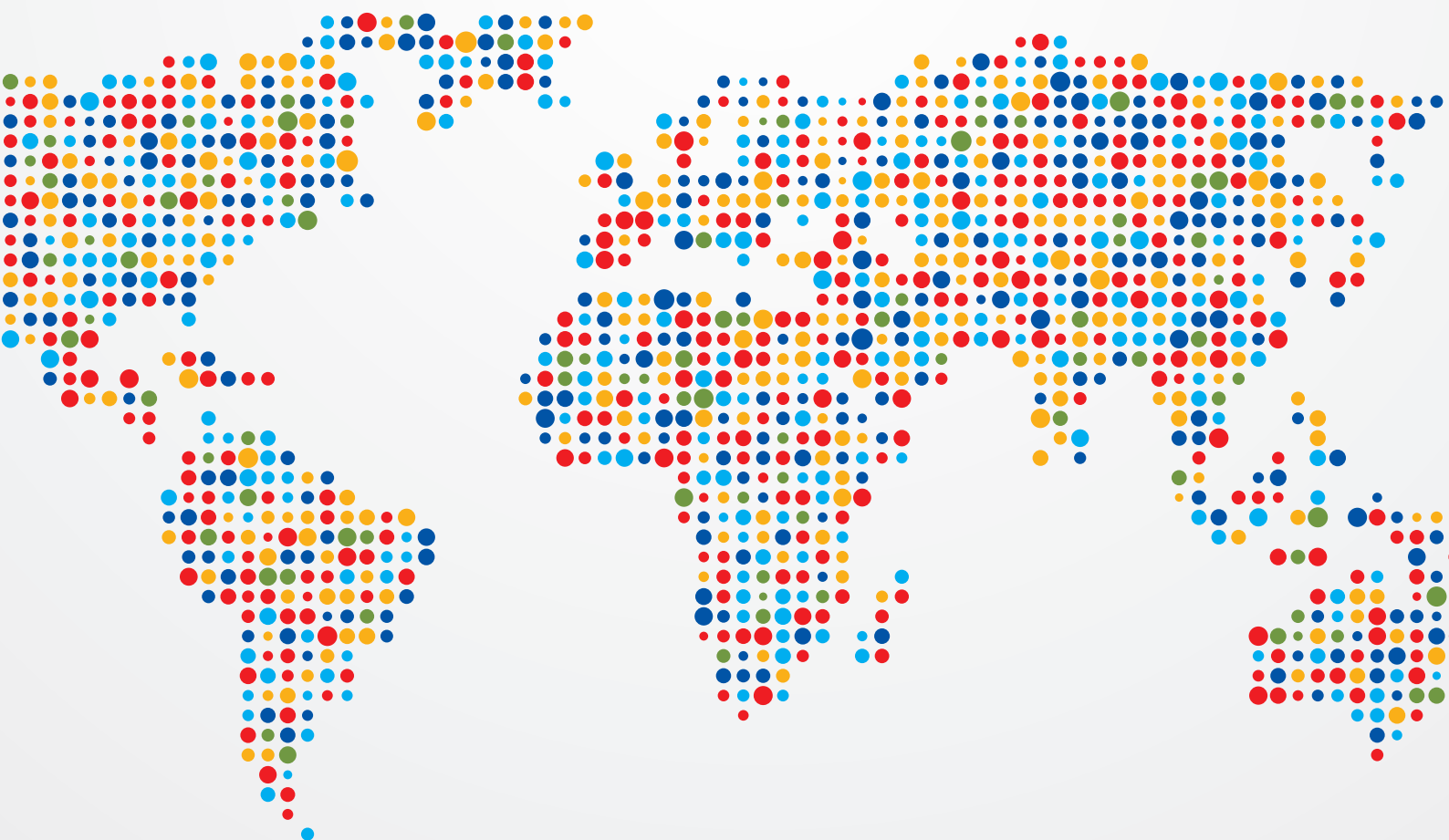




NIZOZEMSKA

PROFIL EMITIVNOG TRŽIŠTA - IZDANJE 2019.



OSNOVNI PODACI

Političko uređenje: konstitutivna monarhija.

Nizozemska je parlamentarna monarhija od 1815. godine, a nakon abdikacije kraljice Beatrix 30. 4. 2013. prijestolje je preuzeo njezin sin Willem-Alexander. Koalicijska vlada liberalnog premijera Marka Ruttea na putu je da još više ojača ovu generalno stabilnu zemlju. Ekonomske predispozicije stabilnosti dobro su vidljive. Nacionalni dohodak raste isto kao i potrošnja stanovništva u usporedbi s prošlom godinom. Kao rezultat toga, nacionalni je dug niži, a Nizozemska je bolje pripremljena za buduće gospodarske krize. Nezaposlenost pada na povijesno nisku razinu, a građani lakše nego ikada prije pronalaze posao, grade karijeru i rade više sati. Ove su godine tvrtke sve teže pronalazile zaposlenike i zbog toga se iznadprosječno podiže prosječni dohodak.

Površina

Ukupna: 41.526 km²
Kopna: 33.883 km²
Mora i voda: 7.643 km².

Najveći gradovi

Amsterdam:	863.202
Rotterdam:	644.527
Den Haag:	537.988
Utrecht:	352.795
Eindhoven:	231.469
Tilburg:	217.342
Almere:	207.819

Stanovništvo

Prema procjenama nizozemskog Državnog zavoda za statistiku (DZS), u listopadu 2018. godine stanovništvo je brojilo 17.181.084 osoba (8 654 043 žena i 8 527 041 muškaraca) i to:

0-19 godina	3.810.656
20-40 godina	4.253.083
40-65 godina	5.878.229
65-80 godina	2.460.202
80+	778.914.

OPĆE KARAKTERISTIKE GOSPODARSTVA

Iako se radi o relativno maloj zemlji, Nizozemska je 6. po snazi gospodarstvo Europske unije te igra važnu ulogu i kao europsko transportno čvorište. Ima visok trgovinski višak, stabilnu industriju i nisku nezaposlenost. Nizozemsku odlikuje prosperitetna i otvorena ekonomija koja u velikoj mjeri ovisi o vanjskoj trgovini i izvozu. Ekonomija zemlje je na vrlo visokoj razini - prema godišnjem WEF Global Competitiveness Indexu, koji bilježi konkurentnost 137 zemalja, Nizozemska je četvrta, nakon Švicarske, SAD-a i Singapura. Nizozemsko gospodarstvo izvozno je orijentirano i izvoz čini 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 trgovinski partneri su: Kina, Francuska, Ujedinjeno Kraljevstvo i Sjedinjene Države. Nizozemsko gospodarstvo bilježi solidan rast već petu godinu zaredom. Zanimljivo je navesti kako Velika Britanija zbog nadolazećeg Brexita ulaže u Nizozemsku 6 puta više nego prijašnjih godina.

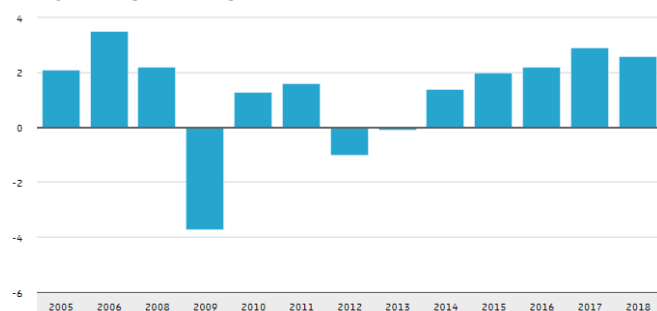
Aktualno stanje BDP-a, usporedba s prethodnim godinama i prognoza za naredne godine; BDP po glavi stanovnika

BDP je u 2018. iznosio 914 milijardi dolara, a BDP po glavi stanovnika iznosio je 49.760 eura.

Postotak nezaposlenosti u 2018., aktualno stanje u 2019. i procjena trenda

Stopa nezaposlenosti u srpnju 2018. iznosila je 3,4 %, a u ožujku 2019. zabilježena je najniža stopa nezaposlenosti od 2003. koja je iznosila 3,3 %. Očekuje se da će

Brutonacionalni dohodak - prikaz indeksa promjena od godine do godine (%)



stopa nezaposlenosti blago padati i dalje, s obzirom na rastuće trendove u nizozemskom gospodarstvu.

Prosječna plaća: Prosječna bruto plaća je 2.855 eura mjesečno.

Stopa inflacije: Prosječna stopa inflacije u listopadu 2018. bila je 2,1 %.

Vanjskotrgovinska bilanca

U srpnju 2019. nizozemsko gospodarstvo bilježi 38.131 milijun EUR uvoza, 42.258 milijuna EUR izvoza. U okviru poboljšanih gospodarskih uvjeta, stopa učinka mobilnosti na financijskim tržištima i dalje je vrlo niska. Indeks financijskog stresa u posljednjim se godinama smanjio do razina prije krize. Stabilnost na financijskim tržištima objašnjava se povoljnim makroekonomskim izgledima. S očekivanim rastom gospodarstva u 2018. godini od 3,1%, globalne ekonomske okolnosti stalno se poboljšavaju.

