



ŠVICARSKA

PROFIL EMITIVNOG TRŽIŠTA - IZDANJE 2025.



SADRŽAJ

OPĆI PODACI O TRŽIŠTU	3
MEDIJI I OGLAŠAVANJE NA TRŽIŠTU	11
PROFIL EMITIVNOG TURISTIČKOG TRŽIŠTA U 2023. i 2024. GODINI	16
PREGLED ORGANIZATORA PUTOVANJA NA TRŽIŠTU	23
DOPRINOS TRŽIŠTA UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU	26
REZULTATI 2024. PREMA SUSTAVU eVISITOR (svi kapaciteti)	27
TURISTIČKA SEZONA 2025. – OPĆI POKAZATELJI I NAJAVE	33
TURISTIČKA SEZONA 2025. – HRVATSKA	35

OPĆI PODACI O TRŽIŠTU

Službeni naziv

Švicarska Konfederacija

Političko uređenje

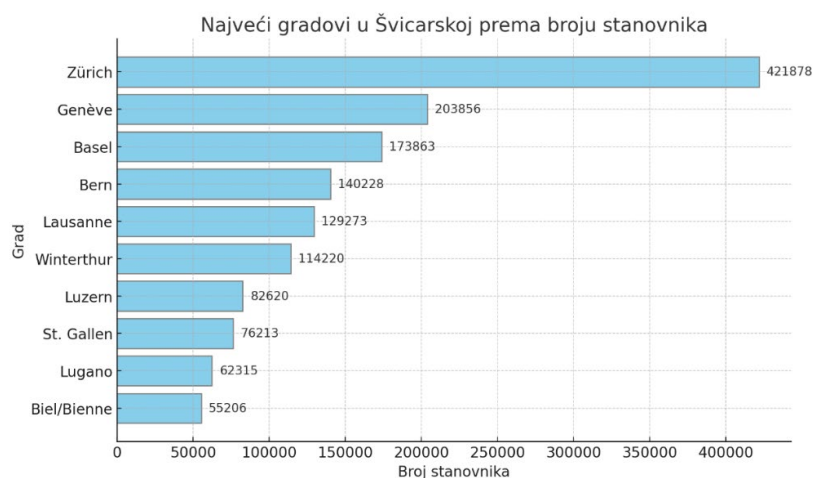
Švicarska je savezna država s 26 kantona, od kojih svaki uživa visok stupanj autonomije, posebno u donošenju zakona u područjima kao što su obrazovanje, zdravstvo i porezna politika. Temelj švicarskog političkog sustava je spoj federalizma i direktne demokracije, čime se osigurava visok stupanj uključenosti građana u odlučivanje. Glavni grad Švicarske je Bern, dok najveći gradovi, poput Züricha i Ženeve, služe kao ključna financijska i diplomatska središta. Zürich je međunarodno financijsko središte, dok Ženeva služi kao sjedište mnogih međunarodnih organizacija, uključujući Ujedinjene narode.

Službeni jezik: njemački, francuski, talijanski i retoromanski

Površina, geografske i klimatske karakteristike

Švicarska zauzima površinu od približno 41.285 km² te je karakteriziraju tri glavne regije: planine Alpa, središnja visoravan i masiv Jure. Ove regije ne samo da pridonose raznolikim klimatskim uvjetima, već i čine Švicarsku privlačnim odredištem za turiste zainteresirane za zimske sportove, planinarenje i prirodne ljepote. Klima se razlikuje po regijama: Alpe imaju hladne zime s puno snijega, što je idealno za zimske sportove, dok je središnja visoravan blažeg podneblja, čineći ju atraktivnom za cjelogodišnji turizam. ¹

Najveći gradovi



¹ <https://www.bfs.admin.ch/asset/de/30526323>

Stanovništvo

Prema podacima Švicarskog saveznog ureda za statistiku (BFS), procijenjeno stalno stanovništvo Švicarske na kraju 2024. godine iznosi približno 9 milijuna ljudi. Ova procjena temelji se na kontinuiranom rastu stanovništva zabilježenom posljednjih godina.

Demografska struktura prema dobi i spolu

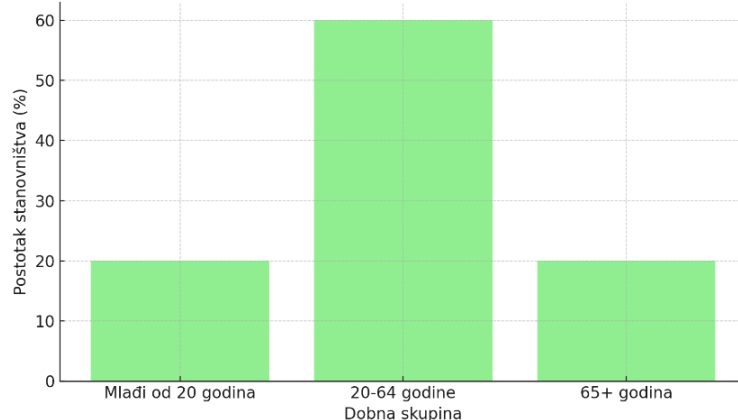
Dobna struktura:

- Osobe mlađe od 20 godina čine oko 20% stanovništva.
- Osobe u dobi od 20 do 64 godine čine približno 60%.
- Osobe starije od 65 godina čine oko 20%.

Spolna struktura:

- Žene čine oko 50,4% stanovništva.
- Muškarci čine oko 49,6%.
-

Procijenjena demografska struktura stanovništva Švicarske za 2024. godinu (prema BFS podacima)



Ovi podaci ukazuju na trend starenja populacije, s povećanjem udjela starijih osoba, što ima značajne implikacije na socijalne i ekonomske aspekte zemlje. Na primjer, veći broj starijih građana može povećati potražnju za zdravstvenim i socijalnim uslugama te utjecati na javne financije.

Švicarska ima značajan udio stranaca – gotovo 25 % ukupnog stanovništva – što doprinosi njezinoj kulturnoj i gospodarskoj raznolikosti. Ova demografska raznolikost može potaknuti i interes za posjetu raznim destinacijama, uključujući Hrvatsku, kao zemlju koja nudi kulturno bogatstvo i raznovrsne turističke sadržaje prilagođene različitim interesima.

Demografske projekcije Federalnog zavoda za statistiku (BFS) predviđaju nastavak rasta populacije, uz smanjenje prirodnog priraštaja i stabilizaciju migracijskih tokova u nadolazećim

godinama. Takav rast podržan migracijama može dodatno osnažiti multikulturalni karakter zemlje i potaknuti potražnju za međunarodnim putovanjima.²

Opće karakteristike gospodarstva

Švicarska se ubraja među najrazvijenije i najstabilnije ekonomije u svijetu, s naglašenom specijalizacijom u financijskim uslugama, farmaceutskom sektoru i visokoj tehnologiji. Zemlja ima reputaciju visokokvalitetnih proizvoda i inovativnih rješenja, zbog čega je međunarodno priznata i ekonomski konkurentna. Unatoč vanjskim izazovima, poput globalne gospodarske nestabilnosti, švicarsko gospodarstvo ostaje snažno zahvaljujući diversifikaciji i inovativnosti, a zemlja nastavlja privlačiti međunarodna ulaganja zbog povoljnog poslovnog okruženja i stabilne političke situacije.

Projekcije za 2024. predviđaju skromniji rast od 1,1%, što je posljedica globalnih gospodarskih neizvjesnosti i smanjenih investicija, posebno u sektorima koji su osjetljivi na fluktuacije u izvozu. Međutim, stabilna domaća potrošnja i visoki životni standard omogućuju održavanje potražnje za turističkim putovanjima, uključujući posjete Hrvatskoj kao popularnoj destinaciji za odmor. Ova potražnja temelji se na činjenici da Švicarci tradicionalno ulažu u kvalitetne usluge i autentična iskustva, što Hrvatsku čini privlačnim izborom.

Očekivani oporavak u 2025. godini, s projekcijom rasta od 1,6%, mogao bi dodatno pozitivno utjecati na putovanja i turizam, budući da će snažnije gospodarstvo povećati raspoloživi dohodak i potaknuti daljnji interes za međunarodna putovanja. Ključne industrije, poput financijskog i farmaceutskog sektora, također mogu indirektno doprinijeti poslovnom turizmu, s Hrvatskom kao atraktivnim izborom za poslovne konferencije, seminare i incentive programe.³

Bruto domaći proizvod (BDP)

Švicarska ostvaruje izuzetno visok BDP po stanovniku, koji iznosi oko 85.000 CHF, što je jedan od najviših u Europi i svijetu. Ova visoka razina BDP-a reflektira visoku produktivnost, životni standard te stabilne radne uvjete, koji omogućuju stanovništvu značajan raspoloživi dohodak za međunarodna putovanja i turističke aktivnosti. Visok životni standard također ukazuje na opću ekonomsku stabilnost koja privlači strane investicije i podržava turističku potrošnju.

U 2024. godini, unatoč visokim vrijednostima BDP-a, predviđa se rast ispod povijesnog prosjeka zbog slabije globalne potražnje i izazova u ključnim izvoznim sektorima, poput farmaceutskog sektora i visokih tehnologija. Ovo usporavanje prvenstveno se pripisuje globalnoj gospodarskoj nesigurnosti i smanjenju potrošnje u inozemstvu, što utječe na izvozno orijentirana poduzeća.

Ipak, stabilna kupovna moć švicarskih građana i dalje može održati potražnju za putovanjima, a Hrvatska se pritom ističe kao atraktivna destinacija za odmor zbog svoje kulturne ponude,

² <https://www.bfs.admin.ch/bfs/en/home/statistics/population.html>

³ https://www.oecd-ilibrary.org/economics/oecd-economic-surveys-switzerland-2024_070d119b-en

prirodnih ljepota i turističke infrastrukture. Uz očekivani oporavak globalne ekonomije u 2025. godini, švicarski BDP trebao bi zabilježiti rast, što bi moglo dodatno povećati potražnju za međunarodnim putovanjima. Ovaj rast će biti potaknut izvoznim sektorima te sve većim investicijama u istraživanje i razvoj, što doprinosi konkurentnosti Švicarske na globalnoj razini i potencijalno povećava interes za posjete međunarodnim destinacijama poput Hrvatske. ⁴

Prognoze Švicarska (promjene u %) ⁵

	2024.		2025.	
BDP	1.2	(1.2)	1.6	(1.7)
Privatna potrošnja	1.5	(1.3)	1.5	(1.4)
Državna potrošnja	1.5	(0.5)	1.1	(0.2)
Građevinske investicije	0.5	(0.1)	1.9	(1.9)
Kapitalna dobra	-2.0	(-0.7)	3.1	(3.5)
Izvoze	4.3	(3.6)	3.1	(3.6)
Uvozi	3.3	(3.4)	3.7	(4.0)
Ekvivalentno puno radno vrijeme	1.4	(1.2)	1.2	(1.1)
Stopa nezaposlenosti u %	2.4	(2.4)	2.6	(2.6)
Nacionalni indeks potrošačkih cijena	1.2	(1.4)	0.7	(1.1)

Nezaposlenost

Švicarsko tržište rada poznato je po niskoj stopi nezaposlenosti i visokoj radnoj produktivnosti, čime se ističe među najstabilnijim radnim okruženjima u Europi. Trenutna stopa nezaposlenosti od 2,3% za 2024. godinu ukazuje na stabilnost tržišta rada, uz neznatne promjene u predviđanjima za 2025. godinu. Ova stabilnost, uz sigurnost radnog mjesta, omogućuje švicarskim građanima visoku kupovnu moć, što pozitivno utječe na njihov interes za međunarodna putovanja i turističke aktivnosti. Na temelju ovih čimbenika, Švicarska ostaje jedno od rijetkih tržišta gdje potrošačka moć i dalje podržava visoke stope međunarodnih putovanja.

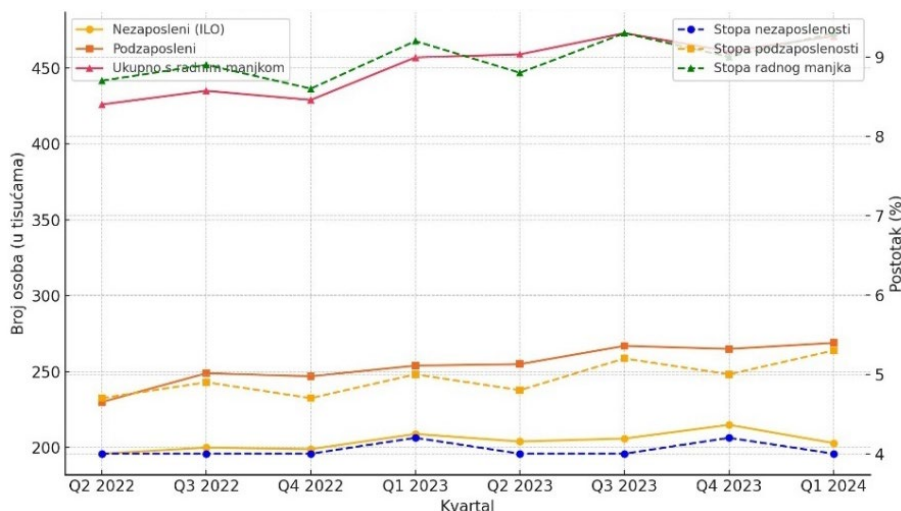
Švicarsko tržište rada pokazuje otpornost na globalne ekonomske promjene zahvaljujući prilagodljivosti, kontinuiranim ulaganjima u obrazovanje i visokim standardima zapošljavanja. Stoga se očekuje da će Švicarci zadržati sklonost putovanjima, što može pozitivno utjecati na hrvatski turistički sektor, posebno tijekom ljetne sezone kada Hrvatska bilježi najveći broj švicarskih turista. Značajne fluktuacije u zaposlenosti nisu očekivane čak ni u svjetlu globalnih ekonomskih izazova, što dodatno doprinosi stabilnosti potrošačkih trendova i interesu za putovanja. ⁶

⁴ <https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/arbeit-erwerb/erwerbslosigkeit-unterbeschaeftigung.assetdetail.23506682.html>

⁵ <https://www.seco.admin.ch/seco/de/home/wirtschaftslage---wirtschaftspolitik/Wirtschaftslage/konjunkturprognosen.html#:~:text=Quartals%20revidiert%20die%20Expertengruppe%20Konjunkturprognosen,Juni%3A%201%2C5%20%25>

⁶ <https://www.admin.ch/gov/en/start/documentation/media-releases.msg-id-99360.html>

Podaci o nezaposlenosti po kvartalima



Prosječna plaća

Prema podacima Saveznog zavoda za statistiku (BFS), medijalna bruto mjesečna plaća u Švicarskoj iznosila je 6.788 švicarskih franaka u 2022. godini.⁷ Ovaj iznos predstavlja srednju vrijednost plaća, što znači da polovica zaposlenih zarađuje više, a polovica manje od tog iznosa. Prema portalu Talent.com, prosječna godišnja bruto plaća u Švicarskoj za 2024. godinu procijenjena je na 78.000 švicarskih franaka, što odgovara prosječnoj mjesečnoj plaći od 6.500 franaka.⁸ Važno je napomenuti da se plaće razlikuju ovisno o sektoru, regiji i razini obrazovanja. Na primjer, u financijskom sektoru prosječne plaće su više nego u ugostiteljstvu. Također, veći gradovi poput Züricha i Ženeve bilježe više prosječne plaće u usporedbi s ruralnim područjima.

