



EU Strategy for the
Adriatic and Ionian Region
Croatian Presidency 2023-2024
a blue-green Strategy for the future

nautika 2022.
Tomas 

CruiseAIR

**STAVOVI I POTROŠNJA NAUTIČARA U
HRVATSKOJ U 2022. GODINI**

**Priprema planova upravljanja kruzim
destinacijama u okviru Jadransko-jonske regije**

Zrinka Marušić, mag.math., Institut za turizam

ODRŽIVI NAUTIČKI TURIZAM, ZAGREB, 21. LIPNJA 2023.



REPUBLIKA HRVATSKA
Ministarstvo
turizma i sporta



STAVOVI I POTROŠNJA NAUTIČARA U HRVATSKOJ U 2022. GODINI REZULTATI ISTRAŽIVANJA

ODRŽIVI NAUTIČKI TURIZAM, ZAGREB, 21. LIPNJA 2023.

TOMAS NAUTIKA 2022.: O ISTRAŽIVANJU – dva segmenta potražnje

JAHTING

CILJEVI

- Utvrditi obilježja **jahting potražnje**
- Pratiti trendove
(2001., 2004., 2007., 2012., 2017., 2022.)

METODE

- Primarno istraživanje
- Osobni intervju (CAPI)
- Lipanj do listopad 2022.
- 32 marine i 9 luka otvorenih za javni promet
- Populacija: nautičari iz 14 emitivnih zemalja
- 2.508 ispitanika
- Sadržaj: obilježja nautičara i plovidbe, zadovoljstvo ponudom, izdaci, konkurentnost

DOMAĆA BRODSKA KRSTARENJA

CILJEVI

- Utvrditi obilježja **potražnje na domaćim brodskim krstarenjima**

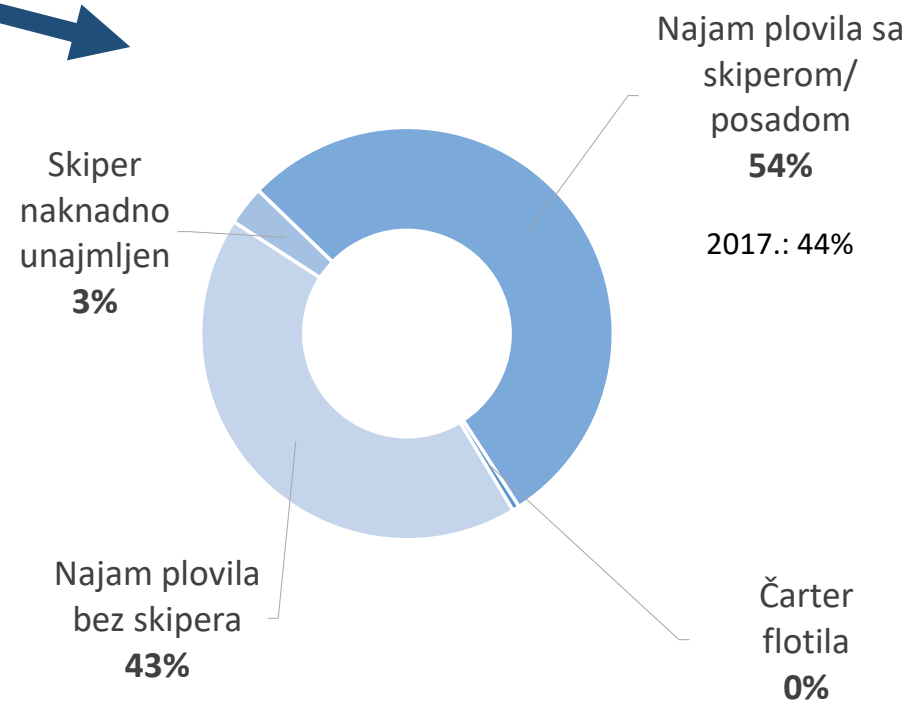
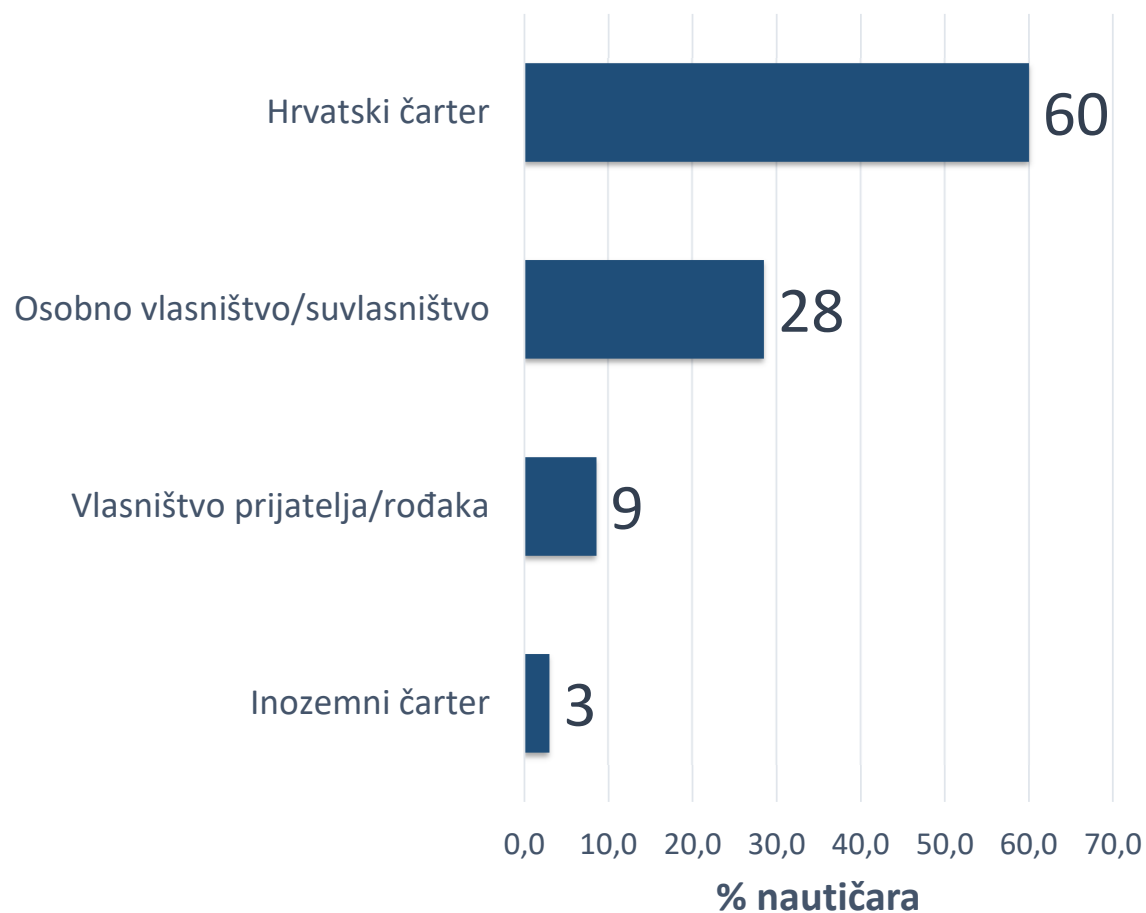
METODE

- Primarno istraživanje
- Osobni intervju (CAPI)
- Lipanj do listopad 2022.
- 10 luka otvorenih za javni promet
- Populacija: putnici
- 502 ispitanika (Njemačka, Velika Britanija, Hrvatska, Francuska, Italija, Benelux, Skandinavija, Ostale europske zemlje)
- Sadržaj: profil putnika, obilježja krstarenja, zadovoljstvo ponudom, izdaci

JAHTING POTRAŽNJA: REZULTATI

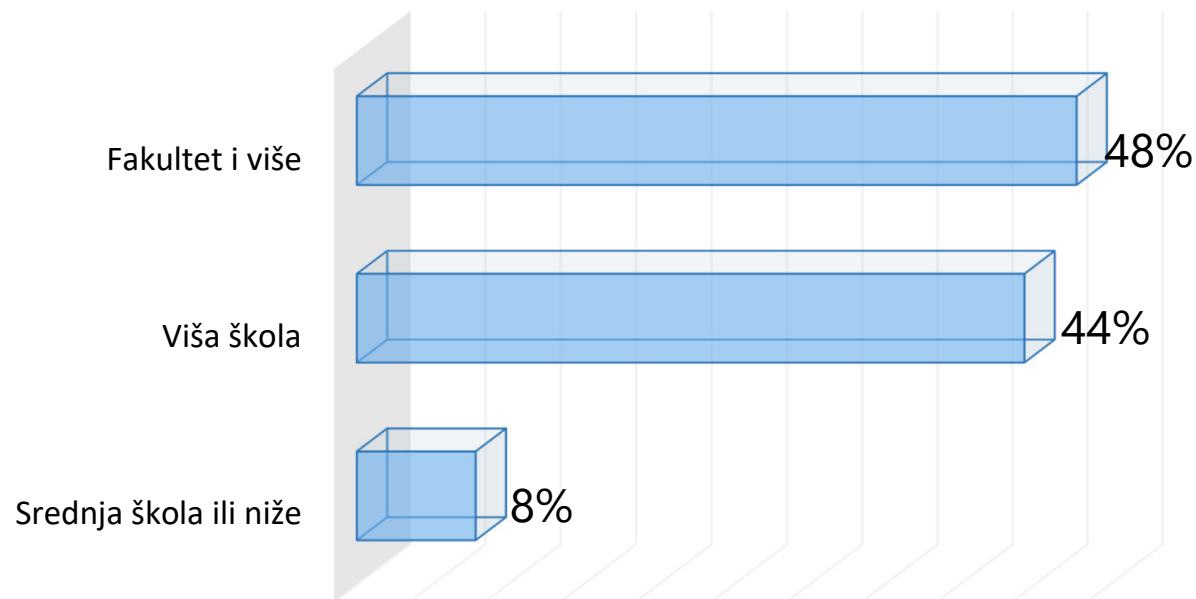
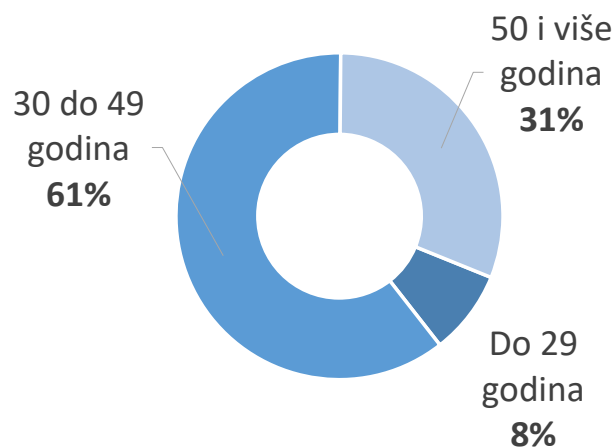


STRUKTURA NAUTIČKE JAHTING POTRAŽNJE PREMA VLASNIŠTVU PLOVILA I VRSTI NAJMA



SOCIODEMOGRAFSKI PROFIL: Dob i obrazovanje

44 godine u prosjeku



TOMAS Hrvatska 2022. (sezona): 42 godine u prosjeku

TOMAS Hrvatska 2022. (sezona): 40% fakultetski obrazovanih

RAZLIKE

→ Čarteraši mlađi (42 prema 48 godina)



TREND
2012.-2022.

- Kontinuirana dominacija nautičara srednje dobi
- Udio nautičara s fakultetskim obrazovanjem: 43% (2012.), 51% (2017.), 48% (2022.)

