



NIZOZEMSKA

PROFIL EMITIVNOG TRŽIŠTA - IZDANJE 2024.



SADRŽAJ

OPĆI PODACI O TRŽIŠTU	3
POLITIČKO UREĐENJE	3
OPĆE KARAKTERISTIKE GOSPODARSTVA	3
MEDIJI I OGLAŠAVANJE NA TRŽIŠTU	7
PROFIL EMITIVNOG TURISTIČKOG TRŽIŠTA U 2022. i 2023. GODINI.....	12
PREGLED ORGANIZATORA PUTOVANJA NA TRŽIŠTU	19
DOPRINOS TRŽIŠTA UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU	20
REZULTATI 2023. PREMA SUSTAVU eVISITOR (svi kapaciteti)	21
NALAZI ISTRAŽIVANJA TOMAS HRVATSKA 2022./2023.	24
TURISTIČKA SEZONA 2024. – OPĆI POKAZATELJI I NAJAVE.....	40
TURISTIČKA SEZONA 2024. – HRVATSKA.....	42

OPĆI PODACI O TRŽIŠTU

Površina

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

Najveći gradovi

- Amsterdam: 918.117 stanovnika
- Rotterdam: 663.900
- Den Haag: 562.839
- Utrecht: 367.947
- Eindhoven: 243.730

POLITIČKO UREĐENJE

Nizozemska je parlamentarna, ustavna monarhija od 1815. godine, a na prijestolju je Willem-Alexander van Oranje-Nassau. Nakon abdikacije svoje majke Beatrix, Willem-Alexander je stupio na prijestolje 30. travnja 2013.

Dana 7. srpnja 2023. premijer Mark Rutte ponudio je kralju ostavku svoje vlade. Vlada trenutno obavlja samo tekuće i tehničke poslove, a parlamentarni izbori su predviđeni za kraj studenog 2023.

Stanovništvo (prema dobi, spolu)

Prema procjenama nizozemskog Državnog zavoda za statistiku (CBS), s krajem kolovoza 2023. godine stanovništvo je brojilo 17.897.051 građana.

Izvor: CBS, <https://www.cbs.nl/>

OPĆE KARAKTERISTIKE GOSPODARSTVA

Nizozemsko gospodarstvo uspješno parira europskim i globalnim konkurentima, što ga čini poželjnim, stabilnim i isplativim izborom za ulaganja stranih tvrtki. Nizozemski BDP po glavi stanovnika iznad je prosjeka EU i ispred većine zemalja Unije. Prema Svjetskom ekonomskom forumu Nizozemska je rangirana kao najkonkurentnije gospodarstvo u Europi i četvrto u svijetu. Četvrta je najkonkurentnija nacija na ljestvici IMD-a te peta prema Indeksu globalnih inovacija u 2020.

Konkurentna poslovna klima nagrađuje tvrtke poticajima za inovatore, a fiskalni napori države potpomognuti su visokoobrazovanom višejezičnom radnom snagom i otvorenošću za nove načine

razmišljanja. Centri za tzv. *expate* u zemlji primaju strane državljane koji žive u Nizozemskoj, stvarajući dinamičnu i raznoliku radnu snagu, koja će doprinijeti daljnjem gospodarskom uspjehu. Nizozemska njeguje poduzetnički duh bez premca. Prihvatanjem inovacija, održivosti i digitalizacije, nizozemsko gospodarstvo privlači vodeća svjetska poduzeća. Brojna su i javno-privatna partnerstva između privatnog sektora, sveučilišta i vlade koja uključuju različite sektore, od poljoprivredno-prehrambenih i financijskih usluga, do kvantne tehnologije. *EU Innovation Scoreboard 2022.* svrstao je Nizozemsku kao četvrtu najbolju naciju za inovatore, što je pohvala sposobnosti te nacije za razmišljanje koje je usmjereno na budućnost.

Nizozemska je i zemljopisno strateški izbor za brojne ulagače - 95% najunosnijih europskih tržišta udaljeno je na samo 24 sata vožnje od Amsterdama ili Rotterdama. Najsuvremenija infrastruktura Nizozemsku povezuje sa svijetom, putem modernih zračnih luka, željeznice, vodenih putova i luka.

Iako se radi o relativno maloj zemlji, Nizozemska je 5. po snazi gospodarstvo Europske unije te igra važnu ulogu i kao europsko transportno čvorište i vrlo poželjno mjesto za život. Ukupnom BDP-u Europske unije Nizozemska doprinosi sa 6%. Strukturne reforme u područja tržišta rada i sustava socijalne sigurnosti stvorili su uvjete za zdrav ekonomski rast.

Nizozemska ima prosperitetno i otvoreno gospodarstvo, koje uvelike ovisi o vanjskoj trgovini i izvozu. Glavni izvozni proizvodi su: strojevi i transportna oprema (28%), mineralna goriva (23%), hrana (11%), odjeća i obuća (10%) te farmaceutski proizvodi (5%). Visoko mehanizirani poljoprivredni sektor zapošljava ne više od 2% radne snage, ali osigurava velike viškove za prehrambenu industriju i za izvoz.

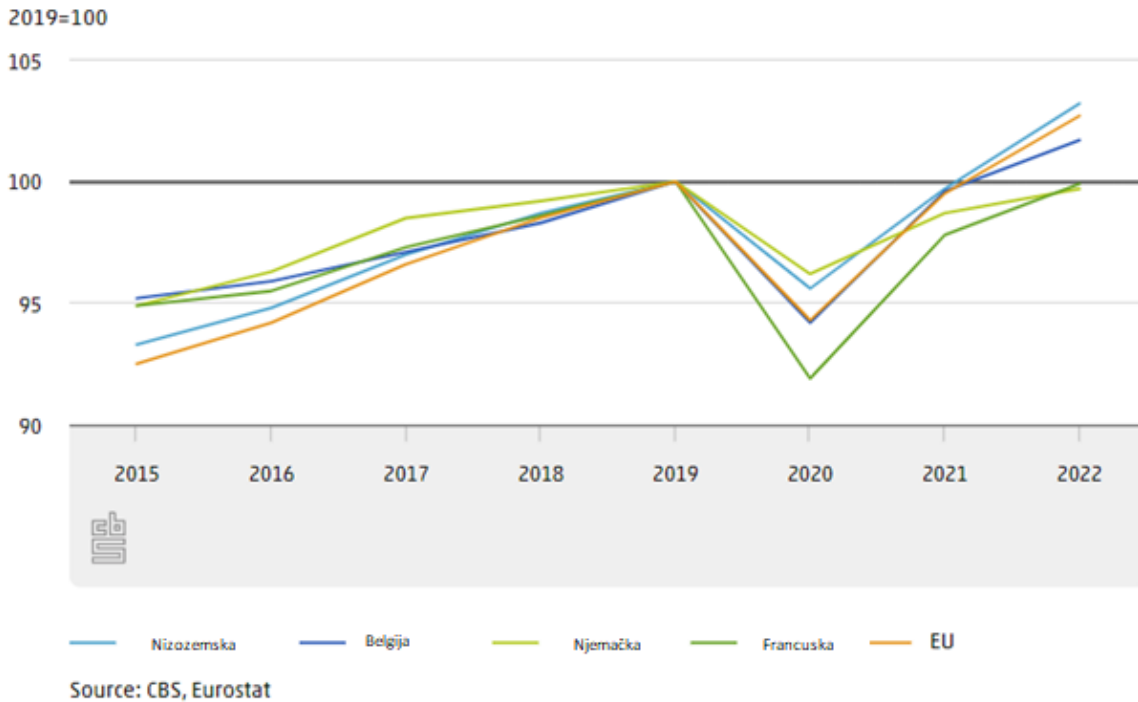
Izvor: *Invest in Holland* <https://investinholland.com>

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

U 2022. godini, nizozemski bruto domaći proizvod (BDP) po stanovniku iznosio je preko 53 tisuće eura, što Nizozemsku svrstava na četvrto mjesto u Europskoj uniji (u 2021. peto mjesto). Kao i prethodne godine, BDP po glavi stanovnika bio je jedan i pol puta veći od prosjeka EU-a, što je vidljivo iz brojki koje su objavili Statistički ured Nizozemske (CBS) i Eurostat. Nizozemski BDP po glavi stanovnika u 2022. bio je 3,5% veći nego u 2021.

Prošle je godine nizozemski BDP po glavi stanovnika rastao brže od prosjeka u cijeloj EU. Uz navedeno, rast je bio snažniji nego kod glavnih trgovinskih partnera u EU: Njemačke, Belgije i Francuske (u Belgiji i u Francuskoj BDP po glavi stanovnika porastao je za 2,2%, a njemački BDP po glavi stanovnika porastao je za 1,1%).

BDP per capita – Nizozemska i susjedne zemlje, korigirane cijene



Izvor: CBS, <https://www.cbs.nl/>; EUROSTAT

Postotak nezaposlenosti u 2022., aktualno stanje u 2023. i procjena budućeg trenda

	2021.	2022.	2023.	2024.
Nezaposlene osobe u tisućama	408	350	360	410

Postotak nezaposlenosti je u kolovozu 2023. iznosio 3,6%.

