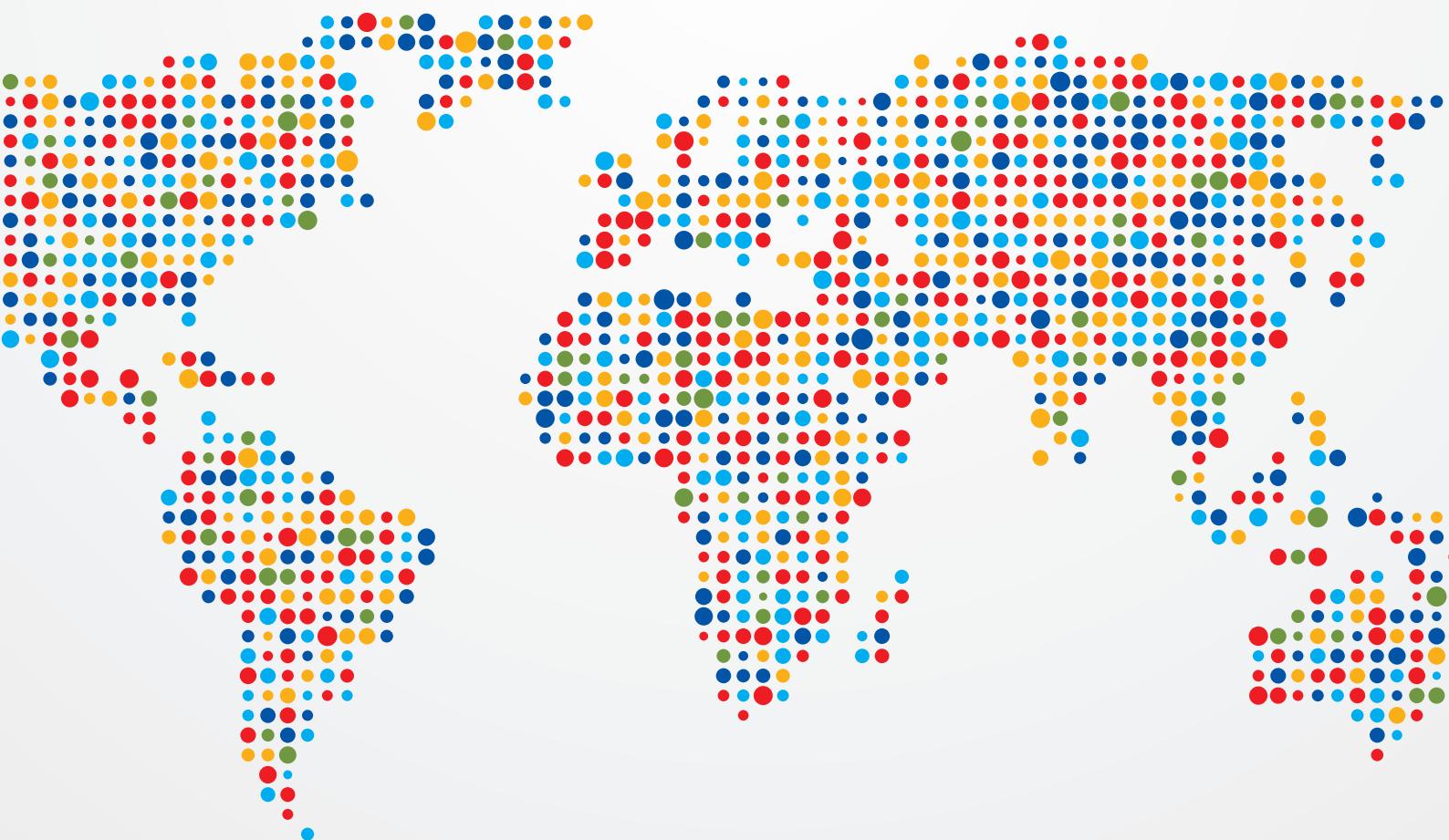




BELGIJA

PROFIL EMITIVNOG TRŽIŠTA - IZDANJE 2023.



SADRŽAJ

OPĆI PODACI O TRŽIŠTU	3
POLITIČKO UREĐENJE	3
STANOVNIŠTVO	4
OPĆE KARAKTERISTIKE GOSPODARSTVA.....	5
MEDIJI I OGLAŠAVANJE NA TRŽIŠTU.....	8
PROFIL EMITIVNOG TURISTIČKOG TRŽIŠTA U 2021. i 2022. GODINI.....	11
PREGLED ORGANIZATORA PUTOVANJA NA TRŽIŠTU.....	16
DOPRINOS TRŽIŠTA UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU	18
REZULTATI 2022. PREMA SUSTAVU eVISITOR (svi kapaciteti).....	19
TURISTIČKA SEZONA 2023. – OPĆI POKAZATELJI	24
TURISTIČKA SEZONA 2023. – HRVATSKA	25

OPĆI PODACI O TRŽIŠTU

Površina

- Kopno: 30.528 km²
- More: 3.462 km².
- Valonija -55,2% belgijskog teritorija
- Flandrija - 44,3% (dvostruko gušće naseljena od Valonije)

Premda se površinom svrstava među manje europske države, Belgija je jedna od najgušće naseljenih država na svijetu, sa 375 stanovnika/km².

Najveći gradovi

- Bruxelles (1.217.070 stanovnika)
- Antwerpen (528.903)
- Gent (264.677)
- Liège (194.638)
- Charleroi (201.940)

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.

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 u Belgiji postoji 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 dvojezičan 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.

Iako su izbori održani još u svibnju 2019., liberalno-zelena-socijalistička vlada iz tzv. Vivaldi koalicije predvođena flamanskim liberalnim premijerom Alexandera 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.

STANOVNIŠTVO

- 11.584.008 stanovnika

Muškarci

Starost/dob	<18	18 - 64	>65	TOTAL
2010.	1.131.667	3.396.339	784.215	5.312.221
2011.	1.140.348	3.433.208	796.678	5.370.234
2012.	1.148.091	3.446.480	819.230	5.413.801
2013.	1.154.313	3.454.760	838.415	5.447.488
2014.	1.159.599	3.457.286	857.424	5.474.309
2015.	1.164.347	3.462.994	877.753	5.505.094
2016.	1.168.683	3.472.890	895.959	5.537.532
2017.	1.173.811	3.480.405	913.789	5.568.005
2018.	1.177.701	3.486.865	933.340	5.597.906
2019.	1.179.409	3.496.306	952.513	5.628.228
2020.	1.182.566	3.503.918	973.580	5.660.064
2021.	1.182.459	3.507.219	987.533	5.677.211
2022.	1.185.903	3.515.396	1.007.603	5.708.902

Žene

Starost/dob	<18	18 - 64	>65	TOTAL
2010.	1.082.489	3.369.251	1.075.944	5.527.684
2011.	1.090.685	3.404.220	1.086.127	5.581.032
2012.	1.097.544	3.419.361	1.105.242	5.622.147
2013.	1.104.403	3.426.953	1.120.710	5.652.066
2014.	1.109.146	3.430.647	1.136.414	5.676.207
2015.	1.112.811	3.438.304	1.152.835	5.703.950
2016.	1.116.898	3.446.878	1.166.602	5.730.378
2017.	1.120.828	3.451.947	1.181.308	5.754.083
2018.	1.123.794	3.457.154	1.197.216	5.778.164
2019.	1.125.978	3.464.413	1.212.787	5.803.178
2020.	1.129.474	3.472.205	1.230.898	5.832.577
2021.	1.129.663	3.472.776	1.241.588	5.844.027
2022.	1.132.816	3.480.577	1.261.713	5.875.106

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 *per capita* 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 igrala važnu ulogu na međunarodnom i političkom polju. U Belgiji se nalaze sjedišta različitih EU institucija, NATO saveza, brojnih multinacionalnih kompanija, međunarodnih udruženja, asocijacija i organizacija itd. Zahvaljujući već spomenutoj geografskoj poziciji 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.