Troškovi života u Švicarskoj također su među najvišima u svijetu, što utječe na stvarnu kupovnu moć stanovnika. Prema UBS-ovoj studiji iz 2018. godine, Zürich i Ženeva su među najskupljim gradovima, ali također imaju visoku kupovnu moć zahvaljujući visokim plaćama.⁹

Stopa inflacije

Inflacija u Švicarskoj ostaje niska u usporedbi s mnogim europskim zemljama, što pridonosi očuvanju kupovne moći stanovništva i podržava njihov interes za putovanja i turističke aktivnosti. Za 2024. godinu inflacija se predviđa na oko 1,8%, uz projekcije za blago smanjenje na 1,1% u 2025. godini, zahvaljujući mjerama Švicarske narodne banke, koje uključuju kontrolu kamatnih stopa i prilagodbu monetarne politike kako bi se održala financijska stabilnost.

Zadržavanje niske inflacije ima pozitivan učinak na odluke o putovanjima, budući da stabilne cijene podržavaju raspoloživi dohodak za međunarodne destinacije, uključujući Hrvatsku kao omiljenu destinaciju za švicarske turiste. Stabilna inflacija osigurava i predvidljivost u osobnim financijama, što dodatno potiče interes za putovanja. Iako cijene energije i najamnine ostaju

⁷ <https://www.srf.ch/news/schweiz/loehne-in-der-schweiz-so-viel-verdienen-schweizerinnen-und-schweizer>

⁸ <https://ch.talent.com/salary?job=2024>

⁹ <https://www.srf.ch/news/schweiz/loehne-in-der-schweiz-so-viel-verdienen-schweizerinnen-und-schweizer>

osjetljive na promjene, očekuje se da će stabilizirajuće mjere ublažiti inflatorni pritisak u narednim godinama, stvarajući povoljnije uvjete za potrošače.

Ova inflatorna stabilnost pozitivno utječe na međunarodni turizam, budući da se održava kupovna moć koja podržava potrošnju na putovanjima i turističke aktivnosti. Za Hrvatsku kao popularno odredište, to znači kontinuiranu posjetu švicarskih turista koji i dalje mogu ulagati u kvalitetne turističke usluge.¹⁰

Prosječna godišnja inflacija u Švicarskoj¹¹

Godina	05/24.	06/24.	07/24.	08/24.	09/24.	10/2024.
promjena u %	0.3	0,0	- 0.2	0.0	- 0.3	- 0,1

Vanjskotrgovinska bilanca

Švicarska tradicionalno ostvaruje značajan trgovinski višak, zahvaljujući snažnom izvozu u sektorima visoke tehnologije i farmaceutskih proizvoda. U 2023. godini farmaceutski sektor činio je više od 38% ukupnog švicarskog izvoza, s vrijednošću većom od 99 milijardi CHF. Najveći tržišni partneri za farmaceutske proizvode su Sjedinjene Američke Države, Njemačka i Japan, pri čemu su Sjedinjene Države najvažnije odredište s vrijednošću izvoza od oko 28,2 milijarde CHF. Ovaj izvozni uspjeh odražava visoku tehnološku specijalizaciju Švicarske i njenu globalnu važnost u farmaceutskom sektoru.

Osim farmaceutike, švicarski izvoz uključuje visokotehnološke proizvode poput znanstvenih instrumenata i luksuznih proizvoda, poput satova, što dodatno doprinosi gospodarskoj stabilnosti. Stabilan izvoz ovih proizvoda omogućuje Švicarcima značajnu kupovnu moć koja podržava međunarodna putovanja i potrošnju na luksuzne usluge. Švicarska bilježi kontinuiran rast izvoza luksuzne robe, posebno satova, koji su iznimno traženi na tržištima kao što su SAD i Japan. Ova snažna potražnja za visokokvalitetnim proizvodima ukazuje na preferenciju Švicaraca prema premium uslugama, što može povećati interes za luksuzne i premium destinacije poput Hrvatske, koja postaje sve popularnija među švicarskim turistima.

Međutim, u 2024. godini došlo je do blagog usporavanja potražnje za luksuznim proizvodima u Kini i Hong Kongu, što je utjecalo na smanjenje izvoza u ovom segmentu. Ovaj pad odražava promjenjivu potražnju na azijskom tržištu, koja može utjecati na švicarski izvoz, ali se očekuje stabilizacija u nadolazećim godinama.

Na strani uvoza, Švicarska najviše uvozi farmaceutske proizvode, energiju i prehrambene proizvode. Glavni trgovinski partneri za uvoz su Njemačka, Italija i Slovenija. Uvoz farmaceutskih proizvoda dosegao je vrijednost od 48,5 milijardi CHF, čime je Švicarska postala treći najveći uvoznik farmaceutskih proizvoda u svijetu. Ova ovisnost o uvozu energenata i

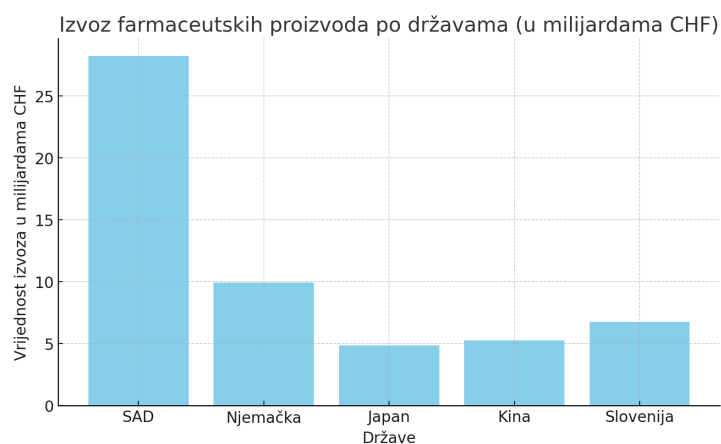
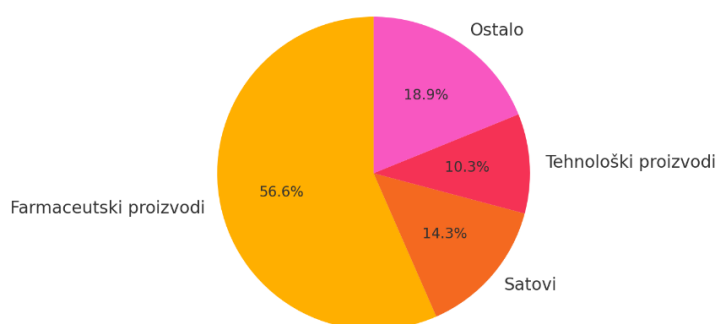
¹⁰ <https://www.seco.admin.ch/seco/en/home/wirtschaftslage---wirtschaftspolitik/Wirtschaftslage/konjunkturprognosen.html>

¹¹ <https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/preise/landesindex-konsumentenpreise/indexierung.html>

farmaceutskih proizvoda ukazuje na važnost međunarodne trgovinske mreže koja podržava švicarsku ekonomsku stabilnost.

Švicarski trgovinski suficit u 2024. godini bilježi manji pad zbog smanjenja izvoza u određenim sektorima, ali i dalje ostaje među najvišima u svijetu. Ova stabilna bilanca omogućuje Švicarskoj snažnu ekonomsku poziciju i osigurava potrošačku moć koja podržava međunarodna turistička putovanja.¹²

Izvoz Švicarske po sektorima (u milijardama CHF)



Procjena daljnjeg gospodarskog stanja u ostatku 2024. te u 2025. godini

Za 2024. godinu predviđa se rast BDP-a od 1,1%, dok bi u 2025. godini trebao doseći 1,6%. Ovaj rast podržan je stabilnim domaćim tržištem rada, uz nisku nezaposlenost koja se predviđa na oko 2,5% u 2025. godini, te povećanom potrošnjom u sektorima usluga i tehnologije. Stabilnost domaćeg tržišta rada i kupovne moći dodatno jača povjerenje potrošača, što rezultira povećanom domaćom potrošnjom, posebno u sektorima usluga. Očekuje se da će ovaj trend pozitivno utjecati na turistički sektor, uključujući međunarodna putovanja i

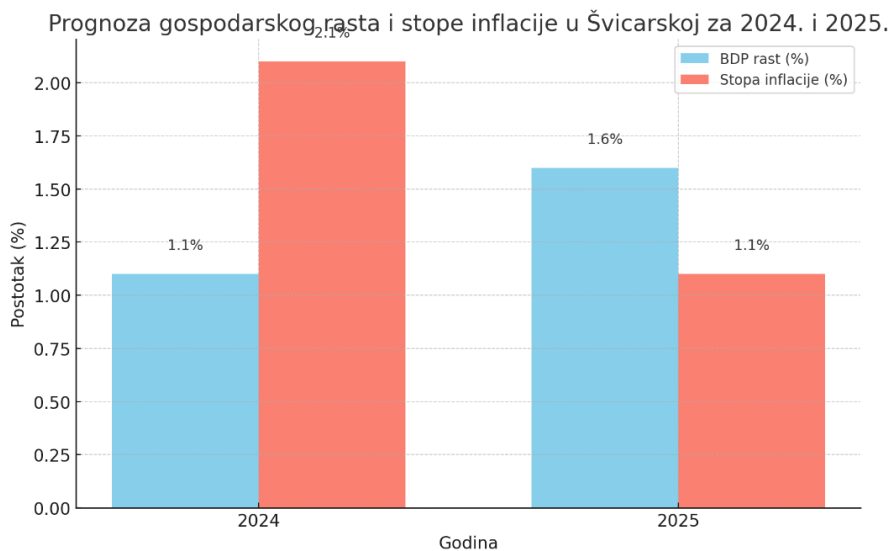
¹² <https://tradingeconomics.com/switzerland/balance-of-trade>

potražnju za luksuznim destinacijama poput Hrvatske, koja nudi bogatu turističku ponudu i autentična iskustva.

Ključni doprinos gospodarskom rastu dolazi od stabilne domaće potražnje, dok globalna potražnja ostaje podložna promjenama zbog slabije ekonomske aktivnosti u važnim trgovinskim partnerima poput Njemačke i Kine. Iako globalno tržište ostaje varijabilno, švicarska ekonomija ima dovoljno stabilne temelje da podrži turističke aktivnosti i održi interes za međunarodna putovanja.

Inflacija, koja bi u 2024. trebala iznositi oko 2,1 %, predviđa se da će pasti na oko 1,1 % u 2025. godini zahvaljujući stabilizaciji troškova energije i upravljanju kamatnim stopama koje provodi Švicarska narodna banka. Niska inflacija podržava kupovnu moć švicarskog stanovništva, omogućujući veću potrošnju na međunarodna putovanja i odmor. Stabilnost cijena ključna je za predvidljivost potrošnje, što može dovesti do povećane turističke potrošnje. To predstavlja prednost za Hrvatsku kao popularnu destinaciju među Švicarcima, jer stabilne cijene i snažna kupovna moć omogućuju veće izdatke na putovanjima.

U 2025. godini globalni faktori, poput geopolitičke nestabilnosti i mogućih promjena u trgovinskim odnosima s europskim tržištima, ostaju ključni rizici za švicarsko gospodarstvo. Iako Švicarska, zahvaljujući stabilnoj ekonomskoj strukturi i snažnoj valuti, ima kapacitet da ublaži utjecaj globalnih poremećaja, potražnja za putovanjima može biti osjetljiva na geopolitička zbivanja. Usprkos tome, snažna domaća potražnja mogla bi održati interes za putovanja i turizam, uključujući destinacije poput Hrvatske, jer stabilni prihodi i povoljni ekonomski uvjeti podržavaju trend međunarodnih putovanja i turističke aktivnosti.¹³



¹³ <https://www.focus-economics.com/countries/switzerland/>
Hrvatska turistička zajednica

MEDIJI I OGLAŠAVANJE NA TRŽIŠTU

Aktualni prikaz glavnih medija

Televizija (TV)

Švicarski nacionalni kanali, uključujući SRF (Schweizer Radio und Fernsehen), RTS (Radio Télévision Suisse) i RSI (Radiotelevisione svizzera di lingua italiana), pružaju prilagođen sadržaj različitim jezičnim zajednicama: njemačko, francusko i talijansko govorno područje. SRG SSR, organizacija koja upravlja ovim kanalima, ima najveći utjecaj na javno mnijenje zbog kvalitete, raznolikosti i lokalno relevantnog sadržaja. Televizija je tradicionalno važan medij u Švicarskoj, posebno za starije generacije, i dalje ima značajan doseg i utjecaj. Međutim, s rastom digitalizacije, online platforme i streaming servisi sve više prevladavaju, osobito među mlađim generacijama. SRG SSR aktivno razvija digitalne platforme kako bi privukla mlađu publiku i odgovorila na promjene u navikama konzumiranja sadržaja.¹⁴

Dnevni listovi

Švicarska ima bogatu tiskarsku tradiciju s nekoliko vodećih dnevnih listova. Glavni među njima uključuju Blick, 20 Minuten, Neue Zürcher Zeitung (NZZ) i Tages-Anzeiger.

