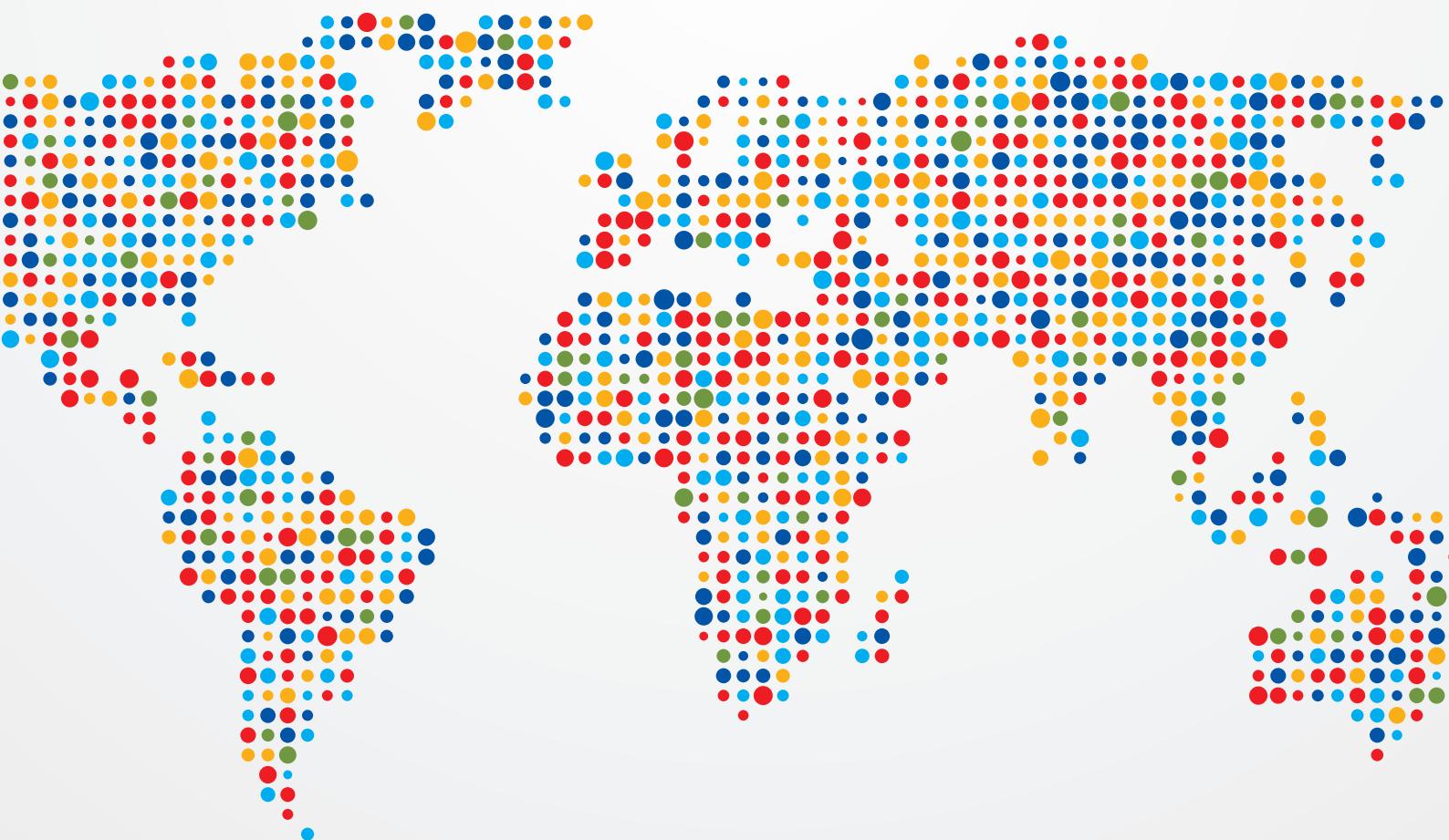




BELGIJA

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 korjenitu 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

Kraljevina Belgija ustavna je monarhija. Nakon dva desetljeća vladavine, belgijski je kralj Albert II. abdicirao te je od 21. srpnja 2013. prijestolje prepustio starijem sinu Philippeu.

Iz kompliciranog ustrojstva Kraljevine Belgije proizlazi činjenica da imaju sedam parlamenata i četiri vlade. Uz federalni dvodomni parlament i vladu, svaka od triju regija i zajednica ima svoj parlament i svoju vladu. Jedino je Flandrija 1980. godine spojila ovlasti parlamenata i vlada Regije Flandrije i Flamanske Zajednice u jedno tijelo.

Kraljevina Belgija uređena je kao federalna zajednica Valonije, Flandrije i regije Bruxelles Capitale (glavni grad). Osim političke teritorijalne raspodjele po federalnim jedinicama, Belgija je podijeljena i na tri jezične cjeline: frankofoni dio u Valoniji, flamanski u Flandriji, obvezno dvojezični u federalnoj jedinici Bruxelles Capitale te njemački na istoku Belgije (*canton de l'Est* - teritorij koji je Belgija dobila od Njemačke kao ratnu odštetu nakon I. svjetskog rata).

Na federalnoj razini djeluju Vlada i Parlament, sastavljen od Zastupničkog doma (150 članova) i Senata. Glasovanje u Kraljevini Belgiji obvezno je za sve stanovnike koji su navršili 18 godina.

Zadnji Federalni izbori, održani u svibnju 2019. još su više potvrdili političku sliku dobivenu nakon regionalnih izbora budući da su ekstremne stranke značajno porasle, tako da su u Flandriji nakon posljednjih izbora najviše glasova dobile krajnje desna i separatistička NVA te flamanska ekstremistička stranka *Vlaams Belang* koja se bori za odcjepljenje Flandrije od Belgije. Sjeverni dio Belgije – Flandrija je liberalno-nacionalistička, južni dio - Valonija, socijalistički, dok je glavni grad - Bruxelles, socijalističko-liberalan. Sve ovo govori kako Belgija nije samo jezično, već i politički veoma podijeljena zemlja. Iako su izbori održani još u svibnju 2019., liberalno-zeleno-socijalistička vlada iz tzv. Vivaldi koalicije predvođena flamanskim liberalnim premijerom Alexanderom De Roo tek je krajem rujna 2020. godine dogovorena i potvrđena u parlamentu, a tek što je zasjela, našla se pred velikim izazovima, ponajprije uzrokovanim teškom epidemiološkom situacijom, ekonomskim poteškoćama, visokim javnim dugom i prijetnjom od urušavanja zdravstvenog sustava, budući da je upravo Belgija bila jedna od država EU koja je prednjačila po broju zaraženih i umrlih od bolesti COVID-19.

Površina

Kopno: 30.528 km²

More: 3.462 km².

Od toga:

Valonija: 55,2% belgijskog teritorija

Flandrija: 44,3%, iako je Flandrija praktički dvostruko gušće naseljena od Valonije.

Premda se površinom svrstava među manje europske i svjetske države, Belgija je jedna od najgušće naseljenih država na svijetu, s 370,70 stanovnika/km².

Najveći gradovi

Bruxelles (1.211.026), Antwerpen (527.763), Gent (263.614), Liège (196.623), Charleroi (203.376).

Bruxelles, glavni grad Belgije i sjedište svih federalnih institucija, ujedno je i glavni grad Flandrije i flamanske jezične zajednice u Belgiji te glavni grad Europske unije i sjedište NATO saveza. Glavni grad Valonije je Namur, a sjedište frankofone jezične zajednice je u Bruxellesu.

Stanovništvo: 11.492.641 stanovnik.

Stanovništvo po godinama prema dobi u Belgiji:

Muškarci				
Godina	Dob <18	Dob 18 - 64	Dob >65	TOTAL
2010. (1.sječnja)		3.396.339	784.215	5.312.221
2011. (1.sječnja)	1.140.348	3.433.208	796.678	5.370.234
2012. (1.sječnja)	1.148.091	3.446.480	819.230	5.413.801
2013. (1.sječnja)	1.154.313	3.454.760	838.415	5.447.488
2014. (1.sječnja)	1.159.599	3.457.286	857.424	5.474.309
2015. (1.sječnja)	1.164.347	3.462.994	877.753	5.505.094
2016. (1.sječnja)	1.168.683	3.472.890	895.959	5.537.532
2017. (1.sječnja)	1.173.811	3.480.405	913.789	5.568.005
2018. (1.sječnja)	1.177.701	3.486.865	933.340	5.597.906
2019. (1.sječnja)	1.179.409	3.496.306	952.513	5.628.228
2020. (1.sječnja)	1.182.566	3.503.918	973.580	5.660.064
2021. (1.sječnja)	1.182.459	3.507.219	987.533	5.677.211

Žene				
Godina	Dob <18	Dob 18 - 64	Dob >65	TOTAL
2010. (1.sječnja)	1.082.489	3.369.251	1.075.944	5.527.684
2011. (1.sječnja)	1.090.685	3.404.220	1.086.127	5.581.032
2012. (1.sječnja)	1.097.544	3.419.361	1.105.242	5.622.147
2013. (1.sječnja)	1.104.403	3.426.953	1.120.710	5.652.066
2014. (1.sječnja)	1.109.146	3.430.647	1.136.414	5.676.207
2015. (1.sječnja)	1.112.811	3.438.304	1.152.835	5.703.950
2016. (1.sječnja)	1.116.898	3.446.878	1.166.602	5.730.378
2017. (1.sječnja)	1.120.828	3.451.947	1.181.308	5.754.083
2018. (1.sječnja)	1.123.794	3.457.154	1.197.216	5.778.164
2019. (1.sječnja)	1.125.978	3.464.413	1.212.787	5.803.178
2020. (1.sječnja)	1.129.474	3.472.205	1.230.898	5.832.577
2021. (1.sječnja)	1.129.663	3.472.776	1.241.588	5.844.027

Izvor: SPF Économie – Direction générale Statistique et Information économique

OPĆE KARAKTERISTIKE GOSPODARSTVA

Geografski položaj u srcu zapadne Europe te otvorenost ekonomije omogućili su da Belgija po glavi stanovnika postane jedan od najvećih izvoznika svijeta. Izvoz čini više od 2/3 BDP-a Belgije. Osim snažnog gospodarstva, Belgija je kao jedna od šest zemalja osnivača Europske unije imala i važnu ulogu na međunarodnom i političkom polju. U Belgiji se nalaze sjedišta različitih EU institucija, NATO saveza, sjedišta brojnih multinacionalnih kompanija, međunarodnih udruženja, asocijacija i organizacija, itd. Zahvaljujući već spomenutoj geografskoj poziciji Belgije te izvrsnoj prometnoj infrastrukturi i povezanosti, u Belgiji su smješteni brojni logistički i distribucijski centri. Glavne gospodarske grane vezane su uz izvoz, poglavito u pogranične države i EU, na koje odlazi preko 70 % belgijskog izvoza. Preko 60 % belgijskog uvoza dolazi iz zemalja članica EU. Nakon slabljenja značaja i uloge velikih metalurških centara i zatvaranja ugljenokopa u Valoniji, od 70-ih godina nadalje dolazi do osiromašenja i gubitka značaja spomenute regije unutar Belgije i Europe. Istodobno, Flandrija je u stalnom gospodarskom i društvenom usponu. Već od 60-ih godina razvija se gospodarstvo, temeljeno na suvremenim tehnologijama u malim, usko specijaliziranim tvrtkama. 60% izvoza predstavljaju poluproizvodi, uglavnom strojeva i materijala, ali i brojni kemijski proizvodi te preradevine. Belgija zauzima važno mjesto u automobilskoj i farmaceutskoj industriji. Osim navedenog, Belgija je i najveći svjetski izvoznik dijamanta i podnih obloga te zauzima drugo mjesto u izvozu biljnih vlakana, čokolade, margarina te treće mjesto u izvozu stakla. Zatvaranje velikog broja, poglavito industrijskih radnih mjesta (tvornice automobila i metalna industrija) ubrzano zahtjeva prilagodbu novim okolnostima i širenje tržišta izvozno orijentirane belgijske ekonomije na nove zemlje, poglavito Dalekog Istoka. Monarhija nastoji iskoristiti institucionalne reforme da se nametne kao značajan čimbenik vanjskotrgovinskih aktivnosti te su glavne trgovačke misije uvijek predvođene nekim od članova kraljevske obitelji.

