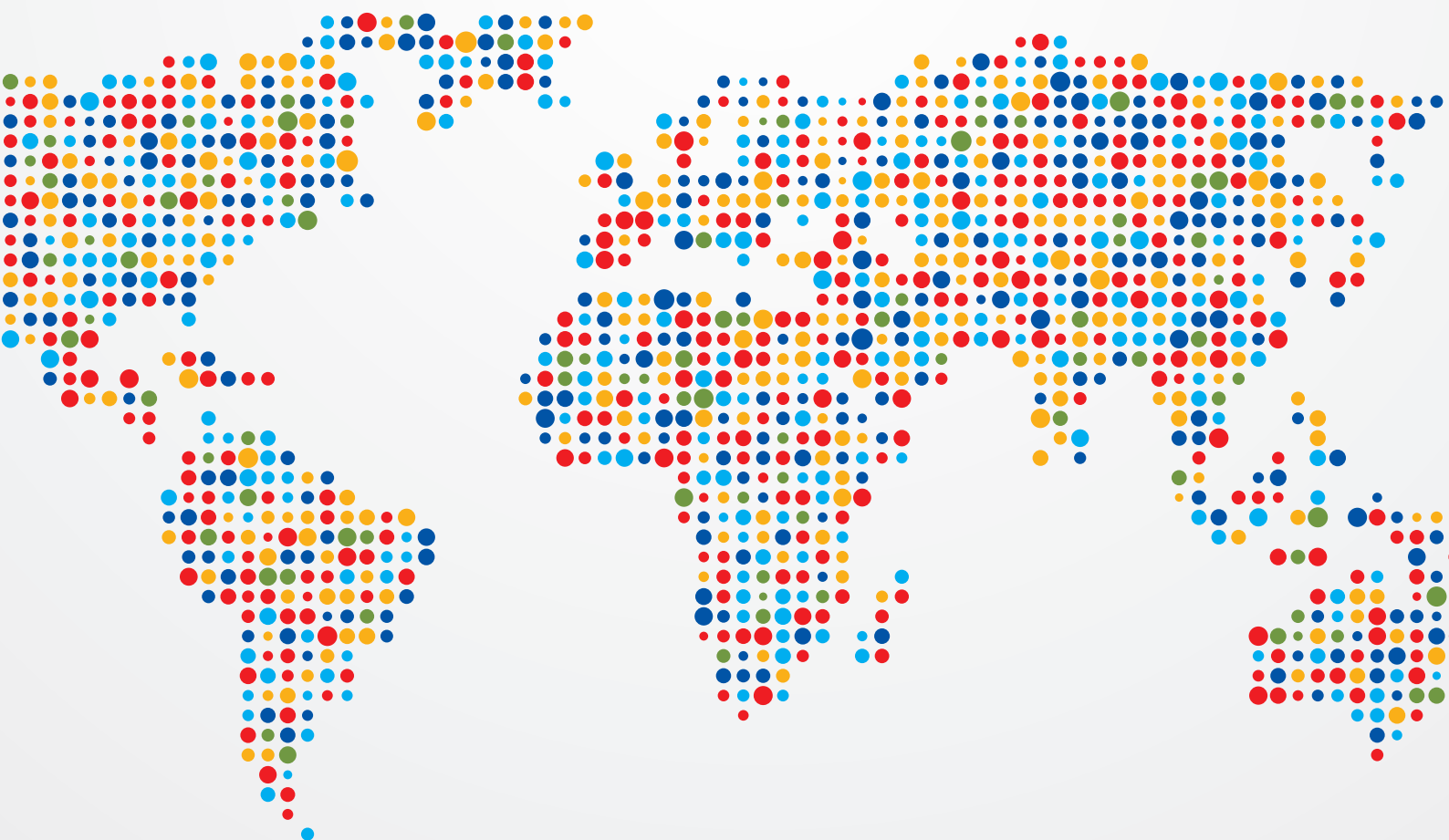




BELGIJA

PROFIL EMITIVNOG TRŽIŠTA - IZDANJE 2024.



SADRŽAJ

OPĆI PODACI O TRŽIŠTU	3
POLITIČKO UREĐENJE	3
STANOVNIŠTVO	4
OPĆE KARAKTERISTIKE GOSPODARSTVA	5
MEDIJI I OGLAŠAVANJE NA TRŽIŠTU	7
PROFIL EMITIVNOG TURISTIČKOG TRŽIŠTA U 2022. I 2023. GODINI.....	11
PREGLED ORGANIZATORA PUTOVANJA NA TRŽIŠTU	15
DOPRINOS TRŽIŠTA UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU	17
REZULTATI 2023. PREMA SUSTAVU eVISITOR (svi kapaciteti)	18
NALAZI ISTRAŽIVANJA TOMAS HRVATSKA 2022./2023.	21
TURISTIČKA SEZONA 2024. – OPĆI POKAZATELJI I NAJAVE.....	37
TURISTIČKA SEZONA 2024. – HRVATSKA.....	39

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-zeleno-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

- 11.754.004 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
2023.	1.194.704	3.536.981	1.029.725	5.761.410

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
2023.	1.141.629	3.513.434	1.281.084	5.936.147

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 2022. iznosio 549.456 mil eura. BDP po glavi stanovnika iznosi 46.990 eura. BDP je u 2022. porastao za 3,2%. U prvom tromjesečju 2023. bilježi porast od 0,4%, dok u drugom tromjesečju 2023. raste za 0,2%.

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

Postotak nezaposlenosti u 2022., aktualno stanje u 2023.

U 2. tromjesečju 2023. godine postotak nezaposlenosti iznosio je 5.5% dok je u 2022. godini iznosio 5,7%.

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

Prosječna plaća (aktualni podaci)

Bruto prosječna mjesečna plaća u 2021. godini iznosila je 3.886 eura.

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

Stopa inflacije u 2022. godini iznosila je 10,35%. U 2023., do listopada, iznosila je 5,21%.

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

Vanjskotrgovinska bilanca (aktualni podaci i procjena budućeg trenda)

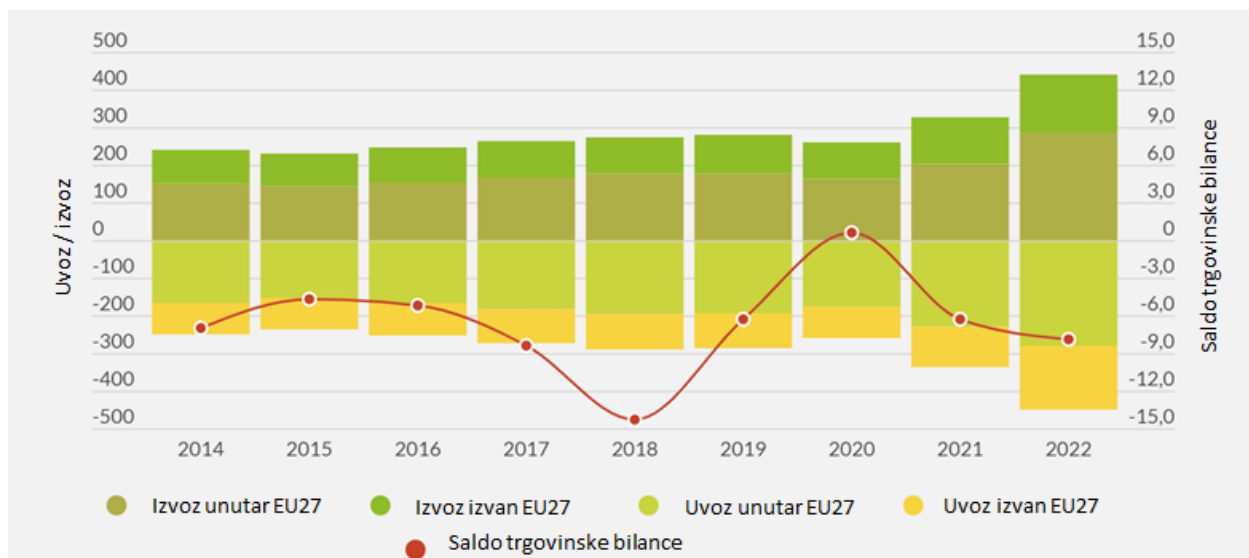
Vanjskotrgovinska razmjena nastavila je ubrzano rasti u 2022., nakon što je već značajno porasla u 2021., usporedno s oporavkom gospodarstva. Izvoz robe porastao je za 34,7%, a uvoz za 34,6%, dosegnuvši rekordne razine s 440,2 odnosno 448,1 milijardi eura. Dok je trgovinska bilanca pokazala deficit od 6,3 milijarde eura u 2021. godini, isti u 2022. iznosi 7,9 milijardi eura.

Ukupni robni izvoz pao je za 4,3% u prvom kvartalu 2023. u usporedbi s istim razdobljem 2022., ograničen na 99,2 milijarde eura, u usporedbi sa 103,7 milijardi eura u prvom kvartalu 2022. Ovo smanjenje ukupnog izvoza može se pripisati izvozu unutar EU27 koji je pao za 2,2% u prvom tromjesečju 2023. te na godišnjoj razini i izvozu izvan EU27, koji je u istom razdoblju pao za 7,8%.

Belgijski uvoz robe također je zabilježio pad u prvom tromjesečju 2023. na međugodišnjoj razini smanjivši se za 2,0%, uz iznos od 104,3 milijarde eura, u usporedbi sa 106,4 milijarde eura godinu ranije. Dok je uvoz izvan EU27 porastao za 3,2% u prvom kvartalu 2023. (na godišnjoj razini), s druge strane, uvoz unutar EU27 pao je za 4,9%.

Ovi rezultati rezultirali su deficitom trgovinske bilance u prvom kvartalu 2023. (-5 milijardi eura), što je pogoršanje u usporedbi s prethodnim kvartalom (+3,7 milijardi eura) i odgovarajućim kvartalom 2022. (-2,7 milijardi eura).

Vanjskotrgovinska razmjena u mlrd. EUR/godišnji podaci



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

Procjena daljnjeg gospodarskog stanja u ostatku 2023. te u 2024. godini

Očekuje se da će belgijski gospodarski rast, koji je u 2022. godini iznosio 3,2%, oslabjeti ove godine i iznositi 1,0%, prije nego što se blago oporavi i dosegne 1,3% u 2024. Ove godine rast domaće

potražnje usporava, a opada i izvoz. U 2024. rast domaće potražnje trebao bi ostati stabilan, a izvoz ponovno rasti, kao posljedica ponovnog jačanja međunarodne trgovine. Inflacija je dosegla vrhunac od 9,6% u 2022., pala je na 4,4% u 2023., ali ostaje vjerojatno visoka (4,1%), u 2024. Očekuje se da će se domaća zaposlenost povećati za 90.000 osoba tijekom 2023. i 2024., nakon značajnog povećanja zaposlenosti od 101.000 osoba u 2022. U usporedbi s prognozama Belgijskog federalnog ureda za planiranje iz prošlogodišnjeg lipnja, rast belgijskog gospodarstva revidiran je prema dolje za 0,3 postotna boda za 2023. i 2024. godinu. Ove perspektive uglavnom se objašnjavaju međunarodnim kontekstom, dok se domaća potražnja prilično dobro drži. Stopa inflacije navise utječe na dinamiku osobne potrošnje u 2024. godini.

Izvor: <https://www.plan.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
Televizija	Moustique	740
	CinéTéléRevue	1.759
	Humo	1.559
	Télépro	806
	Téléstar	544
	TeVe blad	536
	Télé Pocket	231
Ekonomija	Trends FR-NL	1.473
Za žene	Flair NI	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
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.

Izvor: CIM – Establishment Survey 2023

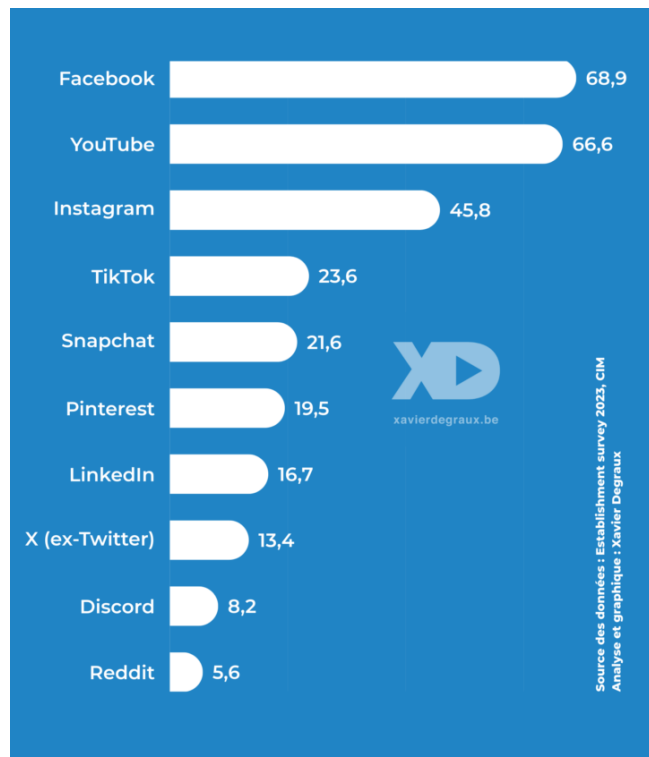
Društvene mreže i internet

9 od 10 Belgijanaca generalno koristi Internet, a 87% građana svakodnevno koristi Internet, u usporedbi s 82% prošle godine. Najčešći razlog korištenja interneta je komunikacija, mailom ili porukama.

