



# NIZOZEMSKA

PROFIL EMITIVNOG TRŽIŠTA - IZDANJE 2018.



## OPĆI PODACI O TRŽIŠTU

**Političko uređenje:** konstitutivna monarhija.

Stabilna vlada na putu je da još više ojača Nizozemsku, uz pozitivne ekonomske predispozicije, porast BDP-a te očekivani suficit državnog proračuna. Kao rezultat toga, nacionalni je dug niži, a Nizozemska je bolje pripremljena za moguće buduće gospodarske krize. Nezaposlenost pada na povijesno nisku razinu, a građani lakše nego ikada prije pronalaze posao, grade karijeru i bolje zarađuju.

**Površina:** 41.526 km<sup>2</sup>, kopna: 33.883 km<sup>2</sup>, mora i voda: 7.643 km<sup>2</sup>.

**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 dobi / po spolu)

Prema procjenama nizozemskog Državnog zavoda za statistiku (CBS), u listopadu 2018. godine stanovništvo je brojilo 17.081.507 osoba (8.606.405 žena i 8.475.102 muškaraca).

**Dobna struktura**

- 0-19 godina – 3.817.173
- 20-40 godina - 4.206.639
- 40-65 godina - 5.898.035
- 65-80 godina - 2.395.385
- 80 i više godina – 764.275



## OPĆE KARAKTERISTIKE GOSPODARSTVA

Iako se radi o relativno maloj zemlji, Nizozemska je šesta po snazi ekonomija Europske unije te igra važnu ulogu europskog transportnog čvorišta. Ostvaruje značajan trgovinski suficit, uz stabilnu industriju i nisku nezaposlenost. Nizozemsku odlikuje prosperitetna i otvorena ekonomija, koja u velikoj mjeri ovisi o vanjskoj trgovini. Prema godišnjem WEFGlobal Competitiveness Indexu, koji bilježi konkurentnost 137 zemalja, Nizozemska je četvrta, nakon Švicarske, SAD-a i Singapura. Nizozemsko gospodarstvo izvozno je orijentirano; izvoz generira 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 %). Nizozemski glavni uvozni proizvodi su gorivo (29 %), strojevi (26 %). Glavni trgovinski partneri su Njemačka (24 % ukupnog izvoza i 17 % uvoza) i Belgija (12 % izvoza i 10 % uvoza). Ostali važni trgovinski partneri su Kina, Francuska, Ujedinjeno Kraljevstvo i Sjedinjene Države. Nizozemsko gospodarstvo bilježi solidan rast već petu godinu za redom.

### Makroekonomski pokazatelji

	2016.	2017.	2018.*	2019.*	2020.*
BDP, tekuće cijene (mlrd. eura)	705,9	737,1	758,1	779,8	803,6
BDP po stanovniku (eura)	41.591	43.139	44.090	45.148	46.351
Realni rast BDP-a (%)	2,1	3,0	2,7	2,1	1,7
Uvoz robe (mlrd. eura)	446,3	491,7	527,9	557,3	588,1
Izvoz robe (mlrd. eura)	-363,0	-401,6	-446,5	-478,0	-508,8
Inflacija (%)	0,1	1,3	1,7	1,8	1,9
Nezaposlenost (%)	7,3	5,9	4,8	4,3	3,9

Izvor: IMF, Eurostat, EUI (\*) procjena

BDP je u 2017. porastao za 3,7 %. Stopa nezaposlenosti u prosincu 2017. iznosila je 4,4 %, a u ožujku 2018. 3,9 %. Očekuje se da će stopa nezaposlenosti blago padati i dalje s obzirom na rastuće trendove u nizozemskom gospodarstvu. Prosječna bruto plaća iznosi € 37.000 godišnje. Prosječna stopa inflacije u 2018. iznosi 1,58 %.

### Utjecaj globalnih gospodarskih kretanja na domicilno gospodarstvo

Nizozemsko gospodarstvo raste već treću godinu za redom. Bruto domaći proizvod (BDP) po glavi stanovnika,

mjera prosperiteta u zemlji, Nizozemsku svrstava u vrh zemalja EU-a, dok stopa nezaposlenosti istovremeno bilježi najveći u razdoblju od deset godina. Istovremeno, raste i broj stalno zaposlenih osoba (u odnosu na različite oblike povremenog/privremenog zaposlenja).

Prihodi kućanstava također su u porastu, kao i osobni dohoci (u prosjeku +1,8 %), što generira i porast potrošnje, kako u kućanstvima, tako i u tvrtkama. Povećan je i volumen ulaganja u nekretnine, što predstavlja poticaj sektoru građevinarstva (koji je doživio značajan pad u razdoblju 2009.-2013.).

# 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
- RTL9
- Veronica
- SBS 6
- Net 5
- National Geographic Channel
- FOX
- Kitchen24

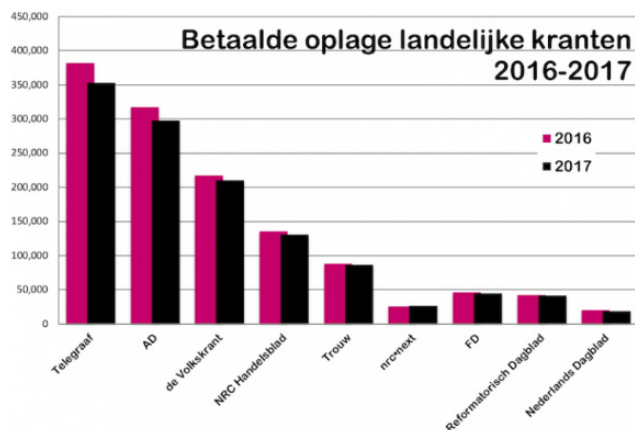
## Tisak

Tiskana izdanja svih nizozemskih novina u opadanju su, 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 tiskanih izdanja nacionalnih dnevnih listova (2016 – 2017):



Turistički časopisi

- ASCI FreeLife - Najveći i najopsežniji časopis s temama vezanim uz kamping.
- 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 kampiste.
- Columbus Magazine – „glossy“ inspiracijski turistički časopis s pričama iz cijelog svijeta.
- Fiets - Mjesečni časopis s naglaskom na ljubitelje biciklizma.
- Fietsactief - Časopis za 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 - izdavač poznate „biblije za putovanja“, s inspiracijama za putovanja u odredišta širom svijeta.
- 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 - Mjesečni 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 wellnesa.