Utjecaj globalnih gospodarskih kretanja na domicilno gospodarstvo

Stalni rast gospodarstva

Nizozemsko gospodarstvo raste već treću uzastopnu godinu. Bruto domaći proizvod (BDP) po glavi stanovnika, mjera prosperiteta u zemlji, nakon oporavka u 2016. godini nastavlja rasti. Prema visini BDP-a Nizozemska je u vrhu EU.

Nezaposlenost u padu

Postotak nezaposlenosti zabilježio je najveći pad tijekom deset godina. Broj zaposlenih sa stalnim zaposlenjem povećao se prvi put u nekoliko godina.

Trendovi u Nizozemskoj 2018.

Prosječni prihodi kućanstava su u porastu. Porast osobnih dohodaka u prosjeku iznosi 2,5 %. Udio potrošnje iz prihoda se posljednjih godina povećava, kako u kućanstvima, tako i u tvrtkama.

Svestrani rast

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

MEDIJI I OGLAŠAVANJE NA TRŽIŠTU

Prikaz glavnih medija po segmentima

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

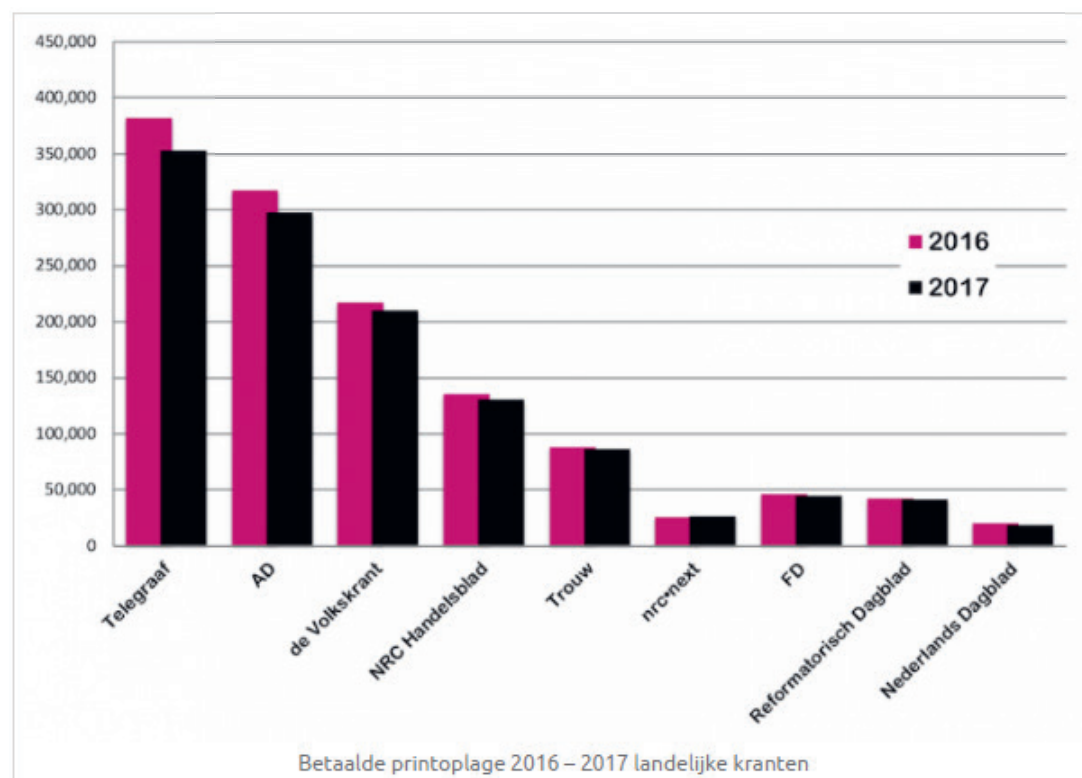
Naklade, regionalna pokrivenost, čitanost, praćenje za medije

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

Dnevni listovi:

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

Naklada za tiskana izdanja nacionalnih dnevnih listova (2016 – 2017):



Najznačajniji časopisi s turističkom tematikom:

- ASCI FreeLife - Najveći i najopsežniji časopis s temama o kampiranju.
- Bergen Magazine - Časopis za ljude koji vole planine, s temama o planinarenju, kulturi, prirodi, značajnostima 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 s naglaskom na karavane.
- Columbus Magazine - Glossy inspiracijski turistički časopis sa pričama iz cijelog svijeta.
- Fiets - Mjesečni časopis s naglaskom biciklizmu.
- 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.
- 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 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 wellnessa.

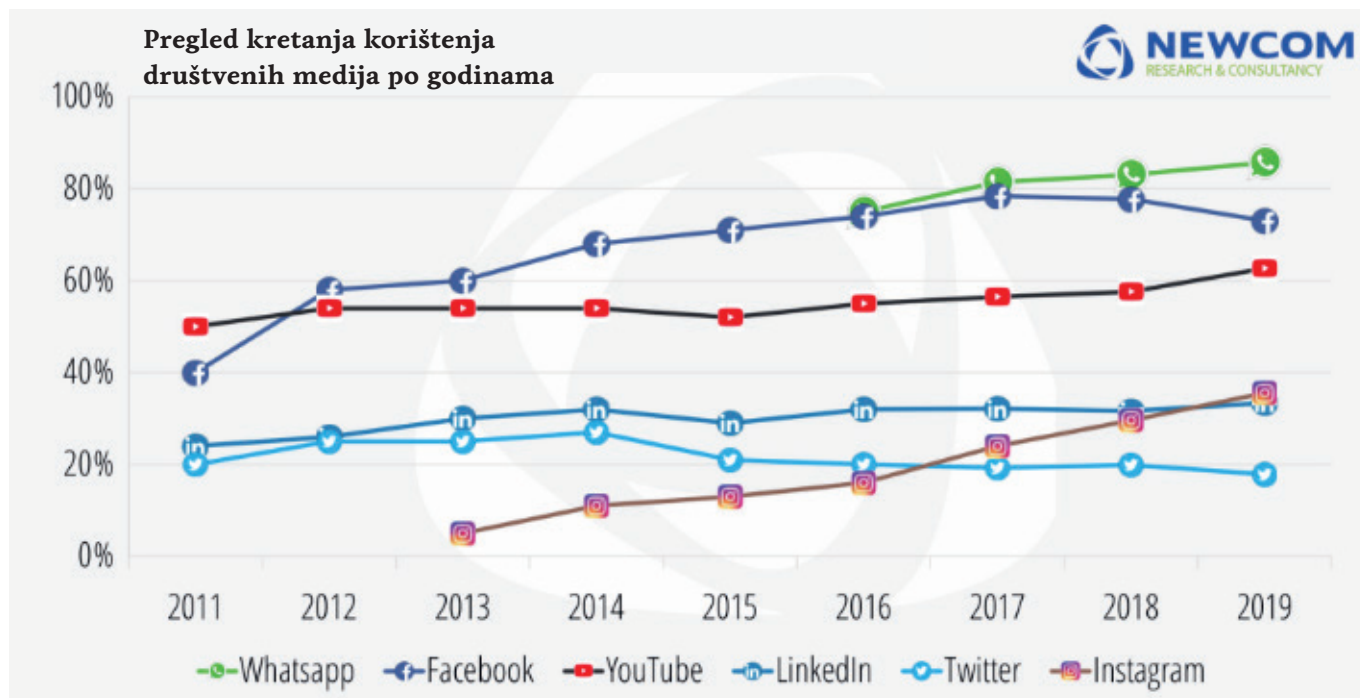
Najznačajnije internet stranice s turističkom tematikom:

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

Društvene mreže i tzv. messengeri:

Korištenje društvenih mreža i dalje se povećava, briga o privatnost i dalje je velika. WhatsApp je najveća platfor-

ma u 2018. godini, Facebook je u padu a YouTube i dalje raste. Instagram se diže relativno snažno i sad je na 4. mjestu. Facebook raste osobito među starijim osobama, a u sve većem padu je među adolescentima i osobama između 15-19 godina.



Izvor: Newcom research and consultancy

Korištenje društvenih mreža:

	2018	2019	+/- (#)	+/- (%)
	8,3 milijoen	9,1 milijoen	+ 760.000	+ 9%
	7,6 milijoen	6,8 milijoen	- 720.000	- 10%
	2,2 milijoen	2,4 milijoen	+ 250.000	+ 11%
	2,1 milijoen	2,7 milijoen	+ 550.000	+ 26%
	1,3 milijoen	1,3 milijoen	- 25.000	- 2%
	1.014.000	908.000	- 106.000	- 10%
	587.000	734.000	+ 147.000	+ 25%
	513.000	611.000	+ 98.000	+ 19%
	137.000	115.000	- 22.000	- 16%
	106.000	91.000	- 15.000	- 14%
	68.000	77.000	+ 9.000	+ 14%

PROFIL EMITIVNOGA TURISTIČKOG TRŽIŠTA

Ukupan broj stanovnika koji su tijekom 2018. otputovali na odmor

83 % stanovnika, odnosno, gotovo 14 milijuna Nizozemaca putuje na godišnji odmor. U prosjeku, Nizozemci putuju 3 puta godišnje. Godišnje se u Nizozemskoj realizira oko 40 milijuna putovanja.