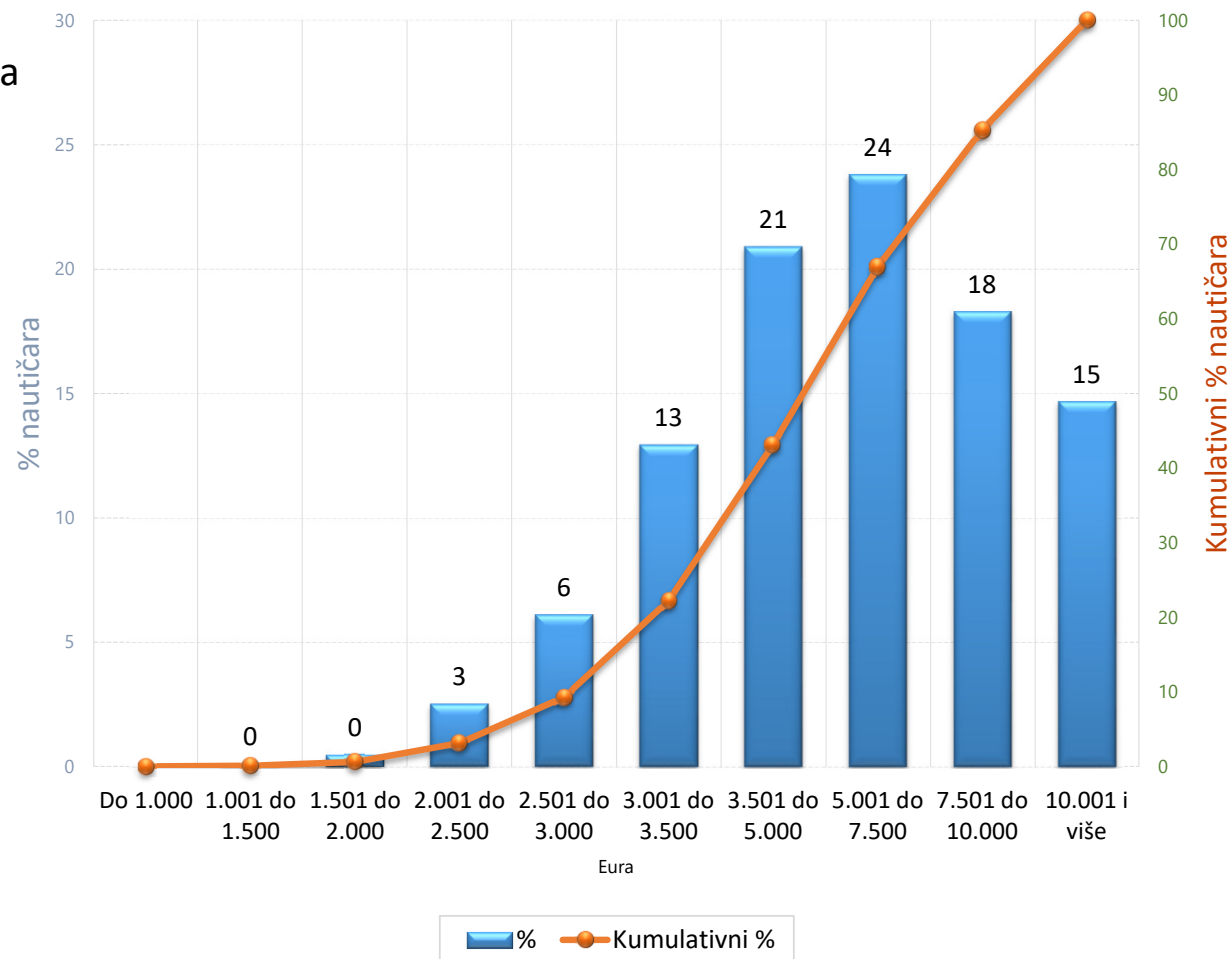
SOCIODEMOGRAFSKI PROFIL: Mjesečni prihodi kućanstva

→ 78% nautičara s mjesečnim primanjima kućanstva većim od 3.500 eura

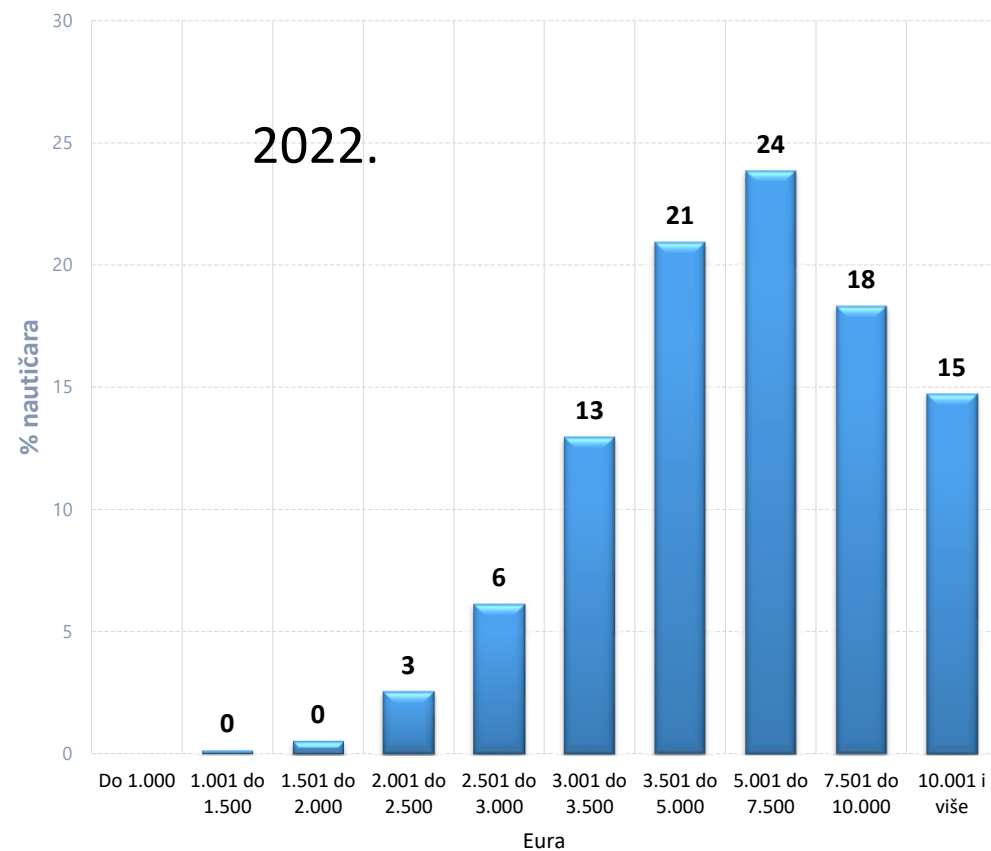
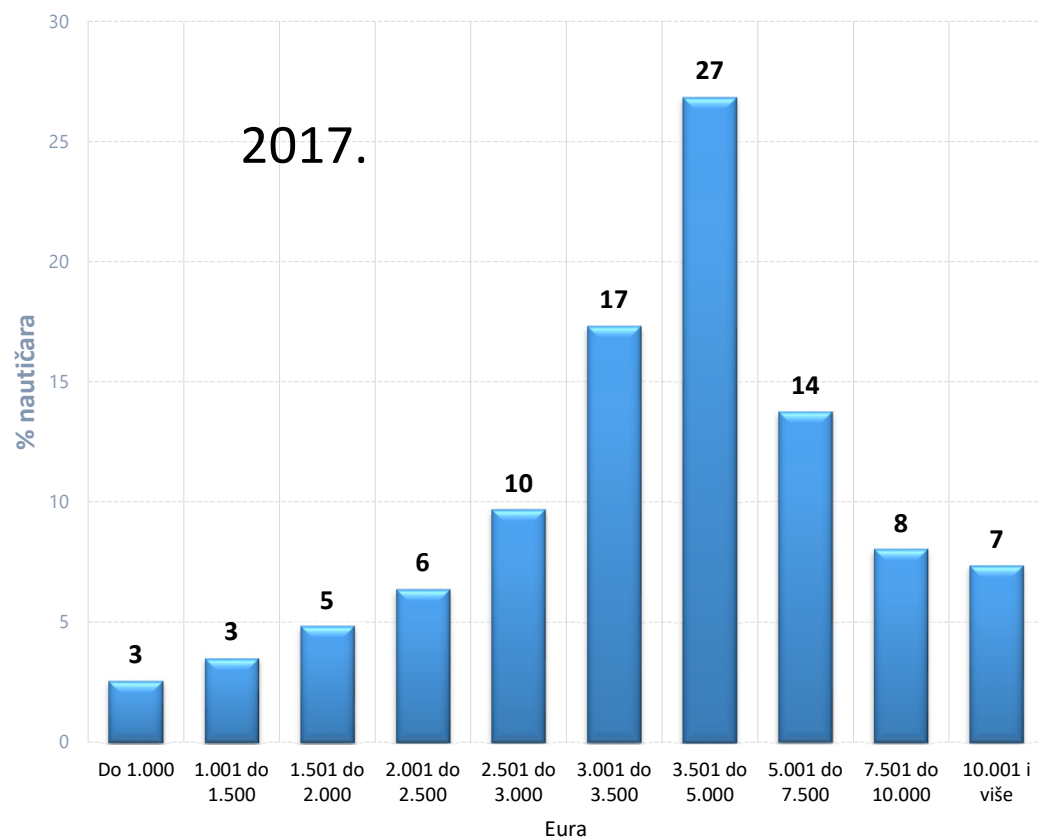
TOMAS Hrvatska 2022. (sezona):
45% turista s mjesečnim primanjima
kućanstva većim od 3.500 eura



→ Raste udio nautičara s većim primanjima: 49% (2012.), 56% (2017.), 78% (2022.)



SOCIODEMOGRAFSKI PROFIL: Mjesečni prihodi kućanstva 2017. – 2022.



UČESTALOST DOLASKA U HRVATSKU

			
Ukupno	Čarter	'Vlasnici'	Stacionarni gosti (sezona 2022.)

% % % %

Prvi posjet	23	33	6	15
Drugi posjet	18	21	13	15
3 do 6 posjeta	23	23	23	27
7 i više posjeta	36	23	58	44

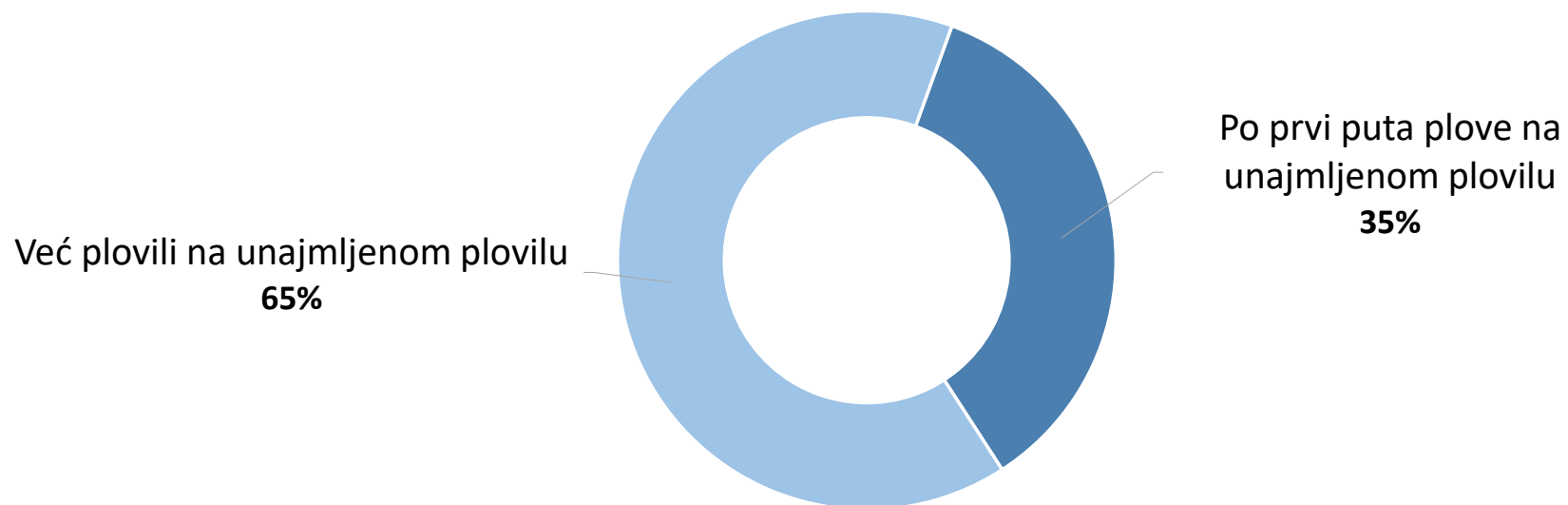


- Smanjen udio nautičara u prvom posjetu: 11% (2012.), 32% (2017.), 23% (2022.)
- Čarter: udio nautičara u prvom posjetu smanjen s 40% u 2017. na 33% u 2022.

