



NIZOZEMSKA

PROFIL EMITIVNOG TRŽIŠTA - IZDANJE 2022.



AKTUALNI OPĆI PODACI O TRŽIŠTU (zemljopisni, socio-demografski i ekonomski pokazatelji)

UVODNA NAPOMENA:

Pojavom pandemije bolesti COVID 19 tijekom prvog kvartala 2020., na globalnoj je razini došlo do iznimno snažnog poremećaja svih sfera društvenog i gospodarskog života te je turizam, u svim svojim pojavnim oblicima jedna od najsnažnije pogođenih djelatnosti, s neizvjesnim kratkoročnim i srednjoročnim perspektivama oporavka.

U takvom kontekstu 2020., te u nešto manjoj mjeri 2021. godina, donose dramatičan odmak od uobičajenih poslovnih okolnosti i obrazaca ponašanja na strani ponude i potražnje, tako da ranije ustanovljeni trendovi i prognoze temeljene na modelima izgrađenim u kontekstu stabilnih poslovnih odnosa doživljavaju korjenu promjenu.

Imajući u vidu navedeno, standardni format profila tržišta promijenjen je i prilagođen novonastalim okolnostima na način da su u odnosu na izdanja publicirana do 2019. godine.

Političko uređenje: parlamentarna ustavna monarhija.

Nizozemska je parlamentarna, ustavna monarhija od 1815. godine, a na prijestolju je Willem-Alexander van Oranje-Nassau. Nakon abdikacije svoje majke Beatrix, Willem-Alexander je stupio na prijestolje 30. travnja 2013. Koalicijsku vladu liberalnog premijera Marka Ruttea sačinjavaju stranke VVD, CDA, D66 i ChristenUnie. Vlada je nakon afere s dječjim doplacima podnijela kolektivnu ostavku u siječnju 2021. Novi izbori održani su već u ožujku, no unatoč tome što su najviše glasova osvojili desni liberali (VVD) premijera Ruttea, ni 7 mjeseci nakon parlamentarnih izbora, Nizozemska još uvijek nema novu vladu.

Površina

Ukupna:	41.526 km ²
Kopna:	33.883 km ²
Mora i voda:	7.643 km ²

Najveći gradovi

Amsterdam:	869.709
Rotterdam:	650.459
Den Haag:	545.863
Utrecht:	357.667
Eindhoven:	233.983

Stanovništvo (prema dobi, spolu)

Prema procjenama nizozemskog Državnog zavoda za statistiku (CBS), u listopadu 2021. godine stanovništvo je brojilo 17.561.647.

	Muškarci	Žene
20-40 godina	1.081.863	1.066.068
40-65 godina	2.927.008	2.931.284
65-80 godina	1.250.844	1.319.623
80-95 godina	315.283	480.092
95+	5.827	20.886

OPĆE KARAKTERISTIKE GOSPODARSTVA

Iako se radi o relativno maloj zemlji, Nizozemska je 5. po snazi gospodarstvo Europske unije te igra važnu ulogu i kao europsko transportno čvorište. Gospodarstvo Nizozemske je 17. najveće na svijetu u 2019. glede BDP-a, prema Svjetskoj banci i Međunarodnom monetarnom fondu, a slijedom toga i vrlo poželjno mjesto za život. U ukupnom BDP-u Europske unije, Nizozemska doprinosi sa 6%. Strukturne reforme u područja tržišta rada i sustava socijalne sigurnosti stvorili su uvjete za zdrav ekonomski rast. Time se stvara prostor za nova ulaganja u znanje i inovacije, što omogućuje Nizozemskoj da ostane uspješna, poduzetna i održiva zemlja. Nizozemska ima prosperitetno i otvoreno gospodarstvo, koje uvelike ovisi o vanjskoj trgovini i izvozu i izvozi više od dvije trećine BDP-a. Ima visok trgovinski višak, stabilnu industriju i nisku nezaposlenost. Glavni izvozni proizvodi su: strojevi i transportna oprema (28%), mineralna goriva (23%), hrana (11%), odjeća i obuća (10%) te farmaceutski proizvodi (5%). Gospodarstvo se odlikuje stabilnom industrijom, prilično niskom nezaposlenošću i niskom inflacijom. Nizozemska ima važnu ulogu kao europsko prometno čvorište. Rotterdam je najveća teretna luka u Europi, a zračna luka Amsterdam Schiphol jedna je od 5 najvećih zračnih luka u Europi. U 2020. godini uslijed krize uzrokovane pandemijom COVID-19, zračna luka Schiphol ostvarila je svega 20,9 milijuna putnika - 71% manje nego u 2019. Industrijska djelatnost pretežno je koncentrirana u preradi hrane, kemikalijama, preradi nafte, visokim tehnologijama, financijskim uslugama, kreativnom sektoru i električnim strojevima. Visoko mehanizirani poljoprivredni sektor zapošljava do 2% radne snage, ali osigurava velike viškove za prehrambenu industriju i za izvoz. Do 2019., nizozemsko gospodarstvo bilježi solidan rast već petu godinu zaredom.

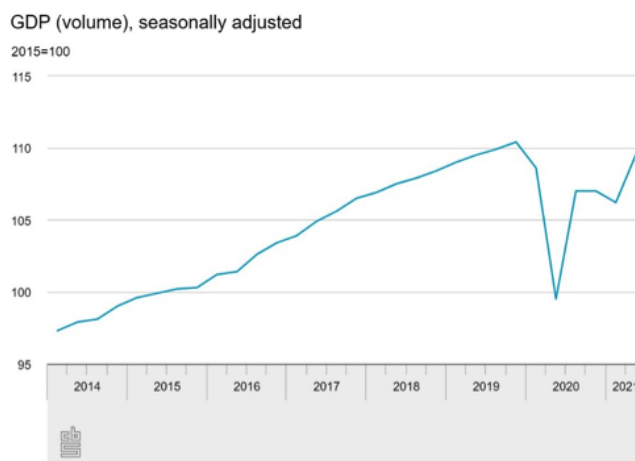
Izvor: <https://investinholland.com>

Aktualno stanje BDP-a, usporedba s prethodnim godinama i prognoza za naredne godine; BDP po glavi stanovnika

BDP po stanovniku u 2020. iznosi 52.304 USD što Nizozemsku čini jednom od zemalja s najvećim BDP-om u EU i na svijetu. BDP je u 2019. bio za 1,7% veći nego u 2018. dok je u 2020. pao za 3,7%, a pad je manji nego u susjednim zemljama, Belgiji, Njemačkoj, Francuskoj i Velikoj Britaniji i manji od prosjeka EU. Pad BDP-a uzrokovan je globalnom pandemijom, te mjerama koje su poduzete za sprječavanje njezinog širenja. Prema procjeni

koju je proveo Nizozemski zavod za statistiku (CBS), bruto domaći proizvod (BDP) povećao se za 3,8 posto u drugom tromjesečju 2021., u odnosu na prvo tromjesečje 2021. Gospodarski rast uglavnom je posljedica povećane potrošnje kućanstava i veće trgovinske bilance. Povećala se i javna potrošnja, ali su se smanjila ulaganja. BDP je na godišnjoj razini povećan za 10,4 posto. Prema prvoj procjeni, rast je iznosio 9,7 posto. Usklađivanje prema gore potaknuto je novim brojkama o skrbi, financijskim institucijama, prijevozu, putovanjima te ugostiteljskim uslugama. U usporedbi s istim tromjesečjem 2020., potrošnja kućanstava i trgovinska bilanca bile su znatno veće. Ulaganja i javna potrošnja također su pozitivno pridonijeli rastu.

BDP je u 2020. iznosio 912,2 milijardi USD.



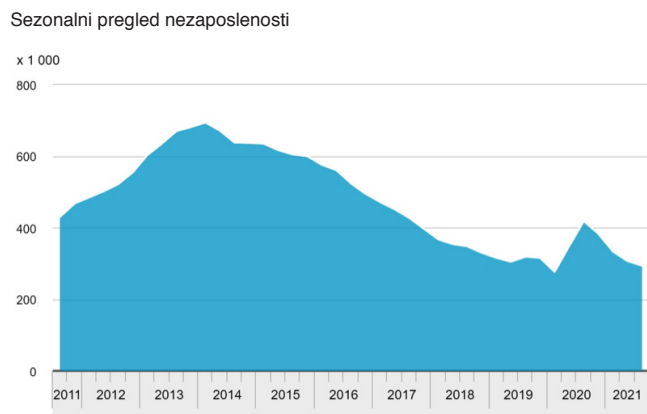
Izvor: <https://www.cbs.nl>

Postotak nezaposlenosti u 2019., aktualno stanje u 2020. i procjena trenda

U 2020. godini 9,1 posto radne snage od 15 do 25 godina bilo je nezaposleno (u 2019. 6,6 posto). Nakon dugog razdoblja pada broja mladih koji traže posao, uslijed pandemije korone uslijedio je porast u 2020. godini. U 2020. broj nezaposlenih u početku je naglo porastao, za 142 tisuće, na 419 tisuća nezaposlenih u trećem tromjesečju. U posljednjem tromjesečju 2020. i prva dva tromjesečja 2021. broj nezaposlenih ponovno je pao, za 112 tisuća. U drugom tromjesečju 2021., 307 tisuća ljudi bilo je nezaposleno.

U srpnju 2021. 289 tisuća ljudi bilo je nezaposleno, što je 3,1 posto radno aktivnog stanovništva.

Trend: Između drugog tromjesečja 2020. i drugog tromjesečja 2021. stopa nezaposlenosti muškaraca smanjena je za 0,7 posto, a među ženama za 0,4 posto. Najviše je smanjena nezaposlenost mladih, za 2,3 posto, posebno među muškarcima.



Izvor: CBS

Prosječna plaća (aktualni podaci)

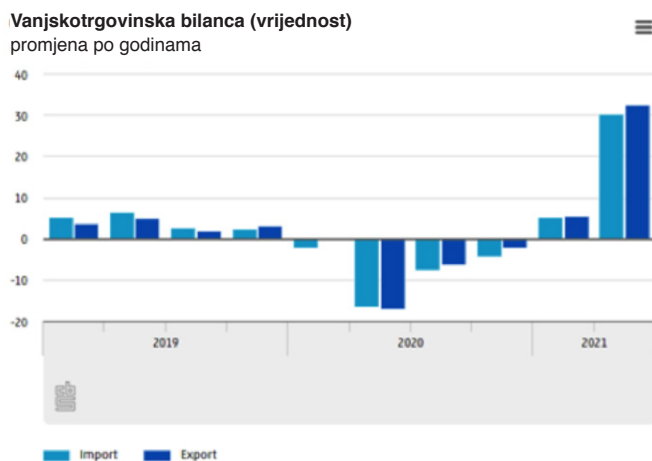
Bruto prosječna plaća iznosi 2.948 EUR mjesečno (2.369,50 EUR neto).

Stopa inflacije (aktualni podaci)

Prosječna stopa inflacije u Nizozemskoj u 2021. iznosi 2,70%

Vanjskotrgovinska bilanca (aktualni podaci i trend)

Ukupna vrijednost izvoza nizozemske robe iznosila je 157 milijardi eura u prvoj polovici 2021. To je 22% više nego u istom razdoblju 2020. i 9% više nego u prvoj polovici 2019. Uvoz robe bio je 12% veći nego 2020. i 5% veći nego 2019.



Izvor: www.cbs.nl

Utjecaj globalnih gospodarskih kretanja i pandemije bolesti COVID 19 na ekonomiju i društvo u 2020. i 2021. godini - procjene za 2022.

Nizozemska je kao i brojne druge zemlje uvela *lockdown* kako bi spriječila širenje zaraze u prvom valu, tj. u proljeće 2020. dok je u drugom valu, u jesen 2020., imala nešto blaže mjere (zatvoreni su kafići i restorani, preporučao se rad od kuće, ali nastavljen je koliko-toliko normalan život). Ipak, slijedom jačanja epidemije i velikog širenja zaraze, zemlja je po prvi puta nakon 2. svjetskog rata uvela policijski sat i praktički totalni *lockdown* koji su izazvali velike proteste građana. Nizozemska vlada uvela je i mjere za očuvanje radnih mjesta prema različitim modelima, prema kojima se je poslodavcima, koji su mogli dokazati pad prometa do 100% pomoglo s isplatom do 90% bruto plaće, ipak epidemija je brojne građane ostavila bez posla. Mjere za očuvanje radnih mjesta koristilo je 2,1 milijuna radnika u ukupnom iznosu od 8,7 milijardi eura. Nizozemska je vlada također pomogla kriznom snažno pogođenom sektoru avijacije, odobrivši KLM-u program pomoći od čak 3,4 milijarde eura kako bi uspio preživjeti kroz slijedećih 5 godina zbog značaja nacionalnog zračnog prijevoznika za nizozemsko gospodarstvo.

Prema prvom izračunu Nizozemskog zavoda za statistiku (CBS), bruto nacionalni proizvod je u drugom tromjesečju 2021. porastao za 3,1 %, u usporedbi s prethodnim tromjesečjem. Rast se prije svega pripisuje potrošnji kućanstava i pozitivnoj vanjskotrgovinskoj bilanci. Pozitivnim kretanjima doprinijela je i potrošnja države, dok investicije bilježe pad. U prvoj polovici 2021. godine, 1 179 tvrtki proglasilo je stečaj, što je za 1 143 manje nego u istom razdoblju 2020.

MEDIJI I OGLAŠAVANJE NA TRŽIŠTU

Aktualni prikaz glavnih medija (TV, dnevni listovi, magazini, online) po tematskim segmentima Naklade, regionalna pokrivenost, čitanost, praćenje za medije

Pregled 5 najvećih medijskih kuća i njihovih najvažnijih medijskih brendova na nizozemskom tržištu.