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

Belgijski BDP iznosio je u 2020. 456.893M €. BDP po glavi stanovnika iznosi 39.650€. BDP je u 2020. pao za 5,7%. U prvom tromjesečju 2021. bilježi porast od 1,2%, dok u drugom tromjesečju 2021. raste za 1,7 %.

Postotak nezaposlenosti u 2020., aktualno stanje u 2021. i procjena trenda

U 2. tromjesečju 2021. godine postotak nezaposlenosti iznosio je 6,2%, dok je u 2020. godini iznosio 5,8%.

Prosječna plaća (aktualni podaci)

U 2020. godini iznosila je 3.550 € bruto.

Stopa inflacije (aktualni podaci)

U 2020. godini iznosila je 0,74%. U 2021. do listopada. 1,53 %.

Vanjskotrgovinska bilanca (aktualni podaci i trend)

Belgijsko je gospodarstvo izrazito otvoreno. U prošloj je godini vanjskotrgovinska bilanca zabilježila pad od 6,5% uspoređujući s 2019. te je iznosila 525,2 milijardi eura. Belgija se svrstava među 10 najvećih izvoznika nakon Njemačke, Nizozemske i Francuske. Uglavnom izvozi u zemlje EU-a (oko 70% belgijskog izvoza), od toga 18% u Njemačku, 14% u Francusku, 11% u Nizozemsku, a izvan EU-a 6% u SAD, 2% u Indiju i 2% u Kinu. Belgija uglavnom uvozi iz zemalja EU (oko 60% belgijskog uvoza), od toga 16% iz Nizozemske, 13% iz Njemačke i 9% iz Francuske), a izvan EU-a 8% iz SAD-a, 4% iz Kine.

Čak 80% međunarodne razmjene otpada na Flandriju. 60% izvoza predstavljaju kemijski i farmaceutski poluproizvodi, strojevi i materijali. Belgija je 4. najveći izvoznik automobila na svijetu, svjetski izvoznik dijamanta i podnih obloga, a zauzima drugo mjesto u izvozu biljnih vlakana, čokolade, margarina i treće mjesto u izvozu stakla. Po stanovniku, Belgija je jedan od najvećih izvoznika na svijetu. Nesigurna budućnost uzrokovana Brexitom i padom potražnje iz Britanije, mogli bi imati srednjoročne negativne posljedice na belgijski izvoz, ponajprije zbog uskih veza s Velikom Britanijom.

Izvoz (2019.): 369,4 milijardi EUR

Uvoz (2019.): 347,7 milijardi EUR

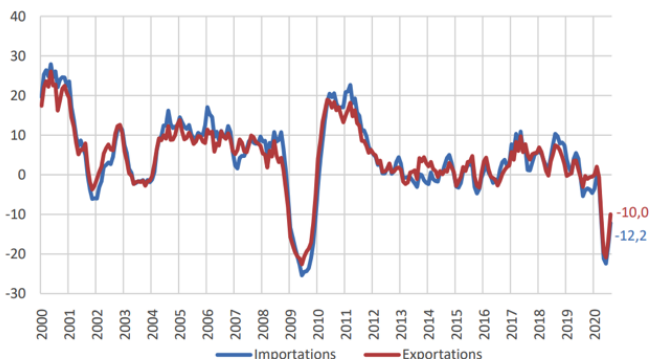
Bilanca (2019.): 21,7 milijardi EUR

Udio glavnih gospodarskih grana u belgijskom BDP-u:

- poljoprivreda: 0,7 %
- industrija: 21,7 %
- usluge: 76,7 %

Od ožujka nadalje, zbog krize uzrokovane COVID-19 bilanca bilježi negativan predznak, u usporedbi s godinom ranije.

Vanjskotrgovinska bilanca (uvoz / izvoz) :



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

Kako bi se obuzdalo širenje virusa, u prvoj fazi pandemije uvedene su brojne mjere koje su snažno utjecale na brojne sektore, uključujući maloprodaju, turizam, ugostiteljstvo, prijevoz i događanja. Rad od kuće postao je obavezan za sve djelatnosti gdje je to bilo moguće. Iako su gotovo svi sektori bili pogođeni pandemijom, pad ili nedostatak prodaje zbog nepostojanja *online* kanala ugrožava poduzeća i samozaposlene osobe, naročito najmanje strukture koje nemaju dovoljan novčani tok da se suoče s krizom. Snažna integracija belgijskog gospodarstva u globalne lance vrijednosti također je izvor kaskadnog učinka: kada se ekspanzija gospodarske aktivnosti uspori u jednoj regiji svijeta, to se osjeća i u zemljama regije. Francuska potražnja, na primjer, predstavlja 6,2% belgijske dodane vrijednosti, njemačka potražnja 5,6%, a nizozemska potražnja 4%. Velika Britanija, teško pogođena koronavirusom, stvara 3,8% dodane vrijednosti naspram 2,4% Italije, dok ukupna potražnja iz Kine predstavlja 1,9% belgijske dodane vrijednosti. Kratkoročno, uz pad potrošnje i investicijske potrošnje, poduzeća u različitim sektorima suočavaju se s poremećajima u opskrbi (problemi s opskrbom, nestašice zaliha, likvidnost, nedostatak radne snage). Dugoročno gledano, učinak na produktivnost ovisit će o opsegu i učinkovitosti preraspodjele između sektora i poduzeća te promjenama u organizaciji proizvodnje.

Pandemija bolesti COVID-19 imala je negativan utjecaj na belgijsko gospodarstvo. Prema anketi koji je proveo Economic Risk Management Group (ERMG), belgijske tvrtke ocjenjuju kako im pad prometa prosječno iznosi

oko 14%. Najpogođeniji su sektori kulture, događanja i rekreacije koji gubitak procjenjuju na 81%, ugostiteljstvo 39 %, turizam 80%. Belgijska je vlada već u ožujku 2020. pokrenula niz mjera za pomoć gospodarstvu, a jedna od njih bila je mjera za očuvanje radnih mjesta, na način da je belgijska država na sebe preuzela trošak isplate plaće zaposlenika prema modelu naknade u visini 70% plaće (uz maksimalnu bruto plaću od 2.800 EUR). Gotovo 30.000 belgijskih tvrtki predalo je zahtjev za sudjelovanje u mjerama za očuvanje radnih mjesta.

Nakon što je u 2019. godini promet bio stabilan u odnosu na prethodnu godinu, promet svih tvrtki prema obračunu PDV-a (Statbel) smanjen je od prvog tromjesečja 2020. za 4,2%, prije kolapsa u drugom tromjesečju 2020. kada je pad iznosio -19,6% (nakon uvođenja mjera za suzbijanje pandemije). U drugoj polovici 2020. zabilježen je manji pad na godišnjoj razini, -6,9% (u trećem tromjesečju) te -4,2% (u posljednjem tromjesečju). U prvom tromjesečju 2021. rast prihoda bio je 3,7% na godišnjoj razini, ali je još uvijek bio nešto ispod razine prije krize (-0,7% u dvije godine). Međutim, u drugom tromjesečju 2021. (preliminarni rezultati) ukupni prihodi su znatno porasli, za 36% na godišnjoj razini, tj. čak za 9,3% u odnosu na prije dvije godine.

U drugom tromjesečju 2021. tri sektora koja su doživjela pad prometa u odnosu na isto razdoblje 2020. te u odnosu na 2019. su:

- proizvodnja duhanskih proizvoda (-16,8% u godinu dana, -3,5% u dvije godine);
- proizvodnja i distribucija električne energije, plina, pare i klimatizacije (-12,5% u godinu dana, -23,0% u dvije godine);
- prikupljanje i pročišćavanje otpadnih voda (-9,9% u jednoj godini, -18,9% u dvije godine).

Osim toga, tri sektora koja su najviše pogođena kroz dvije godine u drugom tromjesečju su:

- djelatnosti turističkih agencija, turoperatora, usluga rezervacije i srodne djelatnosti (+ 73,3% u godinu dana, -75,0% u dvije godine);
- smještaj (+ 145,2% u godinu dana, -47,1% u dvije godine);
- proizvodnja ostale transportne opreme (+8,7% u godinu dana, -45,9% u dvije godine).

Istraživanja grupe za upravljanje ekonomskim rizicima (ERMG) pokazuju da će se gubici u prometu u usporedbi s vremenom prije krize nastaviti u 2021. i 2022. Međutim, izgledi za 2021. u posljednjem mjesecom istraživanju u lipnju izgledaju pozitivnije. Očekivanja u

pogledu prometa za 2022. poboljšala su se nakon pada od 6% u istraživanju iz prosinca 2020. na minus od 3 ili 4% u istraživanju provedenom u prvoj polovici 2021.

Osim toga, rezultati ERMG-a pokazuju stabilizaciju pada prometa na oko -10% između kraja ožujka i kraja lipnja 2021. (posljednje istraživanje koje je proveo ERMG) nakon što je izvijestio o ukupnom padu od 34% u travnju 2020., 13% u kolovozu i 17% u studenom.

Među glavnim razlozima pada prometa ispitane tvrtke navode nedostatak potražnje. Međutim, neki sektori su posebno pogođeni zabranom obavljanja djelatnosti. Dok se socijalno distanciranje smatralo uzrokom gubitka prihoda na početku krize, njegova se važnost smanjivala kako je pitanje opskrbe postajalo sve istaknutije, osobito u anketama provedenim 2021.

Udio tvrtki kojima nedostaje likvidnost pao je s 50% anketiranih tvrtki u ožujku 2020. na gotovo 30% u istraživanju iz svibnja 2021. Na početku krize nedostatak likvidnosti uglavnom je bio posljedica kašnjenja u plaćanju kupaca. Međutim, kako je kriza napredovala, probleme s likvidnošću posebno je uzrokovao gubitak prihoda. U istraživanju iz studenog 2020. situacija je bila posebno kritična za poduzeća, jer je gotovo jedno od dva poduzeća navelo da bi u aktualnoj situaciji financijski moglo opstati najviše 6 mjeseci. Od tada, raznim mjerama ta je nesigurnost smanjena te je u svibnju 2021. gotovo 42% tvrtki navelo je da bi u aktualnoj situaciji mogle izdržati najmanje dvije godine.