Izvor: CBS, <https://www.cbs.nl/>

Prosječna plaća (aktualni podaci)

- Prosječna bruto godišnja plaća: 49.434 eura
- Prosječna mjesečna bruto plaća: 3.814 eura
- Prosječna bruto satnica: 21,92 €
- Prosječna godišnja plaća izračunata je s pripadajućim regresom. Satnica i mjesečna plaća temelje se na 40-satnom radnom tjednu.

Izvor: <https://www.nationaleberoepengids.nl/salaris/sector>

Stopa inflacije (aktualni podaci i procjena budućeg trenda)

	2021.	2022.	2023.	2024.
Inflacija	2,7	10	3,9	3,8

Izvor: CPB, <https://www.cpb.nl/augustusraming-2023>

Vanjskotrgovinska bilanca (aktualni podaci i procjena budućeg trenda)

	Uvoz (mil. eura)	Izvoz (mil. eura)
2023. siječanj - srpanj	420.233	487.420

Izvor: CBS, <https://www.cbs.nl/>

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

Gospodarski rast usporava, ali Nizozemska se posljednjih godina pokazala otpornom na nekoliko velikih šokova i predviđa se da će gospodarstvo porasti za 0,7% u 2023. te za 1,4% u 2024. Do 2024. oporavlja se i kupovna moć. Državni deficit je u porastu, izvoz roba, a posebno potrošnja rastu sporije.

Svjetsko gospodarstvo raste relativno sporo, što znači da će i nizozemski izvoz rasti manje nego posljednjih godina. Privremene mjere dohodovne potpore ukidaju se u 2024. godine, što znači da će bez dodatne politike kupovna moć kućanstava s najnižim primanjima pasti, a siromaštvo porasti. Kupovna moć u 2024. i dalje će biti približno 1,6% ispod razine iz 2021.

Javne financije se kratkoročno i srednjoročno pogoršavaju, stoga je potrebna razborita fiskalna politika. Državni rashodi će se povećati u 2023. i 2024. zbog raznih aspekata, između ostalog izdataka za azil, obranu, obrazovanje i infrastrukturu.

Unatoč usporavanju, inflacija i dalje ostaje visoka. Udio ljudi koji žive u siromaštvu povećat će se na 5,7% u 2024., s istekom privremenih mjera potpore.

Rastuće kamatne stope dodatno doprinose usporavanju gospodarstva. Kombinacija skučenog tržišta rada i visoke inflacije dovodi do povećanja plaća. Rast plaća podržava kupovnu moć, ali istovremeno može pridonijeti daljnjem rastu cijena.

Izvor: CPB, <https://www.cpb.nl/>

MEDIJI I OGLAŠAVANJE NA TRŽIŠTU

Aktualni prikaz glavnih medija (TV, dnevni listovi, magazini, online) po tematskim segmentima

Naklade, regionalna pokrivenost, čitanost, praćenje za medije

Pregled 5 najvećih medijskih kuća i njihovih najvažnijih medijskih brendova na nizozemskom tržištu.

- Nizozemska javna televizija (NPO)
- DPG Media (ranije De Persgroep)
- Talpa Network
- Mediahuis Telegraaf Media Group (TMG)
- RTL Grupa (dio Bertelsmanna)

TV postaje

Javna televizija (NOS):

- Nederland 1
- Nederland 2
- Nederland 3

Komercijalni TV programi:

- RTL 4
- RTL 5
- RTL 7
- RTL 8
- RTL9
- Veronica
- SBS 6
- Net 5
- National Geographic Channel
- FOX
- Kitchen24

U siječnju 2023. javna/državna TV ostvaruje prosječni tržišni udjel od 37,4% gledanosti u danu. Kanali RTL Nederland u ovom su mjesecu ostvarili tržišni udio od 23,9%, a kanali Talpa Networka 16,0%. U večernjem terminu javna/državna TV ostvarila je tržišni udjel od 40,1%, kanali RTL Nederland 27,4%, a kanali Talpa Networka 17,6%.

Izvor: <https://www.marketingtribune.nl/>

Medij	Cijeli dan (2-26)			Večer (18-24)		
	KDH	MADL	UGKA	KDH	MADL	UGKA
NPO1	2,7	26,0	23,9	7,6	27,4	27,1
NPO2	0,8	7,4	26,1	2,3	8,3	26,9
NPO3	0,4	3,9	30,7	1,2	4,5	33,0
Publieke Omroep	3,8	37,4	25,0	11,2	40,1	27,7
RTL4	1,5	14,3	16,6	4,6	16,4	17,8
RTL5	0,3	3,2	28,2	1,2	4,2	28,2
RTL7	0,3	2,8	20,7	0,8	2,8	23,9
RTL8	0,2	2,3	34,9	0,8	3,0	36,3
RTL Crime	0,0	0,2	21,4	0,0	0,1	32,4
RTL Lounge	0,0	0,1	63,6	0,0	0,1	73,5
RTL Z	0,1	1,0	12,8	0,2	0,7	15,4
RTL Nederland	2,4	23,9	20,5	7,6	27,4	22,2
SBS 6	1,0	10,0	25,4	3,0	10,6	29,1
Net5	0,3	3,0	33,4	0,9	3,2	37,7
Veronica	0,3	2,5	28,2	0,9	3,3	28,2
SBS9	0,1	0,5	29,1	0,2	0,6	28,0
Talpa Network	1,6	16,0	27,4	4,9	17,6	30,4
MTV	0,0	0,2	14,7	0,1	0,2	20,2
Comedy Central	0,1	1,2	19,7	0,2	0,8	21,6
Nickelodeon	0,0	0,2	21,5	0,0	0,1	14,0
Paramount Network	0,1	1,3	35,8	0,3	0,9	37,8
Paramount	0,3	2,9	26,6	0,6	2,0	28,5
Disney Channel	0,0	0,1	31,0	0,0	0,0	31,5
Disney XD	0,0	0,1	11,1	0,0	0,0	0,0
NGC	0,1	1,0	22,1	0,1	0,5	24,8
24Kitchen	0,0	0,3	17,6	0,0	0,2	26,8
FOX	0,1	1,0	31,0	0,2	0,9	37,5
ESPN	0,2	1,9	8,4	0,4	1,5	7,3
ESPN2	0,1	0,7	13,8	0,2	0,5	14,1
ESPN3	0,0	0,3	11,5	0,0	0,1	17,3
ESPN4	0,0	0,1	29,5	0,0	0,0	21,6
The Walt Disney Company	0,6	5,5	17,1	1,1	3,8	19,2
Discovery	0,2	1,5	16,7	0,3	1,0	21,9
TLC	0,1	1,2	32,7	0,2	0,8	39,2
ID	0,1	0,6	33,8	0,1	0,3	30,8
Eurosport	0,1	1,0	17,9	0,1	0,3	15,5
Warner Bros. Discovery	0,4	4,3	23,8	0,7	2,4	28,1
Ziggo Sport	0,0	0,4	2,8	0,1	0,4	2,3
Ziggo Sport Select	0,0	0,1	20,1	0,0	0,1	18,9
History	0,0	0,3	21,1	0,0	0,2	25,0
BBC First Holland	0,2	1,8	32,0	0,3	1,2	34,5
XITE	0,0	0,1	17,2	0,0	0,1	10,4
AT5	0,0	0,0	7,4	0,0	0,0	5,4
ORN TV	0,1	1,2	31,9	0,2	0,8	34,7
SKO Light	0,3	2,7	17,5	0,4	1,4	25,2
Overig	0,4	3,5	22,9	0,7	2,6	29,0
Totaal	10,2	100,0	23,7	27,9	100,0	26,4

Najznačajniji časopisi s turističkom tematikom:

- ASCI FreeLife - Najveći i najopsežniji časopis s najnovijim vijestima o kampiranju.
- Bergen Magazine - Časopis za ljude koji vole planine, s temama o planinarenju, kulturi, prirodi, znamenitostima i sportovima na otvorenom.
- Campinglife - Časopis o životu na otvorenom, kampovima i kampiranju.
- Kampioen – Časopis nizozemskog autokluba, s jednom od najvećih naklada u zemlji.
- Caravannen! - Časopis za kampere.
- Columbus Magazine - Glossy inspiracijski turistički časopis sa pričama iz cijelog svijeta.
- Fiets - Mjesečni časopis s naglaskom na biciklizmu.
- Fietsactief - Časopis za sve rekreativne bicikliste iz Belgije i Nizozemske, s člancima o biciklističkim destinacijama i opremom za bicikle, te testovima proizvoda.
- Flower Power Travel - Lifestyle časopis o „zelenim“ mjestima za održivi odmor.
- Kampeer & Caravan Kampioen - Najveći kamping magazin Europe u izdanju ANWB-a.
- Landleven - Časopis za ljubitelje života na otvorenom.
- Lonely Planet Traveller - Glossy izdavač poznate „biblije za putovanja“, s inspiracijama za destinacije bilo gdje u svijetu.
- National Geographic Traveler - Izvorno „American Travel Magazine“, poznatog National Geographic instituta.
- Op lemen voeten - Časopis za hodače, izlazi četiri puta godišnje.
- Op Pad - Mjesečni izdanje ANWB-a o sportskim aktivnostima na otvorenom.
- Reizen - ANWB popularni turistički magazin.
- Roots Magazine - Mjesečni nizozemski časopis o prirodi i putovanjima.
- Toeractief - Časopis ANWB-a za planinare i bicikliste.
- Vakantiekriebels & Vrije Tijd Magazin - Časopis za kampiranje i rekreativce.
- Wellness Magazine - Tromjesečni časopis za ljubitelje života i ljubitelje wellnessa.