- Nizozemska javna televizija (NPO)
- DPG Media (ranije De Persgroep)
- Talpa Network
- Mediahuis Telegraaf Media Group (TMG)
- RTL Grupa (dio Bertelsmanna)

TV postaje:

Javna televizija (NOS):

- Nederland 1
- Nederland 2
- Nederland 3

Komercijalni TV programi:

- RTL 4
- RTL 5
- RTL 7
- RTL 8
- RTL9
- Veronica
- SBS 6
- Net 5
- National Geographic Channel
- FOX
- Kitchen24

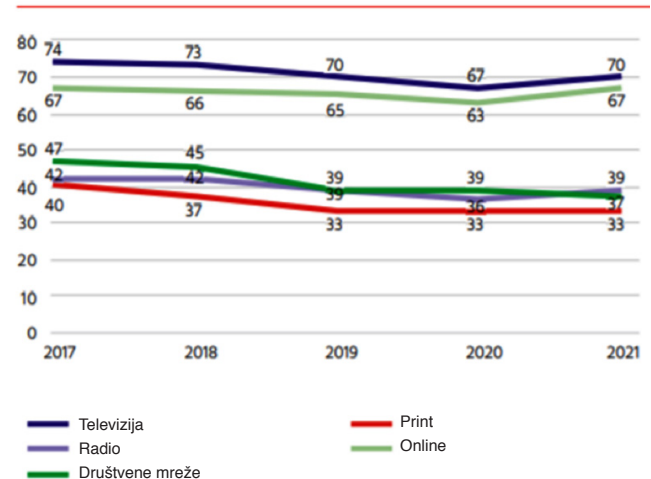
Naklade, regionalna pokrivenost, čitanost, praćenje za medije

Trend povećanja medijske koncentracije se nastavlja. Kad je DPG Media preuzeo Sanomu, najvećeg vlasnika časopisa u Nizozemskoj, bilo je to preuzimanje neviđenog razmjera te DPG Media postaje najvećim izvorom vijesti u zemlji. U Nizozemskoj, DPG Media je medijska velesila te uz nacionalne i regionalne novine posjeduje časopise, radio stanice Qmusic i portal NU.nl.

Izvor: <https://www.cvdm.nl/sites/default/files/files/Digital%20News%20Report%20Nederland%202021.pdf>

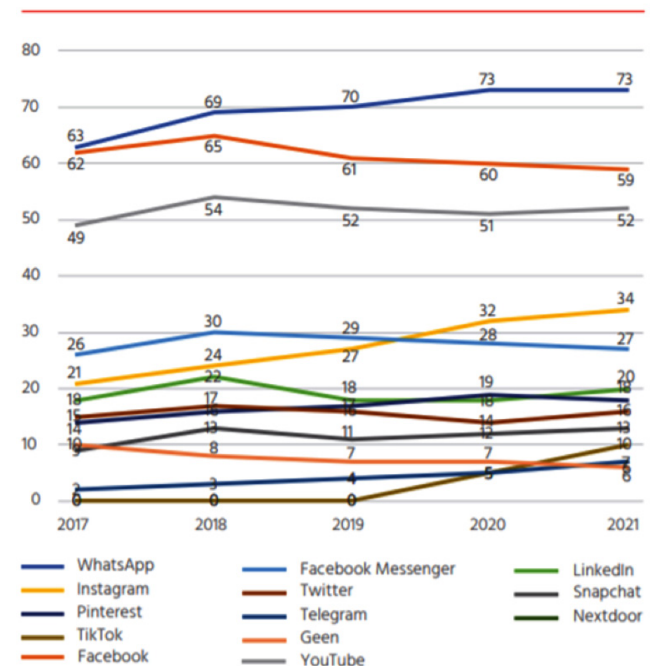
News media

Korištenje izvora informiranja po godinama (u postotku)



Social media

Korištenje društvenih mreža po godinama (u postotku)



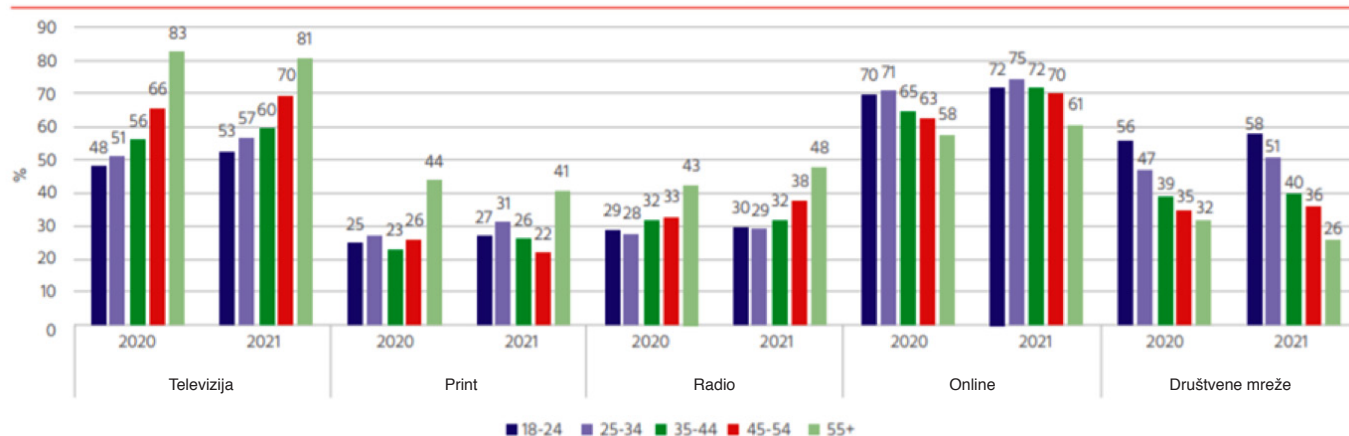
Starosna struktura pokazuje da je u porastu praćenje televizijskih vijesti osobito kod mlađih dobnih skupina, a radio vijesti kod starije dobnog skupine. Korištenje online vijesti raste za sve dobnog skupine.

Izvor: <https://www.cvdm.nl/sites/default/files/files/Digital%20News%20Report%20Nederland%202021.pdf>

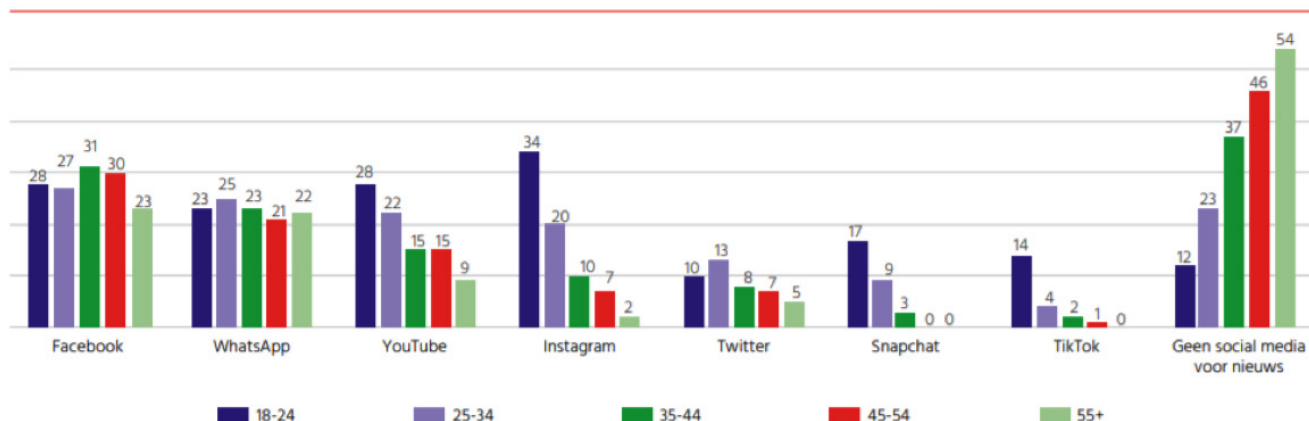
Društvene mreže pokazuju stabilan doseg. WhatsApp u 2021. koristi gotovo tri četvrtine Nizozemaca i sada je stabilni broj 1. Facebook je bio broj 2 i polako ali kontinuirano gubi korisnike. YouTube je broj 3 i više od polovica Nizozemaca konzumira njegov sadržaj na tjednoj bazi.

Instagram i Telegram nastavljaju rasti, a najznačajniji porast bilježi TikTok. U apsolutnom smislu, Facebook je društvena mreža koju Nizozemci najčešće koriste, no udio mu se smanjuje, a korištenje drugih društvenih mreža za praćenje novosti se povećava - posebno Instagram i WhatsApp.

Korištenje izvora informiranja po dobnim skupinama (u postotku)



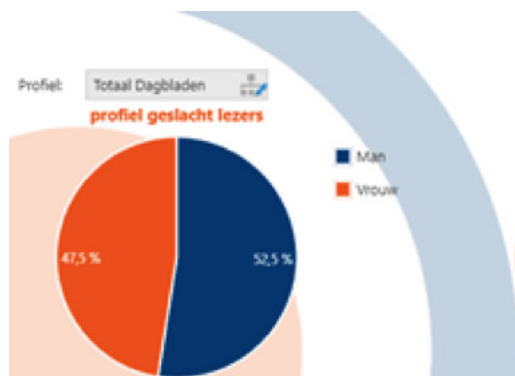
Korištenje društvenih mreža prema dobnim skupinama (u postotku)



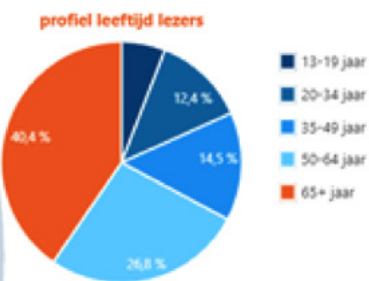
Uključuje društvene mreže koje koristi više od 10 % i jednu od dobnih skupina

Dnevne novine - zastupljenost prema:

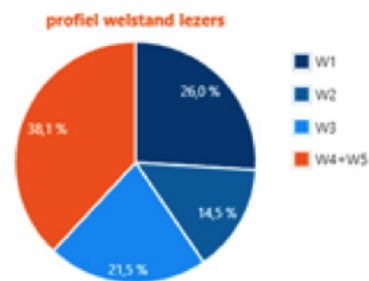
spolu



dobnoj skupini

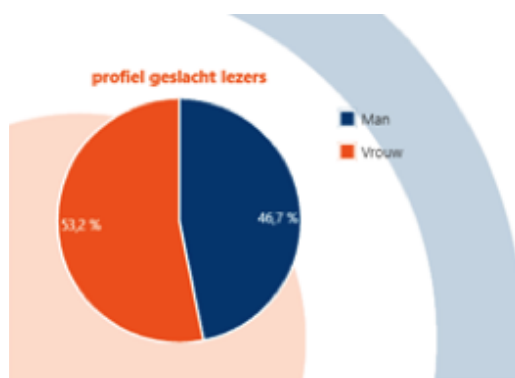


standardu

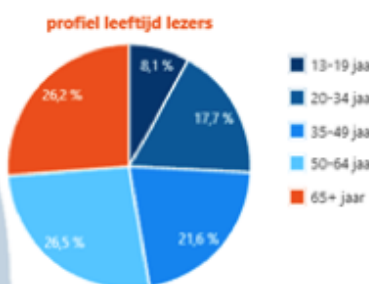


Časopisi - zastupljenost prema:

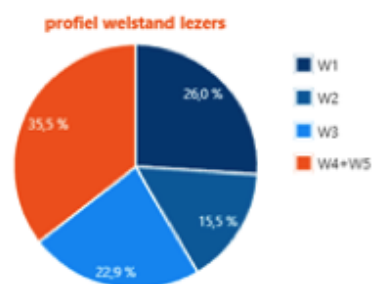
spolu



dobnoj skupini

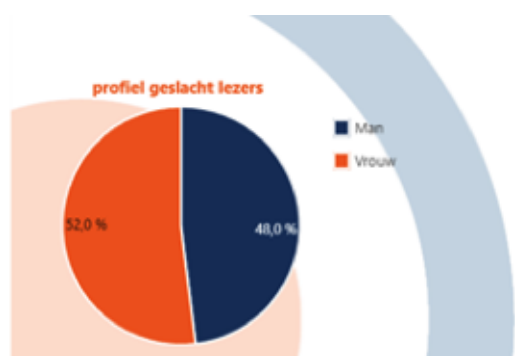


standardu

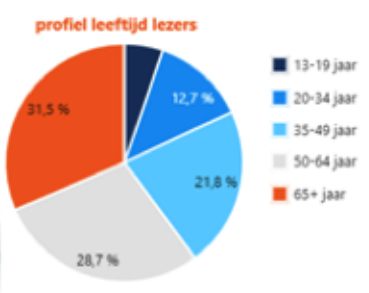


Besplatne novine - zastupljenost prema:

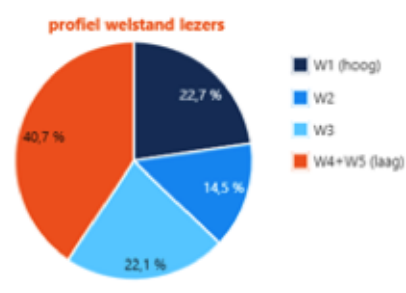
spolu



dobnoj skupini



standardu



Dnevne novine:

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

Lista top 30 (pretplata x 1000 i doseg na tržištu u %):

Red br.	Medij	Abs (x1000)	%
1.	ADR Nieuwsmedia	10.724	72,4 %
2.	De Telegraaf	7.817	52,8 %
3.	de Volkskrant	5.009	33,8 %
4.	NRC	4.441	30,0 %
5.	Libelle	3.928	26,5 %
6.	Trouw	3.821	25,8 %
7.	Veronica Magazine	3.218	21,7 %
8.	Story	2.685	18,1 %
9.	LINDA.	2.319	15,7 %
10.	Donald Duck	2.317	15,6 %
11.	AutoWeek	2.225	15,0 %
12.	Margriet	1.941	13,1 %
13.	Flair	1.887	12,7 %
14.	FD	1.577	10,7 %
15.	vtwonen	1.548	10,5 %
16.	Plus	1.272	8,6 %
17.	Ouders van Nu	1.160	7,8 %
18.	Televizier	1.143	7,7 %
19.	Cosmopolitan	1.139	7,7 %
20.	Viva	1.051	7,1 %
21.	Quest	976	6,6 %
22.	Quote	948	6,4 %
23.	Glamour	942	6,4 %
24.	TotaalTV	850	5,7 %
25.	ELLE	841	5,7 %
26.	Autovisie	773	5,2 %
27.	Landleven	746	5,0 %
28.	Nouveau	714	4,8 %
29.	VOGUE	704	4,8 %
30.	Kek mama	676	4,6 %

Najznačajniji časopisi s turističkom tematikom:

- 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, značenostima 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 inspiracijski turistički časopis sa pričama iz cijelog svijeta.
- Cruise & Style Magazine - Turistički časopis za ljubitelje krstarenja, s itinererima, vijestima o krstarenju i putopisnim pričama.
- 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 mjestima za održivi odmor.
- Kampeer & Caravan Kampioen - Najveći kamping magazin Europe u izdanju ANWB-a.
- Landleven - Časopis za ljubitelje života na otvorenom.
- Lonely Planet Traveller - Glossy izdavač poznate „biblije za putovanja“, s inspiracijama za odredišta bilo gdje u svijetu.
- National Geographic Traveler - Izvorno American Travel Magazine poznatog National Geographic instituta.
- Op lemen voeten - Časopis za znatiželjne hodače, izlazi četiri puta godišnje.
- Reizen - ANWB popularni turistički magazin o bliskim destinacijama.
- Roots Magazine - Mjesečni nizozemski časopis o prirodi s naglaskom na putovanje.
- SUITCASE Magazine - Časopis s inspiracijom za putovanja, pozornošću na kulturu i pričama lokalnih stanovnika koji znaju najbolje što njihova destinacija nudi.
- TripTalk Magazine - Dvomjesečni časopis za putovanja sa člancima iz cijelog svijeta.
- Vakantiekriebels & Vrije Tijd Magazin - Časopis za kampiranje i rekreativce.
- Wellness Magazine - Tromjesečni časopis za ljubitelje života i ljubitelje wellnesa.
- Zakenreis Magazine – Časopis za industriju poslovnih putovanja.