Izvor: <https://economie.fgov.be/fr/themes/entreprises/coronavirus/impact-economique-du>

MEDIJI I OGLAŠAVANJE NA TRŽIŠTU

Belgijska medijska scena odraz je specifične političke i lingvističke situacije u zemlji. Za razliku od većine europskih zemalja, u Belgiji ne postoji zajednička javna, federalna odnosno državna medijska mreža, već su javne TV i radio postaje u nadležnosti pojedinih jezičnih zajednica i regionalnih vlasti. Oko 95% Belgijanaca spojeno je na kablovsku mrežu, što Belgiju čini jednom od najrazvijenijih zemalja na svijetu u tom segmentu. Kablovska televizija nudi brojne domaće i strane kanale, najčešće nizozemske ili francuske.

Što se pisanih medija tiče, tržište je podijeljeno na manji broj velikih novinskih i izdavačkih kuća, iako je jak utjecaj pisanih medija iz susjednih zemalja, naročito Francuske i Nizozemske.

AKTUALNI PRIKAZ GLAVNIH MEDIJA (TV, DNEVNI LISTOVI, MAGAZINI) PO SEGMENTIMA - naklade, regionalna pokrivenost, čitanost, praćenje za medije

Televizija

Medijska pokrivenost na jugu zemlje (frankofoni dio zemlje)	
La Une	20,1%
RTL-TVI	19,5%
Tipik	4,7%
AB3	4,5%
AB3	4,5%
Club RTL	3,5%
Plug TV	1,8%

Budući da jug Belgije graniči s Francuskom, a stanovništvo je frankofono, velika je zastupljenost medija iz Francuske – naročito televizije (30%), tiska, radija. Nakon što su u 2019. francuski televizijski programi dobili mogućnost geo-lokaliziranja za Belgiju, tj. oglašavanja lokalnih belgijskih oglašivača za belgijsko tržište/teritorij ali na francuskom TV programu, znatno se smanjio udio oglašivača na belgijskim frankofonim TV postajama, što je rezultiralo značajnim smanjenjem broja zaposlenih.

Francuske TV postaje:

TF1	12,4%
FR 2	7%
FR 3	4,7%
ARTE	1,7%
FR5	1,4%

Medijska pokrivenost na sjeveru zemlje (flamanski dio zemlje)

Eén	30,1%
VTM	19,5%
Vier	7,2%
Canvas	5,4%
VTM 3	4,3%
VTM 2	3,8%
Vijf	3,0%
ZES	2,1%
VTM 4	2,0%
Discovery	1,3%
Ketnet	1,2%
TLC	1,0%

Gledanost nizozemskih državnih i privatnih programa na sjeveru zemlje je, unatoč istom jeziku (nizozemskom), daleko od gledanosti francuskih programa na jugu zemlje.

Dnevni listovi

Na nizozemskom jeziku	Reach (Brand) x 1.000
LaatsteNieuws + Nieuwsgazet	4.347
HetNieuwsblad + De Gentenaar	3.881
De Zondag (tjedno izdanje)	2.729
De Standaard	2.574
De Morgen	2.242
Gazet van Antwerpen	2.133
Metro vl	1.731
Belang van Limburg	1.705
De Tijd	1.427

Na francuskom jeziku	Reach (Brand) x 1.000
L'Avenir	2.040
Le Soir	2.505
Sudpresse	2.893
DH/Les Sports	2.535
Metro fr	1.731
La Libre Belgique + Gazette de Liège	2.023
L'écho	995

Na njemačkom jeziku	Naklada
Luxemburger Wort	51.433

Časopisi

Kategorija: Televizija	
Naslov	Reach (Brand) x 1.000
Moustique	740
CinéTéléRevue	1.759
Humo	1.559
Télépro	806
Téléstar	544
TeVe blad	536
Télé Pocket	231

Kategorija: Ekonomija	
Naslov	Naklada
Trends FR-NL	1.473

Kategorija: Za žene	
Naslov	Naklada
Flair NL	1.824
Femmesd'aujourd'hui	1.136
Flair Fr	1.234
Gael	533
Elle Belgique FR-NL	1.073
Feeling	844
Libelle	2.053
Marie Claire Fr-NL	810

Kategorija: Obiteljski	
Naslov	Naklada
Top santé	1.013

Kategorija: Opći	
Naslov	Naklada
Dag allemaal+Expres	2.236
Knack	1.750
Le vif/L'express	1.337

Kategorija: Sport/Hobi/Putovanja	
Naslov	Naklada
Touring Magazine Fr	741
Touring Magazine NL	729
VAB-Magazine	863
Moniteur Automobile	656
Autogids	515
Autowereld	370

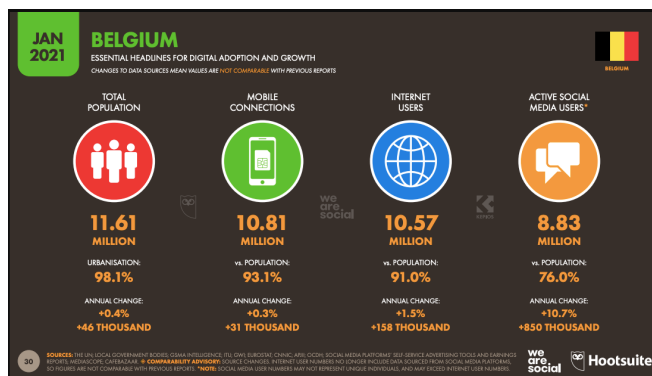
Osim navedenih medija, za turističku branšu važni su i sljedeći specijalizirani časopisi: VAB Magazine, Touring Explorer, Travel Magazine, Travel Express i Travel2, Mice 2 te internet izdanja MIM online, Corporate Travel, Headquarters i BBT online.

Društvene mreže i internet

Poredak društvenih mreža u Belgiji (prema broju korisnika)



U Belgiji internet koristi oko 90% stanovništva. Korišćenje društvenih mreža i dalje se povećava, a briga o privatnost i dalje je velika. 65% belgijskog stanovništva aktivno je na društvenim mrežama - 66% ih koristi Facebook, 37% Instagram, 41% LinkedIn, 32% Snapchat, 13% Twitter.



Čak 8,83 milijuna Belgijanaca aktivno je na društvenim mrežama, odnosno 76% stanovništva. Uspoređujući s 2020., broj korisnika povećan je za 10,7%, odnosno za 850.000 građana.

Izvor: <https://www.xavierdegraux.be/reseaux-sociaux-belgique-statistiques-2021>

PROFIL EMITIVNOGA TURISTIČKOG TRŽIŠTA U 2021. GODINI

Generalni osvrt na aktualno stanje na emitivnom turističkom tržištu

Buking je na samom početku 2020. bio izvrstan, turoperatori su bili izuzetno zadovoljni ostvarenim brojem rezervacija, gospodarske prilike u zemljama Beneluksa bile su dobre. Sve je ukazivalo na to da slijedi jako dobra turistička godina, kako za čitavo Sredozemlje, tako i za Hrvatsku. Nažalost, epidemija uzrokovana korona virusom, koja se u zemlje Beneluksa proširila početkom ožujka 2020. iz Italije i Austrije, nakon zimskih praznika, odnosno sezone skijanja, doslovno je preko noći preokrenula situaciju. Dok su deseci tisuća građana zemalja Beneluksa bezbrižno putovali svijetom, doslovno preko noći vlasti su zabranile ili izdale negativnu preporuku za putovanja u inozemstvo, a istovremeno su udruge turoperatora izdale preporuku svojim članovima da organizaciju svih turističkih putovanja trenutačno obustave te je započela hitna evakuacija i repatrijacija klijenata, tj. građana. Zabrana i negativna preporuka samo su se produžavale do 15. 6. 2020., datuma s kojim je Belgija ukinula zabranu za putovanja u inozemstvo za većinu europskih zemalja. Nakon tog datuma, situacija se postepeno počela popravljati i normalizirati, a od 15. 6. ponovno su krenuli i prvi letovi prema Hrvatskoj i ostalim turističkim odredištima na Sredozemlju. U ovakvo neizvjesnoj situaciji obilježenoj epidemijom, karantenama i sanitarnim mjerama veliki broj građana ipak nije odustao niti izgubio želju za putovanjima i uglavnom je birao odmor kod kuće i masovno je bukiran smještaj u vlastitoj zemlji (Belgija i Nizozemska) ili u odredištima u neposrednoj blizini, tj. u onim odredištima u koja se je moglo putovati automobilom, dok su ostali bilježili slab ili nikakav booking. Aktualna situacija utjecala je na promjene u motivima putovanja, pa je tako većina Belgijanaca u 2020. tražila bijeg od velikih urbanih sredina, povratak prirodi, boravke na zraku, izbjegavanje kontakata s velikim brojem ljudi itd. Boravak u prirodi, biciklizam, aktivni odmor bile su njihove omiljene aktivnosti.

Prve pozitivne naznake pojavljuju se tek krajem ožujka i početkom travnja 2021., nakon što se znatno ubrzala kampanja cijepjenja i nakon što je većim dijelom procijepljena najrizičnija ciljna skupina te nakon što je belgijska vlada konačno ukinula zabranu svih neesencijalnih putovanja u inozemstvo. 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 te zabrane i negativne preporuke za putovanja od strane vlasti praktički do početka ljeta negativno su utjecale na ponašanje potrošača i na booking 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 silnih zabrana i restrikcija željni putovanja, izlazaka i razonode, tj. potrošnje općenito, neposredno pred sami vrhunac turističke sezone turistički su aranžmani doslovno preko noći bili su rasprodani. Navedeno je dodatno potvrdilo da unatoč situaciji obilježenoj epidemijom, karantenama i sanitarnim mjerama veliki broj građana ipak nije odustao niti izgubio želju za putovanjima.

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

Turizam se postepeno oporavio u drugom tromjesečju 2021. - Belgijanci su za odmor uglavnom birali domaća odredišta, uz 67% više putovanja u odnosu na druga tromjesečja razdoblja 2016.-2019. Belgijski gradovi i belgijski Ardeni zabilježili su najveći porast, 100% odnosno 92%. Belgijska obala primila je 59% više belgijskih turista. Međunarodni turizam je privremeno bio na vrlo niskoj razini. Gotovo 80% manje Belgijanaca prešlo je granicu u usporedbi s „uobičajenim“ drugim tromjesečjem, što je rezultiralo time da je broj putovanja u Belgiju bio iznimno veći od broja putovanja u inozemstvo. Broj poslovnih putovanja također je pao za više od 60% u odnosu na drugo tromjesečje 2016.-2019.

Inače, između 27. 1. 2021. i 19. 4. 2021. belgijskim državljanima zabranjeno je bilo putovati u inozemstvo za sva neesencijalna putovanja.

