drugih 150-ak srednjih i manjih organizatora putovanja specijaliziranih na razne segmente te 20-ak tvrtki specijaliziranih za nautički čarter.

Ljetne brošure izašle su iz tiska nakon Uskrsa, rani buking za ljetne aranžmane počeo je relativno kasno (svibanj) i to s popustima. Prvi trendovi pokazuju dobru prodaju početkom godine te nagoviještaju *last minute* prodaju za ljetne aranžmane.

Prema informacijama aviokompanija i našim procjenama prodaja aviokarata individualcima ide dobro, prodano je oko 65 % aviokapaciteta iz Barcelone i Madrida. Osjetit će se nedostatak aviosjedala iz Madrida.

#### **Organizatori putovanja koji u svojim aranžmanima nude Hrvatsku 2014.**

Hrvatska je i u 2014. prisutna u ponudi organizatora putovanja i turističkih agencija te nastavlja svoju konsolidaciju u programima istih. Potražnja španjolskih organizatora putovanja i turističkih agencija, a time i broj potencijalnih turista, u konstantnom je porastu koji izravno ovisi o raspoloživim izravnim aviolinijama, ali i cijenama.

Glavni organizatori putovanja s čarterskim letovima za Hrvatsku jesu Travel Europe (*wholesaler*), a za Uskrs i Puentes i španjolski organizator putovanja Politours. Aranžmane organizatora putovanja ponajprije prodaju Mapatours, Travelplan i Transrutas, a uz njih se ističu i drugi organizatori putovanja koji koriste redovne aviolinije i u manjoj mjeri čarterske letove. U nastavku ističemo neke: Panavision, Politours, Special Tours, Catai, Aviotel, Sendas de Europa, Tourmundial, Tui Royal Vacaciones, Haicu Travel itd.

## Glavni organizatori putovanja

Organizator putovanja	Internetska stranica	Organizator putovanja	Internetska stranica
5 ESTRELLAS CLUB	<a href="http://www.5estrellasclub.com">www.5estrellasclub.com</a>	KULTURALIA	<a href="http://www.kulturalia.es">www.kulturalia.es</a>
A MEDIDA VIAJES	<a href="http://www.v-amedida.es">www.v-amedida.es</a>	KUONI VIAJES	<a href="http://www.kuoni.es">www.kuoni.es</a>
AQUATRAVEL	<a href="http://www.aquatrael.es">www.aquatrael.es</a>	LEXITOURS	<a href="http://www.lexitours.org">www.lexitours.org</a>
AUKANA TRAVEL	<a href="http://www.aukana.com">www.aukana.com</a>	MAPA TOURS	<a href="http://www.mapatours.com">www.mapatours.com</a>
AVANT VIAJES	<a href="http://www.avantviajes.com">www.avantviajes.com</a>	MUNDO AMIGO	<a href="http://www.mundoamigo.es">www.mundoamigo.es</a>
AVIOTEL	<a href="http://www.aviotel.com">www.aviotel.com</a>	NECOTUR VIAJES	<a href="http://www.necotur.com">www.necotur.com</a>
BESTOURS	<a href="http://www.bestours.es">www.bestours.es</a>	NEW TRAVELERS	<a href="http://www.newtravelers.com">www.newtravelers.com</a>
BLUE SKY SPAIN	<a href="http://www.blueskyspain.com">www.blueskyspain.com</a>	PANAVISION	<a href="http://www.panavision-tours.es">www.panavision-tours.es</a>
CATAI	<a href="http://www.catai.es">www.catai.es</a>	PLATINUM TRAVEL	<a href="http://www.platinumtravel.com">www.platinumtravel.com</a>
CIST TURISMO	<a href="http://www.cist-turismo.es">www.cist-turismo.es</a>	POLITOURS	<a href="http://www.politours.com">www.politours.com</a>
DEL UNO AL OTRO CONFIN	<a href="http://www.delunoalotroconfin.com">www.delunoalotroconfin.com</a>	PROYECTO EUROPA	<a href="http://www.proyectoeuropa.es">www.proyectoeuropa.es</a>
DE VIAJE	<a href="http://www.devijaje.com">www.devijaje.com</a>	ROYAL WAWEL TOURS	<a href="http://www.viajes-club.com">www.viajes-club.com</a>
DYNAMIC TOURS	<a href="http://www.dynamic-tours.com">www.dynamic-tours.com</a>	RUTH TRAVEL	<a href="http://www.ruthtravel.es">www.ruthtravel.es</a>
EDENIA NETWORK	<a href="http://www.edenianetwork.com">www.edenianetwork.com</a>	SENDAS DE EUROPA	<a href="http://www.sendaseuropa.com">www.sendaseuropa.com</a>
ENCLAVES DE LUJO	<a href="http://www.enclaves.com">www.enclaves.com</a>	SERHS TOURISM	<a href="http://www.serhs.com">www.serhs.com</a>
ENJOY TRAVEL	<a href="http://www.enjoytravel.es">www.enjoytravel.es</a>	SN ESENCIAL TOURS	<a href="http://www.snve.es">www.snve.es</a>
EUROPAMUNDO	<a href="http://www.europamundo.com">www.europamundo.com</a>	SOLO GRUPOS	<a href="http://www.sologrupos.es">www.sologrupos.es</a>
EUROPE INCOMING	<a href="http://www.europeincoming.es">www.europeincoming.es</a>	SOLTOUR	<a href="http://www.soltour.es">www.soltour.es</a>
EXCELLENCE TOURS	<a href="http://www.excellencetours.com">www.excellencetours.com</a>	SPECIAL TOURS	<a href="http://www.specialtours.com">www.specialtours.com</a>
GENERAL TOURS	<a href="http://www.generaltours.es">www.generaltours.es</a>	SPLENDID TRAVEL	<a href="http://www.splendidtravel.es">www.splendidtravel.es</a>
GEOLAND	<a href="http://www.geolandvacaciones.com">www.geolandvacaciones.com</a>	SUNWEB	<a href="http://www.sunweb.es">www.sunweb.es</a>
GIRATUR	<a href="http://www.giratur.es">www.giratur.es</a>	SURLAND VIAJES	<a href="http://www.surland.com">www.surland.com</a>
GOWAII	<a href="http://www.gowaii.com">www.gowaii.com</a>	TARANNÀ	<a href="http://www.taranna.com">www.taranna.com</a>
BARCELO-LA CUARTA ISLA	<a href="http://www.lacuartaaisla.com">www.lacuartaaisla.com</a>	TERRA NOVA TOURS	<a href="http://www.terranovatours.com">www.terranovatours.com</a>
BARCELO-QUELONEA	<a href="http://www.quelonea.com">www.quelonea.com</a>	TERRES LLUNYANES	<a href="http://www.terresllunyanes.com">www.terresllunyanes.com</a>
HAIKU TRAVEL	<a href="http://www.haikutrael.es">www.haikutrael.es</a>	TOURMUNDIAL	<a href="http://www.viajeseci.es">www.viajeseci.es</a>
ICU VIAJES	<a href="http://www.icu.es">www.icu.es</a>	TRANSRUTAS	<a href="http://www.transrutas.com">www.transrutas.com</a>
IDEATUR	<a href="http://www.ideatur.es">www.ideatur.es</a>	TRAVELPLAN	<a href="http://www.travelplan.es">www.travelplan.es</a>
IMAGE TOURS	<a href="http://www.imagetours.es">www.imagetours.es</a>	TUI ROYAL VACACIONES	<a href="http://www.tuispain.travel">www.tuispain.travel</a>
INFINITY VIAJES	<a href="http://www.viajesinfinity.com">www.viajesinfinity.com</a>	CARISMA VIAJES	<a href="http://www.carismaviajes.com">www.carismaviajes.com</a>
JULIA TOURS	<a href="http://www.juliatours.es">www.juliatours.es</a>	VIATAMUNDO.COM	<a href="http://www.viatamundo.com">www.viatamundo.com</a>
KALUMA TRAVEL	<a href="http://www.kalumatrael.com">www.kalumatrael.com</a>	WORLD TRAVEL BITACORA	<a href="http://www.wtbitakora.com">www.wtbitakora.com</a>
KARISMA TOURS	<a href="http://www.karismatours.es">www.karismatours.es</a>	VIAJE PARA TODOS	<a href="http://www.viajesparatodos.com">www.viajesparatodos.com</a>