Internetske stranice s turističkom tematikom [www.anwb.nl](http://www.anwb.nl)

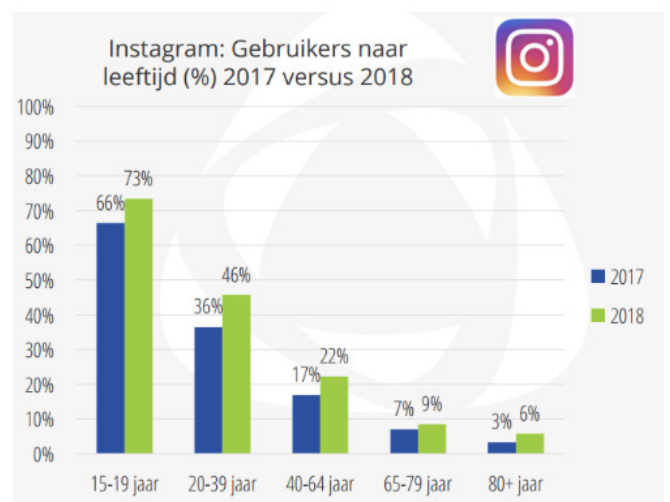
- [www.oppad.nl](http://www.oppad.nl)
- [www.reizen.nl](http://www.reizen.nl)
- [www.columbusmagazine.nl](http://www.columbusmagazine.nl)
- [www.vakantie.nl](http://www.vakantie.nl)
- [www.zoover.nl](http://www.zoover.nl)

Društvene mreže i *messengeri*:

Korištenje društvenih medija i dalje se povećava, a najkorištenija platforma u 2017. godini bio je WhatsApp, dok Facebook i YouTube također „rastu“. Instagram dobiva na popularnosti te je trenutačno na 5. mjestu. Facebook dobiva na popularnosti među nešto starijom populacijom, dok istovremeno gubi udjel među adolescentima i osobama između 15-19 godina.



Rast Instagrama između 2017. i 2018. godine:



Korištenje društvenih mreža:

% gebruik	15-19 jaar	20-39 jaar	40-64 jaar	65 - 79 jaar	80+
WhatsApp	97%	93%	86%	67%	38%
Facebook	72%	89%	77%	69%	58%
YouTube	86%	74%	54%	38%	21%
LinkedIn	12%	45%	36%	14%	7%
Instagram	73%	46%	22%	9%	6%
Twitter	23%	26%	21%	9%	9%
Pinterest	19%	30%	21%	12%	8%
LinkedIn	72%	32%	7%	1%	1%

# PROFIL EMITIVNOG TURISTIČKOG TRŽIŠTA

Institut za istraživanje tržišta NBTC-NIPO Research je objavio informacije o putovanjima za godišnji odmor u 2017. godini tijekom koje se broj putovanja radi godišnjeg odmora povećao za 3%, odnosno na 36,7 milijuna putovanja. Više od polovice putovanja ostvareno je u inozemstvu (19,1 milijun). U usporedbi s 2016. godinom putovanja u inozemstvo bilježe rast od 7%. Ukupno su Nizozemci u 2017. godini potrošili 16,8 milijardi eura, od čega 13,8 milijardi eura u inozemstvu, a 3 milijarde eura u svojoj zemlji.

Neki od najnovijih trendova zabilježenih kod Nizozemaca:

- putovanja su sve češća, ali i sve kraća
- mobilni internet pri odabiru odredišta postaje sve važniji jednako kao i društvene mreže
- sve je veći broj putovanja po mjeri
- stanovništvo sve više stari pa je udio osoba starije dobi sve veći i 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.

U 2017. godini 82% Nizozemaca je jednom ili više puta otputovalo na odmor, od čega je 60% stanovnika otputovalo na odmor u inozemstvo. Domaća putovanja su pretežno kraća (74%), trajanja od 2 do 7 dana, dok je 64% svih putovanja u inozemstvo duže, odnosno 8 ili više dana. Dvije trećine putovanja u inozemstvo odvija se u ljetnom periodu.

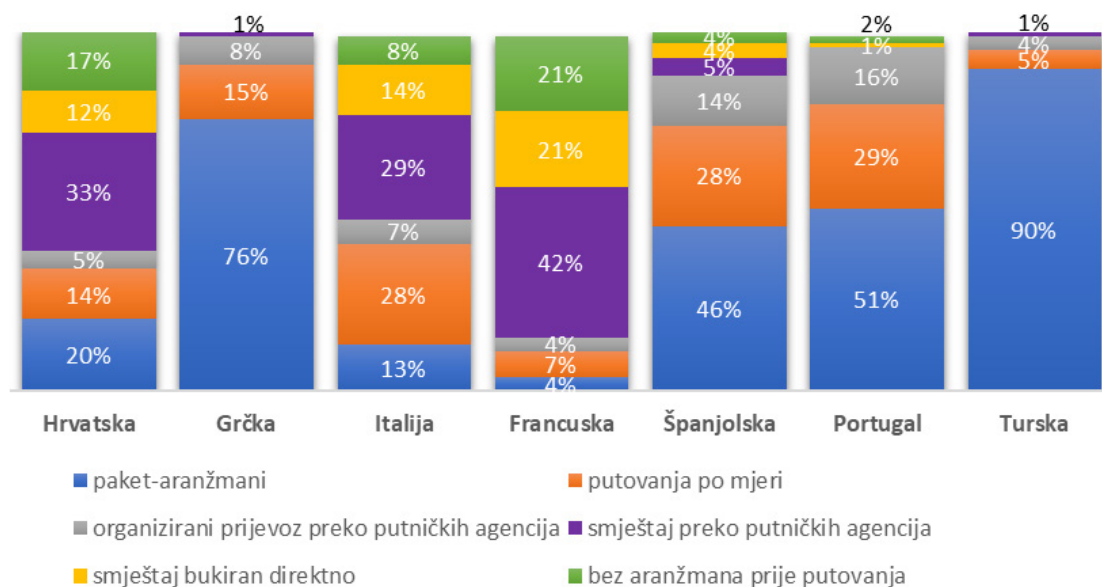
## Omiljene odmorišne destinacije

Najpopularnije odredište za kraća i duža putovanja je Njemačka zbog blizine, jezika i navika, no kada su duža putovanja u pitanju, na prvom je mjestu Francuska, a potom slijede Španjolska, Austrija i Italija. Zbog političke nestabilnosti u Turskoj, Egiptu i Tunisu, u 2017. je došlo do pada interesa za predmetnim destinacijama, dok je s druge strane uz Španjolsku i Grčku porastao interes i za Portugalom.