Najznačajnije internet 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

Ne posve neočekivano, korištenje društvenih mreža povećalo su tijekom pandemije bolesti Covid-19. U skladu s rastom u posljednjih nekoliko godina, više Nizozemaca počelo je koristiti društvene mreže. 13,7 milijuna Nizozemaca u dobi od 15 i više godina aktivno je na društvenim mrežama, u usporedbi s 13,5 milijuna 2020. i 13,3 milijuna godinu prije.

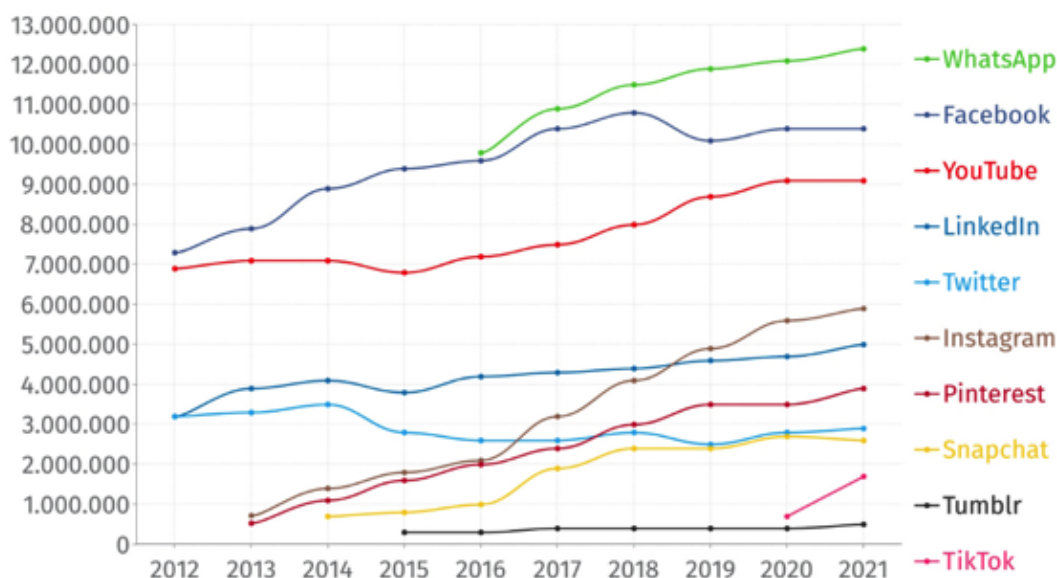
Pogotovo među mladima, korištenje društvenih mreža poraslo je u posljednjih godinu dana, što vidimo u Nacionalnoj anketi o društvenim mrežama 2021. Mladi ljudi

navode da na društvenim mrežama dnevno provode petnaest minuta duže nego prije godinu dana. Ukupno, sada provode 160 minuta dnevno na društvenim mrežama. U prosjeku, Nizozemci svakodnevno provode 97 minuta na društvenim mrežama.

Broj korištenih platformi i broj platformi koje se svakodnevno koriste značajno raste. U prosjeku koristi se 3,9 platformi, od kojih 2,1 na dnevnoj osnovi. Taj je broj znatno veći među mladima te u dobnoj skupini 20-39 godina) koji u prosjeku koriste 5,1 odnosno, 5 platformi. Korištenje TikToka od strane mladih ljudi eksplozivno raste i nadmašuje Facebook.

Korištenje društvenih medija u Nizozemskoj

Broj Nizozemaca koji koriste društvene mreže



BRON: NEWCOM RESEARCH | DANNY OOSTERVEER | MARKETINGFACTS

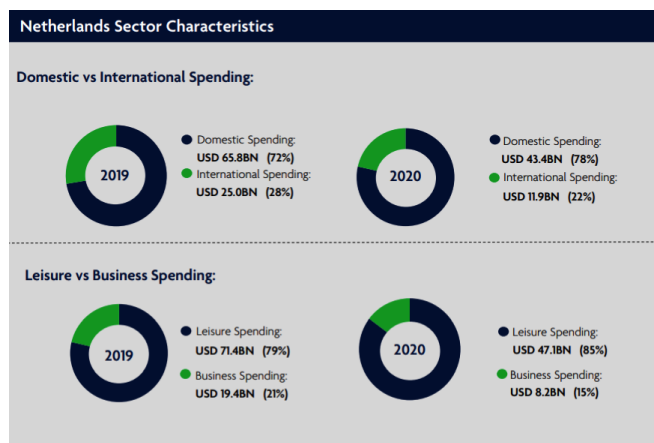
Broj korisnika na društvenim mrežama

	2020	2021	+/- (#)	+/- (%)		2020	2021	+/- (#)	+/- (%)
	12,1 milijun	12,4 milijun	+306.000	+3%		3,5 milijun	3,9 milijun	+337.000	+10%
	10,4 milijun	10,4 milijun	+39.000	-0%		2,8 milijun	2,9 milijun	+126.000	+5%
	9,1 milijun	9,1 milijun	-62.000	-1%		2,7 milijun	2,6 milijun	-66.000	-2%
	5,6 milijun	5,9 milijun	+273.000	+5%		0,7 milijun	1,7 milijun	+1.028.000	+149%
	4,7 milijun	5,0 milijun	+266.000	+6%		0,4 milijun	0,5 milijun	+98.000	+24%

PROFIL EMITIVNOG TURISTIČKOG TRŽIŠTA U 2020. i 2021. GODINI (posljednji dostupni podaci)

Generalni osvrt na aktualno stanje na emitivnom turističkom tržištu

Netherlands Key Data		
2019	2020	
Total contribution of Travel & Tourism to GDP:		
10.8% of Total Economy Total T&T GDP = EUR89.1BN (USD101.6BN)	7.1% of Total Economy Total T&T GDP = EUR56.6BN (USD64.6BN)	-36.5% Change in Travel & Tourism GDP vs -3.9% real economy GDP change
Total contribution of Travel & Tourism to Employment:		
1,415.6 Jobs (000s) (81% of total employment)	1,338.8 Jobs (000s) (77.0% of total employment)	-5.4% Change in jobs: ¹ -76.8 (000s)
Visitor Impact International:		
EUR 21.9 BN Visitor spend 3.2% of total exports (USD25.0BN)	EUR 10.4 BN Visitor spend 17% of total exports (USD11.9BN)	-52.5% Change in international visitor spend: -USD 13.1 BN
Domestic:		
EUR 57.6 BN Visitor spend (USD 65.8BN)	EUR 38.0 BN Visitor spend (USD 43.4BN)	-34.0% Change in domestic visitor spend: -USD 22.4 BN



Inbound Arrivals³

2019	2020
1. Germany 30%	1. Germany 45%
2. United Kingdom 12%	2. Belgium 16%
3. Belgium 12%	3. United Kingdom 9%
4. United States 9%	4. France 6%
5. France 5%	5. United States 4%
Rest of world 31%	Rest of world 21%

Outbound Departures³

2019	2020
1. France 15%	1. France 21%
2. Germany 14%	2. Germany 18%
3. Spain 11%	3. Austria 9%
4. Italy 6%	4. Italy 8%
5. Belgium 6%	5. Spain 7%
Rest of world 48%	Rest of world 37%

1. All values are in constant 2020 prices & exchange rates. As reported in March 2021

2. Where the country or region has implemented job support schemes and supported jobs are still recorded as employment by national statistical authorities, job losses exclude those supported jobs (where known)

3. Source: Oxford Economics, national sources and UNWTO

S gotovo 46 milijuna gostiju i više od 123 milijuna noćenja u smještajnim kapacitetima, 2019. je opet bila rekordna godina za nizozemski receptivni turistički sektor. Potrošnja za turističke usluge u Nizozemskoj porasla je na 91,2 milijarde eura, dodana vrijednost iznosila je 31,8 milijardi eura, a u sektoru turizma bilo je zabilježeno gotovo pola milijuna radnih mjesta s punim radnim vremenom. U 2019. godini turistički sektor imao je udio

od 4,4 posto u nizozemskom gospodarstvu. Nizozemska se početkom 2020. pripremala za novu turističku rekordnu godinu. Na kalendaru je bilo nekoliko velikih događanja, poput Eurosonga u Rotterdamu, Velike nagrade Zandvoorta i Europskog nogometnog prvenstva s utakmicama u Areni Johan Crujff u Amsterdamu. Malo je ljudi do kraja siječnja 2020. očekivalo da bi se virus COVID-19 mogao tako brzo globalno proširiti te da će

vladine mjere i promjene u ponašanju građana ograničiti putovanja i mobilnost diljem svijeta.

Nakon nezapamćene pandemijske 2020., koja je zaustavila čitav svijet, a prije svega sva putovanja, zemlje Beneluksa ušle su u 2021. s određenom dozom optimizma. Čekala su se odobrenja i isporuke cjepiva. Uslijed uvedenog *lockdowna* i policijskog sata krajem prošle godine, 2. epidemijski val, koji je snažno pogodio zemlje Beneluksa, početkom godine počeo se stišavati, počele su pripreme za masovno cijepljenje. Nakon povratka manjeg broja građana sa skijanja i božićnih blagdana diljem Europe te zbog bojazni od širenja britanskog soja, u zemljama Beneluksa zbog straha od ponovnog značajnog širenja epidemije uveden je novi *lockdown* i policijski sat. Upravo iz razloga što se pandemija u zemljama Beneluksa raširila nakon povratka građana sa skijanja u ožujku 2020. godine, te zbog činjenice da isporuka cjepiva kasnila i da kampanja cijepljenja nije mogla biti provedena prema željenom ritmu, nizozemska vlada stavila je čitav svijet na crvenu ili narančastu listu (sva ne-esencijalna putovanja se snažno ne preporučaju), a koja je bila produžavana sve do 15. svibnja, što je obeshrabrilo i ono malo građana koji su željeli putovati. Sektor turističkih i poslovnih putovanja, ugostiteljski sektor, trgovina, sektor uslužnih djelatnosti, kao i sektor zračnog prijevoza tijekom prvog kvartala ove godine doslovno su u potpunosti zaustavljeni. Prve pozitivne naznake pojavljuju se tek krajem ožujka i početkom travnja, nakon što je znatno ubrzala kampanja cijepljenja i nakon što je većim dijelom procijepljena najrizičnija ciljna skupina.

Nakon što su se prošle godine brojni građani koji su rezervirali svoje putovanje „opekli“ zbog otkazivanja putovanja uslijed neprestanih promjene preporuka za putovanja u određene destinacije, neizvjesnost koju su te mjere izazvale zabrane i negativne preporuke za putovanja od strane vlasti, praktički sve do početka ljeta negativno su utjecale na ponašanje potrošača i na buking koji je do tada bio zanemariv. Ipak, s obzirom na činjenicu da su brojni građani tijekom pandemije i uslijed manje potrošnje (kupovina roba, odlasci u restorane, putovanja itd.) uspjeli uštedjeti novac te su nakon zabrana i restrikcija bili željni putovanja, izlazaka, raznovidne i potrošnje općenito, neposredno pred sami vrhunac turističke sezone turistički aranžmani doslovno su preko noći bili rasprodani, što je dodatno potvrdilo da unatoč situaciji obilježenoj epidemijom, karantenama i sanitarnim mjerama veliki broj građana ipak nije odustao od putovanja. Aktualna situacija utjecala je na promjene u motivima putovanja, pa je tako većina Nizozemaca tražila povratak prirodi, boravke na zraku, bijeg od veli-

kih urbanih sredina i zatvorenog prostora, izbjegavanje kontakata s velikim brojem ljudi itd. Boravak u prirodi, biciklizam, aktivni odmor ove su godine bile njihove omiljene aktivnosti.

Izvor: NBTC, Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd 2020

Utjecaj pandemije bolesti COVID-19 na turistički promet u 2020. i 2021.

Neprestane promjene preporuka za putovanja u određene destinacije i restrikcije te time uzrokovana neizvjesnost, negativno su utjecale na ponašanje potrošača i potakle su građane koji su željeli putovati da trenutak kupnju svog putovanja odgađaju do posljednjeg časa. Otkazivanja putovanja i izdavanje vouchera u prethodnoj godini dodatno su zakomplicirali ionako složenu situaciju turoperatora i putničkih agenata, budući da se njihovim izdavanjem problem samo odgađa na kasniji trenutak - agenti i turooperatori praktički su bez likvidnosti, a voucheri su dolazili na naplatu. Najpogođeniji su segmenti grupnih putovanja (naročito seniora), cruisinga i MICE. Velike se nade polažu u zajedničke smjernice za putovanja usklađene između EU zemalja članica kako se više ne bi dešavalo da građani jedne zemlje smiju, a drugi ne smiju putovati u neko od odredišta.