Neki od najnovijih trendova Nizozemaca kada su putovanja u pitanju su:

- 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 i 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-surfing*, smještaj kod domaćina itd.) i sve su više po vlastitoj mjeri.

Broj stanovnika koji su na odmor otputovali u inozemstvo / odmor proveli u vlastitoj zemlji

8 milijuna ih odmor provodi u vlastitoj zemlji, dok ih 11 milijuna odmor provodi u inozemstvu. Ukupno se u inozemstvu realizira oko 22 milijuna putovanja, u tuzemstvu 18 milijuna.

Redoslijed omiljenih destinacija – promjene u redoslijedu u odnosu na prethodnu godinu

Najpopularnije odredište za kraća i duža putovanja je Njemačka radi blizine, jezika i navika. Kada su duža putovanja u pitanju, na prvom je mjestu Francuska, a potom slijedi Španjolska, Austrija i Italija te Grčka i Portugal. U 2018. je, u usporedbi s 2017., zabilježen značajan rast Turske koja je radi političke nestabilnosti ranijih godina ostvarivala pad.

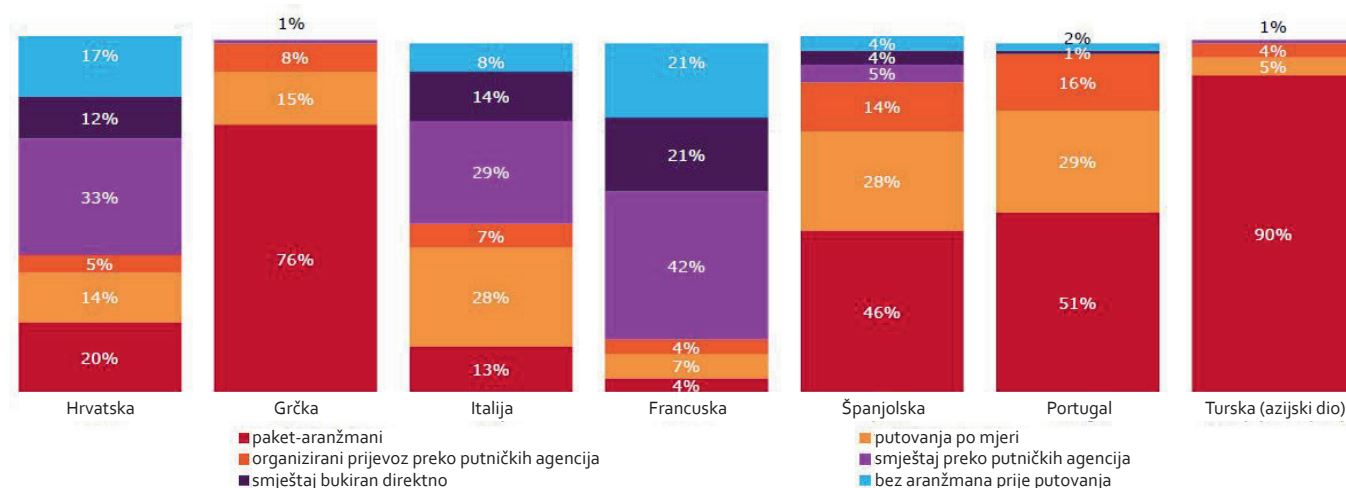
Top 10 omiljenih destinacija:

Zemlja	Ukupni broj putovanja u 2018. x 1000	Udio na tržištu (%)
1. Njemačka	3.646	16
2. Francuska	2.839	13
3. Španjolska	2.694	12
4. Belgija	1.524	7
5. Italija	1.435	6
6. Austrija	1.192	5
7. Velika Britanija	993	4
8. Grčka	847	4
9. Portugal	653	3
10. Turska	646	3
Ostale zemlje	5738	26

Omjer između organiziranog i individualnog prometa za omiljene destinacije

65% putovanja u inozemstvo je organizirano. Za bliska odredišta te za smještaj u kampovima, organizacija putovanja uglavnom je individualna, a velika je penetracija rezervacijskih platformi poput booking.com, airbnb i sličnih. Za udaljenija, tipično turoperatorska odredišta poput Turske, Španjolske, Egipta, Tunisa itd. te za kompleksnija putovanja, organizacija uglavnom ide preko posrednika.

Nizozemci najčešće bukiraju 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.



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

U najomiljenijim destinacijama prednosti za turoperatore ponajprije su brojni kvalitetni smještajni objekti i značajni kontingenti smještajnih jedinica koje mogu dobiti u hotelima ili turističkim naseljima te ponuda još uvijek u osjetnoj mjeri tražene *all-inclusive* usluge. Za turoperatore su također važne mogućnosti koje im poglavito pružaju charter destinacije (Turska, Maroko, Tunis, Grčka, Egipat) jer mogu uključiti u ukupnu cijenu značajni dio dodatnih aktivnosti. Za više od 40% putovanja u tipična turoperatorska odredišta kao što su Tunis, Cipar, Turska, Grčka i Maroko, na potencijalne klijente značajno utječu specijalne ponude, odnosno, akcije.

Za nizozemske turiste, prednosti najomiljenijih destinacija su ljepota prirode, topla i ugodna klima, sigurnost, uređenost, blizina i dostupnost vlastitim automobilom ili učestalim, uglavnom povoljnim, zračnim vezama te u vrlo velikoj mjeri dobar omjer cijene i kvalitete usluga. Nizozemci će si rado priuštiti komfor i „počastiti“ se

ljetovanjem ali su jako osjetljivi na to da usluga cjenovno mora odgovarati kvaliteti. Bitni faktori pri odabiru odredišta su i lokacija, cijena te ocjene drugih korisnika. Nizozemski turisti uglavnom su u potrazi za lijepim i toplim vremenom, aktivnostima na otvorenom u lijepom krajoliku (biciklizam), suncem, dobrom gastro i eno ponudom te lijepom prirodom i očuvanim okolišem. Iako su njom uglavnom zadovoljni, nizozemski se turisti u najomiljenijoj destinaciji Francuskoj ponekad žale na skupoću, dok u Tursku i sjevernoafričke destinacije putuju uglavnom radi povoljne *all-inclusive* ponude. Nizozemci često putuju i na druge kontinente, naročito u zemlje s kojima su imali povijesne veze (Indonezija, JAR, Surinam) ili u svoja prekomorska područja (Curacao, Bonaire, Aruba itd.). U Španjolsku Nizozemci uglavnom putuju radi zabave te zbog činjenice što su vlasnici brojnih nekretnina. U posljednje vrijeme učestalo se mogu čuti kritike na ljetovanja u zemljama Magreba, naročito kada je u pitanju kvaliteta usluge, smještaja, sigurnosti, higijene, čistoće, itd. Glede nedostataka, turoperatori

u najomiljenijim destinacijama imaju problema poglavito s visokim cijenama, a turisti s kvalitetom usluge, koja je često manja od očekivane. Turska i Grčka bilježe značajan porast u 2019. prvenstveno zbog izrazito povoljnih cijena u luksuznom *all-inclusive* segmentu (Turska), dok Grčka Nizozemce nakon smirivanja situacije s migrantima privlači povoljnim cijenama za nautički turizam i povoljnim cijenama vanpansionske potrošnje općenito. Za putovanja u Tunis je tijekom 2016. pa sve do ljeta 2017. bila na snazi negativna preporuka nizozemskog MVP-a za putovanja, pa turoperatori nisu niti programirali putovanja u Tunis. Sada je situacija stabilna i Nizozemski turisti opet odlaze u Tunis, poglavito u *all-inclusive* hotele. Potražnja za Egiptom je još nestabilna uslijed nestabilne političke situacije, no uz Kanarske otoke Egipat je izuzetno privlačno odredište tijekom zimskih mjeseci.

Vrsta prijevoza koji su turisti preferirali prilikom odlaska na godišnji odmor

Za putovanja u inozemstvo je najpopularnije prijevozno sredstvo bio zrakoplov (46%), a odmah nakon njega automobil (45%), 3% građana bira vlak a 6% ostala prijevozna sredstva. Naročito zračni prijevoz je u porastu uslijed uvođenja brojnih, uglavnom niskocjenovnih letova. Automobil se koristi uglavnom za putovanja u vlastitoj zemlji te za putovanja u susjedne zemlje, u tom slučaju čak 88% građana putuje automobilom.

Koji su način organiziranja odmora / bukiranja turisti preferirali prilikom odlaska na godišnji odmor

Sve više i više građana bukira svoj odmor putem interneta bez obzira bilo to individualno ili putem posrednika. Kod putovanja u inozemstvo, 28% građana je smještaj rezerviralo kod posrednika tj. turoperatora, 20% izravno kod pružatelja smještaja, 20% kod različitih pružatelja usluga, dok ih 21% uopće nije rezerviralo smještaj.

