



NIZOZEMSKA

PROFIL EMITIVNOG TRŽIŠTA - IZDANJE 2017.



OPĆI PODACI O TRŽIŠTU

Političko uređenje: konstitutivna monarhija.

Nakon parlamentarnih izbora 15. ožujka 2017., Nizozemska u listopadu obara rekord, više od 200 dana bez vlade i ministara, što se nije dogodilo od 1977. U parlament je ušlo 13 različitih stranaka, a za skupljanje parlamentarne većine (76 glasova), u koaliciju će morati ući najmanje četiri stranke. Dana 9. listopada, 208 dana nakon izbora, pregovarači VVD-a, CDA, D66 i Kršćanske unije najavili su da postoji privremeni koalicijski sporazum za novu vladu premijera Ruttea koja je krajem listopada prisegnula pred kraljem. Stupanjem Ruttea na vlast 2010. za vrijeme trećeg mandata, Nizozemska je porasla za 3 %, najviše u ovom desetljeću. U novom mandatu najavljeno je daljnje porezno rasterećenje građana te povećanje kupovne moći stanovništva. Slogan novog kabineta je „Vjera u budućnost“. Formirana je ranjiva koalicija desnog centra s minimalnom većinom u Gornjem i Donjem domu.

Površina: 41.526 km², kopna: 33.883 km², mora i voda: 7.643 km².

Glavni grad: Amsterdam – 833.624 stanovnika.

Ostali veći gradovi: Rotterdam (629.606), Den Haag (519.988), Utrecht (338.967), Eindhoven (224.755), Tilburg (212.941), Almere (198.145).

Stanovništvo

Prema procjenama nizozemskog Državnog zavoda za statistiku (CBS), u listopadu 2017. stanovništvo je brojilo 17.082.000 osoba (8.606.000 žena i 8.475.000 muškaraca).



Dobna struktura

- 0 – 19 godina – 3.817.000
- 20 – 39 godina – 5.281.000
- 40 – 64 godina – 4.824.000
- 65 – 79 godina – 2.395.000
- 80 i više godina – 764.000

OPĆE KARAKTERISTIKE GOSPODARSTVA

Nizozemsku odlikuje prosperitetna i otvorena ekonomija koja u velikoj mjeri ovisi o vanjskoj trgovini. Prema godišnjem WEF Global Competitiveness Indexu koji bilježi konkurentnost 137 zemalja, ekonomija zemlje je na najvišoj razini. Nakon Švicarske, SAD-a i Singapura, Nizozemska je četvrta na „povijesno visokoj poziciji“ i time je jedno od najkonkurentnijih gospodarstava EU.

Nizozemsko gospodarstvo izvozno je orijentirano i izvozi više od dvije trećine BDP-a. Glavni izvozni proizvodi su strojevi i transportna oprema (28 %), mineralna goriva (23 %), hrana (11 %), odjeća i obuća (10 %) te farmaceutski proizvodi (5 %). Glavni uvozni proizvodi su gorivo (29 %) i strojevi (26 %). Glavni trgovinski partneri su Njemačka (24 % ukupnog izvoza i 17 % uvoza) i Belgija (12 % izvoza i 10 % uvoza). Ostali trgovinski partneri su: Kina, Francuska, UK i SAD.

Nizozemsko gospodarstvo bilježi solidan rast gotovo četiri godine zaredom. U posljednjih dvanaest mjeseci statistike pokazuju najsnažniji rast (3,3 %) od krize 2008. Takav porast zabilježen je samo dvaput od 2000. Tri motora gospodarstva – izvoz, potrošnja i investicije vrte se punom snagom. Jedino osobni dohoci ne slijede taj trend. Nezaposlenost je pala na 4,7 %, izvoz je u porastu. U prvoj polovini 2017. javni dug smanjen je za gotovo 14 milijardi eura na 421 milijardu eura (58,7 % BDP) i najniži je udjel duga od 2010. Dug bi mogao biti smanjen proračunskim viškom od četiri milijarde eura i prihodom od prodaje financijske imovine. Državna bilanca od trećeg kvartala 2016. do drugog kvartala 2017. rezultira viškom od 1,1 % BDP-a.

Makroekonomski pokazatelji

	2015.	2016.	2017.*	2018.*	2019.*
BDP, tekuće cijene (mlrd. eura)	683,3	700,3	722,6	735,7	756,4
BDP po stanovniku (eura)	40.432	41.256	42.289	42.782	43.794
Realni rast BDP-a (%)	2,3	2,2	3,5	2,0	1,7
Uvoz robe (mlrd. eura)	- 361,5	- 363,0	- 395,8	- 411,9	- 436,2
Izvoz robe (mlrd. eura)	439,9	446,3	478,5	490,9	513,7
Inflacija (%)	0,2	0,1	1,4	1,3	1,7
Nezaposlenost (%)	8,6	7,3	6,0	5,5	5,1

Izvor: IMF, Eurostat, EUI (*) procjena

U okviru poboljšanih gospodarskih uvjeta, stopa učinka mobilnosti na financijskim tržištima i dalje je vrlo niska. Indeks financijskog stresa u posljednjim se godinama smanjio u smjeru prije krize. Mirnoća na financijskom tržištu objašnjava se povoljnim makroekonomskim izgledima.

S procijenjenim rastom gospodarstva u 2017. od 3,5 % (procjena MMF-a u srpnju), globalni oporavak stalno raste. Gospodarstvo eurozone također raste, a nizozemsko gospodarstvo je iznad europskog prosjeka s 1,5 % rasta u drugom tromjesečju 2017.

Utjecaj globalnih gospodarskih kretanja na domicilno gospodarstvo

U 2016. nizozemsko gospodarstvo poraslo je za 2,2 %. To je druga godina zaredom u kojoj je gospodarstvo poraslo za 2 %. BDP po glavi stanovnika i mjera prosperiteta u zemlji po prvi put su se oporavili u 2016. Po BDP-u Nizozemska stoji u vrhu EU.

Postotak nezaposlenosti imao je najveći pad tijekom deset godina. Broj zaposlenih sa stalnim zaposlenjem povećao se prvi put u posljednjih nekoliko godina. Iako u padu, nezaposlenost je i dalje visoka.

U 2016. prihod kućanstava je u porastu za 2,3 %. Porast osobnog dohotka u prosjeku iznosi 1,8 %. Posljednjih godina iz prihoda se povećava udjel potrošnje u kućanstvima, tvrtkama itd.