Trendovi koji su se na tržištu tijekom pandemije mogli primijetiti su slijedeći:

- znatno manji broj ostvarenih putovanja,
- građani su odmor provodili u zemlji ili u susjednim, vlastitim prijevozom lako dostupnim zemljama, bez dalekih putovanja
- putovanja su uglavnom realizirana automobilom, manje zrakoplovom
- putovanja su trajala kraće nego inače
- individualna putovanja umjesto grupnih
- ruralno područje sve više dobiva na važnosti – potreba za prostorom
- za smještaj su uglavnom birali kuće za odmor, kampove, turistička naselja, a manje hotelski smještaj
- pojava novih regija i gradova - zbog velikog pritiska na poznate gradove i prirodna područja razvijaju se nova turistička odredišta
- “online” medij sve više uzima maha
- u prvi plan dolaze upečatljiva iskustva
- zdraviji, održiviji i društveniji - očekuje se da će ljudi donositi promišljenije odluke, s više pažnje prema vlastitom zdravlju, okolišu i bližnjima
- više ljudi seli iz gradova

- nastavlja se rad od kuće - redoviti sastanci i informativna okupljanja odvijat će se dijelom online, dijelom u fizičkom, a dijelom u hibridnom obliku.

Kriza koju je uzrokovala pandemija COVID-19 poremetila je svakodnevni život gotovo svih Nizozemaca te je imala velike posljedice za njihov rad ili obrazovanje, način na koji su putovali, kao i provodili slobodno vrijeme. Mnogi ugostiteljski objekti i rekreacijski sadržaji morali su zatvoriti svoja vrata, što je ograničilo potrošače u provođenju slobodnog vremena izvan kuće, tj. zbog čega su građani više vremena provodili kod kuće, gledajući filmove i serije, baveći se hobijima, čitajući, kuhajući, obavljajući različite poslove i slično. Aktivnosti na otvorenom poput vožnje bicikla i šetnje u neposrednom životnom okruženju i prirodi bile su popularne. U prvoj polovici 2020. godine, maloprodaja, rekreacija, ugostiteljske usluge, posjet trgovačkim centrima, muzejima i zabavnim parkovima pali su za 46%.

Izvor: NBTC, Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd 2020

Ukupan broj stanovnika koji su tijekom 2020. otputovali na odmor – procjene o broju putovanja u 2021.

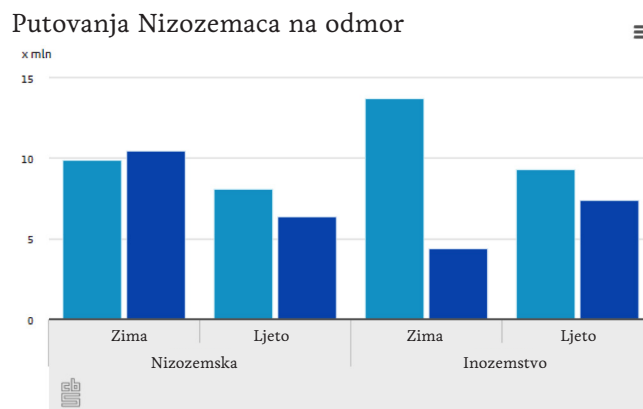
U 2019. 14,3 milijuna Nizozemaca, tj. 83,7% stanovnika otputovalo je na godišnji odmor. Ukupno je u 2019. ostvareno 40,9 milijuna putovanja, od toga 23,6 milijuna ljetovanja i 17,4 milijuna zimovanja. U prosjeku je svaki građanin Nizozemske putovao 2,4 puta, 1,1 puta u tuzemstvo i 1,4 puta u inozemstvo. U 2020. ostvareno je svega 28,7 milijuna putovanja, tj. 30% manje nego u 2019.

Broj stanovnika koji su u 2020. na odmor otputovali u inozemstvo / odmor proveli u vlastitoj zemlji – procjene za 2021.

U 2019. 9,9 milijuna Nizozemaca ljetovanje je provelo u vlastitoj zemlji, dok ih 13,7 milijuna ljetni odmor provodilo u inozemstvu. U 2020., za 6% se povećao broj ljetovanja u tuzemstvu, uspoređujući s 2019., te je iznosio 10,5 milijuna putovanja. U 2020. broj ljetovanja Nizozemaca u inozemstvu pao je s 13,7 u 2019. na svega 4,4 milijuna putovanja u 2020. Podaci za 2021. još uvijek nisu dostupni.

Izvor: <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2021/31/halvering-aantal-vakanties-naar-buitenland-in-2020>

Putovanja na odmor u 2020. u inozemstvo / odmor proveli u vlastitoj zemlji (usporedba s 2019.) zima - ljeta



Redoslijed omiljenih destinacija u 2020.– procjene za 2021.

U 2020., popularna su bila uglavnom europska odredišta. U 2020., ukupno 98% svih putovanja ostvareno je u Europi, dok je u 2019. taj postotak iznosio 86%. 70% putovanja u inozemstvu u 2020. ostvareno je u susjedne europske zemlje (Njemačka, Francuska, Belgija, Luksemburg), dok je udio susjednih zemalja u 2019. iznosio svega 50%.

Inače, prijašnjih godina redoslijed nije bio značajno drugačiji, osim što je u prvih pet najpopularnijih zemalja, nakon Njemačke, Francuske, a prije Belgije i Italije bila Španjolska, koja je zbog epidemije bila znatno slabije posjećena. Ove godine izvan europska odredišta, poput Turske, Tunisa, Egipta praktički se uopće nisu prodavala budući da je čitavo vrijeme na snazi bila negativna preporuka za putovanja. U 2019. godini, redoslijed omiljenih odredišta bio je sljedeći: Njemačka (3,6 milijuna putovanja), Španjolska (2,7), Francuska (2,7), Belgija (1,7), Italija (1,3), Austrija (1,3), UK (1,1), Grčka (0,89), Turska (0,7), Portugal (0,6).

Omjer između organiziranog i individualnog prometa za vodeće destinacije u 2020.– procjene za 2021.

U 2020. godini, najpogođeniji su segmenti organiziranih, grupnih putovanja (naročito seniora autobusom), školskih ekskurzija, klupskih putovanja, krstarenja i MICE te općenito grupna putovanja i putovanja zrakoplovom, odnosno, segmenti putnika koji putuju preko turoperatora, putničkih agencija i turoperatora.

Prema podacima iz sustava eVisitor, u 2020., 25% gostiju iz Nizozemske putovalo je agencijski, dok ih je 75% putovalo individualno. U 2019., 35% gostiju putovalo je agencijski, a 65% individualno.

Inače, u 2019. godini u Nizozemskoj je 2/3 putovanja u inozemstvo bilo organizirano. Za bliska odredišta te za smještaj u kampovima organizacija putovanja uglavnom je individualna, a velika je i zastupljenost rezervacijskih platformi poput booking.com, Airbnb i sličnih.

U 2019. za udaljenija, tipično turoperatora odredišta poput Turske, Španjolske, Egipta, Tunisa te za daleka odredišta, kao i za kompleksnija putovanja, organizacija je uglavnom išla preko posrednika. Nizozemci su najčešće bukirali paket-aranžman (39%), u 27% slučajeva bukiraju odvojeno smještaj i prijevoz, 24% ih bukira samo smještaj, 8% samo prijevoz, a 1% kreće na put bez rezerviranog smještaja.

Vrsta prijevoza koji su turisti preferirali prilikom odlaska na godišnji odmor u 2020. – procjene za 2021.

U 2019., za putovanja u inozemstvo je najpopularnije prijevozno sredstvo bio zrakoplov (46%), a odmah nakon njega automobil (45%), 3% građana biralo je vlak, a 6% ostala prijevozna sredstva. Automobil se koristi uglavnom za putovanja u vlastitoj zemlji te za putovanja u susjedne zemlje, u tom slučaju čak 88% građana putuje automobilom.

S obzirom na putovanja praktički isključivo u tuzemstvu i u susjedne europske zemlje u 2020., veći je broj građana za ljetovanje koristio automobil. Pretpostavlja se da je 2020. godine radi epidemije te putovanja u bliža odredišta preko 70% građana na odmor putovalo automobilom. Podaci za 2021. još uvijek nisu dostupni.

Koji su način organiziranja odmora / bukiranja turisti preferirali prilikom odlaska na godišnji odmor u 2020. – procjene za 2021.

I prije izbijanja pandemije, gotovo 70% svih rezervacija ostvareno je putem interneta, 9% kod putničkog agenta ili posrednika, 8% putem tekstualne poruke (sms, whatsapp ili slično), 6% telefonski. Putovanja u inozemstvo češće su bukirana preko web stranica nego putovanja u tuzemstvu (74% uspoređujući s 69%). Kod putovanja u inozemstvo, 31% građana je smještaj rezerviralo kod posrednika tj. turoperatora, 20% izravno kod pružatelja smještaja, 22% kod različitih pružatelja usluga, dok ih 21% uopće nije rezerviralo smještaj. Gotovo u 40% slučajeva

smještaj je bukirano 3 mjeseca ili više prije putovanja, 14% jedan do 3 mjeseca prije putovanja, 20% tjedan do mjesec dana prije putovanja.

Epidemija je svakako promijenila navike potrošača. Tijekom epidemije u 2020., buking kod organizatora putovanja je praktički obustavljen. U ožujku, buking je u usporedbi s istim mjesecom u 2019. bilježio pad za 64%, u travnju 78%, u svibnju 70%, u lipnju 41%, u srpnju 42%, u kolovozu 50%, u rujnu 61%, u listopadu 61%, u studenom 76% te u prosincu 76%.

U 2020., Nizozemci su uglavnom bukirali vrlo oprezno, u *last minute* periodu „opečeni“ izdavanjem vouchera i neisplatom otkazanih aranžmana s početka pandemije te otkazivanjem putovanja. 2/3 svih rezervacija u 2020. ostvareno je mjesec dana prije polaska. Slična je bila situacija i u 2021. Putovanje je rezervirano svega nekoliko tjedana prije polaska, no buking je zabilježio snažan rast od lipnja nadalje.

Izvor: ANVB, GfK i CBS.

Preferencije turista s obzirom na vrstu smještaja u 2020. – procjene za 2021.

U 2019., nizozemski gosti uglavnom su preferirali hotelski smještaj, smještaj u kućama za odmor, mobilnim kućicama, apartmanima i u kampovima.

Hotel, Pansion, B&B	46%
Kamp-prikolica, kamper	10%
Apartman	9%
Mobilna kućica ili apartman u turističkom naselju	15%
Stan ili soba (Airbnb i slično)	17%

Postotak smještaja u hotelima uglavnom je visok zbog Turske, Grčke i drugih dalekih destinacija, budući da se zračni prijevoz uglavnom kombinira s boravkom u hotelima. U 2020. u vlastitoj su zemlji Nizozemci češće birali smještaj u hotelima (+30%) te u kućama za odmor (+11%), a odmor u vlastitom kamperu porastao je za 68%, no smanjio se udio smještaja u mobilnim kućicama za 17%, kao i udio smještaja u kampovima u šatorima i kamp-prikolicama. Udio smještaja u grupnom smještaju smanjio se je za 70%. Za smještaj u inozemstvu nažalost ne raspolažemo točnim podacima, no, prema informacijama dobivenim iz medija i od turoperatora, ove su godine Nizozemci uglavnom bukirali odmor u kućama za

odmor, kampovima, obiteljskom smještaju, turističkim naseljima, a manje u hotelima. Točni statistički podaci nažalost (još) nisu dostupni.

Razrada tržišta s obzirom na motiv putovanja u 2020.– procjene za 2021.

U 2019., najpopularniji motivi putovanja su druženje, rekreacija na otvorenom (pogotovo biciklizam), izlasci, shopping, posjet kulturnim atrakcijama, posjet događanjima, sportska događanja, sudjelovanje na sportskim aktivnostima, wellness. Kada su putovanja u inozemstvo u pitanju, u 13% slučajeva motiv je bio aktivni odmor, 18% odmor na plaži, 16% tzv. citytrip, 3% priroda, 5% kultura, 2% wellness, 8% turing, 15% odmor s ili posjet obitelji, 12% relaksirajuća putovanja.

U 2020. godini većina je nizozemskih turista tijekom ljetnog godišnjeg odmora u prvom redu tražila bijeg od velikih urbanih sredina, odmor i opuštanje u krugu obitelji i prijatelja te aktivnosti u prirodi.

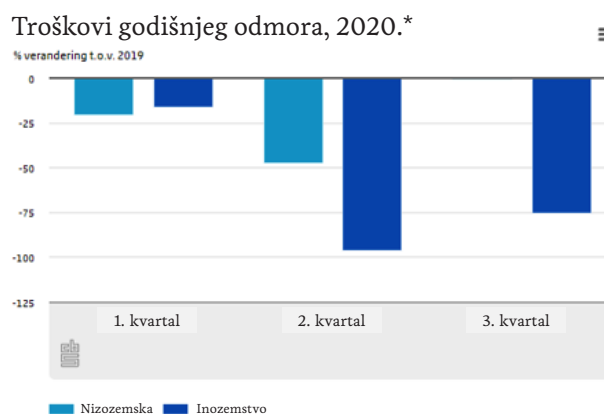
2020. su godinu obilježili slijedeći čimbenici:

- putovanja su najčešće u vlastitoj zemlji ili u susjedstvu, automobilom
- znatno manji broj ljudi s planovima za ljetni odmor nego u 2019.
- rastuća nezaposlenost i nesigurnost na tržištu rada uzrokuju pad potražnje za putovanjima
- dio putovanja ne može se realizirati, bilo zbog uvedene restrikcije, bilo zbog ograničenja u avio-prijevozu
- putovanja se izbjegavaju zbog rizika od oboljenja u inozemstvu

Prosječni budžet/potrošnja po putovanju u 2020. – procjene za 2021.