Najznačajnije internet stranice s turističkom tematikom:

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

10 najčitanijih dnevnih novina. Podaci o čitanosti, srpanj 2023:

Izdanje	subotom	radnim danom
1. Telegraf	1.558.200	1.151.800
2. Algemeen Dagblad	1.497.000	1.238.000
3. de Volkskrant	1.045.000	750.000
4. Leeuwarder Courant	176.000	143.000
5. NRC	632.610	390.600

6. Trouw	431.000	316.000
7. Noordhollands Dagblad	384.900	341.100
8. Brabants Dagblad	339.000	292.000
9. Dagblad van het Noorden	309.000	250.000
10. De Stentor	291.000	251.000

Nizozemska ima veliki broj časopisa na tržištu, oko 1.100 naslova za 9,6 milijuna čitatelja.

Najveći časopisi u Nizozemskoj, TOP 5:

Najveći časopisi temeljeni na doseg (print + digital) u milijunima:

- Libelle 3,7
- Flair 2,5
- LINDA. 2,5
- Story 2,4
- Autoweek 2,4

Ovi časopisi imaju najveći doseg u tisku, u milijunima:

- Kampioen 4,5
- Donald Duck 1,3
- Libelle 1,2
- LINDA. 0,9
- Mezza 0,7

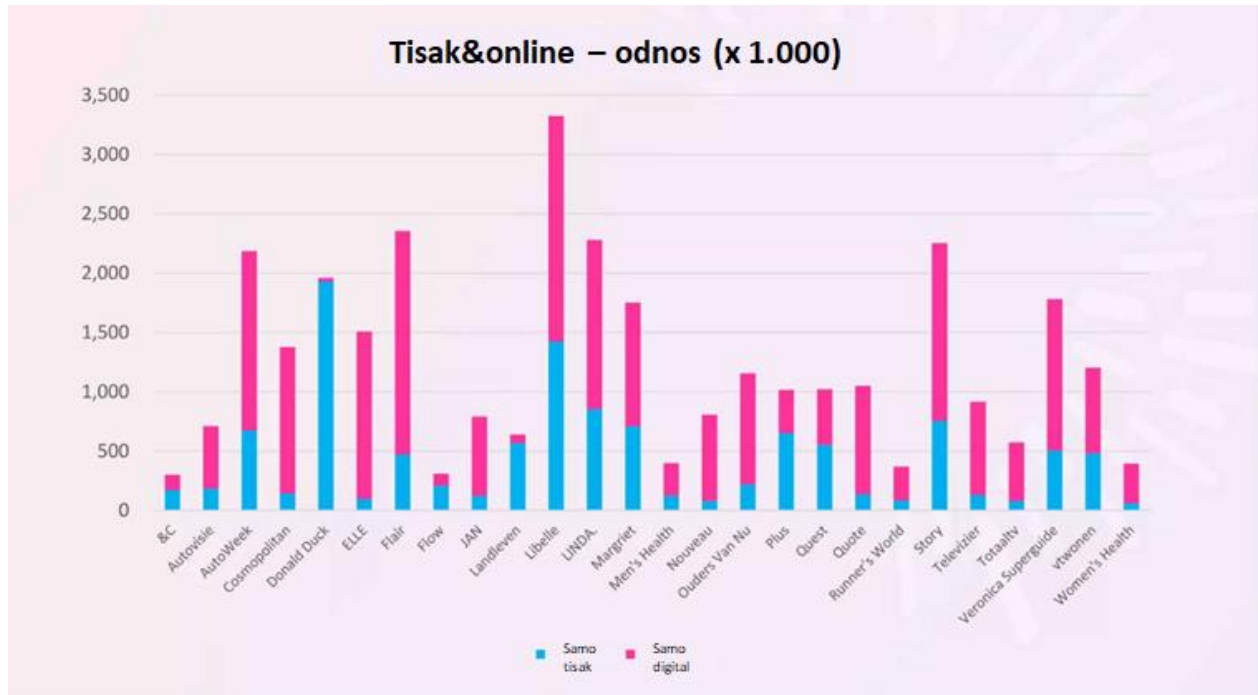
Ovi časopisi imaju najveći online doseg, u milijunima:

- Libelle 2,3
- Flair 2,0
- Autoweek 1,7
- Story 1,6
- LINDA. 1,6

Ovi časopisi su najpopularniji na društvenim mrežama (broj fanova):

- vt wonen 1.504 milijuna
- Playboy 1.502 milijuna
- LINDA. 1.418 milijuna
- Voetbal Internat. 1.121 milijuna
- Elle 675.187 mijijuna

Rezultati istraživanja dosega pokazuju da se časopisi još uvijek čitaju i da se tisak cijeni. Čitanje časopisa online putem weba ili aplikacija čini znatan dio dosega. Više od 50% dosega brendova dolazi s digitalnih platformi. Na donjem grafikonu navedene su razlike u doseg za različite naslove između tiskanih i online naslova.



Izvor: <https://www.bladendokter.nl/>

Korištenje digitalnih medija u Nizozemskoj početkom 2023.:

U Nizozemskoj je početkom 2023. bilo 16,80 milijuna korisnika interneta, što je 95,5% stanovništva. U siječnju 2023. bilo 15,50 milijuna korisnika društvenih mreža, što je 88,1% ukupnog stanovništva. Ukupno 22,12 milijuna mobilnih priključaka bilo je aktivno u Nizozemskoj početkom 2023. godine, što je 125,7% ukupne populacije.

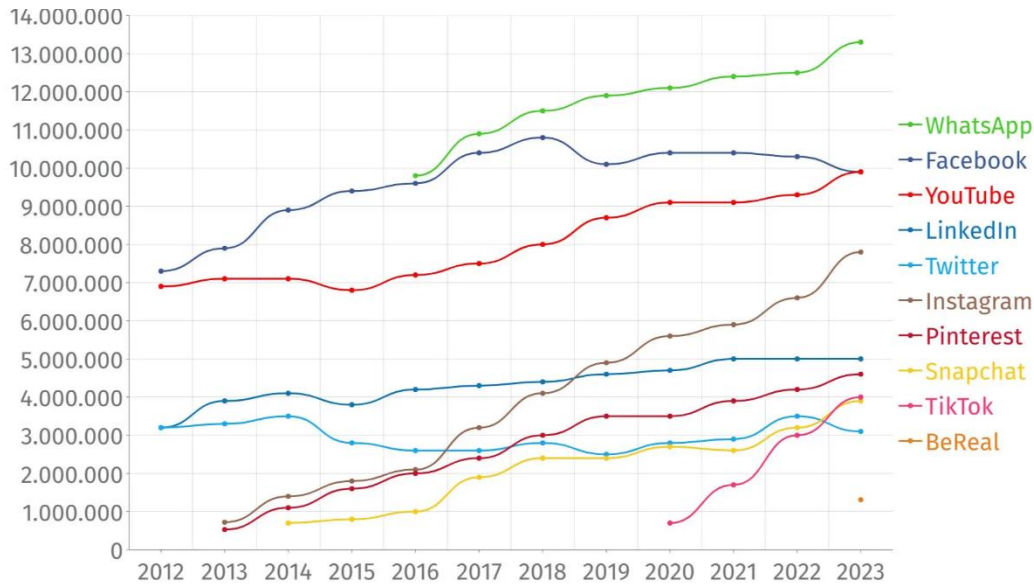
Izvor: <https://tobefound.nl/blog/social-media-trends-ontwikkelingen/>

Društvene mreže koriste se otprilike kao u 2022. godini (u prosjeku 7 minuta dnevno duže). Najveći porast je u dobnoj skupini od 20 do 39 godina, s 9 minuta duže. Nizozemci u prosjeku potroše ukupno 114 minuta dnevno koristeći društvene mreže.

Broj korisnika društvenih mreža u dobi od 15 i više godina narastao je s 13,7 na 14,1 milijun korisnika.

Izvor: <https://www.marketingfacts.nl/berichten/social-media-in-nederland-2023/>

Korištenje društvenih mreža u Nizozemskoj



BRON: NEWCOM RESEARCH | DANNY OOSTERVEER | MARKETINGFACTS

PROFIL EMITIVNOG TURISTIČKOG TRŽIŠTA U 2022. I 2023. GODINI

Generalni osvrt na aktualno stanje na emitivnom turističkom tržištu

U razdoblju od 2015. do 2020. godine broj noćenja u nizozemskim smještajnim kapacitetima porastao je za 19%, a broj dolazaka za 23%. U istom periodu se za četvrtinu povećala turistička potrošnja, čime je porasla važnost turističkog sektora u ukupnom nizozemskom gospodarstvu. Unatoč tome, nizozemska turistička politika se diferencira, tako da se zemlja više ne promovira na način da privlači što veći broj gostiju, već svoju promidžbu bazira na ravnoteži između pozitivnih učinaka turizma i njegovih negativnih posljedica, kao što su preopterećenje infrastrukture i gužve.