## Specijalizirane turističke agencije koje stalno ili povremeno organiziraju putovanja za Hrvatsku

Organizator putovanja	Internetska stranica	Organizator putovanja	Internetska stranica
ACONCAGUA VIAJES	<a href="http://www.aconcauga.tv">www.aconcauga.tv</a>	DUSHARA TOURS	<a href="http://www.viajesdt.com">www.viajesdt.com</a>
ALVENTUS VIAJES	<a href="http://www.alventus.com">www.alventus.com</a>	ECO VIAJES	<a href="http://www.viajeseco.com">www.viajeseco.com</a>
AMBAR	<a href="http://www.ambarviajes.com">www.ambarviajes.com</a>	ELEGANT LEISURE	<a href="http://www.elegantleisure.es">www.elegantleisure.es</a>
AÑOS LUZ	<a href="http://www.aluz.com">www.aluz.com</a>	ELIGE TU VIAJE	<a href="http://www.eligetuviaje.es">www.eligetuviaje.es</a>
ARAWAK VIAJES	<a href="http://www.arawakviajes.com">www.arawakviajes.com</a>	EN RUTA - VIATGES I AVENTURA	<a href="http://www.enrutaviatges.com">www.enrutaviatges.com</a>
AVENTOUR	<a href="http://www.viajesyaventura.es">www.viajesyaventura.es</a>	ENCLAVES DE LUJO	<a href="http://www.enclaves.com">www.enclaves.com</a>
BACARA VIAJES	<a href="http://www.bacara-viajes.com">www.bacara-viajes.com</a>	ENTER TRAVEL	<a href="http://www.entertravel.es">www.entertravel.es</a>
BANACA TRAVEL	<a href="http://www.banaca.es">www.banaca.es</a>	ESLAVIS VIATGES	<a href="http://www.eslavis.com">www.eslavis.com</a>
BIKE SPAIN TOURS	<a href="http://www.bikespain.info">www.bikespain.info</a>	ESTRAVEL VIATGES	<a href="http://www.estravel.es">www.estravel.es</a>
BLUE FORCE	<a href="http://www.blueforcediving.com">www.blueforcediving.com</a>	EURO TOURS	<a href="http://www.stupendos.com">www.stupendos.com</a>
BONVIURE	<a href="http://www.bonviure.com">www.bonviure.com</a>	EURODUMBO VIAJES	<a href="http://www.eurodumbo.com">www.eurodumbo.com</a>
BRAVO BIKE VIAJES	<a href="http://www.bravobike.com">www.bravobike.com</a>	EUROPLANET VIAJES	<a href="http://www.viajeseuroplanet.com">www.viajeseuroplanet.com</a>
BUBBLES	<a href="http://www.bubblesdive.com">www.bubblesdive.com</a>	EUROVACANCES VIATGES	<a href="http://www.viatgeseurovacances.net">www.viatgeseurovacances.net</a>
CLUB MARCO POLO	<a href="http://www.clubmarcopolo.es">www.clubmarcopolo.es</a>	EWENTS VIAJES	<a href="http://www.ewents.biz">www.ewents.biz</a>
EMPYTUR VIAJES	<a href="http://www.emptytur.com">www.emptytur.com</a>	EXOTICOS	<a href="http://www.viajes-exoticos.com">www.viajes-exoticos.com</a>
EVOLUCIÓN VIAJES	<a href="http://www.evolucionviajes.com">www.evolucionviajes.com</a>	EXPOMUNDO	<a href="http://www.expomundo.com">www.expomundo.com</a>
EXODE VIATGES	<a href="http://www.exode.es">www.exode.es</a>	EXTRA TOURS	<a href="http://www.extratours.es">www.extratours.es</a>
GANESHA TRAVEL	<a href="http://www.ganisha.cat">www.ganisha.cat</a>	EXYRO TOURING	<a href="http://www.exyro.com">www.exyro.com</a>
GEOGRAPHICA	<a href="http://www.geographica.es">www.geographica.es</a>	EZKABA BIDAIAK VIAJES	<a href="http://www.viajesezkaba.grupoairmet.com">www.viajesezkaba.grupoairmet.com</a>
GRANS ESPAIS SKI & AVENTURA	<a href="http://www.gransespais.com">www.gransespais.com</a>	FER FRANS	<a href="http://www.ferfrans.com">www.ferfrans.com</a>
GRUPO NATURA	<a href="http://www.grupo-natura.com">www.grupo-natura.com</a>	FERRERY SARET	<a href="http://www.ferrerysaret.com">www.ferrerysaret.com</a>
INDEPENDENTS VIATGES	<a href="http://www.viatgesindependents.cat">www.viatgesindependents.cat</a>	FURITRAVEL	<a href="http://www.furitavel.com">www.furitavel.com</a>
INSOLIT VIATGES I AVENTURA	<a href="http://www.insolitiviatges.com">www.insolitiviatges.com</a>	GBS TOURS	<a href="http://www.gsb tours.com">www.gsb tours.com</a>
KORATREK	<a href="http://www.koratrek.com">www.koratrek.com</a>	GRETUR VIAJES	<a href="http://www.greturviajes.com">www.greturviajes.com</a>
MUNDO EXPLORA VIAJES	<a href="http://www.mundoexplora.com">www.mundoexplora.com</a>	HELICE VIAJES	<a href="http://www.heliceviajes.com">www.heliceviajes.com</a>
MUNDO EXPLORA VIAJES	<a href="http://www.mundoexplora.com">www.mundoexplora.com</a>	ILTRIDA VIATGES CENTRAL	<a href="http://www.iltridaonline.com">www.iltridaonline.com</a>
MUNTANIA OUTDOORS	<a href="http://www.muntania.com">www.muntania.com</a>	IN & OUT TRAVEL TOURS	<a href="http://www.inout-travel.com">www.inout-travel.com</a>
MUZTAG	<a href="http://www.muztag.es">www.muztag.es</a>	INDIC VIATGES	<a href="http://www.viatgesindic.com">www.viatgesindic.com</a>
ORIXA	<a href="http://www.orixa.com">www.orixa.com</a>	ITINERARI VIATGES	<a href="http://www.viatgesitinerari.com">www.viatgesitinerari.com</a>
RUTAS MÁGICAS	<a href="http://www.rutasmagicas.es">www.rutasmagicas.es</a>	ITSASLUR VIAJES	<a href="http://www.itsaslur.com">www.itsaslur.com</a>
TARGUI RAIDS	<a href="http://www.targui4x4.com">www.targui4x4.com</a>	JTB - JAPAN TRAVEL BUREAU	<a href="http://www.jtb-europe.com">www.jtb-europe.com</a>
TEMPS D'OCI	<a href="http://www.tempsdoci.com">www.tempsdoci.com</a>	JULIA CENTRAL DE VIAJES	<a href="http://www.centraldeviajes.es">www.centraldeviajes.es</a>
TRAVEL FACTORY	<a href="http://www.travelfactory-buceo.com">www.travelfactory-buceo.com</a>	KENTGO	<a href="http://www.kentgo.com">www.kentgo.com</a>
TRIP TRUP VIAJES	<a href="http://www.triptrup.com">www.triptrup.com</a>	KINTETSU VIAJES	<a href="http://www.viajeskintetsu.com">www.viajeskintetsu.com</a>
TUAREG	<a href="http://www.tuaregviatges.es">www.tuaregviatges.es</a>	L&P TRAVEL	<a href="http://www.lptravel.info">www.lptravel.info</a>