Nizozemci su u 2019. potrošili preko 22 milijardi eura za putovanja. Oko 18 milijardi otpada na putovanja u inozemstvo, a 4 na putovanja u vlastitoj zemlji. U prosjeku, Nizozemci za putovanje u inozemstvo troše 809 eur. Prosječna potrošnja po osobi i danu za putovanja u inozemstvo iznosi 75 eur, a za ljetovanja Nizozemci izdvajaju dvostruko više nego za zimovanja. U ljeto 2019. za putovanja u inozemstvo potrošeno je 8,1 milijardi eura, dok je u 2020. taj iznos bio 75% manji i iznosio je svega 2 milijarde eura. Potrošnja u tuzemstvu ostala je na istoj razini kao i u 2019.

Potrošnja za putovanja, 2020. uspoređujući s 2019. (u Nizozemskoj i u inozemstvu)



Izvor CBS: <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2020/52/nederlanders-in-zomer-2020-vaker-op-vakantie-in-eigen-land>

PREGLED ORGANIZATORA PUTOVANJA NA TRŽIŠTU

Pad prometa i prihoda kod ovdašnjih turoperatora u 2020. iznosio je između 80 do 90% i prema riječima predstavnika nizozemskog udruženja turoperatora i putničkih agenata, ANVR, pravo je čudo da nije došlo do masovnijih stečajeva u industriji putovanja. U prvom redu su za to zaslužne mjere vlade za očuvanje radnih mjesta te reorganizacija i mjere štednje koje provode sami turooperatori. Brojni turooperatori se prilagođavaju potražnji svojih klijenata i preorijentiraju svoje poslovanje s dalekih na bliža odredišta, ponajprije na susjedne i europske zemlje u okruženju. Druga polovica 2021. donijela je određeni oporavak turističkom sektoru kada su građani, nakon što je kampanja cijepljenja uglavnom provedena i više od 80% osoba je cijepljeno, masovno počeli bukirati ljetovanje i kretati na putovanja. Turooperatori koji prodaju daleka odredišta i dalje vode borbu s vladom, budući da je većina zemalja izvan EU u trenutku izrade ovog izvješća još uvijek označena narančastom bojom, što znači da se sva neesencijalna putovanja ne preporučaju, pa stoga turooperatori ne mogu organizirati putovanja u mnoga odredišta.

Nakon stečaja Thomas Cooka u jesen 2019., na tržištu je i dalje najveći turoperator TUI, slijedi Sundio Groep sa svojim tržišnim markama Sunweb, Eliza Was Here, Gogo, Primavera, Beach Masters, a Sundio Groep je u procesu spajanja s još jednim velikim turoperatorom, Corendon. Ostali turooperatori na tržištu uglavnom su specijalizirani za različite „niše“, aktivni odmor, biciklizam, smještaj u kampovima, putovanja samo za odrasle, kulturna putovanja, ture itd. Neki od najvažnijih turoperatora na tržištu su slijedeći: Djoser, de Vakantiediscounter, de Jong Intra Vakanties, Kras, Novasol, Corendon, Bolderman, ANWB, Alltours, ACSI, D-Reizen, OAD, Vacanceselect, Vacancesoleil itd.

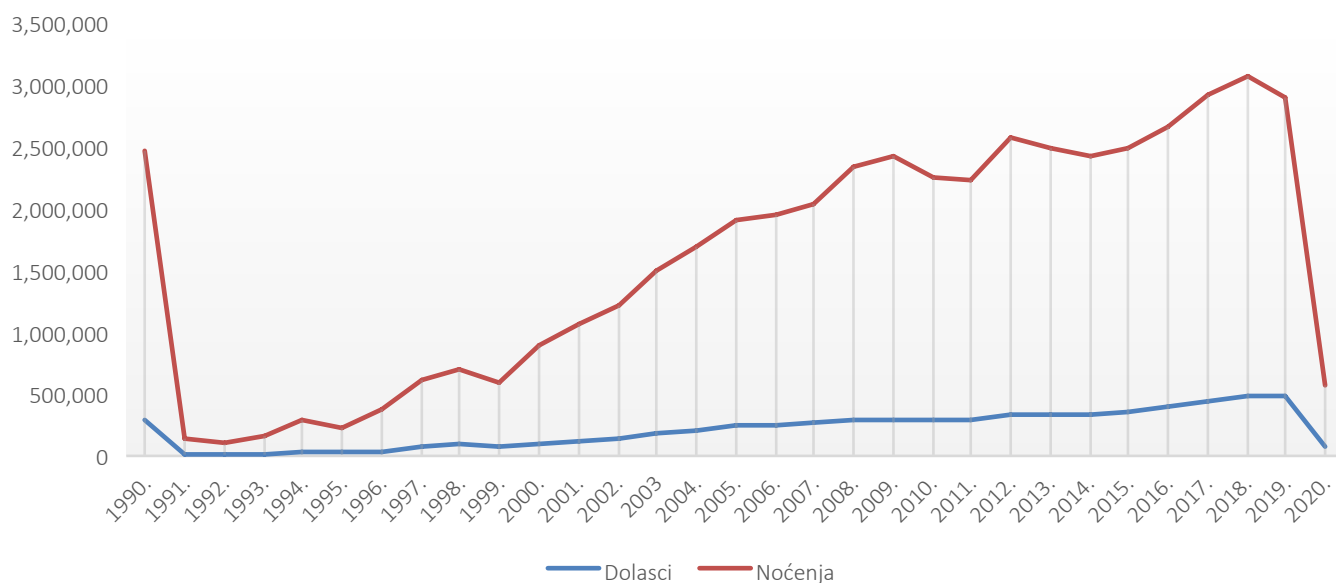
Broj klasičnih putničkih agencija u kontinuiranom je padu, a sve važniju ulogu u nizozemskom *retail* tržištu uzimaju tzv. putnički savjetnici koji uglavnom rade od kuće i imaju svoj vlastiti fond klijenata. Najveće takve grupacije su The Travel Club i Travel Counsellors koje broje između 200-300 agenata, a neke od značajnijih su Face2Travel, Vakantieexperts, Personal Touch Travel etc.

DOPRINOS TRŽIŠTA UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU

NIZOZEMSKA	Dolasci			Noćenja		
	apsol.	index	1990.=100	apsol.	index	1990.=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.	389.112	109	130	2.660.569	107	108
2017.	442.692	114	148	2.904.353	109	118
2018.	486.349	110	162	3.052.082	105	124
2019.	484.317	100	162	2.882.701	94	117
2020.	85.270	18	28	563.923	20	23

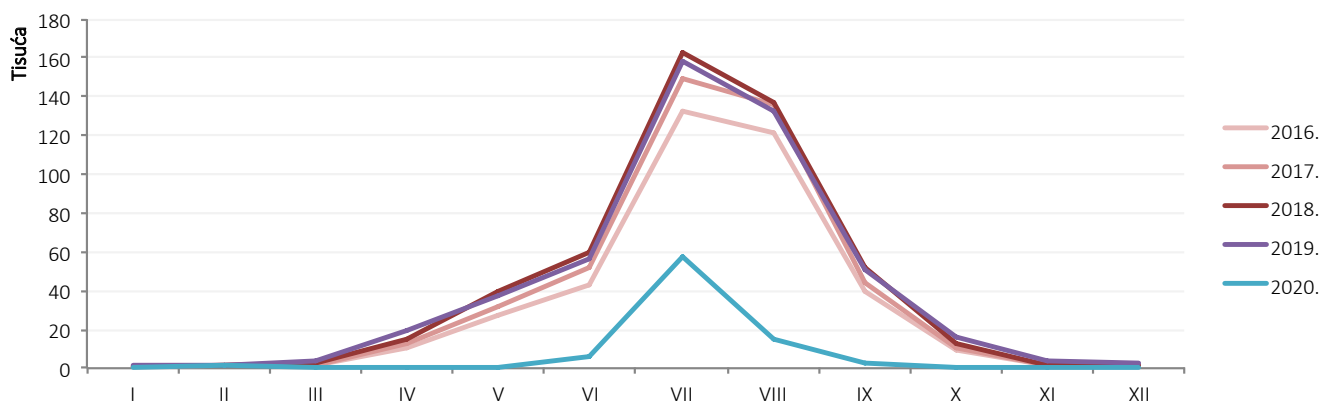
Izvor: DZS - komercijalni smještajni kapaciteti

Dolasci i noćenja nizozemskih turista, razdoblje 1990. - 2020.



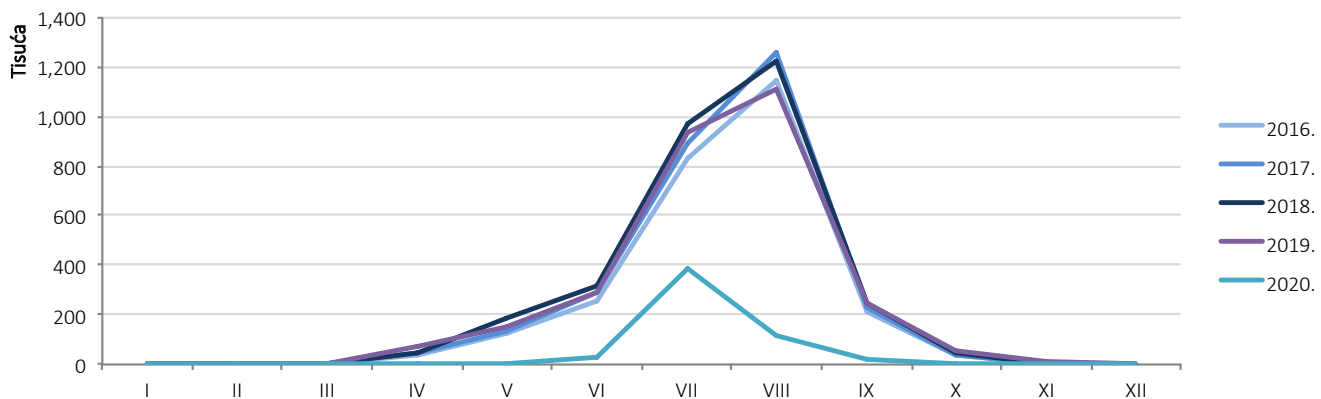
Izvor: DZS - komercijalni smještajni kapaciteti

Dolasci po mjesecima - Nizozemska



Izvor: DZS - komercijalni smještajni kapaciteti

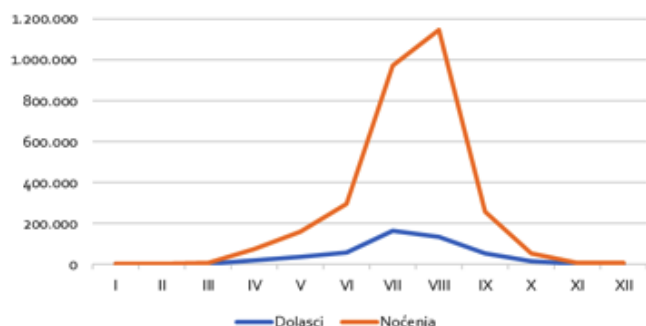
Noćenja po mjesecima - Nizozemska



Izvor: DZS - komercijalni smještajni kapaciteti

REZULTATI 2019. PREMA SUSTAVU eVisitor

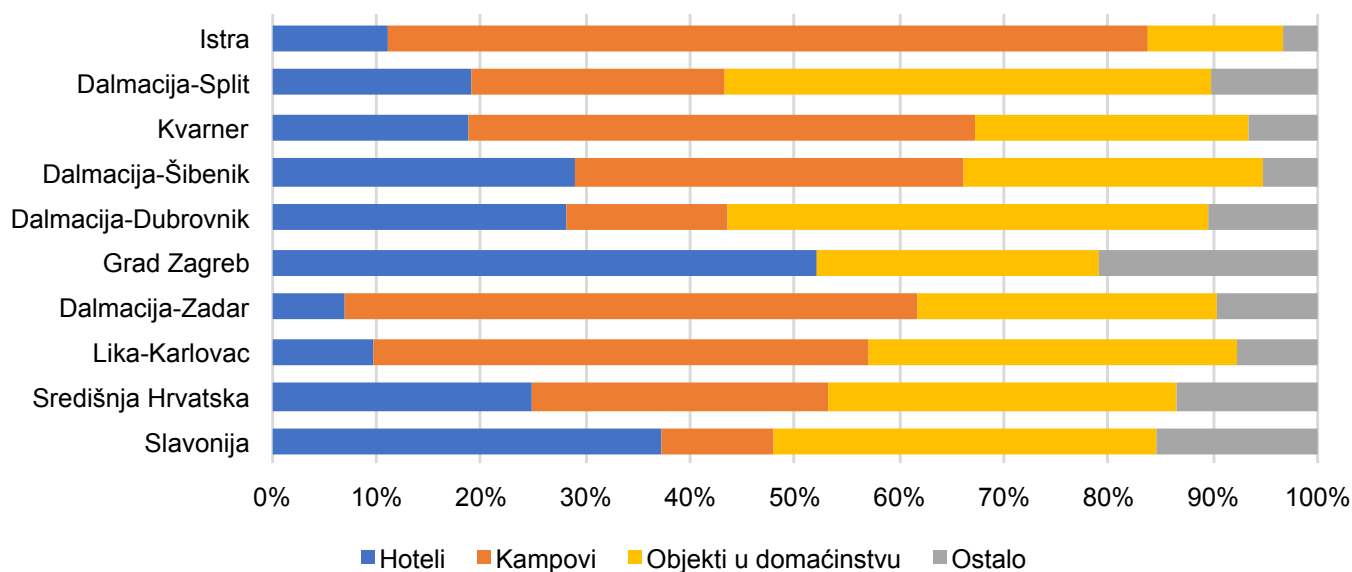
Dolasci i noćenja nizozemskih turista, 2019.



Dolasci i noćenja po klasterima

	Dolasci	Noćenja
Istra	171.155	1.520.712
Dalmacija-Split	77.055	366.915
Kvarner	57.087	315.814
Dalmacija-Zadar	42.141	261.831
Dalmacija-Šibenik	25.570	139.985
Dalmacija-Dubrovnik	39.469	134.178
Lika-Karlovac	43.251	119.119
Nautika	8.923	65.961
Grad Zagreb	22.986	44.860
Središnja Hrvatska	6.862	15.893
Slavonija	1.600	3.391
Ukupno	496.099	2.988.659

Noćenja nizozemskih turista po klasterima prema vrstama smještaja, 2019.