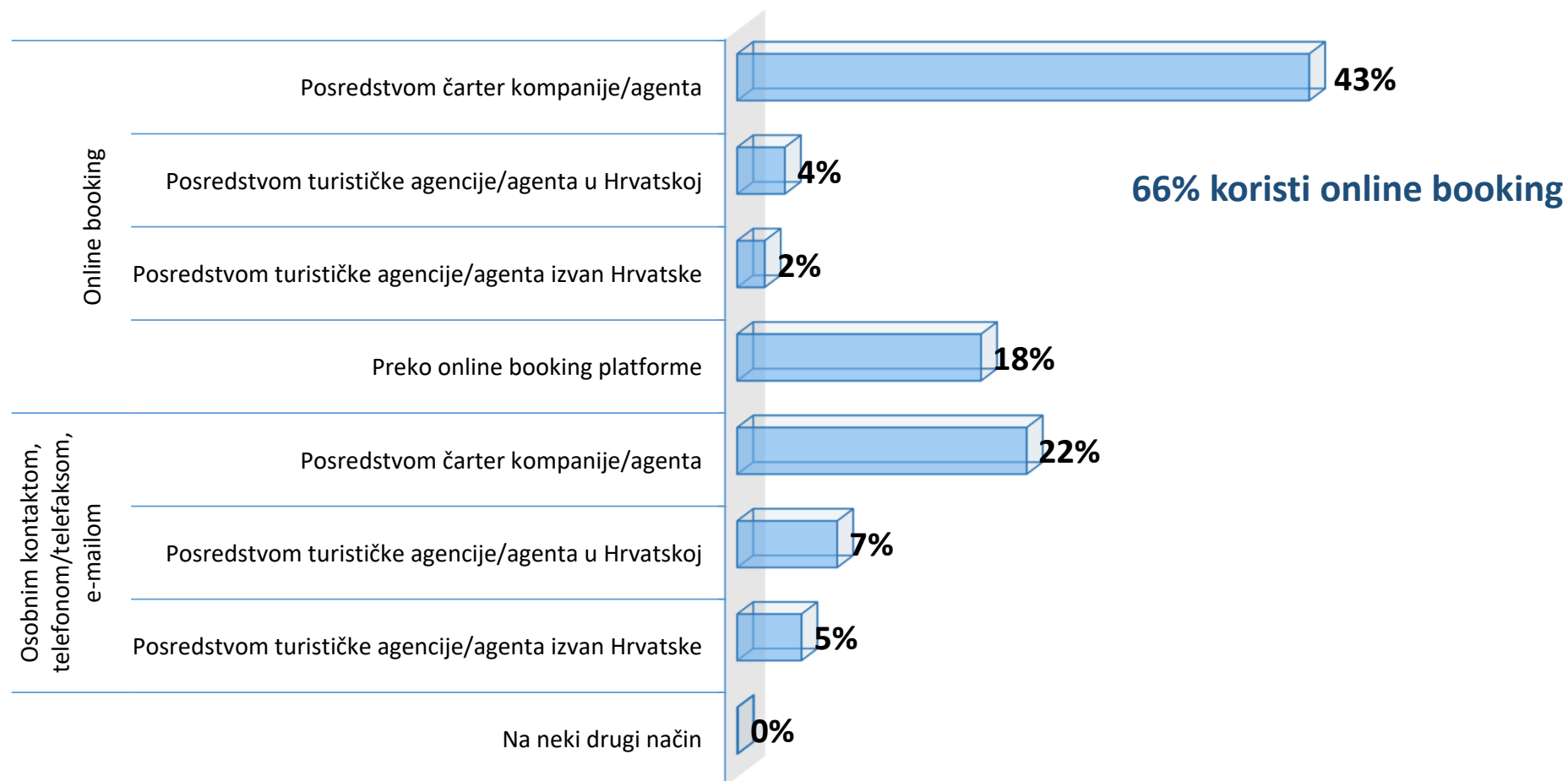
RAZLIKE

- Najviše 'novih' čarteraša među nautičarima iz nordijskih zemalja (54%), SAD-a (39%), Nizozemcima (39%), Britancima (38%)
- Najviše najvjernijih čarteraša među Slovencima, Talijanima, nautičarima iz SAD-a, Austrijancima, Nijemcima
- Najviše najvjernijih 'vlasnika' među Slovencima, Nijemcima, Austrijancima, Talijanima