20 Minuten je besplatan dnevni list koji ima široku publiku i najviši doseg u zemlji, s preko milijun čitatelja. Zbog svoje dostupnosti i širokog spektra vijesti i zabavnog sadržaja, posebno je popularan među mlađom populacijom i dnevnim putnicima.

Blick nudi informativan i senzacionalistički sadržaj koji privlači raznoliku publiku, dok Tages-Anzeiger i NZZ imaju visok ugled i povjerenje među čitateljima zbog kvalitetnog novinarstva, a preferiraju ih obrazovaniji i stariji čitatelji. NZZ, poznat po analitičkom pristupu i visokim standardima izvještavanja, smatra se jednim od najutjecajnijih dnevnih listova u zemlji.¹⁵

Tiskovni mediji¹⁶

Tiraža i broj čitatelja dnevnih i vikend izdanja prema jezičnim regijama – 2023.			
Naziv	Tiraža (u 1000)	Broj čitatelja (u 1000)	Izdavačka kuća
Njemačko govorno područje			
Dnevne novine			
20 Minuten (gratis)	331	-	TX Group AG
Blick	75	-	Ringier Medien Schweiz AG

¹⁴ https://www.swissinfo.ch/eng/culture/news-and-views_television-shapes-swiss-opinion-more-than-other-media/44541386

¹⁵ <https://www.swissinfo.ch/eng/banking-fintech/free-newspapers-increase-in-popularity/29794336>

¹⁶ <https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/kultur-medien-informationsgesellschaft-sport/medien/medienangebot-nutzung/printmedien.assetdetail.32006793.html>

Tages-Anzeiger	103	18	TX Group AG
Die Nordwestschweiz	108	7	CH Regionalmedien AG
Berner Zeitung & Der Bund	102	10	TX Group AG
Neue Zürcher Zeitung	81	20	Neue Zürcher Zeitung AG
Die Südostschweiz	63	4	Somedia Promotion AG
Luzerner Zeitung	94	6	CH Regionalmedien AG
St. Galler Tagblatt	90	6	CH Regionalmedien AG
Basler Zeitung	32	3	TX Group AG
Nedjeljna izdanja			
Sonntags Blick	91	-	Ringier Medien Schweiz AG
Sonntags Zeitung	121	6	TX Group AG
NZZ am Sonntag	97	13	Neue Zürcher Zeitung AG
Tiraža i broj čitatelja dnevnih i vikend izdanja prema jezičnim regijama – 2020			
Naziv	Tiraža (u 1000)	Broj čitatelja (u 1000)	Izdavačka kuća
Francusko govorno područje			
Dnevne novine			
20 Minutes	137	-	TX Group AG
24 Heures	39	5	TX Group AG
Tribune de Genève	24	4	TX Group AG
Le Temps	34	15	Le Temps SA
Le Nouvelliste	31	6	ESH Médias Groupe
La Liberté	-	-	St-Paul Médias SA
Arcinfo (Express / Impartial)	21	4	ESH Médias Groupe
Nedjeljna izdanja			
Le Matin Dimanche	58	2	TX Group AG

Magazini

Švicarski magazinski sektor pruža raznoliku paletu sadržaja, pokrivajući teme od društvenih i kulturnih do visoko specijaliziranih poslovnih i financijskih informacija.

Opći magazini

Schweizer Illustrierte i Das Magazin među najčitanijim su publikacijama, s temama koje uključuju lifestyle, kulturu, zabavu i društvena pitanja. Schweizer Illustrierte popularan je zbog ekskluzivnih intervjua s poznatim osobama, reportaža o švicarskim događanjima te sadržaja o modi i životnom stilu, čime privlači širu publiku zainteresiranu za svakodnevne vijesti i zabavu. Das Magazin, koji se distribuira uz Tages-Anzeiger, ima naglasak na kulturi, književnosti i društvenoj analizi, što ga čini privlačnim za obrazovanije čitatelje zainteresirane za kritički osvrt na društvena pitanja.

Specijalizirani poslovni magazini

Publikacije poput Bilanz, Handelszeitung i Finanz und Wirtschaft orijentirane su na poslovne i financijske teme. Bilanz se fokusira na detaljne financijske analize, rangiranje najbogatijih Švicaraca, analize investicija i tržišnih trendova, čime privlači poslovne lidere, investitore i financijske profesionalce. Handelszeitung, koji se distribuira tjedno, pokriva gospodarske vijesti i analize, a često objavljuje izvještaje o švicarskim tvrtkama i poduzetnicima, što ga čini važnim izvorom za poslovne odluke. Ove publikacije poznate su po visokoj pouzdanosti podataka i dubinskoj analizi, što ih čini ključnim izvorima informacija za švicarsku poslovnu zajednicu.¹⁷

Magazini usmjereni na sektor luksuza i kulture

U segmentu luksuznog tržišta, magazini poput Bolero specijalizirani su za modu, luksuzna putovanja i lifestyle. Bolero privlači publiku s visokim prihodima koja je zainteresirana za najnovije trendove u luksuznim proizvodima, modnim kolekcijama i ekskluzivnim odredištima za putovanja. Kroz suradnju s luksuznim brendovima i ekskluzivne sadržaje, ovi magazini omogućuju oglašivačima ciljanje na specifičnu publiku koja traži proizvode i usluge vrhunske kvalitete.¹⁸

Utjecaj i uloga magazina

Magazini u Švicarskoj imaju visok stupanj povjerenja među čitateljima zbog specifičnih i stručnih sadržaja. Iako se suočavaju s izazovima digitalizacije, mnogi specijalizirani magazini uspjeli su prilagoditi svoje modele nudeći i digitalne pretpate i ekskluzivne online sadržaje. Prema podacima BFS-a, magazini s poslovnom i financijskom orijentacijom bilježe stabilnu čitanost među visokoobrazovanom publikom, dok lifestyle magazini i dalje privlače širu čitateljsku bazu. Oglašivači prepoznaju važnost magazina kao kanala za ciljanje određenih demografskih skupina, posebno kada su u pitanju luksuzni proizvodi, financijske usluge i tehnološki proizvodi.¹⁹

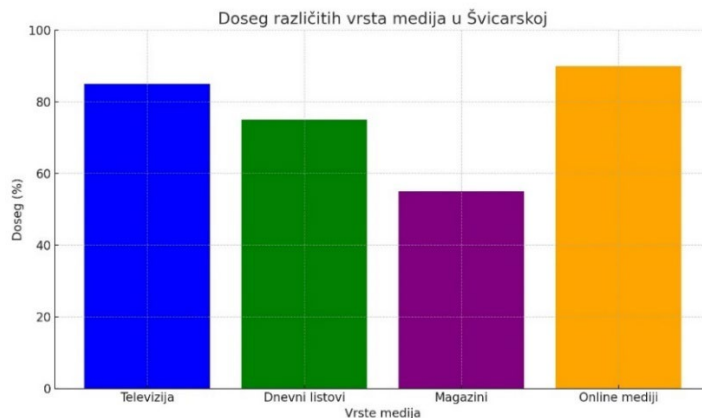
¹⁷ <https://www.swissinfo.ch/eng/culture/tabloid-undergoes-facelift-to-boost-sales/6483226>

¹⁸ <https://www.swissinfo.ch/eng/culture/tabloid-undergoes-facelift-to-boost-sales/6483226>

¹⁹ <https://www.swissinfo.ch/eng/culture/tabloid-undergoes-facelift-to-boost-sales/6483226>

Online mediji

Digitalni mediji, kao što su 20min.ch, nzz.ch i watson.ch, sve su popularniji, posebno među mlađim čitateljima. Društvene mreže također imaju značajan utjecaj na oglašavanje, jer mnogi korisnici preferiraju brze i interaktivne formate. Online formati, uključujući društvene mreže, omogućuju oglašivačima precizno ciljanje prema demografskim podacima i interesima korisnika. ²⁰



Naklade i regionalna pokrivenost

Javni mediji

Nacionalni javni mediji kao što su SRF, RTS i RSI pokrivaju cijelu Švicarsku, često emitirajući sadržaj na više jezika kako bi zadovoljili potrebe njemačkog, francuskog i talijanskog govornog područja. Ova jezična raznolikost omogućuje dosezanje različitih demografskih skupina, što je posebno korisno za oglašivače koji žele ostvariti utjecaj u više kulturnih zajednica. Zahvaljujući visokom povjerenju publike u javne medije, kampanje na SRF-u i povezanim kanalima mogu dosegnuti široku publiku diljem zemlje. ²¹

Regionalni listovi

Regionalni listovi, kao što su Basler Zeitung i Berner Zeitung, ciljaju specifične kantone, omogućujući oglašivačima usmjeravanje kampanja prema lokalnoj publici s prilagođenim porukama. Na taj način oglašivači mogu povećati relevantnost kampanja koristeći regionalne specifičnosti i prilagođavajući se lokalnim interesima i potrebama. Regionalne novine često imaju visoku razinu povjerenja među lokalnim čitateljima i snažno utječu na regionalna javna mnijenja. ²²

20 Minuten

20 Minuten je jedan od najčitanijih besplatnih dnevnih listova u Švicarskoj s visokom nakladom od preko 400.000 primjeraka dnevno, a njegova popularnost posebno je izražena u urbanim centrima poput Züricha, Basela i Ženeve. List privlači široku publiku zbog pristupačnosti, raznovrsnog sadržaja i jednostavnog formata, a ima i snažnu prisutnost u digitalnom obliku

²⁰ <https://www.swissinfo.ch/eng/society/online-replaces-tv-as-most-influential-form-of-media/48112602>

²¹ <https://www.srgssr.ch/de/start/>

²² <https://www.srgssr.ch/de/start/>

putem svoje web stranice i mobilne aplikacije. Ovo čini 20 Minuten važnim kanalom za oglašivače koji ciljaju mladu, urbano orijentiranu populaciju, koja preferira brz i lako dostupan sadržaj.²³

Švicarsko medijsko tržište pruža različite mogućnosti za doseganje publike na nacionalnoj i regionalnoj razini. Javni mediji osiguravaju sveobuhvatnu pokrivenost, dok regionalni i besplatni dnevni listovi poput 20 Minuten omogućuju precizno ciljanje specifičnih demografskih skupina. Kombinacijom ovih kanala, oglašivači mogu ostvariti učinkovitu pokrivenost cijelog švicarskog tržišta, prilagođavajući poruke i pristup različitim segmentima stanovništva.

Čitanost i praćenje za medije

Profil čitatelja

Profil čitatelja značajno se razlikuje među medijima u Švicarskoj. Mlađe generacije sve više preferiraju online medije i društvene mreže, gdje mogu brzo i jednostavno pristupiti vijestima i zabavnom sadržaju. S druge strane, starije generacije preferiraju tradicionalne medije, kao što su tiskani listovi i televizija, zbog visokog povjerenja i navike u korištenju tih izvora za informiranje. Ova razlika u preferencijama ključna je za oglašivače, koji moraju prilagoditi svoje kampanje različitim demografskim skupinama, posebno kada ciljaju specifične dobne skupine.

Praćenje čitanosti i gledanosti

WEMF AG für Werbemedienforschung prikuplja podatke o čitanosti i nakladama tiskanih medija u Švicarskoj, pružajući precizne informacije o doseg, čitateljskom profilu i nakladama glavnih novina i časopisa. Ti podaci su ključni za oglašivače i medijske stručnjake jer omogućuju razumijevanje čitateljske publike i bolje planiranje marketinških kampanja.

Mediapulse, s druge strane, prikuplja statistike o gledanosti televizije i slušateljstvu radija. Ove statistike daju uvid u navike gledanja i slušanja različitih demografskih skupina te omogućuju oglašivačima da optimiziraju svoj pristup prema specifičnoj publici na temelju podataka o vremenu, trajanju i popularnosti sadržaja. Mediapulse time osigurava točne podatke za planiranje oglašivačkih kampanja na elektroničkim medijima.

Razlike u preferencijama i profilu publike među tiskanim, online i elektroničkim medijima zahtijevaju prilagođeni pristup oglašavanju. Zahvaljujući podacima koje prikupljaju WEMF i Mediapulse, oglašivači mogu precizno planirati svoje kampanje koristeći podatke o čitanosti i gledanosti, čime maksimiziraju učinkovitost marketinških aktivnosti i postižu bolji doseg ciljane publike.²⁴

²³ <https://www.srgssr.ch/de/start/>

²⁴ <https://wemf.ch/>

PROFIL EMITIVNOG TURISTIČKOG TRŽIŠTA U 2023. I 2024. GODINI

Generalni osvrt na aktualno stanje na emitivnom turističkom tržištu

Aktualno stanje na švicarskom emitivnom turističkom tržištu za 2024. godinu pokazuje nekoliko važnih trendova i prilagodbi uslijed promjena u navikama putnika, ekonomskim i političkim utjecajima. Švicarski turisti ostaju među vodećim putnicima u Europi, poznati po visokoj sklonosti prema istraživanju stranih destinacija. Trenutni trendovi pokazuju povećani interes za održivim i ekološki prihvatljivim putovanjima, što se očituje u većem korištenju ekoloških oblika prijevoza, poput vlakova, te izboru destinacija bliže domu kako bi smanjili karbonski otisak.

Najčešće preferirane destinacije među Švicarcima uključuju popularne europske zemlje kao što su Italija, Francuska, Španjolska i Hrvatska, koja se ističe prirodnim ljepotama i kulturnim bogatstvom. Povećava se i interes za manje posjećene regije koje nude autentična iskustva, čime se švicarski turisti prilagođavaju globalnom trendu potrage za novim i manje komercijaliziranim lokacijama. Ova promjena prema autentičnijim destinacijama omogućava Hrvatska kroz ponudu ruralnog turizma, kulturnih manifestacija i gastronomskih tura.

Motivi za putovanja među švicarskim turistima uključuju odmor i opuštanje, kulturu i gastronomiju te aktivni turizam. Sve popularnije postaju aktivnosti na otvorenom, poput planinarenja, biciklizma i sportova na vodi, što utječe na odabir destinacija koje pružaju mogućnosti za takve doživljaje. Kulturni i gastronomski doživljaji također sve više privlače švicarske putnike, pa destinacije prilagođavaju svoje ponude kako bi odgovorile na rastuću potražnju za autentičnim iskustvima lokalne kulture.