Top 10 omiljenih destinacija:

Zemlja	Udio (%)	Ukupni broj putovanja u 2017. (u tisućama)
Njemačka	18	3.460
Francuska	14	2.710
Španjolska	12	2.380
Belgija	7	1.280
Italija	7	1.260
Austrija	6	1.190
Velika Britanija	5	940
Grčka	4	710
Portugal	3	640

Putovanja u inozemstvo uglavnom su organizirana (65%). Za bliska odredišta te za smještaj u kampovima, organizacija putovanja uglavnom je individualna, a velika je i penetracija rezervacijskih platformi, poput *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 najomiljenijih destinacija su bogatstvo i raznolikost ponude koju pružaju gostima, uz odličnu prometnu povezanost iz Nizozemske, svim vrstama prijevoznih sredstava, naročito automobilom i zrakoplovom. Sve zemlje u gore prikazanoj tablici imaju stabilne i uhodane kanale prodaje kroz cijelu mrežu nizozemskih turoperatora. Niti jedna od gore navedenih zemalja nije doživjela značajnije ekonomske ili političke potrese, što bi kod Nizozemaca eventualno stvorilo dodatni osjećaj nesigurnosti i neprivlačnosti destinacije, osim Turske koja radi razdoblja nestabilne situacije zabilježila određene degra-

dacije prometa. Za putovanja u Tunis je tijekom 2016. pa sve do ljeta 2017. bila na snazi negativna preporuka nizozemskog Ministarstva vanjskih poslova stoga turoperatori nisu niti organizirali putovanja u Tunis sve do ukidanja iste. Potražnja za Egipat također je oslabila uslijed nestabilne političke situacije.

### Navike putovanja

Iako je za putovanja u inozemstvo automobil i dalje najomiljenije prijevozno sredstvo, njegov udio varira uslijed uvođenja brojnih, uglavnom nisko cjenovnih letova. Automobil se koristi uglavnom za putovanja u vlastitoj zemlji te za putovanja u susjedne zemlje.

Vrsta prijevoza do odredišta u ljetnom periodu 2017.	Putovanja (u tisućama)		
	Nizozemska	Inozemstvo	Ukupno
Automobil	8.778	6.139	14.917
Zrakoplov	/	5.595	5.595
Vlak	560	355	915
Drugo	711	779	1.490
<b>Ukupno:</b>	<b>10.050</b>	<b>12.867</b>	<b>22.917</b>

Sve više i više građana bukira svoj odmor putem interneta, individualno ili putem posrednika.

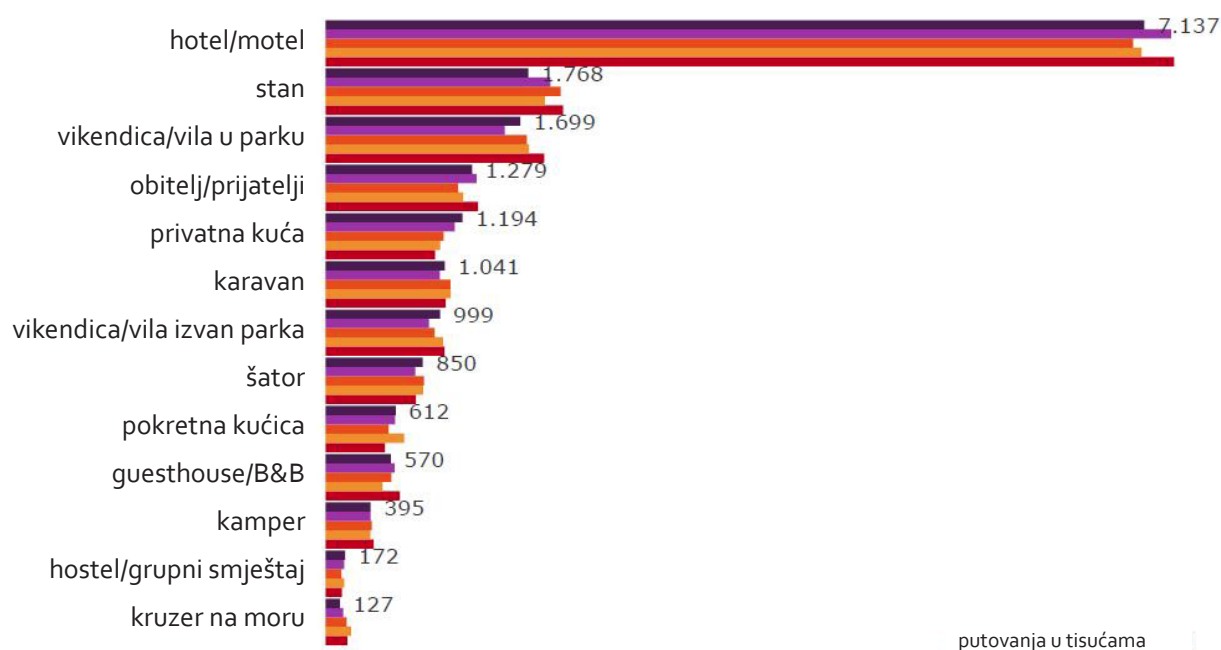
Način bukiranja	
Internet	67,2
Osobno	11,6
Email, SMS, WhatsApp	9,6
Telefonski	6,7
Ostali ili nepoznato	4,9

Online buking najčešći je preko OTA stranica kao što su Booking.com i Expedia. Rezervacije smještaja putem turističke agencije ili turoperatora iznose oko 16%, a 11% se rezervira izravno kod pružatelja usluge.

Nizozemski gosti uglavnom preferiraju hotelski smještaj, a potom slijedi 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%

Udio odabira smještaja u hotelima uglavnom je visok zbog Turske, Grčke i drugih srednje 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 idu prvenstveno zbog smještaja u kampovima, mobilnim kućicama i apartmanima, a tek potom zbog hotela.

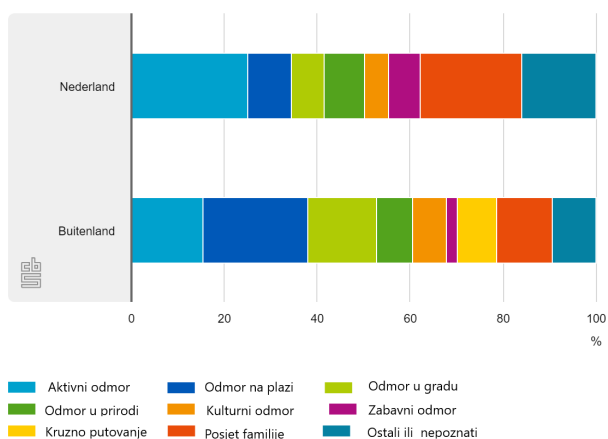


■ 2016 ■ 2015 ■ 2014 ■ 2013 ■ 2012

Baza: ukupna emitivna putovanja



Vrste godisnjeg odmora 2017.