U porastu je i korištenje društvenih mreža, a najveći rast bilježe TikTok (4,6%) i Instagram (6,6%), no najpopularnija društvena mreža i dalje ostaje Facebook s 69% udjela. Sve je veća penetracija i video sadržaja - čak trećina Belgijanaca navode kako konzumiraju video sadržaj na društvenim mrežama.

Društvene mreže prema udjelu/broju korisnika:

- Facebook : 68,9%, 6.936.264 Belgijanaca starijih od 12 godina
- YouTube : 66,6%, 6.703.053
- Instagram: 45,8%, 4.611.090
- TikTok : 23,6%, 2.378.587
- Snapchat : 21,6%, 2.176.840
- Pinterest : 19,5%, 1.963.118
- LinkedIn : 16,7%, 1.677.239
- X (ex-Twitter) : 13,4%, 1.345.155
- Discord : 8,2%, 821.247
- Reddit : 5,6%, 560.286
- Twitch : 5,2%, 522.695



Izvor : www.xavierdegraux.be/reseaux-sociaux-en-belgique-toutes-les-statistiques-2023

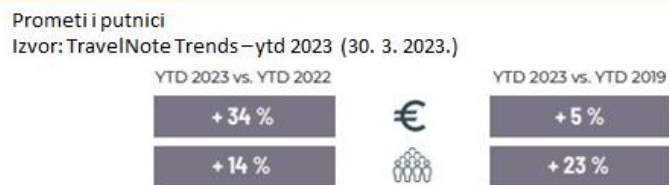
PROFIL EMITIVNOG TURISTIČKOG TRŽIŠTA U 2022. I 2023. GODINI

Generalni osvrt na aktualno stanje na emitivnom turističkom tržištu

Trenutno raspoloženje u belgijskom društvu je u osnovi relativno pozitivno. Uspoređujući s istim razdobljem prošle godine, inflacija je u Belgiji konačno počela usporavati, no cijene su i dalje ostale visoke, a značajno su porasle i kamatne stope, koje su od lani učetverostručene. Neizvjesno je kako će se poskupljenja odraziti na daljnji standard ovdašnjih građana i potrošnju, a postoji i zabrinutost od terorističkih napada i zabrinutost za sigurnosti u zemlji koju izaziva sukob na Bliskom Istoku i nedavni teroristički napad u Bruxellesu. Dionici iz turističkog sektora zadovoljni su rezultatima ovogodišnje turističke sezone. Prema podacima belgijskog strukovnog udruženja BTC (Belgian Travel Confederation), sektor organiziranih putovanja, bilo da je riječ o turoperatorima ili putničkim agentima, ostvario je bolje rezultate u vidu financijskog rezultata i broja rezervacija u prvom kvartalu 2023. nego što je to bio slučaj u 2019. (+5% financijski i 23% više rezervacija) i 2022. godini (+34% financijski i 14% više rezervacija). Primjetan je i oporavak poslovnih putovanja, iako sporiji nego kod tzv. *leisure* segmenta.

Belgijsko turističko tržište u 2023.- podaci za prvo tromjesečje

Aktualna situacija – organizirano tržište YTD 2023.



Prognoistički model – globalno BE turističko tržište 2023.



Izvor: www.belgian-travel-confederation.be

Brojke udruženja BTC potvrđuju i podaci belgijskog zavoda za statistiku za prvo tromjesečje 2023., objavljeni u kolovozu. U prvom tromjesečju ove godine ostvareno je ukupno 4,4 milijuna putovanja u zemlji i inozemstvu, što predstavlja porast od 10% u usporedbi s prvim tromjesečjem 2022. godine. Od toga gotovo 2,4 milijuna predstavljaju kratka putovanja u trajanju od 1-3 dana.

Izvor: <https://statbel.fgov.be/fr/>, BTC, Pagtour

Utjecaj političkih i ekonomskih kretanja na turistički promet u 2022. i 2023. - utjecaj na ponašanje potrošača, naročito u aspektu putovanja

Unatoč inflaciji i porastu cijena, želja za putovanjima i dalje je velika. Najveći turoperator u zemlji, belgijski TUI, navodi kako se potrošači polako vraćaju starim, predpandemijskim navikama i ponovno bukiraju svoje ljetovanje znatno ranije (tj. u siječnju ili veljači) nego što je to bio slučaj za vrijeme pandemije, koju je uglavnom obilježio *last minute* buking. Ipak, prema podacima belgijskog zavoda za statistiku, 20% građana Belgije je u financijskim poteškoćama i ne mogu si priuštiti odlazak na jednotjedno ljetovanje.

Prema istraživanju kojeg svake godine provodi osiguravajuće društvo Europ Assistance, u 2023. godini 70% ispitanika planira putovati, što je oko 1% manje nego u 2022. godini ali i dalje na jednakim ili višim razinama nego u godinama prije pandemije. Jedna četvrtina Belgijanaca ove će godine zbog inflacije i rasta cijena ipak malo više paziti na troškove, što se prije svega odnosi na odabir destinacije ili smještaja (26%), udaljenosti destinacije (24%), ili na potrošnju namijenjenu za razonodu i aktivnosti na destinaciji (21%).

Nakon sve snažnijih terorističkih prijetnji, značajniju ulogu pri odabiru destinacije i načinu putovanja igrat će i sigurnosni aspekt.

Izvor: <https://www.europ-assistance.be/>

Broj stanovnika koji su tijekom 2022. otputovali na odmor i procjene broja putovanja u 2023.

U 2022. je u Belgiji ukupno ostvareno 21,8 milijuna putovanja, što je vrlo blizu predpandemijskim vremenima, kada je ostvareno 22,7 milijuna putovanja. Prema istraživanju GfK i ABTO, 83% Belgijanaca namjerava putovati u slijedećih 12 mjeseci, što je 3% više nego lani.

Izvor: <https://statbel.fgov.be/> i GfK/ABTO

Broj stanovnika koji su u 2022. na odmor otputovali u inozemstvo / odmor proveli u vlastitoj zemlji i procjene za 2023.

26,5% putovanja ostvareno je u tuzemstvu, što Belgiju svrstava na drugo mjesto, nakon najomiljenije destinacije Francuske, koja ostvaruje 31,1%.

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

Redoslijed omiljenih destinacija u 2022.

		Broj putovanja (u tisućama)	Postotak putovanja u inozemstvo
1.	Francuska	4.979	31,10%
2.	Španjolska	1.929	12,10%
3.	Nizozemska	1.706	10,70%
4.	Italija	1.202	7,50%
5.	Njemačka	968	6,10%
6.	Austrija	436	2,70%
7.	Grčka	424	2,60%
8.	Portugal	409	2,60%
9.	Maroko	371	2,30%
10.	Turska	366	2,30%
11.	UK	363	2,30%
12.	Švicarska	264	1,70%
13.	Luxembourg	205	1,30%
14.	Poljska	184	1,10%
15.	Rumunjska	146	0,90%
16.	Hrvatska	134	0,80%
17.	Egipat	125	0,80%
18.	SAD	125	0,80%
19.	Mađarska	116	0,70%
20.	Danska	115	0,70%

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

Omjer između organiziranog i individualnog prometa za vodeće destinacije u 2022.

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, izravno i slično, dok za udaljenije destinacije, ljetovanja u tipičnim turoperatorskim destinacijama te za kompleksnije programe koriste usluge posrednika, turoperatora ili agenta. Više od 2/3 svih putovanja Belgijanci su bukirali, tj. organizirali samostalno.

Izvor: ABTO/GfK Travel Trends

Vrsta prijevoza koji su turisti generalno preferirali prilikom odlaska na godišnji odmor u 2022.

Belgijanci su tijekom i nakon pandemije češće putovali vlastitim automobilom nego zrakoplovom. U 2022. godini, 51% putovanja ostvareno je vlastitim automobilom, 34% zrakoplovom, 6% vlakom i 1% autobusom. U 2023., nakon pandemije, Belgijanci su češće putovali zrakoplovom (40%, tj. 6% više nego 2022. godine), a manje automobilom (41%, umjesto 51% u 2022.).



Izvor: ABTO/GfK Travel Trends

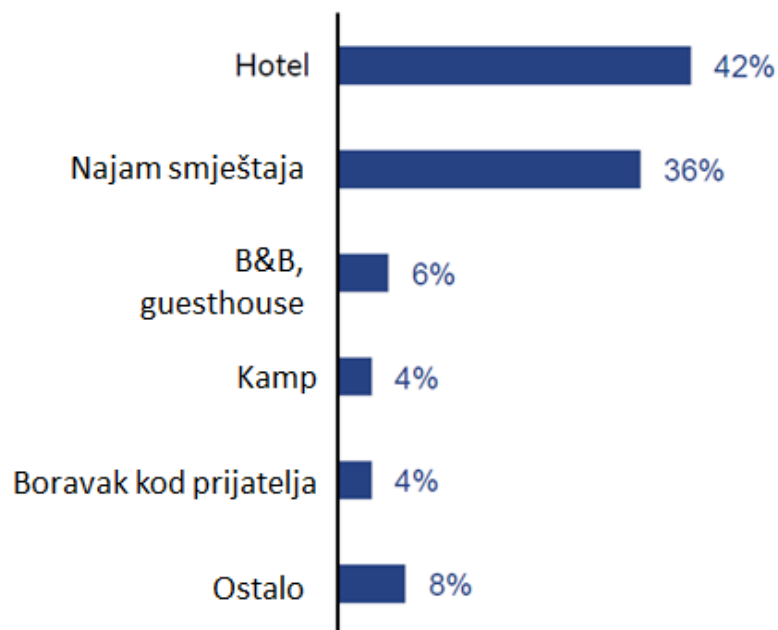
Koji su način organiziranja odmora / bukiranja turisti preferirali prilikom odlaska na godišnji odmor u 2022.

68% putovanja Belgijanci su bukirali/organizirali samostalno, uglavnom putem interneta (57%), 22% putem agenta, a 10% djelomično uz pomoć putničkog agenta.

Izvor: ABTO/GfK Travel Trends

Preferencije turista s obzirom na vrstu smještaja u 2022.

Hotelski smještaj je najpopularniji i bira ga 42% Belgijanaca.



Izvor : ABTO / GfK

Razrada tržišta s obzirom na motiv putovanja u 2022. i procjene za 2023.

„Pasivna rekreacija“, odnosno odmor te druženje, najčešći su motivi, odnosno aktivnosti prilikom 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, relaksacija i kultura.

Izvor: WES

Prosječni budžet/potrošnja po putovanju u 2022. i procjene za 2023.

U 2022. godini su Belgijanci u prosjeku za putovanja izdvojili 1.115 eur po osobi. Prosječni budžet po putovanju smanjio se u 2023. za 4,7% (nakon povećanja od 15% u 2022. godini) te iznosi 2.182 eura (u odnosu na 2.289 eura 2022.). Kod Flamanca prosječni budžet u 2023. iznosi 2.218 a kod frankofonih Belgijanaca 2.146 eura. Ovaj budžet odnosi se na prosječno putovanje za 2 osobe.

Izvor : <https://www.europ-assistance.be/>

PREGLED ORGANIZATORA PUTOVANJA NA TRŽIŠTU

Glavni TO/TA s programima za Hrvatsku

Nakon stečaja Thomas Cooka u jesen 2019., na tržištu je i dalje najveći turoperator TUI. Ostali dionici na tržištu su turoperator specijalizirani za pojedine tržišne segmente, odnosno niše, gdje su tipični primjeri Expair Tours (mediteranske zemlje), Connections (studenti, omladina, ticketing, preoceanska putovanja), Lauwers, Rantour, De Zegeuner, Generaltour, Pam Vermeulen, Hermann-Vandamme, Leonard i brojni drugi (autobuseri), Joker (povoljna putovanja za mlade), Club Med (klupska formula turističkih naselja), Vacansoleil (kamping), Kris-Kras, Djoser i Joker (avanturistička putovanja i hodanje), Carractere (specijaliziran za luksuzna putovanja), Transeurope (kratka vikend putovanja i šarm i boutique hoteli), Dynamer (charter brodova), Corendon (specijalist za Tursku i Balkan), 7plus (kulturna putovanja i citytripovi), AB tours (Bugarska, Maroko, Rumunjska) te brojni drugi.

Krajem rujna 2023. u Belgiji je odjeknula vijest kako je nizozemski turoperator specijaliziran za kampove, Vacancesoleil, koji posluje i u Belgiji, više nije solventan i kako nije uspio pronaći partnera, te je stoga tvrtka morala proglasiti stečaj. Tržišnu marku Vacancesoleil i pripadajuću web stranice preuzela je grupa Maeva. Svega 10-tak od ukupno 150 zaposlenih, koliko ih je imao Vacancesoleil, moći će zadržati svoje radno mjesto.

U Belgiji djeluje oko 1.500 putničkih agencija, najveći dio u Flandriji. 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.

Osvrt na poslovno okruženje i eventualne promjene u domeni TO/TA tijekom 2022. i 2023. s obzirom na tržišne turbulencije izazvane političkim i ekonomskim okolnostima

Turistička industrija u zemljama Beneluksa nakon dobre 2022. iza sebe ima još bolju sezonu 2023. te bilježi snažan oporavak. Iz mjeseca u mjesec na tržištu je bilježen izvrstan buking, a kod većine organizatora putovanja, rezultati su na razini 2019. ili bolji, budući da su postignute cijene aranžmana bile znatno više nego u 2019, pa je ostvaren i bolji financijski rezultat.

Inače od 2019. nadalje značajno se smanjuje broj zaposlenih i samozaposlenih osoba u belgijskom turističkom sektoru (-35%) kao i broj agencija (-7,4%). Iako je u međuvremenu došlo do oporavka turističkog sektora, sektor se bori s nedostatkom radne snage te ima poteškoća sa pronalaskom i zapošljavanjem odgovarajućih kadrova.