Organizator putovanja	Internetska stranica	Organizator putovanja	Internetska stranica
TURING CERDANYA	www.golfgx2.com	LA VIDA ES BELLA	www.lavidaesbella.es
TURINGBUCEO	www.turingbuceo.com	MADOX VIAJES	www.madoxviajes.com
ULTIMA FRONTERA VIAJES	www.ultima-frontera.com	MAPAPLUS	www.mapaplus.com
VIA NOMADA VIAJES	www.via-nomada.com	MEDITERRANEA INCOMING	www.mediterraneaincoming.com
VIAJESBUCEO.COM	www.viajesbuceo.com	MUEVETE CON VENTAJAS	www.mueveteconventajas.com
XD-TRAVEL	www.xd-travel.com	NAMASTE VIAJES Y AVENTURAS	www.namasteviajes.com
YPORQUENOSOLO	www.yporquenosolo.com	OASIS VIAJES	www.viajesoasis.com
CAMPULIE	www.campulie.com	OCEANS TOURS VIATGES	www.oceantours.es
CROISI EUROPE	www.croisieurope.com	PACO VIAJES	www.viajespaco.com
LATITUD 4	www.latitud4.com	PAPIRO VIAJES	www.viajespapiro.com
PULLMANTUR	www.pullmantur.es	PHINEAS FOGG	www.phineasfogg.net
UN MUNDO DE CRUCEROS	www.unmundodecrueros.com	PROMOVIATGES	www.promoviatges.net
TRIP TRUP VIAJES	www.triptrup.com	REDONDO VIAJES	www.viajesredondo.com
VIAJAR EN FAMILIA-AZUL MARINO	www.viajarenfamilia.net	RURALEZA	www.ruraleza.es
IMAGINARIUM VIAJES	www.imaginarium.es	SIX MEDITERRANEAN	www.sixmediterranean.com
ALACARTA	www.alacarta.es	SKAPA-T	www.skapa-t.com
CELLAR TOURS	www.cellartours.com	TOURIST FORUM / EXIT TOURS	www.exit-tours.com
CULINARY SPAIN TOURS	www.culinaryspain.com	TRANSGLOBAL VIAJES	www.viajestransglobal.com
PASEOS DIVINOS	www.paseosdivinos.com	TRAVELING PICK UP GROUP	www.pickupviatges.com
NUESTRO VIAJE	www.nuestroscaminos.com	TRAVELMAR	www.travelmedspain.com
TOURS & WINES	www.tourswines.com.es	TRAVELMUNDI SIGLO XXI	www.traveloteca.com
VIAVINUM	www.viavinum.es	TRAZADO VIAJES	www.trazadoviajes.com
A PASEO TRAVEL EXPERIENCE	www.apaseo.net	TRIANA VIAJES	www.triproad.net
ABA TRAVEL	www.abatravel.es	TROYA VIAJES	www.viajestroya.grupoairmet.com
ABACO TRAVEL VIAJES	www.viajes-abaco.com	TURINTER	www.turintersa.es
ABELLÓ VIAJES	www.viajesabello.com	USSIA TOURS	www.ussiatours.com
ABRAMAR	www.abramar.com	VALLS TOUR VIATGES	www.vallestour.com
ACCITUR VIAJES	www.viajesaccitur.es	VIAJAR A LA CARTA	www.viajaralacarta.com
AEROCLUB VIAJES	www.viatgesaeroclub.com	VIAJES & EVENTOS DENSUEÑO	www.densueño.com
AFINITOUR	www.afinitour.com	VIATGI VIAJES	www.viatgi.com
AGAMA TALLER DE VIATGES	www.agama.net	VOYAGER VIATGES A MIDA	www.voyagerviatges.com
AGATHA VIATGES	www.agathaviatges.com	WATINA TOURS	www.watinatours.com
AGENCIA DE VIATGE	www.deviatge.net	XALOC VIATGES	www.xalocviatges.com
AGORA DESTINS	www.agoradestins.com	ZARAGOZA VIAJES	www.viajeszaragoza.org
ALA DELTA VIATGES	www.viatgesaladelta.com	ZOETROPE	www.zoetrope.group-team.com

Organizator putovanja	Internetska stranica	Organizator putovanja	Internetska stranica
ALCARAVAN VIAJES	www.viajesalcaravan.group-team.com	HOLE IN ONE	www.holeinone.es
ALEMANY VIAJES	www.valemany.com	SIEMPRE VIAJANDO	www.siempreviajando.com
ALLTRAVEL	www.alltravel.es	ELSA INTEGRACIÓ	www.elsaintegracio.cat
AMBAR TOURS VIATGENS	www.ambartours.com	TRANSHOTEL	www.transhotel.com
AMBIT VIATGES	www.ambitviatges.com	VILLASY VACACIONES	www.villasyvacaciones.com
ANDROMEDA VIAJES - CENTRAL	www.viajesandromeda.es	INTERHOME	www.interhome.es
ANTHEA TRAVEL	www.anheatravel.com	BONTUR	www.bontur.com
ARAC TRAVEL	www.aractravel.com	BORRAS I BORRAS VIATGES	www.viatgesborras.com
ARAN BIDAIK	www.viajes-aran.com	BRU & BRU	www.bru-bru.com
ARAQUE VIAJES	www.grupoaraque.com	CIRCULO DE VIAJES	www.circulodeviajes.es
ARCO BALENO VIAJES	www.arcobalenoviajes.com	GODWANA	www.godwana.es
ARE TOURS	www.aretour.com	NOVOVIRA VIAJES	www.nuba.net
ARENAS VIAJES	www.viajesarenas.es	TEAM 3 VIAJES	www.viajsteam3.com
ARISTA VIAJES	www.viajesarista.com	VILLAS DEL MUNDO	www.villasdelmundo.com
ARMONY TRAVEL	www.armonytravel.grupoairmet.com	FRA DIAVOLO	www.fradiavolo.net
ARTAZA VIAJES	www.viajesartaza.com	INNOVADORES Y CREATIVOSV.	www.viajesinnovadoresycreativos.com
ARUBA VIAJES	www.viajesaruba.grupoairmet.com	TURISMUSICA VIAJES	www.turismusica.com
ASPASIA TRAVEL	www.aspasiatravel.com	FORTUNI VIATGES	www.fortuniviatges.com
ATENEO VIAJES	www.ateneo.es	AIN KAREN VIAJES	www.ainkarenviajes.es
ATICA VIATGES	www.aticaviatges.com	AMADIS EXPRESS	www.amadisexpress.com
ATL INTERNACIONAL VIAJES	www.viajesatl.com	BRUNO PEREGRIN TOUR	www.integraldeviajes.es
ATLANTIDA VIATGES	www.atlantidaviatges.com	HALCÓN VIAJES RELIGIOUS	www.halconperegrinaciones.es
ATLANTIS MARA TRAVEL	www.atlantismara.com	PALATINO TOURS	www.palatinotours.com
ATLAS INT	www.viatgesatlas.com	TURISMO Y PEREGRINACIONES	www.turismo-2000.com
ATMOS VIAJES	www.atmos.group-team.com	APOLO VIAJES	www.apoloviajes.com
ATOLON VIAJES	www.viajesatolon.es	EL MUNDO DEL SINGLE	www.elmundodelsingle.com
AURA VIAJES	www.auraviajes.com	KARMA VIAJES	www.karmaviajes.com
AUSTRAL VIAJES	www.viajesaustral.com	NOMADERS	www.nones.es
AVENSUR VIAJES	www.viajesavensur.com	SOLTEROS DE VIAJE	www.solterosdeviaje.com
BARAKA	www.baraka.cat	TRAVEL SINGLE	www.travelsingle.es
BARCELONA INTERNACIONAL V.	www.viatgesbarcelona.com	TRAVELING PICK UP GROUP	www.viajayliga.com
BCN TRAVEL & SERVICE	www.bcctravel.es	VIAJARSOLO.COM	www.viajarsolo.com
BEAGLE CLUB DE VIAJES	www.viajesbeagle.com	SOLTEROS VIAJEROS	www.solterosviajeros.com
BERGA	www.viatgesberga.com	ALEA VIAJES	www.aleaocio.com
BERTFE VIATGES	www.viatgesbertfe.com	ANETO VIAJES	www.aneto.es
BID TRAVEL	www.bidtravel.es	CUM LAUDE VIATGES	www.viajescumlaude.com