Aktivni odmor, posebice biciklizam ljeti je najpopularniji u Nizozemskoj (42%) dok u inozemstvu predstavlja 14% aktivnih odmora. U inozemstvu je najpopularniji oblik ak-

tivnosti *hiking* (53%) koji u Nizozemskoj zauzima udjel od 31%.

U 2017. godini Nizozemci su na putovanja potrošili 16,8 milijardi eura, od čega je 13,8 milijardi eura potrošeno u inozemstvu, a 3 milijarde u vlastitoj zemlji. U odnosu na 2016. godinu, ukupna potrošnja za odmor porasla je za milijardu eura (8%). Povećanje potrošnje bilo je naglašenije u inozemstvu, a najmanje u Nizozemskoj. Prosječna potrošnja po osobi i danu iznosi 53 eura, a za ljetovanja Nizozemci izdvajaju dvostruko više nego za zimovanja. Prosječan budget po putovanju iznosio je 1.700 eura.

S prometom većim od 1,8 milijardi eura, TUI Nederland je i dalje najveća turistička tvrtka u Nizozemskoj, a potom slijede turoperatori specijaliziran za poslovna putovanja BCD Grupa. D-rt Grupa (D-reizen i VakantieXperts) na trećem su mjestu.

---

## OSVRT NA 2018.

# OSVRT NA STANJE NA EMITIVNOM TURISTIČKOM TRŽIŠTU

---

Promatrajući putovanja u inozemstvo u 2018., iako je prema najavama predviđeni rast bukinga trebao iznositi 3-4 %, ljetne vrućine u Nizozemskoj rezultirale su rastom od tek 1% budući da je većina Nizozemaca odmor odlučila provesti kod kuće. U krugu stranih destinacija, na tržištu Nizozemske je u 2018. zabilježen povratak Turske, Grčke, Egipta te nešto manje, Tunisa. Za razliku od 2017. Turska je ostvarila porast od čak 38%, Grčka 7%, dok s druge strane Španjolska bilježi pad od 8%, Francuska 10%, Portugal 14%. Unatoč „prelijevanju“ gostiju, poglavito u Tursku i Grčku, Hrvatska je na tržištu Nizozemske kroz čitavu godinu ostvarivala kontinuirani jednoznačen rast što je, s obzirom na navedene okolnosti i situaciju u usporedivim odredištima, solidan rezultat.

### Omiljene odmorišne destinacije

Nakon nekoliko godina pada uslijed političke nestabilnosti, u 2018. godini su se na tržište vratili Turska, Tunis i

Egipat, i to uglavnom na štetu Španjolske i Portugala koje su pretežno na račun spomenute 3 zemlje ostvarivale zavidan porast u prethodne dvije godine. Francuska i Njemačka će se kao i do sada boriti za prvo mjesto.

### Pregled organizatora putovanja

Što se tiče tržišnih lidera i novih specijalista, u odnosu na 2017. godinu nema značajnijih promjena. Pojavilo se, kao i svake godine, nekoliko novih manjih turističkih agencija koje su svoju ponudu obogatile hrvatskim destinacijama, ali se nije pojavio niti jedan „veliki igrač“ europskog ili svjetskog formata.

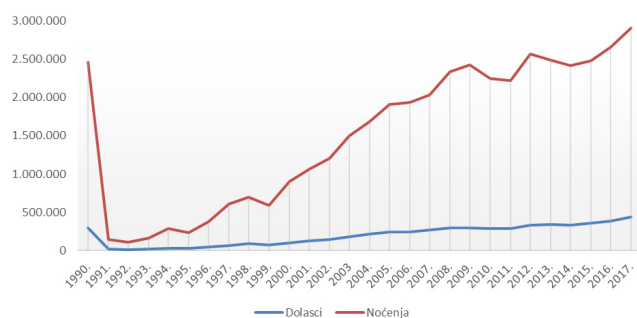
Krajem listopada 2018. objavljeno je da Travel Bird, turoperator koji je u Nizozemskoj značajan i popularan te koji posluje isključivo na internetu, nije u mogućnosti ostvariti plaćanja uslijed neodobravanja novog kredita od banke te se predviđa stečaj spomenutog subjekta.

## 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.	389.112	109	130	2.660.569	107	108
2017.	442.692	114	148	2.904.353	109	118