Budžet i potrošnja: Prosječna potrošnja po putovanju u 2023. godini iznosila je oko 2.500 švicarskih franaka, dok se u 2024. očekuje blagi porast zbog inflacije i općeg rasta cijena u turističkom sektoru. Iako švicarski turisti raspolažu visokim budžetima za putovanja, primjetan je oprez u planiranju troškova. Mnogi biraju opcije koje pružaju najbolji omjer cijene i kvalitete, prilagođavajući se ekonomskim uvjetima, ali i dalje preferirajući kvalitetne usluge. Destinacije koje nude raznovrsne opcije smještaja i aktivnosti po različitim cijenama mogu bolje odgovarati očekivanjima švicarskih turista.

Utjecaj ekonomske i političke situacije: Ekonomski i politički uvjeti također utječu na turistički promet. Rast cijena energije, inflacija te geopolitička nesigurnost u nekim regijama usmjeravaju švicarske turiste prema sigurnijim destinacijama i putovanjima bliže domovini. Sve veća nesigurnost utječe na planiranje putovanja, pri čemu putnici biraju stabilne destinacije koje nude sigurno okruženje, poput Hrvatske, koja nudi stabilne uvjete i raznoliku turističku ponudu.

Švicarsko emitivno turističko tržište u 2024. godini obilježava sve veća svijest o ekološkoj održivosti, prilagodba rastućim troškovima te oprez zbog geopolitičkih izazova. Ovi trendovi oblikuju ponašanje švicarskih turista, koji sve više traže autentična iskustva, dok istovremeno nastoje optimizirati svoje putne navike prema novim okolnostima i izazovima. Kombinacija

ekoloških, ekonomskih i društvenih faktora igra ključnu ulogu u definiranju turističkih preferencija i interesa za 2024.²⁵

Utjecaj političkih i ekonomskih kretanja na turistički promet u 2023. i 2024.

Ekonomski čimbenici

Inflacija i rast troškova života: Inflacija i povećani troškovi života značajno su utjecali na ponašanje švicarskih turista, potaknuvši ih na prilagođavanje potrošačkih navika tijekom putovanja. Mnogi su, radi smanjenja troškova, birali kraća putovanja ili destinacije bliže domovini. Hrvatska se kao relativno bliska destinacija može pozicionirati kao privlačna opcija za one koji traže kvalitetan odmor uz povoljnije troškove putovanja. Očekuje se da će ovaj trend prema bližim i kraćim putovanjima nastaviti utjecati na način putovanja i u 2024. godini, dok turisti nastoje optimizirati svoje troškove u skladu s ekonomskom situacijom.²⁶

Nestabilne cijene energije: Visoke cijene energije, prvenstveno goriva, dovele su do povećanja cijena prijevoza, posebno zrakoplovnih karata, što je dodatno smanjilo interes za daleka putovanja. Švicarski putnici sve češće biraju ekološki prihvatljive opcije, kao što su vlakovi, koji su praktična i održiva alternativa za putovanja unutar Europe. Osim vlakova, sve je popularnije i dijeljenje prijevoza, što omogućava putnicima da smanje troškove i istovremeno smanje negativan utjecaj na okoliš. Ovaj pomak prema ekološki prihvatljivijim načinima putovanja potiče rast interesa za europske destinacije koje su lako dostupne vlakom ili automobilom, te nude ekološki održive opcije smještaja i aktivnosti.²⁷

Ekonomski čimbenici, poput inflacije i rastućih troškova energije, direktno utječu na ponašanje švicarskih turista, što se očituje u većem interesu za kraća i bliža putovanja te prelazak na ekološki prihvatljivije oblike prijevoza. Destinacije koje mogu pružiti pristupačne i održive opcije smještaja, aktivnosti i prijevoza, poput Hrvatske, mogu imati prednost u privlačenju turista tijekom 2024. godine.

Politički čimbenici:

Geopolitičke napetosti: Trenutne geopolitičke nesigurnosti, poput sukoba na Bliskom istoku, značajno su utjecale na preferencije švicarskih turista prema sigurnim i stabilnim destinacijama. Turisti pokazuju manji interes za regije s povećanim rizicima, što smanjuje popularnost određenih destinacija i preusmjerava tokove prema sigurnijim zemljama u Europi. Hrvatska, kao stabilna i bliska destinacija, može profitirati od ovog trenda, jer pruža sigurno okruženje za turiste i visoku razinu turističke infrastrukture. Sigurnost destinacije postala je jedan od ključnih faktora u planiranju putovanja, a destinacije koje mogu osigurati stabilnost i sigurnost imaju prednost u privlačenju turista.²⁸

Putne regulative i vizni režimi: Promjene u viznim politikama i uvjetima ulaska također su utjecale na turističke tokove, posebno prema azijskim zemljama koje su se postupno ponovno otvarale nakon pandemijskih ograničenja. Uvođenje novih ili jednostavnijih viznih pravila povećalo je interes za azijske destinacije, ali ove destinacije još uvijek ostaju sekundarne u

²⁵ <https://www.tcs.ch/de/camping-reisen/reiseinformationen/reisebarometer/>

²⁶ <https://www.tcs.ch/de/camping-reisen/reiseinformationen/reisebarometer/>

²⁷ <https://www.travelnews.ch/>

²⁸ <https://www.tcs.ch/de/camping-reisen/reiseinformationen/reisebarometer/>

usporedbi s bližim europskim opcijama. Hrvatske regulative, kao članice EU-a, olakšavaju ulazak švicarskih državljana, čime Hrvatska zadržava konkurentnu poziciju u odnosu na daleke destinacije. Jednostavne i fleksibilne putne regulative bitan su faktor za mnoge turiste, što destinacijama s pristupačnim režimom ulaska može donijeti dodatnu prednost u privlačenju posjetitelja.²⁹

Politički čimbenici, uključujući geopolitičke napetosti i promjene u putnim regulativama, utječu na preferencije švicarskih turista u izboru destinacija. Destinacije koje pružaju stabilnost i sigurnost, kao što je Hrvatska, mogu imati značajnu prednost u privlačenju švicarskih turista koji sve više preferiraju sigurna putovanja i jednostavne uvjete ulaska.

Ukupan broj stanovnika koji su tijekom 2023. otputovali na odmor i procjene broja putovanja u 2024.

Prema TCS Reisebarometru 2024., 85% švicarskih građana tijekom 2023. godine ostvarilo je barem jedno putovanje s tri ili više noćenja. Iako točne procjene za 2024. godinu još nisu dostupne, očekuje se nastavak rasta broja putovanja s obzirom na povratak povjerenja putnika i stabilizaciju turističkog sektora.³⁰

Broj stanovnika koji su u 2023. na odmor otputovali u inozemstvo / odmor proveli u vlastitoj zemlji i procjene za 2024.

Prema TCS Reisebarometru 2024., većina putovanja švicarskih građana tijekom 2023. godine bila je usmjerena prema inozemstvu, pri čemu su najpopularnije destinacije bile susjedne zemlje poput Italije, Francuske, Njemačke i Austrije, kao i Španjolska i Portugal.³¹

Redoslijed omiljenih destinacija u 2023. i razlozi odabira

Prema TCS Reisebarometru 2024., najpopularnije destinacije švicarskih turista tijekom 2023. godine bile su susjedne zemlje poput Italije, Francuske, Njemačke i Austrije, kao i Španjolska i Portugal. Razlozi za odabir ovih destinacija uključuju blizinu, kulturne veze, gastronomske ponude i prirodne ljepote. Procjene za 2024. godinu sugeriraju nastavak ovih trendova, uz povećan interes za održivi turizam i destinacije koje nude jedinstvena iskustva.³²

Procjene za 2024. godinu sugeriraju nastavak ovih trendova, uz sve veći interes za održivi turizam i destinacije koje nude jedinstvena, autentična iskustva, kao i ekološki prihvatljive opcije smještaja i aktivnosti. Hrvatska bi u tom kontekstu također mogla dobiti na popularnosti jer pruža atraktivnu kombinaciju kulturnih, prirodnih i održivih turističkih sadržaja.

²⁹ <https://www.srv.ch/>

³⁰ <https://www.tcs.ch/de/camping-reisen/reiseinformationen/reisebarometer/>

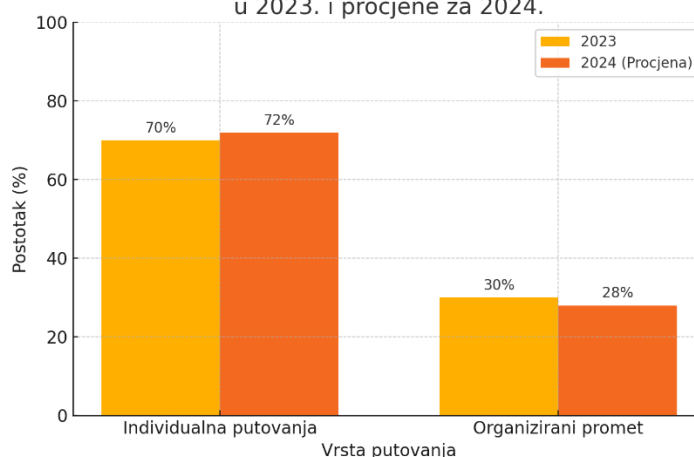
³¹ <https://www.tcs.ch/de/camping-reisen/reiseinformationen/reisebarometer/>

³² <https://www.tcs.ch/de/camping-reisen/reiseinformationen/reisebarometer/>

Omjer između organiziranog i individualnog prometa za vodeće destinacije

Prema podacima TCS Reisebarometra 2024., 85% švicarskih građana planiralo je putovanja s tri ili više noćenja tijekom 2023. godine. Od tog broja, 70% putovanja bilo je organizirano individualno, pri čemu su putnici koristili online platforme za samostalno planiranje i rezervaciju smještaja i prijevoza. Preostalih 30% realizirano je putem turističkih agencija ili u sklopu organiziranih aranžmana, što je bilo popularnije među putnicima koji traže paket-aranžmane ili specijalizirane ture.

Omjer između organiziranog i individualnog prometa za vodeće destinacije u 2023. i procjene za 2024.



Vrsta prijevoza koji su turisti generalno preferirali prilikom odlaska na godišnji odmor u 2023. i procjene za 2024.

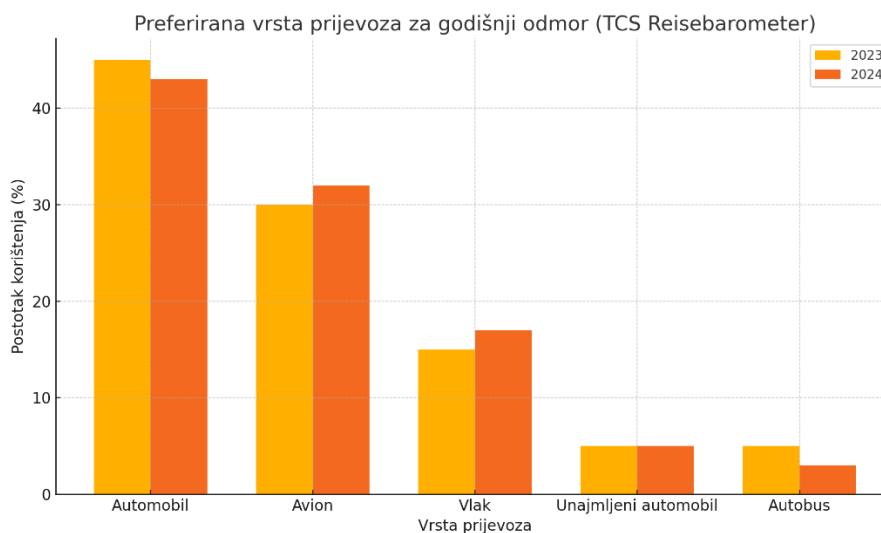
Prema TCS Reisebarometru 2024., osobni automobil ostaje najčešće korišteno prijevozno sredstvo za putovanja među švicarskim turistima. U 2023. godini automobil je bio prvi izbor za većinu putnika, što ukazuje na važnost dobro razvijene cestovne infrastrukture i fleksibilnost koju automobil pruža prilikom putovanja. Porast korištenja osobnog automobila također se može pripisati sve većem interesu za ekološki prihvatljive opcije prijevoza unutar Europe, gdje putnici mogu izbjeći dugotrajne letove.

Uz automobil, popularni su bili vlak, unajmljeni automobil i autobus, koji su zabilježili porast u korištenju. Ovaj trend dodatno podupire prelazak na održivija putovanja, s obzirom na to da sve više švicarskih turista preferira vlak kao održivu opciju, posebno unutar Europe.

Avion ostaje drugo najčešće korišteno prijevozno sredstvo, zajedno s vlakom. U 2023. godini 36% ispitanika nije koristilo avion, što je smanjenje u odnosu na 46% u 2022., ali još uvijek veće od 30% zabilježenih u 2019. godini, prije pandemije. To ukazuje na postupni povratak povjerenja u zračni prijevoz, iako još uvijek postoji određeni oprez među putnicima.

Procjene za 2024. godinu ukazuju na nastavak rasta popularnosti automobila i vlakova kao glavnih prijevoznih sredstava, s očekivanjem daljnjeg smanjenja upotrebe aviona za kraća putovanja zbog ekoloških i troškovnih faktora. Popularnost održivih načina prijevoza kao što je vlak mogla bi nastaviti rasti, osobito s razvojem pristupačnih i brzih željezničkih mreža u

Europi, čime Hrvatska postaje dostupnija za švicarske turiste koji traže ekološki prihvatljive opcije.³³



Preferirani način bukiranja

Prema TCS Reisebarometru 2024., švicarski turisti u 2023. godini preferirali su sljedeće načine organizacije i rezervacije odmora:

- Online rezervacije: Većina putnika koristila je online platforme za planiranje i rezervaciju svojih putovanja, uključujući smještaj, prijevoz i aktivnosti.³⁴
- Putničke agencije: Unatoč rastućoj popularnosti online rezervacija, značajan broj putnika i dalje se oslanjao na usluge tradicionalnih putničkih agencija za složenija putovanja ili paket-aranžmane.
- Samostalno planiranje: Neki putnici odlučili su sami organizirati svoje putovanje bez posrednika, koristeći razne online resurse za istraživanje i rezervaciju.³⁵

Procjene za 2024. godinu sugeriraju nastavak trenda rasta online rezervacija, s očekivanim povećanjem korištenja mobilnih aplikacija za planiranje i rezervaciju putovanja. Istovremeno, očekuje se da će putničke agencije prilagoditi svoje usluge kako bi ponudile personaliziranija i specijalizirana putovanja, privlačeći tako putnike koji traže jedinstvena iskustva.³⁶

Ovi trendovi ukazuju na sve veću digitalizaciju procesa planiranja putovanja među švicarskim turistima, uz istovremeno zadržavanje značaja stručnih savjeta i personaliziranih usluga koje nude putničke agencije.