Trendovi koji su se na tržištu u ovoj godini mogli primijetiti su slijedeći:

- znatno manji broj ostvarenih putovanja,
- građani su odmor provodili u zemlji ili u susjednim, vlastitim prijevozom u lako dostupnim zemljama
- putovanja su realizirana uglavnom automobilom, manje zrakoplovom
- putovanja su trajala kraće nego inače

- individualna putovanja umjesto grupnih
- za smještaj su turisti uglavnom birali kuće za odmor, kampove, turistička naselja, a manje hotelski smještaj.

Izvor: <https://statbel.fgov.be/fr/themes/menages/enquete-sur-les-vacances-et-les-voyages>

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

U prosjeku, građani Belgije godišnje putuju 2,3 puta. Oko 65% stanovnika putuje barem jednom na odmor. Najviše putuju Flamanci (60%), slijede Valonci (29%) te građani regije Bruxelles (11%).

Tijekom 2020. godine koju je obilježila pandemija korona virusa, Belgijanci su ostvarili svega 11,4 milijuna putovanja, što je pad od nešto manje od 50% u odnosu na 2019. godinu. Ne samo da su Belgijanci putovali manje, već su putovali i na bliže destinacije - prosječna udaljenost putovanja bila je 720 km, što je za 300 km manje nego prijašnjih godina.

Glavni razlog izostanka putovanja bile su preporuke, tj. zabrana vlasti vezano uz putovanja u inozemstvo. 57% građana navelo je ovaj razlog kao glavni za izostanak putovanja. Financijski razlozi bili su važni za određene skupine stanovništva: samohrani roditelji (47%) te nezaposlene osobe (40%) ostali su kod kuće zbog nedostatka novca.

Izvor: <https://statbel.fgov.be/fr/nouvelles/les-belges-qui-sont-malgre-tout-partis-en-voyage-en-2020-ont-depense-263-de-moins>

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

U 2020., 7,1 milijuna putovanja ostvareno je u inozemstvu, a 4,3 milijuna u tuzemstvu.

Manje od polovice Belgijanaca (46%) ostvarilo je putovanje s barem jednim noćenjem - u 2019. ta je brojka bila 70%. Njih 34% je putovalo u inozemstvo (64% u 2019.).

U 2020. godini je broj putovanja u inozemstvo pao za 59% u odnosu na prethodnu godinu, a broj noćenja je prepolovljen. Putovanja u Belgiju pala su za 20%, ali je broj noćenja u zemlji pao za samo 6,5%. Primjerice, u Ardenima broj je noćenja povećan za 30% u odnosu na 2019. (5,9 milijuna).

Izvor: <https://statbel.fgov.be/fr/nouvelles/les-belges-qui-sont-malgre-tout-partis-en-voyage-en-2020-ont-depense-263-de-moins>

Redoslijed omiljenih destinacija u 2020. – procjene za 2021.

U 2020., najpopularnije odredište i dalje je Francuska, s udjelom od 23,51%, slijedi Španjolska s udjelom od 8,72%, Nizozemska s 8,39%, Italija s 6,56%, Njemačka s 4,14%, Grčka s 3,84%, Austrija s 3,02%. Uspoređujući s 2019., Francuska, Njemačka, Austrija i Nizozemska povećale su svoj udjel, dok su Italija, Španjolska te naročito Turska i Tunis udjel smanjile.

U 2021. godini Francuska i dalje drži čvrsto prvo mjesto s 22,51% prometa, slijedi Španjolska s 8,04%, Nizozemska s 5,58%, Italija s 4,62%, Austrija s 3,78%, Grčka s 2,72%, Njemačka s 2,41%, Portugal s 1,81% i Hrvatska s 1,24%.

S obzirom na nove, pandemijske okolnosti, trendove, drugačiji način putovanja (uglavnom vlastitim automobilom ili vlakom) i putovanja u bliža odredišta, ovaj redoslijed omiljenih destinacija je očekivan i ne razlikuje se značajno od prijašnjih godina.

Izvor: ABTO/GfK Travel Trends

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

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

Omjer organiziranog i individualnog prometa značajno varira, ovisno o destinaciji. Za destinacije u okruženju i tzv. city trip putovanja, Belgijanci uglavnom sami organiziraju svoja putovanja i to većinom putem interneta. Smještaj uglavnom rezerviraju preko različitih rezervacijskih platformi poput booking.com, Airbnb, i slično, dok za dalja odredišta, ljetovanja u tipičnim turoperatorskim odredištima te kompleksnije programe koriste usluge posrednika. Oko 65% građana koristilo je Internet za pretraživanje informacija o odredištu (najčešće su to Internet stranice samog odredišta).

U 2020., 45% građana bukiral je paket aranžman, 13% samo prijevoz, a 42% samo smještaj. U 2020., 35% ih je bukiral paket aranžman, 16% samo prijevoz, a 49% samo smještaj.

Izvor: ABTO/GfK Travel Trends

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

U 2020. 52% građana putovalo je osobnim automobilom, zrakoplovom 34%, vlakom 7% i autobusom 4%. Evidentno je kako je odabir vrste prijevoza usko vezan uz udaljenost i pristupačnost destinacije. Vlak je u porastu, zbog dobro razvedene mreže brzih pruga, učestalosti i kvalitete brzog vlaka *Thalys*, te odlazaka Belgijanaca u bliske destinacije (gotovo 30 veza dnevno između Bruxellesa i Pariza te diljem Francuske).

U 2021. porastao je broj građana koji su putovali automobilom te iznosi 56%, zrakoplov je u 2021. biralo 30% građana, vlak 5%, autobus 5%.

Izvor: ABTO/GfK Travel Trends

Način organiziranja odmora / bukiranja koji su turisti preferirali prilikom odlaska na godišnji odmor u 2020. uz procjene za 2021.

Epidemija je promijenila navike potrošača. Tijekom epidemije, buking kod organizatora putovanja je praktički obustavljen.

U siječnju 2020. ostvareno je 29% manje rezervacija, u veljači -32%, u ožujku -73%, u travnju -71% a u svibnju -56%. Belgijanci su uglavnom bukirali vrlo oprezno, u *last minute* periodu „opečeni“ izdavanjem vouchera i neisplatom otkazanih aranžmana s početka pandemije te otkazivanjem putovanja. Jednaki trend nastavljen je u 2021.

Izvor: ABTO/GfK Travel Trends

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

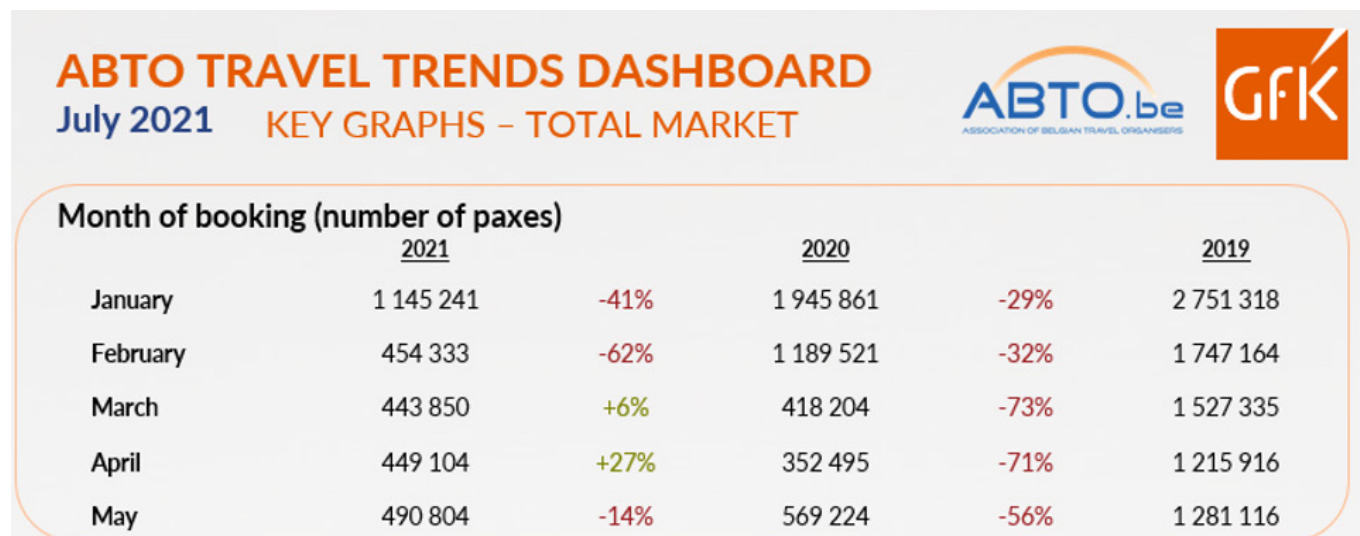
U 2020. primjećuje se pad potražnje za hotelskim smještajem kojeg je biralo 41% građana (u 2019. 50%) te pansionima / malim hotelima (sa 7% na 4,5% u 2020.). Rast potražnje bilježe uglavnom kuće za odmor, apartmani (s 15% u 2019. na 22% u 2020.) i kamping (s 3% na 4,5% u 2020.) U 2021. i dalje je manji interes za hotelskim smještajem kojeg bira 33% građana, a blagi porast bilježe pansioni / mali hoteli (5%), dok kuće za odmor i dalje bilježe rast i bira ih 23,5% građana. Kamping je na istoj razini kao u 2020.

Izvor: ABTO/GfK Travel Trends

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

„Pasivna rekreacija“, odnosno odmor, najčešći je motiv za putovanja Belgijanaca. Najomiljenije aktivnosti su odmaranje i relaksacija, šetnje, posjet gradovima i selima, plaže, shopping itd. Glavni aspekti putovanja su odmor u krugu obitelji i prijatelja te relaksacija i kultura.

Prikaz trendova putovanja (ABTO) - broj putnika koji su bukirali putovanje po mjesecima



U 2020. i 2021. godini, nakon višemjesečne karantene, većina Belgijanaca tražila je tijekom ljetnog godišnjeg odmora bijeg od velikih urbanih sredina, odmor i opuštanje u krugu obitelji i prijatelja te aktivnosti u prirodi.

Pandemijsko su razdoblje obilježili slijedeći čimbenici:

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

Uspoređujući s 2019., kada je 47% turista odmor provodilo u krugu obitelji i/ili prijatelja, sada ih je svega 18%. Najveći broj turista, njih 27%, želi ljetovati na moru

tj. plaži, 15% na selu a 11% u gradu. Samo 6% građana planira putovati na kraće putovanje (npr. vikend), uspoređujući s 14% lani.

Izvor: Izvor: ABTO/GfK Travel Trends

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

U ukupnom iznosu su Belgijanci potrošili znatno manje novaca nego u 2019.: potrošnja za putovanja smanjila se za 150 eura tj. 26,3%. Oko 24% od ukupnog budžeta za putovanje Belgijanci su namijenili za prijevoz, 41% za smještaj, a 24% za obroke, te 10% za ostale troškove. Prosječna dnevna potrošnja također je bila manja za 28 eura (33%) u usporedbi s 2019.