Nizozemska kao receptivna turistička destinacija u 2023. ostaje popularna na ključnim tržištima (Belgija, Njemačka, Francuska, Ujedinjeno Kraljevstvo, SAD, Kina). Unatoč činjenici da je tijekom pandemije jačao trend ljetovanja u vlastitoj zemlji ili u „susjedstvu“, taj se trend u 2023. svugdje, pa tako i u Nizozemskoj smanjuje.

Udio domaćih gostiju se u 2023. smanjio, tako da ove godine 22% Nizozemaca odmor provodi u vlastitoj zemlji (u 2021. i 2020. godini, je taj je udio bio čak dvostruko veći). 28% svih dolazaka u Nizozemsku su iz Njemačke, koja ostaje glavno emitivno tržište. Glavni cilj nacionalne turističke organizacije NBTC-a nije dostizanje prepademijskog volumena prometa, već održivi razvoj turizma i fokus na goste koji posjećuju slabije posjećene destinacije, koji putuju na održiviji način, koji ostaju duže i koji doprinose lokalnom gospodarstvu.

Što se Nizozemske kao emitivnog tržišta tiče, trenutno raspoloženje u nizozemskom društvu je u osnovi pozitivno. Uspoređujući s istim razdobljem prošle godine, inflacija je u Nizozemskoj 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 raste i zabrinutost zbog terorističkih napada te zabrinutost za sigurnosti u zemlji, koju izaziva sukob na Bliskom Istoku.

Izvor: NRIT media, NBTC, ANVR

Utjecaj političkih i ekonomskih kretanja na turistički promet u 2022. i 2023.

Prema istraživanju nizozemske turističke organizacije (NTBC) provedenom početkom 2023. godine, čak 85% Nizozemaca izjavljuje kako tijekom predstojećih 12 mjeseci namjeravaju putovati. Ove godine 22% ispitanika odmor je planiralo provesti u tuzemstvu, 60% u Europi. 40% ispitanika navodi kako radi inflacije i povećanja cijena mijenjaju svoje navike biranjem povoljnih destinacija i smještaja ili će rjeđe putovati. Nakon pandemije, nizozemski potrošači mijenjaju svoje ponašanje i vraćaju se ranijim, predpandemijskim navikama ranog bukinga umjesto bukinga u *last minute* periodu, koji je bio karakterističan za razdoblje pandemije. Tako je 40% putovanja ove godine rezervirano između 6 i 3 mjeseca prije polaska, a 40% onih koju su već rezervirali svoje putovanje planiraju ponovno putovati u inozemstvo u slijedećih nekoliko mjeseci. Uspoređujući s prošlom godinom, ove je godine rezervirano nešto manje putovanja u klasičnim ljetovalištima/tip ljetovanja na plaži (-5%), dok auto-ture i kamping ponovno dobivaju na popularnosti (+3%/+2%). U 2023., nizozemski potrošači za putovanje na odmor češće biraju putovanja zrakoplovom (+2% vs 2022.), uglavnom nauštrb putovanja osobnim vozilom (-4%).

Prema istraživanju ANVR-a, nizozemskog udruženja turoperatora i putničkih agenata, za 60% Nizozemaca ovog ljeta inflacija i poskupljenja nisu utjecala na njihov način ljetovanja. Jednako vrijedi i za rat u Ukrajini koji također nije utjecao na navike nizozemskih potrošača. Pandemija i sve restrikcije vezane za putovanja koje su obilježile prethodne tri godine se u ovom trenutku čine kao „daleka prošlost“ i nemaju praktički više nikakav utjecaj na ponašanje većine potrošača.

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

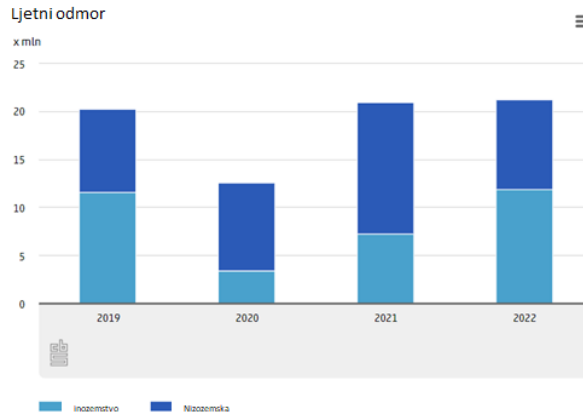
Tijekom 2022. godine, Nizozemci su ostvarili 21,2 milijuna ljetovanja. Uspoređujući s 2019., u 2022. je ostvareno čak 0,9 milijuna ljetovanja više.

U 2022., oko 80% građana je putovalo. U prosjeku svaki Nizozemac putuje 3,1 puta godišnje, a ukupno se u zemlji tijekom čitave godine ostvarilo 35,9 milijuna putovanja.

Izvor: CBS i Trends & Tourism, Market scan Netherlands | the Dutch holiday market in 2022

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

Prvi puta nakon pandemije, više od polovine tj. 10,8 milijuna ljetovanja ostvareno je u inozemstvu (10,7 mil. u 2019.), što je otprilike isti postotak kao u 2019. Uspoređujući s 2019. godinom, veći je broj Nizozemaca birao europske destinacije.

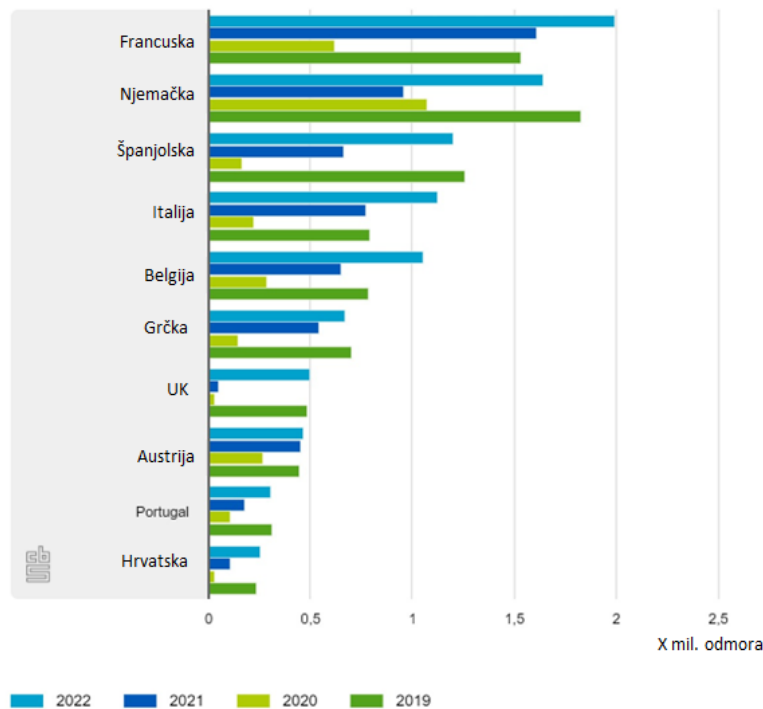


Izvor: CBS, <https://www.cbs.nl/>

Redoslijed omiljenih destinacija u 2022.

S gotovo 2 milijuna ljetovanja, Francuska je bila najpopularnija strana destinacija za ljetovanja u 2022., čime je prestigla Njemačku (s 1,6 milijuna ljetovanja). U ljetovanje 2019. (godina prije izbijanja pandemije), Njemačka je privukla najviše nizozemskih gostiju, 1,8 milijuna. Za Španjolsku, Portugal i Tursku je trend bio obrnut; te su zemlje bile u 2022. manje popularne kao destinacije za ljetovanja nego li tijekom 2019. Turska je u 2019. bila među prvih deset s 381 tisućom ljetovanja, što u 2022. više nije bio slučaj.

TOP 10 ljetovanja prema destinacijama



Izvor: CBS, <https://www.cbs.nl/>

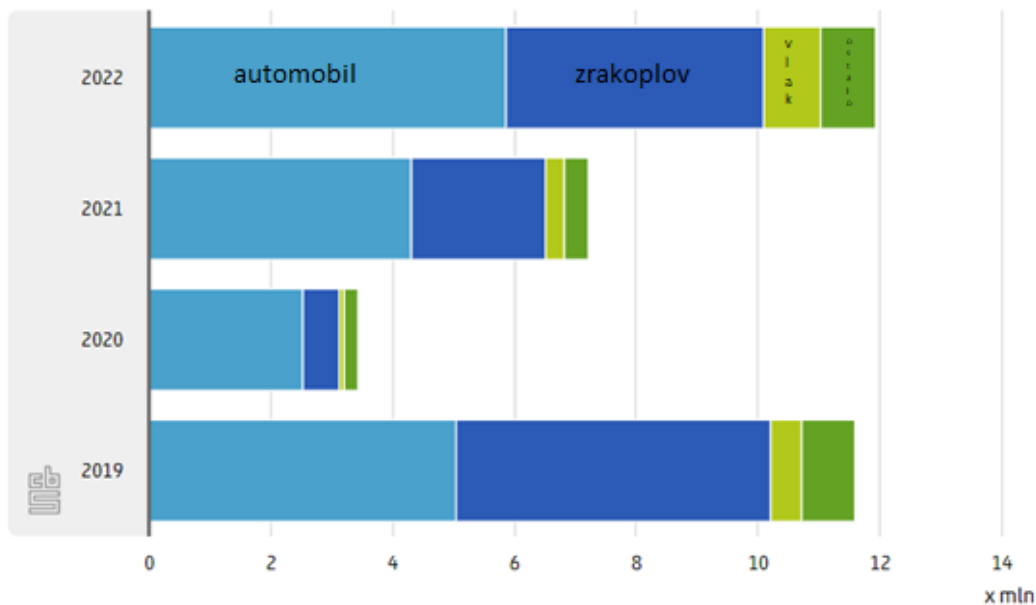
Omjer između organiziranog i individualnog prometa za vodeće destinacije u 2022.