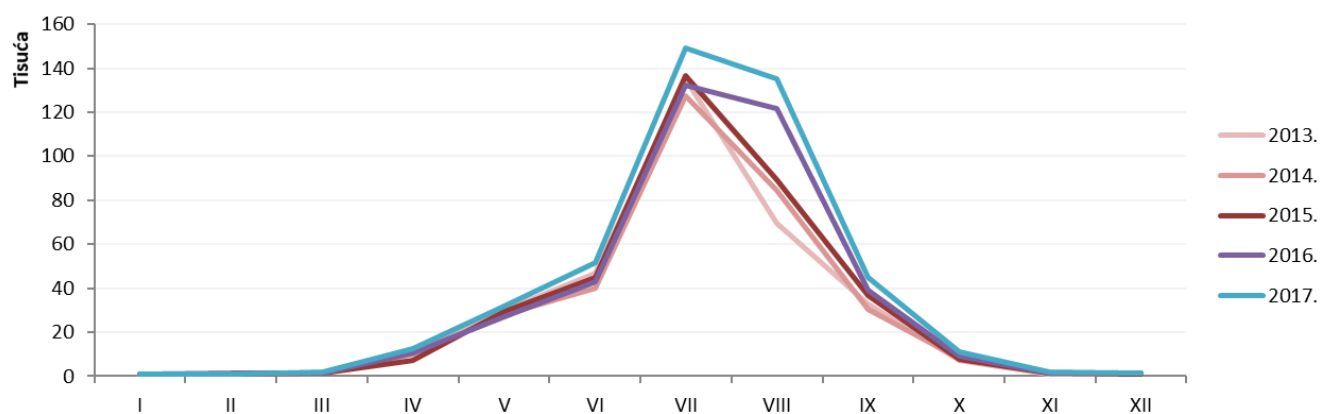
Izvor: DZS

### Dolasci i noćenja nizozemskih turista u razdoblju 1990. - 2017.



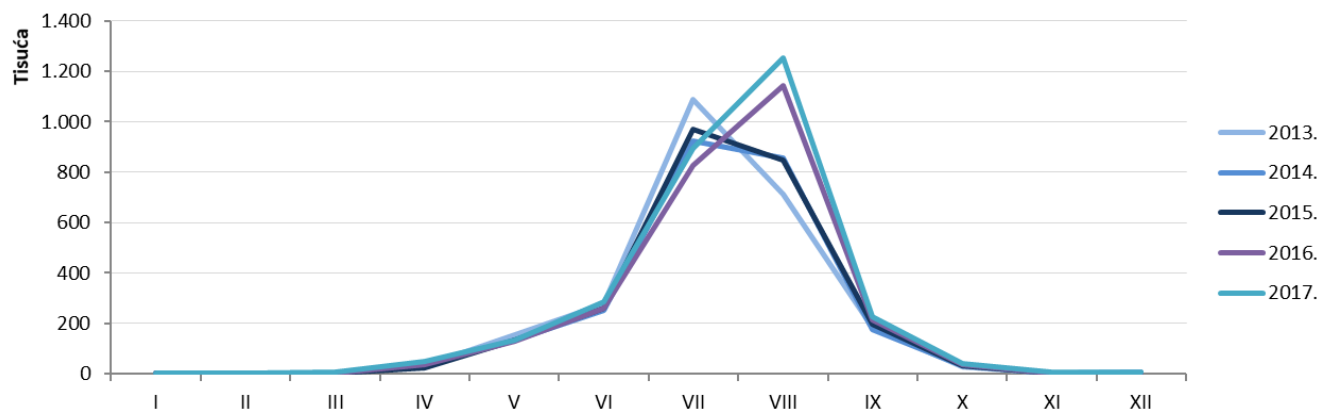
Izvor: DZS

## Dolasci po mjesecima



Izvor: DZS

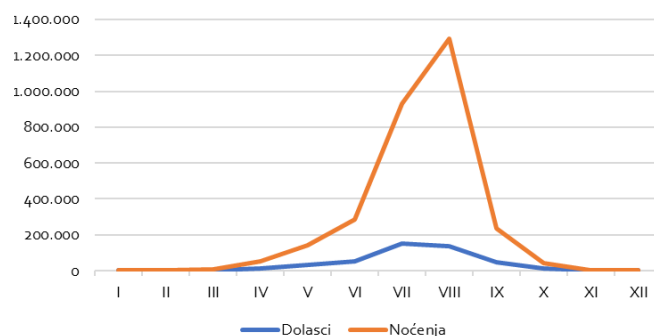
## Noćenja po mjesecima



Izvor: DZS

## REZULTATI ZA 2017. PREMA SUSTAVU eVisitor

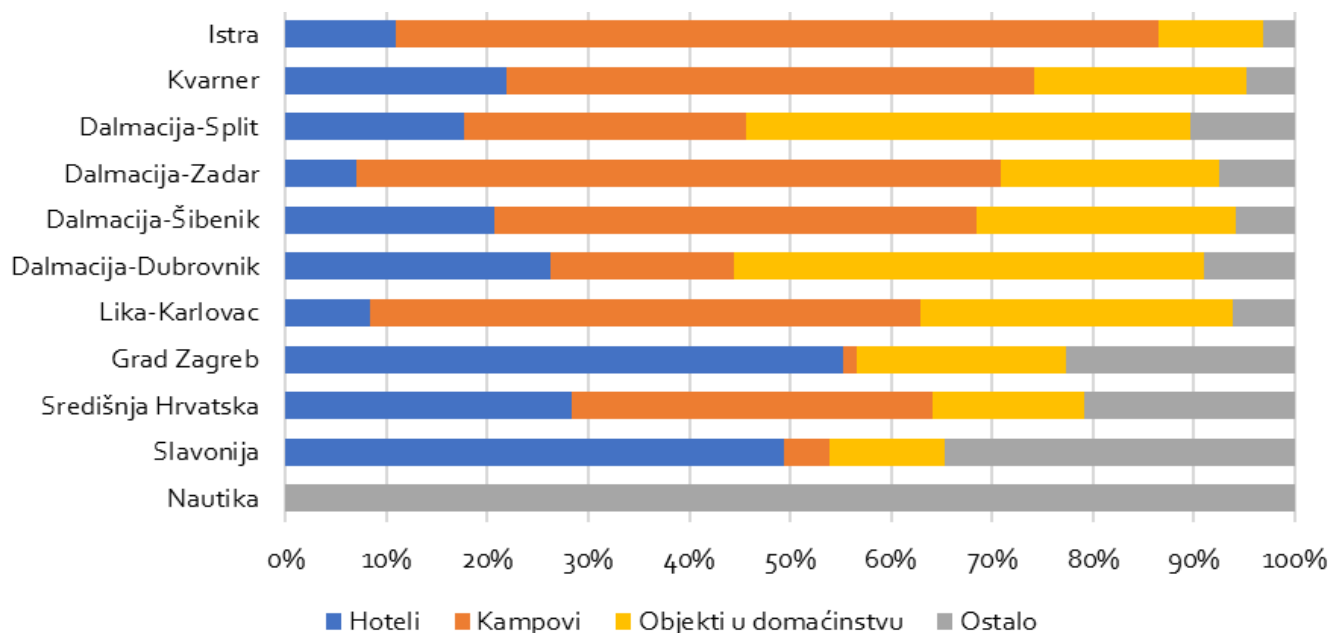
### Dolasci i noćenja nizozemskih turista, 2017.



### Top deset gradova/općina po noćenjima

Grad općina	noćenja
Funtana	292.662
Rovinj	249.357
Tar	192.330
Vrsar	176.294
Poreč	141.583
Fažana	98.986
Brtonigla	96.430
Nin	93.038
Šibenik	81.893
Split	73.859

### Noćenja nizozemskih turista po klasterima prema vrstama smještaja, 2017.



### Dolasci i noćenja po klasterima

Klaster	dolasci	noćenja
Istra	173.150	1.637.040
Kvarner	53.964	308.305
Dalmacija-Split	59.505	304.415
Dalmacija-Zadar	37.343	251.975
Dalmacija-Šibenik	22.264	141.406
Dalmacija-Dubrovnik	32.255	133.155
Lika-Karlovac	39.154	106.734
Nautika	8.999	68.553
Grad Zagreb	20.647	40.169
Središnja Hrvatska	5.827	13.018
Slavonija	1.897	4.171
<b>Ukupno</b>	<b>455.005</b>	<b>3.008.941</b>

