



OPĆI PODACI O TRŽIŠTU

Političko uređenje

Ujedinjeni Arapski Emirati jesu ustavna federacija sedam emirata: Abu Dhabi, Dubai, Sharjah, Ajman, Umm Al Quwain, Ras – Alkhaimah i Fujairah, koji su se prvotno ujedinili 1971., a 1972. uniji od šest emirata pridružuje se Ras – Alkhaimah. Institucije federalnog sustava jesu Vrhovno vijeće sastavljeno od sedam vladara pojedinih emirata, Vijeće ministara, Savezno nacionalno vijeće i Savezno sudstvo. Vijeće ministara i suce Saveznog sudstva izabire Vrhovno vijeće. Osim te funkcije, Vrhovno vijeće oblikuje vladinu politiku, predlaže i potvrđuje zakone i međunarodne ugovore. Funkcije predsjednika i premijera Ujedinjenih Arapskih Emirata nasljedne su, iako ih bira Vrhovno vijeće.

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

Površina

Ukupna površina iznosi 71.023,6 km², dužinom obale od 1.318 kilometara u Perzijskom i Omanskom zaljevu. Klima je pustinjska, a teren je uglavnom ravan gdje ogoljene obalne nizine prelaze u pustinjske dine, s planinama na istoku.

Najveći gradovi

Gradovi prema broju stanovnika (podaci za 2005.)

1. Dubai	1.137.347
2. Abu Dhabi	603.492
3. Sharjah	543.733
4. Al Ain	408.733
5. Ajman	226.172
6. Ras al-Khaimah	115.949
7. Umm al-Quwain	44.411
8. Khor Fakkan	33.575
9. Dibba Al-Hisn	26.395

Stanovništvo

Broj stanovnika procjenjuje se na 5.623.805 u 2013. na temelju podataka iz popisa stanovništva iz 2005. Etnički sastav stanovništva: Emirati 19 %, ostali Arapi i Iranci 23 %, etničke skupine iz južne Azije 50 %, ostalo strano stanovništvo 8 %. Status državljanina Ujedinjenih Arapskih Emirata ima manje od 20 % stanovništva .

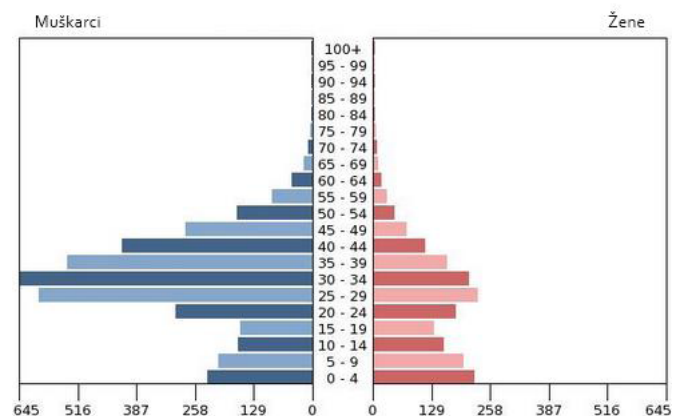


Službeni jezik jest arapski, a službena religija jest islam, koji ima udjel od 76 %, slijedi kršćanstvo s 9 % te ostale vjeroispovijesti s 15 % udjela.

U stanovništvu Ujedinjenih Arapskih Emirata znatno je veći udjel muškog stanovništva u odnosu na žensko te je omjer između broja muškaraca i žena 2 : 19. Prema udjelu u dobnoj strukturi distribucija stanovništva jest sljedeća:

- 0 – 14 godina 20,7 %
- 15 – 24 godine 13,7 %
- 25 – 54 godine 61,5 %
- 55 – 64 godine 3,1 %
- iznad 65 godina 1,0 %

Stanovništvo po dobnim skupinama



Prosječna starost stanovništva jest 30,3 godina. Prosječna dob muškaraca jest 32, a žena 25 godina. Očekivana životna dob jest 77 godina. Većina stanovništva (84,4 %) živi u urbanim područjima.

Opće karakteristike gospodarstva

Ujedinjeni Arapski Emirati imaju otvorenu ekonomiju s visokim prihodom po glavi stanovnika te ostvaruju znatne trgovinske viškove. Uspješna diversifikacija ekonomije smanjila je ovisnost BDP-a o proizvodnji nafte na 25 %. Od otkrića nafte prije više od 30 godina područje Ujedinjenih Arapskih Emirata doživjelo je transformaciju od nerazvijene i siromašne regije do moderne države s visokim životnim standardom. Vlada ulaže velika sredstva u otvaranje radnih mjesta i razvoj infrastrukture.