Omjer organiziranog i individualnog prometa značajno varira, ovisno o destinaciji. Za destinacije u okruženju i tzv. *city break* Nizozemci uglavnom sami organiziraju svoja putovanja i to većinom putem interneta. Smještaj uglavnom rezerviraju preko različitih rezervacijskih platformi poput booking.com, Airbnb, izravno i sl., dok za dalje, tipično turoperatorske destinacije te kompleksnije programe koriste usluge posrednika – turoperatora, ili putničkog agenta.

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

Da su nizozemski turisti u posljednje 2-3 godine birali destinacije bliže svojim kućama, pokazuju i korištena prijevozna sredstva. U usporedbi s 2019., u 2022. je zabilježeno čak 1 milijun putovanja zrakoplovom manje (5,2 mil. U odnosu na 4,2 mil. u 2022.). Udio putovanja zrakoplovom u 2022. predstavlja 35%, dok je zrakoplovom na ljetovanja u 2019. putovalo čak 45% turista.

U 2022. je automobil bio omiljeno prijevozno sredstvo za ljetovanja u inozemstvu: čak polovica svih putovanja ostvarena je automobilom, u odnosu na 44% tri godine ranije. Vlakom se češće putovalo tijekom 2022. godine, kod 0,9 milijuna (8%) ljetovanja u inozemstvu, dok je 2019. na vlak otpadalo pola milijuna ljetovanja (oko 4%).

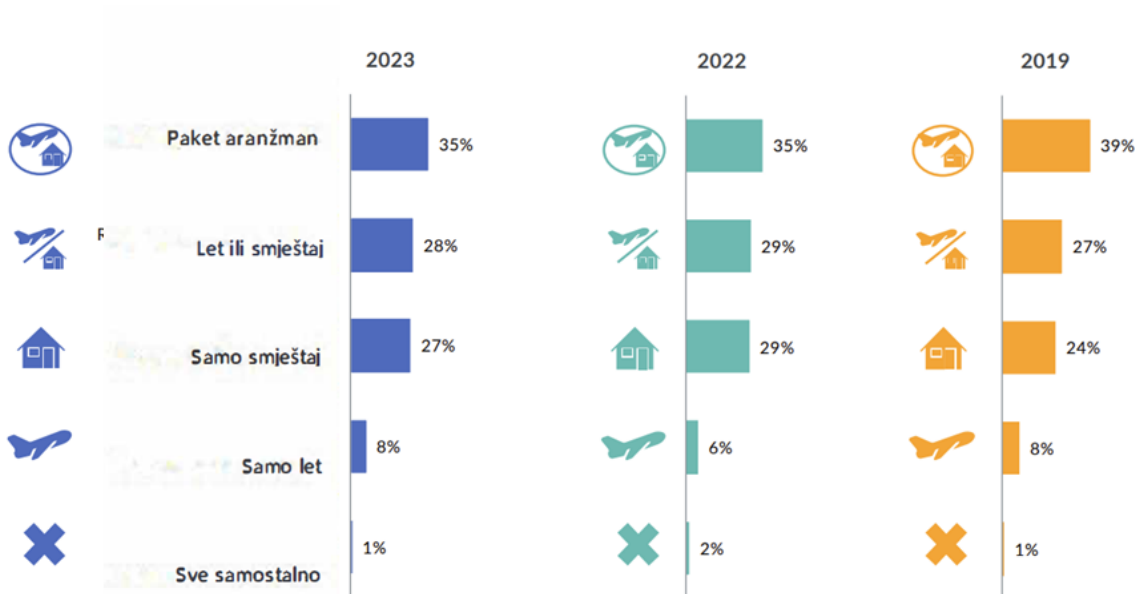


Izvor: CBS <https://www.cbs.nl/>

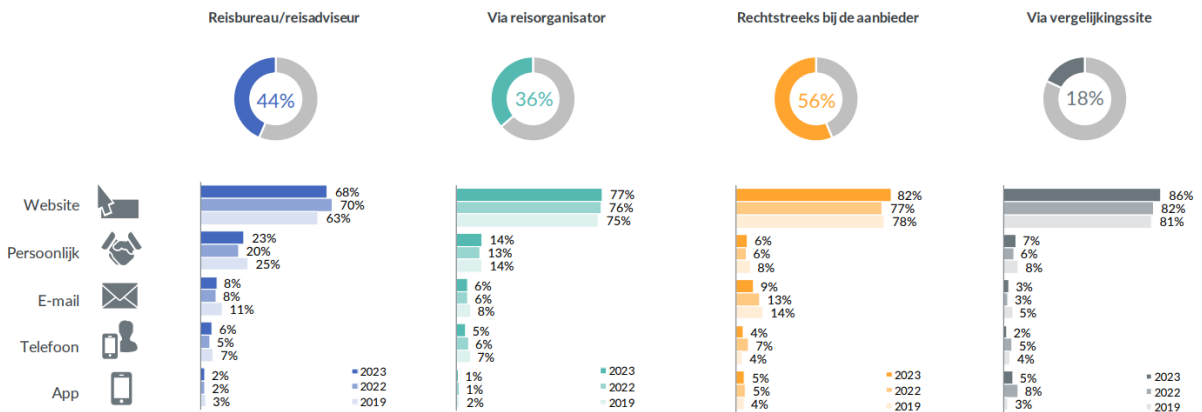
Koji su način organiziranja odmora / bukiranja turisti preferirali prilikom odlaska na godišnji odmor u 2022.

U 2022., oko trećina ispitanika bukirala je putovanje u okviru paket aranžmana, a češće se bukira samo smještaj, uz vlastiti prijevoz. Mlađe osobe češće same kombiniraju putovanja (36%), dok osobe u dobi 50-64 češće bukiraju smještaj i prijevoz u okviru paket aranžmana, a osobe u dobi 35-49 češće rezerviraju samostalno samo smještaj (35%). Kao najvažniji razlog za bukiranje paket-

aranžmana navodi se jednostavnost, dok se kod samostalnog organiziranja putovanja navodi fleksibilnost.



Web stranice najpopularniji su način rezerviranja putovanja.

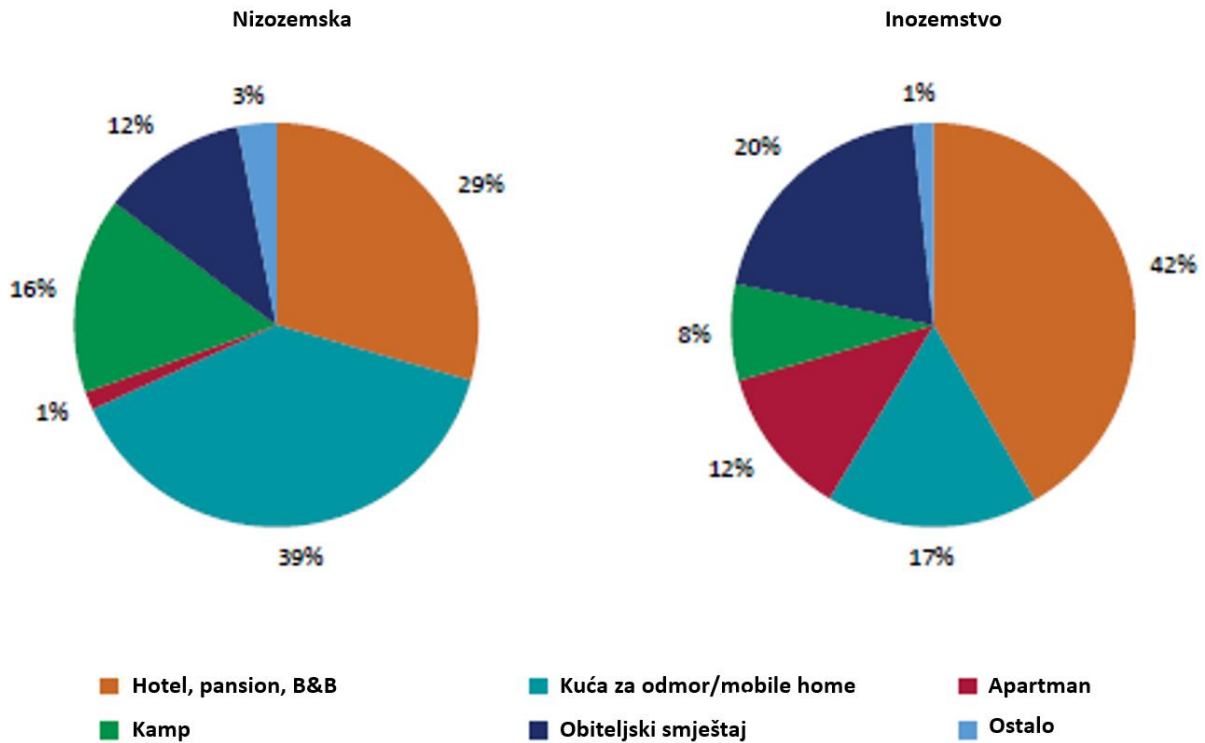


Izvor: ANVR Jaarmeting 2023, GfK | Juni 2023 ANVR,

Preferencije turista s obzirom na vrstu smještaja u 2022. i procjene za 2023.