Organizator putovanja	Internetska stranica	Organizator putovanja	Internetska stranica
BIDASOA VIAJES	www.viajesbidasoa.com	DENATRAVEL	www.denatravel.com
BIDON 5	www.bidon5.es	DPM VIAJES	www.viajesdpm.com
BLANDA TRAVEL	www.blandatravel.com	EDUCATRAVEL	www.educatravel.com
BYBLOTOURS	www.byblostours.com	SELVATOURS (CENTRAL)	www.selvatours.com
CAJACÍRCULO VIAJES	www.viajescajajcirculo.es	EXODUS TRAVEL	www.exodus-travel.com
CALSINA VIATGES	www.calsina.es	IRE VIAJES	www.ireviajes.es
CAUCE VIAJES	www.cauce.unida.com	MUNDO AMIGO VIAJES	www.mundoamigo.es
CEMO VIAJES	www.viajescemo.com	SHUI VIAJES	www.shuiviajes.info
CESAR SANCHEZ VIAJES	www.cs-gestiondeviajes.com	VIATICA VIAJES	www.viajesviatica.es
CLUB DEL VIAJERO	www.clubdelviajero.com	ECEO VIAJES	www.egeoviajes.com
CLUB DEL VIATGER	www.clubdelviatger.cat	SINGELS ESPAÑA	www.singlesreservas.com
COLORES DEL MUNDO	www.coloresdelmundoviajes.es	AVENTURA DE PESCA	www.aventurasdepesca.es
COLUMBUSTOURS V.VIAJES	www.columbustours.es	SAMA TRAVEL	www.samatravel.net
CONCORD	www.viatgesconcord.com	BEDOOIN TRAVEL	www.bedooiin.com
CONSULTIA TRAVEL	www.consultiatravel.es	MONTBLAU VIATGES	www.viatgesmontblau.com
CWT VACACIONAL	www.carlsonwagonlit.com	ARTCHITECTOURS	www.viajesarquitectura.com
DESTINOELMUNDO	www.viatgesdestinomundo.com	AVENTUR TRAVEL	www.aventurviajes.com
DIA LIBRE VIAJES	www.dialibre.com	PRODUCTO PROPIO	www.productopropio.com
DIVERTIS EZBAKA VIAJES	www.viajesdivertis.com	VIAJARY AYUDAR	www.viajaryayudar.org
DOCTOR VACACIONES	www.doctorvacaciones.com	WAU VIAJES	www.wauviajes.com
DOCTOR VACACIONES	www.doctorvacaciones.com	ITINERE GROUP	www.itineregroup.com

## MICE

Organizator putovanja	Internetska stranica	Organizator putovanja	Internetska stranica
2000 VIAJES CENTRAL	www.viajes2000.com	INTERNATIONAL MEETINGS	www.inter-meetings.com
7 DE SIETE	www.7desiete.com	INTERNAT. TRAVEL CONSULTING	www.itcviajes.com
ABA TRAVEL	www.abatravel.es	IRE VIATGES	www.ireviajes.es
ADRIANO VIAJES	www.adrianospaindmc.com	KARPA MARKETING GROUP	www.karpa.net
ADVANCE VIAJES CORPORATIVOS	www.advanceviajes.com	KIVICOM	www.kivicom.com
AGENCIA DE VIATGE	www.deviatge.net	KT EVENTS	www.kt-events.com
ALIATOURS VIAJES	www.aliatours.e	L&P TRAVEL	www.lptravel.es
ALLTRAVEL	www.alltravel.es	LEPANTO VIAJES	www.ccilepanto.com
AMERICAN EXPRESS - BARCELO	www.aexp.com	LINKS INCENTIVES	www.linksincentives.com
AMF	www.amfprotocolo.com	MACGUFFIN	www.macguffin.es
ANDROMEDA VIAJES - CENTRAL	www.viajesandromeda.es	MCI GROUP	www.mci-group.com
AR BUSINESS TRAVEL	www.arbusinessstravel.com	MEET & FORUM	www.meetandforum.com