Slobodne trgovinske zone u zemlji privlače strane ulagače i kapital nudeći 100-postotno strano vlasništvo i nulte stope poreza.

Ekonomska kriza u 2009. dovela je do usporavanja gospodarstva na što su vlasti odgovorile povećanjem potrošnje i poboljšanjem likvidnosti bankarskog sektora. Kriza je najviše pogodila Dubai u kojem je došlo do pada vrijednosti nekretnina. Tijekom krize Dubai nije imao sredstava za pokrivanje dugovanja što je dovelo u pitanje njegove solventnosti. Centralna banka Ujedinjenih Arapskih Emirata, banke iz Abu Dhabia i emirat Abu Dhabi posudile su novac za pokrivanje dugova Dubajja. Ovisnost o nafti, velika strana radna snaga i rastući inflatorni pritisak važni su dugoročni izazovi za ekonomiju UAE-a.

Osnovni gospodarski pokazatelji

	2010.	2011.	2012.	2013.	2014.	2015.
Stopa rasta BDP	1,7	3,9	4,4	4,8	4,4	4,2
BDP po glavi stanovnika (PPP)	27.520	28.300	29.176	30.122	30.985	31.897
Stopa inflacije	0,9	0,9	0,7	1,1	2,3	2,5
Stopa nezaposlenosti*	4,0	4,0	3,8			
Indeks potrošačkih cijena**	114,1	115,7	116,5	117,5	119,8	

Izvor: Sve IMF, 2014., osim * Svjetska banka, 2014.

Prema podacima Credite Suisse broj stanovnika UAE-a koji imaju imovinu veću od 1.000.000 američkih dolara u 2012. iznosio je 43.000, dok je više od jednog

milijuna stanovnika imalo imovinu veću od 100.000 američkih dolara što predstavlja svakog petog stanovnika UAE-a.

MEDIJI I OGLAŠAVANJE NA TRŽIŠTU

Middle East Broadcasting Center (MBC) vodeća je medijska mreža u UAE-u pokrenuta u Londonu 1991. te preseljena u Dubai 2002. Mreža ima deset slobodnih satelitskih kanala s informativnim i zabavnim sadržajima te *online* platforme:

- <http://mbc.net>
- <http://alarabiya.net>
- <http://shahid.net> (prva arapska platforma koja pruža uslugu video na zahtjev)
- <http://actiona.net>

MBC ima gledateljstvo veće od 100 milijuna ljudi na području od Maroka do Iraka s udjelom od 45 % gledanosti u Saudijskoj Arabiji.

Lokalni TV programi u Dubaiju, poput Dubai One, postaju popularni, a naročito informativni program Emirates News i dnevna *lifestyle* emisija Studio One.

Novine se u UAE-u još uvijek smatraju najvjerodostojnijim izvorom informacija te su vrlo čitane kako kod lokalnog stanovništva tako i kod stranih doseljenika. Međutim, s većinom stanovništva u dobi ispod 30 godina internet raste strelovitom brzinom. Kod tiska postoji podjela na arapske i novine na engleskom jeziku. Novine na engleskom jeziku doživljavaju se kao naprednije u produkciji i sadržaju, dok se novine na arapskom drže lokalnih tema te prenose informacije novinskih servisa.

Novine na engleskom jeziku

- The Arabian Post (Dubai)
- The Gulf Time (Abudhabi)
- 7days (Dubai)
- Emirates 24/7 (Dubai)
- Gulf News (Dubai)
- The Gulf Today (Dubai)
- Khaleej Times (Dubai)
- Sport360 (Abu Dhabi)
- The National (Abu Dhabi)
- XPRESS (Dubai)
- Dubai Standard (Dubai)

Novine na arapskom jeziku

- Akhbar Al Arab (Abu Dhabi)
- Al Watan newspaper (Abudhabi)
- Al Bayan (Dubai)
- Al Fraj (Abu Dhabi)
- Al Ittihad (Abu Dhabi)
- Al Khaleej (Sharjah)
- Al Wahda (Abu Dhabi)
- Emarat Al Youm (Dubai)
- Al Waseet (Abu Dhabi)
- Awraq