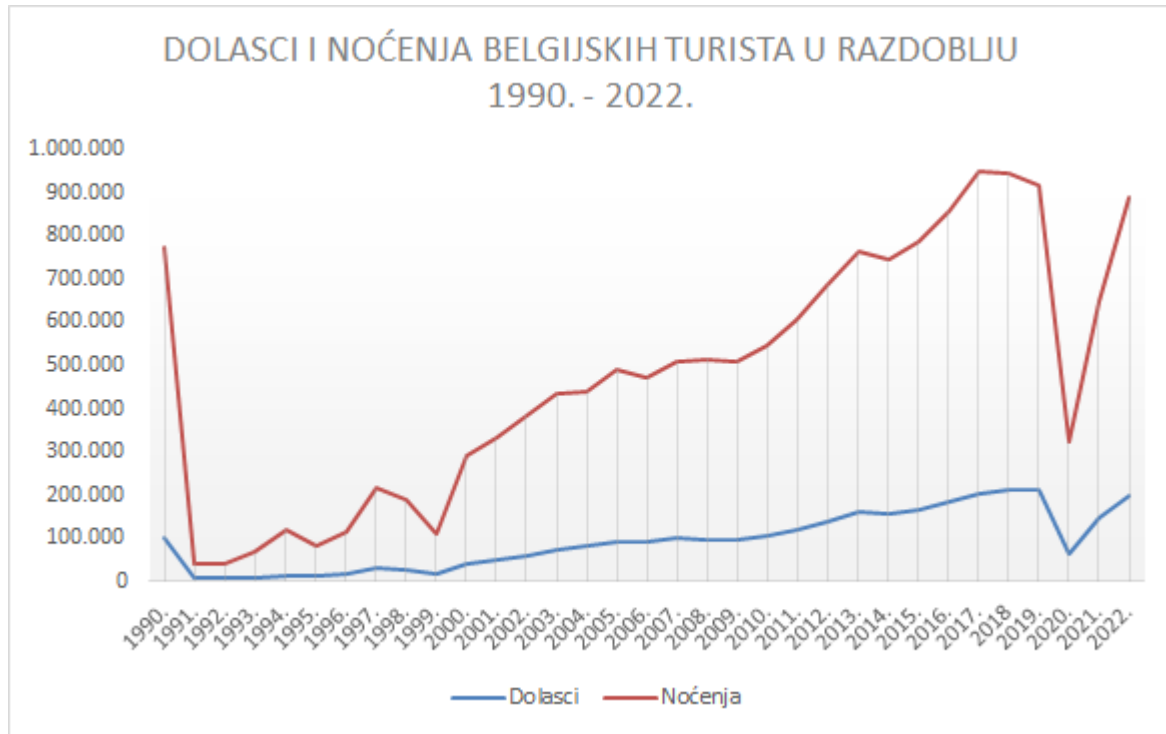
Broj putničkih agencija na tržištu smanjio se s 1.666 u 2019. na 1.542 (za ukupno 1.005 tvrtki) u 2022. Procjenjuje se da je trenutno u turističkom sektoru zaposleno 6.500 osoba, dok ih je u prije izbijanja pandemije bilo 10.000. Smanjenje broja agencija započelo je i prije izbijanja pandemije. Primjerice, u 2000. godini broj putničkih agencija u Belgiji bio je veći od 2.000, a 2010. iznosio je 1.850.

Nestajanje klasičnih putničkih agencija uglavnom se pripisuje internetu i razvoju novih komunikacijskih i prodajnih alata te nisko cjenovnim zračnim prijevoznicima. Unatoč tome, tijekom pandemije tržišni udio putničkih agencija porastao je s 26% (prije pandemije) na 37% (danas), prije svega zbog toga što putnicima nudi veću sigurnost.

DOPRINOS TRŽIŠTA UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU

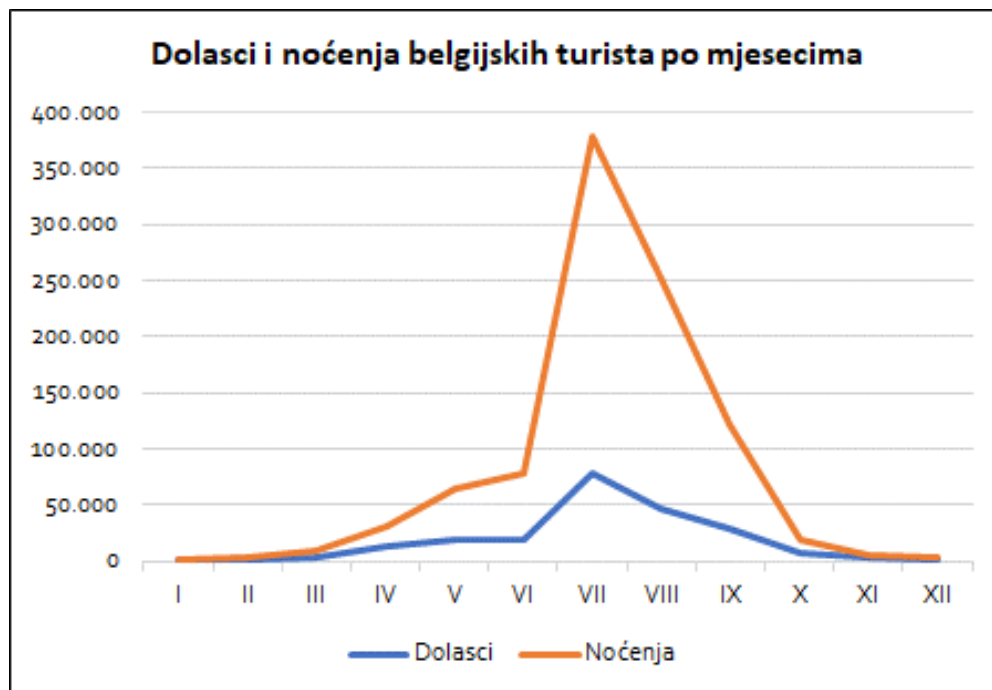
BELGIJA	Dolasci			Noćenja		
		indeks	1990.=100		indeks	1990.=100
1990.	99.967		100	774.175		100
1991.	6.730	7	7	41.800	5	5
1992.	6.140	91	6	40.122	96	5
1993.	8.842	144	9	66.396	165	9
1994.	14.475	164	14	119.833	180	15
1995.	12.260	85	12	82.307	69	11
1996.	19.000	155	19	114.000	139	15
1997.	31.025	163	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
2022.	199.095	137	199	890.313	137	115

IZVOR: DZS - komercijalni smještajni kapaciteti



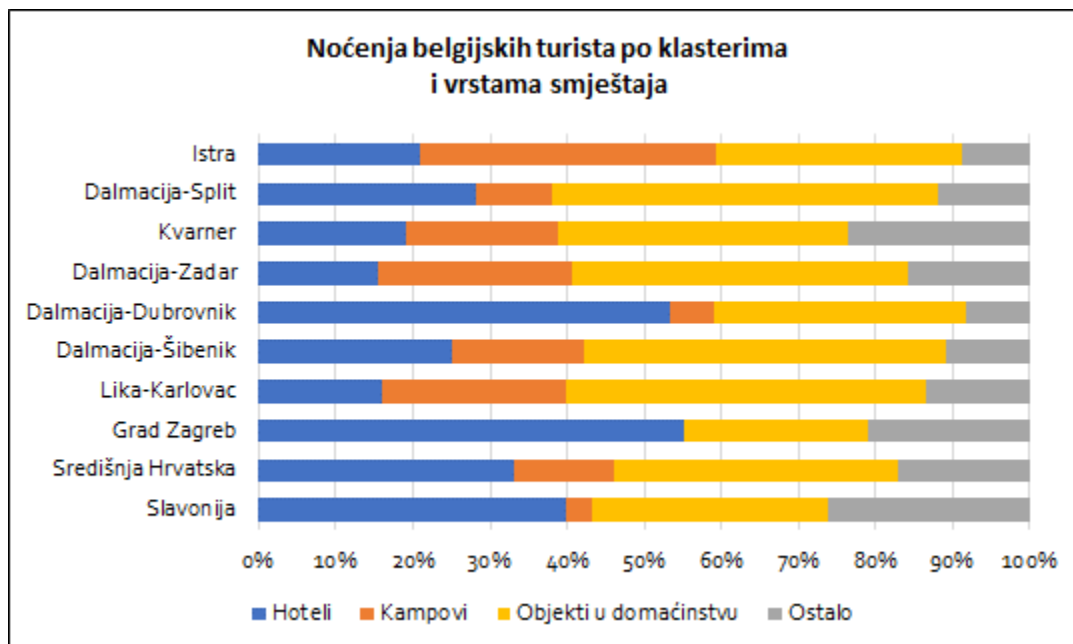
IZVOR: DZS - komercijalni smještajni kapaciteti

REZULTATI 2023. PREMA SUSTAVU eVISITOR (svi kapaciteti)



Promet po klasterima

	Dolasci	Noćenja
Istra	51.896	307.293
Dalmacija-Split	34.986	144.081
Kvarner	26.629	127.009
Dalmacija-Zadar	21.101	97.647
Dalmacija-Dubrovnik	27.999	86.091
Nautika	8.228	57.613
Dalmacija-Šibenik	10.527	50.369
Lika-Karlovac	19.459	46.648
Grad Zagreb	16.174	32.705
Središnja Hrvatska	4.479	14.417
Slavonija	1.216	2.567
Ukupno	222.694	966.440



Top destinacije

Grad općina	Noćenja
Dubrovnik	50.403
Poreč	38.016
Rovinj	37.192
Split	36.168
Pula	35.977
Zadar	33.412
Zagreb	32.705
Tar	23.639
Funtana	22.328
Medulin	19.829

Dolasci po dobi i spolu

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

NALAZI ISTRAŽIVANJA TOMAS HRVATSKA 2022./2023.

Istraživanje TOMAS Hrvatska 2022./2023. je kvantitativno primarno istraživanje obilježja turističke potražnje u Hrvatskoj u kojem se podaci prikupljaju izravno od turista koji borave u Hrvatskoj. Pristup u definiranju metodološkog okvira istraživanja TOMAS Hrvatska 2022./2023. temelji se na znanstveno-istraživačkim metodama, uključivanju multidisciplinarnog tima stručnjaka te transparentnom i inovativnom pristupu utemeljenom na dugogodišnjem iskustvu i međunarodnoj prepoznatljivosti u postavljanju metodologije i provođenju kvantitativnih longitudinalnih istraživanja turističke potražnje.

Pet je glavnih skupina obilježja/pokazatelja koji se prikupljaju:

- Profil turista: spol, dob, školska sprema, zemlja stalnog boravka i mjesečni prihodi kućanstva.
- Obilježja putovanja: pratnja na putovanju, glavni razlog putovanja, motivi poslovnih i odmorišnih putovanja, izvori informacija o destinaciji, učestalost posjeta Hrvatskoj (za inozemne turiste) i destinaciji, glavno korišteno prijevozno sredstvo za dolazak u destinaciju, korištenje usluga niskobudžetnih zračnih prijevoznika (za turiste koji su koristili zrakoplov u dolasku/odlasku), korištenje usluga paket aranžmana, usluge uključene u paket aranžman te način i vrijeme rezervacije smještaja.
- Obilježja boravka u destinaciji: duljina boravka na putovanju i u destinaciji (broj noćenja), broj korištenih komercijalnih smještajnih objekata tijekom putovanja, usluge u okviru smještaja, aktivnosti u destinaciji (38 ponuđenih aktivnosti) te korištena prometna sredstva u destinaciji.
- Izdaci na turističkom putovanju, odnosno turistička potrošnja: izdaci za usluge paket aranžmana (ukoliko je putovanje bilo organizirano kao paket aranžman), izdaci za prijevoz u Hrvatskoj do destinacije i natrag, izdaci za lokalni prijevoz, izdaci za uslugu smještaja s povezanom uslugom hrane, izdaci za hranu i piće izvan smještaja, izdaci za kupnju, izdaci za kulturu i zabavu, izdaci za sport i rekreaciju, izdaci za izlete te svi ostali izdaci.
- Stavovi o ponudi/zadovoljstvo ponudom: ocjena ukupnog zadovoljstva, ocjena pojedinačnih elemenata ponude, smetnje koje su negativno utjecale na boravak u destinaciji te namjera preporuke.

Dizajn uzorka Stratificirani slučajni uzorak/stratificirani kvotni uzorak

Stratumi:

- Mjeseci: lipanj 2022. do lipanj 2023. godine;
- Regije: Istarska županija, Primorsko-goranska županija, Ličko-senjska županija, Zadarska županija, Šibensko-kninska županija, Splitsko-dalmatinska županija, Dubrovačko-neretvanska županija, Grad Zagreb, Slavonija (Brodsko-posavska, Vukovarsko-srijemska, Osječko-baranjska, Požeško-slavonska i Virovitičko-podravska županija), Sjeverna Hrvatska (Zagrebačka, Krapinsko-zagorska, Međimurska, Varaždinska i Koprivničko-

križevačka županija) i Središnja Hrvatska (Bjelovarsko-bilogorska, Sisačko-moslavačka, Karlovačka županija);

Konačni rezultati istraživanja, listopad 2023.

Vrste smještaja: hoteli prema kategoriji (hoteli visoke i više kategorija - 4* i 5*, hoteli s 3*, hoteli niže kategorije uključujući nekategorizirane objekte, pansioni i slično)², hosteli, kampovi, obiteljski smještaj;

Zemlje porijekla turista: Hrvatska, Njemačka, Slovenija, Austrija, Poljska, Italija, Češka, Ujedinjeno Kraljevstvo, Skandinavija (Švedska, Norveška, Danska i Finska), Mađarska, Nizozemska, Slovačka, Francuska, Bosna i Hercegovina, Sjedinjene američke države, Švicarska, Belgija, Španjolska, Srbija i azijske zemlje.

