ZAGREB, 6. veljače 2018.

**PRIOPĆENJE**

**Predstavljeni rezultati istraživanja „Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj – TOMAS Ljeto 2017.“**

**Hrvatska sve prepoznatljivija kao destinacija raznolike ponude**

Danas su u Ministarstvu turizma rezultate istraživanja **„Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj - TOMAS Ljeto 2017.“** predstavili ministar turizma **Gari Cappelli**, direktor Glavnog ureda Hrvatske turističke zajednice **Kristjan Staničić** te voditeljica projekta „TOMAS Ljeto 2017.“ u Institutu za turizam, **Zrinka Marušić.** Istraživanje je proveo Institut za turizam od srpnja do listopada 2017. godine u sedam primorskih županija obuhvativši 67 većih mjesta duž obale te na otocima na uzorku od 5.950 ispitanika sa 18 emitivnih tržišta. Kroz ovo istraživanje prikupili su se i analizirali podaci o sociodemografskoj strukturi gostiju, obilježjima putovanja i boravka u destinaciji, potrošnji te zadovoljstvu gostiju našom turističkom ponudom.

„Kroz ovo istraživanje dobili smo uvid u mišljenja gostiju o našim turističkim proizvodima, motivaciji njihovog dolaska te njihovoj potrošnji, a što nam je izuzetno važno za pripremu budućih programa i aktivnosti. Iznimno mi je drago što su ovi rezultati potvrdili kako su naše dosadašnje aktivnosti pridonijele pozitivnim iskoracima u razvoju hrvatskog turizma, da se potrošnja gostiju povećava i da Hrvatska nije samo prepoznata kao destinacija sunca i mora već veliki značaj imaju i gastronomija, aktivni odmor i ostali selektivni oblici turizma. Ovo istraživanje dobar je pokazatelj kako se percepcija i stavovi turista vrlo brzo mijenjaju i upravo zato nužno je kontinuirano se unapređivati te prilagođavati potrebama tržišta kako bi se osigurao dugoročan uspjeh u turizmu“ istaknuo je **ministar Cappelli.**

„Dobiveni rezultati istraživanja koristit će se u daljnjem osmišljavanju i provođenju ključnih aktivnosti vezanih uz jačanje nacionalnog turističkog brenda zemlje, a dobili smo i kvalitetne informacije koje će nama u Hrvatskoj turističkoj zajednici, ali i kolegama iz sustava turističkih zajednica biti iznimno korisne prilikom definiranja i plasiranja promotivnih, marketinških i PR aktivnosti. Uvid u motivaciju, stavove, potražnju, ali i eventualne kritike naših gostiju omogućuju nam da još preciznije i konkretnije kreiramo i usmjeravamo svoje promotivne aktivnosti na točno ciljane goste sukladno njihovim preferencijama. Ovi rezultati pokazuju koliko se trendovi u turizmu brzo mijenjaju i koliko je važno pratiti tu dinamiku s ciljem zadržavanja konkurentne pozicije na svjetskoj turističkoj karti“, poručio je **direktor Staničić** napomenuvši kako su danas osnovni izvori informacija Internet i društvene mreže, kao i posebni suvremeni digitalni projekti u kojima Hrvatska nimalo ne zaostaje već nameće trendove što potvrđuje nagrađivani sustav eVisitor.

„Rezultati TOMAS istraživanja i trendovi koji iz njih proizlaze jasno ukazuju na važnost kontinuiranog praćenja profila gostiju, njihove potrošnje i zadovoljstva kako bismo, s jedne strane, pratili učinke svojih aktivnosti, a s druge strane na vrijeme prepoznali potencijalne izazove te tako zaista upravljali razvojem turizma u Hrvatskoj.“ smatra **ravnatelj Instituta za turizam Damir Krešić.**

**U odnosu na 2014. godinu prosječna dnevna potrošnja turista porasla za 19 posto**

Rezultati istraživanja provedenog tijekom 2017. godine pokazali su vidljive promjene u stavovima i potrošnji turista u Hrvatskoj u odnosu na 2014. godinu kada je posljednji put provedeno ovo istraživanje. Prosječna dnevna potrošnja turista prema istraživanju iznosi **79 eura po osobi i noćenju** **što predstavlja rast od oko 19 posto** u odnosu na 2014. godinu kada je iznosila 66 eura. U strukturi prosječnih dnevnih izdataka 49 posto se odnosi na uslugu smještaja, 17 posto na uslugu hrane i pića izvan usluge smještaja, a 34 posto na sve ostale usluge. Dok su izdaci za smještaj porasli za oko 7 posto, izdaci na sve ostale usluge porasli su 33 posto, odnosno povećana je važnost izvansmještajne potrošnje. Najviše su u prosjeku trošili gosti iz SAD-a (158 eura), Velike Britanije (139 eura), Španjolske (126 eura), Rusije (121 eura) te gosti iz skandinavskih zemalja (119 eura).