Cca. 60% izvoza predstavljaju poluproizvodi, uglavnom strojeva i materijala, ali i brojni kemijski proizvodi te prerađevine. 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, ali i treće mjesto u izvozu stakla.

Zatvaranje velikog broja, poglavito industrijskih radnih mjesta (tvornice automobila i metalna industrija) 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 vanjsko-trgovinskih aktivnosti te su glavne trgovačke misije uvijek predvođene nekim od članova kraljevske obitelji.

Aktualno stanje BDP-a, usporedba s prethodnim godinama; BDP po glavi stanovnika

Belgijski BDP je u 2021. iznosio 502.312 mil. eur. BDP po glavi stanovnika iznosi 43.340 eur. BDP je u 2021. porastao za 6,1%. U prvom tromjesečju 2022. bilježi porast od 0,6%, dok porast u drugom tromjesečju 2022. iznosi 0,5%.

Izvor: <https://countryeconomy.com/>

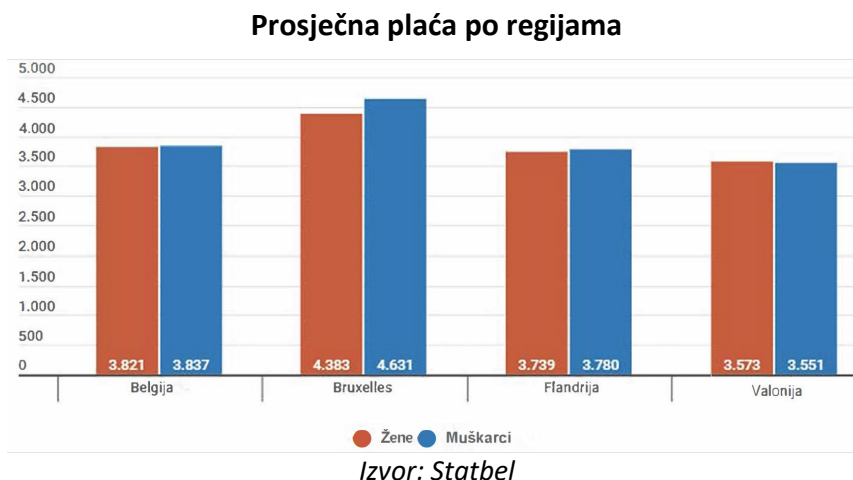
Postotak nezaposlenosti u 2021., aktualno stanje u 2022.

U 2. tromjesečju 2022. godine postotak nezaposlenosti iznosio je 5,7% dok je u 2021. godini iznosio 6,2%.

Izvor: <https://statbel.fgov.be/>

Prosječna plaća (aktualni podaci)

U 2020. godini bruto prosječna plaća iznosila je 3.550 eur.

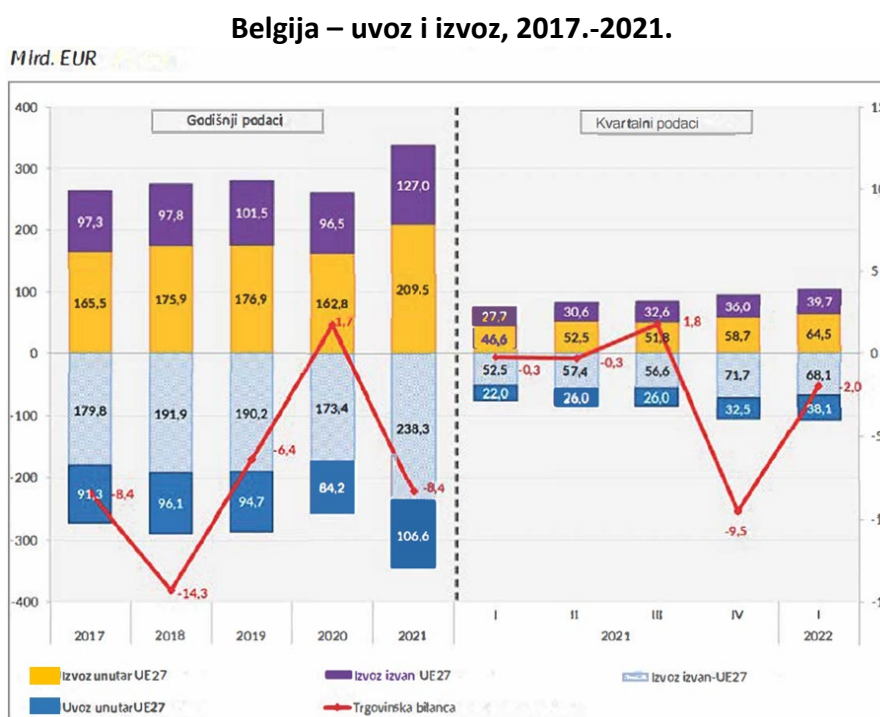


Stopa inflacije u 2021. godini iznosila je 2,44%, u 2022., do listopada, 9,08%.

Izvor: <https://www.inflation.eu/>

Vanjskotrgovinska bilanca (aktualni podaci i procjena budućeg trenda)

Nakon teške 2020. godine, vanjska trgovina je zabilježila snažan oporavak u 2021. Izvoz je porastao za 29,8% a uvoz za 33,9%, dosegnuvši rekorde od 336,5, tj. 344,9 milijardi eura. Vanjskotrgovinski deficit dosegao je 8,4 milijardi eura u 2021. dok je godinu dana ranije, u 2020., ostvaren suficit od 1,7 milijardi. Prvi kvartal 2022. bilježi porast izvoza za 40,4% i uvoza za 43,7%. Iako se je rezultat uspoređujući s ranijim tromjesečjem (-9,5 milijardi eura) popravio, uspoređujući s istim kvartalom 2021. i dalje se bilježi deficit od -0,3 milijardi eura.



Procjena učinaka aktualne energetske-inflatorne krize na stanje gospodarstva u ostatku 2022. te u 2023. godini

Gospodarski oporavak koji je započeo 2021. već nekoliko posljednjih mjeseci ometaju poteškoće u opskrbi, nedostatak kvalificirane radne snage i skok cijena energenata. Ograničenja u ponudi odražavaju se u „galopirajućoj“ inflaciji koja je započela u rujnu 2021., a koja je u siječnju 2022. iznosila 7,59%, što je rekordna vrijednost od kolovoza 1983.

Inflacija cijena energenata iznosila je 60,86% u siječnju te je pridonijela je ukupnoj inflaciji s 4,97 postotnih bodova, prema belgijskom središnjem uredu za statistiku Statbel. Temeljna inflacija, koja ne uzima u obzir energiju i neprerađenu hranu, iznosila je 2,98% u siječnju 2022. Ovaj rast inflacije vjerojatno će oslabiti gospodarsku aktivnost u nadolazećim mjesecima, kako ograničavanjem potrošnje kućanstava, tako i smanjenjem manevarskog prostora poduzeća, osobito kada je riječ o onima koji svoje poslovanje baziraju na velikoj potrošnji energije.

Poteškoće u opskrbi s jedne su strane rezultat naglog porasta potražnje, koja je pratila jačanje gospodarske aktivnosti nakon što su poduzeća dugo bila u stanju mirovanja. S druge strane, s krizom se promijenila struktura potražnje, pri čemu se povećala potrošnja dobara, nauštrb potrošnje usluga, navodi Belgijska narodna banka. Također, epidemiološke mjere usporile su gospodarsku aktivnost, kako u pogledu proizvodnje, tako i u pogledu transporta roba. Stoga su tokovi u lukama usporeni, uzrokujući uska grla, kao i manjak raspoloživih kontejnera. Pritom je porasla cijena prijevoza robe, a smanjena dostupnost pojedinih sirovina.