Gotovo u 40% slučajeva smještaj je bukiran 3 mjeseca ili više prije putovanja, 14% jedan do 3 mjeseca prije putovanja, 20% tjedan do mjesec dana prije putovanja. 68% građana bukira putem interneta, 11% osobno kod putničkog agenta, 7% telefonski, 9% putem e-maila ili poruka.

Preferencije turista s obzirom na vrstu smještaja

Nizozemski gosti uglavnom preferiraju hotelski smještaj, smještaj u kućama za odmor, mobilnim kućicama, apartmanima i u kampovima.

Hotel, Pansion, B&B	43%
Kamp-prikolica, kamper	10%
Apartman	10%
Mobilna kućica ili apartman u turističkom naselju	17%
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. 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 onda zbog hotela.

Razrada tržišta s obzirom na motiv putovanja i posebna razrada odmorišnog segmenta

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 18% slučajeva motiv je bio aktivni odmor, 18% odmor na plaži, 18% tzv. *citytrip*, 6% priroda, 7% kultura, 3% *wellness*, 8% turing, 13% odmor s obitelji.

Prosječni budžet/potrošnja po putovanju

Nizozemci godišnje potroše preko 20 milijardi eura za putovanja. Oko 18 milijardi otpada na putovanja u inozemstvo, a 3 na putovanja u vlastitoj zemlji. U prosjeku Nizozemci za putovanje u inozemstvo troše 785 eura. Prosječna potrošnja po osobi i danu za putovanja u inozemstvo iznosi 70 eura, a za ljetovanja Nizozemci izdvajaju dvostruko više nego za zimovanja.

Pregled organizatora putovanja na tržištu

S prometom većim od 1,8 milijardi eura, TUI Netherland je i dalje najveća turistička tvrtka u Nizozemskoj. Nakon toga slijede turoperator specijaliziran za poslovna putovanja BCD Grupa, D-rt Grupa (D-reizen i VakantieXperts) na trećem su mjestu. 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 oko 300-tinjak agenata, a neke od značajnijih su Face2Travel, Vakantieexperts, Personal Touch Travel etc.

Procjena ukupnih odlazaka na godišnji odmor u inozemstvo u 2019. – analiza emitivnog potencijala tržišta

Ovu je turističku godinu na tržištu Beneluksa obilježio nikada najizvjesniji, kasniji i usporeniji buking od početka godine, sve do samog kraja ljeta. Ove je godine rani buking u prosincu, siječnju i veljači, dakle, u terminu kada većina građana Belgije inače bukira svoj odmor, izostao i doslovno podbacio. Rezervacije paket aranžmana i smještaja pristizale su doslovno „na kapaljku“, pa su glavni dionici na tržištu najavljivali i očekivali dobru sezonu (ultra) *last minute* bukinga, koja se na kraju nažalost ipak nije desila. Teško je istaknuti samo jedan jedini razlog zbog kojeg je ove godine buking lošiji nego prijašnjih godina, već razloge valja tražiti u nizu faktora koji su ovdašnjeg potrošača naveli na rezervirano ponašanje i smanjeni interes.

S obzirom na pad koji su ove godine ostvarile brojne turističke „velesile“ na zapadnom ili južnom Sredozemlju, može se zaključiti kako Sredozemlje (osim njegovog istočnog dijela tj. Turske, Grčke i Tunisa) ove godine nije bilo u trendu i fokusu ovdašnjeg potrošača. Razloge za smanjenim interesom valja također tražiti u povoljnim vremenskim prilikama u samim zemljama Beneluksa prošlog ljeta ali i ove godine, što je brojne potrošače navelo da pričekaju sa svojom odlukom oko kupnje aranžmana, ne bi li vremenske prilike i ove godine bile jednako dobre da mogu ostati ljetovati kod kuće, što je na određeni način bio slučaj, pa ni one nisu pomogle u motiviranju potrošača na kupnju aranžmana.

Činjenica je i da turisti mijenjaju ponašanje te iz godine u godinu putovanja bukiraju sve kasnije, buking postaje sve impulzivniji, a jedan od razloga koji se navode je i poljuljano povjerenje potrošača, s obzirom na najave negativnih gospodarskih kretanja u zemljama Beneluksa u skorijoj budućnosti.

Prema podacima ovdašnjih udruga turoperatora do samog vrhunca sezone tj. do početka srpnja gotovo polovica svih građana koji inače putuju na odmor još nije bukirala odmor, a riječ je uglavnom o ljetovanju ili *citytrip* odmoru, što znači da je s početkom ljeta na tržištu ostalo jako puno neprodanih kapaciteta. Toliko očekivani i željeni veliki val „Ultra last minute“ bukin-

ga u srpnju se nije desio, ali se uslijed lošeg vremena u kolovozu, buking naglo popravio, naročito u posljednja dva do tri tjedna mjeseca. Zbog velikog volumena kapaciteta kojeg većina turoperatora još uvijek imala na raspolaganju, aranžmani su se uglavnom (ras)prodavali na teret turoperatora, uz značajne popuste i akcijske cijene.

Ove je godine buking prije svega bio dobar za Austriju, Tursku, Grčku, Tunis, Maroko koji su (naročito ovi potonji) vraćali izgubljene udjele, dok Italija, Španjolska i Portugal ove godine bilježe pad, pogotovo u kamping segmentu. S obzirom na lijepo i stabilno vrijeme i ovog ljeta, ne iznenađuje povećan interes za ljetovanjem u vlastitoj, ili susjednim zemljama (Nizozemska, Belgija, Njemačka, Francuska), dok najveću stopu rasta bukinga ove godine bilježe pomalo neuobičajena odredišta za ljetni odmor, poput Švedske, Danske, Norveške, Velike Britanije, Češke itd. koje su bilježile dvoznamenkaste, a u nekim mjesecima čak i troznamenkaste stope rasta. Povećan je i interes za putovanjima u daleke destinacije, koje su također Sredozemlju oduzele dio „kolača“ koji je ove godine očito manji nego što je bio lani. Iako je u kumulativu buking i dalje u minusu u usporedbi s istim razdobljem prošle godine, turooperatori navode kako je rezultat na razini 2017., ali uz daleko niže marže i zaradu. Nade krovne udruge turoperatora da bi unatoč usporenom bukingu i pomalo neizvjesnoj situaciji ove godine tržište ipak trebalo ostvariti rezultate na razini prošle godine, ili postići blagi rast, svakim su danom sve manje.

Redoslijed omiljenih destinacija – procjena za 2019., dolazi li do promjena pri odabiru destinacija

Nakon ukidanja negativne preporuke nizozemskog MVP-a za turistička putovanja u Tunis, pritiska ovdašnjih turoperatora i velikih napora nacionalne turističke organizacije, Tunis se je sa svojim povoljnim i niskocjenovnim *all-inclusive* aranžmanima vratio u 2018. i u 2019. u potpunosti na tržište, ostvarujući dvoznamenkaste stope rasta. Nakon smirivanja situacije u Turskoj i velikog zalaganja turoperatora, ova se zemlja velikim koracima vratila na tržište sa svojim srednje pozicioniranim cjenovnim aranžmanima. Osim toga, turska Vlada nudi subvencije zračnim prijevoznicima i turoperatorima u iznosu od 6 do 9.000 dolara po slijetanju zrakoplova sa 100 i više putnika na 20-tak

turskih zračnih luka. Odljev gostiju u Tursku, Tunis i Egipat, uz već navedeno lijepo vrijeme u određenoj su mjeri pogodili i Hrvatsku, no zasigurno ne u toj mjeri u kojoj je bila pogođena Španjolska. Unatoč navedenom, redosljed omiljenih destinacija se u 2019. neće značajnije mijenjati te će Njemačka, Francuska, Španjolska, Belgija i Italija i dalje ostati u top 5.

Razlozi promjene u redosljedu omiljenih destinacija – promjene u kriterijima odabira, ukoliko je do njih došlo

Nakon nekoliko godina pada uslijed političke nestabilnosti, već su se u 2018. godini na tržište vratili Turska, Tunis, Grčka i Egipat, i to uglavnom na štetu Španjolske i Portugala koje su uglavnom na račun ove 3 zemlje ostvarivale zavidan porast u prethodne dvije godine. Inače uz Kanarske otoke, Egipat je praktički bez konkurencije kada je riječ o toplim, zimskim odredištima, Tunis se zahvaljujući ukidanju negativne preporuke ponovno nameće kao važno i povoljno, masovno *all inclu-*

sive odredište. Francuska i Njemačka će se kao i do sada boriti za prvo mjesto i među prvih 5 najpopularnijih odredišta neće doći do promjena.

Ukupan pregled organizatora putovanja na tržištu u 2019. - promjene u odnosu na 2018.