Top deset gradova/općina po noćenjima

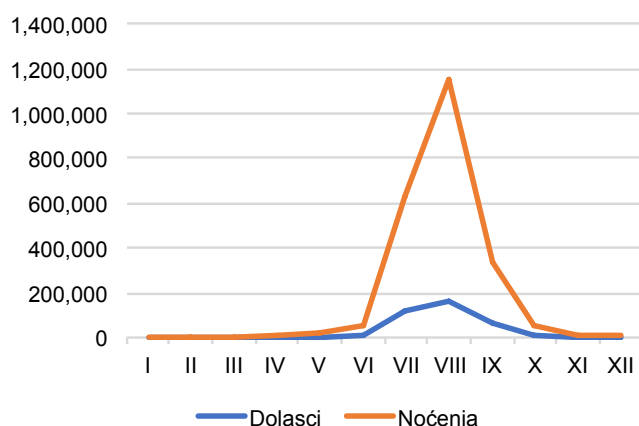
Grad općina	Noćenja
Funtana	259.266
Rovinj	239.056
Tar	189.173
Vrsar	150.275
Poreč	129.176
Split	89.031
Nin	84.753
Brtonigla	82.661
Fažana	74.954
Šibenik	74.511

Dolasci po dobi i spolu

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

REZULTATI 2021. PREMA SUSTAVU eVisitor

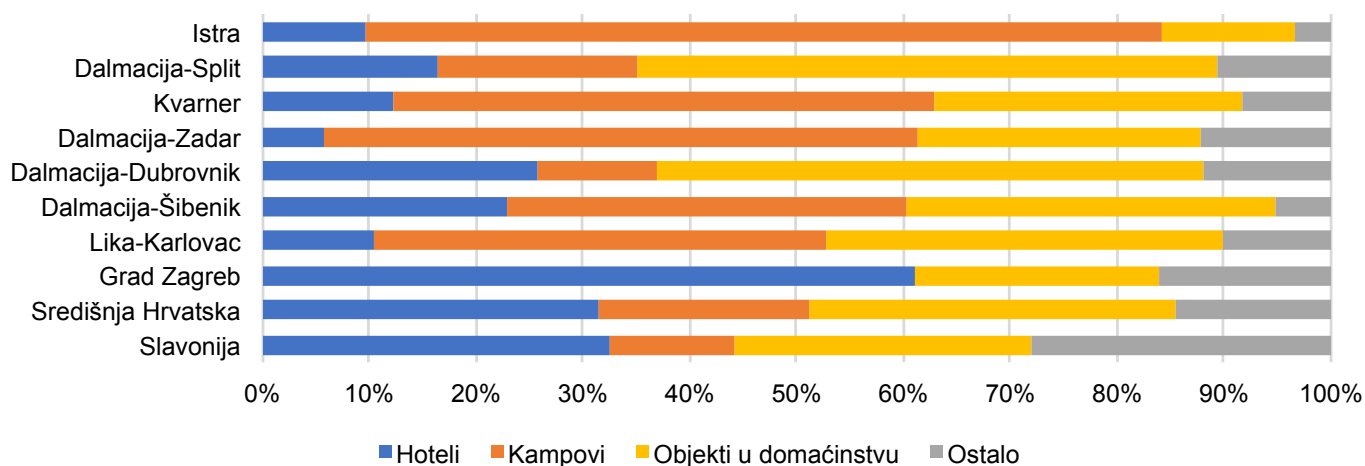
Dolasci i noćenja nizozemskih turista, 2021.



Dolasci i noćenja po klasterima

Klaster	Dolasci	Noćenja
Istra	129.272	1.102.764
Dalmacija-Split	74.740	347.836
Kvarner	40.203	209.521
Dalmacija-Zadar	29.540	185.105
Dalmacija-Dubrovnik	27.559	110.289
Dalmacija-Šibenik	18.859	101.361
Lika-Karlovac	32.068	85.996
Nautika	9.663	72.540
Grad Zagreb	17.421	31.178
Središnja Hrvatska	5.736	13.212
Slavonija	1.211	2.780
Ukupno	386.272	2.262.582

Noćenja nizozemskih turista po klasterima prema vrstama smještaja, 2021.



Top deset gradova/općina po noćenjima

Grad općina	Noćenja
Rovinj	195.073
Funtana	192.214
Tar	131.501
Split	100.828
Vrsar	93.654
Poreč	89.936
Umag	67.821
Dubrovnik	60.131
Brtonigla	57.783
Fažana	56.204

Dolasci po dobi i spolu

Dobna skupina	muškarci	žene
0-5 godina	1,8%	1,6%
6-11 godina	3,1%	2,9%
12-17 godina	4,2%	4,1%
18-24 godina	8,3%	7,0%
25-34 godina	11,9%	10,1%
35-44 godina	6,9%	6,0%
45-54 godina	8,5%	7,6%
55-64 godina	5,9%	4,7%
> 65 godina	3,2%	2,3%

TOMAS Hrvatska 2019. - Nizozemska

TOMAS istraživanja primarna su kvantitativna istraživanja u okviru kojih se podaci prikupljaju osobnim intervjuom s turistima (uz korištenje strukturiranog upitnika), a provode se s ciljem identifikacije stavova i potrošnje turista u hrvatskim turističkim destinacijama.

Posljednje u nizu, pod nazivom TOMAS Hrvatska 2019. po prvi je puta provedeno na području cijele zemlje, od svibnja 2019. do ožujka 2020. godine, tako da ujedno donosi rezultate obilježja putovanja i boravka turista u Hrvatskoj izvan razdoblja ljetne turističke sezone. Na takav način, istraživanje je reprezentativno za posljednju „standardnu“ turističku godinu prije pojave epidemije virusa COVID-19 te posljedične globalne društvene i gospodarske krize, s dramatičnim implikacijama na turistička putovanja u svjetskim razmjerima.

Uz domaće tržište, istraživanjem su obuhvaćena i za Hrvatsku značajnija europska tržišta – Njemačka, Slovenija, Austrija, Poljska, Italija, Češka, Ujedinjeno Kraljevstvo, Skandinavija, Mađarska, Nizozemska, Slovačka, Francuska, BiH, Švicarska, Belgija, Španjolska, Srbija, kao i odabrana daleka tržišta - SAD, Republika Koreja, Kina, Japan.

U nastavku slijede pokazatelji iz istraživanja TOMAS Hrvatska 2019. koji prikazuju set odabranih karakteristika profilom obrađenog tržišta, uz usporedbu s prosječnim vrijednostima svih istraživanjem obuhvaćenih stranih tržišta. Zelenom bojom označene su vrijednosti kod kojih tržište u okviru relevantnijih podatkovnih kategorija pokazuje značajnije iznadprosječan rezultat, dok su crveno označene vrijednosti značajnije ispodprosječnog rezultata.

GLAVNI MOTIVI ODMORIŠNIH PUTOVANJA

Motivi	Prosjek za strana tržišta	Nizozemska
More	66,5	69,6
Priroda	13,4	12,2
Touring, sightseeing	7,2	8,3
Gradovi (city break)	4,8	3,6
Kultura i umjetnost	2,0	0,6
Zabava i festivali	1,3	1,0
Sela, ruralno područje	0,9	0,5
Manifestacije i događanja	0,6	3,0
Gastronomija	0,6	0,0
Wellness, toplice	0,4	0,2
Ostali sportovi i rekreacija	0,5	0,3
Cikloturizam, mountain biking	0,3	0,0
Planinarenje, hodanje	0,2	0,0
Nešto drugo	1,1	0,8
UKUPNO	100,0	100,0

MOTIV DOLASKA U HRVATSKU

Motivi	Prosjek za strana tržišta	Nizozemska
More	79,1	86,3
Priroda	56,2	71,0
Gradovi (city break)	24,8	18,0
Touring, sightseeing	22,3	23,6
Kultura i umjetnost	13,4	9,3
Ostali sportovi i rekreacija	11,1	4,4
Gastronomija	6,7	5,4
Zabava i festivali	5,1	8,9
Sela, ruralno područje	4,7	4,0
Manifestacije i događanja	4,1	9,2
Posao	2,8	0,6
Wellness, toplice	3,3	2,3
Planinarenje, hodanje	3,3	2,7
Drugi odmorišni motivi	2,6	1,3
Posjet rodbini i prijateljima	1,7	1,0
Cikloturizam, mountain biking	1,7	5,4
Zdravstveni razlozi	0,8	0,2
Obrazovanje	0,4	0,8
Vjerski razlozi	0,2	0,2
Neki drugi razlog	1,0	0,2

UČESTALOST DOLASKA U HRVATSKU

Broj posjeta Hrvatskoj	Prosjek za strana tržišta	Nizozemska
Prvi posjet	33,3	41,1
Drugi posjet	15,4	20,0
3 do 6 posjeta	20,1	11,3
7 i više posjeta	31,2	27,7
UKUPNO	100,0	100,0

IZVORI INFORMACIJA

Izvori informacija	Prosjeak za strana tržišta	Nizozemska
Internet	56,2	62,4
Preporuke rodbine ili prijatelja	25,6	19,9
Prijašnji boravak	21,4	19,6
Preporuke TA ili kluba	10,7	10,7
Brošure, oglasi, plakati	5,3	7,2
Radio, televizija, film ili video	5,2	2,0
Turistički sajmovi, izložbe	5,1	8,9
Članci - novine/ časopisi	3,3	1,8
Nije trebao informacije	8,0	16,3

NAČIN REZERVACIJE SMJEŠTAJA

Rezervacija smještaja	Prosjeak za strana tržišta	Nizozemska
Posredstvom turističke ili putničke agencije, turoperatora - osobnim kontaktom, telefonom, e-mailom	17,2	13,7
Posredstvom turističke ili putničke agencije, turoperatora - online booking (ne e-mailom), uključujući Booking.com, Expedia i sl.	45,9	43,3
Izravno sa smještajnim objektom - osobnim kontaktom, telefonom ili telefaksom, e-mailom	16,4	18,5
Izravno sa smještajnim objektom - online booking (ne e-mailom)	15,7	20,1
Na neki drugi način	0,8	0,3
Nije unaprijed rezerviran	4,0	4,0
UKUPNO	100,0	100,0

TRENUTAK REZERVACIJE SMJEŠTAJA

Trenutak rezervacije	Prosjeak za strana tržišta	Nizozemska
Manje od tjedan dana prije dolaska	6,4	4,4
1 do 4 tjedna prije dolaska	17,1	13,5
1 do 3 mjeseca prije dolaska	33,0	20,1
3 do 6 mjeseci prije dolaska	27,6	37,6
Više od 6 mjeseci prije dolaska	15,9	24,4
UKUPNO/ TOTAL	100,0	100,0

SMETNJE TIJEKOM BORAVKA U DESTINACIJI

Smetnje	Prosjek za strana tržišta	Nizozemska
Gužva na kupališnom prostoru/preveliki broj kupaca	7,6	9,8
Gužva na ulicama, trgovima, šetnicama, atrakcijama i sl.	7,2	4,0
Neprijmjereno odloženo smeće	6,2	1,9
Nemogućnost razdvajanja otpada	6,3	2,6
Neugodni mirisi (iz kontejnera i kanti za smeće)	6,0	3,2
Buka koja remeti komfor vašeg smještaja (odmor, spavanje)	6,2	7,1
Nešto drugo	1,3	2,2

AKTIVNOST TIJEKOM BORAVKA U DESTINACIJI

Aktivnost	Prosjek za strana tržišta	Nizozemska
Plivanje, kupanje	76,5	88,9
Razgledavanje gradova ('city sightseeing')	53,8	61,5
Odlazak u restorane	50,4	55,6
Posjet povijesnim građevinama	23,4	26,5
Posjet nacionalnim parkovima, zaštićenim prirodnim područjima	19,1	15,9
Kupovina (osim svakodnevnih potrepština)	15,4	19,6
Odlazak na organizirane izlete brodom	14,8	14,3
Pješčenje	14,5	13,5
Posjet muzejima, galerijama i izložbama	13,8	9,7
Jogging, trčanje	12,9	17,9
Odlazak u klubove, ples, noćni život	11,0	13,7
Tenis	10,0	11,6
Korištenje wellness, spa usluga	8,5	6,4
Ronjenje	8,4	12,1
Posjet tematskim parkovima	7,8	11,7
Posjet zabavnim događanjima	7,1	8,0
Obilazak vinskih cesta, vinarija	7,3	13,2
Ribolov	6,1	19,5
Obilazak tematskih cesta	6,2	3,7
Posjet tradicionalnim događanjima	5,3	5,2
Ostalo	4,8	3,0
Posjet seoskim domaćinstvima	4,6	9,1
Posjet toplicama	3,9	2,7
Posjet kulturnim događanjima	3,8	1,0
Golf	3,8	5,9
Jedrenje	3,4	2,2

Aktivnost	Prosjek za strana tržišta	Nizozemska
Posjet sportskim događanjima	3,2	3,2
Planinarenje	2,7	3,7
Avanturistički sportovi	2,5	4,7
Mountain biking	2,5	5,8
Korištenje zdravstvenih usluga	1,8	0,7
Sudjelovanje na radionicama	1,6	0,3
Dvoranski sportovi	1,5	0,1
Lov	1,4	0,0
Jahanje	1,4	2,2
Rafting	1,3	2,5
Posjet božićnim ili adventskim sajmovima	0,9	0,0
Nekom drugom	9,1	5,9
Niti jednom	0,9	0,4

STUPANJ ZADOVOLJSTVA ELEMENTIMA TURISTIČKE PONUDE MJESTA

Element ponude	Prosjek za strana tržišta	Nizozemska
Ljepota prirode i krajolika	87,7	86,5
Ljepota mjesta	86,3	85,2
Osobna sigurnost	84,3	80,3
Atmosfera, ugođaj	82,7	83,4
Gostoljubivost lokalnog stanovništva	82,3	89,4
Ukupni boravak	80,5	81,7
Uređenost mjesta	78,5	81,0
Čistoća plaža	77,2	78,8
Smještajni objekt	76,8	86,8
Informacije u destinaciji	76,3	80,7
Ekološka očuvanost prostora	76,4	79,4
Mogućnosti kvalitetnog kretanja pješice u destinaciji	76,0	84,0
Prilagođenost destinacije djeci	75,3	83,3
Pješačke staze	75,1	77,1
Prometna dostupnost destinacije	74,1	79,2
Gastronomska ponuda u mjestu	71,7	81,0
Označavanje znamenitosti	71,8	77,4
Kultura i umjetnost	71,4	77,7
Opremljenost, uređenost plaža	70,6	66,7
Besplatni internet u destinaciji	69,5	73,8
Ponuda organiziranih izleta u okolicu	69,5	73,9
Informacije, edukacija u zaštićenim prirodnim područjima	69,1	74,5
Biciklističke rute i staze	67,7	81,4
Lokalni javni prijevoz	63,9	59,1
Sportski sadržaji	63,8	67,3
Događanja i manifestacije	63,4	74,4
Mogućnost za kupnju	62,5	59,3
Prilagođenost destinacije osobama s posebnim potrebama	62,4	80,3
Zabava, noćni život	62,4	71,6
Promet u mjestu	62,3	68,7