Nedostatak kvalificirane radne snage dugotrajni je problem u određenim sektorima, što je istaknuto u posljednjem istraživanju Grupe za upravljanje ekonomskim rizicima (ERMG) i Narodne banke, objavljenom u listopadu 2021. Čak 57% anketiranih poduzeća navelo je nedostatak radne snage kao faktor koji ograničava njihovu sposobnost ponovnog pokretanja proizvodnje. Ovaj nedostatak navodno je doveo do pada proizvodnje od 5% u mjesecu koji je prethodio istraživanju.

Cijene plina i električne energije na veleprodajnim tržištima doslovno su „eksplodirale“ od druge polovice 2021. Potražnja za prirodnim plinom porasla je pod kombiniranim učinkom gospodarskog oporavka – prvo u Aziji, zatim u Europi – te radi proizvodnje dobara, usluga ili električne energije zbog loših vremenskih uvjeta. Međutim, na opskrbu su utjecali i logistički čimbenici - održavanje infrastrukture skladišta plina, transport tekućeg prirodnog plina iz udaljenijih zemalja i geopolitička situacija (situacija između Ukrajine i Rusije, koja je obustavila puštanje u rad plinovoda Sjeverni tok 2). Budući da potražnja jasno premašuje ponudu, cijene plina na veleprodajnim tržištima znatno su porasle. Kako bi se zadovoljila rastuća potražnja za električnom energijom, infrastruktura za proizvodnju energije na plin i ugljen masovno je ponovno aktivirana. Navedeno je dovelo do pritiska na potražnju za plinom i do pritiska na cijenu emisije po toni CO₂ prema shemi trgovanja emisijama (ETS) koja se u Europi primjenjuje na proizvodne infrastrukture koje zagađuju okoliš. Opskrba električnom energijom bila je još reduciranija budući da obnovljivi izvori energije – sunce i vjetar – nisu bili učinkoviti, zbog nepovoljnih vremenskih uvjeta. Potražnja koja premašuje ponudu, u kombinaciji s povećanjem troškova proizvodnje, povećala je cijene električne energije u Europi.

Izvor: <https://economie.fgov.be>

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, online) po tematskim 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 i 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 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%

Televizija - medijska pokrivenost na sjeveru zemlje (nederlandofoni 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) x1.000

- LaatsteNieuws + Nieuwegazet 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) x1.000

- 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 Naslov Reach (Brand) x1.000

Kategorija	Naslov	Reach (Brand) x1.000
Televizija	Moustique	740
	CinéTéléRevue	1.759
	Humo	1.559
	Télépro	806
	Téléstar	544
	TeVe blad	536
	Télé Pocket	231
	Ekonomija	Trends FR-NL
Za žene		Flair NI

	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
Obiteljski	Top santé	1.013
Opći	Dag allemaal+Expres	2.236
	Knack	1.750
	Le vif L'Express	1.337
Sport/Hobi/Putovanja	Touring Magazine Fr	741
	Touring Magazine NI	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, Grande, Goodbye, Touring Explorer, TravMagazine, Travel 360, Travel Express i Travel2, Mice 2 te internet izdanja MIM online, Corporate Travel, Headquarters i BBT online.

Društvene mreže i internet

Čak 9,52 milijuna Belgijanaca aktivno je na društvenim mrežama, što je 81,7% stanovništva. Uspoređujući s 2021., broj korisnika povećan je za 7,8% odnosno 690.000 korisnika interneta. Nakon pandemije i *lockdowna*, korisnici provode u prosjeku oko 11% manje vremena na društvenim mrežama nego u 2020. Istovremeno, gotovo cjelokupna populacija koristi mobitele i ima pristup internetu.



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

Facebook (+16,5%) ostaje najsnažnija mreža, sa 71% generiranog prometa na internetskim stranicama trećih strana, ispred Pinteresta (pad od 51%), sa 14%, Twittera sa 6% (+7,5%) i Instagrama sa 3,5% (povećanje od 137%).



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

PROFIL EMITIVNOG TURISTIČKOG TRŽIŠTA U 2021. I 2022. GODINI

Generalni osvrt na aktualno stanje na emitivnom turističkom tržištu

2020. godina bila je prijelomna za turistički sektor diljem svijeta, pa tako i za Belgiju. Nakon prvih zabilježenih slučajeva prijenosa COVID-a, u ožujku 2020. uvedene su mjere sprječavanja širenja virusa zbog čega je zemlja stavljena u djelomični *lockdown*, ugostiteljski su objekti zatvoreni te su postavljena ograničenja za putovanja. Pao je broj turističkih dolazaka u zemlju, smanjena je potrošnja, a sektor se našao na razini aktivnosti od prije 10 godina. Takva situacija nije zaobišla niti belgijski *outgoing* sektor. Većinu godine granice su ostale zatvorene, a putovanja u inozemstvo nisu se preporučala.

U međuvremenu, situacija se velikim dijelom stabilizirala te je tekuća godina obilježena nizom drugih tema. Primjerice, 12. rujna 2022., u prostorijama bivšeg sjedišta NATO saveza, započelo je dugo očekivano suđenje pred porotom za terorističke napade na zračnu luku Bruxelles i stanicu podzemne željeznice prije šest godina. Ujedno je započela i četvrta kampanja COVID-19 cijepljenja za cjelokupno stanovništvo. Docjepljivanje se preporučuje svim osobama starijima od 65 godina te u određenim rizičnim slučajevima i starijima od 50 godina, no dostupno je svim odraslim osobama i besplatno je do početka studenog. Zbog relativno stabilnog broja oboljelih, pandemija trenutno nije tema u medijima niti u široj javnosti. S naslovnica su nestale i vijesti o ratu u Ukrajini, dok trenutno dominiraju teme energetske krize i rasta cijena, visoke inflacije (11,27% u rujnu) i ostalih svakodnevnih briga građana. Neizvjesnost zbog rasta cijena energenata se širi ne samo među stanovništvom, već i u gospodarstvu. Belgijska vlada odlučila se na niz mjera, poput smanjenja stope PDV-a na energente od 6% i produženje „socijalne tarife“ do proljeća, ali vidi i potrebu u ograničavanju cijena plina i viška profita proizvođača energije na europskoj razini. Sastavljen je „osnovni paket“ energije za belgijska kućanstva, koji ima za cilj podržati 60% stanovništva smanjenjem

računa za energiju za 200 eura u studenom i prosincu. Brojna kućanstva, koja se griju na lož ulje dobivaju jednokratnu subvenciju od 300 eura. Belgijanci u međuvremenu na štednim računima u bankama drže rekordnih 300,84 milijarde eura. U međuvremenu, energetske intenzivne industrijske tvrtke smanjuju proizvodnju, a pojedine strukovne udruge poput pekara traže državne potpore zbog visokih troškova energije. Belgijski premijer De Croo izazvao je određenu medijsku pomutnju kada je nedavno izjavio da će nadolazećih pet do deset zima predstavljati "teška vremena", ne nudeći pritom nikakva konkretna rješenja.

Gospodarstvo ne trpi samo zbog rasta cijena energije i sirovina, već i zbog nedostatka kvalificiranih radnika. U drugom tromjesečju diljem Belgije bilo je 213.822 slobodnih radnih mjesta, što predstavlja rekord. Ovakvi uvjeti također smanjuju i prognozu gospodarskog rasta. Nacionalna banka Belgije (BNB) očekuje da će se belgijsko gospodarstvo smanjiti za 0,2% u trećem kvartalu ove godine. Prema statističkim podacima Instituta za nacionalne račune (VGR), bruto domaći proizvod (BDP) u drugom je tromjesečju blago porastao za 0,2%.

U sferi turizma, želja za putovanjem među belgijskim turistima i dalje je velika, uz utjecaj „osjećaja slobode“ nakon mjeseci provedenih u *lockdownu* tijekom pandemije, kada je putovanje bilo moguće u vrlo ograničenoj mjeri. Za jesenske školske praznike (oko blagdana Svih svetih) na tržištu je i dalje prisutna potražnja za sunčanim destinacijama kao što su Gran Canaria i Egipat, dalekim putovanjima i krstarenjima. Buking za skijanje je oko 5% slabiji nego godinu ranije.