Pregled ključnih nalaza predmetnog istraživanja, s usporednim pokazateljima po tržištima slijedi u nastavku:

MJESEČNA PRIMANJA KUĆANSTVA PREMA ZEMLJI PORIJEKLA

MJESEČNA PRIMANJA KUĆANSTVA	Ukupno	Hrvatska	Inozemni turisti	Inozemni turisti																			
				Njemačka	Slovenija	Austrija	Poljska	Italija	Češka	Ujedinjeno Kraljevstvo	Skandinavija	Mađarska	Nizozemska	Slovačka	Francuska	Bosna i Hercegovina	SAD	Švicarska	Belgija	Španjolska	Srbija	Ostale EU zemlje	Azijske zemlje
Do 500 eura	0,1	0,1	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,3	0,0	0,3	0,0	0,3	1,7	0,0	0,0	0,3	0,1	0,1	1,1
501 do 1.000 eura	0,7	2,5	0,6	0,3	0,1	0,0	0,4	0,0	0,6	0,0	0,7	0,6	0,0	1,2	8,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,8	1,8	0,9	2,6
1.001 do 1.500 eura	2,5	10,7	1,8	0,7	1,9	0,4	2,1	1,1	2,8	0,7	0,1	1,7	0,8	1,7	0,6	21,2	3,8	0,4	0,0	10,4	14,2	1,5	1,8
1.501 do 2.000 eura	5,5	17,1	4,5	1,3	6,5	2,4	5,9	8,8	8,7	1,5	3,1	3,1	0,0	4,5	2,7	24,3	1,1	1,7	1,0	3,8	23,0	13,3	23,9
2.001 do 2.500 eura	11,4	21,4	10,5	9,9	15,3	7,8	11,2	16,3	11,7	8,6	4,4	13,3	3,1	10,9	7,8	23,3	3,5	0,1	2,0	5,9	20,1	9,8	1,9
2.501 do 3.000 eura	15,5	20,4	15,1	14,7	18,8	17,8	17,2	21,4	22,7	8,0	3,3	16,2	5,2	24,3	8,4	9,9	4,3	9,8	5,0	10,3	9,0	7,8	0,8
3.001 do 3.500 eura	19,6	15,7	20,0	20,5	25,7	23,2	20,4	20,0	22,2	9,0	16,4	30,4	14,2	28,7	9,5	4,9	3,4	14,3	12,1	23,6	9,2	18,6	2,0
3.501 do 4.000 eura	20,4	6,9	21,6	25,3	20,6	26,1	22,8	19,6	14,2	18,9	17,6	22,1	27,6	15,7	25,6	0,7	18,6	28,1	20,5	21,9	7,7	18,9	6,9
4.001 do 5.000 eura	11,9	3,4	12,7	14,9	6,7	12,3	11,1	8,3	11,6	13,5	12,9	6,0	29,8	8,4	18,1	6,0	6,5	15,3	26,2	8,8	7,0	13,0	15,8
5.001 euro i više	12,1	1,9	13,0	12,4	4,3	10,1	8,8	4,4	5,6	39,6	42,2	6,1	18,8	5,4	26,1	1,1	57,1	30,4	33,1	14,3	7,9	16,0	43,2
UKUPNO	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

PRATNJA NA PUTOVANJU PREMA ZEMLJI PORIJEKLA

PRATNJA NA PUTOVANJU	Ukupno	Hrvatska	Inozemni turisti	Inozemni turisti																			
				Njemačka	Slovenija	Austrija	Poljska	Italija	Češka	Ujedinjeno Kraljevstvo	Skandinavija	Mađarska	Nizozemska	Slovačka	Francuska	Bosna i Hercegovina	SAD	Švicarska	Belgija	Španjolska	Srbija	Ostale EU zemlje	Azijske zemlje
Sam(a)	5,5	20,1	4,1	2,6	3,7	3,4	1,1	4,3	5,6	3,6	3,9	2,5	2,1	7,4	6,4	3,4	7,1	2,8	1,6	8,0	10,8	10,7	18,3
Samo s partnerom	37,6	34,7	37,9	37,8	31,8	40,8	34,4	44,1	30,7	53,8	43,0	30,3	29,2	32,3	51,2	31,1	57,9	29,7	23,1	54,9	37,7	46,8	38,6
S članovima obitelji	43,8	32,1	44,9	48,7	49,9	47,4	50,4	31,2	52,5	22,0	37,7	51,3	57,1	52,8	23,1	56,2	16,3	49,9	48,2	12,8	34,8	33,3	19,0
S prijateljima poznanicima	13,1	13,1	13,1	10,9	14,6	8,4	14,1	20,4	11,2	20,5	15,5	16,0	11,6	7,6	19,3	9,4	18,7	17,6	27,2	24,3	16,7	9,1	24,1
UKUPNO	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

GLAVNI RAZLOG PUTOVANJA PREMA ZEMLJI PORIJEKLA

GLAVNI RAZLOG PUTOVANJA	Ukupno	Hrvatska	Inozemni turisti	Inozemni turisti																			
				Njemačka	Slovenija	Austrija	Poljska	Italija	Češka	Ujedinjeno Kraljevstvo	Skandinavija	Mađarska	Nizozemska	Slovačka	Francuska	Bosna i Hercegovina	SAD	Švicarska	Belgija	Španjolska	Srbija	Ostale EU zemlje	Azijske zemlje
Posao	2,8	14,6	1,7	0,9	2,7	1,3	0,3	2,1	0,9	1,0	1,6	1,4	1,5	1,0	4,0	2,6	3,6	1,3	2,0	5,5	7,4	5,7	7,7
Odmor	92,2	70,7	94,2	95,3	94,2	94,9	97,6	90,4	96,3	96,9	96,3	96,8	97,4	92,3	93,5	85,4	89,3	97,3	92,0	88,6	82,9	92,3	89,5
Posjet rodbini i prijateljima	3,1	7,7	2,6	3,0	1,6	2,3	0,9	3,7	1,4	0,5	1,4	0,6	0,2	5,7	1,8	9,1	3,8	0,6	5,8	4,2	8,5	0,5	0,5
Zdravstveni razlozi	1,3	5,4	0,9	0,6	1,4	0,7	0,6	3,1	1,2	0,8	0,6	0,8	0,6	0,5	0,5	2,2	0,0	0,2	0,2	0,0	0,3	0,4	0,0
Vjerski razlozi	0,1	0,2	0,1	0,1	0,0	0,1	0,1	0,6	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,2	0,1	0,0	1,4
Obrazovanje	0,4	0,9	0,3	0,1	0,1	0,6	0,4	0,1	0,0	0,5	0,1	0,4	0,2	0,4	0,1	0,2	3,3	0,5	0,0	1,5	0,5	0,9	0,0
Nešto drugo	0,1	0,5	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,3	0,1	0,0	0,0	0,0	0,1	0,3	0,0	0,0	0,1	0,0	0,3	0,1	0,9
UKUPNO	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

MOTIVI DOLASKA * PREMA ZEMLJI PORIJEKLA

MOTIVI DOLASKA*	Ukupno	Hrvatska	Inozemni turisti	Inozemni turisti																			
				Njemačka	Slovenija	Austrija	Poljska	Italija	Češka	Ujedinjeno Kraljevstvo	Skandinavija	Mađarska	Nizozemska	Slovačka	Francuska	Bosna i Hercegovina	SAD	Švicarska	Belgija	Španjolska	Srbija	Ostale EU zemlje	Azijske zemlje
More	79,4	51,1	82,0	86,5	85,7	83,7	92,4	76,0	90,5	72,5	69,7	83,5	82,3	87,4	68,6	78,6	47,7	82,0	82,8	62,5	74,9	66,3	45,7
Priroda	61,1	44,0	62,7	71,7	58,9	74,2	64,5	62,0	71,0	40,9	56,3	37,2	74,7	65,2	54,6	45,0	33,2	64,7	61,7	38,5	47,2	37,5	25,5
Gradovi (city break)	19,2	10,7	20,0	15,4	17,6	20,7	26,2	21,9	11,3	29,0	29,3	30,9	21,4	13,5	23,3	18,6	40,9	28,2	17,9	40,6	13,7	29,6	47,7
Gastronomija	18,2	10,5	18,9	21,8	14,4	22,2	15,6	11,0	17,8	21,0	21,4	28,9	17,2	14,1	13,8	14,1	27,0	17,2	15,0	17,3	8,1	21,1	25,4
Touring/ sightseeing	11,4	4,7	12,1	5,6	6,5	4,3	17,5	14,5	6,7	33,4	32,2	7,9	21,9	5,8	30,9	4,5	33,7	10,2	11,8	18,6	15,9	36,5	46,7
Kultura i umjetnost	9,0	3,5	9,5	8,9	3,0	5,0	11,4	5,7	6,7	22,5	14,9	10,7	7,9	4,7	17,1	5,5	31,0	8,8	5,8	23,9	6,2	16,3	31,1
Zabava i festivali	8,8	9,9	8,7	8,6	16,7	6,6	5,8	9,5	8,8	6,4	1,3	5,0	4,7	9,8	11,2	14,8	0,9	10,6	7,4	15,7	19,0	5,6	4,1
Manifestacije /dogođanja	8,2	10,8	8,0	3,7	7,5	5,1	10,2	13,6	11,7	11,7	8,4	11,6	16,3	9,2	7,1	5,5	5,1	21,6	25,7	7,4	10,1	4,4	1,5
Ostali sportovi i rekreacija	7,7	6,4	7,9	11,2	11,7	12,2	3,9	7,7	5,7	1,9	1,3	13,9	9,1	4,1	1,6	1,0	2,4	8,7	1,6	0,0	5,7	1,5	3,4
Sela/ ruralno područje	4,7	4,9	4,7	5,7	4,6	4,6	2,5	4,4	5,1	7,3	4,3	6,2	5,0	5,7	2,9	4,2	1,9	4,5	6,3	1,8	2,9	2,0	1,2
Planinarenje/ hodanje	3,5	2,8	3,5	5,1	3,1	4,2	2,7	2,1	3,4	1,7	4,8	2,3	3,0	3,4	2,0	1,4	2,1	7,1	1,0	1,9	0,0	1,8	2,5
Posjet rodbini i prijateljima	3,1	7,7	2,6	3,0	1,6	2,3	0,9	3,7	1,4	0,5	1,4	0,6	0,2	5,7	1,8	9,1	3,8	0,6	5,8	4,2	8,5	0,5	0,5
Posao	2,8	14,6	1,7	0,9	2,7	1,3	0,3	2,1	0,9	1,0	1,6	1,4	1,5	1,0	4,0	2,6	3,6	1,3	2,0	5,5	7,4	5,7	7,7
Wellness/ toplice/	2,5	5,4	2,3	1,5	2,9	4,4	1,7	2,3	1,4	2,8	3,0	1,7	1,1	2,3	0,6	4,0	6,4	2,9	0,3	1,6	6,7	0,2	0,0
Ostali motivi	1,3	3,7	1,1	0,8	2,4	0,5	0,9	1,3	1,5	0,5	0,1	1,2	0,4	0,0	1,1	7,7	1,4	1,8	1,1	0,2	0,4	0,0	0,7
Zdravstveni razlozi	1,3	5,4	0,9	0,6	1,4	0,7	0,6	3,1	1,2	0,8	0,6	0,8	0,6	0,5	0,5	2,2	0,0	0,2	0,2	0,0	0,3	0,4	0,0
Cikloturizam	1,0	1,7	0,9	0,6	1,7	0,7	0,8	1,1	1,1	0,2	4,0	1,6	1,4	0,8	1,1	0,0	0,1	2,1	0,1	0,3	0,4	0,0	0,2
Obrazovanje	0,4	0,9	0,3	0,1	0,1	0,6	0,4	0,1	0,0	0,5	0,1	0,4	0,2	0,4	0,1	0,2	3,3	0,5	0,0	1,5	0,5	0,9	0,0
Vjerski razlozi	0,1	0,2	0,1	0,1	0,0	0,1	0,1	0,6	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,2	0,1	0,0	1,4
Neki drugi razlog	0,1	0,5	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,3	0,1	0,0	0,0	0,0	0,1	0,3	0,0	0,0	0,1	0,0	0,3	0,1	0,9

*mogućnost više odgovora

UČESTALOST DOLASKA PREMA ZEMLJI PORIJEKLA

UČESTALOST DOLASKA	Ukupno	Hrvatska	Inozemni turisti	Inozemni turisti																			
				Njemačka	Slovenija	Austrija	Poljska	Italija	Češka	Ujedinjeno Kraljevstvo	Skandinavija	Mađarska	Nizozemska	Slovačka	Francuska	Bosna i Hercegovina	SAD	Švicarska	Belgija	Španjolska	Srbija	Ostale EU zemlje	Azijske zemlje
Prvi posjet	15,6	-	15,6	6,3	3,0	6,5	10,7	8,1	6,5	43,2	43,2	16,5	22,7	19,7	40,7	3,5	60,6	11,7	23,6	62,4	14,9	57,6	83,3
Drugi posjet	14,0	-	14,0	10,7	5,3	9,2	18,7	10,4	12,1	24,1	28,0	18,1	18,4	14,5	37,6	2,7	26,8	14,7	16,9	23,3	12,0	29,1	11,5
3 do 6 posjeta	26,5	-	26,5	29,7	23,2	24,9	41,2	27,0	32,5	22,0	16,7	26,1	17,7	31,4	13,8	24,1	8,7	29,0	19,2	7,7	36,9	6,3	2,8
7 i više posjeta	43,9	-	43,9	53,3	68,5	59,5	29,4	54,5	48,9	10,7	12,1	39,3	41,2	34,4	7,9	69,7	3,8	44,6	40,4	6,6	36,3	7,0	2,4
UKUPNO	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