³³ <https://cockpit.gfsbern.ch/de/cockpit/tcs-reisebarometer-2023/>

³⁴ <https://www.tcs.ch/de/camping-reisen/reiseinformationen/reisebarometer/>

³⁵ <https://www.tcs.ch/de/camping-reisen/reiseinformationen/reisebarometer/>

³⁶ <https://www.tcs.ch/de/camping-reisen/reiseinformationen/reisebarometer/>

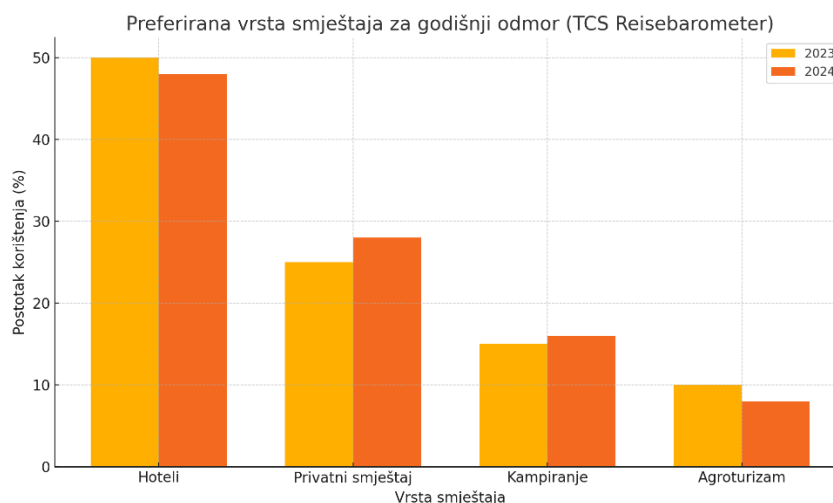
Preferencije turista s obzirom na vrstu smještaja u 2023. i procjene za 2024.

Prema TCS Reisebarometru 2024., švicarski turisti u 2023. godini preferirali su sljedeće vrste smještaja:

- **Hoteli:** Tradicionalni hoteli ostali su najpopularniji izbor, zahvaljujući udobnosti i uslugama koje pružaju.
- **Privatni smještaj:** Porastao je interes za privatne smještajne opcije poput apartmana i kuća za odmor, što omogućuje veću fleksibilnost i privatnost.
- **Kampiranje:** Kampiranje je zabilježilo porast popularnosti, posebno među obiteljima i mladima koji traže blizinu prirode.
- **Agroturizam:** Rastao je interes za smještaj na ruralnim gospodarstvima, što omogućuje autentično iskustvo lokalne kulture i gastronomije.

Procjene za 2024. godinu sugeriraju nastavak ovih trendova, s posebnim naglaskom na održivost i ekološki prihvatljive opcije smještaja. Očekuje se da će putnici sve više tražiti smještaj koji nudi jedinstvena iskustva i povezanost s lokalnom zajednicom.

Ovi podaci ukazuju na promjenu preferencija švicarskih turista prema raznovrsnijim i autentičnijim opcijama smještaja, prilagođenim individualnim potrebama i interesima.



Razrada tržišta s obzirom na motiv putovanja u 2023. i procjene za 2024.

Prema TCS Reisebarometru 2024., motivi putovanja švicarskih turista u 2023. godini bili su raznoliki:

- **Odmor i opuštanje:** Većina putnika tražila je destinacije za odmor i opuštanje, preferirajući sigurne europske zemlje poput Italije, Francuske, Njemačke, Austrije, Španjolske i Portugala.
- **Kultura i gastronomija:** Mnogi su putnici bili zainteresirani za kulturna iskustva i lokalnu kuhinju, što je povećalo interes za destinacije s bogatom kulturnom baštinom.

- Aktivni turizam: Porastao je interes za aktivnosti na otvorenom, poput planinarenja, biciklizma i sportova na vodi, što je utjecalo na odabir destinacija koje nude takve mogućnosti.
- Poslovna putovanja: Nakon pandemije, poslovna putovanja su se postupno oporavljala, ali su još uvijek bila ispod razine prije pandemije.

Procjene za 2024. godinu sugeriraju nastavak ovih trendova, s posebnim naglaskom na sigurnost i održivost. Putnici će vjerojatno preferirati destinacije koje nude sigurno okruženje i ekološki prihvatljive opcije. Također, očekuje se daljnji rast interesa za kulturna iskustva i aktivni turizam. Ovi podaci ukazuju na promjenu preferencija švicarskih turista prema raznovrsnijim i autentičnijim iskustvima, prilagođenim individualnim interesima i potrebama.

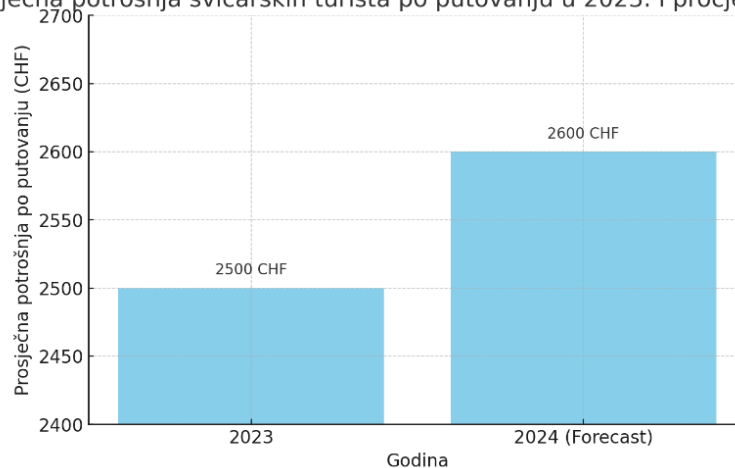
³⁷

Prosječni budžet/potrošnja po putovanju u 2023. i procjene za 2024.

Prema podacima TCS Reisebarometra 2024., prosječna potrošnja švicarskih turista po putovanju u 2023. godini iznosila je približno 2.500 švicarskih franaka. Ovaj iznos uključuje troškove smještaja, prijevoza, prehrane i aktivnosti na destinaciji.

Procjene za 2024. godinu sugeriraju blagi porast prosječne potrošnje po putovanju, što se može pripisati inflaciji i povećanim cijenama usluga u turističkom sektoru. Očekuje se da će prosječna potrošnja doseći oko 2.600 švicarskih franaka po putovanju. Ovi podaci ukazuju na stabilnu potrošnju švicarskih turista, s blagim rastom u skladu s ekonomskim trendovima. ³⁸

Prosječna potrošnja švicarskih turista po putovanju u 2023. i procjena za 2024.



³⁷ <https://www.tcs.ch/de/camping-reisen/reiseinformationen/reisebarometer/>

³⁸ <https://www.tcs.ch/de/camping-reisen/reiseinformationen/reisebarometer/>

PREGLED ORGANIZATORA PUTOVANJA NA TRŽIŠTU

Glavni TO/TA s programima za Hrvatsku

Glavni organizatori putovanja s programima za Hrvatsku su Coop-ITS-Travel AG, DER Touristik Suisse AG (Kuoni), Hotelplan Suisse i TUI Suisse Ltd, međutim na tržištu posluje još niz drugih neovisnih organizatora putovanja specijaliziranih na određenu regiju i/ili proizvod.

Hotelplan Group: Poslovne jedinice grupe uključuju najvećeg švicarskog turoperatora, Hotelplan Suisse, s brendovima travelhouse, tourisme pour tous i odjel Volume Tour Operating, koji objedinjuje poslovanje odmora na plaži i gradskih izleta s brendovima turoperatora Hotelplan, Migros Urlaub i vtours .

DER Touristik Suisse AG pokriva cijeli niz putovanja u svijetu s turoperatorima Kuoni, Helvetic Tours i deset specijaliziranih turoperatora. Prodajna mreža DER Touristik Suisse uključuje preko 70 turističkih agencija Kuoni, Helvetic Tours i rewi diljem Švicarske.

TUI Suisse Ltd. treća je najveća turistička tvrtka na švicarskom tržištu. Portfelj proizvoda kreće se od paket-aranžmana, hotela i letova do izleta i aktivnosti na odredištu, kao i krstarenja, iznajmljenih automobila i kampera. Prodaja se odvija preko više od 50 vlastitih putničkih agencija u njemačkom i francuskom govornom području Švicarske, kao i preko 450 partnerskih putničkih agencija diljem Švicarske.

Knecht Reisegruppe je četvrti organizator putovanja po veličini u Švicarskoj. U Knecht grupu spada: Knecht Reisen, Knecht Sportreisen, Latino Travel, Glur Reisen, Kira Reisen, Agrar Reisen, San-Siro-Reisen, Quo Vadis Reisen, Arcatour, Baumeler Reisen, Lohri Reisen, rhz Reisen, Reisebüro Leibacher, Latitudes Voyages, Eurobus, Lamprecht Reisen, Car Rouge i Rivage Flussreisen. Odmor na plaži nudi se u Španjolskoj, Italiji, Hrvatskoj, Europi i Grčkoj.

Globetrotter Group AG je krovna organizacija različitih poduzeća koja posluju neovisno i s vlastitom upravom. Članovi ove grupacije su: Art of Travel AG, Bici AktivFerien, Bike Adventure Tours GmbH, Brasa Reisen AG, Globetrotter Club AG, Globetrotter Tours AG, Globetrotter Travel Service AG, Himalaya Tours AG, Media Touristik AG, Music Cruise AG, Nayak Reisen AG, Ozeania Reisen AG, Team Reisen AG, Wamo Globetrotter AG. Globetrotter je također ove godine najavio štednju i smanjivanje radnih mjesta.

ITS Coop Travel AG ITS Coop Travel je švicarski turoperator specijaliziran za odmor na plaži. Raspon uključuje najpopularnija odredišta za putovanja. Osim putovanja zrakoplovom, nudi se i smještaj za vlastito putovanje u Njemačkoj, Italiji, Hrvatskoj i Austriji te gradska putovanja po Europi.

Incoming turizam

U incoming segmentu glavnu ulogu igra Schweiz Tourismus - nacionalna organizacija za marketing i prodaju putovanja, odmora i kongresa u Švicarskoj. Buking se odvija direktno preko Switzerland Travel Centre – posrednika incoming putovanja unutar Schweizer Tourismus. Pored Schweiz Tourismus u ovom segmentu posluju još Kuoni Incoming, MCI Group i Bucher Reisen.

Osvrt na poslovno okruženje i eventualne promjene u domeni TO/TA tijekom 2023. i 2024. s obzirom na političke i ekonomske okolnosti

Poslovno okruženje za švicarske turooperatore i agencije (TO/TA) u 2023. godini suočilo se s izazovima poput rastućih troškova zbog inflacije, oscilacija u cijenama energenata i veće potražnje za fleksibilnim i održivim putovanjima. Agencije su prilagodile svoje ponude kako bi odgovorile na promijenjene potrebe tržišta, pri čemu je Hrvatska zauzela značajno mjesto u njihovim programima za destinacije unutar Europe.

1. Povećana fleksibilnost u rezervacijama i uvjetima otkazivanja: Suočeni s ekonomskom nesigurnošću, TO/TA u Švicarskoj su uveli fleksibilnije opcije otkazivanja i prilagođene paketne aranžmane. Mnoge agencije poput Kuoni i Hotelplan ponudile su mogućnost besplatnog otkazivanja ili promjene termina, što je značajno povećalo interes za Hrvatsku kao destinaciju koja nudi povoljan omjer cijene i kvalitete. Fleksibilni uvjeti postali su standardna praksa, a agencije su izvijestile o povećanju potražnje za takvim paketima u 2023., dok se u 2024. očekuje daljnje jačanje ovog trenda.³⁹
2. Rast potražnje za održivim i eko-smještajem: Ekološka svijest među švicarskim turistima potaknula je TO/TA da ponude održive opcije smještaja i ekološki certificirane ture. TUI Suisse prednjači u ponudi programa koji uključuju eko-turizam u Hrvatskoj, s naglaskom na smještaj koji ima eko-certifikate, kao i ture koje potiču očuvanje okoliša i podržavaju lokalnu zajednicu. Rast potražnje za ovakvim sadržajima dodatno je ojačan zbog globalnog naglaska na klimatskim promjenama, što čini ekološku odgovornost ključnim faktorom u poslovanju TO/TA.⁴⁰
3. Usmjerenje prema last-minute i prilagodljivim paketima: Promjenjive ekonomske prilike dovele su do veće potražnje za last-minute rezervacijama. Travelnews izvještava da je last-minute segment bio posebno popularan tijekom 2023., osobito za mediteranske destinacije poput Hrvatske, gdje su TO/TA prilagodili ponude kako bi privukli putnike koji planiraju odmor u zadnji trenutak. Očekuje se da će ovaj trend rasti i u 2024. kako bi se povećala popunjenost smještaja izvan visoke sezone.⁴¹
4. Digitalizacija usluga i jačanje online platformi: Digitalizacija je postala ključna za TO/TA koji sada koriste online platforme za marketing, rezervacije i komunikaciju s klijentima. Veće agencije, poput Hotelplana, razvile su integrirane online platforme koje nude korisnicima mogućnost jednostavne usporedbe ponuda, brze rezervacije i dodatne usluge poput preporuka za izlete. Online rezervacije i prilagodljive usluge pokazale su se ključnim za zadovoljstvo korisnika u 2023., a predviđa se da će digitalizacija biti sve važnija u 2024. s obzirom na rastuće zahtjeve putnika za brzim pristupom informacijama.⁴²
5. Utjecaj inflacije i rastućih troškova: Inflacija i veći troškovi putovanja utjecali su na strukturu paketa i cjenovne strategije TO/TA, pri čemu se sve više ulaže u atraktivne, povoljne destinacije unutar Europe. Cijene aranžmana za destinacije poput Hrvatske prilagođene su kako bi se privukli putnici s ograničenim budžetom, dok luksuzni segment bilježi rast uslijed potražnje za kvalitetnijim i ekološki održivim uslugama.