Odmor je mnogim Belgijancima jako bitan, jer im naročito u kriznim i teškim vremenima omogućuje da barem nakratko pobjegnu od svakodnevice. Ako financijske prilike ne dopuštaju duga putovanja, zimi se putuje u vlastitu i susjedne zemlje, ili se boravi kraće. Vrijednost za novac, prilikom odabira i bukiranja putovanja, postaje sve važnija. Strah od visokih računa za energiju i manje sredstava na raspolaganju za putovanja neke potencijalne turiste u ovom periodu prisiljava da odgode rezervaciju svog putovanja, što ne znači nužno da na kraju neće otputovati, posebice jer su putovanja u inozemstvo i dalje „u modi“. Često se u medijima mogu naći izvještaji koji sugeriraju da je zbog visokih cijena energenata preporučljivo zimovati na jeftinim mediteranskim destinacijama poput španjolske obale, ili u Tunisu. Spoj posla i godišnjeg odmora postaje za mnoge, naročito mlade poduzetnike, jako privlačan.

Utjecaj pandemije bolesti COVID 19 i ekonomskih kretanja na turistički promet u 2021. i 2022.

Kriza koju je uzrokovala pandemija COVID-19 poremetila je svakodnevni život Belgijanaca te je ostavila velike posljedice na njihov rad i obrazovanje, način na koji su putovali te provodili slobodno vrijeme. Mnogi ugostiteljski objekti i rekreacijski sadržaji morali su zatvoriti vrata, što je ograničilo mogućnosti za provođenje slobodnog vremena, zbog čega su građani više vremena provodili kod kuće, gledajući filmove i serije, baveći se hobijima, čitajući, kuhajući, obavljajući različite poslove i slično. Aktivnosti na otvorenom, poput vožnje bicikla i šetnje u neposrednom životnom okruženju i prirodi, bile su popularne.

Belgijanci još uvijek nisu u potpunosti zaboravili pandemiju korona virusa i sve nedaće koje su je pratile, a već su se pojavile novi problemi: rat u Ukrajini, pad kupovne moći, inflacija i smanjenje povjerenja potrošača. Ipak, sve je to ove godine imalo relativno slab utjecaj na ponašanje potrošača, tj. na namjere putovanja i buking. U ožujku, odmah po izbijanju rata u Ukrajini, buking je tijekom prva dva tjedna usporio, da bi se kasnije ponovno potpuno

oporavio. Prevladao je buking za europske destinacije (neznatan za daleke destinacije), a najveći je interes na tržištu vladao prije svega za destinacijama na Mediteranu te u neposrednoj blizini Belgije. Dominirale su *last minute* rezervacije i nerijetko su gosti bukirali svoje putovanje svega nekoliko dana prije polaska, kako bi bili sigurni da će moći nesmetano putovati i kako bi izbjegli eventualne probleme vezane uz otkazivanja.

Uz porast od milijun i pol putovanja u Belgiji i pad od oko devet milijuna putovanja u inozemstvo u 2021. u odnosu na 2019., Belgijanci su sveukupno ostvarili gotovo 7 milijuna putovanja manje, što je pad od 32% u odnosu na 2019. Naročito u prvoj polovici 2021., kada je i sektor turizma radi epidemioloških mjera bio zaustavljen, broj putovanja bio je dvostruko manji (-56%) naspram razdoblja dvije godine ranije. Primjetan je oporavak u drugoj polovici 2021. godine, ali unatoč oporavku i dalje je prisutan pad od 15%. Manji je i iznos potrošen na putovanja: u usporedbi s 12,8 milijardi eura iz 2019., potrošnja u od svega 7,4 milijarde eura u 2021. bila je manja za 42%.

Belgijanci su se u 2021. puno rjeđe odlučivali za hotelski smještaj. S 30,6% putovanja udio hotela je i dalje bio manji nego u 2020. (34,4%) i znatno ispod uobičajenog postotka od 40-50% iz prethodnih godina. Kao i tijekom 2020., u 2021. Belgijanci su više kampirali, boravili kod prijatelja ili obitelji, tj. boravili u iznajmljenoj kući, ili stanu za odmor. U 2021. godini, postotak putovanja zrakoplovom bio je znatno niži od razine zabilježene prije COVID krize. Tijekom razdoblja 2016.-2019., udio putovanja zrakoplovom iznosio je oko 30%, dok je u 2021. iznosio svega 19,3%. S druge strane, udio putovanja automobilom ostao je sa 71,3% na razini iz 2020. Najpopularnije destinacije Belgijanaca bila su Francuska, Nizozemska i Španjolska. Zajedno, predmetne zemlje predstavljaju u prosjeku više od polovice (57,9%) turističkih putovanja u inozemstvo za razdoblje 2015.-2021.

Izvor: Statbel

Trendovi koji su se na tržištu mogli primijetiti tijekom dvije pandemijske godine te su u velikoj mjeri ostali aktualni do danas, su slijedeći:

- manji broj ostvarenih putovanja - građani su odmor provodili u zemlji ili u susjednim, vlastitim prijevozom lako dostupnim zemljama, bez dalekih putovanja
- češća putovanja automobilom, manje putovanja zrakoplovom
- individualna putovanja, umjesto grupnih
- ruralna područja sve više dobivaju na popularnosti – potreba za prostorom
- za smještaj su uglavnom birane kuće za odmor, kampovi, turistička naselja, a manje hotelski smještaj
- pojava novih regija i gradova - zbog velikog pritiska na poznate gradove i prirodna područja razvijaju se nove turističke destinacije
- *online* organizacija putovanja sve više uzima maha
- važnija su nezaboravna iskustva
- zdraviji, održiviji i društveno osviješteni turizam - očekuje se da će ljudi donositi odluke s više pažnje prema vlastitom zdravlju, okolišu i bližnjima
- sve više ljudi seli iz gradova
- nastavlja se rad od kuće - redoviti sastanci i informativna okupljanja odvijat će se dijelom *online*, dijelom u fizičkom, a dijelom u hibridnom obliku
- upoznavanje s novim oblicima turizma

Broj stanovnika koji su u 2021. na odmor otputovali u inozemstvo / odmor proveli u vlastitoj zemlji – procjene za 2022.

U 2021. godini ostvareno je 15,5 milijuna putovanja. Od toga 6,9 milijuna putovanja u Belgiji, te 8,6 milijuna putovanja u inozemstvu.

Izvor: Statbel

Redoslijed omiljenih destinacija u 2021.

RB	Država	Broj putovanja (u tisućama)
1.	Francuska	2.460
2.	Španjolska	760
3.	Nizozemska	570
4.	Italija	490
5.	Njemačka	300
6.	Grčka	220
7.	Portugal	140
8.	Turska	110
9.	Austrija	110
10.	Hrvatska	90
11.	Švicarska	85
12.	Maroko	70
13.	Luksemburg	70
14.	Poljska	45
15.	Rumunjska	35
16.	Mađarska	35
17.	Švedska	35
18.	Bugarska	30
19.	UK	25
20.	Slovenija	20

U 2021., najpopularnija destinacija i dalje je Francuska, a potom sijede Španjolska Nizozemska, Italija, Njemačka, Grčka, Portugal i Turska. U usporedbi s ranijim godinama, manji je udio Turske i Tunisa.

Izvor: Statbel

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

U pandemijskim godinama najsnažnije su pogođeni segmenti organiziranih, grupnih putovanja (naročito seniora, školskih ekurzija i grupnih putovanja autobusom), krstarenja i MICE te općenito grupna putovanja i putovanja zrakoplovom, odnosno, segmenti putnika koji putuju preko turoperatora, putničkih agencija i turoperatora.