ČARTERAŠI: ISKUSTVO POVIDBE NA UNAJMLJENOM PLOVILU

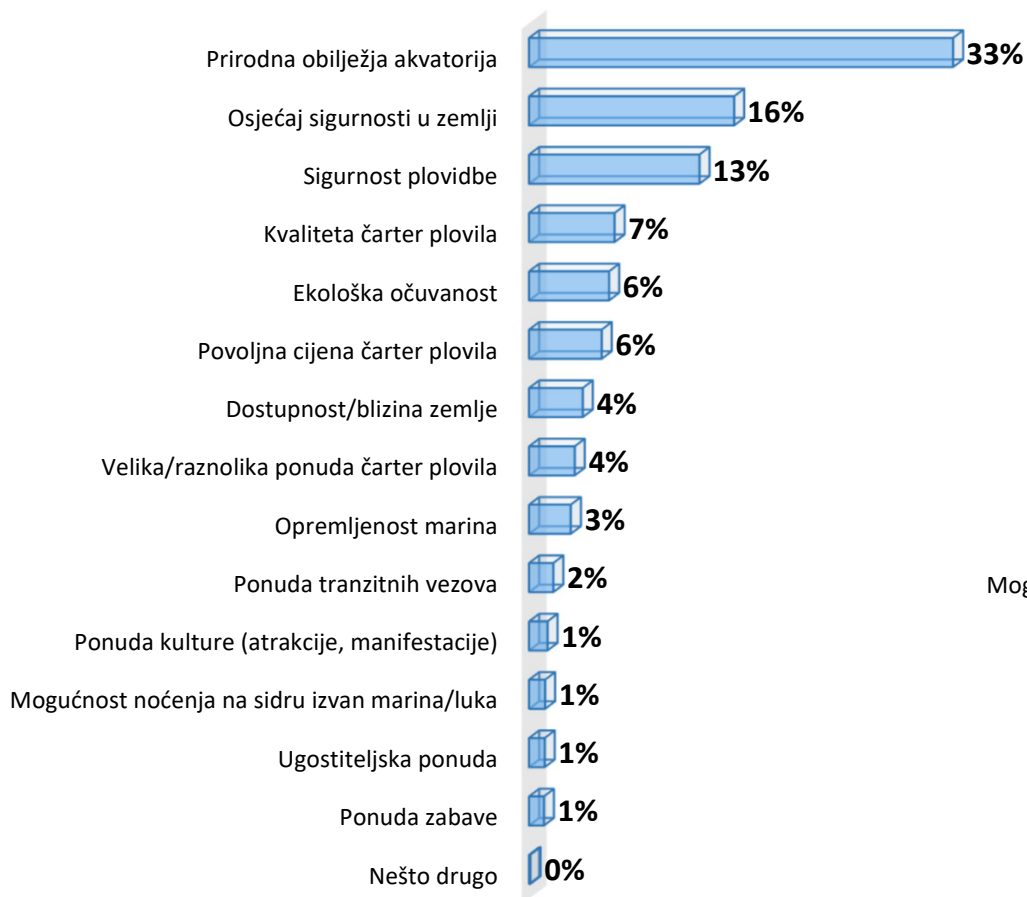


ČARTERAŠI: REZERVACIJA PLOVILA

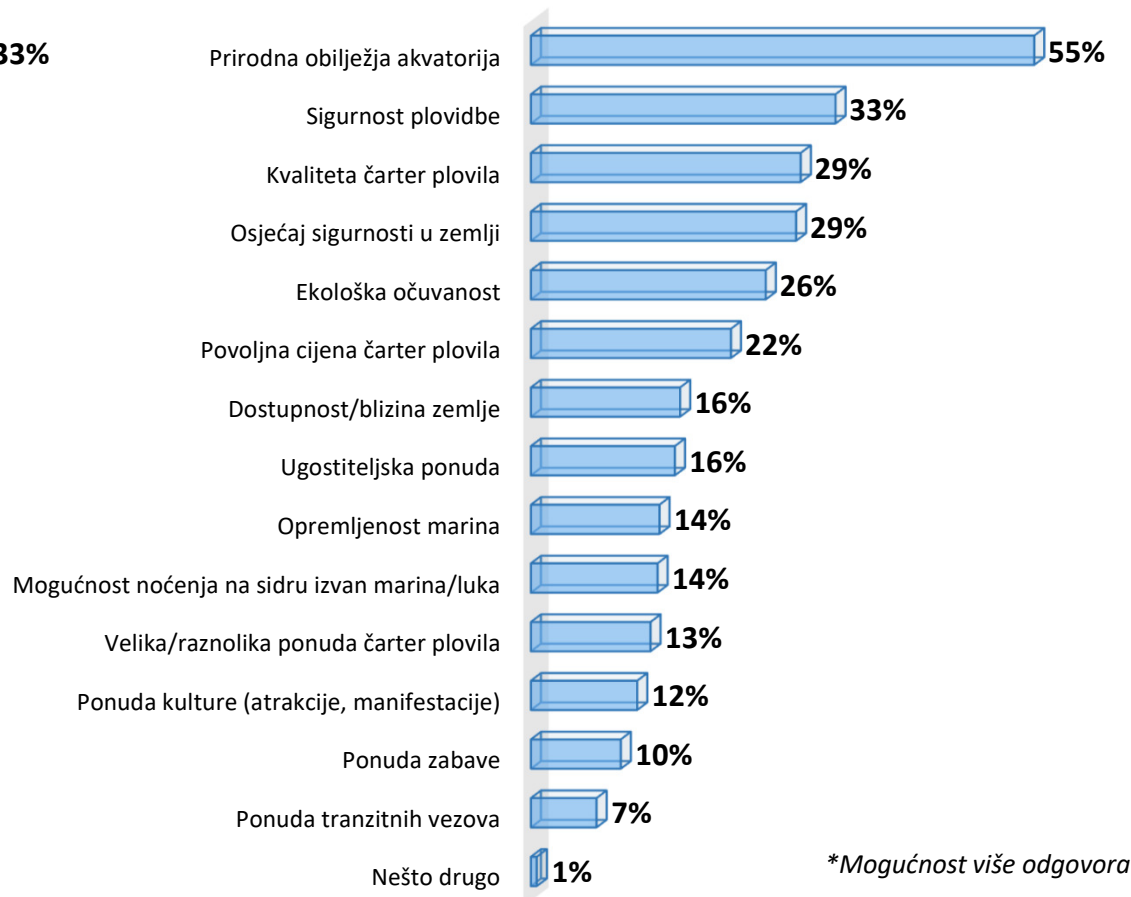


ČARTERAŠI: RAZLOZI ODABIRA HRVATSKE KAO ODREDIŠTA PLOVIDBE

GLAVNI RAZLOG

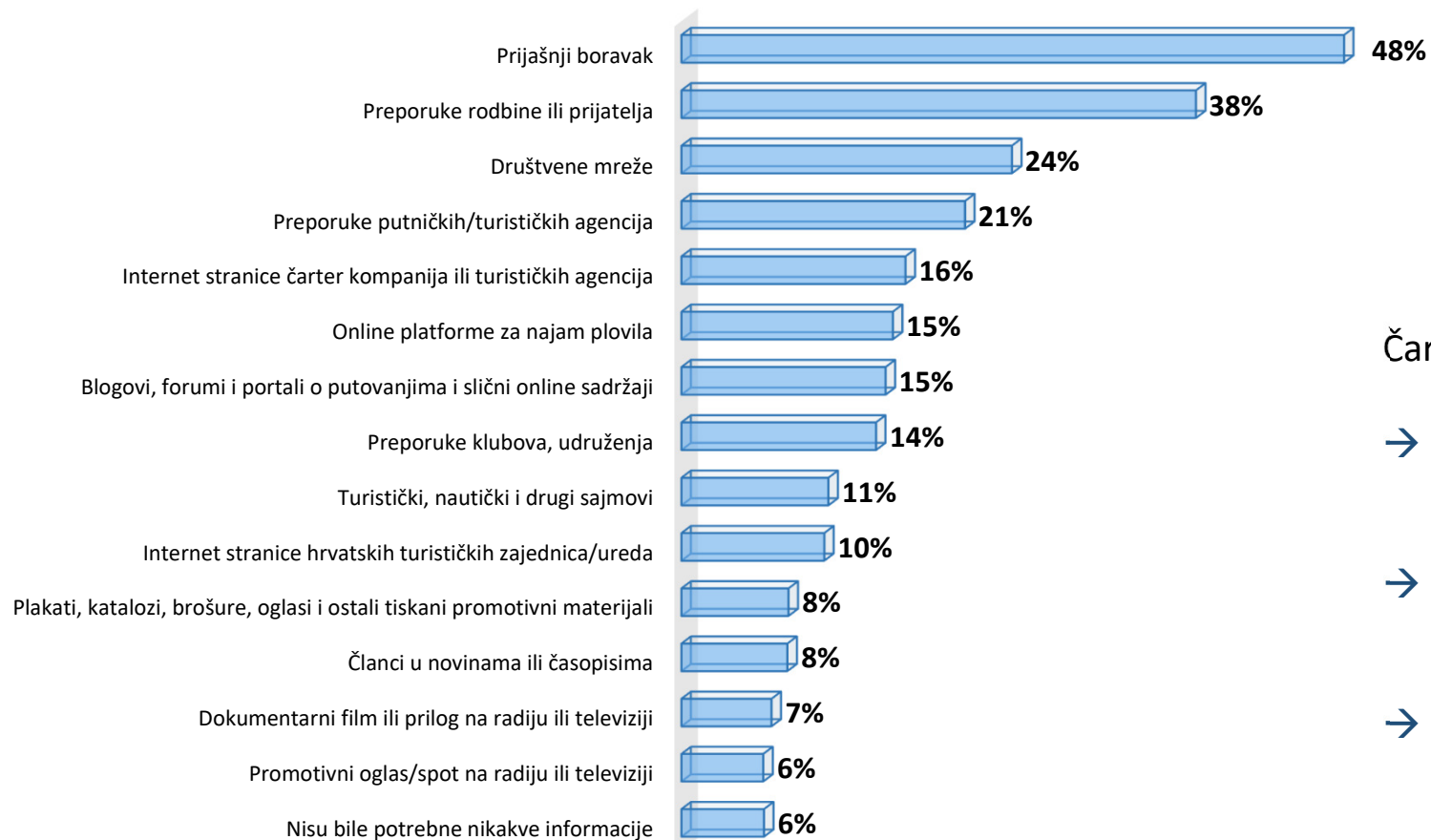


TRI NAJVAŽNIJA RAZLOGA*



*Mogućnost više odgovora

IZVORI INFORMACIJA

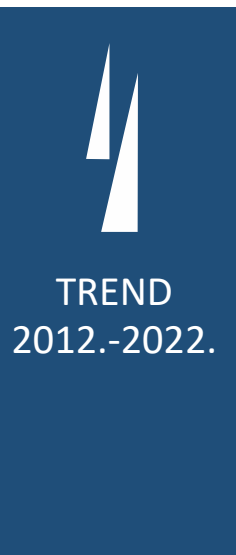


RAZLIKE

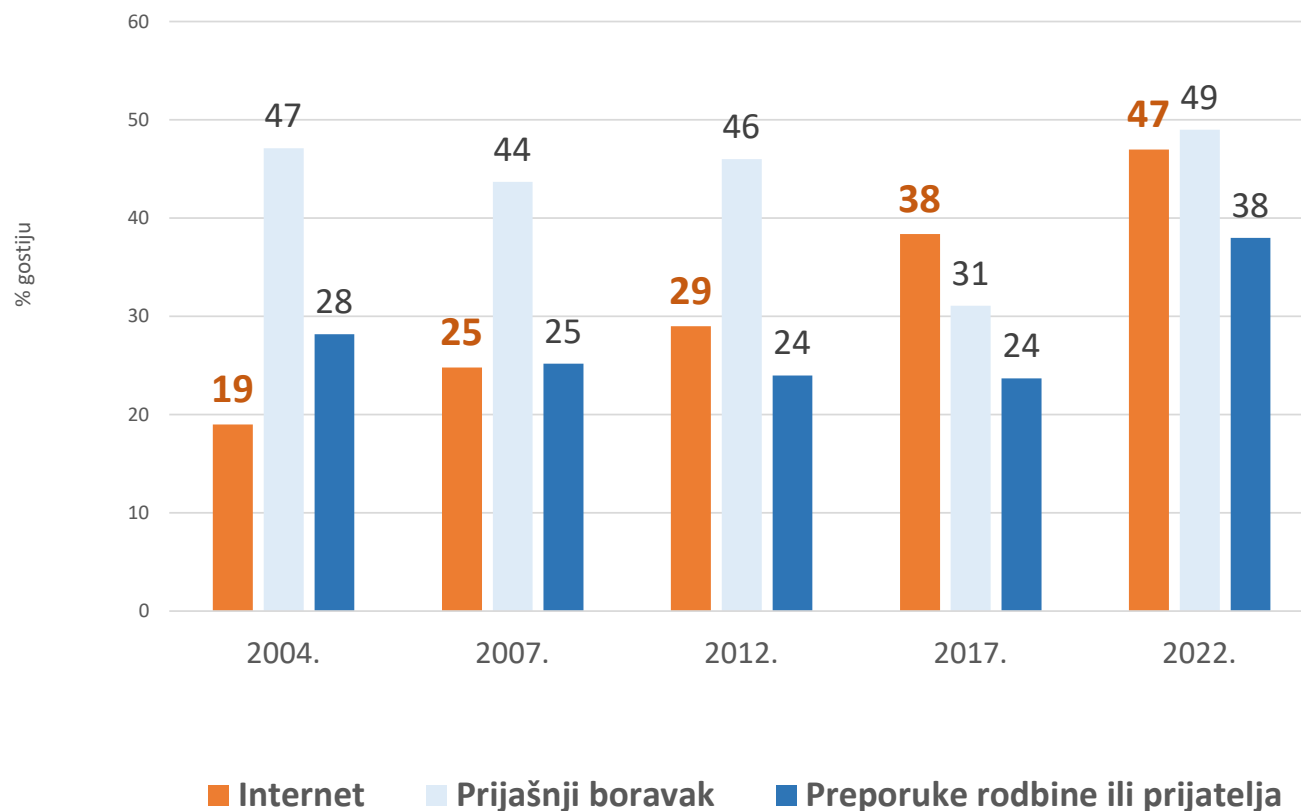
Čarteraši se u većoj mjeri oslanjaju na:

- internetske izvore (59% prema 28%)
- preporuke turističke agencije (26% prema 12%)
- turističke, nautičke i druge sajmove (13% prema 8%)

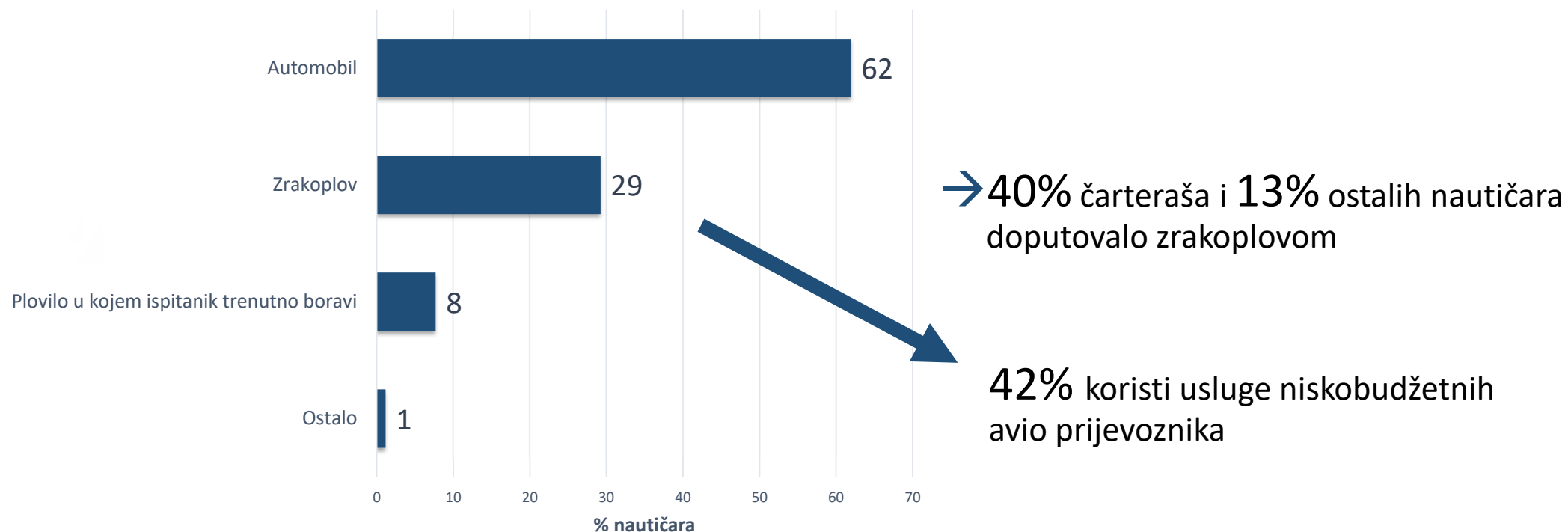
IZVORI INFORMACIJA



- Kontinuirani porast korištenja interneta (2004. – 2022.)
- Korištenje ostalih medija na razini 2017. (nakon porasta u odnosu na 2012.)
- Povećan udio nautičara koji se oslanjaju na prijašnji boravak i preporuke (2017. – 2022.)



PRIJEVOZNO SREDSTVO DO POLAZNE LUKE U HRVATSKOJ




TREND
2012.-2022.

→ Povećanje udjela dolazaka zrakoplovom: 14% (2012.), 24% (2017.), 29% (2022.)

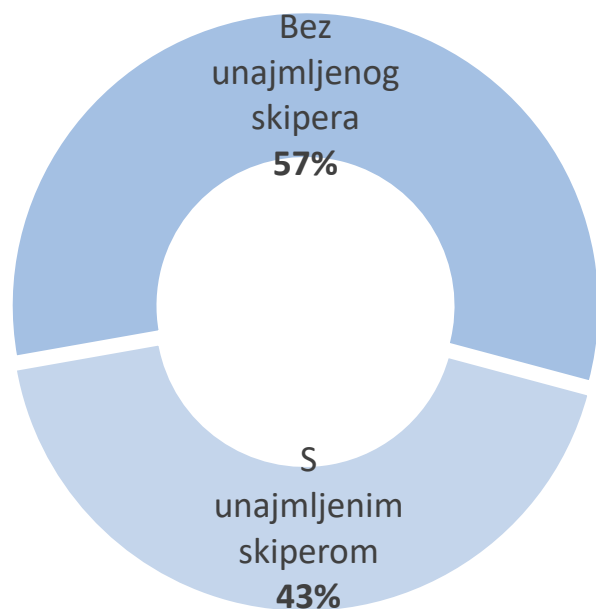
VELIČINA I SASTAV POSADE

→ Veličina posade:



→ 6 osoba na čarter plovilima i 5 osoba na vlastitim plovilima

→ Unajmljenog skipera ima 57% čarteraša i 19% ostalih nautičara



→ Povećanje broja osoba na plovilima (s pet u 2017. na šest u 2022.)

→ Čarteraši: s pet na šest

→ Ostali: s četiri na pet

→ Povećanje korištenja usluga unajmljenog skipera

→ Čarteraši: 30% (2012.), 51% (2017.), 57% (2022.)

→ Ostali: 7% (2012.), 10% (2017.), 19% (2022.)

DULJINA PLOVIDBE

Mjesto noćenja	Prosječan broj noćenja	%
UKUPNO	8,2	100,0
U marinama	4,0	48,8
U mjesnim lučicama	2,1	25,3
Na bovi izvan mjesnih lučica i marina	1,3	15,5
Na sidru izvan mjesnih lučica i marina	0,8	9,5
U smještajnim objektima na kopnu	0,1	0,9

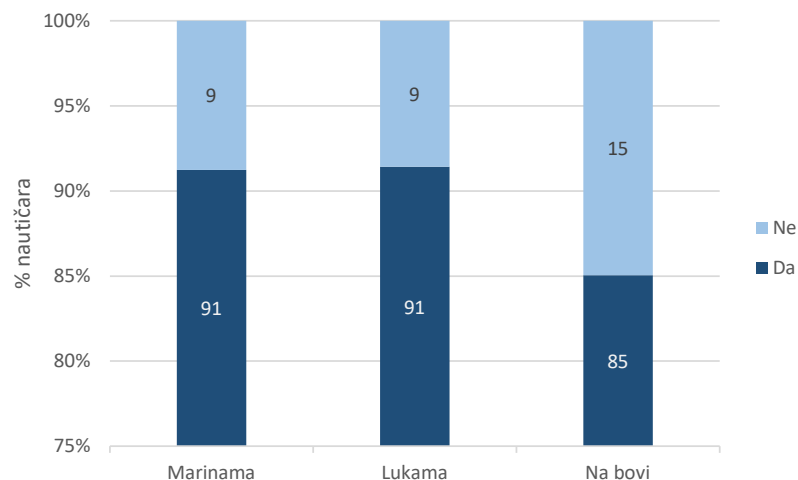
- Najčešći boravak od 4 do 7 noćenja (69%), slijedi onaj od 8 do 14 noćenja (23%)
- Čarteraši ostvaruju prosječno 7 noćenja, ostali 9,5 noćenja



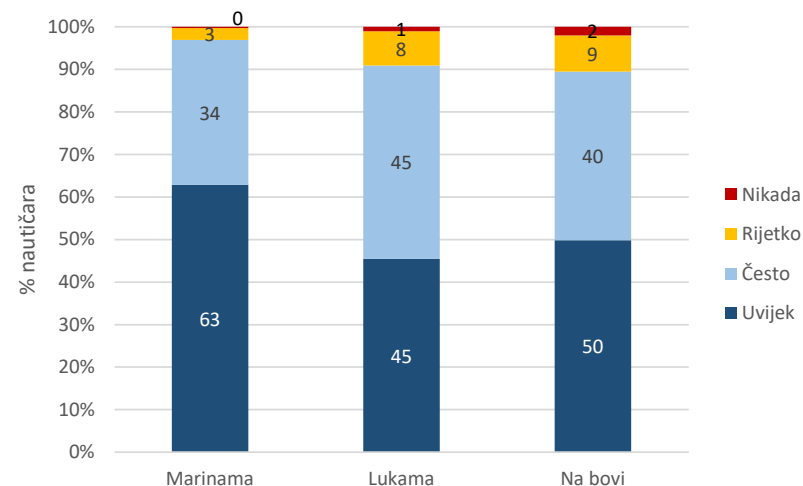
- Kontinuirano skraćivanje duljine plovidbe (za 2 noćenja u 2017. i za dva noćenja u 2022.)
 - Čarteraši (2022.-2017.): s 8,0 na 7,3
 - Ostali (2022.-2017.): s 13,4 na 9,5
- Smanjen je udio noćenja u marinama (s 59% u 2017. na 49% u 2022.), a povećan udio noćenja u lukama otvorenim za javni promet, na bovi i na sidru

POTREBA ZA SLOBODNIM TRANZITNIM VEZOM

Tražen slobodan tranzitni vez u:



Slobodan tranzitni vez pronađen u:



TREND
2017.-2022.