### Dolasci po dobi i spolu

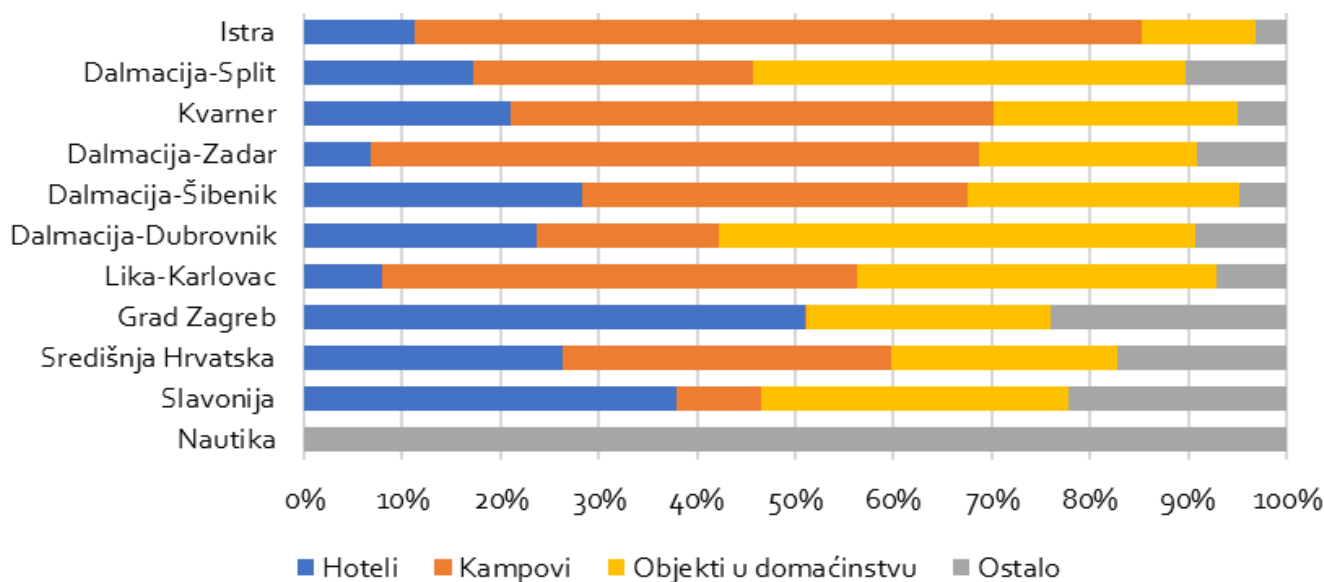
Dobna skupina	muškarci	žene
0-5 godina	1,6%	1,5%
6-11 godina	3,3%	3,1%
12-17 godina	4,8%	5,0%
18-24 godina	5,8%	5,5%
25-34 godina	7,2%	6,2%
35-44 godina	6,0%	5,9%
45-54 godina	9,5%	8,5%
55-64 godina	7,2%	6,6%
> 65 godina	6,6%	5,6%

## REZULTATI ZA RAZDOBLJE SIJEČANJ – STUDENI 2018. PREMA SUSTAVU eVisitor

### Top deset gradova/općina po noćenjima

Grad općina	noćenja
Rovinj	273.541
Funtana	270.951
Tar	179.416
Vrsar	155.403
Poreč	148.238
Brtonigla	114.576
Nin	103.859
Fažana	97.844
Split	90.138
Šibenik	81.447

### Noćenja nizozemskih turista po klasterima prema vrstama smještaja, I - XI 2018.



### Dolasci i noćenja po klasterima

	dolasci	noćenja
Istra	179.904	1.658.619
Dalmacija-Split	70.627	359.819
Kvarner	58.413	324.943
Dalmacija-Zadar	40.852	269.147
Dalmacija-Šibenik	25.810	150.590
Dalmacija-Dubrovnik	35.550	140.517
Lika-Karlovac	45.546	118.933
Nautika	8.451	65.780
Grad Zagreb	22.018	41.037
Središnja Hrvatska	6.633	13.955
Slavonija	1.881	3.824
<b>Ukupno</b>	<b>495.685</b>	<b>3.147.164</b>

### Dolasci po dobi i spolu

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

## Aktualni imidž Hrvatske

Nizozemsko tržište prepoznaje kako je Hrvatska prelijepa i zanimljiva zemlja očuvane prirode i bogate kulturne baštine u kojoj ima još puno toga za otkrivanje. Naše promidžbene poruke su ciljane i jasne, što rezultira činjenicom kako mediji izuzetno povoljno pišu o kulturi, prirodnoj baštini, gastronomiji u svim dijelovima zemlje, a vrlo često i o odmoru na „kontinentu“ Hrvatske. Hrvatska se izborila za stabilnu poziciju na nizozemskom „turističkom nebu“, iako valja naglasiti kako gotovo dvije trećine gostiju boravi u Istri, koja je svakako favorit među hrvatskim regijama. Naravno, iz godine u godinu primjećujemo priljev novih gostiju i pomak prometa iz Istre prema jugu, dijelom i prema kontinentalnom području zemlje. Za pomak prometa prema jugu „zaslužne“ su u velikoj mjeri i nove zrakoplovne linije, 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 (adrenalinским) sportovima i slično. Nizozemci Hrvatsku doživljavaju kao destinaciju s predivnom prirodom, ljubaznim ljudima, velikom raznolikošću ponude, destinaciju koja nudi dobru vrijednost za novac. Kritiziraju se gužve na graničnim prelazima na vrhuncu sezone, gužve na pojedinim destinacijama (primjerice u Dubrovniku), u nacionalnim parkovima, a u manjoj mjeri i Istri. U 2018. nautičari su se u nešto većoj mjeri žalili na skupoću.

Pretpostavke govore kako ćemo se do kraja 2018. godine približiti brojki od pola milijuna dolazaka nizozemskih turista te dosegnuti razinu od 3,2 milijuna noćenja, što predstavlja povećanje od 10% u dolascima i 5% u noćenjima. Prema posljednjim dostupnim podacima sustava eVisitor, 58% gostiju u Hrvatsku je doputovalo individualno, dok je 42% gostiju putovalo preko posrednika, što predstavlja povećanje u korist agencijskih gostiju u usporedbi s prošlom godinom.

## Zastupljenost Hrvatske u programima organizatora putovanja

Na nizozemskom tržištu praktički svi najveći i najvažniji organizatori putovanja (osim Correndona koji je specijaliziran za Tursku) nude putovanja za Hrvatsku, tako da gotovo i 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 susjednom Slovenijom, BiH ili Crnom Gorom. S obzirom na brojem stanovnika ograničeno tržište, segmentaciju i raspodjelu tržišta, broj turoperatora već je nekoliko godina zaredom konstantan i osim u neznatnom obujmu neće se značajnije mijenjati niti narednih godina. Također, sve veće *cruise* kompanije imaju Hrvatska odredišta u svojim programima. Istovremeno, niz manjih turoperatora počinje nuditi programe za posebne ciljane skupine gostiju, tako da su prisutne ponude vezane uz aktivni odmor, biciklističke ture, otoke, zdravstveni i omladinski turizam. Internetska prodaja aranžmana snažno je zastupljena u Nizozemskoj - svi turooperatori i putničke agencije pružaju mogućnost direktnog bukinga preko interneta. Postoje i turooperatori koji posluju isključivo putem interneta (TravelBird, Sundio Grupa i slični). Ovi turooperatori kao i većina manjih više niti ne izdaju brošure, već su kompletno poslovanje prebacili na internet. S obzirom na brojne nove letove za Hrvatsku uvedene u 2018., očekuje se sve veća ponuda te povećanje broja aranžmana sa zračnim prijevozom, čemu svjedoči i veći postotak agencijskih gostiju.