Prema podacima BPA (bpaww.com) u 2012. tjednici s najvećom nakladom u UAE-u

- Abu Dhabi Week (81.795)
- Xpress (55.273)
- Time Out Dubai (30.254)

Mjesečnici s najvećom nakladom

- Open Skies (89.396) – *inflight* magazin
- What's On (30.097)
- Concierge Magazine (25.971) – luksuzni hotelski časopis
- Kanoo World Traveller (23.120) – časopis o putovanjima
- Inside Out (21.007) – časopis o unutarnjem uređenju
- Gulf Business (20.653) – poslovni časopis

Dnevnici na arapskom jeziku

- Al Khaleej
- Al Bayan UAE
- Emarat Al Youm
- Al Ittihad Newspaper, UAE
- Khaleej Times
- Gulf News Online

- The National – dnevne novine na engleskom jeziku
- Emirates News 24|7 – poslovne novine
- Arab Eastern Newspaper
- Mumtazz – tjednik
- Xpress Newspaper – dnevnik
- 7 Days – dnevnik na engleskom jeziku
- Sport 360 – sportski dnevnik na engleskom
- Al-Roya Al-Eqtisadiya – dnevnik
- Akhbar Al-Arab

UNWTO-ova publikacija donosi pregled medija u UAE-u

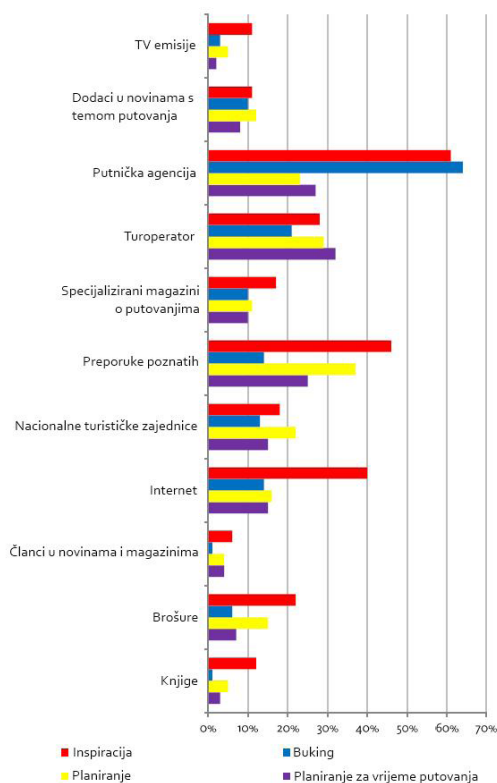
- Broj dnevnika – 14
 - Ukupna naklada dnevnika – 1,1 milijun
 - Ukupna penetracija televizije – 84 %
 - satelitska 48 %
 - kabelska 47 %
 - IPTV 13 %
 - Penetracija širokopojasnog interneta – 69 %
 - Penetracija mobilne telefonije – 231 %
 - Najčitanije novine: Al Khaleej, Gulf News, Al Ittihad,
- Emarat Al Youm, Al Bayan, Khaleej Times
 - Najčitaniji časopisi: Kull Al Usra, Zahrat Al Khaleej, Friday, Al Sada, Sayidaty, Weekend
 - Najgledaniji televizijski programi: MBC 2, MBC 1, MBC 4, Abu Dhabi Al Oula, Al Jazeera, Dubai Sports
 - Popularne internetske stranice:
 - Google.ae
 - Facebook Arabic
 - Yahoo Maktoob
 - YouTube

2013. GODINA

PROFIL EMITIVNOGA TURISTIČKOG TRŽIŠTA

Destinacija	2008.	2009.	2010.	2011.	2012.	% promjene	% udjel
Saudijska Arabija	1.613.574	1.889.187	1.957.613	1.531.429	861.735	- 43,7	41,3
Ujedinjena	231.735	246.260	213.000	241.000	256.400	6,4	12,3
Tajland	116.664	119.450	140.884	149.873	163.604	9,2	7,8
Italija	71.516	80.049	95.716	62.256	73.776	18,5	3,5
SAD	48.564	51.472	55.425	63.415	72.949	15,0	3,5
Katar			62.619	86.380	67.413	- 22,0	3,2
Singapur	51.170	49.529	56.476	62.736	65.552	4,5	3,1
Švicarska				47.267	59.998	26,9	2,9
Australija	41.132	44.130	48.774	45.001	50.535	12,3	2,4
Kuvajt	36.355	41.763	45.957	45.659	49.458	8,3	2,4
Turska	19.615	21.965	30.432	35.492	47.962	35,1	2,3
Indija	63.502	47.234	45.482	66.383	41.664	- 37,2	2,0
Egipat	53.552	49.578	53.815	24.661	27.034	9,6	1,3
Kanada	23.837	23.904	25.000	27.378	27.026	- 1,3	1,3
Malezija	34.994	22.108	25.645	24.212	18.233	- 24,7	0,9