Organizator putovanja	Internetska stranica	Organizator putovanja	Internetska stranica
ATLANTA TRAVEL	<a href="http://www.atlanta.es">www.atlanta.es</a>	MT GLOBAL	<a href="http://www.mt-global.com">www.mt-global.com</a>
AUREA VIAJES	<a href="http://www.aureaeyc.com/viajes.html">www.aureaeyc.com/viajes.html</a>	MUNDIESPAÑA VIAJES	<a href="http://www.mundiespana.com">www.mundiespana.com</a>
AUSVENTURA VIAJES	<a href="http://www.ausventura.com">www.ausventura.com</a>	MUNDIRAMA	<a href="http://www.mundirama.com">www.mundirama.com</a>
BAIL OUT EVENTOS	<a href="http://www.bailout.es">www.bailout.es</a>	MUNDITRAVEL	<a href="http://www.munditravel.es">www.munditravel.es</a>
BANCAJA VIAJES	<a href="http://www.bancajaviajes.es">www.bancajaviajes.es</a>	NECOTUR CONGRESOS	<a href="http://www.necotur.com">www.necotur.com</a>
BARCELONA SERVICE & TOURISM	<a href="http://www.bst.es">www.bst.es</a>	NEW BUSINESS KARPA	<a href="http://www.karpa.net">www.karpa.net</a>
BCD TRAVEL SPAIN	<a href="http://www.bcdtravel.es">www.bcdtravel.es</a>	OASIS VIAJES	<a href="http://www.viajesoasis.com">www.viajesoasis.com</a>
BESTOURS - COORPORATE PLUS	<a href="http://www.bestours.es">www.bestours.es</a>	ORIENTA VIAJES Y EVENTOS	<a href="http://www.viajesorienta.com">www.viajesorienta.com</a>
BIOTOUR	<a href="http://www.tourhispan.com">www.tourhispan.com</a>	P.A.P. CONGRESOS	<a href="http://www.papcongresos.es">www.papcongresos.es</a>
BIOTOUR VIAJES	<a href="http://www.biotour.es">www.biotour.es</a>	PACÍFICO MEETINGS	<a href="http://www.pacifico-meetigs.com">www.pacifico-meetigs.com</a>
BLUE SKY SPAIN	<a href="http://www.blueskyspain.com">www.blueskyspain.com</a>	PMI EVENTS	<a href="http://www.pmievents.es">www.pmievents.es</a>
BOX DE IDEAS	<a href="http://www.boxdeideas.com">www.boxdeideas.com</a>	POPIN	<a href="http://www.popingroup.com">www.popingroup.com</a>
BST	<a href="http://www.bst.es">www.bst.es</a>	PRESTOUR VIAJES	<a href="http://www.presstour-viajes.com">www.presstour-viajes.com</a>
C&C VIAJES CONV. CONG.	<a href="http://www.convencionesycongresos.com">www.convencionesycongresos.com</a>	PROVIAS VIAJES	<a href="http://www.viajes-provias.com">www.viajes-provias.com</a>
COLUMBIA VIJES CENTRAL	<a href="http://www.viajescolumbia.com">www.viajescolumbia.com</a>	QUALITY TRAVEL (INCENT)	<a href="http://www.quality-travel.net">www.quality-travel.net</a>
COMETA VIAJES	<a href="http://www.viajes-cometa.com">www.viajes-cometa.com</a>	REMO D6	<a href="http://www.dseis.es">www.dseis.es</a>
CONTINENTAL VIAJES	<a href="http://www.viajescontinental.es">www.viajescontinental.es</a>	SANKARA	<a href="http://www.sankaraviajes.com">www.sankaraviajes.com</a>
CUTTING EDGE	<a href="http://www.cuttingedge-events.com">www.cuttingedge-events.com</a>	SBD TRAVEL SERVICE	<a href="http://www.sbdtravel.com">www.sbdtravel.com</a>
CWT MEETINGS & EVENTS	<a href="http://www.carlsonwagolit.es">www.carlsonwagolit.es</a>	SCP	<a href="http://www.scp-av.com">www.scp-av.com</a>
DIA D	<a href="http://www.diadmarketing.com">www.diadmarketing.com</a>	SEPRO EVENTS	<a href="http://www.seproevents.com">www.seproevents.com</a>
DO SAN VIAJES	<a href="http://www.dosan.com">www.dosan.com</a>	SERRA VIATGES (LUFTHANSA CC)	<a href="http://www.lcc-serra.com">www.lcc-serra.com</a>
DOCTAFORUM	<a href="http://www.doctaforum.com">www.doctaforum.com</a>	SITTIS IMS	<a href="http://www.sittis.com">www.sittis.com</a>
DOUBLE E	<a href="http://www.doublee.es">www.doublee.es</a>	SKYLINE EVENTOS	<a href="http://www.skylineeventos.com">www.skylineeventos.com</a>
DYNAMIC & PARTNERS	<a href="http://www.dynamic-partners.es">www.dynamic-partners.es</a>	SPAIN EVENTS	<a href="http://www.spainevents.com">www.spainevents.com</a>
EBENT COMUNC. INT.	<a href="http://www.ebent.es">www.ebent.es</a>	SPONSORSHIP GROUP	<a href="http://www.sponsorship-group.com">www.sponsorship-group.com</a>
EL CORTE INGLÉS VIAJES	<a href="http://www.viajeseci.es">www.viajeseci.es</a>	STOP	<a href="http://www.stop.es">www.stop.es</a>
EVENTISIMO	<a href="http://www.eventisimo.com">www.eventisimo.com</a>	TALISMAN INCENTIVOS	<a href="http://www.viajestalisman.com">www.viajestalisman.com</a>
FCM TRAVEL SOLUTIONS	<a href="http://www.es.fcm.travel/spa/home.html">www.es.fcm.travel/spa/home.html</a>	TÁVORA VIAJES Y CONGRESOS	<a href="http://www.viajestavora.com">www.viajestavora.com</a>
FELTOURS VIAJES	<a href="http://www.feltours.com">www.feltours.com</a>	TERRA CONSULTORIA E INCENTIV.	<a href="http://www.terra-consultoria.com">www.terra-consultoria.com</a>
GABINETE DE VIAJES	<a href="http://www.gabinetedeviajes.es">www.gabinetedeviajes.es</a>	THINK SMART	<a href="http://www.thinksmart.es">www.thinksmart.es</a>
GANTOUR VIAJES	<a href="http://www.gantour.com">www.gantour.com</a>	TIERRA VIVA VIAJES	<a href="http://www.tierraviva.com">www.tierraviva.com</a>
GLOBAL BUSINESS	<a href="http://www.globalbusiness.es">www.globalbusiness.es</a>	TILESA KENES SPAIN	<a href="http://www.tilesa.es">www.tilesa.es</a>
GRASS ROOTS	<a href="http://www.grg.com">www.grg.com</a>	TOP CONGRESS	<a href="http://www.topcongress.es">www.topcongress.es</a>
HALCÓN VIAJES CENTRAL	<a href="http://www.halconviajes.com">www.halconviajes.com</a>	TORRENS & FRIENDS	<a href="http://www.torrents.org">www.torrents.org</a>
HAT TRICK	<a href="http://www.hat-trick.es">www.hat-trick.es</a>	TORRES PARDO	<a href="http://www.torrespardo.com">www.torrespardo.com</a>



Organizator putovanja	Internetska stranica	Organizator putovanja	Internetska stranica
IA VIAJES GRUPO 7	www.iaviajes.com	TOURHISPAN VIAJES	www.tourhispan.com
IBERPLAN CENTRAL	www.iberplan.com	TRAVEL PARTNERS	www.travelpartners.es
IMR VIATGES	www.imrviatges.com	TRAZADO VIAJES	www.trazadoviajes.com
INCATIS	www.incatiss.cat	VALIANT TRAVEL&EVENTS	www.valianttravel.com
NIAGARA VIAJES	www.viajesniagara.com		

### Online portali za putovanja, letove, smještaj, rent-a-car

Organizator putovanja	Internetska stranica	Organizator putovanja	Internetska stranica
ATRÁPALO	www.atrapalo.com	LASTMINUTE	www.lastminute.com
COMOVIAJAR.COM	www.comovijar.com	LOGITRAVEL	www.logitravel.com
DESTINIA.COM	www.destinia.com	MUCHOVIAJE.COM	www.muchoviaje.com
E-DREAMS	www.edreams.com	PRESTIGIO VIAJES	www.viajesdenovios.com
EVASION VIAJES	www.viajesevasion.com	RUMBO	www.rumbo.es
FOROCIO.COM	www.forocio.com	TRAVELGENIO	www.travelgenio.es
HOT DOG HOLIDAYS	www.hotdogholidays.com	TRAVELBOX VIAJES	www.travelbox.es
HOTELBEDS	www.hotelbeds.com	UNSOL VIAJES	www.unsol.es
HOTELENIA.COM	www.hotelencia.com	VIAJAS.COM	www.viajas.com
JUMBOBEDS	www.jumbobeds.com	WELLCOMEBEDS.COM	www.welcomebeds.com