Nizozemsko organizirano tržište putovanja završava sezonu ljetovanja 2018. s porastom od tek 1%, zbog toplog i lijepog vremena koje je brojne građane motiviralo da odmor provedu u vlastitoj zemlji. „Pobjednica“ sezone je Turska, no pritom treba uzeti u obzir da prošla godina za Tursku radi političke nestabilnosti i konflikta s Nizozemskom (uslijed organiziranja skupova podrške turskom referendumu) nikako nije bila dobra. Španjolska i Portugal ove godine bilježe pad jednako kao i Francuska. Prema prvim raspoloživim podacima čini se kako će se u Nizozemskoj i u zimskom periodu bilježiti pozitivan trend na tržištu putovanja. U rujnu je porast rezervacija zimovanja iznosio oko 1%, a najveći rast ostvaruju Austrija i Francuska te Egipat.

## Zrakoplovna povezanost s Hrvatskom

Klasični turooperatorski charter program (let + smještaj) iz Nizozemske u 2018. imao je samo TUI, prema zračnoj luci u Puli. Neki manji turooperatori, poput ID Riva Tours, Sundio Groep te Thomas Cook imali su u zakupu sjedala na liniji nizozemskog nisko cjenovnog zračnog prijevoznika Transavija, a sjedala na letovima Transavije za Split zakupio je i TUI.

## Pregled direktne zrakoplovne povezanosti ljeta 2018. i zima 2018./2019

Zrakoplovna tvrtka	Vrsta prijevoznika	Polazište	Odredište Hrvatska	Od	Do
Arkefly	CHAR	Amsterdam	Pula	28.6.2018	06.10.2018
Croatia Airlines	RED	Amsterdam	Pula	29.05.2018	18.09.2018
Croatia Airlines	RED	Rotterdam	Dubrovnik	1.5.2018.	2.10.2018.
Croatia Airlines	RED	Amsterdam	Zagreb	25.3.2018.	30.03.2019
Easyjet	LCC	Amsterdam	Split	26.3.2018.	27.10.2018.
Easyjet	LCC	Amsterdam	Dubrovnik	25.3.2018.	27.10.2018.
KLM	RED	Amsterdam	Split	14.4.2018.	27.10.2018.
KLM	RED	Amsterdam	Zagreb	25.3.2018.	30.03.2019
Maleth-Aero	CHAR	Rotterdam	Split	6.9.2018.	6.9.2018.
Transavia	LCC	Amsterdam	Split	13.9.2018.	13.9.2018.
Transavia	LCC	Eindhoven	Rijeka	5.7.2018.	2.9.2018.
Transavia	LCC	Rotterdam	Split	26.4.2018.	27.10.2018.
Transavia	LCC	Rotterdam	Pula	28.4.2018	07.10.2018
Transavia	LCC	Rotterdam	Dubrovnik	5.4.2018.	28.10.2018
TUI Airlines Belgium	CHAR	Rotterdam	Brač	12.5.2018.	6.10.2018.
TUI Airlines Netherlands	CHAR	Amsterdam	Zadar	06.7.2018	31.08.2018

### Autobuseri u 2018.

Najznačajniji autobuseri u 2018. godini 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 boravak, odnosno, 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.

### Individualni promet u 2018.

Individualni promet teže predvidjeti, budući da ovisi o nizu čimbenika: vremenskim prilikama, medijskim napisima, političkim događanjima, aktivnostima konkurencije, gledanosti TV spotova, online i offline oglašavanju, ekonomskoj situaciji u zemlji i nizu drugih elemenata. I ove je godine velik broj individualaca otputovao u Hrvatsku, čemu doprinose i sve brojniji i učestaliji letovi za Hrvatsku. Za brojne individualce i ove godine ostajemo jedna od najomiljenijih kamping destinacija.

### Prednosti:

- Odlična klima
- Kvalitetni kampovi koji neprestano ulažu u podizanje kvalitete
- Bogatstvo kulturnih sadržaja koji se nude
- 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, a 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, ali i boljem prepoznavanju hrvatske turističke ponude.



## PREDVIĐANJA ZA 2019.

### TURISTIČKA SEZONA 2019. – OPĆI POKAZATELJI

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

Predstoji vrlo neizvjesna turistička godina obilježena činjenicom kako je prisutna opasnost jenjavanja interesa koji je prijašnjih godina vladao za Hrvatskom, poglavito zbog vrlo kompetitivne ponude i agresivnih marketinških kampanja konkurentskih odredišta. U tom pogledu, svakako je potrebno nadalje unaprjeđivati suradnju sa zračnim prijevoznicima i turoperatorima, pogotovo onima koji su specijalizirani za određene tržišne niše i segmente (luksuzni segment, aktivni odmor, itd.). Hotelijeri, a naročito ugostitelji trebali bi biti oprezniji pri formiranju cijena budući da Hrvatska postaje sve skuplja, a cijene u popularnim jadranskim odredištima u nekim su segmentima više nego u samoj Nizozemskoj.

#### Preliminarna procjena redoslijeda omiljenih destinacija

Među etabliranim odredištima, kao što su Francuska, Španjolska, Grčka, Italija, Austrija, Portugal i Hrvatska, procjenjuje se kako će redoslijed top destinacija ostati jednak te kako će udjeli na tržištu ostati bez značajnijih promjena. Neizvjesno je u kojem će smjeru krenuti geopolitička situacija Turske, a paralelno s time i nastavak povratka navedene destinacije na turističku scenu u 2019.