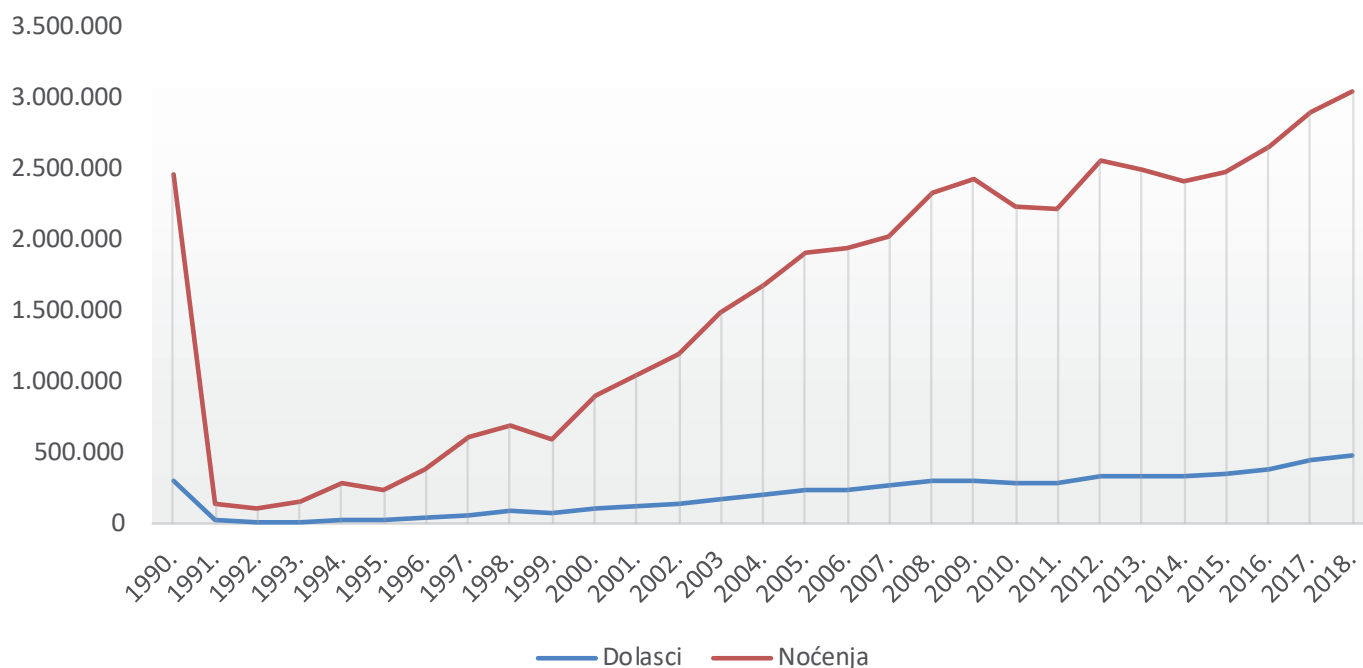
U odnosu na 2018. godinu što se tiče tržišnih lidera i novih specijalista nema značajnijih promjena. Pojavilo se kao i svake godine još nekoliko novih manjih turističkih agencija koje će ove godine svoju ponudu obogatiti hrvatskim destinacijama, ali se nije pojavio niti jedan veliki igrač europskog ili svjetskog formata. Krajem listopada 2018. objavljeno je da je Travel Bird, turoperator koji je u Nizozemskoj popularan te koji posluje isključivo preko interneta u nemogućnosti plaćanja uslijed ne odobravanja novog zajma od banke te da slijedi njegov stečaj. U 2019. je i turoperator Thomas Cook otvorio stečaj. Očekuje se daljnja stagnacija utjecaja turoperatora na tržištu u korist alternativnih oblika bukinga.

UDJEL TRŽIŠTA U 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

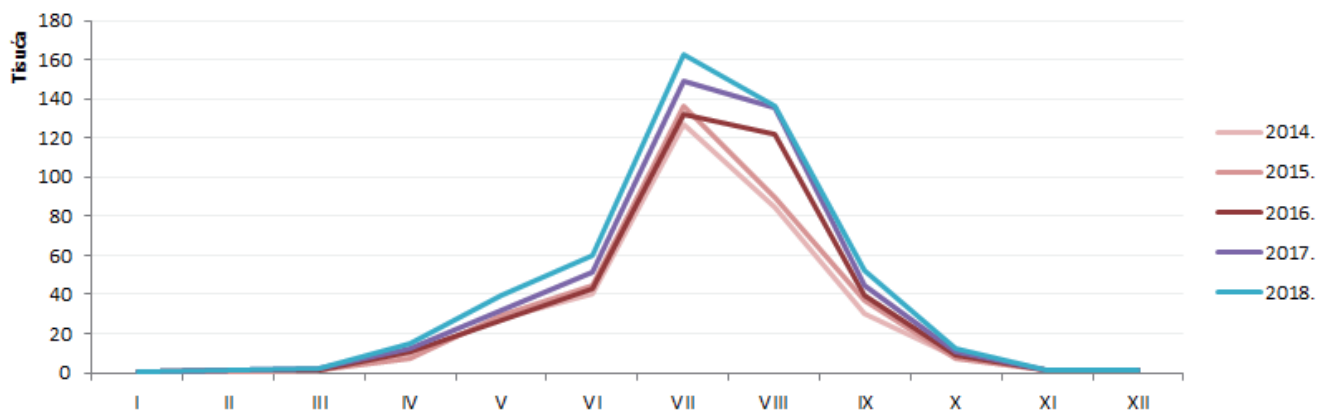
Izvor: DZS

Dolasci i noćenja nizozemskih turista, razdoblje 1990. - 2018.