VJEROJATNOST PREPORUKE MJESTA PRIJATELJIMA, RODBINI ILI KOLEGAMA

	Prosjek za strana tržišta	Nizozemska
Nije vjerojatno da ću preporučiti	4,2	3,4
Vjerojatno ću preporučiti	26,9	25,4
Jako je vjerojatno da ću preporučiti	68,9	71,3
UKUPNO	100,0	100,0

PROSJEČNI DNEVNI IZDACI (u EUR)

Izdatak	Prosjeak za strana tržišta	Nizozemska
Prosječni dnevni izdaci ukupno	99,0	87,01
Smještaj	52,8	45,14
Hrana u restoranima i barovima	17,1	16,72
Usluge trgovine	11,6	9,02
Kultura i zabava	3,3	4,85
Sport i rekreacija	2,8	2,33
Izleti	2,7	2,27
Lokalni prijevoz	7,1	6,06
Ostalo	1,7	0,63

STRUKTURA PROSJEČNIH DNEVNIH IZDATAKA

Izdatak	Prosjeak za strana tržišta	Nizozemska
Prosječni dnevni izdaci ukupno	100,0	100,00
Smještaj	53,3	51,87
Hrana u restoranima i barovima	17,2	19,21
Usluge trgovine	11,7	10,36
Kultura i zabava	3,3	5,57
Sport i rekreacija	2,9	2,67
Izleti	2,8	2,61
Lokalni prijevoz	7,1	6,97
Ostalo	1,7	0,73

Aktualni imidž Hrvatske

Buking s tržišta Beneluksa, a naročito Nizozemske za Hrvatsku je početkom srpnja 2020. odlično krenuo, čemu svjedoči činjenica da je Hrvatska bila prepoznata i percipirana kao poželjno, blisko, sigurno i odgovorno odredište koje se je uspješno nosilo s prvim valom epidemije. U jednom smo trenutku došli na razinu od 70% realizacije iz 2019. i sve je ukazivalo na to da ćemo u 2020. s obzirom na pandemijske okolnosti imati jednu relativno dobru sezonu s ovog tržišta. No, 21. srpnja 2020., u tjednu kada je glavna nizozemska regija (središnja Nizozemska) započela sa školskim praznicima, nizozemska je vlada Hrvatsku radi naglog porasta broja zaraženih, ponajprije na privatnim okupljanjima i svečanostima te radi otvorenih noćnih klubova itd. stavila na „narančastu“ listu (narančasta boja znači da se putovanja na savjetuju, tj. preporučaju se samo neophodno potrebna putovanja), te nam time praktički zaustavila promet prema našoj zemlji. Na takav način, sezonu 2020. iz Nizozemske završavamo s realizacijom od svega oko 20%. Sve je ukazivalo na to da ćemo u 2021. doživjeti sličan scenarij, no zahvaljujući generalno pozitivnijem

okruženju, ali i promišljenim komunikacijskim taktikama, tržište je iznenađujuće dobro reagiralo i već u srpnju smo premašili rezultate koji su ukupno ostvareni u 2020., da bi do kraja rujna 2021. realizacija s tržišta Nizozemske bila na 75% realizacije iz 2019., što s obzirom na činjenicu da predsezona zbog pandemije nismo niti imali te s obzirom na udaljenost tržišta, možemo smatrati izuzetno dobrim rezultatom.

Omjer između organiziranih i individualnih dolazaka u Hrvatsku u 2020. i 2021.

Prema podacima iz sustava eVisitor u 2020. je godini postotak agencijskih gostiju bio 25%, a individualnih 75%. Sličan postotak ostao je na snazi u 2021. kada smo zabilježili 23% agencijskih i 77% individualnih gostiju (dok je taj postotak u 2019. iznosio 35%).

Zastupljenost Hrvatske u programima organizatora putovanja u 2020. i 2021.

Organizatori putovanja nisu prekinuli ili otkazali svoje programe za Hrvatsku u 2020., ali su obujam svojih

aktivnosti, broj putnika itd. prilagodili situaciji i potražnji na tržištu. U 2020. je smanjen broj rotacija letova, autobuseri su putovali s manjim grupama, otkazivali su određene polaske te prilagodili svoje poslovanje preporukama vlade. Nakon stavljanja Hrvatske na narančastu listu od strane nizozemske vlade, nakon 21. 7. 2020. nizozemski su turoperatori bili primorani „evakuirati“ goste iz Hrvatske i organizirali su za njih repatrijacijske letove, a nakon tog datuma je zbog više sile uglavnom obustavljen turistički promet organizatora putovanja prema Hrvatskoj.

Organizirani turistički promet ponovno je uspostavljen od lipnja 2021. nadalje, kada su ponovno uvedeni brojni letovi za Hrvatsku te kada su nastavljeni praktički svi turoperatorski programi koje smo imali i u 2019. Ipak, za grupni segment putovanja, naročito seniore, mlade, školske ekskurzije, kao i korporativni segment tj. MICE putovanja, za oporavak će trebati još neko vrijeme.

Rezultati organizatora putovanja u 2020. i 2021. (programi za Hrvatsku)

Do 15.6.2020. te od 21.7.2020. do 15.5.2021. na snazi je bila negativna preporuka za putovanja u većinu inozemnih odredišta, a slijedom toga i u Hrvatsku. Turoperatori su do tog datuma bili primorani obustaviti organizaciju svih putovanja. Nakon 15.6.2020. tj. nakon ukidanja negativne preporuke, turoperatori su započeli s realizacijom svojih programa, ponovno su krenuli letovi za Hrvatsku i sve je ukazivalo na to da ćemo u 2020. imati jednu korektnu sezonu, budući da se realizacija u samom srpnju približila na 70% rezultata iz 2019. Ipak, negativna preporuka nizozemske vlade i stavljanje Hrvatske na tzv. „narančastu listu“ 21.7.2020. preko noći je okrenula situaciju. Nizozemski turoperatori su uslijed te odluke nizozemske vlade započeli s evakuacijom turista iz Hrvatske, a zbog te smo odluke svakoga dana tijekom srpnja i kolovoza gubili više tisuća nizozemskih noćenja, pogotovo u kampovima. Unatoč svim nastojanjima te očekivanim prognozama dosizanja od petine do trećine lanjskog prometa, što je u konačnici i ostvareno (realizacija prema sustavu eVisitor je bila oko 20% u 2020., u usporedbi s 2019.), sezona 2020. je u nešto drugačijim okolnostima mogli donijeti drugačiji rezultat. Ipak, u narednoj godini, nakon stavljanja Hrvatske na žutu listu početkom lipnja 2021. turistički je promet s nizozemskog tržišta masovno krenuo i sezonu 2021. završavamo s realizacijom od oko 75% prometa iz 2019., a Hrvatska je na tržištu Nizozemske u 2021. bila jedno od najpopularnijih odredišta.

Zrakoplovna povezanost s Hrvatskom tijekom 2021. godine

Uz sve letove iz 2019. koji su u istom obujmu i trajanju trebali biti nastavljeni i u 2020., u najavi za 2020. bila su i dva nova leta - iz Amsterdama za Zadar (Easyjet) i iz Maastrichta za Zadar (Ryanair). Budući da je do 15.6. na snazi bila negativna preporuka za putovanja, letovi su se neprestano odgađali do tog datuma. Unatoč tome da su praktički sve predviđene avio-linije iz Nizozemske prema Hrvatskoj letjele (osim leta Ryanaira iz Eindhovena za Zadar, koji je bio otkazan na samom početku epidemije), broj rotacija je bio znatno smanjen i prilagođen potražnji, a zračni prijevoz praktički paraliziran. Većina zračnih prijevoznika uslijed stavljanja Hrvatske na „narančastu“ listu, skratila je sezonu letenja, a zadnji letovi za Hrvatsku bili su realizirani u rujnu (inače su zadnji letovi prema Hrvatskoj bili dostupni sve do kraja listopada).

U 2021., uz sve postojeće letove iz 2020. uvedeni su i novi letovi:

- KLM-a: za Split (3 x dnevno), Dubrovnik (1 x dnevno) – prvi puta nakon Domovinskog rata, Zagreb (2 x dnevno iz Amsterdama)
- Transavije: za Split (iz Amsterdama, 3 x tjedno)
- Ryanaira: za Zadar (iz Eindhovena i Maastrichta, 3 x tjedno) te Zagreb (iz Eindhovena, 3 x tjedno)

Letovi u 2021. godini

Zračni prijevoznik	Polazište	Odredište
Croatia Airlines	Amsterdam	Zagreb
Croatia Airlines	Amsterdam	Dubrovnik
Easyjet	Amsterdam	Split
Easyjet	Amsterdam	Dubrovnik
Easyjet	Amsterdam	Pula
Easyjet	Amsterdam	Zadar
KLM	Amsterdam	Zagreb
KLM	Amsterdam	Split
KLM	Amsterdam	Dubrovnik
Ryanair	Eindhoven	Zadar
Ryanair	Maastricht	Zadar
Ryanair	Eindhoven	Zagreb
Transavia	Amsterdam	Split
Transavia	Rotterdam	Split
Transavia	Rotterdam	Dubrovnik
Transavia	Rotterdam	Pula
Transavia	Rotterdam	Zadar
Transavia	Eindhoven	Rijeka

Nikada u povijesti s nizozemskog tržišta nismo imali više izravnih letova i veći kapacitet sjedala u zračnom prometu nego u 2021. (gotovo 20 izravnih linija, s preko 100 letova tjedno).

Autobuseri u 2021.

Najznačajniji autobuseri na tržištu su: Bolderman, Kras, OAD Reizen, De Jong Intra Vakanties, Solmar, Van Biesen, Effeweg, Dalstra itd. Autobusne ture su uglavnom postavljene u pred i posezoni. Uvođenjem brojnih niskocjenovnih letova, većina autobusera prestala je nuditi klasični hotelski alotmanski boravak tj. program te se specijalizirala za ture ili višednevne boravke u hotelu, s uključenim izletima. Uglavnom prevladavaju klasični autobusni programi koji u većini slučajeva uključuju Istru i Kvarner, a šire se i prema Dalmaciji. Klijentela autobusera u najvećoj su mjeri već konstituirane grupe, udruge, društva, sindikati, itd. koji traže organizirani prijevoz praktički od kućnog praga.

Grupna putovanja autobusom su uz MICE i grupna putovanja zrakoplovom, jedna od najpogođenijih segmenata u turističkom sektoru tijekom COVID-19 pandemije, ponajprije zbog toga jer autobusom putuju zatvorene grupe, mladih te seniora, koji su zbog činjenice jer su rizična skupina masovno otkazivali putovanja. Neki autobuseri ipak su odradili svoje programe, no uz znatno manji profit budući da je broj sjedećih mjesta u autobusu bio smanjen radi mjera sprječavanja širenja zaraze. Postepeni povratak i oporavak autobusnih grupa i grupnih putovanja općenito, očekuje se u 2022. godini.

Individualni promet u 2021.

Individualni promet je nepredvidiv jer ovisi o nizu čimbenika: vremenskim prilikama, medijskim napisima, političkim događanjima, aktivnostima konkurencije, gledanosti TV spotova, online i offline oglašavanju, ekonomskoj situaciji u zemlji, sigurnosti i nizu drugih čimbenika. Tijekom 2020. i 2021. veći je dio putovanja iz Nizozemske bio individualan, čemu svjedoče podaci iz sustava eVisitor. Tome je doprinijela relativna blizina Hrvatske za putovanja automobilom ili kamperom, dobra povezanost, sigurnost, brojni kampovi i neprestana ulaganja u kampove i kamping odmorišta, ali i sve brojniji i učestaliji letovi za Hrvatsku. Za brojne individualce iz Nizozemske i ove smo godine unatoč pandemiji ostali jedna od najomiljenijih kamping destinacija na Sredozemlju, a Nizozemska se ponovno svrstala u top 5 odredišta za naše kampove.

Prednosti:

- Odlična klima
- Kvalitetni kampovi koji neprestano ulažu u podizanje kvalitete
- Bogatstvo kulturnih sadržaja koji se nude
- Očuvana priroda
- Odlične ceste i prometna povezanost
- Ljubaznost i stručnost osoblja
- Ljubaznost i gostoljubivost naroda
- Sigurnost
- Odlična eno-gastro ponuda

Nedostaci:

- Kvaliteta smještaja
- Skupoća
- Nedovoljna prometna povezanost između otoka naročito u Dalmaciji i nepostojanje dužobalne trajektno linije
- Nedostatak zabavnog života za mlade
- Nedostatak kampova u kontinentalnoj Hrvatskoj, a naročito u Slavoniji i Baranji te u središnjoj Hrvatskoj i u Gorskom Kotaru.
- Nedostatak odmorišta za kampere
- Nedostatak zabavnih parkova

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 (niskocjenovnim) zračnim prijevoznicima.

TURISTIČKA SEZONA 2021. – OPĆI POKAZATELJI

Preliminarna procjena turističkog tržišta/ukupnih odlazaka na godišnji odmor u inozemstvo u 2022.

U krizi koja traje već gotovo dvije godine, do sada je u turističkoj branši izgubljeno više od 5.000 radnih mjesta, a mnogi su nepovratno napustili turističku branšu. Nacionalni zračni prijevoznik KLM najavio je otpuštanje 5.000 djelatnika. Turoperatori navode kako je trenutno najvažnije izdržati i preživjeti ovu krizu. Brojni turoperatori se prilagođavaju potražnji svojih klijenata i preorijentiraju svoje poslovanje s dalekih na bliža odredišta, ponajprije na susjedne i europske zemlje u okruženju, a opstati će oni koji imaju dovoljno vlastitih sredstava za premošćivanje ove krize.