- ➔ Povećan je udio nautičara koji su iskazali potrebu za tranzitnim vezom u lukama otvorenim za javni promet (s 80% na 91%) i na bovi (sa 64% na 85%)
- ➔ Uspješnost pronalaska slobodnog veza, za one koji su ga tražili, bila je nešto veća u 2022. u odnosu na 2017. godinu

Odlazak u restorane

Odlazak u kupnju

Odlazak u slastičarnice, 'kafiće' i sl.

Šetnje u prirodi (pješačenje)

Posjet lokalnim zabavama

Razgledavanje znamenitosti, posjet muzejima i izložbama

Ronjenje

Ribolov

Ples ili disko

Obilazak vinskih i cesta maslinovog ulja

Izleti u zaštićena prirodna područja

Ostale sportsko-rekreacijske aktivnosti na moru

Posjet tematskim/vodenim parkovima

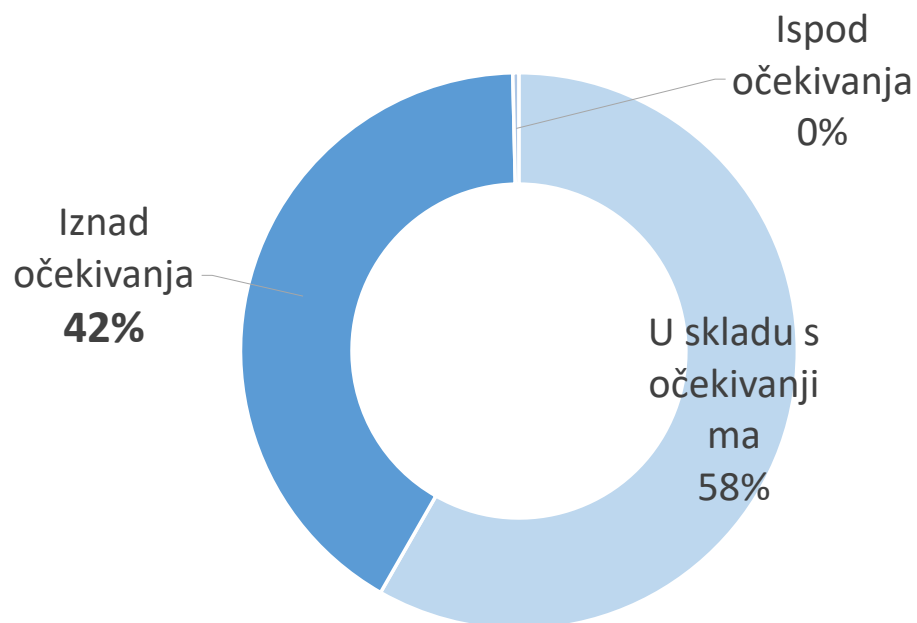
Sportsko-rekreacijske aktivnosti na kopnu

Posjet koncertima, kazalištu i priredbama

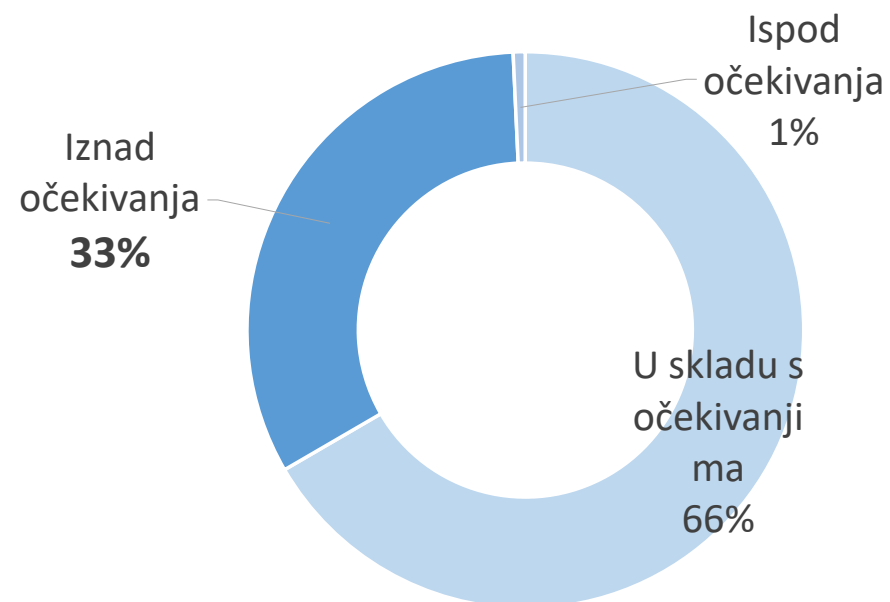
Posjet OPG-ima

OCJENA CJelokUPNOG ISKUSTVA PLOVIDBE U HRVATSKOJ U ODNOSU NA OČEKIVANJA

ČARTERAŠI



OSTALI NAUTIČARI



STUPANJ ZADOVOLJSTVA NAUTIČARA

1. Ljepota prirode i krajolika
2. Osobna sigurnost u Hrvatskoj
3. Atmosfera, ugođaj
4. Gastronomska ponuda u mjestu
5. Očuvanost okoliša u Hrvatskoj
6. Prihvat u zračnoj luci (transfer)*
7. Ukupno zadovoljstvo plovidbom u Hrvatskoj
8. Stanje broda (ispravnost, uređenost, opremljenost i slično)*
9. Prostorni raspored marina
10. Uređenost i čistoća mjesta
11. Prometna dostupnost polazne luke
12. Prihvat u polaznoj marini*
13. Informacije/upute/preporuke o plovidbi*
14. 'Vrijednost za novac' ukupne ponude za nautičare
15. Uređenost i čistoća marine
16. Dostatnost priključaka za vodu i struju u marini
17. Vezovi (širina, ispravnost)
18. Sadržaji za zabavu
19. Opskrbljenost vodom (hladna i topla) u marini
20. Uslužnost osoblja u marini
21. Raspoloživost informacija u marini o turističkoj ponudi mjesta
22. Sanitarije u marini
23. Kulturne manifestacije
24. Ugostiteljske usluge u marini
25. Mogućnost za kupnju u mjestu
26. Sportski sadržaji
27. Kvaliteta tehničkog servisa (brzina popravka)
28. Mogućnosti kupnje u marini

Vrlo visok

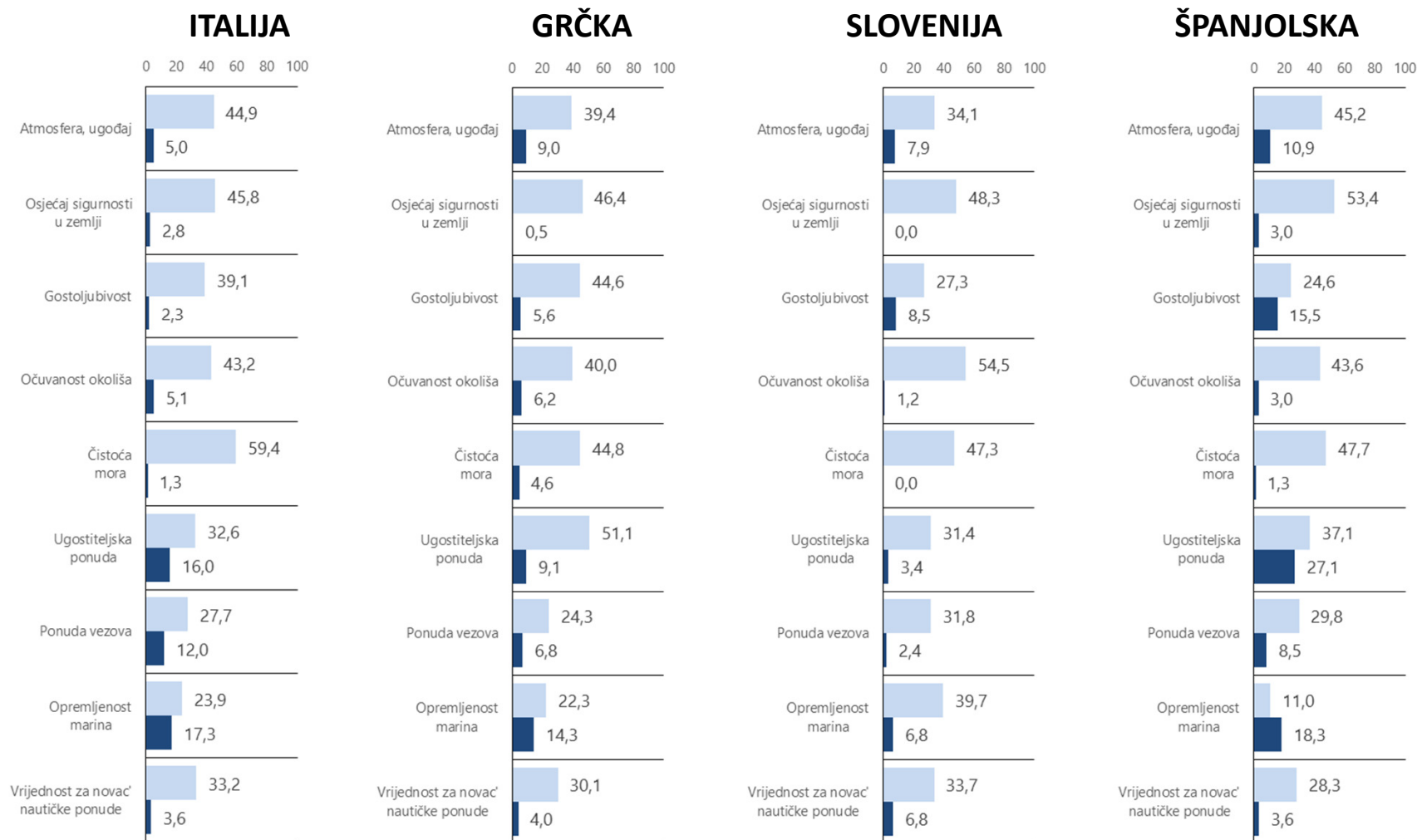
** samo za čarter*

Visok



- Kontinuirano raste zadovoljstvo svim elementima nautičke i turističke ponude
- Poredak elemenata gotovo nepromijenjen