Izvor: <https://statbel.fgov.be/fr/nouvelles/les-belges-qui-sont-malgre-tout-partis-en-voyage-en-2020-ont-depense-263-de-moins>

PREGLED ORGANIZATORA PUTOVANJA NA TRŽIŠTU

Pad prometa i prihoda kod ovdašnjih turoperatora u 2020. je iznosio između 80 do 90% i 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 turoperatora, no očekuju se daljnji otkazi i stečajevi. Brojni turoperatora se prilagođavaju potražnji i orijentiraju svoje poslovanje s dalekih na bliža odredišta, ponajprije na susjedne i europske zemlje u okruženju. Uvjeti za bukiranje i storniranje putovanja nikada nisu bili blaži, a za stornirana putovanja klijentima se izdaju voucheri koje mogu iskoristiti u kasnijem terminu. Druga polovica 2021. donijela je određeni oporavak turističkom sektoru kada su građani, nakon što je kampanja cijepljenja uvelike provedena i više je od 80% osoba cijepljeno, masovno počeli bukirati ljetovanje i kretati na putovanja. Turoperatora koji prodaju daleka odredišta i dalje „vode borbu“ s vladom, budući da je većina zemalja zajedno izvan EU-a još uvijek na listi odredišta u koja se sva ne esencijalna putovanja ne preporučaju, što onemogućuje organizirane programe.

Nakon stečaja Thomas Cooka u jesen 2019., na tržištu je i dalje najveći turoperator TUI. Ostali dionici na tržištu su turoperatora specijalizirani za pojedine djelatnosti ili tržišne segmente, odnosno tzv. niše od kojih su tipični primjeri Expair Tours (mediteranske zemlje), Connections (studenti, omladina, ticketing), Lauwers, Rantour, De Zegeuner, Generaltour, Pam Vermeulen ili Leonard (autobusera), Joker (povoljna putovanja za mlade), Club Med (klupska formula turističkih naselja), Vacansoleil (kamping), Kris-Kras, Djoser i Joker (avanturistička putovanja i hodanje), Carractere i Exclusivedestinations (specijalizirani za luksuzna putovanja i goste), Transeurope (kratka vikend putovanja i šarm i *boutique* hoteli), Dynamer (charter brodova), ID Riva (specijalist za Jadran), Corendon (specijalist za Tursku i Balkan), 7plus (kulturalna putovanja i city trip), AB tours (Bugarska, Maroko, Rumunjska) te brojni drugi.

U Belgiji je aktivno preko 1.000 putničkih agenata. Velike grupe nezavisnih agencija su: Selectair, Gigatour i Avitour.

Udruge organizatora putovanja i turističkih agenata:

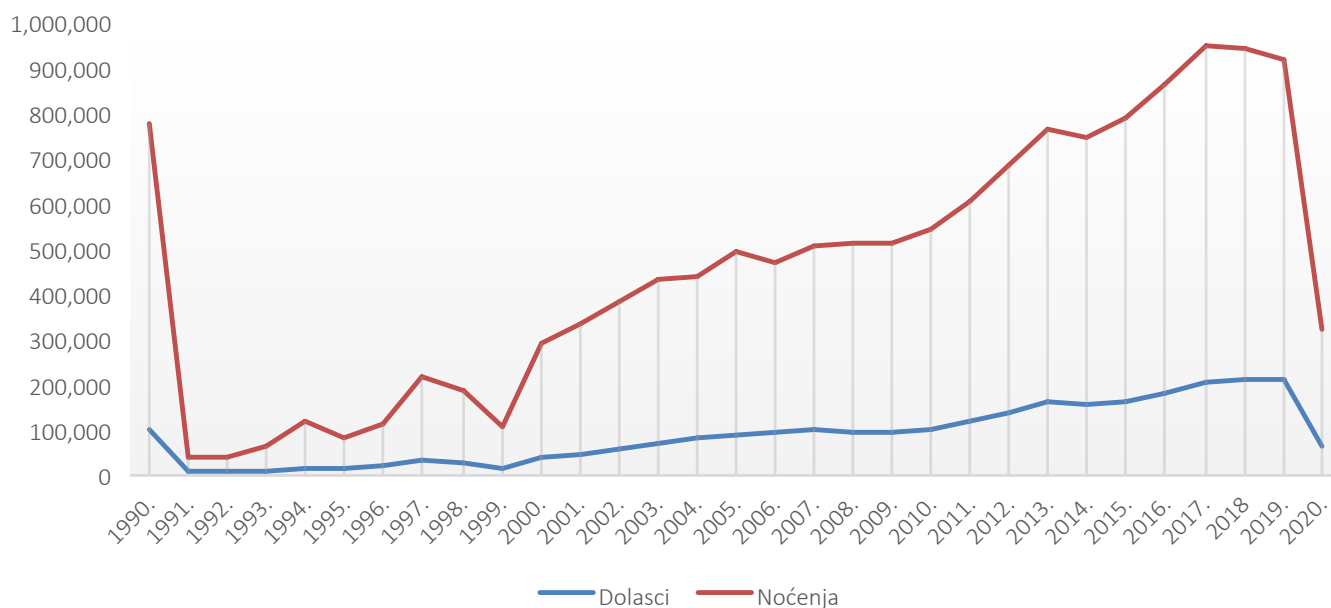
- Najvažniji belgijski organizatori putovanja okupljeni su u udruzi ABTO (Association of Belgian tour operators). Belgijsko *retail* tržište broji preko tisuću prodajnih mjesta. Najveći broj ih je u Flandriji.
- Postoje i dvije velike regionalne strukovne udruge agencija: za frankofone agencije UPAV i za flamanške VVR.
- U Belgiji, jednako kao i u Nizozemskoj, djeluju tzv. savjetnici za putovanja koji posluju od kuće i okupljeni su uglavnom u dvije grupacije, Travel Experts i Travel Counsellors. Ovaj oblik distribucije sve je popularniji budući da se izbjegavaju troškovi skupih ureda tj. agencija i poslovnih prostora.
- Također, postoji i nekoliko centrala zajedničke nabave, koje agencijama omogućuju veću kupovnu moć i postizanje boljih uvjeta na tržištu, poput primjerice SELECTAIR-a (100 agencija), GIGATOUR (oko 100 agencija i turoperatora), AVITOUR-a (100 agencija) itd., a FBAA (Federacija autobusera) obuhvaća oko 500 članova, sa ili bez licence za prodaju i organiziranje putničkih aranžmana.
- U svjetlu sve veće potražnje i sve većeg broja rezervacija preko interneta, većeg korištenja nisko cjenovnih avio prijevoznika i manje potražnje za uslugom putničkih agenata općenito, agenti u borbi za svakog gosta ističu svoje komparativne prednosti, a to su kompetentan savjet, stručnost, sigurnost putovanja koju pruža organizator putovanja, briga za gosta, osiguranje, itd.

DOPRINOS TRŽIŠTA UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU

BELGIJA	Dolasci			Noćenja		
		indeks	1990.=100		indeks	1990.=100
1990.	99.967		100	774.175		100
1991.	6.730	7	7	41.800	5	5
1992.	6.140	91	6	40.122	96	5
1993.	8.842	144	9	66.396	165	9
1994.	14.475	164	14	119.833	180	15
1995.	12.260	85	12	82.307	69	11
1996.	19.000	155	19	114.000	139	15
1997.	31.025	163	31	215.332	189	28
1998.	27.069	87	27	188.274	87	24
1999.	16.159	60	16	109.307	58	14
2000.	40.902	253	41	292.374	267	38
2001.	47.556	116	48	331.777	113	43
2002.	60.194	127	60	384.753	116	50
2003.	72.989	121	73	433.873	113	56
2004.	81.456	112	81	441.259	102	57
2005.	91.925	113	92	492.681	112	64
2006.	92.041	100	92	471.986	96	61
2007.	99.181	108	99	509.013	108	66
2008.	97.765	99	98	513.743	101	66
2009.	93.913	96	94	509.980	99	66
2010.	103.341	110	103	545.342	107	70
2011.	119.915	116	120	604.678	111	78
2012.	137.261	114	137	687.426	114	89
2013.	159.965	117	160	763.913	111	99
2014.	154.394	97	154	746.995	98	96
2015.	164.047	106	164	787.077	105	102
2016.	181.890	111	182	859.426	109	111
2017.	202.796	111	203	951.024	111	123
2018.	210.193	104	210	943.974	99	122
2019.	211.155	100	211	916.586	97	118
2020.	62.435	30	62	324.479	35	42

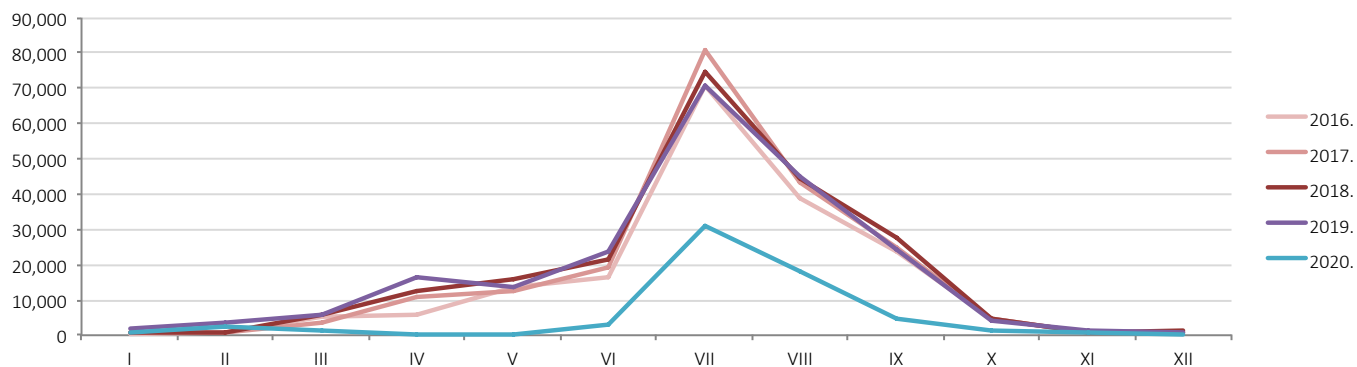
Izvor: DZS - komercijalni smještajni kapaciteti

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



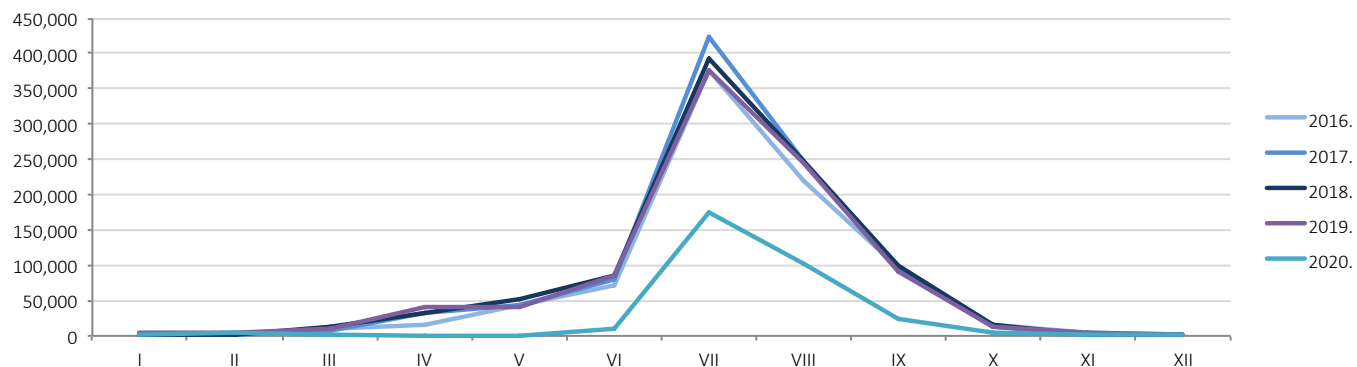
Izvor: DZS - komercijalni smještajni kapaciteti