NAČIN REZERVACIJE SMJEŠTAJA PREMA ZEMLJI PORIJEKLA

NAČIN REZERVACIJE SMJEŠTAJA	Ukupno	Hrvatska	Inozemni turisti	Inozemni turisti																			
				Njemačka	Slovenija	Austrija	Poljska	Italija	Češka	Ujedinjeno Kraljevstvo	Skandinavija	Mađarska	Nizozemska	Slovačka	Francuska	Bosna i Hercegovina	SAD	Švicarska	Belgija	Španjolska	Srbija	Ostale EU zemlje	Azijske zemlje
TO/TA - osobnim kontaktom, telefonom/ e-mailom	7,7	6,4	7,8	6,5	6,7	10,0	5,2	7,1	9,9	13,8	8,5	5,6	7,7	9,7	10,4	5,8	13,8	7,0	7,6	5,9	7,0	8,0	14,5
Posredstvom TO/TA - online booking (ne e-mailom), uključujući i OTA.	44,7	25,1	46,5	46,4	29,1	45,4	47,8	45,3	51,4	53,2	52,9	53,3	49,0	58,5	49,3	36,2	47,4	39,0	45,8	56,1	47,2	62,4	39,3
Izravno sa smještajnim objektom - osobnim kontaktom,	26,3	42,2	24,8	28,0	38,2	27,2	19,5	27,9	20,7	11,9	14,5	22,8	22,3	18,6	15,1	40,8	8,8	20,5	36,5	16,0	27,5	8,6	14,9
Izravno sa smještajnim objektom - online booking (ne e-mailom)	17,5	20,6	17,2	16,1	21,2	15,1	19,2	16,1	14,5	19,6	21,4	14,4	19,4	9,8	20,2	10,6	21,2	25,5	7,9	21,3	16,8	18,9	30,7
Na neki drugi način	0,8	1,4	0,7	0,4	1,7	0,3	3,0	0,7	0,3	0,0	0,1	0,2	0,1	0,5	0,1	0,8	0,3	0,4	0,0	0,0	0,6	0,5	0,5
Nije unaprijed rezerviran	3,1	4,4	3,0	2,6	3,1	2,0	5,3	2,9	3,3	1,5	2,6	3,7	1,5	2,9	4,8	5,9	8,5	7,7	2,2	0,6	1,0	1,6	0,2
UKUPNO	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

IZVORI INFORMACIJA U PLANIRANJU PUTOVANJA* PREMA ZEMLJI PORIJEKLA

IZVORI INFORMACIJA	Ukupno	Hrvatska	Inozemni turisti	Inozemni turisti																			
				Njemačka	Slovenija	Austrija	Poljska	Italija	Češka	Ujedinjeno Kraljevstvo	Skandinavija	Mađarska	Nizozemska	Slovačka	Francuska	Bosna i Hercegovina	SAD	Švicarska	Belgija	Španjolska	Srbija	Ostale EU zemlje	Azijske zemlje
Internet stranice hrvatskih turističkih zajednica ili ureda	18,3	12,0	18,9	17,5	11,7	21,6	14,7	19,1	20,3	23,2	31,5	21,1	35,0	13,7	16,7	19,2	13,2	24,7	23,5	23,2	22,4	16,1	30,9
Online turističke agencije	32,1	19,5	33,2	33,0	20,8	35,4	31,0	27,6	34,9	38,5	36,5	37,5	35,2	41,3	45,7	29,8	33,9	31,0	29,1	47,6	35,0	42,2	41,3
Internet stranice i mobilne aplikacije smještajnih objekata	10,6	9,6	10,7	9,0	9,9	11,4	12,4	9,4	9,6	16,9	19,3	5,2	12,9	6,7	9,3	11,1	8,1	19,0	12,8	8,3	13,2	11,6	7,4
Internet stranice turističkih atrakcija	11,4	5,1	12,0	10,4	9,4	11,0	12,7	11,5	12,1	11,9	15,0	8,6	25,9	13,6	12,9	11,1	16,7	14,3	14,9	16,1	16,9	6,7	12,5
Objave korisnika na društvenim mrežama	22,3	10,6	23,4	22,7	16,2	24,2	21,2	24,3	18,0	28,4	27,6	25,8	25,9	21,2	28,6	15,5	37,7	26,1	30,2	45,7	29,3	37,2	26,8
Blogovi, forumi i portali o putovanjima i slični online sadržaji	15,4	5,8	16,3	15,3	9,1	14,0	17,2	13,3	16,0	29,2	22,0	14,1	19,4	14,5	17,6	8,8	32,3	15,3	27,8	16,3	11,4	23,5	24,5
Sponzorirani oglasi na internetskim pretraživačima, društvenim mrežama i portalima	9,9	6,3	10,3	11,7	7,1	12,2	6,7	8,3	14,0	12,6	6,0	9,0	16,4	8,1	8,9	7,6	2,2	15,5	13,4	3,4	9,8	9,8	20,6
Promotivni oglas ili spot na radiju ili televiziji	9,5	4,9	9,9	10,2	8,7	9,5	8,1	11,8	15,4	8,3	10,3	10,6	5,2	12,9	5,8	12,0	6,4	13,4	15,9	9,5	5,8	5,4	2,6
Dokumentarni film ili prilog na radiju ili televiziji	7,6	3,1	8,0	8,3	5,8	7,5	9,3	10,5	6,0	9,1	12,6	7,3	7,8	13,2	6,2	4,3	5,1	7,4	12,8	1,4	6,6	6,3	1,2
Članci u novinama ili časopisima	6,9	4,0	7,2	8,7	6,0	7,2	3,8	7,9	6,8	8,4	6,1	9,2	5,2	13,5	5,0	6,5	11,9	7,4	6,5	1,9	2,3	3,4	8,3
Oglasi, plakati, katalozi, brošure i ostali tiskani promotivni materijali	6,3	5,8	6,3	6,9	4,3	7,0	5,0	7,3	6,6	7,3	7,4	6,5	6,0	10,4	4,1	3,7	7,5	5,8	11,4	2,2	1,2	3,7	3,8
Turistički i drugi sajmovi	7,6	4,3	7,9	7,0	6,8	7,3	7,8	9,1	10,4	12,2	10,3	5,9	13,6	8,2	4,2	1,6	18,9	8,1	10,9	3,0	4,3	6,8	4,4
Preporuke rodbine ili prijatelja	33,3	29,5	33,7	28,9	28,3	29,6	42,6	28,6	36,4	45,7	41,1	35,4	37,4	40,8	42,1	37,1	49,4	41,9	41,3	30,2	33,4	24,0	21,2
Preporuke putničkih ili turističkih agencija	11,3	5,9	11,8	10,5	9,5	11,0	9,4	13,4	16,8	12,2	12,8	17,0	18,5	13,9	13,7	6,1	16,4	15,0	17,5	9,9	3,2	7,2	12,5
Preporuke klubova, udruženja	5,1	6,0	5,0	3,5	6,1	5,4	4,1	7,9	5,5	2,7	3,9	6,6	7,3	10,9	3,1	3,3	3,4	11,5	5,3	4,1	5,6	1,8	15,7
Prijašnji boravak	28,9	42,8	27,6	28,0	42,8	22,1	34,7	30,8	35,2	17,7	13,5	28,3	16,9	31,5	16,8	50,2	9,1	21,2	35,4	6,1	22,9	8,5	2,6
Nisu bile potrebne nikakve informacije	5,2	12,1	4,6	6,3	8,7	7,8	2,2	6,0	2,1	1,5	0,9	3,1	5,6	0,9	0,5	2,1	1,9	4,4	2,5	1,2	1,8	0,7	0,4

*mogućnost više odgovora

TRENTAK REZERVACIJE SMJEŠTAJA*

TRENUTAK REZERVACIJE SMJEŠTAJA	Ukupno	Hrvatska	Inozemni turisti	Inozemni turisti																			
				Njemačka	Slovenija	Austrija	Poljska	Italija	Češka	Ujedinjeno Kraljevstvo	Skandinavija	Mađarska	Nizozemska	Slovačka	Francuska	Bosna i Hercegovina	SAD	Švicarska	Belgija	Španjolska	Srbija	Ostale EU zemlje	Azijske zemlje
Manje od tjedan dana prije dolaska	3,8	9,3	3,3	2,1	5,8	2,2	1,7	5,7	1,3	2,9	2,5	2,2	1,3	6,8	4,6	6,5	3,2	4,1	1,9	9,8	6,5	2,2	3,3
1 do 4 tjedna prije dolaska	20,1	37,4	18,5	19,8	18,9	17,5	13,7	23,9	15,3	16,5	14,4	24,0	9,3	9,7	16,1	28,0	16,7	16,5	22,3	23,4	30,2	29,4	24,8
1 do 3 mjeseca prije dolaska	43,5	38,5	44,0	38,5	37,8	36,5	56,6	41,2	48,6	54,9	50,3	45,2	33,7	56,2	55,9	47,9	46,7	36,3	50,0	43,7	45,8	53,3	60,9
3 do 6 mjeseci prije dolaska	20,2	12,1	21,0	20,1	23,1	29,2	17,8	20,5	25,6	16,2	16,5	21,8	27,7	21,4	18,4	16,8	20,5	25,2	15,9	20,4	15,9	12,1	3,0
Više od 6 mjeseci prije dolaska	12,4	2,7	13,3	19,4	14,4	14,7	10,1	8,7	9,2	9,5	16,4	6,7	28,1	5,9	5,1	0,8	12,9	18,0	9,8	2,7	1,6	2,9	8,1
UKUPNO	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

* Za one koji su unaprijed rezervirali smještaj

PRIVEZNO SREDSTVO PREMA ZEMLJI PORIJEKLA

PRIVEZNO SREDSTVO	Ukupno	Hrvatska	Inozemni turisti	Inozemni turisti																			
				Njemačka	Slovenija	Austrija	Poljska	Italija	Češka	Ujedinjeno Kraljevstvo	Skandinavija	Mađarska	Nizozemska	Slovačka	Francuska	Bosna i Hercegovina	SAD	Švicarska	Belgija	Španjolska	Srbija	Ostale EU zemlje	Azijske zemlje
Automobil	66,0	88,5	63,9	66,9	69,5	73,0	82,6	66,4	78,8	16,4	28,3	88,7	45,5	85,5	31,5	89,4	0,0	61,9	60,1	13,8	85,3	38,6	4,4
Automobil s kamp-kućicom	9,1	2,7	9,7	15,7	12,8	11,3	6,8	6,5	7,6	1,3	7,9	4,3	15,7	3,4	1,9	1,8	0,0	11,4	17,4	1,6	0,2	0,5	0,0
Kamper	6,6	0,4	7,2	10,9	12,3	10,1	2,8	8,5	3,3	0,6	5,5	2,0	17,1	1,6	2,1	0,0	0,0	7,7	5,1	0,7	0,3	2,6	0,0
Autobus	2,4	4,9	2,1	1,0	2,6	1,0	2,5	1,5	5,0	1,8	0,7	1,9	0,7	2,5	5,0	6,3	0,0	2,4	1,9	7,2	9,7	1,5	0,0
Motocikl	1,5	1,6	1,5	0,9	2,3	1,3	0,4	5,0	2,8	0,1	1,3	0,5	0,3	5,0	2,2	0,6	0,0	3,8	1,2	0,3	0,3	0,2	0,0
Bičikl	0,1	0,3	0,1	0,0	0,1	0,0	0,0	1,5	0,0	0,0	0,0	0,2	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Zrakoplov	13,9	0,8	15,2	4,5	0,5	3,2	4,9	8,6	2,0	78,8	56,1	2,3	20,5	1,7	56,0	0,1	100,0	12,7	14,1	75,5	3,8	56,7	95,6
Brod/trajekt	0,2	0,4	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	2,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,5	0,0	0,0	0,0	0,0	1,0	0,0	0,0	0,0
Jahta ili jedrilica	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Nešto drugo	0,2	0,3	0,2	0,2	0,1	0,0	0,0	0,0	0,5	0,3	0,2	0,0	0,2	0,3	0,8	1,9	0,0	0,2	0,1	0,0	0,5	0,0	0,0
UKUPNO	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