OCJENA ELEMENATA PONUDE U ODNOSU NA KONKURENTSKE ZEMLJE



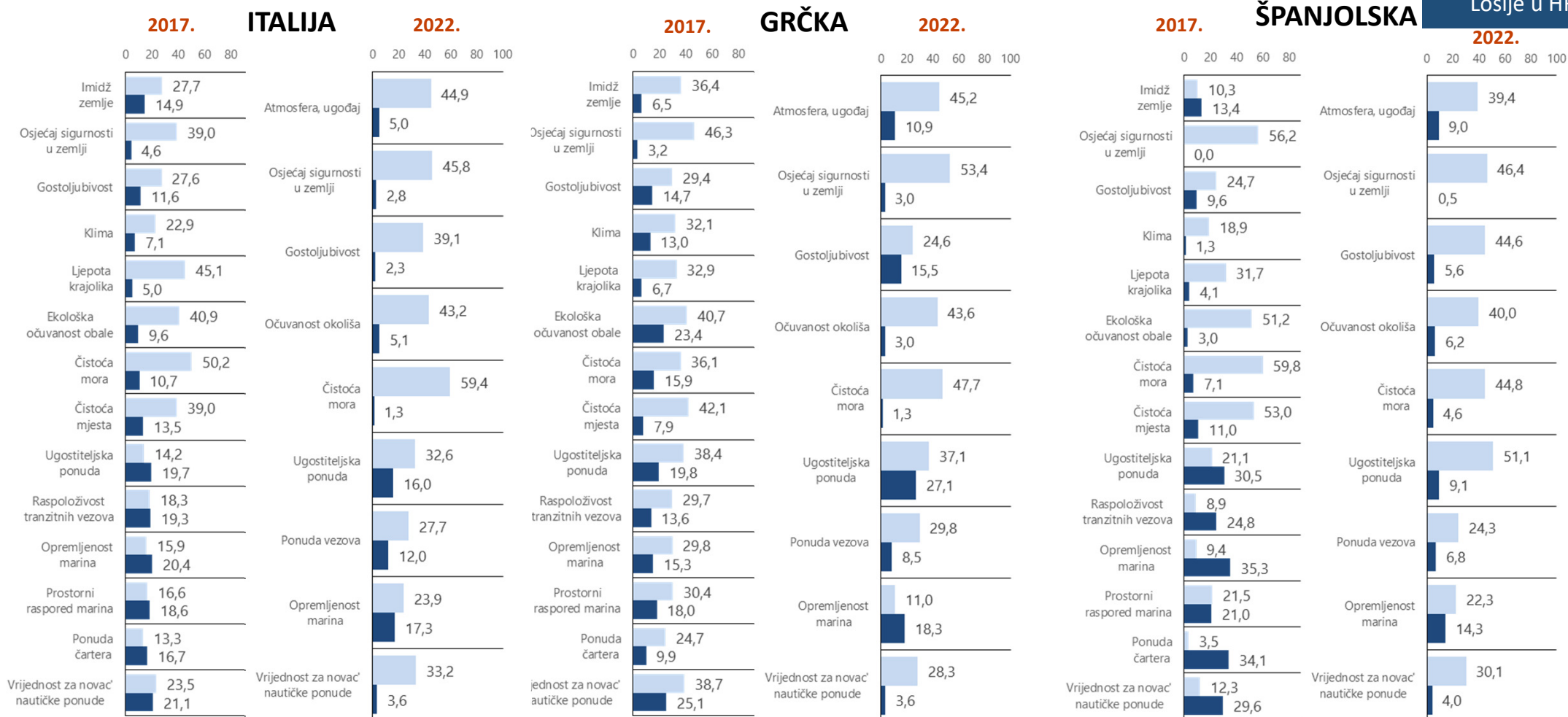
Bolje u HR

Lošije u HR

OCJENA ELEMENATA PONUDE U ODNOSU NA KONKURENTSKE ZEMLJE

Bolje u HR

Lošije u HR

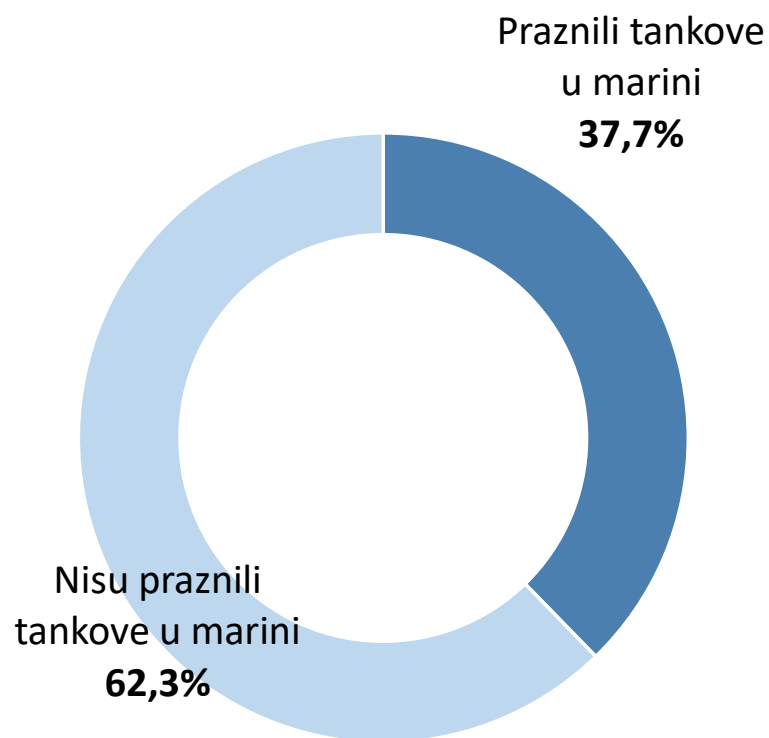


STUPANJ ZADOVOLJSTVA NAUTIČARA: SMETNJE TIJEKOM PLOVIDBE

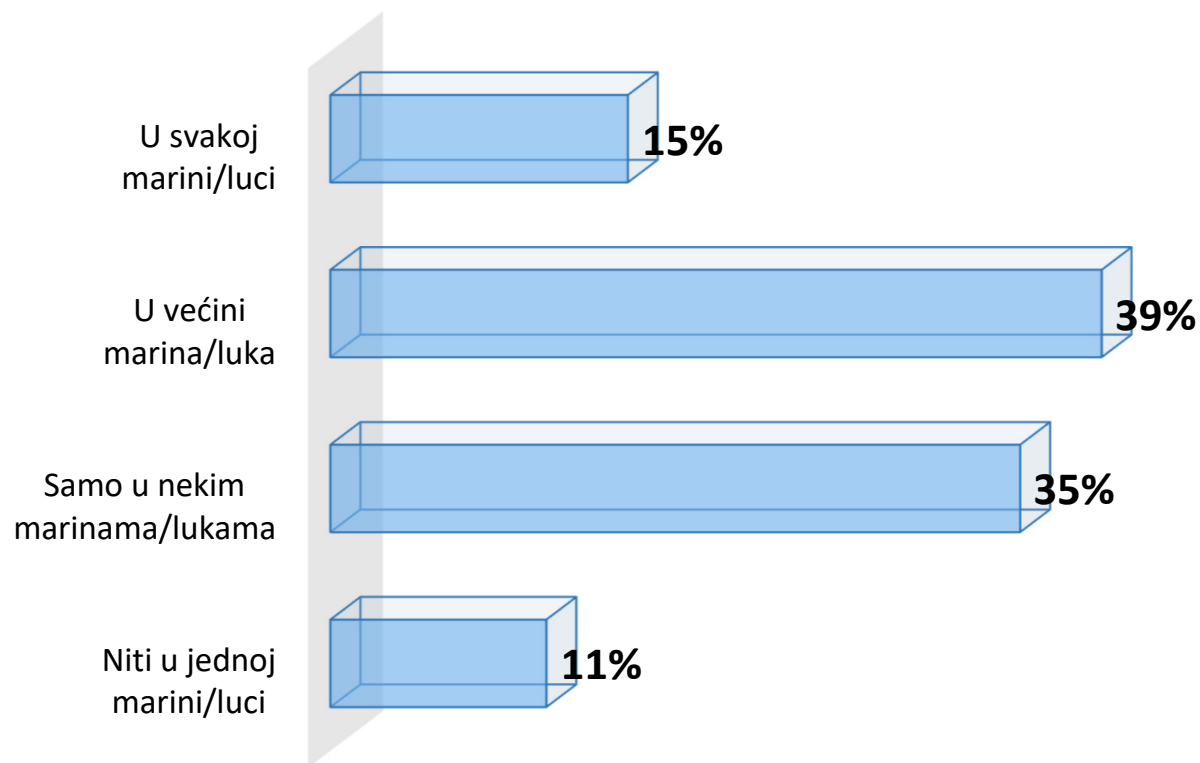
'Smetnje' koje negativno utječu na plovidbu/boravak:	%
Gužva u mjestima posjećenim tijekom plovidbe	14,5
Neodgovorno ponašanje drugih nautičara na moru	11,4
Gužva na moru/velik broj plovila na moru	9,3
Plutajući/morski otpad	7,1
Buka u marini/luci	6,0
Nemogućnost primjerenog odlaganja vašeg otpada	4,6
Zauljeno more	4,5
Buka na bovi/sidrištu (izvan luka)	4,1

Prikazan je postotak ispitanika koji su često ili vrlo često doživjeli određenu smetnju.

PRAŽNENJE TANKOVA (SIVIH I CRNIH VODA) U MARINAMA TIJEKOM PLOVIDBE



INFORMACIJE O MOGUĆNOSTI PRAŽNENJA TANKOVA (SIVIH I CRNIH VODA) U MARINAMA I/ILI LUKAMA



PROSJEČNI DNEVNI IZDACI NAUTIČARA (€)

	Ukupno	Čarter	'Vlasnici'
UKUPNO	182	255	98
Izdaci za plovilo	111	166	48
Najam plovila	53	98	-
Najam skipera	10	16	3
Vez	16	16	16
Gorivo	30	34	26
Ostalo	2	1	4
Izdaci za početnu opskrbu plovila	11	13	9
Ostali izdaci	60	76	41
Ugostiteljske usluge	34	42	25
Kupnja	14	19	9
Kultura i zabava	3	4	2
Sport i rekreacija	3	4	2
Izleti (u organizaciji agencije)	1	1	1
Lokalni prijevoz	3	4	2
Smještaj na kopnu	1	1	0
Ostalo	2	2	1

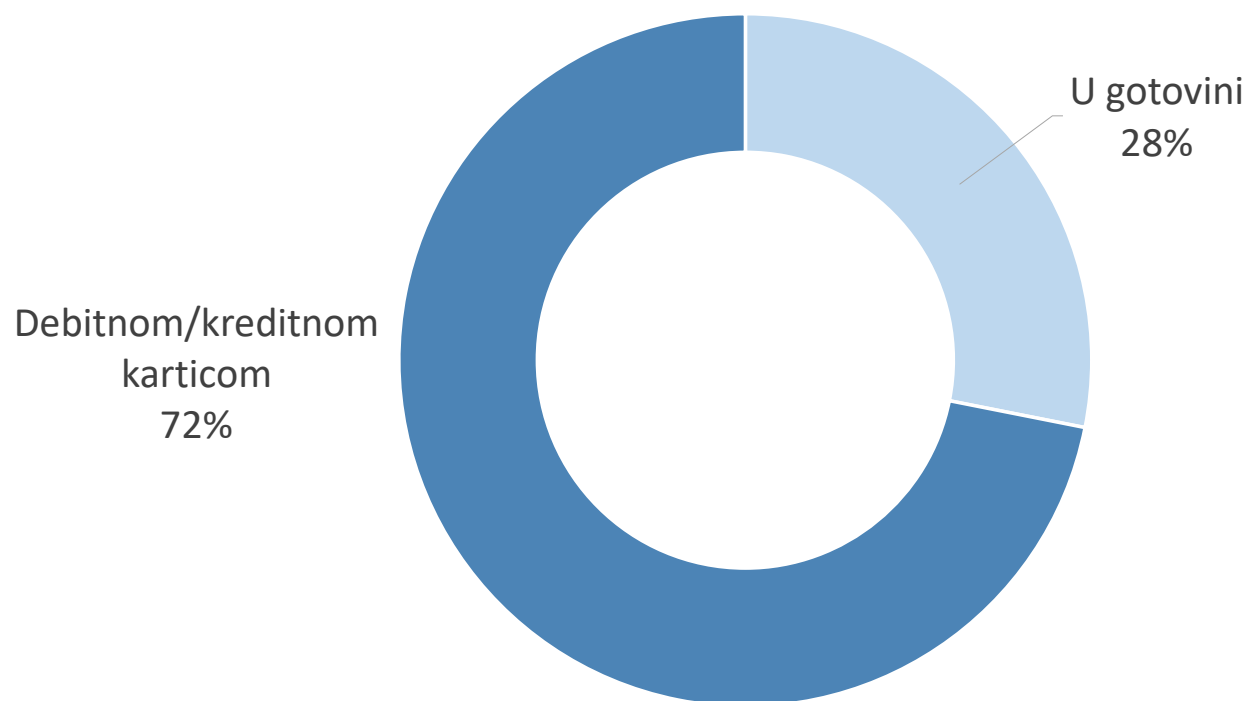
RAZLIKE

- Najbolji potrošači među čarterašima: iz nordijskih zemalja (298€), Britanci (296€), Talijani (280€), Francuzi (274€)
- Najbolji potrošači među ostalim nautičarima: Poljaci (136€), Švicarci (131€), Britanci (125€)

TREND 2017.-2022.