Nizozemsko gospodarstvo u uzlaznoj je putanji. Osim izvoza, u porastu je i potrošnja, posebice ulaganja u nekretnine. Osim izvoza, sektor građevinarstva također bilježi porast nakon značajnog pada u razdoblju 2009. – 2013. U porastu su ugostiteljstvo, poslovne usluge te osobito zapošljavanje i turizam.

MEDIJI I OGLAŠAVANJE NA TRŽIŠTU

TV

Javna televizija (NOS)

- Nederland 1
- Nederland 2
- Nederland 3

Komercijalni TV programi

- RTL 4
- RTL 5
- RTL 7
- RTL 8
- Veronica
- SBS 6
- Net 5
- National Geographic Channel

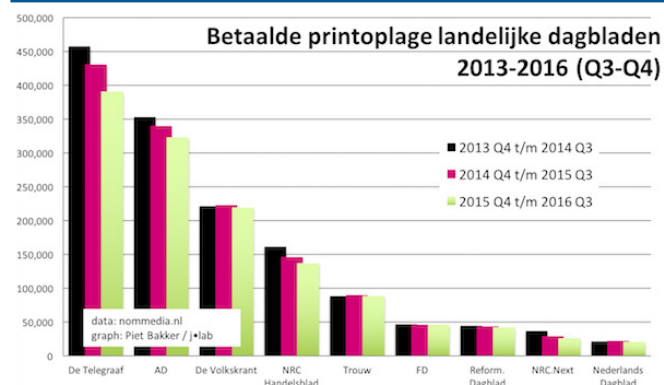
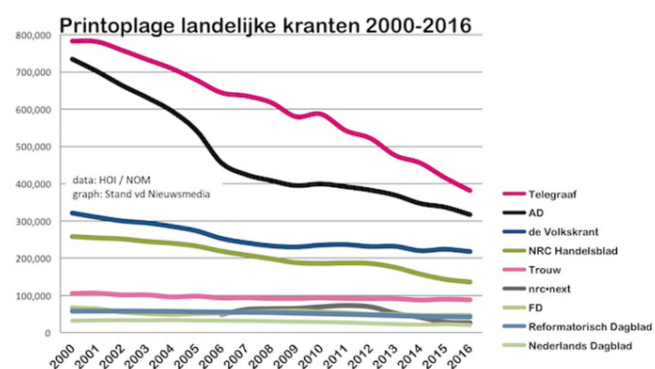
Tisak

Tiskana izdanja svih nizozemskih novina opadaju, dok su gotovo sva digitalna izdanja u porastu.

Dnevni tisak

- De Telegraaf
- AD
- De Volkskrant
- NRC Handelsblad
- Trouw
- Nrc-next
- FD
- Reformatorisch Dagblad
- Nederlandse Dagblad

Naklada za tiskana izdanja nacionalnih dnevnih listova (2000. – 2016.)



Turistički časopisi

- ASCI FreeLife – najveći i najopsežniji časopis s najnovijim vijestima o kampiranju
- Bergen Magazine – časopis za ljude koji vole planine, s temama o planinarenju, kulturi, prirodi, znamenitostima i sportovima na otvorenom

- Campinglife – časopis o životu na otvorenom, kampovima i kampiranju
- Kampioen – časopis nizozemskog autokluba s jednom od najvećih naklada u zemlji
- Caravannen! – časopis za kampere koji se žele prepustiti svim dodatnim sadržajima i vijestima za karavan

- Columbus Magazine – *glossy* turistički časopis s pričama iz cijelog svijeta
- Fiets – mjesečni časopis s naglaskom na ljubitelje biciklizma
- Fietsactief – časopis za sve rekreativne bicikliste iz Belgije i Nizozemske, s člancima o biciklističkim odredištima i opremom za bicikle te testovima proizvoda
- Flower Power Travel – *lifestyle* časopis o zelenim održivim i šarenim mjestima za odmor
- Kampeer & Caravan Kampioen – najveći kamping magazin Europe u izdanju ANWB-a
- Landleven – časopis za ljubitelje života na otvorenom
- Lonely Planet Traveller – *glossy* izdavača poznate „biblije za putovanja“ s inspiracijama za odredišta bilo gdje u svijetu
- Méditerranée – časopis o mediteranskom načinu života s reportažama i savjetima o gradovima i regijama diljem Mediterana
- National Geographic Traveler – izvorno American Travel Magazine poznatog National Geographic instituta
- Op lemen voeten – časopis za znatiželjne hodače, izlazi četiri puta godišnje
- Op Pad – mjesečno izdanje ANWB-a o aktivnim sportskim aktivnostima na otvorenom
- Reizen – ANWB popularni turistički magazin o bliskim destinacijama
- Roots Magazine – mjesečni nizozemski časopis o prirodi s naglaskom na putovanje
- Toeractief – časopis ANWB-a za planinare i bicikliste
- Vakantiekriebels & Vrije Tijd Magazin – časopis za kampiranje i rekreativce
- Wellness Magazine – tromjesečni časopis za ljubitelje života i ljubitelje *wellnessa*

Internetske stranice s turističkom tematikom

- www.anwb.nl
- www.oppad.nl
- www.reizen.nl
- www.columbusmagazine.nl
- www.vakantie.nl
- www.zoover.nl

Društvene mreže i messengeri

Korištenje društvenih medija i dalje se povećava, briga o privatnost i dalje je velika. WhatsApp je najveća platforma u 2017., Facebook i YouTube i dalje rastu. Instagram se diže relativno snažno i ide prema top pet. Facebook raste osobito među starijim osobama, a u padu je od 8 % među adolescentima i osobama između 15 i 19 godina. Broj korisnika LinkedIna nije porastao, ali je uvećana njegova svakodnevna upotreba. Twitter ne bilježi promjene u odnosu na prošlu godinu. Instagram i SnapChat i dalje rastu i posebno su popularni među mladima

Korištenje društvenih mreža (15 godina i stariji)
95 % koristi društvene mreže

- 9,8 milijuna koristi WhatsApp
- 9,6 milijuna koristi Facebook
- 7,2 milijuna koristi Youtube
- 4,2 milijuna koristi LinkedIn
- 3,6 milijuna koristi Google+
- 2,6 milijuna koristi Twitter
- 2,1 milijun koristi Instagram
- 2 milijuna koristi Pinterest

PROFIL EMITIVNOG TURISTIČKOG TRŽIŠTA

Najnoviji trendovi

- putovanja su češća, ali kraća
- pri odabiru odredišta mobilni internet i društvene mreže postaju sve važniji
- veći broj putovanja po mjeri
- stanovništvo sve više stari pa je udjel osoba starije dobi sve veći, a slijedom toga postaju sve važniji potencijalni klijenti za industriju putovanja
- putovanja sve više imaju društvenu komponentu (*co-uch surfing*, smještaj kod domaćina itd.) i sve su više po vlastitoj mjeri

Broj putovanja ponovno se povećao u 2016. nakon što su nekoliko godina putovanja bila u padu. U odnosu na 2015. broj odmora u vlastitoj zemlji povećan je za 3 %, a u inozemstvu je pao za 1 %.