Odabir smještaja varira ovisno o destinaciji. Nizozemci su prilikom odmora u tuzemstvu uglavnom birali smještaj u mobilnim kućicama ili apartmanima (39%), 29% biralo je smještaj u hotelima ili malim obiteljskim hotelima (29%), 12% biralo je smještaj kod domaćina (bilo kod obitelji, prijatelja, uključujući smještaj bukiran putem aplikacija kao što su Airbnb). Cca. 16% odmor provodi u kampovima, u šatoru, ili pikolici.

Prilikom odmora u inozemstvu, najčešće se bira hotelski smještaj (42%), 17% bira smještaj u mobilnim kućicama ili apartmanima, a 20% smještaj kod domaćina. Odmor u kampovima bira svega 8% turista.

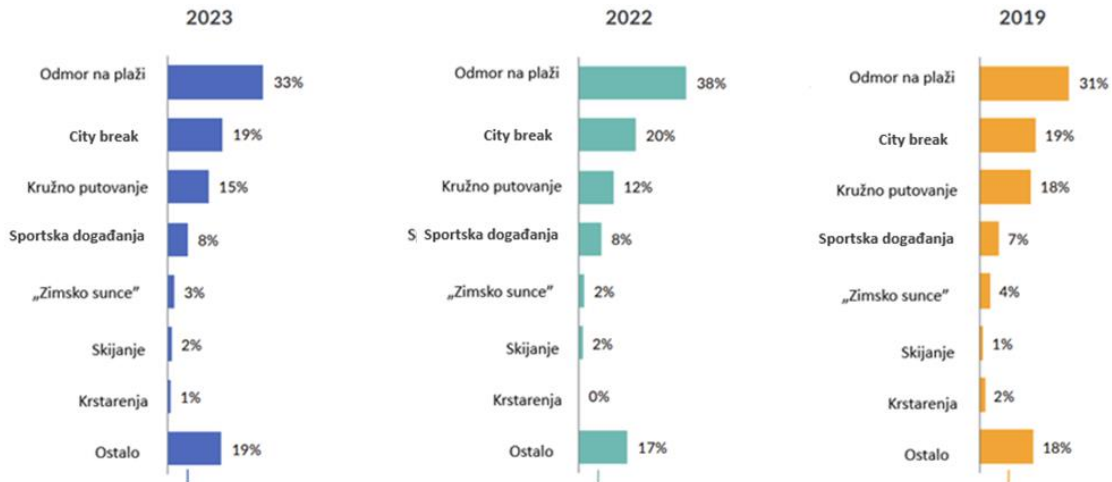


Izvor: Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd 2021.

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

Najpopularniji motivi putovanja su druženje, rekreacija na otvorenom/aktivni odmor, izlasci, shopping, posjet kulturnim atrakcijama, posjet događanjima, sportska događanja, sudjelovanje na sportskim aktivnostima, wellness. Najčešći tip putovanja u 2022. su ljetovanja/odmor na plaži tj. sunce i more, koje odabire čak 38% ispitanika. Kratka putovanja u gradove putovanja bira 20% ispitanika, kružna putovanja 12%, sportski odmor 8%, tople zimske destinacije 2%, skijanja 2%, a ostale tipove odmora 17% (planinarenje, odmor u turističkim naseljima, kampovima, posjet obitelji).

Uspoređujući s 2022., u 2023. se bilježi manje klasičnih ljetovanja/odmora na plaži (5 postotnih bodova manje nego godinu ranije), manje je i kratkih putovanja u gradove (19%, u usporedbi s 20% lani), ali je zato ostvaren veći broj kružnih putovanja. Osobe starije od 65 godina rjeđe biraju odmor na plaži, ali zato češće biraju kružna putovanja, krstarenja, odmor ili neki drugi tip odmora, kao što su posjete obitelji.

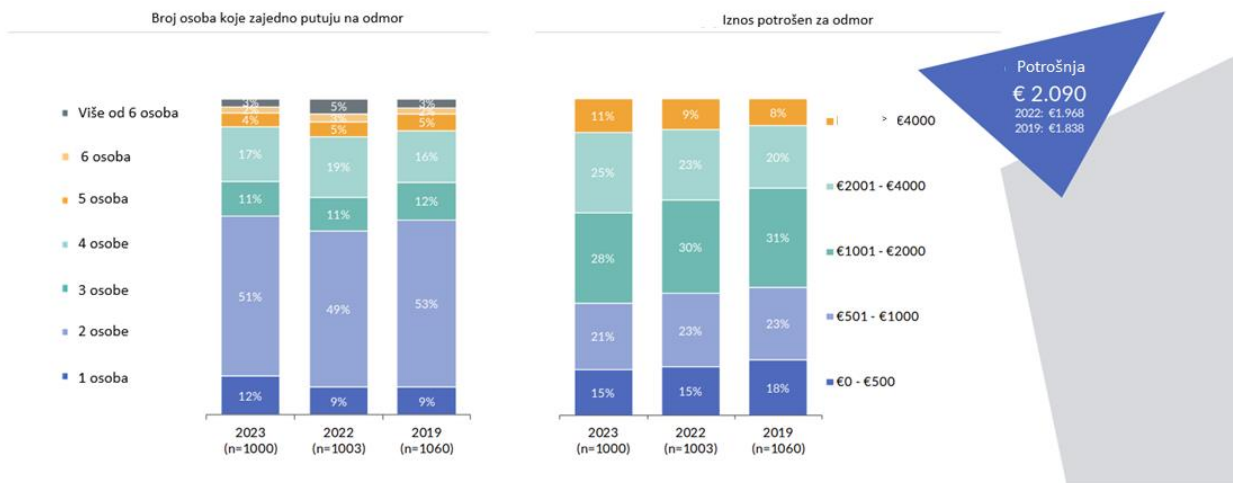


Mlađe osobe češće biraju kratka putovanja u gradove, a osobe starosti 18-49 češće biraju odmor na plaži od starijih osoba. Osobe s višim i visokim obrazovanjem, rjeđe biraju odmor na plaži.

Izvor: Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd 2021, CBS, ANVR Jaarmeting 2023, GfK | Juni 2023

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

Nizozemci u prosjeku za svoje ljetovanje izdvajaju 2.090 eura za 2 osobe Taj je iznos nešto veći od iznosa potrošenog u 2022. (1.968 eura) i 2019. (1.838 eura).



Izvor: ANVR Jaarmeting 2023, GfK | Juni 2023

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, a potom slijedi Sundio Groep sa svojim tržišnim markama Sunweb, Eliza Was Here, Gogo, Primavera, Beach Masters itd. Jedan od vodećih turoperatora na tržištu s vlastitim charter letovima je i Corendon. Ostali turooperatori uglavnom su specijalizirani za različite „niše“ kao što su aktivni odmor, biciklizam, smještaj u kampovima, putovanja samo za odrasle, kulturna putovanja, ture itd. Neki od najvažnijih turoperatora na tržištu su slijedeći: Djoser, de Vakantiediscouter, de Jong Intra Vakanties, Kras, Novasol, Corendon, Bolderman, ANWB, Landal, Prijsvrij, Alltours, ACSI, D-Reizen, OAD, Vacanceselect, Vacancesoleil, Puur Kroatie, Vakantie itd. Krajem rujna 2023. odjeknula je vijest kako nizozemski turoperator specijaliziran za kampove *Vacancesoleil* više nije solventan i kako nije uspio pronaći partnera, te je stoga tvrtka morala proglasiti stečaj. Tržišnu marku/*brend* *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.

Jedan od najvećih neovisnih lanaca putničkih agencija u zemlji je D-reizen, koji ima oko 300-tinjak poslovnica. Broj klasičnih putničkih agencija u kontinuiranom je padu, a sve važniju ulogu u nizozemskom *retail* tržištu uzimaju tzv. putnički savjetnici koji uglavnom rade od kuće i imaju svoj vlastiti fond klijenata. Najveće takve grupacije su The Travel Club i Travel Counsellors koje broje između 200-300 agenata, a neke od značajnijih su Face2Travel, Vakantieexperts, Personal Touch Travel etc.

Osvrt na poslovno okruženje i eventualne promjene u domeni TO/TA tijekom 2022. i 2023.

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 još bolji. Budući da su postignute cijene aranžmana bile znatno više nego u 2019, bolji je i financijski rezultat.