### Grupacije i udruge turističkih agencija

Organizator putovanja	Internetska stranica	Organizator putovanja	Internetska stranica
AIRMET	www.grupoairmet.com	¿Y SI VIAJAS?	www.ysiviajas.com
AVA	www.grupoava.com	ALMEIDA VIAJES	www.almeidaviajes.com
AVANTOURS / GRUPO AGC	www.avantours.es	CARLSON WAGONLIT	www.carlsonwagonlit.es
AVASA	www.avasa.com	CARREFOUR VIAJES	www.carrefour.es
BROKAVIA / PLANTOUR	www.plantour.es	ECUADOR VIAJES	www.viajesecuador.net
CYBAS	www.cyberagencias.com	EL CORTE INGLÉS VIAJES	www.viajeselcorteingles.es
DIT GESTIÓN	www.ditgestion.com	EROSKI VIAJES	www.viajeseroski.es
EDENIA GRUPO VIAJES	www.edeniagrupo.com	GIRAMONDO VIAJES	www.giramondo.es
EUROPA VIAJES GRUPO	www.grupoeuropa.com	IAG7 VIAJES	www.iaviajes.com
GEA GRUPO	www.grupogea.com	ILTRIDA	www.iltridaonline.com
GEFTA GRUPO	www.gefta.es	OUTLET VIAJES	www.viajes-outlet.com
L&T GRUPO	www.grupolt.com	TEJEDOR	www.viajestejedor.es
NS NEGOSERVICIOS	www.negoservicios.com	ZAFIRO TOURS	www.zafirotravels.es
OVER	www.over.es	ACAWE	www.acav.net



Organizator putovanja	Internetska stranica	Organizator putovanja	Internetska stranica
QUALITAS	www.grupoqualitas.com	CEAV	www.ceav.info
STAR VIAJES GRUPO	www.grupostar.com	FETAIVE	www.aedave.es
TEAM GROUP	www.group-team.com	OPC	www.opcmadrid.com
TRAVEL ADVISORS GUILD	www.traveladvisorsguild.com	UNAV	www.unav.ws
UNIDA	www.unida.com		

### Zračne veze Španjolska – Hrvatska u 2014.

Sve aviokompanije koje su prošle godine letjele za Hrvatsku održavaju svoje rute i u 2014. Dobra vijest jest ta da su se ipak povećali kapaciteti aviosjedala na izravnim letovima za Hrvatsku.

**Vueling** će na postojećim rutama za Dubrovnik, Split i Zagreb imati ukupno 276 naleta, što je prosječno povećanje od 9 % u odnosu na 2013.

Letovi za Dubrovnik realizirat će se od početka travnja do konca listopada i u sezoni će imati po dva leta dnevno. Kapacitet za Split povećava se za 50 % te se produžuje sezona leta. Na letovima za Zagreb, gdje ima konkurenciju Croatia Airlinesa iz Barcelone, uglavnom će održati prošlogodišnji raspored.

**Iberia** će zadržati letove iz Madrida za Dubrovnik i Zagreb u sezoni i ima prosječno povećanje kapaciteta na izravnim letovima od 19 %. Iberia na letu MAD – DVB dodaje jedan let tjedno (četvrtak), stavlja veće zrakoplove (200 pax umjesto 136) te se s promjenom tipa zrakoplova povećava kapacitet sjedala na izravnim letovima za Dubrovnik za 20 % te 18 % za Zagreb.

**Air Nostrum / Iberia Regional** zadržat će letove Madrid – Split samo u špici sezone, kada po potrebi i raspoloživosti zrakoplova stavljaju i po dva zrakoplova dnevno. Još razmišljaju o mogućnosti produženja razdoblja letenja. Izravan let iz Bilbao za Dubrovnik u špici sezone u 2014. zamjenjuje se charter-operacijom jednog organizatora putovanja iz Bilbao koji je podešen njihovim kružnim turama.

**Croatia Airlines** zadržat će letove Barcelona – Zagreb tri puta tjedno kao i do sada od kraja ožujka do konca listopada. Moguće je da u studenome nastave letjeti kao što se dogodilo i prošle godine kad su imali rotacije grupa iz Hrvatske.

YEAR	AIRLINE	ROUTE
2014	CROATIA AIRLINES	DCN – ZAG
	VUELING	BCN – DBV BCN – ZAG BCN – SPU
	IBERIA	MAD – DBV MAD – ZAG
	AIR NOSTRUM	<b>BIO – DBV</b> MAD – SPU

Još nam uvijek nedostaje izravan (po mogućnosti niskotarifni) let iz Madrida jer je opet oko 70 % sjedala iz Barcelone, mada Vueling ove godine ima puno bolje mogućnosti kombinacija letova iz drugih španjolskih gradova za Hrvatsku preko Barcelone.

Osim ovih izravnih linija te charter-letova koji su navedeni u nastavku, za dolazak u Hrvatsku koriste se i redovne linije Lufthanse, Czech Airlinesa, Austrian Airlinesa, Air Francea itd. Iz mnogih španjolskih gradova ima izravnih letova za razne destinacije u Italiji koje Španjolci također koriste za dolazak u Hrvatsku: ponajprije za Veneciju, ali i Milano, Anconu, Trst.

## Zrakoplovni čarteri u sezoni 2014.

U nastavku ističemo čarterske letove u glavnoj sezoni:

TRAVEL EUROPE				
ZRAČNA LUKA	ODLAZAK	POVRATAK	RAZDOBLJE	ZRAKOPLOV
Madrid	MAD – PUY	DBV – MAD	ponedjeljkom, 2. 6. – 20. 10. 2014.	A321 220y
Bilbao	BIO – DBV	PUY – BIO	svaka dva tjedna, ponedjeljkom: 23. 6., 7. 7., 21. 7., 4. 8., 18. 8., 1. 9.	B737-800 186y
Barcelona	BCN – DBV	PUY – BCN	svaka dva tjedna, ponedjeljkom: 30. 6., 14. 7., 28. 7., 11. 8., 25. 8., 8. 9.	B737-800 186y

Letovi kompanije Travel Europee, koje koriste razni organizatori putovanja, u 2014. zadržavaju na istoj razini broj rotacija, frekvenciju letenja te broj sjedala kao i prošle i pretprošle godine. Jedina je promjena ta da su odvojili letove iz Barcelone i Bilbaa (prošle godine jednom tjedno letjeli su BIO – BCN – DBV, tj. PUY – BIO – BCN, a ove godine svaka dva tjedna naizmjenično lete iz BCN i BIO, čime kapacitet ostaje isti). Uz ove redovne rotacije treba dodati i nekoliko specijalnih čarterskih letova koje organiziraju za tzv. „mostove“ („Puentes“ – produžene vikende kada Španjolci spoje neradni dan s vikendom), i to:

- 16. – 20. 4. MAD – DBV – MAD
- 17. – 21. 4. BCN – DBV – BCN
- 17. – 21. 4. BIO – DBV – BIO
- 13. 4. – 20. 4. MAD/DBV – PUY/MAD
- 20. 4. – 27. 4. VLC/PUY – DBV/VLC
- 27. 4. – 4. 5. MAD/DBV – PUY/MAD

Organizator putovanja Panavision ove godine organizira svoje posebne čarterske letove iz Bilbaa i Valencije za Zagreb/Dubrovnik, ali koristi i raspoložive redovne linije.