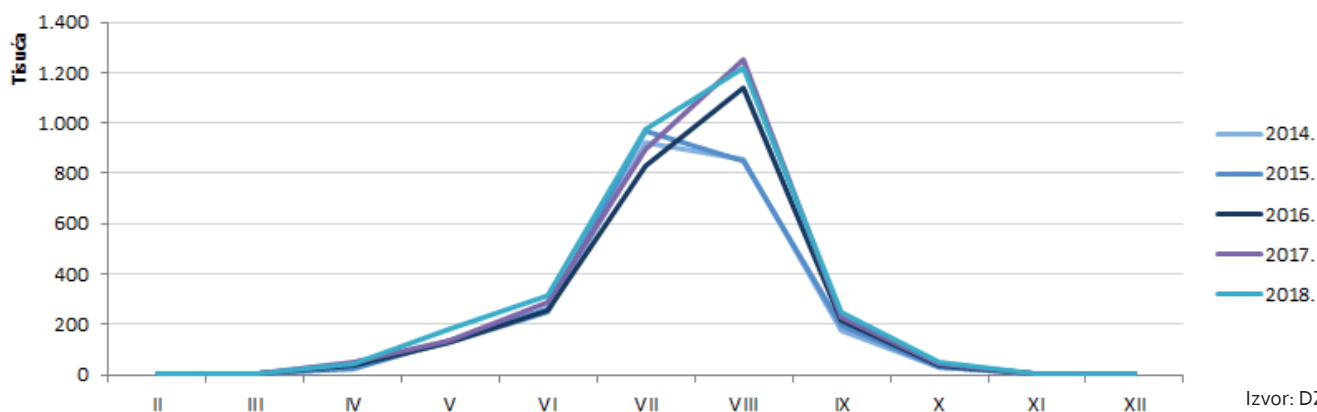
Izvor: DZS

Dolasci po mjesecima - Nizozemska



Izvor: DZS

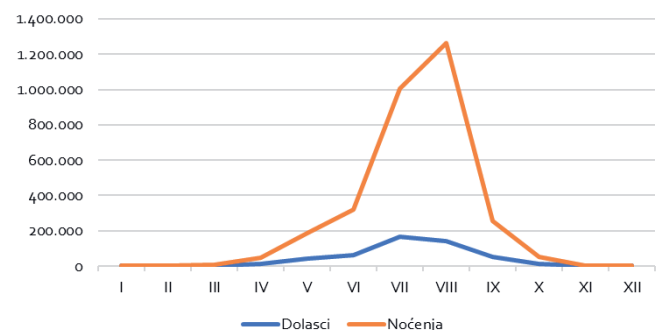
Noćenja po mjesecima - Nizozemska



Izvor: DZS

REZULTATI 2018. PREMA SUSTAVU eVISITOR

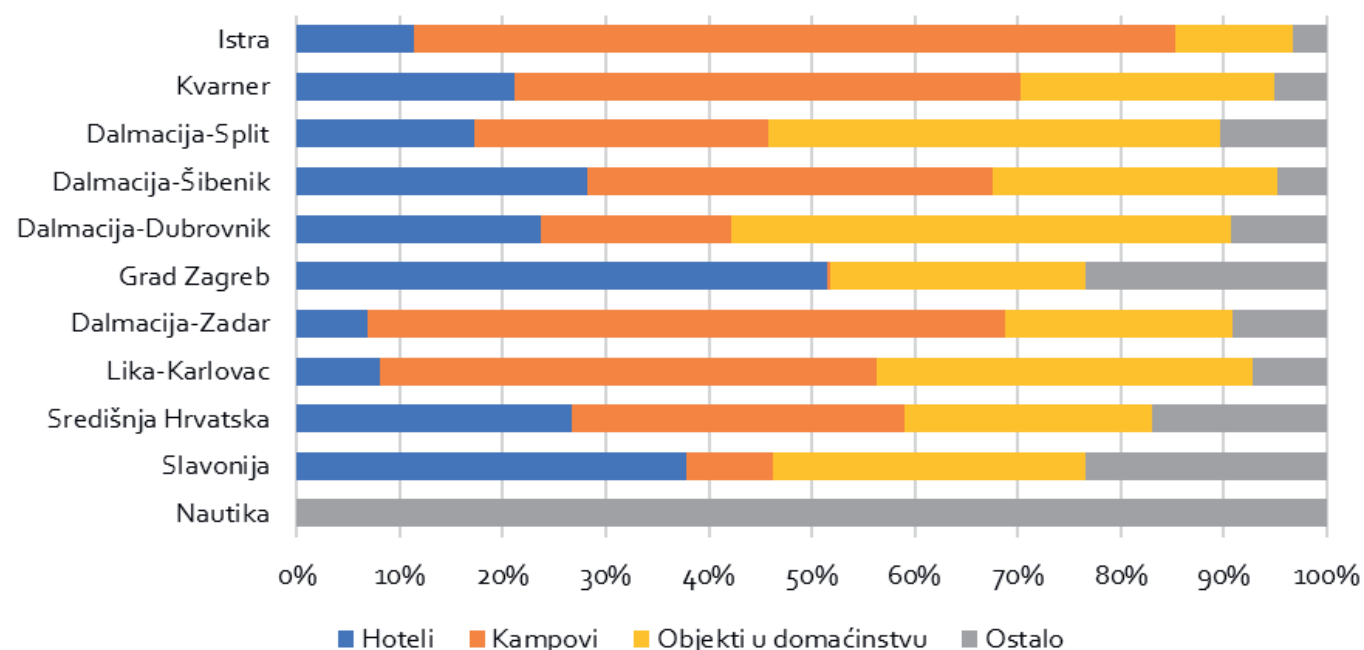
Dolasci i noćenja nizozemskih turista, 2018.



Top deset gradova/općina po noćenjima

Grad općina	Noćenja
Rovinj	273.570
Funtana	270.965
Tar	179.416
Vrsar	155.917
Poreč	148.309
Brtonigla	114.576
Nin	103.859
Fažana	97.868
Split	90.371
Šibenik	81.454

Noćenja nizozemskih turista po klasterima prema vrstama smještaja, 2018.



Dolasci i noćenja po klasterima

Klaster	Dolasci	Noćenja
Istra	180.073	1.659.401
Dalmacija-Split	70.743	360.175
Kvarner	58.608	325.787
Dalmacija-Zadar	40.876	269.256
Dalmacija-Šibenik	25.819	150.605
Dalmacija-Dubrovnik	35.625	140.684
Lika-Karlovac	45.598	119.029
Nautika	8.451	65.780
Grad Zagreb	22.718	42.955
Središnja Hrvatska	6.804	14.450
Slavonija	1.933	3.948
Ukupno	497.248	3.152.070

Dolasci po dobi i spolu

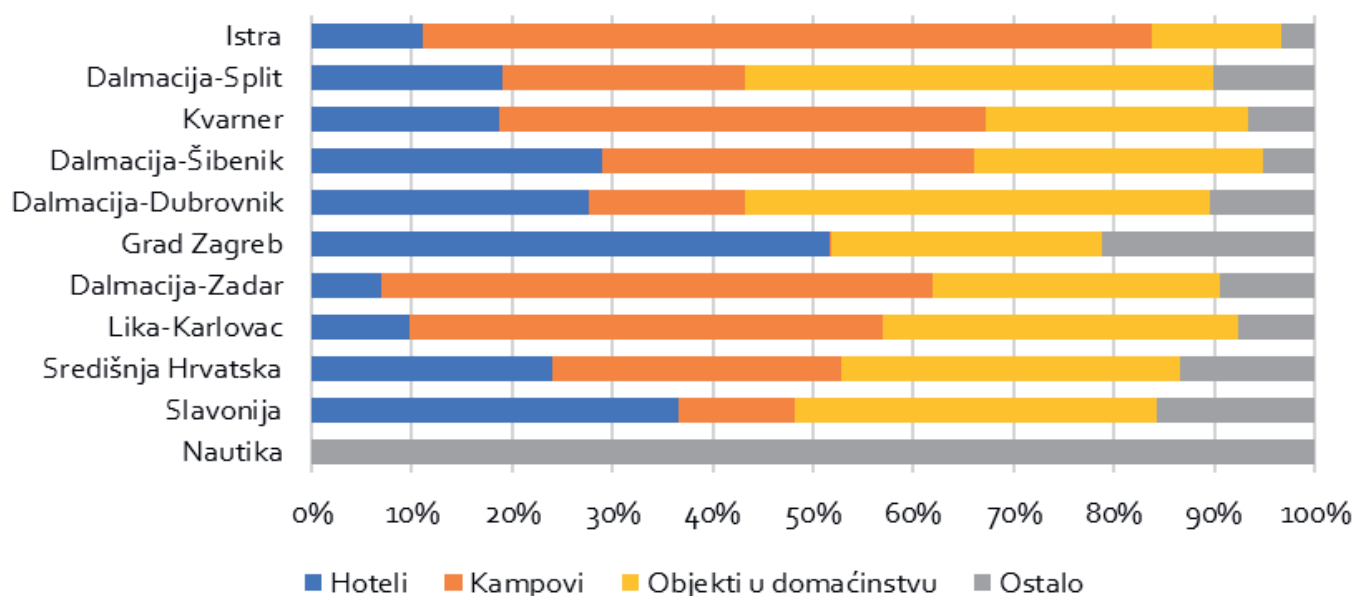
Godina	muškarci	žene
0-5 godina	1,7%	1,5%
6-11 godina	3,4%	3,1%
12-17 godina	4,7%	4,7%
18-24 godina	6,1%	5,7%
25-34 godina	7,7%	6,7%
35-44 godina	6,0%	5,9%
45-54 godina	9,2%	8,2%
55-64 godina	7,0%	6,5%
> 65 godina	6,4%	5,5%

REZULTATI ZA RAZDOBLJE SIJEČANJ – STUDENI 2019. PREMA SUSTAVU eVisitor

Top deset gradova/općina po noćenjima

Grad općina	Noćenja
Funtana	259.266
Rovinj	238.997
Tar	189.173
Vrsar	149.788
Poreč	129.135
Split	88.797
Nin	84.753
Brtonigla	82.661
Fažana	74.954
Šibenik	74.479

Noćenja nizozemskih turista po klasterima prema vrstama smještaja, I.-XI.2019.



Dolasci i noćenja po klasterima

	Dolasci	Noćenja
Istra	170.985	1.519.877
Dalmacija-Split	76.759	365.972
Kvarner	56.943	314.884
Dalmacija-Zadar	42.114	261.568
Dalmacija-Šibenik	25.556	139.931
Dalmacija-Dubrovnik	38.849	133.439
Lika-Karlovac	43.203	119.001
Nautika	8.923	65.961
Grad Zagreb	22.059	42.530
Središnja Hrvatska	6.685	15.568
Slavonija	1.533	3.144
Ukupno	493.609	2.981.875

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	6,0%	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%

Aktualni imidž Hrvatske

Nizozemsko tržište je u sve većoj mjeri svjesno da je Hrvatska prelijepa i zanimljiva zemlja očuvane prirode i zanimljive kulturne baštine u kojoj ima još puno toga za otkrivanje. Naše promidžbene poruke su ciljane i jasne. Mediji pišu afirmativno o kulturnoj, prirodnoj baštini, prekrasnoj gastronomiji u svim dijelovima zemlje, vrlo često i o odmoru na kontinentu. Hrvatska se izborila za stabilnu poziciju na nizozemskom turističkom nebu. Gotovo 2/3 nizozemskih gostiju borave u Istri, čime je Istra svakako favorit među hrvatskim regijama na nizozemskom tržištu. Ipak, iz godine u godinu primjećujemo priljev novih gostiju i odljev starih iz Istre prema jugu, što je svakako jako važno kako bi nizozemski gosti upoznali i ostale dijelove Hrvatske te se ravnomjernije distribuirali. Za „odljev“ prema jugu zaslužne su 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 (adrenalinskim) sportovima i slično. Nizozemci Hrvatsku doživljavaju kao destinaciju s predivnom prirodom, ljubaznim ljudima i velikom raznolikošću, koja uglavnom nudi dobru vrijednost za novac. Kritika je uglavnom usmjerena na velike gužve na graničnim prelazima u vrhuncu sezone te na velike gužve u pojedinim destinacijama, npr. u Dubrovniku, nacionalnim parkovima te u manjoj mjeri u Istri. Često se mogu čuti primjedbe nautičara na skupoću, tj. na visoke cijene ugostiteljskih usluga. Zbog sve veće popularnosti Hrvatske, veliki broj nizozemskih turista strahuje od toga da će Hrvatska postati odredište masovnog turizma.

Preliminarna procjena ukupnog broja dolazaka i noćenja u Hrvatskoj u 2019.