³⁹ <https://www.bfs.admin.ch/bfs/en/home/statistics/tourism/travel-behaviour.html>

⁴⁰ <https://www.swissinfo.ch/eng/workplace-switzerland/tourism-spending-reached-record-levels-in-2023/82071894>

⁴¹ <https://www.bfs.admin.ch/news/en/2024-0476>

⁴² <https://www.bfs.admin.ch/bfs/en/home/statistics/tourism/travel-behaviour.html>

Očekuje se da će u 2024. godine TO/TA zadržati fokus na kontroliranju troškova i fleksibilnosti cijena kako bi ostali konkurentni na tržištu.⁴³

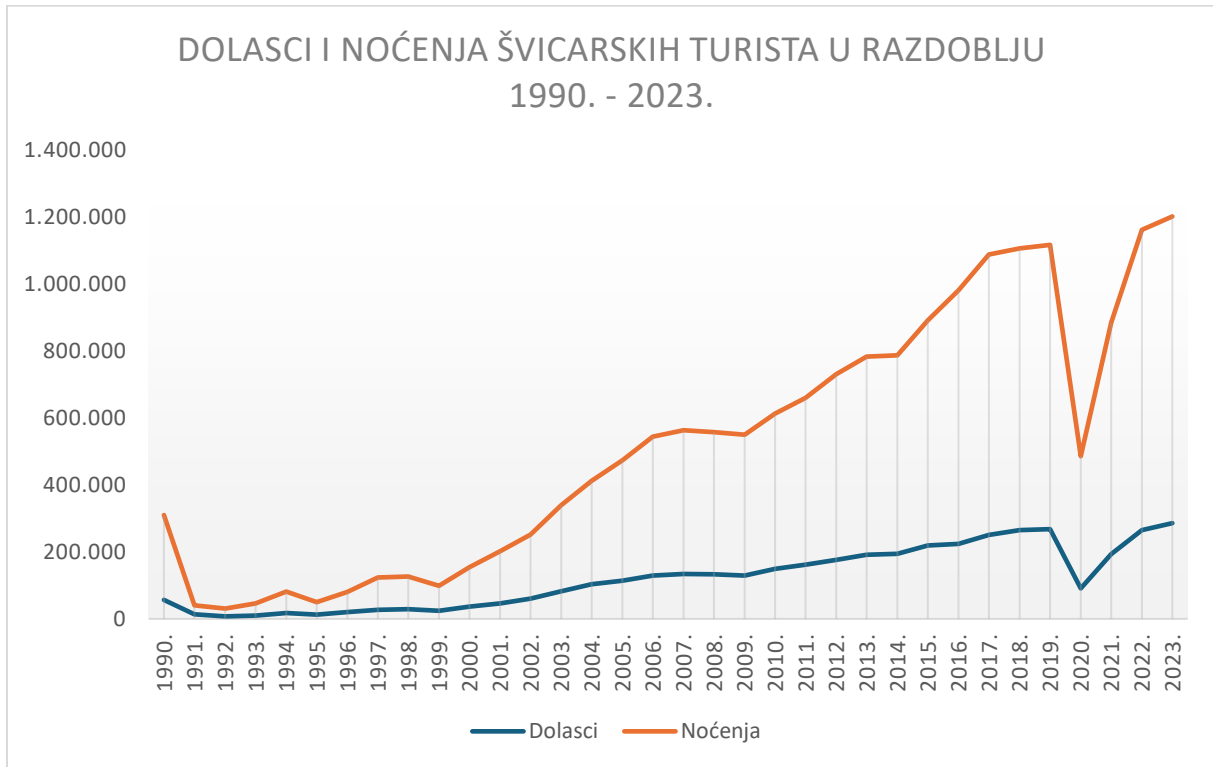
Sve ove prilagodbe odražavaju dinamičnost švicarskog tržišta putovanja, koje nastoji odgovoriti na aktualne ekonomske izazove i zahtjeve za održivošću. Hrvatska ima dobru poziciju na ovom tržištu zbog svoje pristupačnosti, fleksibilnih opcija smještaja i rastuće ponude održivih turističkih usluga.

⁴³ <https://www.admin.ch/gov/en/start/documentation/media-releases.msg-id-101663.html>

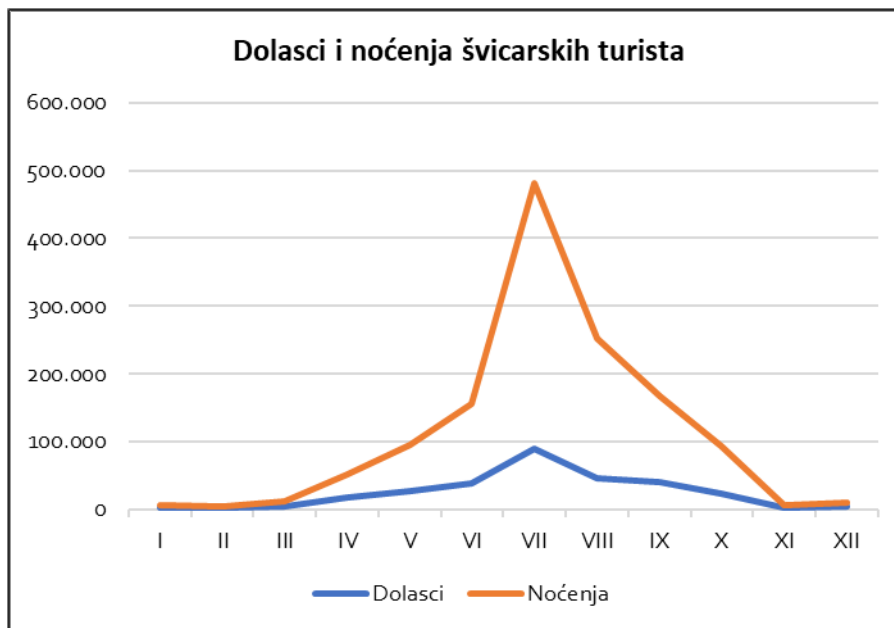
DOPRINOS TRŽIŠTA UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU

ŠVICARSKA	Dolasci			Noćenja		
		indeks	1990.=100		indeks	1990.=100
1990.	56.904		100	310.108		100
1991.	13.524	24	24	40.811	13	13
1992.	7.418	55	13	30.700	75	10
1993.	9.702	131	17	46.245	151	15
1994.	17.630	182	31	81.639	177	26
1995.	12.405	70	22	50.080	61	16
1996.	20.000	161	35	81.000	162	26
1997.	26.677	133	47	123.811	153	40
1998.	28.758	108	51	126.588	102	41
1999.	24.227	84	43	98.366	78	32
2000.	36.223	150	64	154.107	157	50
2001.	46.026	127	81	202.057	131	65
2002.	60.607	132	107	251.907	125	81
2003.	82.883	137	146	340.144	135	110
2004.	103.686	125	182	412.054	121	133
2005.	113.909	110	200	473.309	115	153
2006.	129.737	114	228	544.208	115	175
2007.	134.312	104	236	563.905	104	182
2008.	132.736	99	233	557.968	99	180
2009.	129.737	98	228	550.120	99	177
2010.	149.176	115	262	613.441	112	198
2011.	161.511	108	284	659.862	108	213
2012.	176.063	109	309	730.373	111	236
2013.	191.010	108	336	783.727	107	253
2014.	193.957	102	341	786.846	100	254
2015.	219.165	113	385	891.133	113	287
2016.	224.444	102	394	981.007	110	316
2017.	250.601	112	440	1.088.400	111	351
2018.	264.865	106	465	1.106.396	102	357
2019.	268.206	101	471	1.116.959	101	360
2020.	90.593	34	159	486.431	44	157
2021.	193.789	214	341	884.667	182	285
2022.	264.717	137	465	1.162.249	131	375
2023.	285.877	108	502	1.202.045	103	388

IZVOR: DZS - komercijalni smještajni kapaciteti

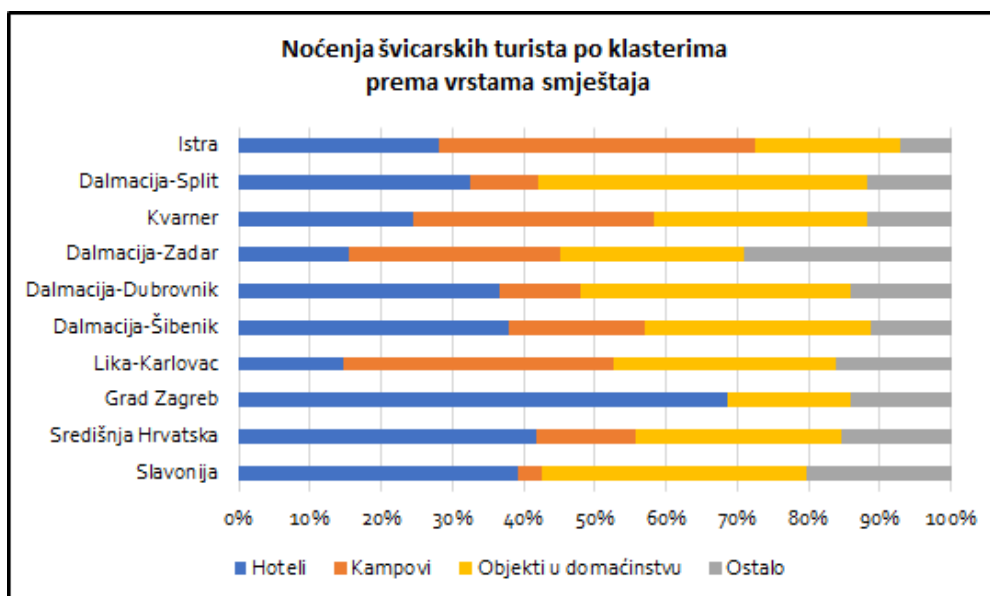


REZULTATI 2024. PREMA SUSTAVU eVISITOR (svi kapaciteti)



Promet po klasterima

	Dolasci	Noćenja
Istra	80.655	463.915
Dalmacija-Split	50.406	207.930
Kvarner	48.725	207.423
Dalmacija-Zadar	21.941	120.344
Nautika	11.941	87.422
Dalmacija-Dubrovnik	22.037	76.275
Dalmacija-Šibenik	13.059	59.652
Lika-Karlovac	18.362	53.175
Grad Zagreb	19.012	36.275
Središnja Hrvatska	4.440	9.651
Slavonija	3.388	6.214
Ukupno	293.966	1.328.276



Top destinacije

Grad općina	Noćenja
Rovinj	88.026
Split	52.596
Poreč	47.022
Umag	42.849
Dubrovnik	39.172
Pula	38.077
Medulin	37.826
Zagreb	36.269
Novigrad (Istarska)	32.458
Zadar	31.827

Dolasci po dobi i spolu

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

Aktualni imidž Hrvatske – kakve su promjene u percepciji Hrvatske generalno, te u kontekstu turističkih sezona 2023. i 2024.

Hrvatska se na švicarskom tržištu sve više pozicionira kao atraktivna destinacija koja nudi raznolikost – od kulturnog bogatstva i očuvane prirode do luksuznog smještaja na jadranskoj obali. Analize iz 2023. godine, kao i očekivanja za 2024., ukazuju na pozitivne trendove u percepciji Hrvatske među švicarskim turistima, s nekoliko ključnih aspekata koji oblikuju imidž Hrvatske:

- **Sigurnost i stabilnost:** U usporedbi s drugim mediteranskim zemljama, Hrvatska je percipirana kao sigurna destinacija. Stabilna politička situacija i niska stopa kriminala čine Hrvatsku privlačnom opcijom za švicarske putnike, kojima je sigurnost jedan od prioriteta prilikom planiranja putovanja. Hrvatska koristi ovaj pozitivan imidž kako bi se dodatno promovirala kao sigurna i pouzdana destinacija u kampanjama namijenjenim švicarskom tržištu.
- **Prirodna ljepota i autentičnost:** Švicarski turisti visoko cijene prirodne ljepote Hrvatske, uključujući netaknute plaže, nacionalne parkove, i bogatu kulturnu baštinu. Ovaj aspekt pridonosi imidžu Hrvatske kao autentične destinacije, koja nudi jedinstvena iskustva i mogućnosti za aktivni turizam. Autentičnost Hrvatske, kao i raznolika ponuda aktivnosti u prirodi – poput planinarenja, biciklizma i ronjenja – sve više privlače švicarske turiste, posebno one koji traže alternativu uobičajenim mediteranskim destinacijama.
- **Sezonalnost i prepoznatljivost:** Hrvatska bilježi pozitivan trend u posjetima tijekom predsezone i postsezone. Promotivne aktivnosti i kampanje sve više naglašavaju ljepote Hrvatske izvan glavne sezone, čime se potiče posjetitelje da istraže destinaciju tijekom cijele godine. Ovo pridonosi ravnomjernijem turističkom prometu i smanjenju sezonskih pritisaka, omogućujući Hrvatskoj da privuče posjetitelje tijekom mirnijih perioda. Poseban naglasak stavljen je na kulturna događanja i gastronomske ture koje švicarskim turistima pružaju autentična iskustva u posezoni.

Hrvatska se na švicarskom tržištu uspješno pozicionira kao atraktivna destinacija koja zadovoljava zahtjeve za sigurnošću, autentičnim iskustvima i raznolikošću ponude izvan glavne

turističke sezone. Ovi čimbenici pridonose pozitivnom imidžu Hrvatske među švicarskim turistima i potiču kontinuirani rast dolazaka iz Švicarske.⁴⁴

Zastupljenost Hrvatske u programima organizatora putovanja u 2023. i 2024. i rezultati organizatora putovanja u 2023. i 2024.