Koji su način organiziranja odmora / bukiranja preferirali turisti prilikom odlaska na godišnji odmor



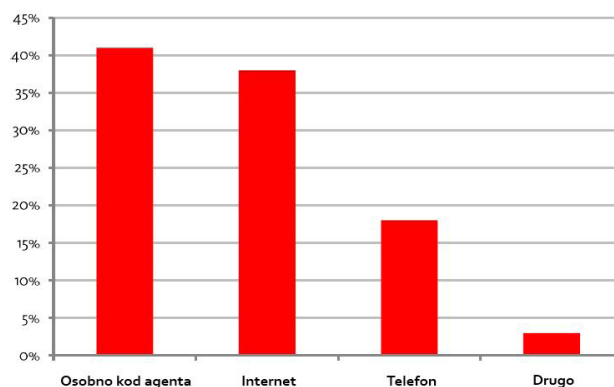
Prema istraživanju VisitBritain iz 2012. najvažniji izvori informiranja za turiste iz UAE-a u fazi inspiracije jesu putničke agencije, preporuke poznatih, internet i brošure turističkih destinacija.

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

U fazi bukiranja daleko najvažniji izvor informiranja jesu putničke agencije.

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

Koji su način organiziranja odmora / bukiranja preferirali turisti prilikom odlaska na godišnji odmor



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

Kada govorimo o razlozima putovanja turista iz UAE-a, UNWTO donosi podatak iz 2009. o udjelima različitih vrsta putovanja pa tako najveći postotak turista iz UAE-a putuje kako bi posjetilo rodbinu ili prijatelje (36 %), otputovalo na odmore (33 %) te na poslovna putovanja (24 %).

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

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

Preferencije turista s obzirom na vrstu smještaja

Turisti iz UAE-a preferiraju bolje smještajne kapacitete, hotele s pet ili četiri zvjezdice te bogato opremljene vile ili apartmane. Neke uočene preferencije turista iz arapskih zemalja jesu: apartmani i smještaj s povezanim sobama; na odmoru vole pripremati svoje obroke te preferiraju apartmane s više prostorija i soba; ne vole odsjedati u hotelima koji se nalaze u centrima noćnog života; preferiraju hotele s četiri ili pet zvjezdica, naročito uz obalu ili u *resortima*; preferiraju pogled na more.

Razrada odmorišnog segmenta

S obzirom na to da putuju s članovima obitelji, na odmoru preferiraju aktivnosti koje uključuju sve članove obitelji, poput šetnje i uživanja u atmosferi destinacije, opuštanja, uživanja u ponudi hotela/*resorta*, kupnje, gastronomije, odlaska na plažu, razgledavanja znamenitosti i posjeta tematskim parkovima.

Prosječni budžet/potrošnja po putovanju

Arapski turisti puno troše i na putovanjima vole kupovati. Pri kupnji preferiraju velike trgovačke centre, a najčešće kupuju kozmetičke proizvode, odjeću i donje rublje te obuću i nakit, zlatni i srebrni.

Pregled organizatora putovanja na tržištu

Internetska stranica Arabian Travel News donosi u 2012. pregled prvih 25 putničkih agencija na Bliskom istoku. Donosimo agencije iz njihova pregleda koje djeluju na području UAE-a:

- Abu Dhabi Travel Bureau
- Airlink International
- Al Arabi Travel Agency – luksuzni
- Al Rais Travel – odmori
- Al Rostamani Travel And Holidays – odmori
- Ats Travel
- Belhasa Travel
- Dnata Travel
- Kanoo Travel – poslovni

- Omeir Travel
- Orient Travel
- Sharaf Travel Services
- Sntta Group
- Travel Counsellors
- Utravel – luksuzni/poslovni
- Wings Travel Management