Omjer organiziranog i individualnog prometa značajno varira, ovisno o destinaciji. Za destinacije u okruženju i tzv. *citytrip* putovanja, Belgijanci uglavnom sami organiziraju putovanja, većinom putem interneta. Smještaj uglavnom rezerviraju preko različitih rezervacijskih platformi poput booking.com, Airbnb, izravno s ponuditeljem i slično, dok za

dalja putovanja u tipičnim turoperatorskim destinacijama te za kompleksnije programe koriste usluge posrednika - 80% putovanja samostalno je organizirano, 14% odnosi se na aranžman sa zračnim prijevozom, a 5% na neki drugi aranžman.

Za mnoge potrošače je samo po sebi razumljivo da individualno rezerviraju odmor putem interneta, tj. da pretražuju i rezerviraju prema najboljim uvjetima u tom trenutku. Unatoč tome, putnički agenti su posljednjih godina ponovno dokazali svoju važnost. COVID kriza je jasno dala do znanja da je potrošač koji putuje organizirano bolje zaštićen, da može jednostavnije prekinuti putovanje i vratiti se kući u slučaju da je to nužno. Između ostalog, putovanje je jednostavnije otkazati, ili odgoditi za kasniji period (putem vaučera i sl.).

Vrsta prijevoza koji su turisti preferirali prilikom odlaska na godišnji odmor u 2021. – procjene za 2022.

U 2022. 48% građana putovalo je osobnim automobilom, 39% zrakoplovom, 6% vlakom, 6% autobusom. Evidentno je kako je odabir vrste prijevoza usko vezan uz udaljenost i pristupačnost destinacije. Vlak je u konstantnom porastu, zbog dobro razvedene mreže brzih pruga, učestalosti i kvalitete brzog vlaka *Thalys* te brojnih odlazaka Belgijanaca u bliske destinacije (gotovo 30 veza dnevno između Bruxellesa i Pariza te diljem Francuske).

Izvor: ABTO/GfK Travel Trends

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

Epidemija je promijenila navike potrošača. Tijekom epidemije, buking kod organizatora putovanja je praktički bio obustavljen. U 2021. godini, 40% bukiralo je paket aranžman, 15% samo prijevoz, a 45% samo smještaj. U 2022., 40% ih je bukiralo paket aranžman, 13% samo prijevoz, a 47% samo smještaj.

Izvor: ABTO/GfK Travel Trends

Preferencije turista s obzirom na vrstu smještaja u 2021. – procjene za 2022.

Dok je u 2019. u više od 50% slučajeva biran hotelski smještaj, u 2021. on ima udjel od svega 37%. S 14% na 23% povećao se udio smještaja u kućama za odmor i apartmanima, a boravak u kampu za 1%. Smještaj u kampovima biran je u 5% slučajeva.

Izvor: ABTO/GfK Travel Trends

Razrada tržišta s obzirom na motiv putovanja u 2021. – procjene za 2022.

„Pasivni odmor“, odnosno opuštanje i druženje, najčešći su motivi, odnosno aktivnosti koje motiviraju putovanja Belgijanaca. Najomiljenije aktivnosti su odmaranje/relaksacija, šetnje, posjet gradovima i selima, plaže, *shopping*, kultura, itd.

U 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.

77% Belgijanaca tijekom svog ljetovanja planira barem jednu posjetu nekoj kulturnoj znamenitosti, u 62% slučajeva riječ je o posjetu gradu ili selu, 35% posjetu muzeju ili galeriji itd. Više od trećine Belgijanaca bira destinaciju na plaži, ili u blizini vodenih površina, tj.

destinaciju u kojoj će moći plivati. Polovica ih bira neku fizičku aktivnost na odmoru, bilo da je riječ o biciklizmu, planinarenju ili slično.

Izvor: ABTO/GfK Travel Trends

Prosječni budžet/potrošnja po putovanju u 2021. – procjene za 2022.

Belgijanci su u 2021. izdvajali 16% više za svoj odmor, u usporedbi s godinom ranije. U 2021. su Belgijanci trošili u prosjeku oko 929,5 eur, naspram 801 eur u 2020. Za putovanja zrakoplovom u okviru paket aranžmana izdvojeno je 23% više, odnosno 1.290,60 eur po osobi, naspram 1.051,10 eur prije pandemije. Očekuje se da će u 2022. potrošnja biti veća te da će iznositi u prosjeku 1.150 eur po osobi i putovanju.

Izvor: Izvor: ABTO/GfK Travel Trends / Europ Assistance

PREGLED ORGANIZATORA PUTOVANJA NA TRŽIŠTU

Osvrt na poslovno okruženje i eventualne promjene u domeni TO/TA tijekom 2021./2022.

Pad prometa i prihoda belgijskih turoperatora u 2020. iznosio je 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 su provodili sami turoperatora. Brojni turoperatora su se prilagodili potražnji svojih klijenata i preorijentali poslovanje s dalekih na bliže destinacije, ponajprije na susjedne, tj. 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 cijepjenja uglavnom provedena i više od 80% osoba je cijepjeno, masovno počeli bukirati ljetovanje i kretati na putovanja.

Turistička industrija u zemljama Beneluksa iza sebe ima dobru sezonu 2022. TUI navodi kako će 2022. zatvoriti s pozitivnim financijskim rezultatom, koji je otprilike na razini 2019. godine. Unatoč tome što je broj ostvarenih rezervacija manji nego 2019. (-9%), financijski je rezultat bolji, budući da su postignute cijene aranžmana bile znatno više nego u 2019. (u prosjeku oko 18%). Očekuje se kako će putovanja (smještaj i letovi) u 2023. godini poskupjeti za oko 8% (analiza CWT i GBTA).

Nakon stečaja Thomas Cooka u jesen 2019., na tržištu je i dalje najveći turoperator TUI. Ostali akteri na tržištu su turoperatora specijalizirani za pojedine djelatnosti ili tržišne segmente, odnosno tzv. niše gdje su tipični primjeri Expair Tours (mediteranske zemlje), Connections (studenti, omladina, ticketing), Lauwers, Rantour, De Zegeuner, Generaltour, Pam Vermeulen ili Leonard (autobuseri), 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 (kulturna putovanja i citytripovi), AB tours (Bugarska, Maroko, Rumunjska) te brojni drugi.

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

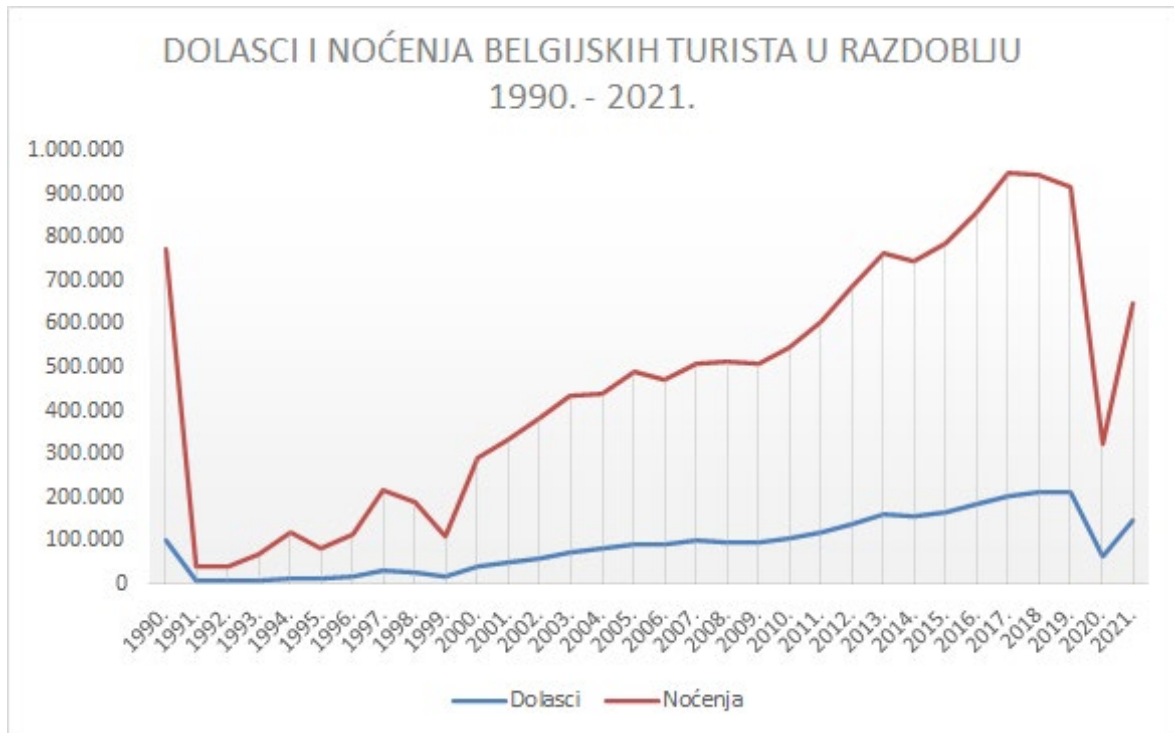
Udruge organizatora putovanja i turističkih agenata:

- 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 prisutan u Flandriji.
- Postoje i dvije velike regionalne strukovne udruge agencija: za frankofone agencije UPAV, a za flamanske VVR te FBAA (Federacija autobusera) koja obuhvaća oko 500 članova, autobusera, sa ili bez licence za prodaju i organiziranje putničkih aranžmana.
- U Belgiji, jednako kao 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.
- Na tržištu kao *retailer* i dalje posluje Neckermann, tržišna marka Thomasa Cooka.
- 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.
- 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

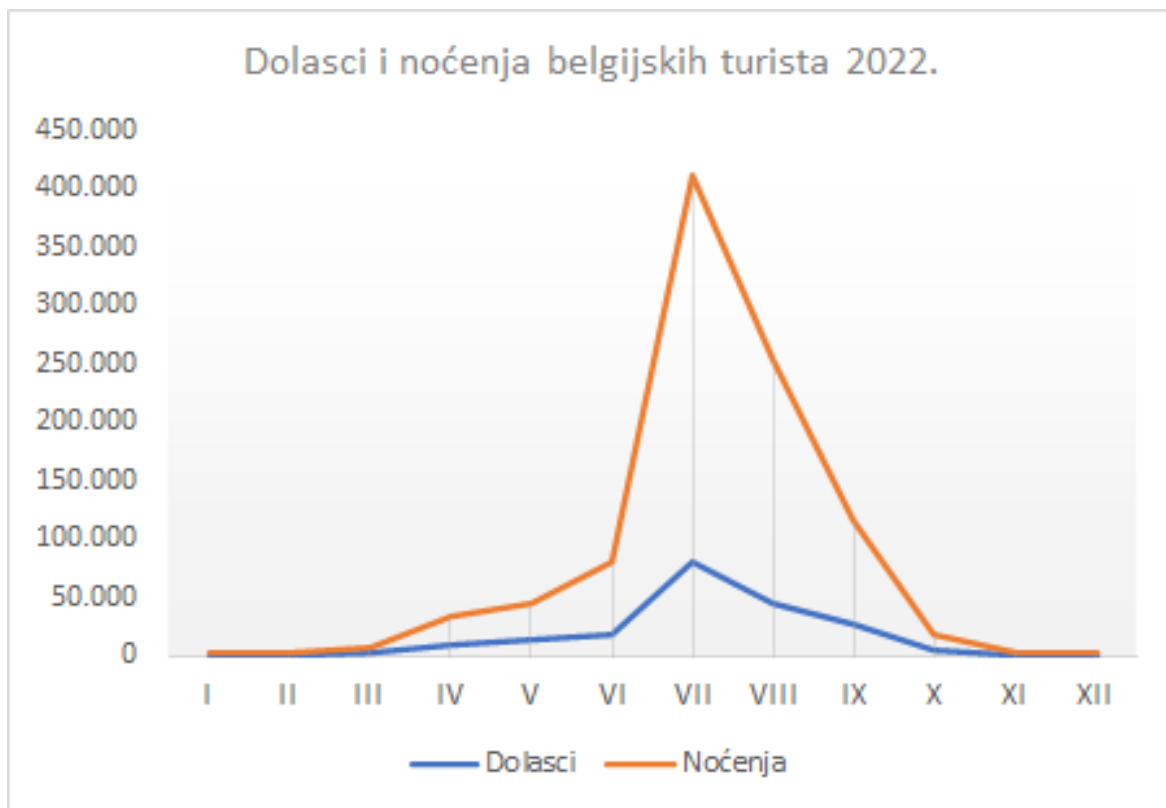
BELGIJA	Dolasci			Noćenja		
		indeks	1990.=100		indeks	1990.=100
1990.	99.967		100	774.175		100
1991.	6.730	7	7	41.800	5	5
1992.	6.140	91	6	40.122	96	5
1993.	8.842	144	9	66.396	165	9
1994.	14.475	164	14	119.833	180	15
1995.	12.260	85	12	82.307	69	11
1996.	19.000	155	19	114.000	139	15
1997.	31.025	163	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
2021.	145.022	232	145	650.422	200	84

IZVOR: DZS - komercijalni smještajni kapaciteti



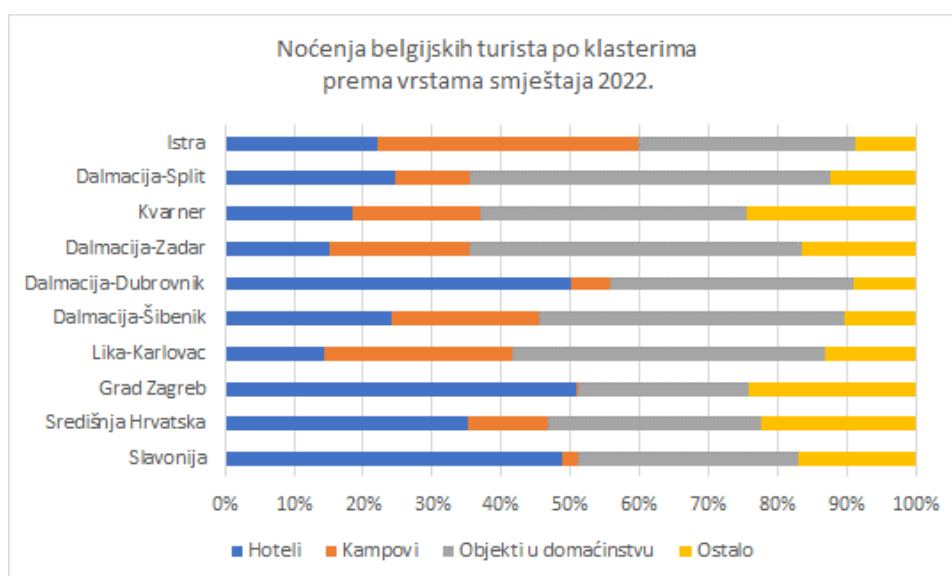
IZVOR: DZS - komercijalni smještajni kapaciteti

REZULTATI 2022. PREMA SUSTAVU eVISITOR (svi kapaciteti)



Promet po klasterima

Klaster	Dolasci	Noćenja
Istra	51.447	318.426
Dalmacija-Split	31.162	135.764
Kvarner	26.532	127.136
Dalmacija-Zadar	21.082	103.966
Dalmacija-Dubrovnik	22.370	84.575
Nautika	8.505	60.787
Dalmacija-Šibenik	10.311	53.667
Lika-Karlovac	17.603	44.107
Grad Zagreb	14.813	31.057
Središnja Hrvatska	4.197	12.708
Slavonija	1.030	1.846
Ukupno	209.052	974.039



Top destinacije

Grad općina	Noćenja
Dubrovnik	48.889
Poreč	41.737
Rovinj	39.001
Zadar	35.999
Pula	35.292
Split	32.479
Zagreb	31.057
Tar	26.642
Funtana	21.510
Šibenik	20.993

Dolasci po dobi i spolu

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

Aktualni imidž Hrvatske

Belgijsko tržište dokazalo je svoju vjernost Hrvatskoj, budući da su odmah nakon što su ukinute restrikcije za putovanja (u lipnju 2021.) brojni belgijski gosti krenuli put naše zemlje ostvarivši 75% rezultata (u noćenjima) iz 2019., unatoč potpunom izostanku predsezone koju je obilježio potpuni *lockdown* i zabrana svih putovanja u inozemstvo. U 2022. ostvaren je još bolji rezultat te se belgijsko tržište približilo rezultatima iz vremena prije pandemije.