Prema podacima iz sustava eVisitor, Nizozemci su u prvih 8 mjeseci 2019. godine ostvarili gotovo 420.000 dolazaka i 2.660.000 noćenja, što predstavlja pad od 1,5 % u dolascima i pad od 6 % u noćenjima. Kao što smo već naveli, zbog iznimno toplog, dugotrajno stabilnog i lijepog vremena lani ali i dugih razdoblja stabilna vremena ove godine te velike ponude izuzetno povoljnih aranžmana za Tursku i Tunis, ali i ostala sredozemna odredišta, veći broj građana odlučio se ovog ljeta ostati kod svojih kuća ili je odlučio za ljetovanje odabrati odredišta koja je prijašnjih godina izbjegavao a koje ga privlače niskim cijenama. Veliki broj Nizozemaca ove je godine birao pomalo neuobičajena odredišta za svoj odmor, poput Skandinavije, Velike Britanije, Češke itd.

Ipak, imajući u vidu sve činjenice te s obzirom na rezultat usporedivih odredišta (poput Španjolske) smatramo kako smo unatoč blagom padu broja noćenja ove godine na tržištu ipak ostvarili solidan rezultat pogotovo nakon što smo u 2018. iz Nizozemske ostvarili porast od 10% u dolascima i 5% u noćenjima. Najveći pad zabilježen je u kampovima, koji je radi lošeg vremena u Hrvatskoj počeo još u svibnju, pa se može zaključiti da su nizozemski kampisti posjećivali gore spomenute, pomalo neuobičajene zemlje, ili su odmor u kampu (naročito kada su mobilne kućice u pitanju) ove godine zamijenili luksuznim hotelima u Turskoj, Grčkoj ili Tunisu.

Omjer između organiziranih i individualnih dolazaka u Hrvatsku u 2019.

Prema podacima iz sustava eVisitor, oko 35% nizozemskih turista u Hrvatsku doputovalo je posredstvom turoperatora, dok je 65% turista doputovalo u vlastitom aranžmanu, što predstavlja povećanje u korist individualnih putnika u usporedbi s prethodnom godinom. Praktički cijela Istra, Kvarner i Sjeverna Dalmacija za Nizozemce su auto destinacije, pa stoga dolaze vlastitim prijevozom ili nisko cjenovnim zračnim prijevoznicima. Zbog toga je izuzetno važno opće oglašavanje usmjereno izravno prema potrošaču.

Zastupljenost Hrvatske u programima organizatora putovanja u 2019.

Na nizozemskom tržištu praktički svi najveći i najvažniji organizatori putovanja (osim Correndona koji je specijaliziran za Tursku) nude putovanja za Hrvatsku, tako da praktički 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, raspodjelu tržišta, broj turoperatora već je nekoliko godina zaredom konstantan, osim u neznatnom obujmu programa koji se neće značajnije mijenjati niti narednih godina. Također, sve veće cruise kompanije imaju Hrvatska odredišta u svojim programima. I čitav niz manjih turoperatora počinje nuditi programe za posebne ciljane skupine gostiju, pogotovo kada je aktivni odmor, odmor u prirodi i sl. u pitanju, tako da se primjećuju ponude vezane uz aktivni odmor, biciklističke ture, otoke, zdravstveni i omla-

dinski turizam. Internetska prodaja aranžmana jako je zastupljena u Nizozemskoj i svi turoperatori i putničke agencije pružaju mogućnost direktnog bukinga preko interneta. Postoje i turoperatori koji posluju isključivo putem interneta (Sundio Grupa i slični). Ovi turoperatori, kao i većina manjih, više niti ne izdaju brošure, već su kompletno poslovanje prebacili na internet.

Prognoza rezultata u 2019. organizatora putovanja

Iako informacije o stanju bukinga iz krovne udruge nizozemskih turoperatera ANVR ove godine pristižu doslovno na kapaljku, gotovo je izvjesno da će nizozemsko organizirano tržište putovanja sezonu ljetovanja završiti u blagom padu. „Pobjednica“ ove sezone je Turska koja je iz mjeseca u mjesec ostvarivala značajan porast broj rezervacija na tržištu „mameći“ nizozemske goste svojom kvalitetnom all inclusive uslugom i povoljnim cijenama. Španjolska i Portugal ove godine bilježe pad, jednako kao i Francuska.

Zrakoplovni čarteri u 2019. – broj, trajanje rotacija; polazišta-odredišta

Klasični turoperatorski charter program (vlastiti let + smještaj) iz Nizozemske u 2019. imao je samo TUI na ZL Brač i Pula. Neki manji turoperatori poput ID Riva Tours, Sundio Groep, te Thomas Cook imali su u zakupu sjedala na liniji nizozemskog niskocjenovnog zračnog prijevoznika Transavia, a sjedala na letovima Transavie za Split zakupio je i TUI. U 2019. uvedena su i 2 nova leta za Zadar kao posljednju zračnu luku u Hrvatskoj koja još nije imala izravne letove sa Nizozemskom, tako da od ove godine po prvi puta imamo izravne letove iz Nizozemske prema svim hrvatskim međunarodnim zračnim lukama (osim Osijeka).

Kompanija	Polazak	Dolazak	Početak	Kraj
TUIFly	Rotterdam	Brač	12.5.	29.9.
Easyjet	Amsterdam	Dubrovnik	25.3.	25.10.
Transavia	Rotterdam	Dubrovnik	5.4.	28.10.
Transavia	Rotterdam	Pula	28.4.	7.10.
TUIFly	Amsterdam	Pula	28.4.	29.9.
Transavia	Eindhoven	Rijeka	18.4.	27.10.
Easyjet	Amsterdam	Split	26.3.	27.10.
KLM	Amsterdam	Split	Travanj	Rujan
Transavia	Rotterdam	Split	26.4.	27.10.
Ryanair	Eindhoven	Zadar	1.4.	24.10.
Transavia	Rotterdam	Zadar	3.4.	26.10.
Croatia Airlines	Amsterdam	Zagreb	1.1.	31.12.

Autobuseri u 2019.

Najznačajniji autobuseri u 2019. godini 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/ 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.

Individualni promet u 2019.

Individualni promet je nepredvidiv jer ovisi o nizu čimbenika: vremenskim prilikama, medijskim napisima, političkim događanjima, aktivnosti konkurencije, gledanosti TV spotova, online i offline oglašavanju, ekonomskoj situaciji u zemlji i nizom drugih čimbenika. I ove je godine velik broj individualaca otputovao u Hrvatsku, a tome doprinose i sve brojniji i učestaliji letovi za Hrvatsku. Za brojne individualce i ove ćemo godine ostati 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
- Skupoća
- Nedovoljna prometna povezanost između otoka naročito u Dalmaciji i nepostojanje dužobalne trajektne linije
- Nedostatak zabavnog života za mlade
- Nedostatak kampova u kontinentalnoj Hrvatskoj, a naročito u Slavoniji i Baranji
- 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. Individualni promet u porastu je zahvaljujući još većem broju letova, ali i boljem prepoznavanju hrvatske turističke ponude.

PREDVIĐANJA ZA 2020.

TURISTIČKA SEZONA 2020. – OPĆI POKAZATELJI

Preliminarna procjena turističkog tržišta/ukupnih odlazaka na godišnji odmor u inozemstvo u 2020.

Sezona 2020. uvelike će ovisiti o gospodarskim kretanjima i općem stanju u društvu na razini Nizozemske i EU te o sigurnosnoj situaciji u samoj Nizozemskoj, u Europi i na Sredozemlju. Što se manje govori o krizi, gubitku radnih mjesta, novim porezima i nametima, nesigurnosti za građane i terorizmu, povjerenje potrošača biti će veće. Hrvatskoj predstoji neizvjesna turistička godina, koju moramo maksimalno dobro pripremiti. Evidentno je da na tržištu polako jenjava veliki interes koji je prijašnjih godina vladao za našom zemljom, poglavito zbog vrlo kompetitivne ponude i agresivne poslovne politike konkurentskih odredišta, ali i bojazni da se Hrvatska pretvara u destinaciju masovnog turizma. U tom pogledu, svakako treba i nadalje raditi na efikasnim kampanjama oglašavanja te suradnji sa zračnim prijevoznicima i turoperatorima, pogotovo onima koji su specijalizirani za određene tržišne segmente (luksuzni segment, aktivni odmor, itd.). Hotelijeri, a naročito restorateri trebali bi biti oprezni pri formiranju cijena budući da Hrvatska postaje sve skuplja, a cijene u popularnim jadranskim određistima nerijetko nadmašuju cijene u samoj Nizozemskoj, a da pritom kvaliteta uvijek nije nužno odgovarajuća. Osim toga, vjerojatno će se nastaviti daljnja stagnacija turoperatora unutar ukupnog porasta tržišta te daljnji odljev gostiju prema drugim, uglavnom online prodajnim kanalima. Napredovat će online prodaja i korištenje nisko cjenovnih zračnih linija.

Preliminarna procjena redoslijeda omiljenih destinacija u 2020. uz usporedbu s očekivanjima za 2019.