- 39% povećani izdaci čarteraša
- 31% povećani izdaci ostalih nautičara

NAJČEŠĆI NAČIN PLAĆANJA U HRVATSKOJ



→ Nema razlike u strukturi između čarteraša i ostalih nautičara

NAUTIČKI (JAHTING) TURIZAM U 2022.: UKRATKO

- Nautičari su srednjih godina, obrazovani, sve **većih primanja**
- Manji udio nautičara u **prvom posjetu Hrvatskoj**
- Raste udio dolazaka **zrakoplovom**
- Glavni izvor informacija je **internet**
- Prosječan **broj osoba** na plovilu **povećan**
- Povećano je korištenje usluga **unajmljenog skipera**
- Vrijeme plovidbe/boravka se **skraćuje**
- **Povećano je zadovoljstvo** nautičara svim elementima ponude
- **Povećani prosječni dnevni izdaci** nautičara

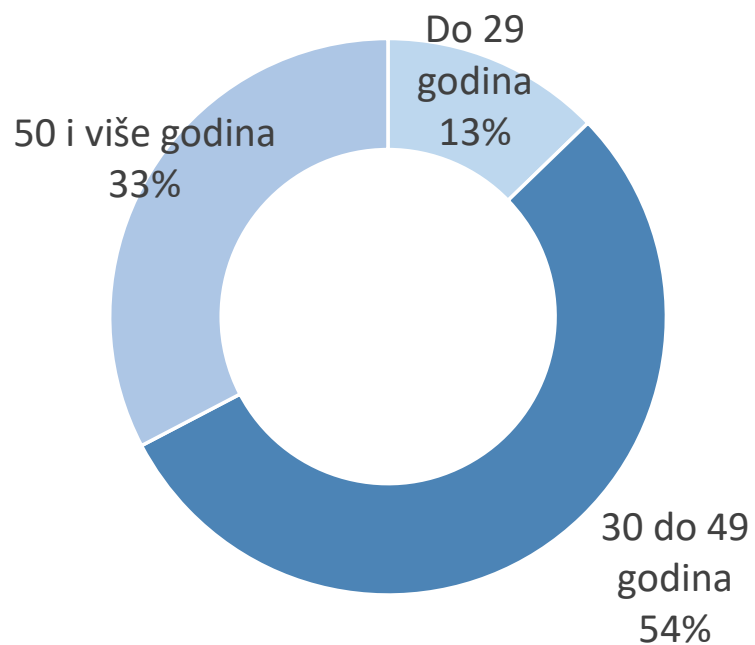


DOMAĆA BRODSKA KRSTARENJA: REZULTATI

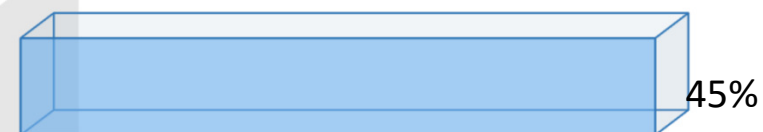


SOCIODEMOGRAFSKI PROFIL PUTNIKA NA DOMAĆIM BRODSKIM KRSTARENJIMA: Dob i obrazovanje

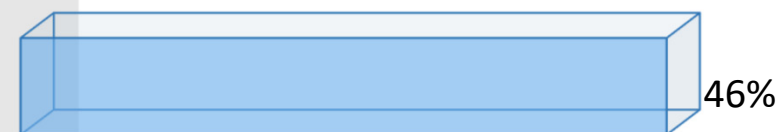
44 godine u prosjeku



Fakultet i više



Viša škola

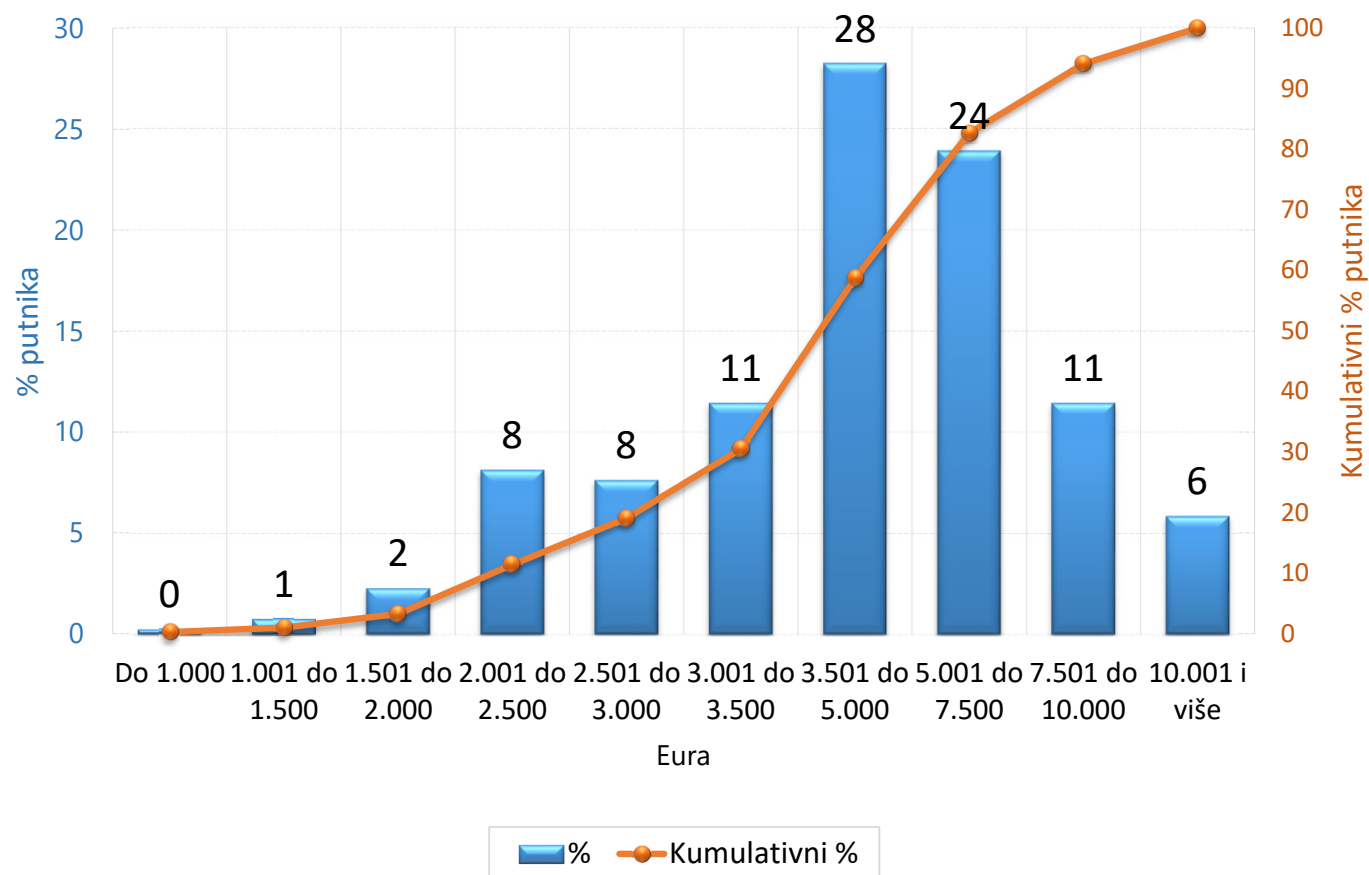


Srednja škola ili niže



SOCIODEMOGRAFSKI PROFIL PUTNIKA NA DOMAĆIM BRODSKIM KRSTARENJIMA: Mjesečni prihodi kućanstva

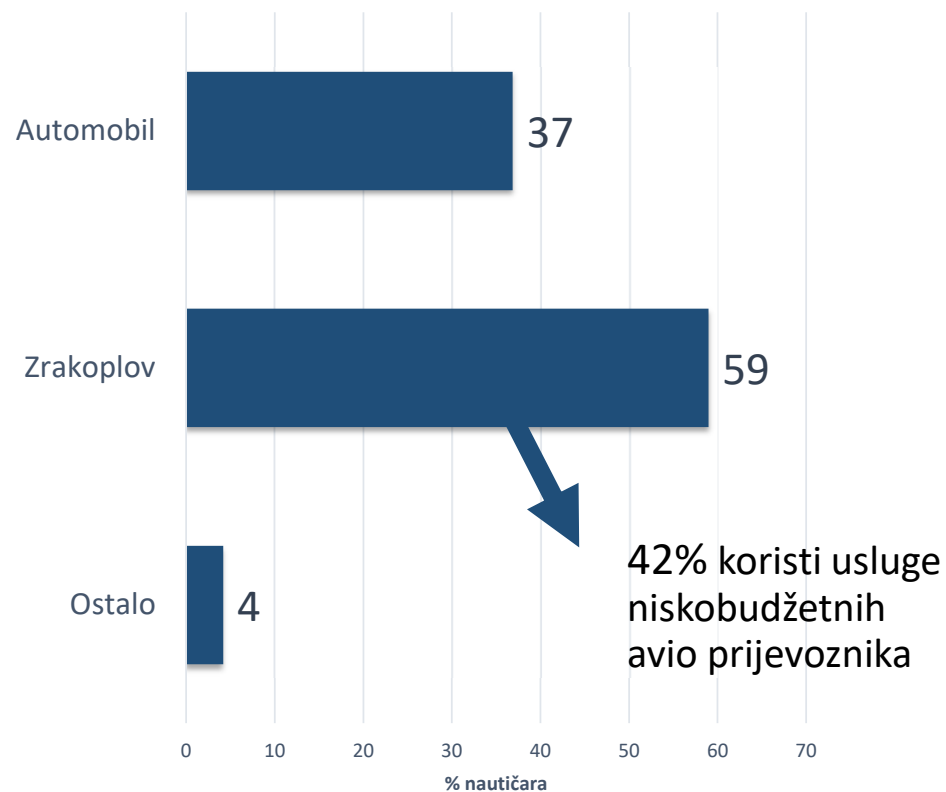
- **70%** putnika s mjesečnim primanjima kućanstva većim od 3.500 eura
- 91% putnika iz zemalja Beneluksa
- 85% Britanaca
- 85% putnika iz Skandinavije