Vjerujemo kako naša zemlja još uvijek ima prostora za daljnje jačanje pozicije na ovom tržištu, kroz segmentiranje i ciljanu komunikaciju prema različitim skupinama potencijalnih klijenata, poglavito u razdobljima pred i posezone te u tzv. *premium* i gastro segmentu. Belgijsko tržište je postalo svjesno da je Hrvatska prelijepa i zanimljiva zemlja, očuvane prirode i zanimljive kulturne baštine, u kojoj ima još puno toga za otkrivanje. Mediji pišu afirmativno o kulturnoj i prirodnoj baštini, bogatoj gastronomskoj ponudi u svim dijelovima zemlje, vrlo često i o odmoru na kontinentu. Belgijanci Hrvatsku doživljavaju kao destinaciju koja je relativno blizu i lako dostupna, čemu doprinose i brojni izravni letovi kojih je svake godine sve više, tj. destinaciju s predivnom prirodom, ljubaznim domaćinima, velikom raznolikošću i uglavnom dobrom vrijednošću za novac. Kritike su uglavnom usmjerene na velike gužve na graničnim prelazima u vrhuncu sezone te na velike gužve u gradovima na Jadranu, u nacionalnim parkovima i ostalim atrakcijama u ljetnim mjesecima. Neke se primjedbe odnose na visoke cijene, naročito ugostiteljskih usluga. Zbog sve veće popularnosti Hrvatske, velik broj belgijskih turista strahuje od toga da Hrvatska postaje destinacija masovnog turizma.

Omjer između organiziranih i individualnih dolazaka u Hrvatsku u 2021. i 2022.

Prema podacima iz sustava eVisitor, u 2022. je godini 68% Belgijanaca u Hrvatsku putovalo individualno, a 32% preko agencije. Omjer u 2021. je sličan – 72% je putovalo individualno, 28% preko agencije.

Zastupljenost Hrvatske u programima organizatora putovanja/ rezultati organizatora putovanja

Hrvatska je zastupljena kod svih vodećih turoperatora. Zastupljenost u programima je za sada nepromijenjena te ukoliko ne dođe do stečajeva nekih turoperatora, zračnih prijevoznika i sl., ne očekujemo značajnije promjene. Puno će toga ovisiti o daljnjem razvoju

sigurnosne situacije u Europi, razvoju ekonomske situacije, inflaciji, eventualnoj recesiji, epidemiološkoj situaciji, restrikcijama, raspoloživim letovima, kao i ostalim čimbenicima.

Nakon pandemijske 2020. godine, organizirani turistički promet ponovno je uspostavljen u svom punom obujmu od lipnja 2021. nadalje, kada su pokrenuti brojni letovi za Hrvatsku te su nastavljeni svi turoperatorski programi iz 2019. Osim sporadičnih otkazivanja letova uzrokovanih štrajkovima osoblja (Brussels Airlines) ili drugim razlozima (Ryanair), turoperatorski programi i zračni promet prema Hrvatskoj nesmetano su se odvijali. Za grupni segment putovanja, naročito programe autobusom za seniore, mlade, klupska putovanja, školske ekskurzije, kao i korporativni segment/MICE putovanja, potpuni oporavak potrajat će još neko vrijeme, ali je trend pozitivan.

Zrakoplovna povezanost s Hrvatskom tijekom 2022. godine

U 2022. je ostvaren isti broj letova kao u 2021. s time da je po prvi puta bio uveden novi let i turoperatorski program TUI-ja za Zadar (uz već postojeći program za Split, Dubrovnik i Pulu). Novost je i da je u 2022. let Ryanaira za Rijeku bio cijelo sezonski (ožujak – studeni), a ne samo dostupan u visokoj sezoni, kao što je to bio slučaj ranijih godina, uz nastavak svih ostalih letova (za Zadar, Pulu i Zagreb koji je cjelogodišnji).

Zračni prijevoznik	Polazište	Destinacija
Ryanair	Bruxelles CRL	Zadar
Ryanair	Bruxelles CRL	Pula
Ryanair	Bruxelles CRL	Rijeka
Ryanair	Bruxelles CRL	Zagreb
Brussels Airlines	Bruxelles	Dubrovnik
Brussels Airlines	Bruxelles	Split
Brussels Airlines	Bruxelles	Zadar
TUI fly	Bruxelles	Dubrovnik
TUI fly	Bruxelles	Pula
TUI fly	Bruxelles	Zadar
TUI fly	Antwerp	Split
Croatia Airlines	Bruxelles	Zagreb
Luxair	Luxembourg	Dubrovnik
Luxair	Luxembourg	Zadar

Autobuseri u 2022.

Najznačajniji autobuseri na tržištu su Reizen Lauwers, Voyages Leonard, De Zigeuner, Reizen Verhoeven, Rantour, Herman Vandamme, Primatour Carolus, BT Tours, Violetta Cars i ostali. 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.

Uglavnom prevladavaju klasični autobusni programi koji u većini slučajeva uključuju Istru i Kvarner, a šire se i prema Dalmaciji. Najjači mjeseci za grupna putovanja autobusom su svibanj, lipanj i rujanj, a većina gostiju koji putuju autobusom noći u hotelima. Klijentela

autobusera u najvećoj su mjeri već konstituirane grupe, udruge, društva, sindikati, i sl., koji traže organizirani prijevoz „od kućnog praga“.

Grupna putovanja autobusom su uz MICE i grupna putovanja zrakoplovom bila jedan od najpogođenijih segmenata tijekom COVID-19 pandemije. Neki autobuseri ipak su odradili svoje programe, no uz znatno manji profit, budući da je broj sjedećih mjesta u autobusima bio smanjen radi mjera sprječavanja širenja zaraze. Autobuserski segmentu u 2022. godini ipak bilježi oporavak.

Individualni promet u 2022.

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, inflaciji, sigurnosti i nizu drugih čimbenika.

U 2021. i 2022. većina gostiju iz Belgije bili su individualci, čemu je doprinijela relativna blizina Hrvatske (dostupnost automobilom), dobra zračna i cestovna povezanost, sigurnost, te sve brojniji i učestaliji letovi za Hrvatsku. Praktički cijela Istra, Kvarner i Sjeverna Dalmacija za Belgijance su auto destinacije, pa stoga dolaze vlastitim prijevozom, ali i nisko cjenovnim zračnim prijevoznicima, redovnim ili charter letovima. Za brojne individualce iz Belgije i ove smo godine ostali jedna od najomiljenijih destinacija na Mediteranu.

Prednosti:

- Odlična klima
- Dobri kampovi koji neprestano ulažu u podizanje kvalitete
- Bogatstvo kulturnih sadržaja
- Očuvana priroda primjerena za aktivni odmor
- Odlične ceste i prometna povezanost
- Ljubaznost i stručnost osoblja
- Ljubaznost i gostoljubivost domaćina
- Sigurnost
- Sve bolja i raznovrsnija i profinjenija eno-gastro ponuda
- Sve više *premium* hotela

Nedostaci:

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

TURISTIČKA SEZONA 2023. – OPĆI POKAZATELJI

Prognoze organizatora putovanja i zrakoplovnih prijevoznika za 2023.