Kada je u pitanju struktura gostiju, rezultati istraživanja pokazuju kako je **prosječna starost turista koji posjećuju Hrvatsku** **41,5 godina**, od čega je 54 posto turista u dobi od 30 do 49 godina, 19 posto je mlađih od 30, a 27 posto starijih od 50 godina. U odnosu na 2014. godinu značajnije se povećava udio turista s mjesečnim primanjima kućanstva većim od 3.000 eura (s 26 posto u 2014. na 40 posto u 2017.). **Najveći broj gostiju dolazi u pratnji partnera (48 posto),** a slijedi dolazak u krugu obitelji (38 posto) pa s prijateljima (10 posto), a ovo je ujedno prvi put otkako se provodi istraživanje da je dolazak s partnerom postao najčešći oblik dolaska

kada je u pitanju pratnja. Znatno je povećan udio 'novih' gostiju, tj. onih koji posjećuju Hrvatsku po prvi puta (s 18 posto u 2014. na 33 posto u 2017.) I nadalje je, kao prijevozno sredstvo za dolazak u Hrvatsku, najzastupljeniji dolazak automobilom (78 posto), ali raste korištenje zrakoplova (s 11 posto u 2014. na 15 posto u 2017.), te pada udio dolazaka autobusom (sa 7 posto na 4 posto).

**Enogastronomija, sportski, zdravstveni i drugi oblici turizma sve važniji motivi dolaska gostiju**

Iako odmor na moru (pasivni odmor) motivira na dolazak u Hrvatsku više od polovice svih gostiju (55 posto), njegova važnost značajno je smanjena u odnosu na 2014. godinu (sa 75 posto na 55 posto), dok s druge strane sve veću važnost pri odabiru Hrvatske kao destinacije imaju gastronomija i motivi povezani s aktivnim odmorom. Kao motiv dolaska javljaju se iskustva i doživljaji (31 posto), gastronomija (29 posto), upoznavanje prirodnih ljepota (26 posto), zabava (24 posto) bavljenje sportom i rekreacijom (20 posto) te niz drugih motiva kao što je wellness (8 posto), zdravstveni razlozi (7 posto) itd.

Glavni izvor informacija je Internet na kojeg se oslanja 44 posto gostiju (44 posto u 2017. u odnosu na 30 posto u 2014.). Nakon Interneta slijede mediji putem kojih informacije prikuplja 25 posto turista, preporuke rodbine i prijatelja (24 posto) te prijašnji boravak (18 posto). Svaki drugi gost rezervira smještaj izravno sa smještajnim objektom, a 38 posto koristi usluge turističke agencije pri rezervaciji smještaja. Također, povećava se udio gostiju koji unaprijed rezerviraju smještaj; za 12 postotnih bodova povećan je udio gostiju koji koriste usluge turističke agencije, a za 8 postotnih bodova onih koji rezerviraju smještaj izravno sa smještajnim objektom. Raste udio onih koji smještaj rezerviraju više od tri mjeseca prije polaska na put.

**Hrvatska ispred konkurencije u kvaliteti smještajne i ugostiteljske ponude, ljepoti krajolika i čistoći te sigurnosti**

Prema ocjenama ispitanika najbolje ocijenjeni elementi ponude Hrvatske su ljepota prirode i krajolika, ljubaznost osoblja u smještajnom objektu, osobna sigurnost, pogodnost za provođenje obiteljskog odmora i ugođaj ('atmosfera'). Ujedno su ti aspekti ponude uz kvalitetu

smještajne i ugostiteljske ponude, elementi kojima su ispitanici dali bolje ocjene Hrvatskoj nego li konkurentskim destinacijama kao što su Portugal, Španjolska, Italija, Turska, Francuska, Grčka, Slovenija, Crna Gora.