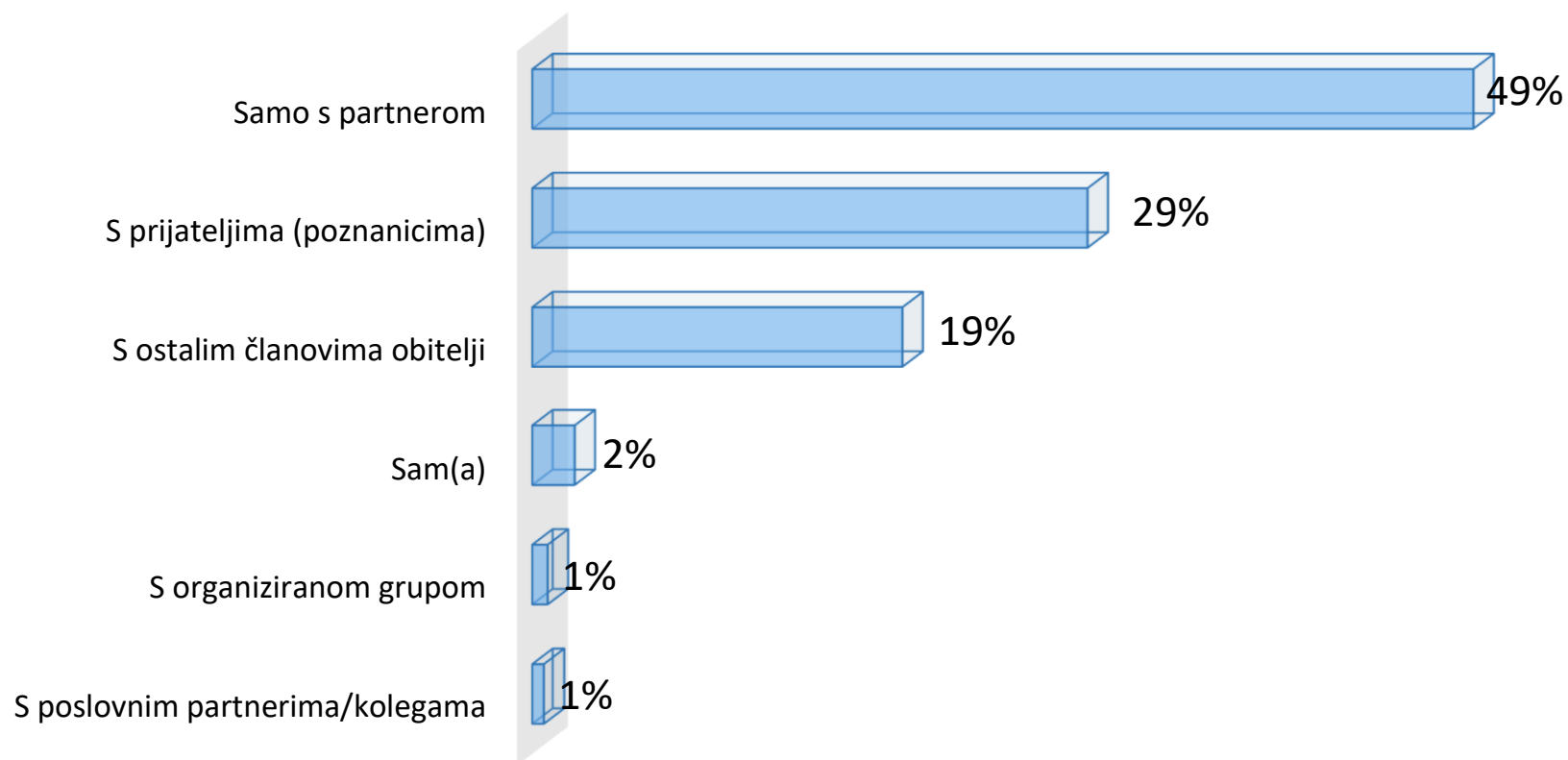
UČESTALOST DOLASKA U HRVATSKU I ODLASKA NA SLIČNA KRSTARENJA

	Učestalost dolaska u Hrvatsku	Učestalost odlaska na slična krstarenja
	%	%
Prvi posjet	27	66
Drugi posjet	30	22
3 do 6 posjeta	29	10
7 i više posjeta	15	2

PRIJEVOZNO SREDSTVO U DOLASKU DO POLAZNE LUKE KRSTARENJA



PRATNJA NA PUTOVANJU PUTNIKA NA DOMAĆIM BRODSKIM KRSTARENJIMA



DULJINA BORAVKA PUTNIKA NA DOMAĆIM BRODSKIM KRSTARENJIMA I AKTIVNOSTI U DESTINACIJAMA

7 noćenja u prosjeku

AKTIVNOST	%
Odlazak u restorane	91
Odlazak u barove, slastičarnice, 'kafiće'	86
Odlazak na gradsku/mjesnu plažu	76
Korištenje usluga javnog prijevoza (autobus, brod, taksi)	75
Odlazak u kupnju	68
Šetnje u prirodi/ pješačenje	62
Razgledavanje znamenitosti, posjet muzejima i izložbama	53
Odlazak na koncerte/ lokalne zabave	43
Odlazak na organizirane izlete koji su bili dio 'cruise package'-a	37
Ples/ disco	35
Odlazak na samostalno organizirane izlete (izvan 'cruise package'-a)	35
Ostale sportsko-rekreacijske aktivnosti (osim vožnje biciklom)	19
Vožnja biciklom	17
Odlazak na izlete u organizaciji turističke agencije (izvan 'cruise package'-a)	16
Korištenje usluga rent-a-car	8
Posjet turističkom informativnom centru (TIC)	6

STUPANJ ZADOVOLJSTVA PUTNIKA NA DOMAĆIM BRODSKIM KRSTARENJIMA

ELEMENTIMA TURISTIČKE PONUDE DESTINACIJE

1. Ljepota prirode i krajolika
2. Osobna sigurnost
3. Atmosfera, ugođaj
4. Uređenost i čistoća mjesta
5. Gostoljubivost lokalnog stanovništva
6. Gastronomska ponuda
7. Očuvanost okoliša
8. Suveniri
9. Označavanje znamenitosti
10. Informacije u destinaciji
11. Kultura i umjetnost
12. Mogućnost za kupnju

**VRLO
VISOK**

13. Događanja i manifestacije

14. Zabava/noćni život

VISOK

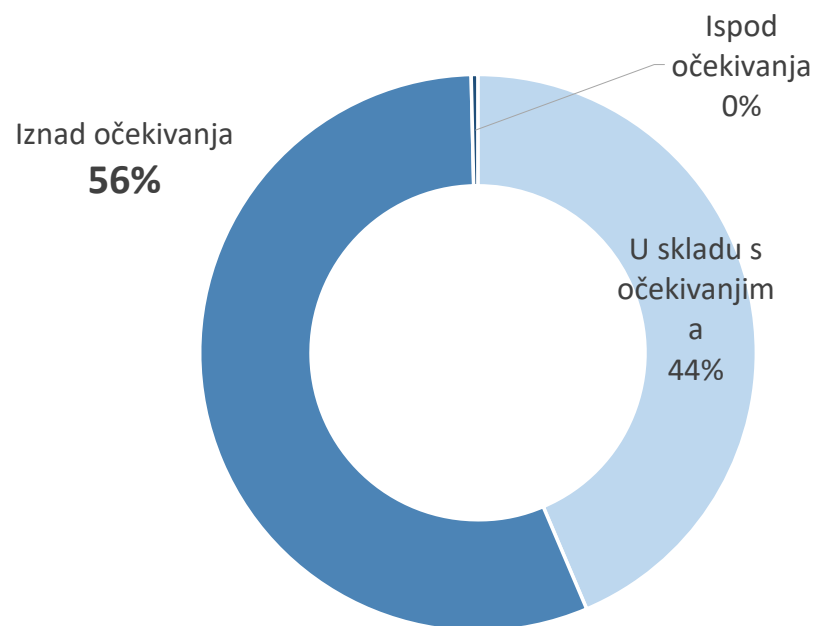
ELEMENTIMA TURISTIČKE PONUDE NA BRODU

1. Gostoljubivost posade
2. Komfor smještaja na brodu
3. Ukupno zadovoljstvo krstarenjem
4. Hrana i piće na brodu
5. Vrijednost za novac' krstarenja
6. Itinerer plovidbe
7. Organizirani izleti u okviru krstarenja

**VRLO
VISOK**

ZADOVOLJSTVO PUTNIKA NA DOMAĆIM BRODSKIM KRSTARENJIMA

CJELOKUPNO ISKUSTVO KRSTARENJA U HRVATSKOJ U ODNOSU NA OČEKIVANJA



SMETNJE TIJEKOM KRSTARENJA

Smetnje	%
Gužva u mjestima posjećenim tijekom krstarenja	19,4
Gužva na moru/velik broj plovila na moru	13,1
Buka u luci/lukama	8,4
Neprimjereno odloženo smeće / neugodni mirisi u mjestima tijekom krstarenja	3,6
Plutajući/morski otpad	2,0
Zauljeno more	0,2

IZDACI PUTNIKA NA DOMAĆIM BRODSKIM KRSTARENJIMA

USLUGE UKLJUČENE U CIJENU KRSTARENJA

Usluge	%
Međunarodni prijevoz	2,8
Lokalni prijevoz	37,8
Smještaj na brodu	100,0
Hrana na brodu	99,6
Piće na brodu	85,9
Izleti	65,1
Ulaznice za koncerte, priredbe, muzeje i sl.	22,9

HRANA UKLJUČENA U CIJENU KRSTARENJA

Usluge hrane	%
Samo doručak	4,8
Doručak i ručak ili večera	55,2
Doručak, ručak i večera	9,4
All-inclusive	30,6
UKUPNO	100,0

Prosječni dnevni izdaci po putniku	U eurima	U %
Ukupno	338	100,0
Cijena krstarenja	204	60,2
Ostali izdaci tijekom plovidbe	135	39,8
Izdaci za ugostiteljske usluge	61	18,1
Izdaci za kupnju	32	9,5
Izdaci za kulturu i zabavu	9	2,6
Izdaci za sport i rekreaciju	7	2,1
Izdaci za organizirane izlete	8	2,0
Izdaci za lokalni prijevoz	9	2,7
Ostalo	9	2,7

58% putnika je svoje izdatke tijekom krstarenja u Hrvatskoj najčešće plaćalo kreditnim/ debitnim karticama

DOMAĆA BRODSKA KRSTARENJA U 2022.: UKRATKO

- Putnici su srednjih godina, obrazovani, 70% putnika dolazi iz kućanstva s mjesečnim primanjima većim od 3.500 eura
- Gotovo svaki drugi je u pratnji partnera, slijede dolasci s prijateljima (29%)
- 27% putnika je u prvom posjetu Hrvatskoj
- 66% putnika je prvi puta na krstarenju u Hrvatskoj
- 59% dolazi zrakoplovom
- Na krstarenju u prosjeku borave 7 dana, aktivan boravak u destinacijama
- Izrazito zadovoljstvo svim elementima ponude destinacije i broda/krstarenja
- 338 eura su prosječni dnevni izdaci (203 eura izdaci za krstarenje, 135 eura svi ostali izdaci)



CruiseAIR

Priprema planova upravljanja kruzing destinacijama u okviru Jadransko-jonske regije

Destination Management Plan's preparation for cruise destinations within the Adriatic-Ionian Region

ODRŽIVI NAUTIČKI TURIZAM, ZAGREB, 21. LIPNJA 2023.

Polazište: Resursi Jadransko-jonske regije

- Tri **mora**
- Brojne **rijeke** i **jezera**
- Više od **70** kulturnih i prirodnih dobara na popisu svjetske baštine **UNESCO-a** (15% cijelog europskog kontinenta)
- Dodatno, više od **40** elementa upisanih na popis **nematerijalne** baštine **UNESCO-a**

→ **Izuzetno vrijedan potencijal** za (daljnji) razvoj kruzing turizma

Polazište: Kruzing 'industrija' u Jadransko-jonskoj regiji (2019.)

Na morima

- **30 destinacija** (luka) uključeno u kruzing itinerere na Mediteranu
 - 12 u Italiji
 - 6 u Hrvatskoj
 - 1 u Sloveniji
 - 1 u Crnoj Gori
- **8,3 milijuna putnika**
- **4,5 tisuća pristajanja kruzera**
- Udio Jadransko-jonske regije na Mediteranu:
 - **27% putnika**
 - **33% pristajanja kruzera**

Na Dunavu

- 40 prijevoznika (*cruise operators*)
- **200 brodova** za riječna krstarenja
- **135 tisuća putnika** u Hrvatskoj, Mađarskoj i Srbiji
- **63% porast** u broju putnika u razdoblju 2015.–2019.
- **1.538 pristajanja** brodova
- Vukovar:
 - **351** pristajanje brodova na riječnim krstarenjima
 - **49.114** putnika na riječnim krstarenjima

Polazište: Izazovi

- **Sezonalnost** potražnje
 - Gužva, buka, zagađenje, smanjenje kvalitete usluge
- Negativni **utjecaji na okoliš**
 - Kruti otpad
 - Zagađenje zraka
 - Otpadne i balastne vode
 - Uznemiravanje morskog života
- Negativni **društveni učinci** – prekomjerni turizam
- **Nesrazmjer** u razvoju kruzing turizma
- Neadekvatno **upravljanje** / nedostatak **koordinacije**
- **COVID-19 zaustavio je krstarenja** u Jadransko-jonskoj regiji u 2020. godini:
 - **98% manje** putnika na kruzerima
 - **94% manje** pristajanja kruzera.

CruiseAIR projekt: Ciljevi

- Unaprijediti održivost kruzing destinacija u Jadransko-jonskoj regiji putem razvoja strateškog okvira za upravljanje (**cjelogodišnja** turistička sezona, **održivi rast** i **upravljanje** kruzing turizmom)
- Specifični ciljevi:
 - Identificirati i mapirati postojeće metode i modele upravljanja u kruzing destinacijama
 - Formulirati strateški razvojni okvir
 - Olakšati proces donošenja odluka u vezi s održivim i odgovornim upravljanjem proizvodom turističkih krstarenja u regiji
- Opseg projekta: krstarenja morem i rijekama



REPUBLIKA HRVATSKA
Ministarstvo
turizma i sporta



EU Strategy for the
Adriatic and Ionian Region
Croatian Presidency 2023-2024

a blue-green Strategy for the future

HVALA NA POZORNOSTI!

zrinka.marusic@iztzg.hr

www.iztzg.hr

ODRŽIVI NAUTIČKI TURIZAM, ZAGREB, 21. LIPNJA 2023.