Neke agencije iz UAE-a s ponudom programa za Hrvatsku

- <http://www.flightcentre.ae/tours/croatia/1564510>
- www.travelcounsellors.ae/anne-marie.doumet/offers/pearl-of-the-adriatic-cruise
- <http://www.viadubaitravels.ae/tours/explore-croatia/1>
- <http://www.wilddiscovery.com.lb/Result.aspx?Criteria=Destination&IDCountry=48> (lb adresa iako pokrivaju i UAE)

Strukovna udruženja

- Dubai Tour and Travel Agents Group
- Abu Dhabi Travel and Tourism Agencies Committee
- Sharjah Travel Agents Association

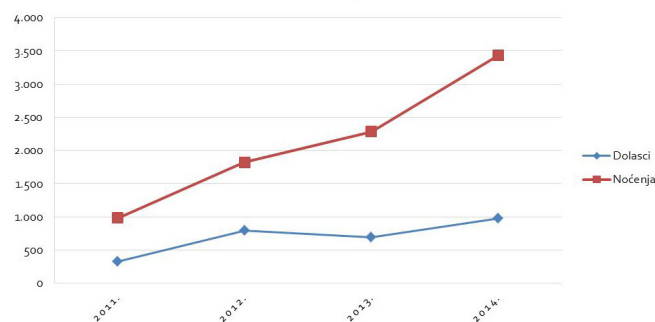
Stručne publikacije

- Arabian Travel News
www.itp.com
- Hotelier Middle East (digital)
www.hoteliermiddleeast.com
- Travel & Tourism News (TTN)
www.ttnworldwide.com
- Business Traveller Middle East
www.motivatepublishing.com
- Travel Trade Gazette MENA
www.ttgmena.com
- Travel Trade Weekly (TTW) (digital)
www.traveltradeweekly.travel
- Travel Trade Monthly (TTM) (print)
www.traveltradeweekly.travel

UDJEL TRŽIŠTA U UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU – 2013.

Prema podacima DZS-a turisti iz UAE-a ostvarili su u 2014. oko 1000 dolazaka i nešto manje od 3500 noćenja. Najviše dolazaka turista iz UAE-a bilježi grad Zagreb (oko 50 % udjela u dolascima te 44 % u noćenjima), što se djelomično može pripisati putovanjima zbog poslovnih razloga. Nakon Zagreba po ostvarenom turističkom prometu slijedi Split-sko-dalmatinska županija (18 % udjela u dolascima i noćenjima) te Dubrovačko-neretvanska županija (12 % udjela u dolascima i 13 % u noćenjima). S prosječnim trajanjem boravka na pojedinim hrvatskim destinacijama koji iznosi 3,1 dan, možemo pretpostaviti da su turisti iz UAE-a slični drugim dalekim tržištima s kojih turisti primarno kružno putuju Hrvatskom, na ruti Zagreb – Split – Dubrovnik.

Dolasci i noćenja turista iz UAE u razdoblju 2011. – 2014.



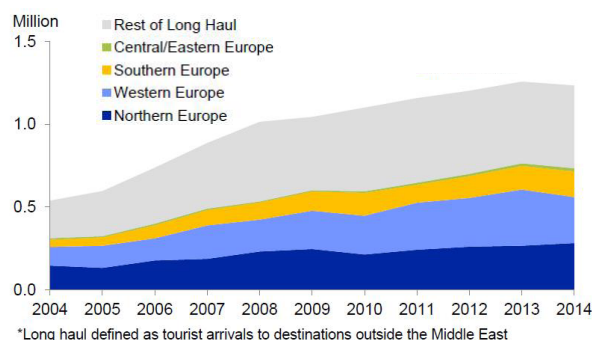
2014. GODINA

PROFIL EMITIVNOGA TURISTIČKOG TRŽIŠTA

Procjena ukupnih odlazaka na godišnji odmor u inozemstvo

ETC u European Tourism in 2014: Trends & Prospects iz srpnja 2014. donosi predviđanje da će veličina emitivnog tržišta UAE-a u 2014. iznositi, u apsolutnim brojkama, oko 2.551.000 turista, od čega će 48,4 % biti ostvareno na destinacijama izvan Bliskog istoka (*long haul* destinacije). Udjel turista iz UAE-a koji će posjetiti Europu iznosi 28,8 %, odnosno oko 735.000 turista. Unutar tržišta Europe najveći dio odlazi na putovanja u zemlje zapadne i sjeverne Europe, dok južna Europa (u kojoj se nalazi i Hrvatska) može očekivati udjel od 6,1 % turista iz UAE-a.

UAE *long haul* emitivno tržište



Izvor: Tourism Economics