AKTIVNOSTI* ZA VRIJEME BORAVKA U DESTINACIJI PREMA ZEMLJI PORIJEKLA 1/2

AKTIVNOSTI* ZA VRIJEME BORAVKA	Ukupno	Hrvatska	Inozemni turisti	Inozemni turisti																			
				Njemačka	Slovenija	Austrija	Poljska	Italija	Česka	Ujedinjeno Kraljevstvo	Skandinavija	Mađarska	Nizozemska	Slovačka	Francuska	Bosna i Hercegovina	SAD	Švicarska	Belgija	Španjolska	Srbija	Ostale EU zemlje	Azijske zemlje
Plivanje/ kupanje	72,8	52,3	74,8	78,3	74,4	73,6	81,6	67,8	83,9	73,7	80,7	66,1	75,5	74,0	64,8	70,2	70,0	76,9	76,6	63,7	63,7	59,6	45,3
Odlazak u restorane	59,3	49,9	60,2	57,8	52,7	63,4	66,7	49,2	64,1	76,0	63,3	45,6	62,0	55,4	73,5	55,9	74,3	51,8	67,3	78,9	59,0	68,4	71,7
Razgledavanje gradova	40,0	31,7	40,8	31,3	31,3	36,7	51,2	35,9	31,5	66,3	60,8	44,2	57,4	28,9	64,2	36,4	75,7	56,9	39,3	65,9	49,4	55,8	76,7
Odlazak u klubove/ples/ noćni život	22,7	13,7	23,5	22,7	22,0	23,2	20,8	24,6	20,7	30,2	20,7	27,4	24,2	13,9	28,0	21,2	38,6	37,9	48,2	41,2	25,3	23,3	21,2
Kupovina (osim svakodnevnih potrepština)	17,8	13,6	18,2	14,8	12,1	14,3	25,2	8,3	14,4	36,9	32,4	9,4	33,2	11,7	24,6	13,9	29,6	27,3	19,8	35,4	29,4	33,8	24,4
Posjet povijesnim građevinama	16,6	15,0	16,8	9,3	9,9	8,5	26,0	8,6	14,1	40,8	32,5	12,0	23,4	11,2	40,0	15,0	52,5	19,0	15,2	42,3	13,7	33,6	30,7
Posjet muzejima, galerijama i izložbama	15,1	11,0	15,5	9,6	9,8	9,4	17,1	10,7	15,8	34,2	22,3	14,3	21,2	14,9	29,4	14,3	59,2	14,2	16,3	33,9	14,1	30,0	39,9
Pješačenje	14,2	11,2	14,4	12,2	8,7	9,9	15,4	8,0	15,2	28,1	22,2	11,9	16,9	11,8	30,5	9,9	37,1	12,6	13,3	21,8	6,3	24,3	26,9
Posjet zaštićenim prirodnim područjima	13,0	6,6	13,6	12,0	7,9	10,2	17,9	6,2	11,6	29,0	15,0	12,7	17,2	20,3	18,7	11,8	26,6	13,2	23,3	13,5	3,9	14,2	25,3
Vožnja biciklom označenim stazama	13,0	8,0	13,5	14,7	16,6	12,5	13,3	11,1	17,7	7,5	17,9	10,7	19,8	10,9	5,1	13,8	3,4	12,3	17,0	4,0	10,0	5,2	15,7
Jogging /trčanje	12,3	8,3	12,7	13,4	15,6	10,6	6,9	15,4	14,0	11,9	19,9	15,4	16,9	6,1	12,2	5,9	25,2	14,2	15,8	8,4	11,0	6,5	5,2
Posjet zabavnim dogadanjima	11,9	13,6	11,7	10,2	15,8	8,4	15,0	12,3	14,8	8,5	11,1	16,9	4,4	17,5	13,5	12,0	5,7	11,3	30,6	15,9	9,4	4,9	3,0
Obilazak tematskih cesta	11,8	9,9	12,0	14,6	11,9	13,9	10,7	9,5	15,7	9,3	10,2	16,5	4,8	10,0	8,8	8,6	10,4	4,4	21,8	7,3	3,6	8,9	6,5
Tenis	11,7	6,9	12,2	14,4	10,3	13,4	9,8	11,7	8,1	6,9	16,6	21,4	19,6	13,4	6,8	1,6	15,4	17,2	19,0	8,9	5,2	4,4	13,2
Korištenje wellness/spa usluga	11,5	15,9	11,1	9,0	11,1	15,4	9,3	11,3	4,6	22,4	15,3	8,9	7,4	7,2	18,0	8,2	33,4	11,1	9,9	19,6	17,0	11,8	14,3
Odlazak na organizirane izlete brodom	10,4	4,6	10,9	13,2	6,8	13,2	6,5	5,7	6,9	22,2	11,3	5,8	12,9	5,4	20,0	9,5	13,0	11,1	20,1	7,3	6,9	17,2	7,5
Obilazak vinskih cesta	10,2	11,8	10,1	6,0	14,4	7,5	9,4	13,8	10,8	13,6	12,6	11,8	11,5	9,2	21,6	7,5	10,5	20,7	22,1	9,9	16,3	8,7	0,8
Ribolov	10,1	5,9	10,4	8,6	11,3	9,4	7,2	17,4	16,0	7,8	12,0	11,2	16,4	18,3	9,3	5,2	1,5	16,6	10,6	16,7	5,1	5,3	7,9
Posjet tematskim parkovima	9,8	6,5	10,1	6,9	11,6	7,6	13,8	6,0	17,7	10,2	10,1	11,3	15,5	15,3	7,4	13,7	7,5	8,7	19,7	8,9	11,6	10,5	0,7
Ostali sportovi na vodi	9,8	3,5	10,4	9,9	8,8	9,0	11,6	8,5	9,3	10,7	13,9	10,8	17,5	10,3	9,0	9,2	24,2	10,7	22,4	9,4	11,6	10,5	0,2

AKTIVNOSTI* ZA VRIJEME BORAVKA U DESTINACIJI PREMA ZEMLJI PORIJEKLA 2/2

AKTIVNOSTI* ZA VRIJEME BORAVKA *	Ukupno	Hrvatska	Inozemni turisti	Inozemni turisti																			
				Njemačka	Slovenija	Austrija	Poljska	Italija	Češka	Ujedinjeno Kraljevstvo	Skandinavija	Mađarska	Nizozemska	Slovačka	Francuska	Bosna i Hercegovina	SAD	Švicarska	Belgija	Španjolska	Srbija	Ostale EU zemlje	Azijske zemlje
Posjet sportskim događanjima	8,8	6,5	9,0	8,3	11,8	8,9	9,6	9,6	10,3	6,6	6,3	8,6	17,6	7,3	10,1	2,2	5,9	11,6	23,6	15,3	6,0	5,0	0,6
Ronjenje	6,9	4,9	7,1	5,5	6,7	4,2	7,6	6,4	9,4	10,1	9,3	8,1	18,2	10,9	3,3	6,8	7,7	10,1	13,0	7,5	9,4	6,6	0,3
Posjet seoskim domaćinstvima	6,2	11,6	5,7	3,1	7,6	3,3	4,6	2,2	5,8	8,8	10,2	4,4	11,3	6,8	12,2	11,0	8,1	13,4	11,2	4,5	10,2	10,2	7,6
Posjet tradicionalnim događanjima	5,4	4,3	5,5	5,0	7,8	5,1	5,1	4,9	6,5	5,5	4,2	10,8	2,2	8,5	3,4	2,5	5,1	8,2	14,0	4,8	0,6	1,4	1,5
Golf	4,0	1,4	4,3	5,2	2,8	6,2	5,6	3,0	2,8	1,9	1,9	9,9	7,2	3,2	3,8	0,4	0,8	7,2	1,6	4,0	3,0	1,4	0,1
Planinarjenje	3,8	4,6	3,7	3,6	4,4	2,1	2,6	2,3	10,7	1,9	3,2	2,7	3,8	2,3	4,2	7,9	2,9	2,0	0,4	4,4	1,5	3,0	1,8
Jedrenje	3,7	2,7	3,8	2,5	5,2	2,6	3,0	5,1	2,1	6,8	5,0	4,2	3,7	2,1	7,3	3,1	6,6	10,8	10,2	4,3	3,9	5,1	7,5
Korištenje zdravstvenih usluga	2,9	6,8	2,5	1,4	3,9	1,4	3,5	5,5	1,5	3,7	2,7	2,7	2,4	0,6	2,4	4,3	4,2	5,6	2,5	4,9	6,6	2,2	0,0
Avanturistički sportovi	2,8	2,2	2,8	2,1	2,0	1,6	2,3	3,2	3,6	7,1	4,0	3,5	7,2	1,5	2,4	2,0	6,8	4,0	6,6	3,8	2,5	1,7	3,3
Posjet kulturnim događanjima	2,5	3,2	2,4	1,3	4,2	1,6	2,1	2,1	2,8	4,1	2,2	1,8	2,5	1,5	6,7	2,7	3,8	1,6	2,5	5,5	1,8	4,4	3,2
Mountain biking	2,3	0,9	2,4	2,6	3,4	1,7	4,2	4,0	0,9	0,4	1,2	1,4	2,6	7,0	0,8	0,9	1,3	4,3	0,2	0,2	0,9	0,0	0,0
Rafting	2,3	0,6	2,4	2,0	1,2	0,9	4,6	1,6	2,5	2,9	2,9	3,6	0,9	1,5	2,4	3,9	9,1	2,7	2,0	7,8	0,0	5,7	0,3
Posjet toplicama	2,2	2,7	2,2	1,9	1,2	1,7	2,0	1,8	1,4	5,4	2,2	0,6	3,0	2,9	2,8	1,6	5,6	0,3	7,9	5,2	0,5	1,4	0,2
Dvoranski sportovi	1,5	1,2	1,5	1,2	1,2	1,9	3,0	1,1	1,2	0,6	2,4	0,5	0,6	1,6	3,1	0,5	2,7	1,4	1,4	0,0	1,1	3,5	1,4
Jahanje	1,4	1,7	1,4	1,4	3,1	1,0	0,4	0,4	0,3	1,5	1,6	1,6	2,8	0,3	1,4	0,9	4,9	1,5	2,3	1,5	0,1	0,5	9,2
Sudjelovanje na radionicama	1,0	1,2	1,0	0,9	2,0	1,0	0,8	0,9	0,9	1,4	1,3	0,3	0,0	0,5	2,3	1,5	1,0	0,0	1,2	0,7	0,7	0,1	0,0
Posjet božićnim/adventskim sajmovima	0,8	1,6	0,7	0,6	0,6	0,8	0,0	0,9	0,0	0,7	0,1	1,2	0,3	0,5	0,6	2,2	2,0	0,1	0,4	1,0	4,2	0,6	3,4
Lov	0,5	0,2	0,5	0,4	0,5	1,1	0,5	0,6	0,4	0,5	0,3	0,3	1,9	0,9	0,0	0,0	0,0	0,7	1,0	0,0	0,5	0,0	0,0
Nekom drugom	16,5	19,6	16,2	19,6	18,4	17,3	17,0	19,1	16,7	9,1	7,8	27,5	4,7	15,9	9,6	7,1	7,2	13,9	38,3	5,8	7,6	1,9	8,5

*mogućnost više odgovora

STUPANJ ZADOVOLJSTVA ELEMENTIMA TURISTIČKE PONUDE MJESTA PREMA ZEMLJI PORIJEKLA 1/2

STUPANJ ZADOVOLJSTVA	Ukupno	Hrvatska	Inozemni turisti	Inozemni turisti																			
				Njemačka	Slovenija	Austrija	Poljska	Italija	Češka	Ujedinjeno Kraljevstvo	Skandinavija	Mađarska	Nizozemska	Slovačka	Francuska	Bosna i Hercegovina	SAD	Švicarska	Belgija	Španjolska	Srbija	Ostale EU zemlje	Azijske zemlje
Ljepota prirode i krajolika	92,9	97,4	92,4	90,9	95,9	89,1	96,5	88,8	94,0	96,5	91,1	89,5	85,7	96,8	92,3	96,7	98,2	92,9	91,6	96,8	99,1	98,5	93,2
Ljepota mjesta	92,7	94,9	92,5	90,5	94,8	89,7	94,7	88,6	91,6	94,0	95,2	94,4	92,5	95,9	92,9	96,9	98,2	93,2	93,1	95,6	98,2	95,9	92,5
Ukupni boravak	92,4	90,1	92,7	92,2	93,4	90,3	96,9	91,5	94,4	92,6	90,9	90,7	89,1	94,2	89,9	93,8	98,0	91,5	92,8	97,4	96,0	94,0	94,2
Osobna sigurnost	92,2	96,7	91,8	90,4	95,5	89,1	93,9	88,2	95,1	91,3	90,0	89,5	87,3	95,0	90,1	95,6	95,4	89,9	96,0	96,5	97,9	94,9	98,3
Atmosfera, ugodaj	91,0	94,3	90,7	90,7	95,8	87,2	95,4	87,1	86,3	93,4	86,8	91,8	88,1	90,2	91,6	93,6	93,2	87,4	89,5	94,4	96,4	92,1	93,2
Čistoća plaža	89,1	90,6	89,0	87,8	93,8	84,6	93,8	83,9	91,4	90,6	87,5	85,0	88,8	87,7	88,4	94,4	92,2	92,0	92,4	95,1	88,2	92,6	90,6
Smještajni objekt	88,9	89,9	88,8	91,4	91,0	87,3	90,3	84,5	87,2	89,3	86,5	87,5	81,6	83,1	89,2	95,5	88,0	87,7	87,8	89,6	92,6	87,8	73,5
Uređenost mjesta	88,6	91,9	88,3	88,6	92,6	89,0	90,6	83,8	89,5	82,7	81,8	88,5	90,0	86,7	89,2	94,9	83,5	88,7	85,7	88,4	94,3	80,6	90,6
Ekološka očuvanost prostora	88,5	91,3	88,3	89,3	92,5	85,6	91,3	82,9	87,5	81,5	83,3	89,5	90,1	92,7	88,8	94,1	82,4	87,1	91,0	91,4	93,0	85,0	92,3
Gostoljubivost stanovništva	88,2	90,7	87,9	88,2	88,7	86,2	91,1	84,6	86,5	90,1	82,0	84,5	90,2	86,0	87,1	96,1	90,5	90,7	81,8	94,1	92,8	91,7	92,5
Gastronomska ponuda	87,3	85,7	87,4	88,0	87,4	87,9	91,8	81,7	86,1	87,7	76,9	89,2	86,3	85,7	86,8	90,0	90,8	87,0	87,6	92,4	92,9	92,3	90,5
Mogućnosti kvalitetnog kretanja pješice u destinaciji	86,2	86,9	86,1	86,6	87,9	86,6	87,3	81,4	86,7	85,3	80,2	87,8	86,7	80,1	87,7	89,1	87,9	83,3	84,9	91,4	88,2	92,6	81,9
Prilagođenost destinacije djeci	85,8	88,7	85,6	87,9	89,5	85,1	91,5	79,9	83,8	77,4	72,3	84,6	88,7	81,2	76,1	96,0	78,8	86,1	86,9	80,9	88,7	89,3	86,1
Informacije u destinaciji	84,7	87,7	84,4	85,0	87,5	85,2	84,4	80,6	87,4	82,2	83,1	85,0	82,3	81,4	73,6	91,0	84,1	84,2	82,1	76,0	86,5	85,0	85,0
Opremljenost/uređenost plaža	84,3	81,4	84,5	85,6	83,5	87,8	89,8	81,2	84,7	79,3	83,4	87,1	86,4	80,4	74,7	87,7	79,2	90,6	88,5	75,1	75,7	81,1	89,9
Pješačke staze	84,3	87,1	84,0	85,7	88,7	84,8	83,8	81,7	86,6	78,9	74,3	89,0	81,4	84,4	68,4	89,9	87,7	77,3	83,1	73,2	76,6	81,4	87,8
Besplatni internet u destinaciji	84,3	85,0	84,2	86,7	87,0	86,8	85,9	83,0	81,6	74,1	81,7	85,2	82,6	81,0	82,2	84,7	69,1	93,0	90,0	81,7	86,7	73,7	89,1
Označavanje znamenitosti	83,7	86,0	83,5	83,0	83,8	83,9	89,1	76,5	87,8	79,3	73,5	84,6	81,3	87,2	80,6	87,0	91,1	82,1	82,8	87,3	93,5	81,5	79,2
Kultura i umjetnost	83,6	86,4	83,4	84,7	86,1	84,8	85,8	79,4	81,4	76,8	76,7	85,1	80,0	82,3	78,8	90,9	90,6	82,7	75,3	87,6	90,8	80,6	92,7
Prometna dostupnost destinacije	83,3	89,4	82,7	86,6	86,8	84,2	78,7	78,5	84,0	77,1	72,7	84,8	86,0	77,5	80,6	82,0	73,8	83,9	79,2	79,3	90,9	76,5	78,1