Hrvatska je 2023. godine dobro zastupljena u programima švicarskih turoperatora kao što su Kuoni, Hotelplan, TUI Suisse i FTI Touristik. Ovi organizatori putovanja nude širok spektar usluga, koji obuhvaća sve, od luksuznih aranžmana i kulturnih tura do obiteljskih paketa i avanturističkih aktivnosti. Ponude uključuju i opcije za aktivni odmor, wellness ture te kulturne i gastronomske programe, prilagođene različitim preferencijama i interesima švicarskih turista.⁴⁵

Trenutni trendovi i ponuda za Hrvatsku u 2023. godini uključuju:

- Luksuzne aranžmane: Hrvatske destinacije na jadranskoj obali, kao što su Dubrovnik, Split i Istra, često su uključene u luksuzne pakete, koji obuhvaćaju visokokvalitetan smještaj, gurmanske ture i privatne obilaske.
- Ekološki i održivi paketi: Turoperatori sve više ističu ekološke ture koje promoviraju održivost, poput biciklističkih tura, pješačkih staza i ekološki prihvatljivog smještaja.
- Fleksibilni uvjeti rezervacija i otkazivanja: Nakon pandemije, sve više turista traži fleksibilne uvjete rezervacija. Turoperatori koji posluju u Švicarskoj reagirali su na taj trend nudeći mogućnost besplatnog otkazivanja ili promjene termina, što povećava interes turista za Hrvatsku kao destinaciju.

Očekivanja za 2024. godinu pokazuju daljnji rast potražnje za Hrvatskom, uz dodatni naglasak na održivost i prilagodljivost turističkih aranžmana. Turoperatori planiraju proširenje svojih ponuda s dodatnim održivim paketima koji uključuju ekološke opcije prijevoza i smještaja, kao i fleksibilne uvjete otkazivanja, što postaje standard u odgovoru na zahtjeve tržišta.

S obzirom na visoku razinu zastupljenosti Hrvatske u programima glavnih švicarskih turoperatora, uz rastući interes za održivost i fleksibilnost, Hrvatska se pozicionira kao atraktivna destinacija za raznolike turističke profile. Ovi trendovi osiguravaju kontinuirani rast dolazaka i produljenje sezone, posebno uz programe koji privlače turiste i izvan glavne ljetne sezone.

Zrakoplovna povezanost s Hrvatskom tijekom 2024. godine – komentar tržišnih promjena i okolnosti

Za 2024. godinu, zrakoplovna povezanost između Švicarske i Hrvatske ostaje snažna, s povećanim brojem sezonskih i redovnih letova koji zadovoljavaju potrebe kako poslovnih, tako i privatnih putnika. Evo ključnih podataka o trenutnom rasporedu i planiranim letovima:

- Zürich - Zagreb: SWISS International Air Lines nudi oko 14 direktnih letova tjedno između Züricha i Zagreba, s trajanjem leta od oko 1 sat i 25 minuta. Ovaj raspored

⁴⁴ <https://www.seco.admin.ch/seco/en/home/wirtschaftslage---wirtschaftspolitik/Wirtschaftslage/bip-quartalsschaetzungen-.html>

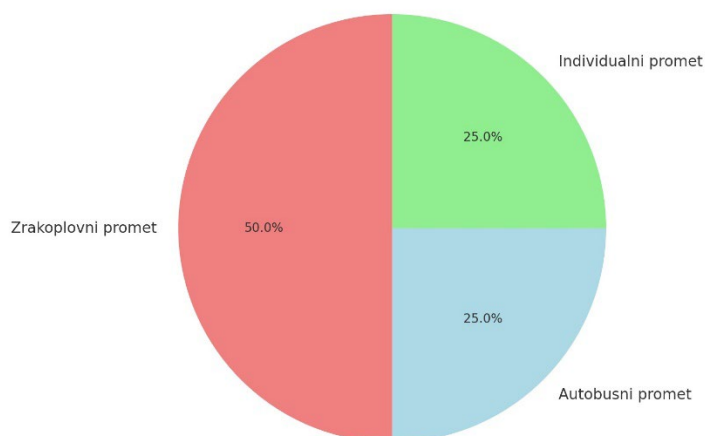
⁴⁵ <https://www.kuoni.ch/>; <https://www.hotelplan.ch/>; <https://www.tui.ch/de/>;

omogućava fleksibilne opcije putovanja tijekom cijele godine, čineći liniju idealnom za poslovne i privatne putnike koji često putuju između dvije zemlje. ⁴⁶

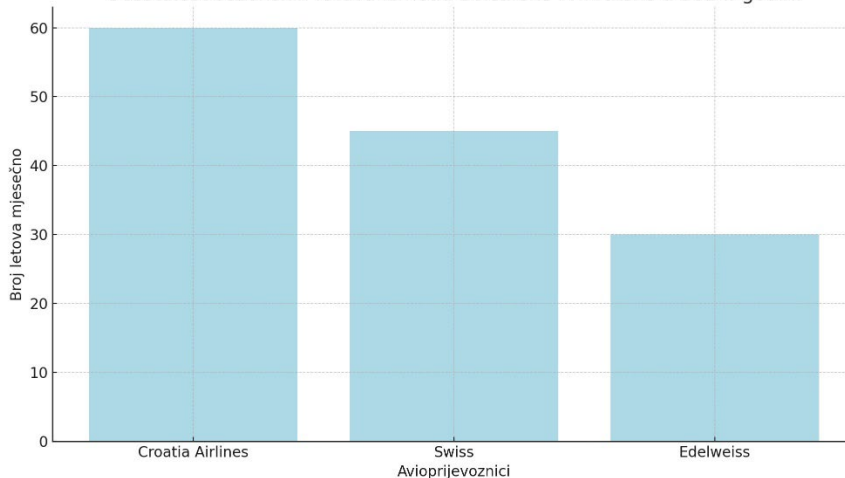
- Zürich - Split i Zürich - Dubrovnik: Croatia Airlines održava redovne letove tijekom cijele godine prema Zagrebu, a tijekom ljetne sezone dodaje dodatne sezonske linije za Split i Dubrovnik, omogućujući lak pristup jadranskoj obali. Letovi prema Splitu i Dubrovniku najčešće se odvijaju srijedom i subotom, što omogućava švicarskim putnicima jednostavan pristup popularnim hrvatskim destinacijama na jadranskoj obali. ⁴⁷
- Sezonske linije iz Ženeve: SWISS planira sezonske letove iz Ženeve prema Splitu i Zagrebu te dodatne linije prema Dubrovniku i Puli. Ove linije uglavnom prometuju od svibnja do listopada, omogućujući švicarskim turistima udobne letove prema glavnim turističkim destinacijama u Hrvatskoj tijekom ljetne sezone.

Croatia Airlines i SWISS uložili su dodatne napore kako bi povećali broj linija između Hrvatske i Švicarske tijekom glavne turističke sezone 2024., osiguravajući veću dostupnost i prilagođen raspored koji odgovara potrebama švicarskog tržišta.

Vrste turističkog prometa između Švicarske i Hrvatske u 2024. godini



Učestalost sezonskih letova između Švicarske i Hrvatske u 2024. godini



⁴⁶ <https://www.swiss.com/at/de/homepage>

⁴⁷ <https://www.croatiaairlines.com/>

Planirane nove linije za 2025. godinu: Edelweiss Air planira uvesti novu liniju između Züricha i Zadra koja će prometovati sezonski od 28. lipnja do 23. kolovoza 2025., s dva leta tjedno. Letovi će se odvijati pod brojem leta Edelweissa, dok će zrakoplovi biti modela A220-300 tvrtke SWISS. Ova nova linija dodatno proširuje pokrivenost hrvatskih destinacija, čime su Swiss International Air Lines i Edelweiss gotovo u cijelosti pokrili obalne zračne luke u Hrvatskoj, izuzev Rijeke i Brača. ⁴⁸

Zaključak: Swiss International Air Lines i Croatia Airlines kontinuirano ulažu u proširenje i prilagodbu rasporeda letova kako bi omogućili veću dostupnost i bolju povezanost između Švicarske i Hrvatske tijekom turističke sezone. S dodatnim sezonskim linijama iz Züricha i Ženeve prema Splitu, Dubrovniku, Puli i Zagrebu, švicarskim putnicima osigurava se niz fleksibilnih opcija za putovanja prema Hrvatskoj, uz povećan fokus na udobnost i prilagodbu potrebama tržišta.

Autobuseri u 2024.

Putovanja autobusom ostaju popularna opcija među švicarskim turistima, osobito za mlađe putnike i one koji traže povoljnije načine prijevoza prema europskim destinacijama. Autobusni prijevoz omogućuje fleksibilnost i dodatne opcije koje često nadopunjuju ponudu zračnog i željezničkog prijevoza.

- Promjene u tržištu: Autobusni operateri prilagođavaju svoju ponudu kako bi zadovoljili potrebe putnika, s naglaskom na sezonske linije prema Hrvatskoj i drugim europskim destinacijama. Povećan broj linija tijekom glavne turističke sezone, uključujući noćne polaske, omogućava putnicima fleksibilnost i optimalno korištenje vremena za odmor. Noćni polasci osobito su popularni jer putnicima omogućuju da stignu na odredište ujutro, čime maksimalno iskorištavaju vrijeme na destinaciji. ⁴⁹
- Okolnosti i očekivanja: Povećanje cijena goriva moglo bi utjecati na troškove autobusnog prijevoza u 2024. godini, no većina operatera, kako bi održala interes putnika, uvodi popuste i posebne pakete. Promotivne ponude, uključujući popuste na povratne karte i posebne cijene za grupe i mlade, osmišljene su kako bi putovanje autobusom ostalo privlačna opcija. Uz to, sve veći broj operatera uključuje i mogućnosti besplatnog Wi-Fi-a, utičnica za uređaje i dodatne pogodnosti kako bi povećali udobnost tijekom dugih putovanja. ⁵⁰

Autobusni prijevoz ostaje važan dio ponude na švicarskom tržištu, posebno među putnicima koji preferiraju povoljnije opcije i fleksibilnost. Sezonske linije prema Hrvatskoj, zajedno s ponudom popusta i dodatnih pogodnosti, pomažu u očuvanju interesa za ovu vrstu prijevoza, unatoč promjenama u troškovima.

⁴⁸ <https://www.flyedelweiss.com/ch/de/home.html>

⁴⁹ <https://www.destatis.de/DE/Themen/Laender-Regionen/Internationales/Laenderprofile/schweiz.html>

⁵⁰ <https://www.swissinfo.ch/ger/wirtschaft/das-erwartet-die-schweiz-wirtschaftsausblick-2024/49087314>

Individualni promet u 2024.

Švicarski turisti sve više preferiraju individualna putovanja, pri čemu su obitelji i parovi najčešći korisnici ove vrste putovanja, zbog želje za većom fleksibilnošću i prilagodbom itinerara osobnim potrebama. Ovaj trend odražava promjene u navikama i preferencijama turista, koji traže prilagođene opcije i kontrolu nad svakim aspektom putovanja.

- Promjene u ponašanju potrošača: Individualni putnici sve češće rezerviraju smještaj putem online platformi kao što su Airbnb i Booking.com ili direktno preko pružatelja usluga smještaja, čime ostvaruju veću prilagodljivost u pogledu trajanja boravka i izbora vrste smještaja. Sve veća popularnost online platformi omogućuje turistima jednostavno i brzo pronalaženje smještaja, što doprinosi većoj zastupljenosti individualnog prometa. Osim toga, putnici često biraju specifične lokalne opcije, poput kuća za odmor, vila i apartmana, koji omogućuju privatnost i autentično iskustvo.
- Okolnosti i trendovi: Očekuje se daljnji rast individualnog prometa u 2024. godini, potaknut željom za prilagodljivim i fleksibilnim opcijama. Fleksibilni uvjeti otkazivanja, koji su postali standard nakon pandemije, ostaju ključni faktor u odlukama o rezervacijama, posebno za one koji žele sigurnost u slučaju promjena plana putovanja. Individualni putnici također pokazuju veći interes za održive opcije smještaja i aktivnosti koje omogućuju autentična lokalna iskustva, što im pruža veći osjećaj povezanosti s destinacijom.

Individualni promet postaje sve važniji segment švicarskog turističkog tržišta, pri čemu fleksibilnost i prilagodba putovanja igraju ključnu ulogu. Razvoj online platformi za rezervacije smještaja i mogućnosti prilagodljivih uvjeta otkazivanja dodatno potiče ovaj trend, čineći individualna putovanja atraktivnijim izborom za švicarske turiste.⁵¹

TURISTIČKA SEZONA 2025. – OPĆI POKAZATELJI I NAJAVE

Preliminarna procjena turističkog tržišta/ukupnih odlazaka na godišnji odmor u inozemstvo u 2025.

Tržišne prognoze za 2025. godinu pokazuju mješovite signale. Dok oporavak nakon pandemije i sve veći interes potrošača za putovanjima povećavaju potražnju, ekonomski izazovi, kao što su inflacija, energetska kriza i geopolitičke napetosti, stvaraju nesigurnost na tržištu. Ako se ekonomska situacija pogorša, švicarski turisti mogli bi biti skloniji kraćim i ekonomičnijim putovanjima.

- Utjecaj kriznih okolnosti na ponašanje potrošača: U slučaju nastavka inflacije i visokih cijena energije, očekuje se da će švicarski turisti birati bliže destinacije kako bi smanjili troškove. Visoka potražnja za fleksibilnim rezervacijama i opcijama "last-minute" rezervacija također se očekuje, jer potrošači pokušavaju prilagoditi svoje troškove trenutnim tržišnim uvjetima i nesigurnostima.

⁵¹ <https://www.tcs.ch/de/camping-reisen/reiseinformationen/reisebarometer/>

Scenariji za turistički promet u 2025.:

- Pozitivan scenarij: Stabilizacija ekonomske situacije i smirivanje geopolitičkih tenzija mogli bi potaknuti rast međunarodnih putovanja, uz povratak dugoročnijeg planiranja i veću potražnju za udaljenijim destinacijama, uključujući izvan-europske destinacije.
- Negativan scenarij: U slučaju daljnjeg rasta inflacije ili eskalacije političkih napetosti, švicarski će se turisti vjerojatno fokusirati na bliže europske destinacije i kraće odmore kako bi smanjili troškove.

Preliminarna procjena redoslijeda omiljenih destinacija u 2025.

Prema trenutnim procjenama, mediteranske zemlje i dalje će dominirati među omiljenim destinacijama švicarskih turista. Top destinacije uključivat će Hrvatsku, Italiju i Grčku, uz posebnu privlačnost za obiteljske odmore, kulturne ture i održive opcije smještaja.