U 2016. na odmor je otputovalo 81 % Nizozemaca koji su ostvarili 35,5 milijuna putovanja ili u prosjeku 2,8 odmora po osobi.

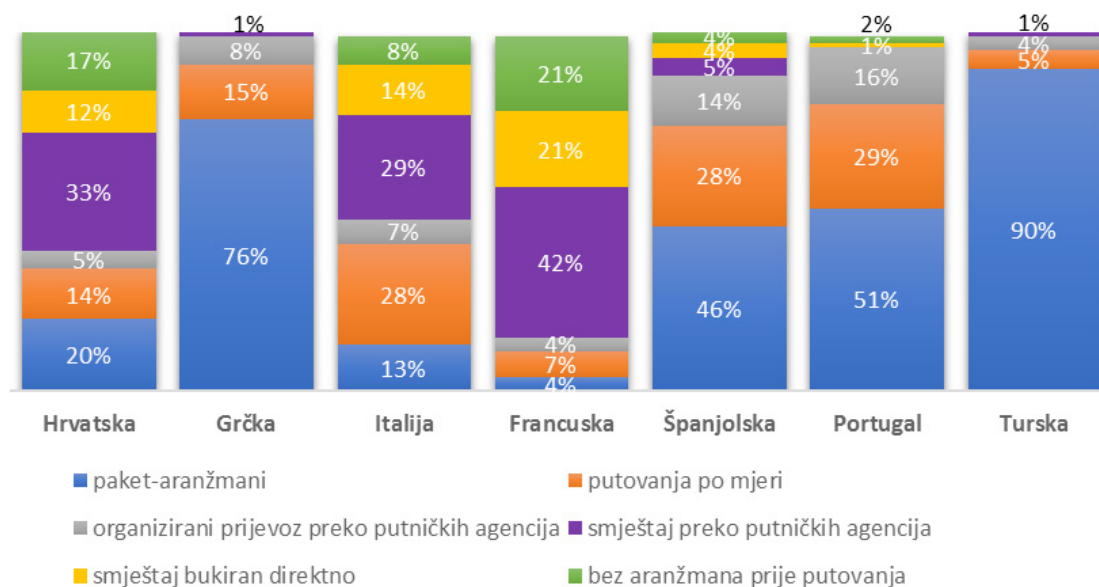
Gotovo polovina svih putovanja ostvarena je u zemlji. U tuzemstvu je bilo 13 milijuna putovanja od dva do sedam dana (74 %), dok je putovanja u inozemstvo od osam i više dana bilo 11,5 milijuna (64 %). Oko 2/3 putovanja u inozemstvo odvija se u ljetnom razdoblju. Udjel putovanja u vlastitoj zemlji u opadanju je od 1990.

Omiljene odmorišne destinacije

Najpopularnije odredište za kraća i duža putovanja je Njemačka zbog blizine, jezika i navika. Za duža putovanja, na prvom mjestu je Francuska, slijede Španjolska, Austrija i Italija.

Zemlja	Udjel (%)	2014.	2015.
Francuska	19	2.100.000	2.190.000
Njemačka	14	2.110.000	1.960.000
Španjolska	11	1.720.000	1.850.000
Austrija	6	1.090.000	1.090.000
Italija	6	980.000	960.000
Grčka	4	720.000	690.000

Putovanja u inozemstvo uglavnom su organizirana (65 %). Za bliska odredišta te za smještaj u kampovima, organizacija putovanja uglavnom je individualna, a velika je penetracija rezervacijskih platformi (*booking.com* i slično). Za udaljenija, tipično turoperatorska odredišta poput Turske, Španjolske, Egipta, Tunisa itd. te za kompleksnija putovanja, organizacija uglavnom ide preko posrednika.



Komparativne prednosti/nedostaci omiljenih destinacija s gledišta organizatora putovanja / gostiju

Komparativne prednosti omiljenih destinacija su bogatstvo i raznolikost ponude, uz odličnu prometnu povezanost iz Nizozemske svim vrstama prijevoznih sredstava, naročito automobilom i zrakoplovom. Sve omiljene destinacije imaju stabilne i uhodane kanale prodaje kroz cijelu mrežu nizozemskih organizatora putovanja. Niti jedna nije doživjela značajnije ekonomske ili političke potrese, što bi kod Nizozemaca stvorilo dodatni osjećaj nesigurnosti i neprivlačnosti destinacije, osim Turske, koja zbog referenduma, državnog udara i općenito nestabilne situacije bilježi slabiji interes. Tijekom 2016. pa do ljeta 2017. na snazi je bila preporuka Ministarstva vanjskih poslova da se ne putuje u Tunis pa organizatori putovanja nisu ni programirali putovanja. Potražnja za Egiptom također je oslabila uslijed nestabilne političke situacije.

Navike putovanja

Iako je za putovanja u inozemstvo automobil i dalje omiljeno prijevozno sredstvo, njegov udjel varira uslijed uvođenja brojnih, uglavnom nisko cjenovnih letova. Za oko 9,4 milijuna putovanja ostvarenih u inozemstvu koristi se automobil, dok je za 6,8 milijuna putovanja korišten zrakoplov.

Sve više građana svoj odmor bukira putem interneta (oko 84 %), individualno ili putem posrednika.

Nizozemski gosti preferiraju hotelski smještaj i smještaj u kampovima.

Vrsta smještaja	%
hotel, pansion, B&B	36,4
kamp – kamper, karavan	16,8
bungalov	14,3
apartman	10,4
privatni stan	7,3
kamp – šator	7,3
obitelj, prijatelji	5,5
ostalo	2

Postotak smještaja u hotelima je visok zbog Turske, Grčke i drugih dalekih destinacija budući da se zračni prijevoz uglavnom kombinira s boravkom u hotelima. Ovako visok interes za hotele ne utječe na odluke Nizozemaca za ljetovanje u našoj zemlji i na smjer promocije Hrvatske jer Nizozemci u Hrvatsku prvenstveno idu zbog smještaja u kampovima, mobilnim kućicama i apartmanima, a tek onda zbog hotela.