Dolasci po mjesecima - Belgija



Izvor: DZS - komercijalni smještajni kapaciteti

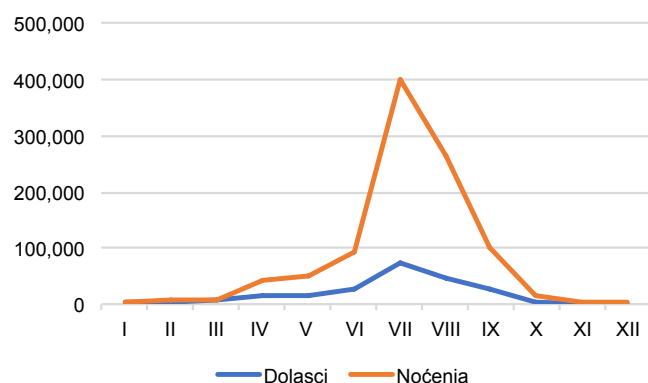
Noćenja po mjesecima - Belgija



Izvor: DZS - komercijalni smještajni kapaciteti

REZULTATI 2019. PREMA SUSTAVU eVISITOR

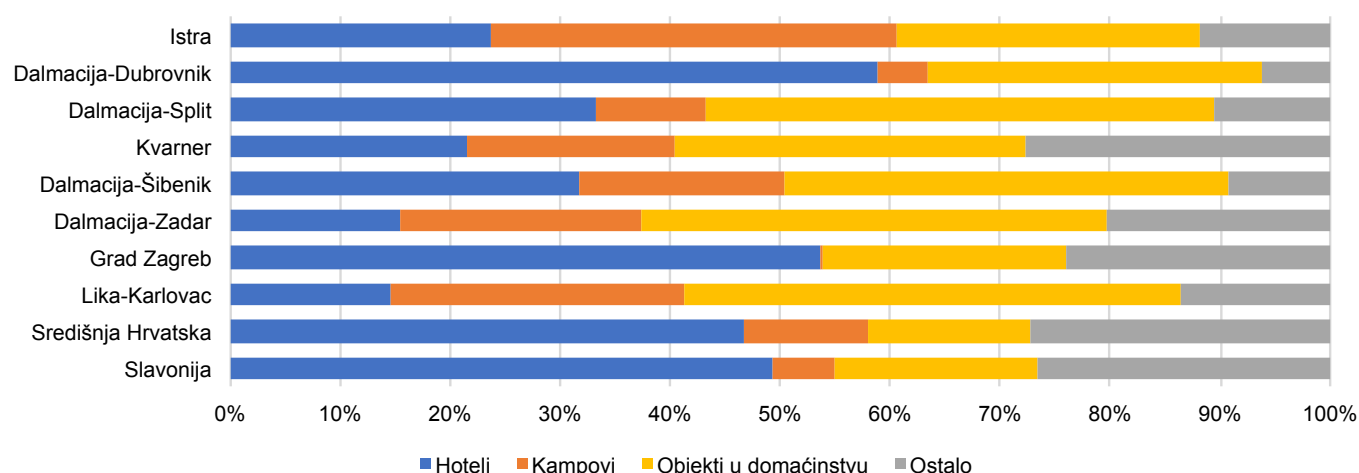
Dolasci i noćenja belgijskih turista, 2019.



Dolasci i noćenja po klasterima

	Dolasci	Noćenja
Istra	48.397	309.553
Dalmacija-Split	35.729	154.870
Kvarner	24.272	118.547
Dalmacija-Zadar	21.844	106.834
Dalmacija-Dubrovnik	30.696	102.196
Dalmacija-Šibenik	12.298	61.124
Nautika	7.590	52.904
Lika-Karlovac	20.184	48.132
Grad Zagreb	14.743	29.504
Središnja Hrvatska	3.620	10.809
Slavonija	964	1.772
Ukupno	220.337	996.245

Noćenja belgijskih turista po klasterima prema vrstama smještaja, 2019.



Top deset gradova/općina po noćenjima

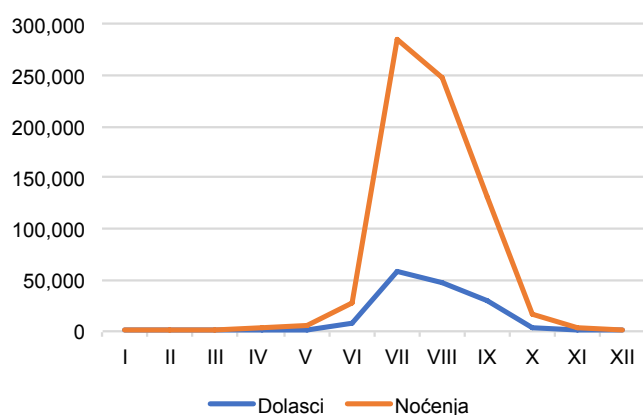
Grad općina	Noćenja
Dubrovnik	52.973
Rovinj	38.658
Zadar	36.592
Poreč	35.484
Pula	30.357
Tar	29.685
Zagreb	29.504
Split	29.094
Šibenik	28.696
Funtana	22.044

Dolasci po dobi i spolu

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

REZULTATI 2021. PREMA SUSTAVU eVisitor

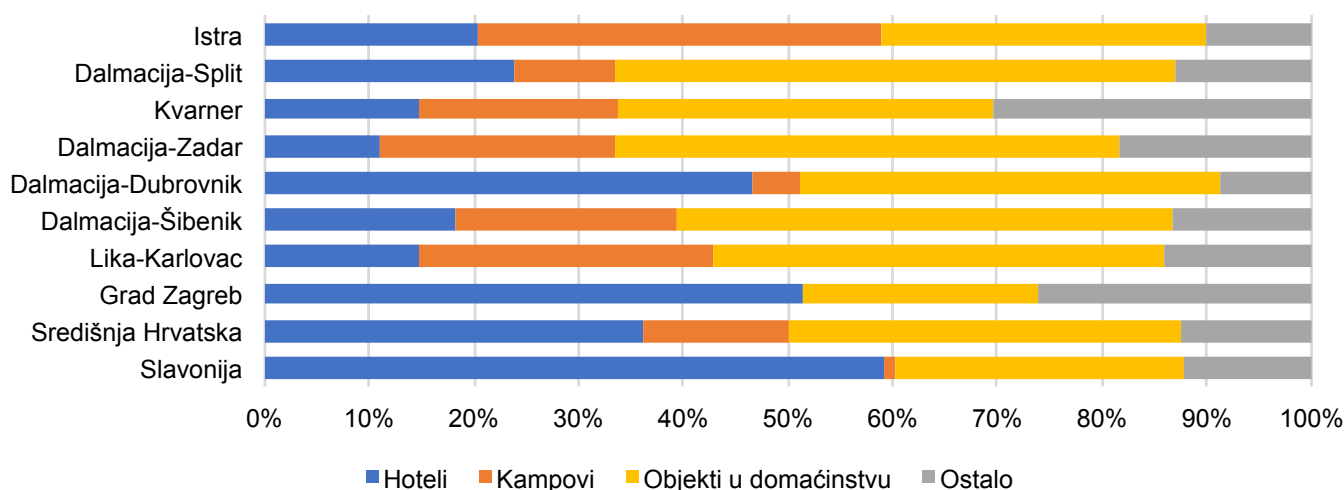
Dolasci i noćenja belgijskih turista, 2021.



Dolasci i noćenja po klasterima

	Dolasci	Noćenja
Istra	35.549	219.635
Dalmacija-Split	26.513	118.171
Kvarner	18.823	92.011
Dalmacija-Zadar	14.910	76.688
Dalmacija-Dubrovnik	15.334	65.491
Nautika	7.140	51.312
Dalmacija-Šibenik	7.912	40.503
Lika-Karlovac	13.506	31.766
Grad Zagreb	10.255	19.871
Središnja Hrvatska	3.137	9.404
Slavonija	920	2.023
Ukupno	153.999	726.875

Noćenja belgijskih turista po klasterima prema vrstama smještaja, 2021.



Top deset gradova/općina po noćenjima

Grad općina	Noćenja
Dubrovnik	34.490
Rovinj	32.083
Split	30.158
Zadar	27.491
Pula	26.010
Poreč	23.079
Zagreb	19.871
Tar	16.852
Šibenik	16.267
Medulin	15.483

Dolasci po dobi i spolu

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

TOMAS Hrvatska 2019. - Belgija

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	Belgija
More	66,5	49,8
Priroda	13,4	17,0
Touring, sightseeing	7,2	10,4
Gradovi (city break)	4,8	8,5
Kultura i umjetnost	2,0	8,2
Zabava i festivali	1,3	0,8
Sela, ruralno područje	0,9	0,9
Manifestacije i događanja	0,6	0,0
Gastronomija	0,6	0,5
Wellness, toplice	0,4	0,3
Ostali sportovi i rekreacija	0,5	0,4
Cikloturizam, mountain biking	0,3	0,2
Planinarenje, hodanje	0,2	0,0
Nešto drugo	1,1	2,9
UKUPNO	100,0	100,0

MOTIV DOLASKA U HRVATSKU

Motivi	Prosjek za strana tržišta	Belgija
More	79,1	71,6
Priroda	56,2	62,1
Gradovi (city break)	24,8	18,3
Touring, sightseeing	22,3	27,9
Kultura i umjetnost	13,4	19,9
Ostali sportovi i rekreacija	11,1	6,2
Gastronomija	6,7	4,3
Zabava i festivali	5,1	1,9
Sela, ruralno područje	4,7	6,0
Manifestacije i događanja	4,1	3,5
Posao	2,8	3,1
Wellness, toplice	3,3	1,2
Planinarenje, hodanje	3,3	2,1
Drugi odmorišni motivi	2,6	5,5
Posjet rodbini i prijateljima	1,7	0,0
Cikloturizam, mountain biking	1,7	2,4
Zdravstveni razlozi	0,8	2,3
Obrazovanje	0,4	1,3
Vjerski razlozi	0,2	0,0
Neki drugi razlog	1,0	2,5

UČESTALOST DOLASKA U HRVATSKU

Broj posjeta Hrvatskoj	Prosjek za strana tržišta	Belgija
Prvi posjet	33,3	57,3
Drugi posjet	15,4	19,4
3 do 6 posjeta	20,1	15,4
7 i više posjeta	31,2	8,0
UKUPNO	100,0	100,0

IZVORI INFORMACIJA

Izvori informacija	Prosjeak za strana tržišta	Belgija
Internet	56,2	65,6
Preporuke rodbine ili prijatelja	25,6	22,6
Prijašnji boravak	21,4	14,2
Preporuke TA ili kluba	10,7	9,9
Brošure, oglasi, plakati	5,3	15,0
Radio, televizija, film ili video	5,2	7,8
Turistički sajmovi, izložbe	5,1	3,5
Članci - novine/ časopisi	3,3	6,2
Nije trebao informacije	8,0	7,0