U krugu tzv. „sigurnih“ sredozemnih odredišta, kao što su Francuska, Španjolska, Grčka, Italija, Austrija, Portugal i Hrvatska te susjednih zemalja (Belgija i Njemačka), procjenjujemo kako neće biti značajnijih promjena u redoslijedu najomiljenijih destinacija i da će njihov udio na tržištu ostati više-manje isti. Očito je da će se radi svoje agresivne cjenovne politike tj. povoljnih paket aranžmana, ali i činjenice da ne spada pod regulativu EU (pritom imamo u vidu davanje subvencija zračnim prijevoznicima i turoperatorima) Turska i dalje nametati i nastaviti svoj daljnji povratak i u 2020. godini. Zemlje koje su u 2017. i 2018. profitirale radi smanjenog interesa za Turskom (Španjolska, Portugal, itd.) i imale ma-

nje nizozemskih gostiju u 2018. i 2019., vjerojatno će u 2020. opreznije formirati cijene i nastupati agresivnije na tržištu. Očekuje se da će i Tunis nastaviti s rastom, a isto vrijedi i za Egipat, no za ove zemlje jako je bitna opća sigurnosna situacija te politička stabilnost. Zasiurno će i dalje rasti segment kraćih putovanja, brže će rasti promet u susjedne zemlje i bliže destinacije, penetracija interneta u industriji putovanja bit će sve veća, a putovanja će biti sve češća, ali kraća.

Prognoze organizatora putovanja za 2020.

Turooperatori su ponovno započeli s programiranjem Tunisa i pojačali svoje aktivnosti za Egipat. Turska je u 2019. praktički vratila sve što je izgubila u prethodnoj godini. Neizvjesno je i kako će se situacija dalje razvijati. Ukoliko sigurnosna situacija u Europi bude dobra, očekuje se daljnji rast kraćih i vikend putovanja u obližnje gradove, iako ovaj tip putovanja nizozemski turisti uglavnom organiziraju sami, direktno kontaktirajući prijevoznika ili hotel mimo posrednika, odnosno turoperatora ili agencija. Omjer cijene i kvalitete će i dalje biti važan faktor kao i opća gospodarska situacija u zemlji, ali i u 2019. sigurnost će nastaviti biti jedan od ključnih faktora pri odabiru destinacije za odmor.

TURISTIČKA SEZONA 2020. – HRVATSKA

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

Nakon vrlo specifične i nepredvidive 2018. i 2019. je bila po mnogočemu neizvjesna i atipična godina i nitko se nije usudio davati prognoze, stoga su svi još oprezniji kada je 2020. godina u pitanju. Za 2020. ne očekujemo bitniji rast prometa, već je cilj u što većoj mjeri zadržati tržišne udjele koje smo osvojili prijašnjih godina. Premda smo tijekom posljednjih nekoliko sezona bili jedna od rijetkih turističkih destinacija na tržištu s povećanjem prometa, rezultat u 2020. godini ovisit će prije svega o razumnom, tj. tržišno opravdanom ponašanju hotelijera / kampova, ugostitelja te ukupne receptivne turističke ponude Hrvatske te sigurnosnoj situaciji u okruženju, ali i cjenovnoj politici i aktivnostima konkurentskih odredišta.

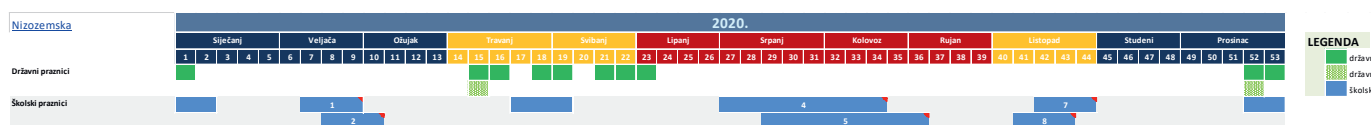
Najave zastupljenosti Hrvatske u programima organizatora putovanja

Hrvatska će i dalje biti zastupljena u programima većine turoperatora koji nude mediteranske destinacije, a biti će značajno motivirati i nove turooperatore da uvedu hrvatska odredišta u svoju ponudu, naročito kada su u pitanju aktivna putovanja, kratka, vikend odnosno *citytrip* putovanja te MICE segment, budući da ona najviše mogu pridonijeti u punjenju kapaciteta tijekom cijele godine, uz daljnju promidžbu kampova kao jednog od najvažnijih proizvoda u Nizozemskoj, nautičkog turizma, pustolovnog i aktivnog turizma, gastronomije, itd. Nakon uvođenja izravnih letova za Zadar (posljednja u nizu hrvatskih međunarodnih zračnih luka s izravnim letovima iz Nizozemske), ne očekujemo daljnje povećanje broja zračnih linija prema Hrvatskoj.

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

- Nastaviti, uz adekvatna unaprjeđenja, promotivne aktivnosti (oglašavanje) u suradnji s turoperatorima te nastaviti suradnju s turoperatorima s programima baziranim i na zrakoplovnim i na autobusnim aranžmanima u pred i pod sezoni.
- Prilagoditi uvjete za sudjelovanje u programima oglašavanja mogućnostima malih i usko specijaliziranih turoperatora.
- Okrenuti se tržišnom segmentu treće dobi (koji jedini imaju sigurne i stalne prihode – mirovine) i programirati van sezonske programe.
- Uključiti se i poticati program nagrađivanja putničkih agencija u suradnji s turoperatorima koji prodaju aranžmane za Hrvatsku te sudjelovati u aktivnostima turoperatora (prezentacija novih brošura, *road showovi*, zajednički nastupi, itd.).
- Poticanje i osmišljavanje programa za *citytrip* i MICE.
- Povećanje kapaciteta te veći broj kvalitetnih hotelskih kreveta i proširenje ponude u kampovima, naročito kada je kontinent u pitanju.
- Povećati broj studijskih putovanja.
- Ojačati opće oglašavanje.

Kalendar praznika



Državni praznici i vjerski blagdani (Public Holidays)	2019.	Dan u tjednu	Tjedan u godini	2020.	Dan u tjednu	Tjedan u godini	2021.	Dan u tjednu	Tjedan u godini
Nova godina (New Year's Day)	01.01.2019	Utorak	1	01.01.2020	Srijeda	1	01.01.2021	Petak	1
Veliki petak (Good Friday)	19.04.2019	Petak	16	10.04.2020	Petak	15	02.04.2021	Petak	14
Uskrs (Easter)	21.04.2019	Nedjelja	16	12.04.2020	Nedjelja	15	04.04.2021	Nedjelja	14
Uskršnji ponedjeljak (Easter Monday)	22.04.2019	Ponedjeljak	17	13.04.2020	Ponedjeljak	16	05.04.2021	Ponedjeljak	15
Kraljičin dan (Queen's Day) - slavi se subotom kada pada u nedjelju	27.04.2019	Subota	17	27.04.2020	Ponedjeljak	18	27.04.2021	Utorak	18
Dan oslobođenja (Liberation Day)	05.05.2019	Nedjelja	18	05.05.2020	Utorak	19	05.05.2021	Srijeda	19
Uzašašće (Ascension Day)	30.05.2019	Četvrtak	22	21.05.2020	Četvrtak	21	13.05.2021	Četvrtak	20
Duhovi (Whit Sunday)	09.06.2019	Nedjelja	23	31.05.2020	Nedjelja	22	23.05.2021	Nedjelja	21
Duhovi ponedjeljak (Whit Monday)	10.06.2019	Ponedjeljak	24	01.06.2020	Ponedjeljak	23	24.05.2021	Ponedjeljak	22
Božić (Christmas)	25.12.2019	Srijeda	52	25.12.2020	Petak	52	25.12.2021	Subota	52
Blagdan sv. Stjepana (Christmas)	26.12.2019	Četvrtak	52	26.12.2020	Subota	52	26.12.2021	Nedjelja	52

Izvor: <http://www.holland.com/us/tourism/article/public-holidays.htm>; <https://www.feiertagskalendar.ch/index.php?geo=3192&jahr=2020&klasse=3&hl=en>

Školski praznici	2020.	
	Početak	Kraj
Božićni praznici i Nova godina	21.12.2019	05.01.2020
Zimski praznici - Sjeverne provincije	15.02.2020	23.02.2020
Zimski praznici - Središnja Nizozemska	22.02.2020	01.03.2020
Zimski praznici - Južne provincije	22.02.2020	01.03.2020
Proljetni/Uskršnji praznici	25.04.2020	03.05.2020
Ljetni praznici - Sjeverne provincije	04.07.2020	16.08.2020
Ljetni praznici - Južne provincije	18.07.2020	30.08.2020
Ljetni praznici - Središnja Nizozemska	11.07.2020	23.08.2020
Jesenski praznici - Južne provincije (neslužbeni podaci)	17.10.2020	25.10.2020
Jesenski praznici - Sjeverne provincije i Središnja Nizozemska (neslužbeni podaci)	10.10.2020	18.10.2020
Božićni praznici i Nova godina	24.12.2020	06.01.2021

Izvor: Eurydice