Motiv putovanja	%
odmor na plaži	19
city trip	16
priroda	9
aktivni odmor, sport	10
kružno putovanje	1
posjet rodbini/prijateljima	5
opuštanje	4
zimski odmor	4
kultura	4
ostalo	18

U 2016. Nizozemci su za odmor potrošili 16 milijardi eura, od čega oko 13 milijardi u inozemstvu i tri milijarde u zemlji. Prosječna potrošnja po osobi i danu iznosi 53 eura, a za ljetovanja izdvajaju dvostruko više nego za zimovanje.

Pregled organizatora putovanja

Organizator putovanja	2015.	promet u milijunima eura
TUI Nederland	1.595.000	1.148
Bookit/Weekendjeweg.nl	980.000	69
Thomas Cook	680.000	382
Corendon	624.000	447
@ Leisure (Euro Relais/Belvilla)	620.000	90
Sundio Group	611.000	371
Vacansoleil	495.000	101,5
VacanceSelect Europe	240.000	50,6
ANWB	230.000	205
De Jong Intra Vakanties	165.000	70

OSVRT NA 2017.

OSVRT NA STANJE NA EMITIVNOM TURISTIČKOM TRŽIŠTU

S obzirom na znatno povoljniju gospodarsku klimu i veće povjerenje potrošača te prema procjenama stručnjaka i nedavno provedenim istraživanjima, očekuje se da će turistički promet u 2017. nastaviti s rastom. Predviđa se da će se i ukupna potrošnja na putovanjima povećati u odnosu na 2017.

Nastavlja se „novi“ trend bukinga koji je započeo 2014. Za 2017. buking je počeo u prosincu 2016., ali vrlo sporo. Godina 2017. bila je u znaku sporog i kasnog bukinga, ne samo za Hrvatsku, već i za ostale destinacije. Krajem lipnja, neposredno pred polazak, mogli su se vidjeti promidžbeni spotovi i poruke, što je dokaz da brojni građani još nisu rezervirali svoj odmor i svjedoči o promjenama u ponašanju potrošača. U kumulativu, organizirano tržište putovanja bilježi porast prodaje ljetovanja od oko 2 % u usporedbi s 2016.

Omiljene odmorišne destinacije

U 2017. se ne očekuju značajnije promjene u redoslijedu omiljenih destinacija, osim daljnjeg opadanja interesa za Tursku. Tunis će početi bilježiti rast s obzirom da je nizozemsko Ministarstvo vanjskih poslova ukinulo negativnu preporuku za putovanja, jednako kao i Egipat koji praktički nema alternativu ni konkurenciju za topla zimska odredišta. Francuska i Njemačka će se, kao i do sada, boriti za prvo mjesto, a rast će Španjolska, Italija i Portugal. Vjerojatno će rasti i putovanja prema udaljenim destinacijama. Predviđa se da će rasti i broj putovanja prema zemljama u

kojima je valuta oslabila u odnosu na euro jer su Nizozemci racionalni turisti.

Nakon gotovo dvije godine i velikog pritiska organizatora putovanja, nizozemsko Ministarstvo vanjskih poslova ukinulo je negativnu preporuku za putovanja u turistička odredišta na tuniskoj obali te je prodaja Tunisa ponovno krenula.

Turska bilježi pad rezervacija i obustavu bukinga radi nesigurnosti (pokušaj državnog udara, teroristički napadi, blizini Sirijske granice itd.), a interes ovdašnje publike za Turskom i dalje je jako slab, iako organizatori putovanja na sve moguće načine nastoje uvjeriti javnost kako interes publike postoji. Prodaji Turske ne ide u prilog ni diplomatski incident u Nizozemskoj niti rezultati turskog referenduma.

Radi nestabilnosti i nesigurnosti pati i egipatski turizam koji se ipak polako oporavlja.

Ove godine veliki je interes za Grčkom.

Pregled organizatora putovanja

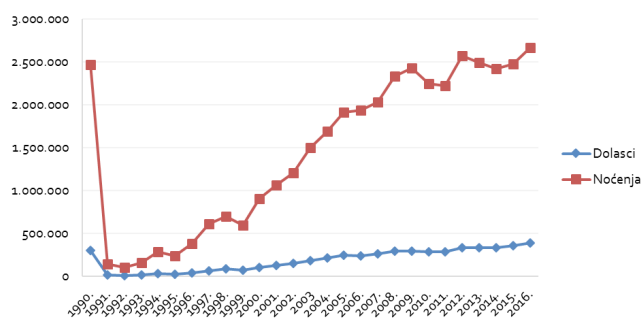
U odnosu na 2016. nema značajnijih promjena. Pojavilo se nekoliko novih manjih turističkih agencija koje će ove godine svoju ponudu obogatiti hrvatskim destinacijama, ali se nije pojavio niti jedan veliki organizator putovanja europskog ili svjetskog formata.

PROCJENA UDJELA TRŽIŠTA U UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU

NIZOZEMSKA	Dolasci			Noćenja		
	apsol.	indeks	1989.=100	apsol.	indeks	1989.=100
1990.	299.343		100	2.465.385		100
1991.	19.786	7	7	143.505	6	6
1992.	11.917	60	4	105.158	73	4
1993.	16.965	142	6	158.681	151	6
1994.	29.809	176	10	284.178	179	12
1995.	25.341	85	8	234.153	82	9
1996.	42.000	166	14	377.000	161	15
1997.	64.964	155	22	610.936	162	25
1998.	88.286	136	29	696.097	114	28
1999.	72.551	82	24	592.192	85	24
2000.	103.595	143	35	900.542	152	37
2001.	125.087	121	42	1.058.838	118	43
2002.	148.140	118	49	1.204.240	114	49
2003.	179.483	121	60	1.496.973	124	61
2004.	212.090	118	71	1.690.241	113	69
2005.	243.651	115	81	1.910.080	113	77
2006.	241.856	99	81	1.938.295	101	79
2007.	264.664	109	88	2.030.442	105	82
2008.	297.318	112	99	2.334.993	115	95
2009.	296.086	100	99	2.424.071	104	98
2010.	285.257	96	95	2.244.521	93	91
2011.	286.986	101	96	2.223.874	99	90
2012.	335.266	117	112	2.565.712	115	104
2013.	336.106	100	112	2.491.448	97	101
2014.	333.500	99	111	2.414.807	97	98
2015.	356.876	107	119	2.477.278	103	100
2016.	389.510	109	130	2.660.967	107	108

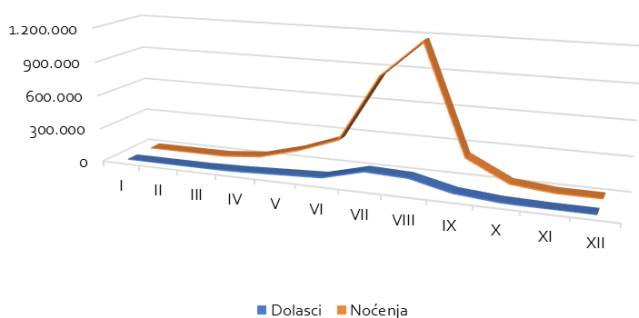
Izvor: DZS (komercijalni smještajni kapaciteti)

Dolasci i noćenja nizozemskih turista u razdoblju 1990. - 2016.