STUPANJ ZADOVOLJSTVA ELEMENTIMA TURISTIČKE PONUDE MJESTA PREMA ZEMLJI PORIJEKLA 2/2

STUPANJ ZADOVOLJSTVA	Ukupno	Hrvatska	Inozemni turisti	Inozemni turisti																			
				Njemačka	Slovenija	Austrija	Poljska	Italija	Češka	Ujedinjeno Kraljevstvo	Skandinavija	Mađarska	Nizozemska	Slovačka	Francuska	Bosna i Hercegovina	SAD	Švicarska	Belgija	Španjolska	Srbija	Ostale EU zemlje	Azijske zemlje
Ponuda organiziranih izleta u okolicu	82,4	82,4	82,4	83,6	82,8	85,3	86,2	81,8	85,1	77,2	67,5	82,4	75,0	85,6	70,4	88,1	74,3	76,4	87,4	86,6	83,6	84,4	84,1
Informacije/ edukacija u zaštićenim područjima	81,7	82,0	81,7	83,6	82,8	83,3	82,9	78,3	79,7	75,6	75,3	81,9	87,3	75,5	74,3	87,4	90,1	82,7	77,4	75,5	83,4	84,5	78,7
Prilagođenost osobama s posebnim potrebama	81,4	83,7	81,2	86,2	83,4	84,3	77,7	72,9	80,0	64,0	72,0	82,1	82,7	75,4	68,2	87,8	60,3	80,6	83,7	76,7	79,2	78,9	56,5
Sportski sadržaji	81,0	82,4	80,9	82,9	85,0	83,5	80,9	80,1	80,0	70,3	71,9	83,1	85,3	74,4	66,8	83,6	79,9	86,7	80,9	73,6	82,7	74,9	65,4
Zabava/noćni život	79,8	76,8	80,1	83,4	83,3	81,8	87,2	77,9	79,4	68,8	67,4	86,6	75,7	78,7	68,9	71,5	72,3	82,8	82,9	77,0	62,8	66,6	76,4
Događanja i manifestacije	79,4	81,0	79,3	82,6	85,6	85,2	76,9	75,2	80,6	64,7	63,8	84,4	72,6	86,7	66,5	78,2	64,9	82,4	80,7	74,2	70,9	64,9	60,1
Biciklističke rute i staze	78,9	77,8	78,9	78,5	85,2	83,7	78,4	78,0	80,9	64,3	72,1	79,0	84,4	82,9	70,8	78,8	64,9	78,3	83,9	58,3	67,0	70,7	87,5
Mogućnost za kupnju	77,8	72,6	78,3	82,9	79,6	84,1	82,4	74,4	75,3	70,2	68,0	77,1	70,9	71,4	69,0	84,9	70,4	78,0	64,1	76,9	81,6	81,1	67,6
Lokalni javni prijevoz	76,9	72,8	77,2	80,9	74,4	80,5	75,4	77,5	82,1	66,2	55,9	75,1	78,1	83,7	70,8	78,8	58,6	76,5	80,7	73,0	77,6	76,7	71,5
Promet u mjestu	67,3	65,8	67,4	72,1	71,1	76,7	56,4	68,9	63,8	56,7	61,7	63,7	69,5	64,0	58,8	67,5	59,7	71,5	70,6	56,0	72,7	53,4	72,7

SMETNJE TIJEKOM BORAVKA* U DESTINACIJI PREMA ZEMLJI PORIJEKLA

SMETNJEI* TIJEKOM BORAVKA	Ukupno	Hrvatska	Inozemni turisti	Inozemni turisti																			
				Njemačka	Slovenija	Austrija	Poljska	Italija	Češka	Ujedinjeno Kraljevstvo	Skandinavija	Mađarska	Nizozemska	Slovačka	Francuska	Bosna i Hercegovina	SAD	Švicarska	Belgija	Španjolska	Srbija	Ostale EU zemlje	Azijske zemlje
Gužva na ulicama, trgovima, šetnicama, atrakcijama i sl.	5,2	4,9	5,2	3,5	4,6	3,4	9,2	4,1	3,9	5,9	7,4	4,7	12,4	6,3	8,6	8,6	12,2	3,7	6,6	5,5	2,3	2,9	0,7
Gužva na kupališnom prostoru (preveliki broj kupača)	3,7	4,2	3,6	2,4	3,4	2,3	3,5	3,2	4,6	4,8	7,0	3,2	2,6	6,0	9,5	6,4	7,5	4,0	4,4	11,3	1,5	2,3	0,2
Buka koja remeti komfor vašeg smještaja (odmor, spavanje)	2,7	2,6	2,7	2,6	3,0	2,2	2,5	2,0	3,9	3,3	2,6	1,2	3,0	4,8	2,0	2,1	4,0	2,4	0,4	1,3	0,1	3,5	3,5
Neprimjereno odloženo smeće	4,7	7,7	4,4	3,1	5,0	3,4	6,0	2,5	4,8	5,4	3,7	2,0	2,3	7,7	4,1	5,2	10,8	7,7	9,2	4,2	5,2	10,3	6,7
Nemogućnost razdvajanja otpada	4,1	2,9	4,2	3,6	4,5	2,7	2,9	3,0	5,0	3,6	6,3	2,4	3,5	7,9	7,8	2,5	12,5	3,8	7,6	4,1	4,2	8,8	2,9
Neugodni mirisi (iz kontejnera i kanti za smeće)	3,5	4,0	3,5	3,1	4,3	3,0	3,2	1,7	4,2	3,5	6,4	1,0	1,8	6,5	3,6	2,5	9,2	2,5	1,1	2,5	2,7	4,7	3,0
Nešto drugo	0,7	1,0	0,7	0,3	0,2	0,9	0,5	0,1	1,1	0,8	1,3	0,0	0,8	0,5	0,1	7,9	2,7	0,3	0,0	0,0	1,5	1,1	0,0

* Prikazan je postotak ispitanika koji su zasmetani (donekle ili jako) pojedinim elementom.

PROSJEČNI DNEVNI IZDACI TURISTA U EURIMA PREMA ZEMLJI PORIJEKLA

PROSJEČNI DNEVNI IZDACI	Ukupno	Hrvatska	Inozemni turisti	Inozemni turisti																			
				Njemačka	Slovenija	Austrija	Poljska	Italija	Češka	Ujedinjeno Kraljevstvo	Skandinavija	Mađarska	Nizozemska	Slovačka	Francuska	Bosna i Hercegovina	SAD	Švicarska	Belgija	Španjolska	Srbija	Ostale EU zemlje	Azijske zemlje
Prosječni dnevni izdaci ukupno	140,15	131,65	141,03	119,09	105,89	129,15	137,66	141,24	133,86	232,36	198,12	112,43	124,87	141,50	200,24	118,58	299,03	166,27	135,57	220,00	172,73	218,32	154,86
Smještaj	67,61	68,80	67,49	61,02	53,97	72,82	57,82	67,37	63,24	101,89	90,53	51,32	55,38	66,31	80,27	57,97	139,94	81,09	70,75	82,44	87,73	80,39	80,28
Hrana i piće u restoranima i barovima	28,27	24,68	28,64	22,56	20,53	20,43	31,01	25,43	24,76	54,59	43,75	23,08	24,16	29,94	53,52	23,03	62,50	36,04	26,77	52,33	33,83	59,93	32,96
Usluge trgovine	23,16	18,74	23,61	19,73	17,23	16,62	28,44	21,39	25,11	35,29	33,08	23,18	22,35	26,05	32,25	22,01	46,80	25,50	22,86	41,57	26,71	37,37	19,64
Kultura i zabava	4,20	3,32	4,29	3,51	2,61	3,44	4,62	3,87	4,28	7,75	5,46	3,67	5,31	5,07	6,19	2,98	8,92	4,04	3,61	8,93	3,84	7,20	6,06
Sport i rekreacija	3,78	3,46	3,81	3,52	3,09	3,54	3,20	4,15	3,79	4,36	6,09	3,11	3,85	4,63	3,28	2,35	8,71	4,41	2,56	4,44	6,90	3,63	0,67
Izleti	7,51	5,70	7,69	5,57	4,21	5,75	8,03	6,67	7,27	18,05	12,05	4,07	9,05	7,03	14,49	4,59	20,64	9,69	5,70	17,37	7,11	21,48	13,70
Lokalni prijevoz	1,63	0,99	1,70	1,12	1,31	1,32	1,40	2,00	1,57	4,12	1,74	1,17	1,94	0,77	3,66	1,28	4,88	2,04	1,12	6,68	3,35	4,63	0,02
Ostalo	4,00	5,95	3,80	2,06	2,94	5,24	3,14	10,36	3,84	6,31	5,42	2,83	2,83	1,70	6,58	4,36	6,64	3,46	2,20	6,25	3,26	3,70	1,52

Napomena: Usluga smještaja uključuje i hranu u okviru smještaja (noćenje s doručkom, polupansion, puni pansion, all-inclusive); Lokalni prijevoz uključuje sve troškove prijevoza osim onih u dolasku i odlasku iz destinacije

VJEROJATNOST PREPORUKE MJESTA PRIJATELJIMA, RODBINI ILI KOLEGAMA PREMA ZEMLJI PORIJEKLA

VJEROJATNOST PREPORUKE	Ukupno	Hrvatska	Inozemni turisti	Inozemni turisti																			
				Njemačka	Slovenija	Austrija	Poljska	Italija	Češka	Ujedinjeno Kraljevstvo	Skandinavija	Mađarska	Nizozemska	Slovačka	Francuska	Bosna i Hercegovina	SAD	Švicarska	Belgija	Španjolska	Srbija	Ostale EU zemlje	Azijske zemlje
Nije vjerojatno da ću preporučiti*	2,7	5,7	2,4	1,9	1,9	2,5	1,4	2,5	3,3	2,2	5,5	0,6	3,7	2,6	3,7	1,0	1,5	5,0	6,7	0,1	0,3	0,8	4,4
Vjerojatno ću preporučiti**	36,8	33,8	37,1	38,1	41,1	39,6	30,2	40,3	41,2	22,7	40,0	40,6	34,5	44,0	26,8	33,1	26,6	38,9	38,2	23,1	33,4	41,5	9,6
Jako je vjerojatno da ću preporučiti***	60,5	60,6	60,5	60,0	57,0	57,9	68,4	57,2	55,5	75,1	54,5	58,8	61,8	53,4	69,5	65,9	72,0	56,1	55,2	76,9	66,4	57,7	85,9
UKUPNO	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

*Zbroj postotaka za ocjene od 0 do 5 na skali od 0 (malo vjerojatno) do 10 (jako vjerojatno).

**Zbroj postotaka za ocjene od 6 do 8 na skali od 0 (malo vjerojatno) do 10 (jako vjerojatno).

***Zbroj postotaka za ocjene 9 i 10 na skali od 0 (malo vjerojatno) do 10 (jako vjerojatno).

Aktualni imidž Hrvatske

Belgijsko tržište je svjesno kako je Hrvatska prelijepa i zanimljiva zemlja očuvane prirode i bogate kulturne baštine, u kojoj ima još puno toga za otkrivanje. Naše promidžbene poruke su ciljane i jasne. Mediji pišu afirmativno o kulturnoj, 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, tj. zemlju predivne prirode, ljubaznih domaćina, s velikom raznolikošću, koja uglavnom nudi dobru vrijednost za novac. Kritiziraju se uglavnom velike gužve, naročito u gradovima na Jadranu te u nacionalnim parkovima i atrakcijama u vrhuncu sezone. Mogu se čuti primjedbe i na skupoću ugostiteljskih usluga. Zbog sve veće popularnosti Hrvatske, veliki broj belgijskih turista strahuje od toga da Hrvatska ne postane destinacija masovnog turizma. Unatoč tome, Hrvatska na belgijskom tržištu još uvijek ima prostora za daljnje jačanje pozicije, kroz segmentiranje i ciljanu komunikaciju prema različitim skupinama potencijalnih klijenata, poglavito u razdobljima pred i posezone te u tzv. premium i eno-gastro segmentu te u segmentu aktivnih putovanja i cikloturizma.

