**Prvi hrvatski rent-a-car koji posluje na azijskom tržištu**

***Carwiz rent a car je partnerstvom s Dangbo Air Servicesom postao prvi hrvatski rent-a-car koji prateći trendove prepoznaje vrijednost azijskog tržišta u razvoju globalnog turizma.***

**ZAGREB, 07. kolovoza 2019. –** Carwiz, prvi hrvatski brendirani rent-a-car, prateći globalne turističke trendove prepoznao je važnost povezivanja s azijskim tržištem. Sklopili su ugovor o suradnji s južnokorejskim partnerom, Dongbo Air Service, jednim od najvećih i najprofesionalnijih pružatelja usluga rent-a car, zračnog, željezničkog i vodnog prometa u Južnoj Koreji.

Broj dolazaka južnokorejskih turista u Hrvatsku je 2018., u odnosu na 2016., porastao za gotovo 21%. Istraživanja Hrvatske turističke zajednice za 2018. ukazuju da je u Hrvatskoj boravilo gotovo 500 000 korejskih turista, a predviđa se da će i u 2019. Hrvatska zadržati pozitivan trend rasta dolazaka i noćenja južnokorejskih turista.

Zahvaljujući modernom dizajnu, brand pozicioniranju, marketinškoj strategiji i visokokvalitetnoj usluzi Carwiz je predvodnik inovativnih trendova rent-a-car industrije te tako prepoznaje zanimljivo tržište i ostvaruje poslovnu suradnju:

„*Izlazak na tržište Republike Koreje je korak temeljen na analizama i brojkama, stoga nam je drago da su partneri objeručke prihvatili naš prijedlog. Važno je istaknuti kako se tržište mijenja, jednako kao i navike južnokorejskih turista koji su posljednjih godina od turista koji isključivo koriste organizirane kružne ture, sve češće za turističke obilaske počeli putovati u vlastitom aranžmanu“,* rekao je Krešimir Dobrilović, osnivač i direktor Carwiz rent a cara.

Informatički vrlo dobro potkovani, turisti iz države u kojoj se nešto više od 90% stanovništva koristi internetom, svoje navike žele njegovati i na svojim putovanja. Potrebe turista su različite, stoga Carwiz u svojoj ponudi ima široku paletu dodatne opreme u automobilima čija je prosječna starost šest mjeseci:

„*Južnokorejski turisti se u odnosu na europske prije svega razlikuju u tome što im je od iznimne važnosti starost vozila, kao i sva dodatna oprema – od GoPro kamere pa sve do WiFi-ja bez kojeg gotovo da ne mogu zamisliti život i putovanje. U odnosu na europske turiste, korejski su cjenovno manje osjetljivi i samim time spremni su izdvojiti veći budžet kako bi na putovanju imali sve što im je potrebno za stvaranje nezaboravnog iskustva“,* dodao je Dobrilović.

Turisti iz azijskih zemalja najveći broj dolazaka bilježe u Zagrebu, Zadru, Splitu i Dubrovniku s intencijom posjećivanja destinacija poput Plitvičkih jezera i slapova Krke. U gotovo jednakoj mjeri nas posjećuju azijski turisti između 20 i 30 godina starosti, kao i oni koji pripadaju dobnoj skupini od 40 do 59 godina starosti.