REZULTATI ZA 2016. PREMA SUSTAVU eVisitor

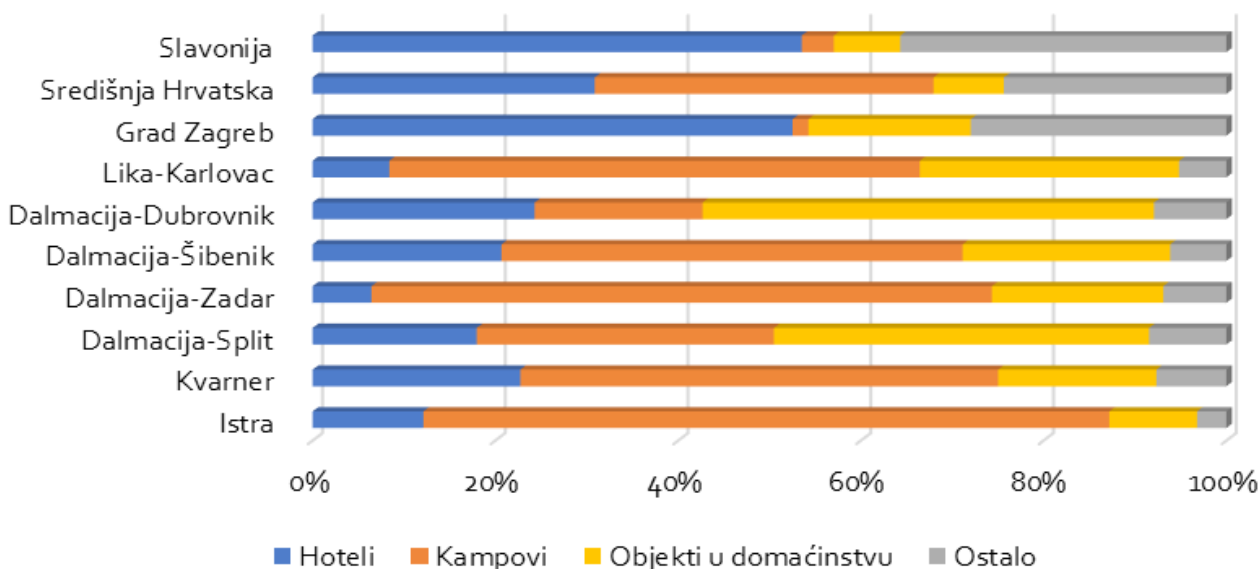
Dolasci i noćenja nizozemskih turista, 2016.



Top deset gradova/općina po noćenjima

Grad/općina	noćenja
Funtana	275.591
Rovinj	250.892
Tar	181.615
Poreč	143.147
Vrsar	135.340
Fažana	96.049
Brtonigla	85.992
Nin	82.722
Šibenik	81.770
Medulin	71.896

Noćenja nizozemskih turista po klasterima prema vrstama smještaja, 2016.



Dolasci i noćenja po klasterima

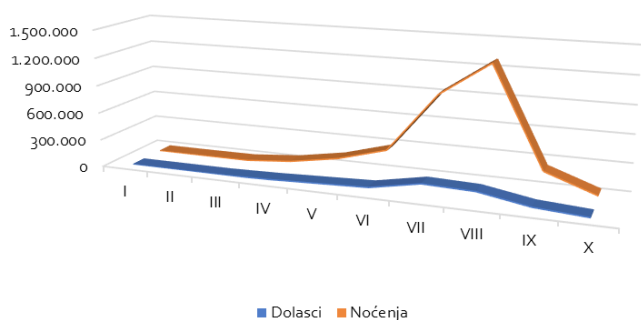
Klaster	dolasci	noćenja
Istra	158.412	1.532.274
Kvarner	47.673	282.633
Dalmacija-Split	47.589	256.182
Dalmacija-Zadar	32.695	233.254
Dalmacija-Šibenik	19.651	136.239
Dalmacija-Dubrovnik	28.833	119.962
Lika-Karlovac	32.127	89.346
Nautika	7.011	54.421
Grad Zagreb	17.807	35.111
Središnja Hrvatska	5.028	10.298
Slavonija	1.627	3.358
Ukupno	398.453	2.753.078

Dolasci po dobi i spolu

Dobna skupina	muškarci	žene
0-5 godina	1,7%	1,5%
6-11 godina	3,3%	3,1%
12-17 godina	5,0%	5,1%
18-24 godina	5,9%	5,4%
25-34 godina	7,3%	6,0%
35-44 godina	6,3%	6,1%
45-54 godina	9,7%	8,6%
55-64 godina	7,1%	6,3%
65-120 godina	6,1%	5,2%

REZULTATI ZA RAZDOBLJE SIJEČANJ – LISTOPAD 2017. PREMA SUSTAVU eVisitor

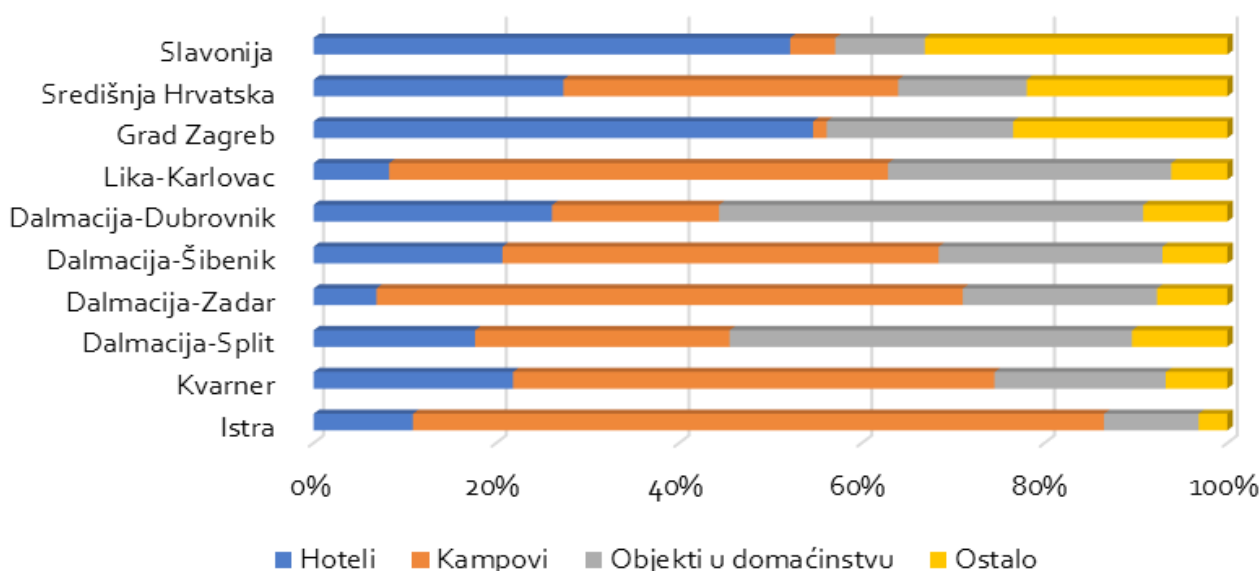
Dolasci i noćenja nizozemskih turista, I - X 2017.