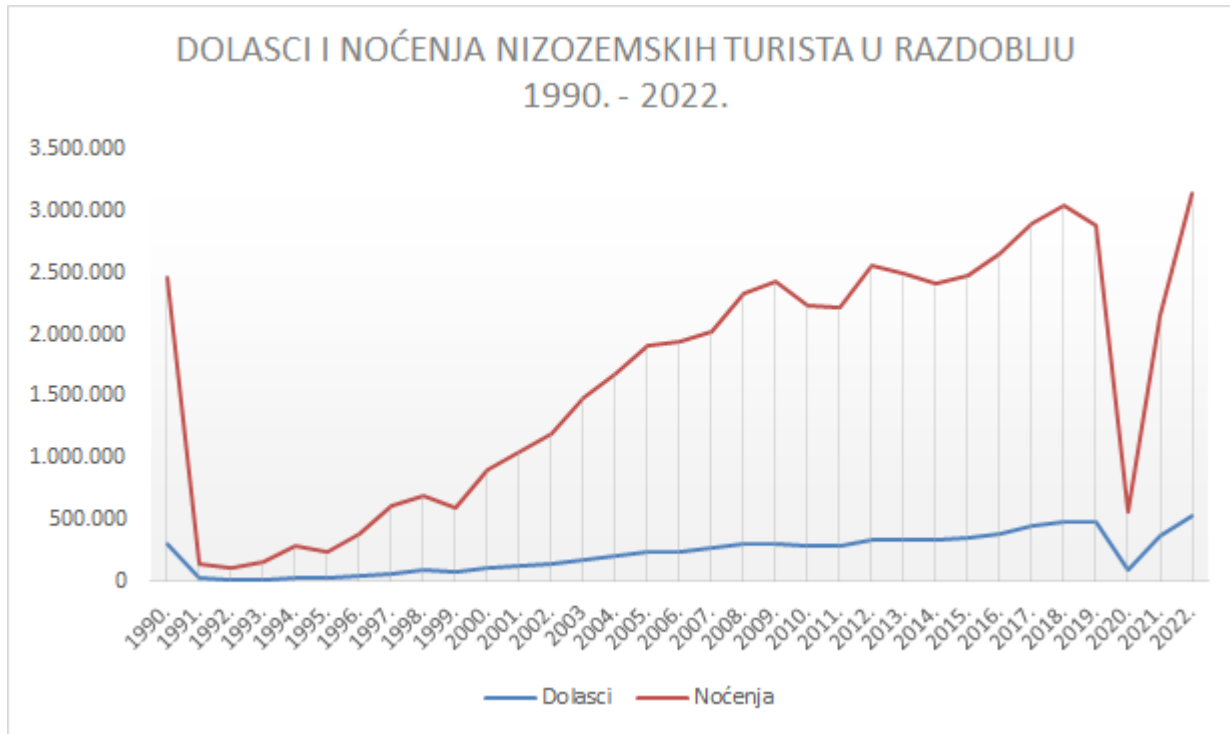
Veliku zabrinutost kod turoperatora i zračnih prijevoznika predstavlja odluka nizozemske vlade, koja radi ekoloških razloga (zagađenje okoliša i buka) slijedeće godine želi smanjiti broj letova sa sadašnjih pola milijuna na 460.000, te na 452.000 u 2024., što je ipak nešto više od ranije najavljenih 440.000 u ZL Amsterdam Schiphol. Ova odluka ne utječe samo na nizozemske organizatore putovanja i zračne prijevoznike, već i sve ostale kompanije koje lete na ZL Schiphol. To se prije svega odnosi na američke zračne prijevoznike koji vrše pritisak i prijete da će uzvratiti istom mjerom tj. da će proporcionalno izdavati manje *slotova* nizozemskim zračnim prijevoznicima, prije svega KLM-u kojem je SAD jaka važna destinacija/tržište. Osim KLM-a i nizozemsko udruženje turoperatora i putničkih agenata, ANVR, bori se protiv ovakve odluke. Iako je ANVR dobio prvu presudu, u žalbenom postupku je sud presudio u korist odluke vlade, koja je radi ostavke, u odlasku, što ovu važnu odluku dodatno čini kontroverznom. ANVR zahtijeva da se ova odluka odgodi do nakon izbora, koji su predviđeni u studenom ove.

Izvor: NOS

DOPRINOS TRŽIŠTA UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU

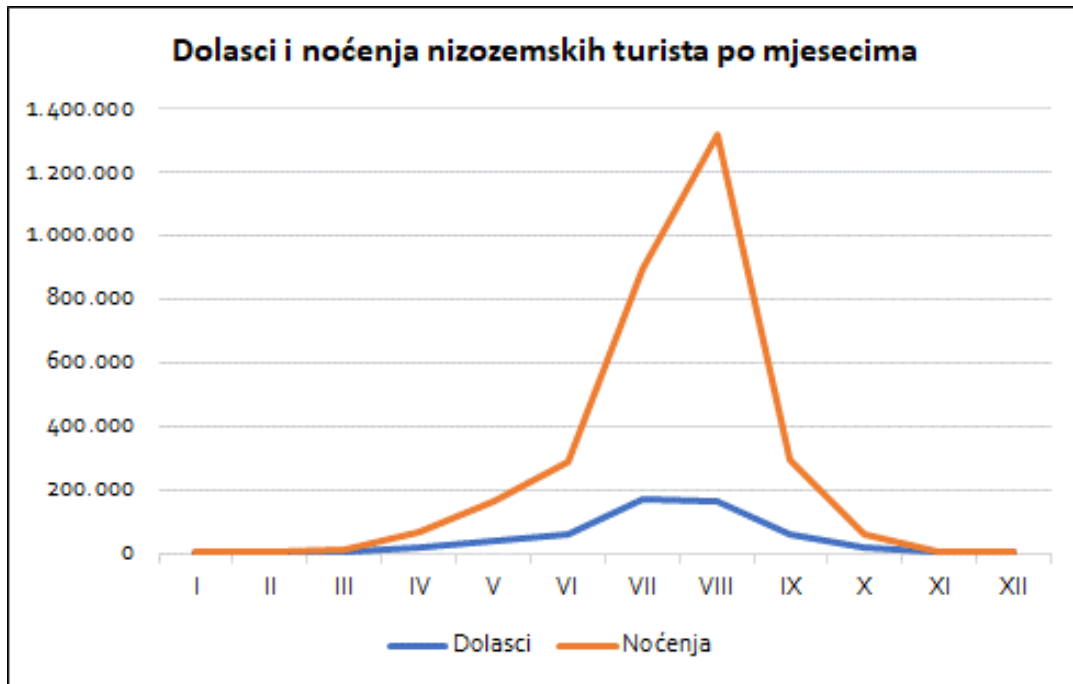
NIZOZEMSKA	Dolasci			Noćenja		
	apsol.	index	1990.=100	apsol.	index	1990.=100
1990.	299.343		100	2.465.385		100
1991.	19.786	7	7	143.505	6	6
1992.	11.917	60	4	105.158	73	4
1993.	16.965	142	6	158.681	151	6
1994.	29.809	176	10	284.178	179	12
1995.	25.341	85	8	234.153	82	9
1996.	42.000	166	14	377.000	161	15
1997.	64.964	155	22	610.936	162	25
1998.	88.286	136	29	696.097	114	28
1999.	72.551	82	24	592.192	85	24
2000.	103.595	143	35	900.542	152	37
2001.	125.087	121	42	1.058.838	118	43
2002.	148.140	118	49	1.204.240	114	49
2003.	179.483	121	60	1.496.973	124	61
2004.	212.090	118	71	1.690.241	113	69
2005.	243.651	115	81	1.910.080	113	77
2006.	241.856	99	81	1.938.295	101	79
2007.	264.664	109	88	2.030.442	105	82
2008.	297.318	112	99	2.334.993	115	95
2009.	296.086	100	99	2.424.071	104	98
2010.	285.257	96	95	2.244.521	93	91
2011.	286.986	101	96	2.223.874	99	90
2012.	335.266	117	112	2.565.712	115	104
2013.	336.106	100	112	2.491.448	97	101
2014.	333.500	99	111	2.414.807	97	98
2015.	356.876	107	119	2.477.278	103	100
2016.	389.112	109	130	2.660.569	107	108
2017.	442.692	114	148	2.904.353	109	118
2018.	486.349	110	162	3.052.082	105	124
2019.	484.317	100	162	2.882.701	94	117
2020.	85.270	18	28	563.923	20	23
2021.	373.600	438	125	2.153.507	382	87
2022.	528.947	142	177	3.139.135	146	127