NAČIN REZERVACIJE SMJEŠTAJA

Rezervacija smještaja	Prosjeak za strana tržišta	Belgija
Posredstvom turističke ili putničke agencije, turoperatora - osobnim kontaktom, telefonom, e-mailom	17,2	19,2
Posredstvom turističke ili putničke agencije, turoperatora - online booking (ne e-mailom), uključujući Booking.com, Expedia i sl.	45,9	52,1
Izravno sa smještajnim objektom - osobnim kontaktom, telefonom ili telefaksom, e-mailom	16,4	14,3
Izravno sa smještajnim objektom - online booking (ne e-mailom)	15,7	9,8
Na neki drugi način	0,8	0,9
Nije unaprijed rezerviran	4,0	3,6
UKUPNO	100,0	100,0

TRENUTAK REZERVACIJE SMJEŠTAJA

Trenutak rezervacije	Prosjeak za strana tržišta	Belgija
Manje od tjedan dana prije dolaska	6,4	9,6
1 do 4 tjedna prije dolaska	17,1	19,0
1 do 3 mjeseca prije dolaska	33,0	36,5
3 do 6 mjeseci prije dolaska	27,6	24,1
Više od 6 mjeseci prije dolaska	15,9	10,7
UKUPNO/ TOTAL	100,0	100,0

SMETNJE TIJEKOM BORAVKA U DESTINACIJI

Smetnje	Prosjek za strana tržišta	Belgija
Gužva na kupališnom prostoru/preveliki broj kupaca	7,6	5,1
Gužva na ulicama, trgovima, šetnicama, atrakcijama i sl.	7,2	8,8
Neprijmjereno odloženo smeće	6,2	4,4
Nemogućnost razdvajanja otpada	6,3	3,0
Neugodni mirisi (iz kontejnera i kanti za smeće)	6,0	8,4
Buka koja remeti komfor vašeg smještaja (odmor, spavanje)	6,2	5,2
Nešto drugo	1,3	2,4

AKTIVNOST TIJEKOM BORAVKA U DESTINACIJI

Aktivnost	Prosjek za strana tržišta	Belgija
Plivanje, kupanje	76,5	69,3
Razgledavanje gradova ('city sightseeing')	53,8	60,6
Odlazak u restorane	50,4	57,1
Posjet povijesnim građevinama	23,4	36,1
Posjet nacionalnim parkovima, zaštićenim prirodnim područjima	19,1	31,2
Kupovina (osim svakodnevnih potrepština)	15,4	29,4
Odlazak na organizirane izlete brodom	14,8	25,3
Pješačenje	14,5	13,9
Posjet muzejima, galerijama i izložbama	13,8	18,1
Jogging, trčanje	12,9	20,5
Odlazak u klubove, ples, noćni život	11,0	19,7
Tenis	10,0	9,8
Korištenje wellness, spa usluga	8,5	12,5
Ronjenje	8,4	10,3
Posjet tematskim parkovima	7,8	10,1
Posjet zabavnim događanjima	7,1	12,0
Obilazak vinskih cesta, vinarija	7,3	6,3
Ribolov	6,1	3,8
Obilazak tematskih cesta	6,2	7,0
Posjet tradicionalnim događanjima	5,3	6,2
Ostalo	4,8	4,9
Posjet seoskim domaćinstvima	4,6	1,0
Posjet toplicama	3,9	0,7
Posjet kulturnim događanjima	3,8	2,8
Golf	3,8	8,4
Jedrenje	3,4	4,2

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

STUPANJ ZADOVOLJSTVA ELEMENTIMA TURISTIČKE PONUDE MJESTA

Element ponude	Prosjek za strana tržišta	Belgija
Ljepota prirode i krajolika	87,7	86,2
Ljepota mjesta	86,3	88,3
Osobna sigurnost	84,3	81,9
Atmosfera, ugođaj	82,7	78,0
Gostoljubivost lokalnog stanovništva	82,3	81,3
Ukupni boravak	80,5	73,5
Uređenost mjesta	78,5	72,0
Čistoća plaža	77,2	79,7
Smještajni objekt	76,8	75,7
Informacije u destinaciji	76,3	78,3
Ekološka očuvanost prostora	76,4	73,9
Mogućnosti kvalitetnog kretanja pješice u destinaciji	76,0	69,2
Prilagođenost destinacije djeci	75,3	74,8
Pješačke staze	75,1	64,0
Prometna dostupnost destinacije	74,1	68,9
Gastronomska ponuda u mjestu	71,7	70,9
Označavanje znamenitosti	71,8	74,6
Kultura i umjetnost	71,4	74,7
Opremljenost, uređenost plaža	70,6	59,2
Besplatni internet u destinaciji	69,5	72,8
Ponuda organiziranih izleta u okolicu	69,5	55,5
Informacije, edukacija u zaštićenim prirodnim područjima	69,1	59,1
Biciklističke rute i staze	67,7	65,1
Lokalni javni prijevoz	63,9	44,1
Sportski sadržaji	63,8	50,2
Događanja i manifestacije	63,4	53,0
Mogućnost za kupnju	62,5	48,9
Prilagođenost destinacije osobama s posebnim potrebama	62,4	57,2
Zabava, noćni život	62,4	50,9
Promet u mjestu	62,3	58,3

VJEROJATNOST PREPORUKE MJESTA PRIJATELJIMA, RODBINI ILI KOLEGAMA

	Prosjek za strana tržišta	Belgija
Nije vjerojatno da ću preporučiti	4,2	1,7
Vjerojatno ću preporučiti	26,9	37,7
Jako je vjerojatno da ću preporučiti	68,9	60,6
UKUPNO	100,0	100,0

PROSJEČNI DNEVNI IZDACI (u EUR)

Izdatak	Prosjeak za strana tržišta	Mađarska
Prosječni dnevni izdaci ukupno	99,0	83,03
Smještaj	52,8	50,07
Hrana u restoranima i barovima	17,1	12,97
Usluge trgovine	11,6	10,62
Kultura i zabava	3,3	1,44
Sport i rekreacija	2,8	1,41
Izleti	2,7	1,21
Lokalni prijevoz	7,1	4,49
Ostalo	1,7	0,82

STRUKTURA PROSJEČNIH DNEVNIH IZDATAKA

Izdatak	Prosjeak za strana tržišta	Mađarska
Prosječni dnevni izdaci ukupno	100,0	100,00
Smještaj	53,3	60,30
Hrana u restoranima i barovima	17,2	15,62
Usluge trgovine	11,7	12,80
Kultura i zabava	3,3	1,74
Sport i rekreacija	2,9	1,70
Izleti	2,8	1,46
Lokalni prijevoz	7,1	5,41
Ostalo	1,7	0,98

Aktualni imidž Hrvatske

Buking s tržišta Belgije krajem lipnja 2020. dobro je krenuo i sve je ukazivalo na to ćemo, s obzirom na pandemijske okolnosti, s ovog tržišta ostvariti relativno dobru sezonu. Tijekom *lockdowna* mediji su često pozitivno izvještavali o Hrvatskoj, a naša je zemlja bila prepoznata i istaknuta kao poželjno, blisko, sigurno i odgovorno odredište, koje se uspješno nosilo s prvim valom epidemije. U jeku najjače epidemije u Belgiji, u glavnom dnevniku vodeće flamanske komercijalne TV postaje VTM koji je imao milijunsku gledanost objavljena je višeminutna reportaža o Hrvatskoj, koja je istaknula vrlo povoljnu epidemiološku situaciju u zemlji i prikazala prekrasne motive iz našeg promotivnog videa. Ipak, lošija epidemiološka situacija u Hrvatskoj krajem prošlog ljeta prerano je označila kraj sezone koju smo završili na oko 40% rezultata iz 2019. Početak 2021. u Belgiji je obilježio policijski sat te zabrana za sva neesencijalna putovanja u inozemstvo, koja je bila na snazi sve do 18. travnja. Sve je ukazivalo na to da ćemo u 2021. doživjeti sličan scenarij kao u 2020., no zahvaljujući napretku glede procijepljenosti stanovništva, ali i promišljenim

komunikacijskim taktikama trajanja pandemije, tržište je iznenađujuće dobro reagiralo i već u srpnju smo premašili rezultate koji su ukupno ostvareni u 2020. te je do kraja rujna 2021. realizacija s tržišta Belgije bila na 75% realizacije iz 2019., što s obzirom na činjenicu da predsezoni zbog pandemije nismo imali, smatramo izuzetno dobrim rezultatom.

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

Prema podacima iz sustava eVisitor, u 2019. je godini 36% Belgijanaca putovalo preko agencije, a 64% individualno. U 2020. godini (uz znatno manje brojke), postotak agencijskih gostiju bio je 25%, a individualnih 75%. U 2021. agencijskih je gostiju bilo nešto više, 28%, a individualno je doputovalo njih 72%.

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

Organizatori putovanja nisu prekinuli ili otkazali svoje programe za Hrvatsku u 2020. sve do početka kolovoza.

Tada su se, samo za pojedine županije koje su se među prvima radi loše epidemiološke situacije našle na crvenim listama i radi svrstavanja istih u rizična područja (prema belgijskom MVP-u) organizatori putovanja morali prilagoditi trenutnoj situaciji i potražnji na tržištu te ukinuti programaciju tih područja. U 2020. je smanjen broj rotacija letova, autobuseri su putovali s manjim grupama, otkazivali su određene polaske te prilagodili svoje poslovanje preporukama vlade.

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 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 rujna pa sve do 18.4.2021. na snazi je bila negativna preporuka za sva ne esencijalna putovanja u inozemstvo, a slijedom toga i u Hrvatsku. Turoperatori su do tog datuma bili primorani obustaviti organizaciju svih putovanja.

Nakon stavljanja Hrvatske na žutu te zatim i na zelenu listu početkom lipnja 2021., turistički promet s belgijskog je tržišta masovno krenuo i sezonu 2021. završavamo s realizacijom od oko 75% postignuća iz 2019. a Hrvatska je na tržištu Belgije 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 u 2020., u najavi za 2020. bio je i jedan novi let te turoperatorski program za Hrvatsku - program TUI Belgije za Istru i let iz Bruxellesa za Pulu (2 x tjedno). Nažalost, zbog nepovoljne epidemiološke situacije taj je program bio odgođen za 2021. Budući da je do 15.6. na snazi bila negativna preporuka za putovanja, letovi su se generalno neprestano odgađali. Uslijed epidemije otkazani su i letovi Brussels Airlines za Zagreb i Zadar te letovi Ryanira iz Brisela CRL za Rijeku. Za ostale letove, broj rotacija je bio znatno smanjen i prilagođen potražnji, a zračni prijevoz praktički je paraliziran. Većina zračnih prijevoznika uslijed stavljanja Hrvatske na „crvenu“ listu, skratila je sezonu letenja, a zadnji letovi iz Belgije prema Hrvatskoj realizirani su krajem listopada (Ryanair za Zadar i Pulu).