U slučaju daljnjih ekonomskih izazova ili geopolitičkih nestabilnosti, može se očekivati povećana potražnja za sigurnijim opcijama unutar Švicarske. U tom bi slučaju švicarski turisti mogli preferirati domaće destinacije s prirodnim ljepotama i mogućnostima za aktivan odmor, čime bi podržali lokalni turizam i smanjili ovisnost o udaljenim putovanjima.

Prognoze organizatora putovanja i zrakoplovnih prijevoznika za 2025.

- Konsolidacija tržišta: Očekuje se nastavak konsolidacije među turoperatorima (TO) i turističkim agencijama (TA), pri čemu će veći pružatelji usluga povećati svoj udio na tržištu. Manji pružatelji usluga mogli bi se suočiti s poteškoćama u održavanju poslovanja zbog promjenjivih tržišnih uvjeta i pojačane konkurencije, što može dovesti do akvizicija i suradnji unutar industrije. Ova konsolidacija rezultirat će stabilnijim i prilagodljivijim poslovnim modelima, koji odgovaraju zahtjevima potrošača za fleksibilnim uvjetima rezervacija i višom kvalitetom usluge.
- Promjene u ponudi: Organizatori putovanja sve više usmjeravaju ponudu prema fleksibilnim, ekološki prihvatljivim opcijama. To uključuje aranžmane s niskim utjecajem na okoliš, poput održivih smještaja, lokalnih paketa koji podržavaju lokalne zajednice te ekološki prihvatljivih oblika prijevoza. Fleksibilnost postaje ključni čimbenik u privlačenju potrošača, uz mogućnost prilagodbe itinerara i uvjeta otkazivanja.
- Zrakoplovni prijevoznici također planiraju prilagoditi ponudu prema tržišnim uvjetima, s naglaskom na sezonske linije prema popularnim destinacijama poput Hrvatske. Povećanjem sezonskih letova prema turističkim žarištima, aviokompanije odgovaraju na rastuću potražnju za fleksibilnim i održivim putovanjima. Dodatne mjere za smanjenje karbonskog otiska mogle bi postati standardna praksa, čime se zrakoplovni sektor prilagođava sve većem fokusu na ekološku odgovornost među putnicima.

Prognoze za 2025. godinu ukazuju na prilagodbe u turističkoj industriji, uključujući konsolidaciju turoperatora, fokus na održive opcije i rastući zahtjev za fleksibilnim uvjetima

putovanja. Hrvatska, zajedno s drugim mediteranskim destinacijama, nastavit će biti popularan izbor za švicarske turiste, uz prednost fleksibilnih i ekološki prihvatljivih aranžmana.

52

TURISTIČKA SEZONA 2025. – HRVATSKA

Okvirna procjena ukupnog broja dolazaka i noćenja u Hrvatskoj u 2025.

Za 2025. godinu predviđa se stabilan rast broja dolazaka i noćenja u Hrvatskoj, uz potencijalne izazove koji bi mogli utjecati na potražnju. Prema analizama KOF ETH i Federalnog zavoda za statistiku, mogući utjecaj rastućih cijena energenata i inflacije mogao bi oblikovati ponašanje potrošača jer bi povećani troškovi života mogli dovesti do manje potrošnje na odmor i kraćih boravaka.

S druge strane, Hrvatska ima priliku privući švicarske turiste kao povoljniju alternativu skupljim destinacijama, poput Italije i Francuske. Sa svojim atraktivnim omjerom cijene i kvalitete, te prirodnim i kulturnim bogatstvima, Hrvatska se pozicionira kao konkurentna opcija za putnike koji traže ekonomičnije odredište.

Procjene rasta dolazaka i noćenja

Travelnews predviđa rast dolazaka od 3-5 % u odnosu na 2024. godinu, dok se očekuje da će broj noćenja ostati na sličnim razinama ili uz blagi porast. Ovaj rast može biti dodatno potaknut održivom ponudom i ekološkom orijentacijom Hrvatske, koja privlači putnike sa švicarskog tržišta sklone odgovornom turizmu. Hrvatska sve više ulaže u održive opcije, kao što su ekološki certificirani smještaji, lokalno vođene ture i usluge s niskim utjecajem na okoliš, što može imati snažan privlačni učinak na švicarske turiste.

Strategije za privlačenje švicarskih turista

- Održiva ponuda: Daljnje poticanje održivih opcija i promocija ekološki prihvatljivih aranžmana može privući turiste sa švicarskog tržišta koji cijene odgovorni turizam. Povećanje broja ekoloških smještaja, podrška lokalnim zajednicama kroz turizam i promicanje aktivnosti poput biciklističkih tura i pješačkih staza doprinosi stvaranju održivog imidža Hrvatske.
- Izvansezonske ponude i konkurentni paketi: Pružanje cjenovno konkurentnih paketa tijekom predsezone i postsezone, uz promociju kulturnih i gastronomskih iskustava, moglo bi pomoći u privlačenju turista iz Švicarske koji traže povoljnije opcije. Osim toga, širenje ponude za aktivni odmor i wellness u izvansezonskim mjesecima moglo bi dodatno privući posjetitelje zainteresirane za mirnije razdoblje putovanja.

Hrvatska za 2025. godinu ima pozitivne izgleda za rast broja dolazaka i noćenja, unatoč ekonomskim izazovima s kojima se suočava turističko tržište. Kombinacija ekonomske pristupačnosti, održivih turističkih opcija i promocija izvansezonskih paketa ključni su faktori za privlačenje švicarskih turista. Ako se trendovi nastave, Hrvatska ima priliku ojačati svoju

⁵² <https://www.tcs.ch/de/camping-reisen/reiseinformationen/reisebarometer/>; <https://www.srv.ch/>

poziciju kao vodeća destinacija za švicarske putnike koji traže povoljno, ekološki odgovorno i autentično turističko iskustvo.⁵³

Najave zastupljenosti Hrvatske u programima organizatora putovanja i zrakoplovnih prijevoznika tijekom 2025. – komentar tržišnih promjena i okolnosti

Za 2025. godinu vodeći švicarski turoperatori, uključujući Kuoni, Hotelplan, TUI Suisse i FTI Touristik, planiraju proširenje svojih programa za Hrvatsku. Poseban naglasak bit će na luksuznim smještajima, održivim turama i kulturnim sadržajima, kako bi se odgovorilo na rastući interes za ekološki odgovornim i kulturno obogaćenim iskustvima. Planirani programi uključivat će raznolike pakete, od luksuznih i wellness aranžmana na jadranskoj obali do avanturističkih aktivnosti u manje poznatim regijama Hrvatske, poput Istre i Dalmatinske Zagore. Na taj način turoperatori pridonose ravnoteži između posjećenosti popularnijih turističkih odredišta i razvoja novih destinacija, čime se dodatno potiče održivi turizam.

Ovi programi obuhvatit će:

- Ekološki prihvatljive ture s fokusom na lokalno vođene aktivnosti i smještaj s niskim utjecajem na okoliš.
- Avanturističke i kulturne aktivnosti koje promiču autentična iskustva, poput biciklističkih i planinarskih staza, te vinskih i gastronomskih tura.
- Smještaj u luksuznim i održivim objektima koji zadovoljavaju standarde visoke kvalitete i ekološke odgovornosti.

Zrakoplovni prijevoznici, uključujući Swiss International Air Lines i Croatia Airlines, također razmatraju proširenje sezonskih linija prema Hrvatskoj, osobito tijekom glavne turističke sezone. Uz redovne letove prema Splitu, Dubrovniku i Zagrebu, planiraju se dodatni sezonski letovi s regionalnih švicarskih aerodroma kao što su Ženeva i Basel. Ova proširenja omogućit će turistima lakši pristup različitim dijelovima Hrvatske, čime se povećava dostupnost odredišta i olakšava putovanje do ključnih turističkih žarišta.

Hrvatska ima pozitivne izgleda za daljnji rast u programima švicarskih turoperatora i zrakoplovnih prijevoznika za 2025. godinu. Naglasak na luksuznim, održivim i kulturno obogaćenim aranžmanima, zajedno s proširenjem zrakoplovne povezanosti, omogućit će švicarskim turistima fleksibilnije i dostupnije opcije za putovanje u Hrvatsku. Ovi planirani programi i proširenja dodatno pozicioniraju Hrvatsku kao atraktivnu destinaciju koja odgovara suvremenim potrebama za održivim i autentičnim turističkim iskustvima.

Mjere koje bi prema mišljenju organizatora putovanja i drugih ključnih poslovnih dionika trebalo poduzeti u 2025. kako bi Hrvatska bila poželjna turistička destinacija u kontekstu daljnjih političkih i ekonomskih okolnosti

1. Poticanje održivog turizma i ekološki prihvatljivih smještaja

Švicarski turisti sve više cijene ekološku odgovornost i održivost, zbog čega su turistički operatori (TO) i turističke agencije (TA) preporučili da Hrvatska dodatno proširi i promovira održivi turizam. STnet i Travelnews predlažu da Hrvatska uvede poticaje za eko-certificirane

⁵³ <https://www.bfs.admin.ch/bfs/en/home/statistics/tourism/travel-behaviour.html>; <https://kof.ethz.ch/>
Hrvatska turistička zajednica

smještaje, poput hotela koji koriste obnovljive izvore energije i objekte koji smanjuju potrošnju vode. Razvoj eko-infrastrukture, poput biciklističkih i planinarskih staza, eko-parkirališta i stajališta za električna vozila, dodatno bi poboljšao ekološki profil Hrvatske. Takve mjere privlače švicarske turiste koji održivost smatraju prioritetom pri odabiru destinacije, uz istovremeni doprinos očuvanju prirodnih resursa.

2. Jačanje prometne povezanosti, s naglaskom na dostupnost i fleksibilnost

Proširenje prometne povezanosti, posebno kroz dodatne zračne, željezničke i autobusne linije, jedan je od glavnih zahtjeva švicarskih turoperatora. Swiss International Air Lines i Croatia Airlines razmatraju dodatne sezonske rute za 2025., posebice izravne letove iz Ženeve i Basela za Split, Dubrovnik i Zadar, čime bi se omogućio lakši pristup Jadranu za turiste iz zapadne i sjeverne Švicarske. Uz proširenje zračnih linija, predlaže se jačanje autobusne mreže i prilagodba voznog reda vlakova kako bi se povezali s destinacijama poput Istre i Dalmacije.

3. Povećanje cjenovne konkurentnosti kroz sezonske i specijalizirane ponude

S obzirom na ekonomske izazove i inflaciju, Hrvatska bi trebala nuditi specijalizirane pakete za proljeće i jesen kako bi privukla turiste izvan glavne sezone i smanjila pritisak na ljetne mjeseci. Kuoni i Hotelplan preporučuju uvođenje paketa s popustima na smještaj i atrakcije, kao i obiteljske pakete s dodatnim pogodnostima, poput sadržaja za djecu, vođenih tura i kulturnih programa. Ciljano promoviranje ovih ponuda privuklo bi mlađe obitelji i turiste koji traže dobar omjer cijene i kvalitete.

4. Digitalizacija turističkih usluga i proširenje digitalne prisutnosti Hrvatske

Digitalizacija je ključan korak za hrvatski turizam kako bi privukla mlađe i tehnološki orijentirane putnike. AboutTravel preporučuje uvođenje aplikacija i platformi za pristup informacijama u stvarnom vremenu o smještaju, lokalnim atrakcijama, vremenskim uvjetima i prometu. MySwitzerland i drugi švicarski partneri smatraju personalizaciju kroz digitalne kanale ključnom za zadovoljstvo korisnika. Aplikacije koje podržavaju njemački i francuski jezik olakšale bi komunikaciju, dok bi virtualne ture i digitalni sadržaji unaprijed predstavili destinaciju, povećavajući interes za rezervacije.

5. Razvoj autentičnih turističkih programa s fokusom na kulturno nasljeđe i lokalne doživljaje

Švicarski turisti sve više traže kulturne i autentične doživljaje koji omogućuju dublje razumijevanje lokalne zajednice. TUI Suisse i Kuoni preporučuju proširenje ponude koja uključuje tematske rute, poput vinskih tura, gastronomskih doživljaja, festivala i radionica za ručni rad. Suradnjom s lokalnim zajednicama, Hrvatska može ponuditi autentična iskustva, poput posjeta povijesnim lokalitetima, sudjelovanja u lokalnim događanjima i učenja o tradiciji. Aktivnosti poput planinarenja, biciklizma i sportova na vodi dodatno bi privukle švicarske turiste koji preferiraju aktivni i avanturistički odmor.

6. Fleksibilnost uvjeta rezervacije i mogućnosti prilagodbe za last minute putovanja

Zbog ekonomske nesigurnosti koja utječe na odluke turista, turoperatora preporučuju veću fleksibilnost uvjeta rezervacija i promociju last-minute opcija. Hotelplan i TUI Suisse ističu važnost fleksibilnih uvjeta otkazivanja, što bi privuklo turiste koji traže sigurnost u slučaju neočekivanih promjena. Ponude s mogućnošću otkazivanja u posljednji trenutak, prilagodljivim datumima putovanja i zamjenom destinacija popularne su među švicarskim turistima koji žele minimalan rizik prilikom rezervacije.

7. Suradnja s partnerima u turizmu za povećanje vidljivosti Hrvatske

Suradnja s švicarskim medijima, influencerima, turoperatorima i drugim ključnim igračima dodatno bi ojačala prisutnost Hrvatske na tržištu. AboutTravel i Travelnews preporučuju strateška partnerstva s influencerima i medijima za promociju Hrvatske kao destinacije za ekološki odgovorne, pristupačne i kulturno bogate odmore. To bi uključivalo medijske kampanje, sponzorirane ture za novinare i suradnju s platformama koje promoviraju ekološki turizam, čime bi se Hrvatska dodatno pozicionirala kao poželjna destinacija za švicarske turiste.

Prema preporukama turoperatora i drugih ključnih dionika, Hrvatska bi trebala implementirati niz mjera koje uključuju poticanje održivosti, jačanje prometne povezanosti, digitalizaciju usluga, razvoj autentičnih programa i fleksibilne uvjete rezervacije. Ove mjere će Hrvatsku učiniti konkurentnijom destinacijom za švicarske turiste, zadovoljavajući njihove specifične zahtjeve i pridonoseći dugoročnom održivom rastu turizma.