Top deset gradova/općina po noćenjima

Grad/općina	noćenja
Funtana	292.662
Rovinj	249.265
Tar	192.330
Vrsar	175.815
Poreč	141.143
Fažana	98.986
Brtonigla	96.430
Nin	93.037
Šibenik	81.868
Split	73.450

Noćenja nizozemskih turista po klasterima prema vrstama smještaja, I - X 2017.



Dolasci i noćenja po klasterima

Klaster	dolasci	noćenja
Istra	172.778	1.635.251
Kvarner	53.661	305.772
Dalmacija-Split	59.277	303.996
Dalmacija-Zadar	37.236	252.275
Dalmacija-Šibenik	22.243	141.341
Dalmacija-Dubrovnik	32.122	132.638
Lika-Karlovac	39.101	106.791
Nautika	8.999	68.547
Grad Zagreb	18.980	35.827
Središnja Hrvatska	5.572	12.614
Slavonija	1.795	3.831
Ukupno	451.764	2.998.883

Dolasci po dobi i spolu

Dobna skupina	muškarci	žene
0-5 godina	1,6%	1,5%
6-11 godina	3,3%	3,1%
12-17 godina	4,9%	5,1%
18-24 godina	5,8%	5,6%
25-34 godina	7,2%	6,2%
35-44 godina	5,9%	5,9%
45-54 godina	9,4%	8,5%
55-64 godina	7,2%	6,6%
65-120 godina	6,6%	5,6%

Aktualni imidž Hrvatske

Nizozemsko tržište postalo je svjesno da je Hrvatska prelijepa i zanimljiva zemlja očuvane prirode i zanimljive kulturne baštine u kojoj ima još puno za otkrivanje. Naše promidžbene poruke su ciljane i jasne. Svi mediji pišu izuzetno povoljno o kulturi, prirodnoj baštini, gastronomiji u svim dijelovima zemlje, vrlo često i o odmoru na kontinentu. Hrvatska se izborila za stabilnu poziciju na nizozemskom turističkom nebu. Gotovo 2/3 nizozemskih gostiju boravi u Istri koja je favorit među hrvatskim regijama. Svake godine primjećujemo priljev novih i odljev starih gostiju iz Istre prema jugu, što je jako važno kako bi nizozemski gosti upoznali i ostale dijelove Hrvatske te se ravnomjernije rasporedili. Za ovaj „odljev“ prema jugu „zaslužne“ su u velikom broju i nove zrakoplovne veze zahvaljujući kojima u Hrvatsku dolazi i drugačiji profil gostiju (koji uglavnom nisu kampisti), već posjećuju gradove, nacionalne parkove, idu na individualne ture po Hrvatskoj i otocima, bave se (adrenalinskim) sportovima i slično.

Nizozemsko tržište je u prvih deset mjeseci 2017. ostvarilo oko 450.000 dolazaka (+ 14 %) i gotovo tri milijuna noćenja (+ 9 %). Prema podacima sustava eVisitor, 66 % gostiju u Hrvatsku je doputovalo individualno, dok je 34 % putovalo preko posrednika.

Zastupljenost Hrvatske u programima organizatora putovanja

Svi najveći i najvažniji organizatori putovanja (osim Correndona koji je specijaliziran za Tursku) nude putovanja za Hrvatsku, tako da nema kataloga važnijeg organizatora putovanja ili autobusera koji barem nekoliko stranica, u svom katalogu za Mediteran, nije posvetio Hrvatskoj. Hrvatska je često u istom katalogu s drugim mediteranskim destinacijama ili sa Slovenijom, BiH ili Crnom Gorom. S obzirom na brojem stanovnika ograničeno tržište, segmentaciju i raspodjelu tržišta, broj organizatora putovanja već je nekoliko godina zaredom konstantan i osim u neznatnom opsegu neće se značajnije mijenjati niti narednih godina. Također, sve veće *cruise* kompanije u svojim programima imaju Hrvatska odredišta.

Čitav niz manjih organizatora putovanja počinje nuditi programe za posebne ciljane skupine gostiju (aktivni odmor, biciklističke ture, otoci, zdravstveni i omladinski turizam). Internetska prodaja aranžmana jako je zastupljena i svi organizatori putovanja i putničke agencije imaju mogućnost direktnog bukinga preko interneta. Postoje i organizatori putovanja koji posluju isključivo putem interneta (TravelBird, Sundio Grupa i slični). Većina više ne izdaje brošure, već su cjelokupno poslovanje prebacili na internet. S obzirom na brojne nove letove za Hrvatsku uvedene 2017., očekuje se sve veća ponuda te povećanje broja aranžmana sa zračnim prijevozom.

Nizozemsko organizirano tržište putovanja završava sezonu ljetovanja s porastom od gotovo 2 %. „Pobjednica“ sezone je Grčka koja ostvaruje porast od gotovo 30 %, no treba uzeti u obzir da prošla godina za Grčku, radi migrantske krize, nije bila najbolja. Španjolska i Portugal na razini su prošle godine, pad bilježe Francuska (- 2,5 %), Italija (- 7 %) i Austrija (- 3,5 %), dok je najveća „gubitnica“ sezone Turska koja je u Nizozemskoj ostvarila pad od 22 %. Hrvatska bilježi rast od 14 %. Ove godine je na tržištu Nizozemske i Belgije za putovanja zrakoplovom ponovno vladao veliki interes (+ 6 %), dok su putovanja automobilom, odnosno vlastitim prijevozom u padu od oko 4 %, a manji je i interes građana za odmorom u kampovima. Prema prvim raspoloživim podacima, čini se kako će se u Nizozemskoj i u zimskom razdoblju nastaviti pozitivan trend na tržištu. U rujnu je porast rezervacija za zimovanja iznosio 3,5 %, dok su u kumulativu rezervacije u plusu za 7,5 %. Najveći rast ostvaruju Austrija i Francuska te Egipat koji bilježi rast od čak 60 %.