Zemlje koje su u 2017. profitirale radi smanjenog interesa za Turskom, ali potom imale manje nizozemskih gostiju u 2018., kada se Turska snažno vratila na „tržišnu scenu“ vjerojatno će u 2019. opreznije formirati cijene i na tržištu nastupiti agresivno. Očekuje se da će i Tunis nastaviti s rastom, nakon što je u 2017. ukinuta negativna preporuka putovanja, a isto vrijedi i za Egipat. Međutim, za spomenute 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

Turoperatorima su ponovno započeli s programiranjem Tunisa i pojačali svoje aktivnosti u Egiptu. Turska je u 2018. praktički vratila izgubljene pozicije, no nije izvjesno kako će se situacija dalje razvijati. Ukoliko sigurnosna situacija u Europi bude dobra, očekuje se daljnji rast broja kraćih i vikend putovanja u obližnje gradove, iako ovaj tip putovanja nizozemski turisti uglavnom organiziraju sami, direktno kontaktirajući prijevoznika ili hotel bez posrednika, odnosno turoperatora ili agencija. Omjer cijene i kvalitete će i dalje biti važan faktor, kao i opća gospodarska situacija u zemlji. Tijekom 2019. sigurnost će i nadalje biti jedan od ključnih faktora pri odabiru destinacije za odmor.

## TURISTIČKA SEZONA 2019. – HRVATSKA

### Okvirna procjena ukupnog broja dolazaka i noćenja u Hrvatskoj u 2019.

S obzirom na rekordan rezultat u 2018. godini, vjerujemo da bi se i narednoj sezoni pozitivna kretanja mogla nastaviti. Premda smo tijekom posljednjih sezona bili jedna od rijetkih turističkih destinacija na tržištu s povećanjem prometa u odnosu na prethodnu godinu, nastavak rasta u 2019. godini ovisit će prije svega o razumnom, tj. tržišno opravdanom ponašanju hotelijera/kampova, ugostitelja kao i o ukupnoj receptivnoj turističkoj ponudi Hrvatske i sigurnosnoj situaciji u okruženju.

### Najave zastupljenosti Hrvatske u programima organizatora putovanja

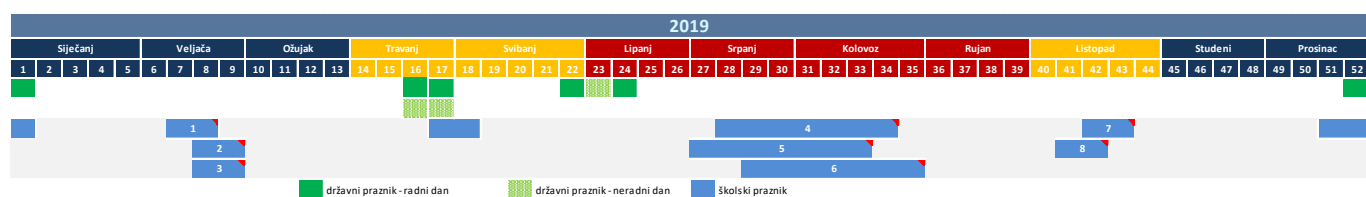
Hrvatska će i dalje biti zastupljena u programima većine turoperatora koji nude mediteranske destinacije, a predstavništvo će nastojati motivirati i nove turooperatore da uvedu hrvatska odredišta u svoju ponudu, naročito kada su u pitanju kratka, vikend odnosno *citytrip* putovanja te MICE segment, budući da ona najviše mogu pridonijeti u punjenju kapaciteta tijekom cijele godine, uz daljnju promidžbu kampova, nautičkog turizma, pustolovnog i aktivnog turizma, gastronomije, itd. Očekujemo daljnje povećanje broja zračnih linija prema Hrvatskoj. Transavia je najavila novi let za Zadar te produženje letova prema

Rijeci tijekom čitave sezone, a let za Zadar razmatra i Easyjet koji, osim toga, povećava i broj naleta na Split i Dubrovnik u 2018. Thomas Cook Nizozemska će svoj turooperatorski program nastaviti zakupom sjedala na letovima Transavije.

### Mjere koje bi prema mišljenju organizatora putovanja trebalo poduzeti u 2019.

- Povećanje kapaciteta te veći broj kvalitetnih hotelskih kreveta, uz proširenje ponude u kampovima (naročito kada je u pitanju „kontinent“)
- Nastaviti, uz adekvatna unaprjeđenja, (pravovremene) promotivne aktivnosti (oglašavanje) samostalno i u suradnji s turoperatorima te nastaviti suradnju turoperatora s programima baziranim na zrakoplovnim i na autobusnim aranžmanima, posebice u pred i posezoni
- Okrenuti se tržišnom segmentu treće dobi (jedini imaju sigurne i stalne prihode – mirovine) i poticati van sezonske programe
- Uključiti se i poticati program nagrađivanja putničkih agencija u suradnji s turoperatorima koje prodaju aranžmane za Hrvatsku te sudjelovati u aktivnostima turoperatora (prezentacija novih brošura, road showovi, zajednički nastupi, itd.).
- Povećati broj studijskih putovanja.

## Kalendar praznika i blagdana



Državni praznici i vjerski blagdani (Public Holidays)	2019.	Dan u tjednu	Tjedan u godini
Nova godina (New Year's Day)	1.1.2019	Utorak	1
Veliki petak (Good Friday)	19.4.2019	Petak	16
Uskrs (Easter)	21.4.2019	Nedjelja	16
Uskršnji ponedjeljak (Easter Monday)	22.4.2019	Ponedjeljak	17
Kraljičin dan (Queen's Day) - slavi se subotom kada pada u nedjelju	27.4.2019	Subota	17
Dan oslobođenja (Liberation Day)	5.5.2019	Nedjelja	18
Uzašašće (Ascension Day)	30.5.2019	Četvrtak	22
Duhovi (Whit Sunday)	9.6.2019	Nedjelja	23
Duhovi ponedjeljak (Whit Monday)	10.6.2019	Ponedjeljak	24
Božić (Christmas)	25.12.2019	Srijeda	52
Blagdan sv. Stjepana (Christmas)	26.12.2019	Četvrtak	52

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

Školski praznici	2019.	
	Početak	Kraj
Božićni praznici i Nova godina	22.12.2018	6.1.2019
Zimski praznici - Sjeverne provincije	16.2.2019	24.2.2019
Zimski praznici - Središnja Nizozemska	23.2.2019	3.3.2019
Zimski praznici - Južne provincije	23.2.2019	3.3.2019
Proljetni/Uskršnji praznici	27.4.2019	5.5.2019
Ljetni praznici - Sjeverne provincije	13.7.2019	25.8.2019
Ljetni praznici - Južne provincije	6.7.2019	18.8.2019
Ljetni praznici - Središnja Nizozemska	20.7.2019	1.9.2019
Jesenski praznici - Južne provincije (neslužbeni podaci)	19.10.2019	27.10.2019
Jesenski praznici - Sjeverne provincije i Središnja Nizozemska (neslužbeni podaci)	12.10.2019	20.10.2019
Božićni praznici i Nova godina	21.12.2019	5.1.2020

Izvor: Euridice