U kontekstu očuvanja okoliša i održivosti, belgijski turisti sve su više u potrazi za načinom putovanja s ugljično neutralnim otiskom. Stoga je svaka inicijativa u tom pogledu vrlo cijenjena kod ovdašnjih potrošača. Iz aspekta održivosti i zemlje koja ima jednu od najsuvremenijih željezničkih mreža na svijetu, izuzetno je bitna daljnja modernizacija željeznica u Hrvatskoj, ali i javnog prijevoza općenito.

Zastupljenost Hrvatske u programima organizatora putovanja u 2022. i 2023. i rezultati organizatora putovanja u 2022. i 2023. (programi za Hrvatsku)

Zastupljenost u programima vodećih organizatora putovanja je nepromijenjena - ukoliko ne dođe do stečajeva turoperatora, zračnih prijevoznika i sl., ne očekujemo značajnije promjene u programiranju Hrvatske. Puno toga ovisi o daljnjem razvoju sigurnosne situacije u zemlji i šire, ekonomskoj situaciji, inflaciji, eventualnoj recesiji, raspoloživim letovima i ostalim čimbenicima.

Nakon pandemijske 2020. godine, organizirani turistički promet ponovno je uspostavljen u svom punom obujmu od lipnja 2021. nadalje, kada su ponovno uvedeni brojni letovi za Hrvatsku te kada su nastavljeni praktički svi turooperatorski programi koje smo imali u 2019. Osim sporadičnih otkazivanja letova uzrokovanim tehničkim problemima ili nedostatkom osoblja, turooperatorski programi prema Hrvatskoj su se nesmetano odvijali. Hrvatska je zastupljena kod svih vodećih turoperatora.

Ove se godine primjećuje i oporavak grupnog segmenta putovanja, naročito seniora, mladih, klupskih putovanja, školskih ekskurzija, kao i korporativnog segmenta, tj. MICE putovanja.

Zrakoplovna povezanost s Hrvatskom tijekom 2023. godine

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	Antwerp	Split
Croatia Airlines	Bruxelles	Zagreb
Luxair	Luxembourg	Dubrovnik
Luxair	Luxembourg	Zadar

Autobuseri u 2023.

Najznačajniji autobuseri na tržištu su Bolderman, Kras, OAD Reizen, De Jong Intra Vakanties, Solmar, Van Biesen, Effeweg, Dalstra, Maaskant Reizen, itd. Autobusne ture su uglavnom postavljene u pred i posezoni. Uvođenjem brojnih nisko cjenovnih letova, većina autobusera prestala je nuditi klasični hotelski alotmanski boravak/program te se specijalizirala za kružna putovanja, ili višednevne boravke u hotelu s uključenim izletima. Uglavnom prevladavaju klasični autobusni programi koji u većini slučajeva uključuju Istru i Kvarner, a šire se i prema Dalmaciji. Najjači mjeseci za grupna putovanja autobusom su travanj, svibanj, lipanj, rujanj i listopad, a većina gostiju koji putuju autobusom smješteni su u hotelima. Klijentela autobusera u najvećoj su mjeri već konstituirane grupe, udruge, društva, sindikati, itd. koji traže organizirani prijevoz praktički „od kućnog praga“. Putovanja autobusom su u konstantnom blagom opadanju, uglavnom zbog profila publike koja ovakav oblik prijevoza koristi.

Individualni promet u 2023.

Individualni promet je nepredvidiv te 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 dr. 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 2024. – OPĆI POKAZATELJI I NAJAVE

Preliminarna procjena turističkog tržišta/ukupnih odlazaka na godišnji odmor u inozemstvo u 2024.

Krajem ljeta 2023. inflacija u Belgiji nastavlja usporevati te iznosi 2,39% krajem rujna, što ujedno predstavlja i najnižu stopu od srpnja 2021., kada je iznosila 2,7%. Unatoč navedenom, neizvjesno je kako će se poskupljenja odraziti na standard građana i potrošnju u budućnosti. Osim rata na Bliskom istoku te u Ukrajini, za pretpostaviti je da bi inflacija i eventualna recesija mogle u velikoj mjeri definirati iduću turističku sezonu te je treba promatrati u kontekstu ponašanja potrošača, koji sve više teži štednji. Stoga je za pretpostaviti kako bi iduća turistička sezona mogla biti znatno izazovnija i kompliciranija od ovogodišnje. Pitanje je koliko će sredstava potrošačima ostati za putovanja i koliko će potrošači htjeti trošiti u nestabilnim ekonomskim i sigurnosnim okolnostima, pogotovo ako Europa zaista „upadne“ u recesiju, kao što se već mjesecima najavljuje. Prema istraživanju Europassistance, Belgijanci (njih 30%) koji u 2023. i 2024. ne planiraju putovati kao glavni razlog navode nedostatak novca. Pandemija i rat u Ukrajini nemaju značajan utjecaj na njihove planove.

Iz istraživanja koje je provela belgijska banka AXA proizlazi kako su nakon krize uzrokovane pandemijom te kasnijih poskupljenja belgijski turisti ipak spremni „istraživati svijet“ na svoj način. Istraživanje je iznjedrilo 7 zaključaka:

- Život je postao skup, ali putovanja su dio života. Unatoč energetske krizi i inflaciji, belgijski potrošač ne mijenja svoje navike. Upravo suprotno, u 2023. ostvariti će se jednak ili veći broj putovanja nego u 2022.
- Daleka putovanja ponovno su u vrhu ljestvice planova i želja potrošača. Manje posjećena mjesta privlače veći broj turista. *Staycation*, tj. odmor u blizini doma neće nestati preko noći – mnogi turisti žele u što većoj mjeri zaštititi okoliš na putovanjima te tako smanjiti vlastiti karbonski otisak ne putujući na daleke destinacije.

- *Workation*, tj. putovanja koja uključuju rad izvan ureda i nadalje su popularna, a sve više poslodavaca navedeno i omogućuje.
- *Off the grid* putovanja (sve dok postoji wifi veza). Putovanja omogućuju bijeg od svakodnevice, a zbog toga se putuje na udaljena i teže dostupna mjesta, a takva će putovanja u budućnosti privlačiti sve više i više građana. Putovanja *back to basics* imaju svoju cijenu, to su komfor i luksuz, ali bez veze sa svijetom (interneta) ipak se ne može.
- Svaki deseti pripadnik generacije *millennials* na putovanja sa sobom planira povesti i kućnog ljubimca. Oni još mlađi, pripadnici generacije Z, preferiraju putovati sami.
- Digitalizacija sektora se nastavlja. Potrošači preferiraju kupnju proizvoda i usluga na jednom mjestu i jednim klikom, od zrakoplovnih karata, do hotela, zabavnih parkova, osiguranja itd.
- Fleksibilnost oko otkazivanja je također vrlo bitna, jer se potrošači ne žele se izlagati riziku hoće li ostati bez novca radi bolesti, mogućih restrikcija putovanja i sl.

Izvor: <https://statbel.fgov.be/>; <https://www.axapartners.be/>; <https://www.rtl.be>

Belgija je početkom listopada 2023. ponovno doživjela teroristički napad. Stoga je ponovno u prvom planu sigurnosni kontekst, kako u samoj zemlji, tako i šire.

Zaštita okoliša, ekološka osviještenost, briga za lokalno stanovništvo, održivost i bijeg od destinacija masovnog turizma trebali bi također obilježiti predstojeće sezone.

Preliminarna procjena redoslijeda omiljenih destinacija u 2024.

U redoslijedu najomiljenijih destinacije ne bi trebalo doći do značajnijih promjena, osim što Turska može pasti za koje mjesto. U fokusu će i dalje ostati prije svega bliže, europska destinacije, dok će za srednje udaljene i daleke destinacije interes turista ovisiti prije svega o sigurnosti te budžetu koji će imati na raspolaganju.

Za očekivati je kako će destinacije koja su zbog pandemije i/ili političkih okolnosti izgubile značajniji udio na tržištu, a tu su u prvom redu Turska, Egipat, Maroko, Tunis, kao i zemlje istočne Europe i daleke destinacije, agresivnije promidžbeno nastupati u predstojećoj godini, ne bi li povratili izgubljene udjele. Jednako se tako očekuje agresivan nastup naših izravnih konkurenata na Mediteranu, poput Italije, Grčke, Španjolske i Francuske. Očekuje se kako će u 2024. najpopularnije ponovno biti lako dostupne destinacije u neposrednoj blizini, kao što su Francuska, Španjolska, Njemačka, Nizozemska, ali i Grčka, Italija, Portugal, Austrija te destinacije lako dostupne automobilom (npr. Hrvatska). Moguće je i ponovno jačanje popularnosti dalekih destinacija.

Prognoze organizatora putovanja i zrakoplovnih prijevoznika za 2024.

Turoperatori i zračni prijevoznici očekuju daljnji oporavak turističkog prometa i konsolidiranje poslovanja. Održivi način putovanja postoje sve važnija komponenta pri odabiru destinacije i načinu putovanja, čemu se prilagođavaju i brojni turoperatori. Potrošači preferiraju sporo otkrivanje destinacije tzv. *slow* turizam (otkrivanje destinacije na polagan način u potrazi za lokalnim iskustvom, tradicijom i autentičnošću, prirodom) i ekološka putovanja, uz visoku svijest vezanu uz očuvanje okoliša i poštivanje načina života lokalnog stanovništva, što će i od hrvatskih pružatelja usluga zahtijevati određenu fleksibilnost, prilagodbe, reaktivnost i kreativnost.

S obzirom na to da je većina turoperatora i zračnih prijevoznika prebrodila krizu i period slabe likvidnosti te dodatno konsolidirala svoje poslovanje, ne očekuju se značajnije promjene u njihovom poslovanju.

TURISTIČKA SEZONA 2024. – HRVATSKA

Okvirna procjena ukupnog broja dolazaka i noćenja u Hrvatskoj u 2024.

Među građanima je i dalje prisutna velika želja za putovanjima, što potvrđuju i ostvareni ovogodišnji rezultati Hrvatske te najave turoperatora i zračnih prijevoznika za slijedeću sezonu. No ipak, očekivanja su kako će slijedeća godina ipak biti izazovnija od ovogodišnje. Rast životnih troškova i rashoda kućanstava, građane će svakako prisiliti da opreznije odrede budžet koji će imati na raspolaganju za potrošnju i pažljivije biraju destinaciju, eventualno skrate trajanje ljetovanja, biraju povoljniji smještaj, biraju manje aktivnosti itd. Također, ne bismo trebali zanemariti činjenicu da Belgijanci nakon pandemije konačno mogu masovnije putovati u daleke destinacije, što bi se također moglo odraziti na broj i strukturu naših gostiju. U slijedećoj godini će od značajne važnosti ponovno biti i sigurnosni aspekt.

Razumna i konkurentna cjenovna politika hrvatskih pružatelja usluga također će igrati važnu ulogu. Određena opasnost preferiranja konkurenata na ovom tržištu postoji radi sve veće skupoće u Hrvatskoj (uspoređujući s konkurentima), tj. ponekad neopravdano skupih usluga, čija kvaliteta u nekim slučajevima ne odgovara traženoj cijeni.

Najave zastupljenosti Hrvatske u programima organizatora putovanja i zrakoplovnih prijevoznika tijekom 2024.

Glede programa turoperatora, planiranih letova zračnih prijevoznika, ili imidža Hrvatske na tržištu, trenutno nema znakova za zabrinutost, budući da su za 2024. u najavi praktički svi letovi i turooperatorski programi kao i za 2019. te 2023. godinu. Ukoliko ne dođe do stečajeva nekih turoperatora/zračnih prijevoznika, drastičnog pogoršanja standarda građana, izbijanja pandemije, ili degradacije sigurnosne situacije, ne očekujemo značajnije promjene u programiranju Hrvatske.

Mjere koje bi prema mišljenju organizatora putovanja i drugih ključnih poslovnih dionika (prijevoznici, udruge/udruženja u turizmu i sl.) trebalo poduzeti u 2024. kako bi Hrvatska bila poželjna turistička destinacija u kontekstu daljnjih političkih i ekonomskih okolnost

U trenutnom kontekstu degradacije osjećaja sigurnosti u čitavoj Europi, povećanja životnih troškova i inflacije, važno je definirati akcijski plan suradnje s partnerima na tržištu te ulagati u marketinške kampanje i promociju radi stvaranja potražnje kod individualnih potrošača te u kampanjama isticati kako se hrvatska turistička ponuda prilagodila aktualnom kontekstu i novim tendencijama putovanja, uz naglasak na održivosti, ekološkoj osviještenosti i zaštiti okoliša, autentičnosti i sigurnosti. Hrvatska ima sve komparativne prednosti da pored snažnih konkurenata na tržištu sljedeće godine dodatno potvrdi svoj status sigurne, atraktivne, dostupne i pristupačne destinacije. Hotelijeri/ ugostitelji, trebali bi biti oprezni pri formiranju cijena budući da je Hrvatska tijekom proteklih nekoliko godina, a naročito tijekom 2023. postajala sve skuplja, a cijene u popularnim jadranskim destinacijama nerijetko su više nego u samoj Belgiji, dok kvaliteta pritom nije uvijek na odgovarajućoj razini. Klijentima su i dalje bitni fleksibilni uvjeti bukinga i storna rezervacije.