PANAVISION				
ZRAČNA LUKA	ODLAZAK	POVRATAK	RAZDOBLJE	ZRAKOPLOV
Bilbao	BIO – DBV	ZAG – BIO	nedjeljom, u srpnju, od 6. 7. do 27. 7.	/
Valencia	VLC – DBV	ZAG – VLC	nedjeljom, u srpnju, od 6. 7. do 27. 7.	/

Organizator putovanja Special Tours i ove godine organizira čarterske letove iz Valladolida za Zadar/Dubrovnik za specijalne programe za starije osobe koje podržava i subvencionira autonomna pokrajina Kastilja i Leon. Letovi se održavaju kroz šest tjedana u proljeće i u jesen. Za Hrvatsku imaju šest rotacija, putovanje traje tjedan dana. Na tim letovima 150 mjesta rezervirano je za ovaj subvencionirani program, a 36 mjesta za slobodnu prodaju.

Ove godine imamo i nove čarterske letove iz Zaragoze

za Zagreb koje je postavila grupa Globalija za specijalne subvencionirane programe preko vlade provincije Zaragoze (Diputacion de Zaragoza). Njezina aviokompanija Air Europa letjet će svaki četvrtak od 3. srpnja do 25. rujna zrakoplovom Boeing 737-800 (180 mjesta). Programe u Hrvatskoj organizira Globalijin organizator putovanja Travelplan.

Poseban čarterski let organizira se iz Madrida za festival Ultra, koji leti za Split od 10. do 16. srpnja.

# PROCJENA UDJELA TRŽIŠTA U UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU – 2014.

## Aktualni imidž Hrvatske na tržištu

Predstavništvo je izradilo SWOT analizu Hrvatske kao destinacije temeljem ankete organizatora putovanja i individualaca te temeljem sastanaka i razgovora s istima na sajmovima itd.

### Prednosti

- veliko prirodno i kulturno bogatstvo
- dobro očuvana priroda
- mogućnost kombiniranja kulturnog i odmorišnog turizma
- postupan rast interesa hrvatskih agencija za španjolsko tržište (veći interes – veća ponuda)
- sigurna, zanimljiva, egzotična i nova destinacija za ovo tržište
- blizina destinacije (2 sata i 15 minuta leta)
- budi znatiželju zbog „tajanstvenosti“ destinacije, ali i dobrih iskustava turista koji su posjetili Hrvatsku

### Ograničenja

- i dalje je Dubrovnik najpoznatija destinacija u Hrvatskoj i trebat će i dalje raditi na promidžbi drugih regija i vrsta putovanja, tj. aktivnosti
- ograničene avioveze sa Španjolskom (pogotovo utječe na segment MICE)
- ograničene avioveze ponajprije iz Madrida, a time i visoke cijene zrakoplovnih karata
- nedovoljna i skupa hotelska infrastruktura
- relativno visoke cijene općenito (u usporedbi npr. s Turskom)
- ograničena željeznička infrastruktura, zakrčenja na cesti u špici sezone, poteškoće s kupovinom karata za trajekte i katamarane
- masovni turizam od druge polovine srpnja do kraja kolovoza, pogotovo u starim gradskim jezgrama (Dubrovnik, Split itd.)
- ograničeno poznavanje specifičnih atrakcija: kulturnih zbivanja, mogućnosti aktivnog odmora, bogate gastronomske i enološke ponude itd.
- još ograničen broj osoba u turističkom sektoru sa znanjem španjolskog jezika
- nedostatak atraktivnih informacija na španjolskom jeziku, pogotovo na internetu

- relativno ograničen interes hrvatskih subjekata za potencijal španjolskog tržišta kao novoga emitivnog tržišta radi orijentacije prema klasičnim emitivnim zemljama (Njemačka, Austrija itd.)

### Mogućnosti

- porast interesa za putovanja u zemlje „Nove Europe“, interes za otkrivanjem novih/nepoznatih zemalja i kultura
- nove zračne destinacije otvaraju mogućnost daljnjeg razvoja organiziranog prometa, uključujući razvoj nautičkog turizma i specijaliziranih putovanja
- pojačane aviofrekvencije otvaraju mogućnost rasta putovanja individualaca u vlastitom aranžmanu
- daljnja ulaganja aviokompanija u destinaciju stvaraju podlogu za rast i MICE segmenta ako se postignu odgovarajući rezultati poslovanja
- diversifikacija specifičnih turističkih proizvoda u različitim segmentima: avantura, kontinent, festivali, ronjenje, eno-gastro, moto itd.
- španjolski organizatori putovanja aktivni su na tržištu Južne Amerike te njihova promidžbena djelatnost tamo utječe na povećanje dolazaka turista iz Brazila, Argentine, Čilea, Kolumbije
- usmena preporuka destinacije onih koji su posjetili Hrvatsku bilo u organiziranim kružnim putovanjima, na krstarenju ili u vlastitom aranžmanu djelotvorna je

### Opasnosti

- faktor „cijene“ bitniji je od izbora destinacije
- izrazito konkurentno okruženje (ovisno o tipu putovanja konkurencija su Turska, Grčka, Češka, općenito zemlje „Nove Europe“, Karibi)
- ograničene avioveze sa Španjolskom (pogotovo utječe na segment MICE)
- ograničene avioveze ponajprije iz Madrida, a time i visoke cijene aviokarata
- u kriznoj godini organizatori putovanja i aviokompanije nisu spremni preuzimati rizike i ulagati u nove programe/aviolinije
- poteškoće nalaženja smještaja individualaca koji putuju u vlastitom aranžmanu te za boravak kraći od jedne do tri noći u jednom mjestu mogli bi stvoriti dojam „teške destinacije“

### **Preliminarna procjena ukupnog broja dolazaka i noćenja u Hrvatskoj u 2014.**

Hrvatska će i u 2014. biti atraktivna destinacija na španjolskom tržištu. Organizatori putovanja navode kako je interes za Hrvatsku stabilan, no da su cijene previsoke za sadašnju gospodarsku situaciju. U kontekstu španjolskoga turističkog sektora u 2014. Hrvatska se dobro prodaje jer je atraktivna, mada relativno skupa destinacija zbog čega se često prodaje u *last minute* aranžmanima. Osim toga, nedostaju redovni letovi u pred i posezoni, pogotovo iz Madrida. Broj čarterskih letova sličan je prošlogodišnjem i aviokompanije su zadržale svoje rute uz manje prilagodbe tipova zrakoplova i rotacija. Mediji nas i dalje podržavaju te očekujemo daljnje reportaže o Hrvatskoj u sljedećim mjesecima što će zasigurno dati potporu prodaji za glavnu sezonu. Odlučujući faktor za izbor destinacije za godišnji odmor i ove će godine biti cijena i ekstreman *last minute* buking. Prognoze za ovu godinu za Hrvatsku relativno su slične onima iz prošle godine s obzirom na to da se raspoložive sa sličnim, tj. nešto većim brojem aviosjedala kao i u 2013. Rezultati dolazaka i noćenja Španjolaca bit će nešto bolji, procjenjujemo povećanje istih do 10 %.

### **Omjer između organiziranih i individualnih dolazaka u Hrvatsku u 2014.**

Vjerujemo da će se u 2014. zadržati omjer 60 : 40 u korist organiziranih putovanja.