U 2021. imali smo isti broj letova kao u 2020., s time

da je od lipnja po prvi puta bio uveden cjelogodišnji let Ryanaira na liniji Bruxelles CRL – Zagreb i to 3 x tjedno. Nažalost, let Ryanaira za Rijeku, otkazan u 2020., bit će ponovno uveden u 2022. no dobra je vijest da let neće biti na raspolaganju samo u visokoj sezoni, već tijekom čitave sezone (ožujak – studeni).

Letovi u 2021.:

Prijevoznik	Destinacija Belgija	Destinacija RH
Ryanair	Bruxelles CRL	Zadar
Ryanair	Bruxelles CRL	Pula
Ryanair	Bruxelles CRL	Zagreb
Brussels Airlines	Bruxelles	Dubrovnik
Brussels Airlines	Bruxelles	Split
Croatia Airlines	Bruxelles	Zagreb
TUIfly	Antwerpen	Split
TUIfly	Bruxelles	Dubrovnik
TUIfly	Bruxelles	Pula
Luxairtours	Luxembourg	Zadar
Luxairtours	Luxembourg	Dubrovnik
Luxairtours	Luxembourg	Split

Autobuseri u 2021.

Najznačajniji autobuseri na tržištu su Reizen Lauwers, Voyages Leonard, Der Zigeuner, Reizen Verhoeven, Rantour, Herman Vandamme, Primatour Carolus, BT Tours, Violetta Cars i dr. Autobuseri su već duži niz godina u relativnoj stagnaciji, što je na neki način očekivano, s obzirom na segment tržišta kojem pripada njihova publika i sve veći broj povoljnih letova. Prevladavaju uglavnom klasični autobusni programi (boravci u Istri i na Kvarneru, ture po Hrvatskoj, itd.), a raste i zanimanje školskih ekskurzija, naročito u razdoblju predsezone.

Grupna putovanja autobusom su uz MICE i grupna putovanja zrakoplovom jedan od najpogođenijih segmenata u turističkom sektoru tijekom COVID-19 pandemije, ponajprije zbog toga jer autobusom putuju zatvorene grupe, vrlo često seniora, koji su zbog činjenice da 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 nizom drugih čimbenika. I ove je godine veći dio gostiju iz Belgije putovao individualno, čemu svjedoče podaci iz sustava eVisitor. Tome je doprinijela relativna blizina Hrvatske za putovanja automobilom, dobra povezanost, sigurnost te sve brojniji letovi za Hrvatsku. Praktički cijela Istra, Kvarner i Sjeverna Dalmacija za Belgijance su auto destinacije, pa stoga dolaze vlastitim prijevozom, ili nisko cjenovnim zračnim prijevoznicima, dok charter letovi postoje za Split i Dubrovnik. Za brojne individualce iz Belgije i ove smo godine, unatoč pandemiji, ostali jedna od najomiljenijih destinacija na Sredozemlju.

Prednosti:

- Odlična klima
- Neprestano ulaganje u podizanje kvalitete smještajnih kapaciteta
- 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 te u središnjoj Hrvatskoj i u Gorskom Kotaru.
- Nedostatak odmorišta za kampere
- Nedostatak zabavnih parkova

Hrvatska na belgijskom tržištu uglavnom ostaje odredište za individualne goste, bilo da je riječ o individualnim gostima 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 2 godine, mnogi kolege nepovratno su napustili turističku branšu. Turoperatori navode kako je trenutno najvažnije izdržati i preživjeti krizu. Brojni turoperatori se prilagođavaju potražnji klijenata i orijentiraju 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 krize.

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

1. „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.
2. Turist koji će putovati bit 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.
3. 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 je prisutan velik interes za dalekim putovanjima.
4. Online eskapizam – 89% ispitanika vrijeme u lockdownu provelo je tražeći inspiraciju za buduća putovanja.
5. 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.

6. 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, a 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.
7. 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.
8. 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 cijenit će jednostavnije iskustvo, poput provođenja vremena na svježem zraku s obitelji.
9. Spontanost u kombinaciji s tehnologijom – tehnološke inovacije igrat 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.travmagazine.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 Belgiji, u pojedinim odredištima, kao i o restrikcijama za putovanja koje će uvesti Belgija ili potencijalne receptivne zemlje. Očekivanja govore da će zemlje koje su u pandemiji izgubile svoj udio na tržištu, u prvom redu Turska, Španjolska, Portugal, ali i Grčka, Italija, Tunis i Egipat te sva daleka odredišta izuzetno agresivno nastupati u predstojećoj godini, ne bi li povratili izgubljene udjele. Očekuje se kako će najpopularnija ponovno biti odredišta u neposrednoj blizini Belgije, kao što su Francuska, Španjolska, Njemačka, Austrija, Italija te odredišta dostupna automobilom. Za udaljenija odredišta (pogotovo ona interkontinentalna) trebat će više vremena za oporavak.

Prognoze organizatora putovanja za 2022.

Nikada ranije sektor putovanja, bilo da je riječ o poslovnim ili tzv. *leisure* putovanjima, zračnom i cestovnom prijevozu, ili kongresnoj industriji, u zemljama Beneluksa nije bio suočen s ovakvo razornim posljedicama. Neprestane promjene i nejasne preporuke za putovanja u određene destinacije, 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%. U 2022. se, između ostalog 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 relativno uobičajene okvire poslovanja.

TURISTIČKA SEZONA 2022. – HRVATSKA

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

U 2022. turoperatori očekuju oporavak i konsolidiranje poslovanja te promet najmanje na razini 2021., uz preferencije putnika usmjerene prema sporom otkrivanju odredišta, u potrazi za lokalnim iskustvom, tradicijom i autentičnošću, s fokusom na prirodu, ekološka putovanja, visoku svijest za očuvanje okoliša i poštivanje 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 za 2019. i 2021., uz dodatne i nove letove.

Najave zastupljenosti Hrvatske u programima organizatora putovanja tijekom 2022.

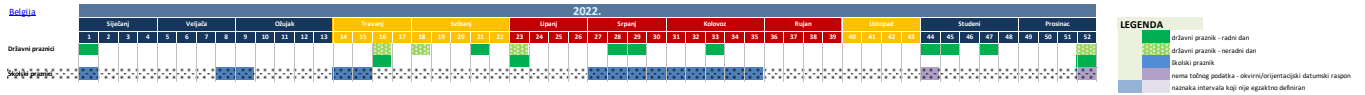
Zastupljenost u programima vodećih organizatora putovanja je za sada nepromijenjena i ukoliko ne dođe do stečajeva nekih turoperatora, zračnih prijevoznika i sl. ne očekujemo značajnije promjene u programiranju Hrvatske. Puno će toga, naravno, ovisiti o daljnjem razvoju epidemiološke situacije, restrikcijama 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 belgijskog tržišta usmjeren prema relativno bliskim destinacijama, u koje se može svrstati i Hrvatska. Očekuje se kako će i dalje biti u trendu putovanja vlastitim automobilom, ipak uz određeni oporavak dalekih destinacija, u koja građani u posljednje vrijeme nisu mogli putovati. Glede smještaja turisti će birati kuće za odmor, obiteljski smještaj, kampove, nautiku, a manje hotelski smještaj, osim onaj više kategorije. Očekuje se da će buking biti uglavnom realiziran u *last minute* periodu.

U ovakvom kontekstu, Hrvatska se ponovno može nametnuti kao jedna od omiljenih europskih destinacija Belgijanaca. Važno je definirati akcijski plan suradnje s partnerima na tržištu te ulagati u marketinške kampanje i promociju radi poticanja potražnje individualnih potrošača na tržištu, dok u kampanjama valja isticati da se hrvatska turistička ponuda prilagodila aktualnom sigurnosnom kontekstu. Hotelijeri, naročito 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 te je nerijetko cijena smještaja, ali i obroka, znatno viša nego u samoj Belgiji, dok kvaliteta nije u svim slučajevima na odgovarajućem nivou. Također je bitno, da naša zemlja poštuje sve sanitarne i epidemiološke mjere, da ih jasno definira kroz različite oznake tj. *labelle* koje mogu koristiti pružatelji usluga i koje jamče sigurnost.

Kalendar praznika



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
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
Praznik rada (Labour Day)	01.05.2021	Subota	18	01.05.2022	Nedjelja	18	01.05.2023	Ponedjeljak	18
Uzašće (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
Flamanski nacionalni praznik (Flemish National Holiday)	11.07.2021	Nedjelja	28	11.07.2022	Ponedjeljak	28	11.07.2023	Utorak	28
Belgijski nacionalni praznik (Belgian National Holiday)	21.07.2021	Srijeda	30	21.07.2022	Četvrtak	29	21.07.2023	Petak	29
Velika Gospa (Assumption of the Virgin Mary)	15.08.2021	Nedjelja	33	15.08.2022	Ponedjeljak	33	15.08.2023	Utorak	33
Dan sjećanja (Remembrance Day)	01.11.2021	Ponedjeljak	45	01.11.2022	Utorak	44	01.11.2023	Utorak	44
Kraj I svj. rata (Armistice Day)	11.11.2021	Četvrtak	46	11.11.2022	Petak	45	11.11.2023	Petak	46
Dan dinastije (Day of the Dynasty)	25.11.2021	Četvrtak	48	25.11.2022	Petak	47	25.11.2023	Subota	47
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.feiertagskalendar.ch/>

Školski praznici - Flamanska zajednica	2021./2022.	
	Početak	Kraj
Jesenski praznici	1.11.2021.	7.11.2021.
Božićni praznici i Nova godina	27.12.2021.	9.1.2022.
Zimski praznici	28.2.2022.	6.3.2022.
Proljetni/Uskršnji praznici	4.4.2022.	14.4.2022.
Ljetni praznici	1.7.2022.	31.8.2022.
Školski praznici - Francuska/Njemačka zajednica		
Jesenski praznici	1.11.2021.	5.11.2021.
Božićni praznici i Nova godina	27.12.2021.	7.1.2022.
Karnevalski praznici	28.2.2022.	4.3.2022.
Proljetni/Uskršnji praznici	4.4.2022.	15.4.2022.
Ljetni praznici	1.7.2022.	31.8.2022.

Izvor: Eurydice

NAPOMENE

Podaci o školskim praznicima dostupni su samo za školsku godinu 2021./2022. te uključuju termine praznika zaključno s ljetnim praznicima 2022. Okvirno, može se očekivati kako će jesenski školski praznici te početak Božićnih/novogodišnjih praznika za školsku godinu 2022./2023. (u dijelu u kojem se odnose na kalendarsku godinu 2022.), biti planirani u sličnim terminima kao što je to slučaj sa školskom godinom 2021./2022., no točni datumi u ovom trenutku nisu poznati. U skladu s navedenim, u grafičkom prikazu kalendara praznika navedeni (orijentacijski/okvirni) rasponi jesenskih i dijela božićnih/novogodišnjih praznika za školsku godinu 2022./2023. označeni su drugom bojom i napomenom kako je riječ o okvirnim datumskim rasponima. Grafički prikaz u svim slučajevima načelno reflektira razdoblje blagdana/praznika/školskih praznika, u pravilu do razine +/- sedam dana - za detaljnu informaciju o datumima potrebno je referirati se na detaljniji tablični pregled ispod grafičkih prikaza.