Inflacija u zemljama Beneluksa i dalje je na rekordnim razinama (iznad 10%), a najveći faktor koji utječe na inflaciju su visoki troškovi energenata. Neka kućanstva primila su i do 3 puta veće račune za potrošnju električne energije i plina. U velikom porastu su i kamatne stope, koje su od početka godine udvostručene. Neizvjesno je da li će i kada inflacija početi usporavati te kako će se poskupljenja odraziti na standard ovdašnjih građana i potrošnju. Za pretpostaviti je da bi inflacija, ali i moguća recesija, mogle u velikoj mjeri definirati iduću turističku sezonu, jer ih treba promatrati u kontekstu ponašanja potrošača, koji sve više teže štednji.

Također, treba uzeti u obzir da će ovdašnji građani nakon pandemije konačno moći masovnije putovati u daleke destinacije, što bi se također moglo odraziti na broj i strukturu naših gostiju. Pitanje je koliko će sredstava potrošačima ostati za putovanja nakon zime obilježene skupom energijom i koliko će potrošači htjeti trošiti u nestabilnim ekonomskim okolnostima, pogotovo ako Europa uđe u recesiju, kao što se već mjesecima najavljuje.

Turoperatori i zračni prijevoznici očekuju daljnji oporavak i konsolidiranje poslovanja te promet na razini 2022. Što se trendova na tržištu tiče, zaštita okoliša, ekološka osviještenost, briga za lokalno stanovništvo, održivost i bijeg od destinacija masovnog turizma trebali bi obilježiti predstojeće sezone, uz preferencije prema sporom otkrivanju (tzv. *slow* turizam - otkrivanje destinacije na polagan način u potrazi za lokalnim iskustvom, tradicijom i autentičnošću), što će i od hrvatskih pružatelja usluga zahtijevati određenu fleksibilnost, reaktivnost i kreativnost.

Prema podacima belgijskog središnjeg zavoda za statistiku (Statbel) oporavak od pandemije je potvrđen, budući da su tijekom drugog tromjesečja 2022. Belgijanci ostvarili više od 5 milijuna putovanja. Štoviše, u 2. kvartalu 2022. Belgijanci su putovali čak 7% više u usporedbi s istim kvartalom ranijih godina (2016. do 2019.). Broj putovanja u inozemstvo vratio se praktički na istu razinu kao u godinama prije pandemije te je predstavljao 73% putovanja u drugom tromjesečju.

Naposljetku, dok su početkom 2022. godine još uvijek zaostajala za brojem *leisure* putovanja, poslovna su putovanja ojačala u drugom tromjesečju i čak zabilježila porast od 7% u usporedbi s istim razdobljem ranijih godina (2016.-2019.)

S obzirom na to da je većina turoperatora i zračnih prijevoznika prebrodila krizu i period slabe ili nikakve likvidnosti tijekom pandemijske 2020. (uglavnom zahvaljujući mjerama koje je donijela ovdašnja vlada) te je u 2021. i naročito u sezoni 2022. dodatno konsolidirala svoje poslovanje, ne očekuju se daljnji stečajevi ili značajnije promjene.

Uglavnom, puno će toga ovisiti o daljnjem razvoju sigurnosne i ekonomske situacije u Europi, kao i eventualnom ponovnom širenju pandemije u Belgiji i pojedinim destinacijama. Očekivanja su da će zemlje koje su u pandemiji, ili radi rata u Ukrajini izgubile svoj udio na tržištu, a tu su u prvom redu Turska, Egipat, Maroko, Tunis, kao i daleke destinacije i zemlje istočne Europe, agresivnije nastupati u predstojećoj godini, ne bi li povratili tržišnu poziciju. Jednako se tako očekuje agresivan nastup naših izravnih konkurenata na Mediteranu, poput Italije, Grčke, Španjolske i Francuske. Očekuje se kako će u 2022. najpopularnija ponovno biti lako dostupne destinacije u neposrednoj blizini kao što su Francuska, Španjolska, Njemačka,

Austrija, Italija te destinacije dostupne automobilom, ali sve više i daleke destinacije, u koje je tijekom proteklih nekoliko godina bilo nemoguće ili teško putovati.

Izvor: Statbel i TravMagazine Belux No. 21

TURISTIČKA SEZONA 2023. – HRVATSKA

Okvirna procjena ukupnog broja dolazaka i noćenja u Hrvatskoj u 2023.

Prisutna je velika želja za putovanjima, što potvrđuju i odlični rezultati Hrvatske ostvareni u 2022. godini, a nastavak sličnog trenda očekuje se i nadalje, ukoliko se globalne okolnosti dodatno ne zakompliciraju tijekom 2023. godine. Dobre najave potvrđuju i brojni organizatori putovanja, ali i zračni prijevoznici koji najavljuju realizaciju linija i programa za Hrvatsku na razini 2022. godine.

Najave zastupljenosti Hrvatske u programima organizatora putovanja i zrakoplovnih prijevoznika tijekom 2023.

Glede programa turoperatora, planiranih letova zračnih prijevoznika, ili imidža Hrvatske na tržištu, trenutno nema znakova za zabrinutost budući da su za 2023. u najavi praktički svi letovi i turoperatorski programi kao i tijekom 2019., tj. 2022., uz mogućnost uvođenja novih letova. Zastupljenost u programima vodećih organizatora putovanja je za sada nepromijenjena i ukoliko ne dođe do stečajeva, ili drastičnog pogoršanja standarda građana ne očekujemo značajnije promjene u programiranju Hrvatske. U 2023. puno će toga ovisiti o financijskoj situaciji u kojoj će se nalaziti kućanstva, tj. o visini njihovih prihoda, eventualnoj recesiji u Europi, sigurnosnoj situaciji, eventualnim restrikcijama, raspoloživim letovima, situaciji u zračnim lukama i ostalim čimbenicima.

Prema trenutno dostupnim podacima hrvatskih zračnih luka, tijekom zimskog reda letenja 2022./2023. (prema definiciji IATA-e, zimski red letenja odnosi se na letove u razdoblju od posljednje nedjelje listopada tekuće godine do posljednje subote ožujka naredne godine) na relacijama između Hrvatske i Nizozemske prometovat će direktne linije koja će povezivati Bruxelles sa Zagrebom (ukupno 626 planiranih operacije zrakoplova). Ljetni redovi letenja u trenutku izrade izvješća nisu poznati.

Destinacije/broj operacija	Zagreb	Grand Total
Belgija	626	626
Brussels South Charleroi Airport	166	166
Brussels - Brussels Airport	460	460

Mjere koje bi prema mišljenju organizatora putovanja i drugih ključnih poslovnih dionika (prijevoznici, udruge/udruženja u turizmu i sl.) trebalo poduzeti u 2023. kako bi Hrvatska bila poželjna turistička destinacija u kontekstu sanitarnih, političkih i ekonomskih okolnosti

U trenutnom kontekstu još uvijek prisutne pandemije, povećanja životnih troškova, inflacije, rata u Ukrajini i dr., važno je definirati akcijski plan suradnje s partnerima na tržištu te ulagati u marketinške kampanje i promociju radi poticanja potražnje kod individualnih potrošača. U kampanjama valja isticati da se hrvatska turistička ponuda prilagodila aktualnom kontekstu i

novim tendencijama putovanja, stavljajući naglasak na održivost, ekološku osviještenost i zaštitu okoliša, nove destinacije, prirodu, autentičnost, gostoljubivost i sigurnost.

Hrvatska posjeduje sve komparativne prednosti koje omogućuju da pored snažnih konkurenata na tržištu sljedeće godine dodatno potvrdi svoj status sigurne, atraktivne, dostupne i pristupačne destinacije.

Hotelijeri a 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 destinacijama dosegle su vrh te je nerijetko cijena smještaja, obroka i ostalih usluga znatno viša nego u samoj Belgiji, dok pritom kvaliteta nije uvijek na odgovarajućem nivou. Cilj suradnje s partnerima je da se Hrvatska na tržištu promovira i predstavi kao cjelogodišnja, atraktivna i sigurna destinacija. Klijentima su i dalje izuzetno bitni fleksibilni uvjeti bukinga i storniranja rezervacija.