U kontekstu motiva i planova za putovanja u 2021. zanimljivo je istraživanje koje je proveo Booking.com na 20.000 ispitanika, vezano uz nove trendove putovanja u 2021. tj. uslijed pandemije. Zaključak istraživanja je da građani i dalje žele putovati, ali oprezno i fleksibilno.

„Putovati se mora“ – želja za putovanjima ostaje i dalje – 26% građana navelo je kako upravo u ovoj situaciji još više žele putovati, a 22% ih navodi kako će ubuduće još više putovati kako bi nadoknadili izgubljeno u 2020. 40% ih navodi kako neće mirno i spokojno putovati sve dok univerzalno ne bude raspoloživo cjepivo ili dok se ne razvije efikasan i siguran način liječenja.

Turist koji će putovati biti će sve više osjetljiv na cijenu i na ono što dobije za svoj novac – očekuje da buking platforme jasnije istaknu sve uvjete otkazivanja, povrata novca, osiguranja putovanja itd. 50% ispitanika smatra kako se mora omogućiti (djelomično) besplatan storno smještaja, ili promjena datuma putovanja kao osnovni preduvjet.

Popularna su putovanja blizu doma – tijekom pandemije, bliža putovanja postala su popularnija, budući da su jednostavnija, sigurnija i ekološki prihvatljivija tj. održiva. Ipak, i dalje postoji veliki interes za dalekim putovanjima.

Online eskapizam – 89% ispitanika vrijeme u lockdownu provelo je tražeći inspiraciju za buduća putovanja.

Sigurnost za sve – 62% ispitanika želi više sigurnosnih mjera radi epidemije i očekuju u tome podršku industrije putovanja. Vlade, turoperatori i ponuđači turističkih usluga moraju surađivati na koherentan način kako bi

imali konzistentne sigurnosne norme za putnike. 32% ispitanika navodi kako će izbjegavati određena odredišta, a 65% ih očekuje da će turističke atrakcije i ponuđači usluga prilagoditi poslovanje na način da osiguraju mjere socijalnog distanciranja. 52% bukirat će smještaj samo ukoliko su sanitarne i sigurnosne mjere jasno definirane.

Pozornost usmjerena na održivost – četvrtina ispitanika ubuduće namjerava putovati na ekološki prihvatljiviji i održiviji način. Polovica očekuje da će industrija putovanja ponuditi održiviji način putovanja. 42% ispitanika birati će alternativna odredišta, kako bi izbjegli putovanja u visokoj sezoni. Epidemija je inspirirala gotovo polovicu ispitanika da produciraju manje otpada te da recikliraju plastični otpad.

Kraj uredovnog radnog vremena i rada iz ureda – rad od kuće i rad s druge lokacije postaju norma tijekom pandemije, što će se odraziti na činjenicu da će sve veći broj građana kombinirati odmor tj. putovanje s radom. Brojni građani produžuju svoj odmor za tjedan ili više dana kako bi u turističkom odredištu nastavili s radom na daljinu, stoga je prijenosno računalo jedno od najvažnijih komada prtljage koje će putnici ubuduće uzimati sa sobom na put. Petina ispitanika razmišljala je o radu iz nekog drugog odredišta, a 22% spremno ih je ići u karantenu po povratku ukoliko će moći raditi na daljinu u nekom od turističkih odredišta.

Jednostavno zadovoljstvo – u 2021. učimo kako živjeti s pandemijom. Ispitanici žele otkrivati svijet na novi, jednostavniji način. Od početka pandemije, raste interes za jednostavnim, ugodnim aktivnostima u prirodi, kao što su šetnje, svjež i čist zrak i opuštanje. 62% ispitanika cijeni će jednostavnije iskustvo, poput provođenja vremena na svježem zraku s obitelji.

Spontanost u kombinaciji s tehnologijom – tehnološke inovacije igrati će važnu ulogu u ponovnom stjecanju povjerenja potrošača tj. turista, a tehnologija će ubrzo igrati sve veću ulogu u tvrtkama kako bi se prilagodile novom tipu putnika. Gotovo polovina ispitanika smatra kako će tehnologija igrati važnu ulogu tijekom putovanja, a smještani objekti morati će uvoditi najsuvremenija tehnološka rješenja kako bi putniku dali siguran osjećaj. 40% ih priželjkuje tehnološka rješenja za last minute rezervaciju stola u restoranu, dok njih 49% priželjkuje više samoposlužnih terminala umjesto šaltera za prodaju ulaznica.

Izvor: <https://www.traumagazine.nl/booking-com-trends-2021-flexibel-voorzichtig-maar-reiswillend/>

Preliminarna procjena redoslijeda omiljenih destinacija u 2022.

Puno će toga ovisiti o daljnjem razvoju situacije i pandemije u Nizozemskoj, u pojedinim odredištima kao i o restrikcijama za putovanja koje će uvesti Nizozemska ili receptivne zemlje. Očekivanja su, da će zemlje koje su u pandemiji izgubile svoj udio na tržištu, a tu su u prvom redu Turska, Španjolska, Portugal ali i Grčka, Italija, Tunis i Egipat, kao i sva daleka odredišta, izuzetno agresivno nastupati u predstojećoj godini. Očekuje se, kako će najpopularnija ponovno biti odredišta u neposrednoj blizini, kao što su Francuska, Španjolska, Njemačka, Austrija, Italija te odredišta dostupna automobilom, ali i Turska, dok će za udaljenija odredišta (pogotovo ona interkontinentalna) trebati više vremena za oporavak.

Prognoze organizatora putovanja za 2022.

Ova kriza je bez presedana u povijesti putovanja. Nikada ranije sektor putovanja, bilo da je riječ o poslovnim ili

tzv. *leisure* putovanjima, zračnom i cestovnom prijevozu te kongresnoj industriji, u zemljama Beneluksa nije bio suočen s ovakvo razornim posljedicama. Nепrestane promjene i nejasne preporuke za putovanja u određene destinacije i restrikcije, te time uzrokovana neizvjesnost, negativno su utjecale na ponašanje potrošača. Pad prometa i prihoda kod ovdašnjih turoperatora u 2020. iznosi između 80 do 90% i prema riječima predstavnika nizozemskog udruženja turoperatora i putničkih agenata, ANVR, pravo je čudo da do sada još nije došlo do masovnih stečajeva. U prvom redu su za to zaslužne mjere vlade za očuvanje radnih mjesta, te reorganizacija i mjere štednje koje provode sami turoperatora. U 2022. se između ostalog i zahvaljujući visokoj procijepljenosti ali i suživotu s virusom, očekuje daljnje povećanje potražnje na tržištu za putovanjima, kao i povratak grupnih putovanja, charter programa, MICE segmenta, autobusnih programa, školskih ekskurzija te povratak turizma u uobičajene okvire poslovanja.

TURISTIČKA SEZONA 2022. – HRVATSKA

Okvirna procjena ukupnog broja dolazaka i noćenja u Hrvatskoj u 2022.

Tijekom 2022. turoperatori očekuju oporavak turističkog prometa i konsolidiranje poslovanja te promet na razini 2021., uz preferencije prema sporom otkrivanju (tzv. „slow“ turizam - otkrivanje odredišta na polagan način u potrazi za lokalnim iskustvom, tradicijom i autentičnošću), prirodi, ekološkima putovanjima, tj. uz visoku svijest o očuvanju okoliša i poštivanju načina života lokalnog stanovništva, što će i od hrvatskih pružatelja usluga zahtijevati određenu fleksibilnost, reaktivnost i kreativnost.

Glede programa turoperatora, planiranih letova zračnih prijevoznika te imidža Hrvatske na tržištu, trenutno nema znakova za zabrinutost, budući da su za 2022. u najavi praktički svi letovi i turooperatorski programi kao i tijekom 2019. tj. 2021., uz dodatne nove letove.

Najave zastupljenosti Hrvatske u programima organizatora putovanja tijekom 2022.

Zastupljenost u programima vodećih organizatora putovanja je za sada nepromijenjena i ukoliko ne dođe do stečajeva nekih turoperatora, zračnih prijevoznika itd. ne očekujemo značajnije promjene u programiranju Hrvatske. Puno će toga, naravno, ovisiti o daljnjem razvoju epidemiološke situacije, restrikcijama tj. negativnim preporukama za putovanja, raspoloživim letovima, potražnji kao i ekonomskoj situaciji i ostalim čimbenicima.

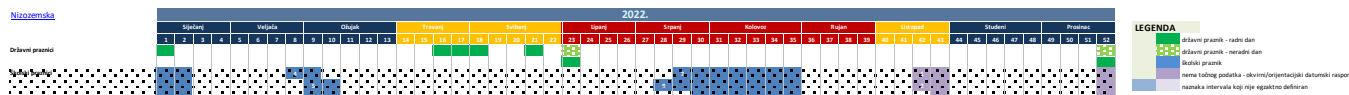
Mjere koje bi prema mišljenju organizatora putovanja i drugih ključnih poslovnih dionika (prijevoznici, udruge/udruženja u turizmu i sl.) trebalo poduzeti u 2022. kako bi Hrvatska bila poželjna turistička destinacija u kontekstu nastavka pandemije bolesti COVID 19 i generalno promijenjenih poslovnih i društvenih okolnosti

Očekuje se pokretanje prodaje u rano proljeće 2022., te interes nizozemskog tržišta prema destinacijama u blizini, u koje se može svrstati i Hrvatska. Očekuje se, da će i dalje biti u trendu putovanja vlastitim automobilom, no očekuje se i oporavak dalekih destinacija u koja građani nisu mogli putovati. U segmentu smještaja će birati kuće za odmor, obiteljski smještaj, kampove,

nautiku, a manje hotelski smještaj. Očekuje se da će buking biti uglavnom u *last minute* periodu.

U ovakvom kontekstu, Hrvatska ima sve komparativne prednosti da se ponovno nametne kao jedno od omiljenih europskih destinacija Nizozemaca, naročito u kamping segmentu. Važno je definirati akcijski plan suradnje s partnerima na tržištu te ulagati u marketinške kampanje i promociju, radi poticanja potražnje individualnih potrošača na tržištu, a u kampanjama valja isticati da se hrvatska turistička ponuda prilagodila aktualnom kontekstu. Hotelijeri i drugi ugostitelji trebali bi biti oprezni pri formiranju cijena, budući da je Hrvatska tijekom proteklih nekoliko godina postajala sve skuplja, a cijene u popularnim jadranskim odredištima su dosegle vrh - nerijetko je cijena smještaja, ali i obroka znatno viša nego u samoj Nizozemskoj, a pritom kvaliteta nije uvijek na odgovarajućem nivou. Također je bitno da naša zemlja besprijekorno poštuje sve sanitarne i epidemiološke mjere, da ih jasno definira kroz različite oznake tj. *labelle* koje mogu koristiti pružatelji usluga i koje jamče sigurnost, s ciljem da se ovdašnjim turoperatorima omoguću nesmetani buking za Hrvatsku.

Kalendar praznika i blagdana



Državni praznici i vjerski blagdani (Public Holidays)	2021.	Dan u tjednu	Tjedan u godini	2022.	Dan u tjednu	Tjedan u godini	2023.	Dan u tjednu	Tjedan u godini
Nova godina (New Year's Day)	01.01.2021	Petak	1	01.01.2022	Subota	1	01.01.2023	Nedjelja	1
Veliki petak (Good Friday)	02.04.2021	Petak	14	15.04.2022	Petak	15	07.04.2023	Petak	14
Uskrs (Easter)	04.04.2021	Nedjelja	14	17.04.2022	Nedjelja	16	09.04.2023	Nedjelja	15
Uskršnji ponedjeljak (Easter Monday)	05.04.2021	Ponedjeljak	15	18.04.2022	Ponedjeljak	16	10.04.2023	Ponedjeljak	15
Kraljičin dan (Queen's Day) - slavi se subotom kada pada u nedjelju	27.04.2021	Utorak	17	27.04.2022	Srijeda	17	27.04.2023	Četvrtak	17
Dan oslobođenja (Liberation Day)	05.05.2021	Srijeda	19	05.05.2022	Četvrtak	18	05.05.2023	Petak	18
Uzašašće (Ascension Day)	13.05.2021	Četvrtak	20	26.05.2022	Četvrtak	21	18.05.2023	Četvrtak	20
Duhovi (Whit Sunday)	23.05.2021	Nedjelja	21	05.06.2022	Nedjelja	23	28.05.2023	Nedjelja	22
Duhovi ponedjeljak (Whit Monday)	24.05.2021	Ponedjeljak	22	06.06.2022	Ponedjeljak	23	29.05.2023	Ponedjeljak	22
Božić (Christmas)	25.12.2021	Subota	52	25.12.2022	Nedjelja	52	25.12.2023	Ponedjeljak	52
Blagdan sv. Stjepana (Christmas)	26.12.2021	Nedjelja	52	26.12.2022	Ponedjeljak	52	26.12.2023	Utorak	52

Izvor: <https://www.feiertagskalender.ch/>

Školski praznici	2021./2022.		
	Početak	Kraj	
Jesenski praznici - Sjeverne regije	16.10.2021.	24.10.2021.	1
Jesenski praznici - Središnje regije	16.10.2021.	24.10.2021.	2
Jesenski praznici - Južne regije	23.10.2021.	31.10.2021.	3
Božićni praznici i Nova godina	25.12.2021.	9.1.2022.	
Zimski praznici/Karneval - Sjeverne regije	19.2.2022.	27.2.2022.	4
Zimski praznici/Karneval - Središnje regije	26.2.2022.	6.3.2022.	5
Zimski praznici/Karneval - Južne regije	26.2.2022.	6.3.2022.	6
Proljetni/Uskršnji praznici	30.4.2022.	8.5.2022.	
Ljetni praznici - Sjeverne regije	16.7.2022.	početak rujna 2022.	7
Ljetni praznici - Središnje regije	9.7.2022.	početak rujna 2022.	8
Ljetni praznici - Južne regije	23.7.2022.	početak rujna 2022.	9

Izvor: Eurydice