Zrakoplovna povezanost s Hrvatskom

Klasični turoperatorski čarter program (let + smještaj) iz Nizozemske je u 2016. imao samo TUI na Zračnu luku Pula te Thomas Cook na Zračnu luku Split u suradnji sa zračnim prijevoznikom Small Planet Airlines. Neki organizatori putovanja (ID Riva Tours, Sundio Groep, Thomas Cook) imali su u zakupu sjedala na liniji nizozemskog niskopletnog zračnog prijevoznika Transavia.

Zrakoplovna tvrtka	Polazište	Odredište	Početak letenja	Kraj letenja
Transavia	Rotterdam	Split	14. travanj	28. listopada
Transavia	Amsterdam	Dubrovnik	13. travanj	31. listopada
Transavia	Rotterdam	Pula	6. srpanj	2. listopada

Zrakoplovna tvrtka	Polazište	Odredište	Početak letenja	Kraj letenja
Easyjet	Amsterdam	Split	14. travanj	28. studeni
Easyjet	Amsterdam	Dubrovnik	7. svibanj	26. listopad
TUI Arke Fly	Amsterdam	Pula	22. travanj	23. rujan
Croatia Airlines	Amsterdam	Zagreb	1. siječanj	31. prosinac
Croatia Airlines	Amsterdam	Dubrovnik	3. svibanj	4. listopad
Croatia Airlines	Amsterdam	Pula	31. svibanj	27. rujan
KLM	Amsterdam	Zagreb	1. siječanj	31. prosinac
KLM	Amsterdam	Split	22. travanj	28. listopad
Thomas Cook NL	Amsterdam	Split	22. travanj	30. rujan

Autobuseri

Najznačajniji autobuseri su Bolderman, Kras, OAD Reizen, De Jong Intra Vakanties, Solmar, Van Biesen, Effeweg, Dalstra itd. Autobusne ture uglavnom su postavljene u pred i posezoni. Uvođenjem brojnih nisko cjenovnih letova, većina autobusera prestala je nuditi klasični hotelski alotmanski program te se specijalizirala za ture ili višednevne boravke u hotelu s uključenim izletima. Uglavnom prevladavaju klasični autobusni programi koji uključuju Istru i Kvarner, a šire se i prema Dalmaciji.

Individualni promet

Individualni promet je nepredvidiv jer ovisi o nizu čimbenika: vremenskoj prognozi, medijskim napisima, političkim događanjima, aktivnostima konkurencije, gledanosti TV spotova, *online* i *offline* oglašavanju, ekonomskoj situaciji u zemlji i nizom drugih čimbenika.

I ove je godine velik broj individualaca otputovao u Hrvatsku, a tome pridonose i sve brojniji i učestaliji letovi za Hrvatsku. Za brojne individualce i ove ćemo godine ostati jedna od omiljenih kamping destinacija.

Prednosti

- odlična klima
- kvalitetni kampovi
- bogatstvo kulturnih sadržaja
- odlične ceste i prometna povezanost
- ljubaznost i stručnost osoblja
- ljubaznost i gostoljubivost naroda
- sigurnost
- odlična eno-gastro ponuda

Nedostaci

- kvaliteta smještaja
- nedovoljna prometna povezanost između otoka
- nedostatak zabavnog života za mlade
- nedostatak kampova u kontinentalnoj Hrvatskoj, naročito u Slavoniji i Baranji
- nedostatak odmorišta za kampere

Hrvatska na nizozemskom tržištu uglavnom ostaje odredište za individualne goste, bilo da je riječ o kampistima koji putuju vlastitim automobilom ili kamperom ili avio gostima koji putuju nisko cjenovnim zračnim prijevoznima. Individualni promet u porastu je zahvaljujući još većem broju letova, zaobilaženju „nesigurnih“ odredišta, ali i boljem prepoznavanju hrvatske turističke ponude.

PREDVIĐANJA ZA 2018.

TURISTIČKA SEZONA 2018. – OPĆI POKAZATELJI

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

Sezona 2018. uvelike će ovisiti o gospodarskim kretanjima i općem stanju u društvu u Nizozemskoj i EU te sigurnosnoj situaciji u Europi i na Sredozemlju. Što se manje govori o krizi, gubitku radnih mjesta, novim porezima i nametima i nesigurnosti za građane, povjerenje potrošača bit će veće. Prema prvim naznakama, 2018. bi trebala biti godina s daljnjim rastom gospodarstva. Za pretpostaviti je da će se nastaviti daljnja stagnacija organizatora putovanja unutar ukupnog porasta tržišta te daljnji odljev gostiju prema drugim, uglavnom *online* prodajnim kanalima (booking.com, airbnb i slično). Napredovat će *online* prodaja i korištenje nisko cjenovnih zračnih linija.

Preliminarna procjena redoslijeda omiljenih destinacija

Među „sigurnim“ odredištima (Francuska, Španjolska, Grčka, Italija, Austrija, Portugal i Hrvatska), procjenjujemo da neće biti promjena u redoslijedu omiljenih destinacija. Upitno je što će se dešavati s Turskom i njezinim eventualnim povratkom. Turska je tijekom 2017. bilježila smanjeni interes koji se u ljetu ublažio. Zemlje koje su

profitirale radi smanjenog interesa za Turskom, sigurno će izgubiti dio gostiju ukoliko interes za Turskom u 2018. ponovno poraste i ukoliko se Turska vrati u svom „punom sjaju“. Očekuje se da će i Tunis nastaviti s rastom, nakon što je 2017. ukinuta negativna preporuka, a isto vrijedi i za Egipat, no za ove zemlje jako je bitna opća sigurnosna situacija te politička stabilnost.

Zasigurno će i dalje rasti segment kraćih putovanja, brže će rasti promet u susjedne zemlje i bliže destinacije, a putovanja će biti sve češća, ali kraća.