### **Zastupljenost Hrvatske u programima organizatora putovanja u 2014.**

Zastupljenost Hrvatske u brošurama organizatora putovanja slična je kao i prošle godine, no veća je prisutnost i raznolikost ponude na njihovim mrežnim stranicama. Uglavnom se nude različite vrste kružnih tura, *fly & drive*, krstarenja, aktivni odmor.

### **Prognoza rezultata u 2014. od strane organizatora putovanja**

#### **Zrakoplovni čarteri u 2014.**

Kao što je navedeno ranije u ovom dokumentu, očekuje se sličan opseg poslovanja i broja putnika, no manji prihod.

**Travelplan, Transrutas i Mapatours** trenutačno su glavni organizatori putovanja s organiziranim standardnim turama za Hrvatsku koji izravno profitiraju od nestanka Iberojeta i Condora.

**Viaje El Corte Ingles / Tourmundial** u posljednjih je pet godina znatno povećao opseg prodaje za Hrvatsku te nastavlja ulaganje i drži Hrvatsku kao cjelogodišnju destinaciju.

**Politours, Panavision** zadržava slične kapacitete kao i 2012.

**Special Tours** nastao je nakon raspada Orizonije (Iberojet, Condor), radi Hrvatsku i očekuje dobre rezultate, što preko subvencioniranih programa za starije, što preko samostalne prodaje u Španjolskoj i Južnoj Americi.

#### **Autobuseri u 2014.**

Glavni španjolski autobuseri ne nude redovna putovanja za Hrvatsku.

#### **Individualci u 2014.**

Očekuje se sličan broj dolazaka i noćenja, iako je zbog povećanja broja sjedala na izravnim aviolinijama moguće da se ostvare nešto bolji rezultati.

## **2015. GODINA**

### **TURISTIČKA SEZONA 2015. – OPĆI POKAZATELJI**

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

Rezultati španjolskog tržišta ovisit će ponajprije o općem stanju u španjolskom gospodarstvu i budžetu s kojim će raspolagati španjolska kućanstva.

U zemlji sve prognoze upućuju na postupni oporavak te izlazak iz gospodarske krize. Već se sada bilježi povećanje potrošnje stanovništva u svim segmentima, uključujući putovanja u inozemstvo pa se očekuje nastavak ovog trenda i u 2015.

Nastavno na ove informacije, u 2015. procjenjujemo povećanje putovanja Španjolaca u inozemstvo za oko 5 %. Unatoč većem broju putovanja, putnicima će cijena dakako i dalje biti važan faktor za određivanje destinacije, na putovanjima će se trošiti manje, eventualno će biti nešto kraća itd.

#### **Preliminarna procjena redoslijeda omiljenih destinacija u 2015., uz usporedbu s očekivanjima za 2014.**

Za očekivati je da će i dalje najposjećenije destinacije biti one tradicionalne – bliske europske destinacije te Turska,

Grčka i Karibi. Odabir destinacije izravno će ovisiti o cijenama letova i paket-aranžmana.

#### **Prognoze organizatora putovanja za 2015. (pozitivni/negativni razlozi za promjene u odnosu na 2014.)**

Organizatori putovanja nastaviti će nuditi standardne aranžmane i destinacije, pazeći na cjenovnu konkurentnost. Za uvođenje novih programa i destinacija ograničit će se manji broj organizatora putovanja kako bi se diversificirala ponuda i privukli novi klijenti.

## **TURISTIČKA SEZONA 2015. – HRVATSKA**

#### **Okvirna procjena ukupnog broja dolazaka i noćenja u RH u 2015.**

Na završne rezultate ove sezone može se dodati oko 10 % porasta. Postotak može biti i veći, ovisno o mogućim dodatnim letovima, novom Strateškom marketinškom planu koji je u izradi, odnosno mogućem kontinuitetu predstavništva, sredstava kojima ćemo raspolagati itd.

Rezultati u 2015. isto će ovisiti o brojnim ranije navedenim čimbenicima, no ponajprije o strategiji koja će se odobriti i provesti prema španjolskim aviokompanijama:

- Iberiji za dodatne kapacitete iz Madrida te
- Vuelingu za letove iz Španjolske i Italije.

Na lokalnoj razini s njima imamo dobro suradnju, no došlo je vrijeme da se ta suradnja proširi i na regije u koje lete te ih se konkretno potpomogne, pogotovo ako se žele uvesti letovi za Pulu.

U zemlji sve prognoze upućuju na postupni oporavak te izlazak iz gospodarske krize, no već sada bilježi se povećanje potrošnje stanovništva u svim segmentima, uključujući putovanja u inozemstvo.

Putnicima će cijena dakako i dalje biti važan faktor za određivanje destinacije, pri čemu visoke cijene naših hotela u sezoni predstavljaju prepreku rastu.

Bilo bi bitno zadržati konkurentnost ponude razumnim cijenama te produženjem sezone letova iz Madrida, pogotovo ako bi bile niskotarifne.

#### **Najave zastupljenosti Hrvatske u programima organizatora putovanja (pozitivni/negativni razlozi za promjene u odnosu na 2014.)**

Nemamo podatke u ovom trenutku, no znamo da ponuda na tržištu može biti veća te da se u promidžbu Hrvatske mogu uključiti dodatni organizatori putovanja ako se ispune mjere navedene u nastavku.

Ponude za putovanja u pred i posezoni i dalje će biti ograničene uglavnom na praznike (Uskrs, svibanjski praznici, „Puentes“) i naravno ovise o mogućem produženju izravnih letova za individualne putnike. Ako bude dodatnih letova, može se očekivati porast. Španjolski organizatori putovanja imaju uglavnom kontakte s hrvatskim partnerima na kojima je da ih obavještavaju i o novostima u svojoj ponudi kako bi se ista mogla diversificirati (avantura, festivali, nautika itd.).

Ujedno vidimo da se ponude španjolskih (a i portugalskih) europskih tura (Panavision, Politours, Catai, El Corte Ingles, Mapatours, Europamundo Abreu, Nortravel itd.) koje uključuju Hrvatsku uspješno nude i prodaju u Južnoj Americi zahvaljujući širenju mreže ovih organizatora putovanja na taj kontinent, što znači da možemo očekivati porast i s tih tržišta.

Nadamo se kako će pozitivna iskustva srednjih i specijaliziranih agencija u Hrvatskoj dovesti do uvođenja Hrvatske u programe novih organizatora putovanja.

---

### Mjere koje bi u 2015. trebalo poduzeti prema mišljenju organizatora putovanja

- povećati ponudu hotelskih kapaciteta više kvalitete
  - zadržati primjerene cijene
  - nastaviti nadogradnju infrastrukture
  - povećati broj izravnih zračnih linija te dužinu sezone leta
  - osigurati izletničku ponudu (garantirana i na španjolskom jeziku)
  - osigurati dovoljno informacije o Hrvatskoj na španjolskom jeziku
  - nastaviti promidžbu Hrvatske u medijima kao atraktivne i sigurne destinacije
- proširiti i diversificirati ponudu organiziranih putovanja u Hrvatskoj po segmentima/regijama kako bi privukli onaj dio putnika koji sami organiziraju putovanja radi istovjetne ponude u aranžmanima organizatora putovanja, ali i putnika koji se vraćaju u destinaciju.

### Zaključak

Ponovno smo na uzlaznoj putanji i postotak i brzina rasta ovisit će o našoj mogućnosti ulaganja u ova tržišta, koja treba i dalje gledati kao „ulazna vrata“ turista iz Južne Amerike.