Prognoze organizatora putovanja

Organizatori putovanja ponovno su započeli s programiranjem Tunisa i pojačali svoje aktivnosti za Egipat. Za Tursku i dalje vlada slabiji interes. Neizvjesno je i kako će se situacija dalje razvijati. Ukoliko sigurnosna situacija u Europi bude dobra, očekuje se daljnji rast kraćih i vikend putovanja u obližnje gradove, iako ovaj tip putovanja nizozemski turisti uglavnom organiziraju sami, direktno kontaktirajući prijevoznika ili hotel. Omjer cijene i kvalitete i dalje će biti važan čimbenik, kao i opća gospodarska situacija u zemlji, ali i u 2018. sigurnost će biti jedan od ključnih čimbenika pri odabiru destinacije za odmor.

TURISTIČKA SEZONA 2018. – HRVATSKA

Okvirna procjena ukupnog broja dolazaka i noćenja u Hrvatskoj

S obzirom na rekordan rezultat u 2017., nadamo se da bi se i u narednoj sezoni trebala nastaviti pozitivna kretanja. Nadamo se zadržavanju ostvarenih rezultata, ali ne očekujemo značajnije povećanje. Premda smo tijekom posljednjih sezona bili jedna od rijetkih turističkih destinacija na tržištu s povećanjem prometa, nastavak rasta ovisit će prije svega o razumnom tržišno opravdanom ponašanju hotelijera/kampova, ukupne receptivne turističke ponude Hrvatske te sigurnosnoj situaciji u okruženju.

Najave zastupljenosti Hrvatske u programima organizatora putovanja

Hrvatska će i dalje biti zastupljena u programima većine organizatora putovanja koji nude mediteranske destinacije, a predstavništvo će nastojati motivirati i nove organizatore putovanja da u svoju ponudu uvedu hrvatska odredišta, naročito kada su u pitanju kratka, vikend odnosno *city trip* putovanja te MICE segment, budući da ona najviše mogu pridonijeti punjenju kapaciteta tijekom cijele godine, uz daljnju promidžbu kampova, nautičkog turizma, pustolovnog i aktivnog turizma, gastronomije itd.

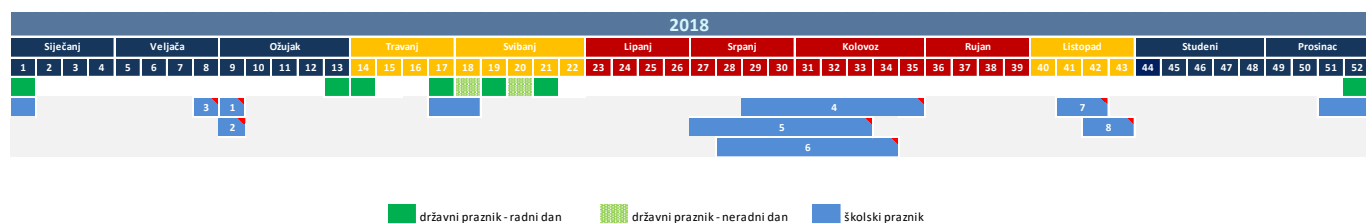
Očekujemo daljnje povećanje zračnih linija prema Hrvatskoj. TUI Nizozemska najavio je novi let za Zadar i Brač, Transavia je najavila produženje naleta na Zračnu luku

Pula tijekom čitave sezone (tri do četiri rotacije), Pula uvodi i Easyjet (u ljetnom terminu) koji osim toga 2018. povećava i broj naleta na Split i Dubrovnik. Thomas Cook Nizozemska svoj će turoperatorski program, umjesto s vlastitim čarterom, nastaviti zakupom sjedala na letovima Transavije.

Mjere koje bi prema mišljenju organizatora putovanja trebalo poduzeti u 2018.

1. Povećanje kapaciteta, veći broj kvalitetnih hotelskih kreveta i proširenje ponude u kampovima, naročito na kontinentu.
2. Nastaviti, uz adekvatna unaprjeđenja, (pravovremene) promotivne aktivnosti (oglašavanje) samostalno i u suradnji s organizatorima putovanja te nastaviti suradnju organizatora putovanja s programima baziranim i na zrakoplovnim i autobusnim aranžmanima u pred i posezoni.
3. Okrenuti se tržišnom segmentu treće dobi (koji jedini imaju sigurne i stalne prihode) i programirati vanezonske programe.
4. Uključiti se i poticati program nagrađivanja putničkih agencija u suradnji s organizatorima putovanja koji prodaju aranžmane za Hrvatsku te sudjelovati u aktivnostima organizatora putovanja (prezentacija novih brošura, *roadshow*, zajednički nastupi itd.).
5. Povećati broj studijskih putovanja.

Kalendar praznika i blagdana



Državni praznici i vjerski blagdani (Public Holidays)	2018.	Dan u tjednu	Tjedan u godini
Nova godina (New Year's Day)	1.1.2018	Ponedjeljak	1
Veliki petak (Good Friday)	30.3.2018	Petak	13
Uskrs (Easter)	1.4.2018	Nedjelja	13
Uskršnji ponedjeljak (Easter Monday)	2.4.2018	Ponedjeljak	14
Kraljičin dan (Queen's Day) - slavi se subotom kada pada u nedjelju	27.4.2018	Petak	17
Dan oslobođenja (Liberation Day)	5.5.2018	Subota	18
Uzašašće (Ascension Day)	10.5.2018	Četvrtak	19
Duhovi (Whit Sunday)	20.5.2018	Nedjelja	20
Duhovi ponedjeljak (Whit Monday)	21.5.2018	Ponedjeljak	21
Božić (Christmas)	25.12.2018	Utorak	52
Blagdan sv. Stjepana (Christmas)	26.12.2018	Srijeda	52

Izvor: <http://www.holland.com/us/tourism/article/public-holidays.htm>

Školski praznici	2018.		
	Početak	Kraj	
Božićni praznici i Nova godina	23.12.2017	7.1.2018	
Zimski praznici - Sjeverne provincije	24.2.2018	4.3.2018	1
Zimski praznici - Središnja Nizozemska	24.2.2018	4.3.2018	2
Zimski praznici - Južne provincije	17.2.2018	25.2.2018	3
Proljetni/Uskršnji praznici	28.4.2018	6.5.2018	
Ljetni praznici - Sjeverne provincije	21.7.2018	2.9.2018	4
Ljetni praznici - Južne provincije	7.7.2018	19.8.2018	5
Ljetni praznici - Središnja Nizozemska	14.7.2018	26.8.2018	6
Jesenski praznici - Južne provincije (neslužbeni podaci)	13.10.2018	21.10.2018	7
Jesenski praznici - Sjeverne provincije i Središnja Nizozemska (neslužbeni podaci)	20.10.2018	28.10.2018	8
Božićni praznici i Nova godina	22.12.2018	6.1.2019	

Izvor: Eurydice