IZVOR: DZS - komercijalni smještajni kapaciteti



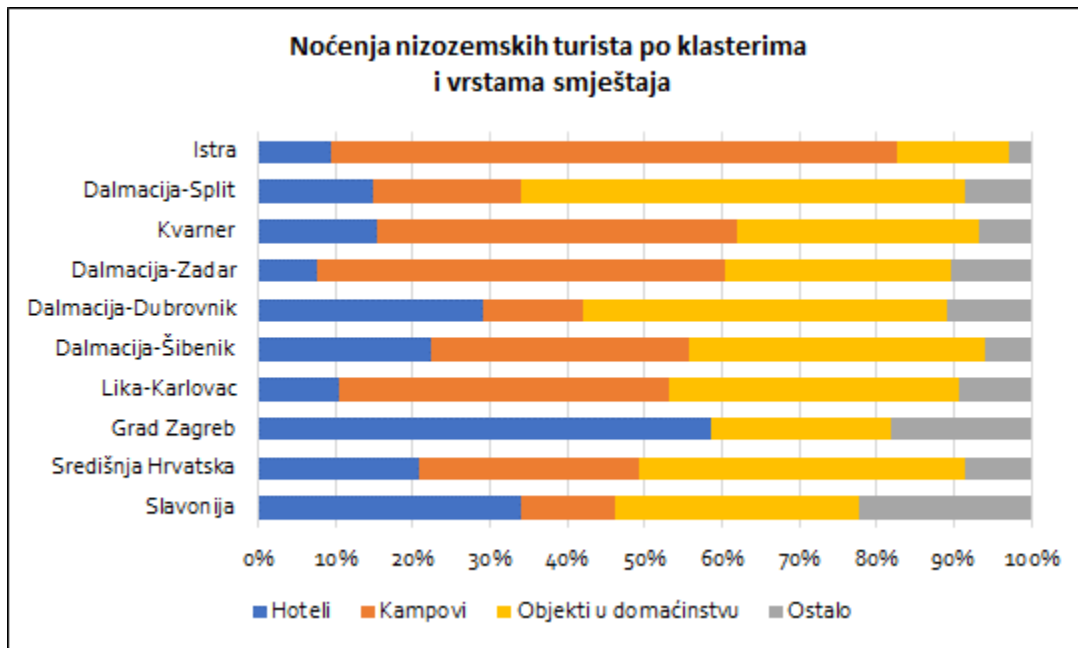
IZVOR: DZS - komercijalni smještajni kapaciteti

REZULTATI 2023. PREMA SUSTAVU eVISITOR (svi kapaciteti)



Promet po klasterima

	Dolasci	Noćenja
Istra	178.774	1.504.384
Dalmacija-Split	98.377	470.476
Kvarner	59.331	310.700
Dalmacija-Zadar	44.096	262.087
Dalmacija-Dubrovnik	47.648	157.348
Dalmacija-Šibenik	24.237	127.532
Lika-Karlovac	46.013	123.323
Nautika	10.183	73.437
Grad Zagreb	28.621	54.932
Središnja Hrvatska	9.729	29.845
Slavonija	2.322	4.906
Ukupno	549.331	3.118.970



Top destinacije

Grad općina	Noćenja
Funtana	237.999
Rovinj	220.432
Tar	187.703
Split	164.223
Vrsar	138.846
Poreč	109.384
Umag	92.005
Dubrovnik	91.986
Fažana	90.041
Brtonigla	82.708

Dolasci po dobi i spolu

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

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 Kopriivničko-

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	0,0	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	0,0	0,7	0,6	0,0	1,2	8,3	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/ hodaње	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	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 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	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	Česka	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 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 okolici	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 kupaca)	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	54,86
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

Hrvatska se je izborila za stabilnu poziciju na nizozemskom turističkom nebu. Nizozemska po broju dolazaka i noćenja spada u vodeća inozemna tržišta za Hrvatsku, no vjerujemo kako naša zemlja još uvijek ima prostora za daljnje jačanje svoje pozicije na ovom tržištu. I to kroz segmentiranje i ciljanu komunikaciju prema različitim skupinama potencijalnih klijenata, poglavito u razdobljima pred i posezone. Bitna je dodatna komunikacija kako bi se dodatno podigla svijest i jačala snaga hrvatskog brenda. Nizozemsko tržište je postalo svjesno da je Hrvatska prelijepa i zanimljiva zemlja očuvane prirode i zanimljive kulturne baštine, gostoljubivih domaćina, u kojoj ima još puno toga za otkrivanje. Naše promidžbene poruke su ciljane i jasne. Mediji pišu afirmativno o kulturnoj, prirodnoj baštini, prekrasnoj gastronomiji u svim dijelovima zemlje, vrlo često i o odmoru na kontinentu.

Gotovo 2/3 nizozemskih gostiju borave u Istri, čime je Istra svakako favorit među hrvatskim regijama na nizozemskom tržištu. No, iz godine u godinu primjećujemo priljev novih gostiju i odljev starih iz Istre prema jugu i unutrašnjosti, što je svakako jako važno kako bi nizozemski gosti upoznali i ostale dijelove Hrvatske te se ravnomjernije rasporedili. Za ovaj „odljev“ zaslužne su u velikom broju i nove zrakoplovne linije zahvaljujući kojima u Hrvatsku dolazi i drugačiji profil gostiju (koji posjećuju gradove, nacionalne parkove, ide na individualne ture po Hrvatskoj i otocima, nautičari, bave se (adrenalinskim) sportovima), kao i brojne promidžbene aktivnosti koje imaju za cilj potaknuti potražnju i za manje poznatim, naročito kontinentalnim destinacijama. Nizozemci Hrvatsku doživljavaju kao destinaciju s predivnom prirodom, ljubaznim domaćinima, velikom raznolikošću koja uglavnom nudi dobru vrijednost za novac. Kritika uglavnom ide na velike gužve, naročito u gradovima na Jadranu i nacionalnim parkovima i ostalim atrakcijama u „špicima“ sezone. Često se mogu čuti primjedbe nautičara na skupoću, ali i na visoke cijene ugostiteljskih usluga. Zbog sve veće popularnosti Hrvatske, veliki broj nizozemskih turista strahuje od toga da Hrvatska postaje destinacija masovnog turizma.

U kontekstu očuvanja okoliša i održivosti, nizozemski turisti sve su više u potrazi za održivim 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.

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 za sada stabilna i nepromijenjena te ukoliko ne dođe do stečajeva ne očekujemo značajnije promjene u programiranju Hrvatske. Puno će toga ovisiti o daljnjem razvoju sigurnosne situacije u Europi, razvoju ekonomske situacije, inflaciji, eventualnoj recesiji, epidemiološkoj situaciji, restrikcijama, raspoloživim letovima i ostalim čimbenicima.

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

Zrakoplovna povezanost s Hrvatskom tijekom 2023. godine

Svi letovi iz 2022. nastavljeni su u 2023. s time da u zimskom redu letenja KLM leti iz Amsterdama za Split jednom tjedno.

U Split:	
Iz:	Zračni prijevoznik:
Amsterdam	<u>Transavia</u>
Amsterdam	<u>KLM</u>
Amsterdam	<u>Easyjet</u>
Rotterdam	<u>Transavia</u>
Antwerpen	<u>TUIfly.be</u>
Brussel	<u>Brussels Airlines</u>

U Zadar:	
Iz:	Zračni prijevoznik:
Amsterdam	<u>Easyjet</u>
Rotterdam	<u>Transavia</u>
Eindhoven	<u>Ryanair</u>
Maastricht	<u>Ryanair</u>
Brussel	<u>Brussels Airlines</u>
Brussel - Charleroi	<u>Ryanair</u>
Luxembourg	<u>Luxair</u>

U Dubrovnik:	
Iz:	Zračni prijevoznik:
Amsterdam	<u>KLM</u>
Amsterdam	<u>Easyjet</u>
Rotterdam	<u>Transavia</u>
Brussel	<u>TUIfly.be</u>
Brussel	<u>Brussels Airlines</u>
Luxembourg	<u>Luxair</u>

U Pulu:	
Iz:	Zračni prijevoznik:
Amsterdam	<u>Easyjet</u>
Rotterdam	<u>Transavia</u>
Brussel - Charleroi	<u>Ryanair</u>

U Rijeku:	
Iz:	Zračni prijevoznik:
Eindhoven	<u>Transavia</u>
Brussel - Charleroi	<u>Ryanair</u>

U Zagreb:	
Iz:	Zračni prijevoznik:
Amsterdam	<u>KLM</u>
Amsterdam	<u>Croatia Airlines</u>
Eindhoven	<u>Ryanair</u>
Brussel	<u>Croatia Airlines</u>
Brussel - Charleroi	<u>Ryanair</u>

Autobuseri u 2023.

Najznačajniji autobuseri na tržištu su Reizen Lauwers, Voyages Leonard, De Zigeuner, Reizen Verhoeven, Rantour, Herman Vandamme, Primatour Carolus, BT Tours, Violetta Cars i dr. Autobuseri su već duži niz godina u relativnoj stagnaciji, što je na neki način i normalno s obzirom na segment tržišta kojem pripada njihova publika i sve većem broju 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 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.

Individualni promet u 2023.

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 elemenata. U 2021. i 2022. većina gostiju iz Nizozemske bila je individualna, čemu svjedoče podaci iz sustava eVisitor. Tome je doprinijela relativna blizina Hrvatske za putovanja automobilom ili kamperom, dobra povezanost, sigurnost, brojni kvalitetni kampovi, tj. neprestana ulaganja u kampove i kamping odmorišta, ali i sve brojniji i učestaliji letovi za Hrvatsku. Za brojne individualce iz Nizozemske i ove smo godine, unatoč pandemiji, ostali jedna od najomiljenijih kamping destinacija na Mediteranu, a Nizozemska se ponovno svrstala u top 5 tržišta za naše kampove.

Prednosti:

- Odlična klima
- Kvalitetni kampovi koji neprestano ulažu u podizanje kvalitete
- Bogatstvo kulturnih sadržaja
- Očuvana priroda
- Odlične ceste i prometna povezanost
- Ljubaznost i stručnost osoblja
- Ljubaznost i gostoljubivost domaćina
- Sigurnost
- Odlična eno-gastro ponuda

Nedostaci:

- Kvaliteta smještaja
- Cijene
- Nedovoljna prometna povezanost između otoka, naročito u Dalmaciji i nepostojanje dužobalne trajektne linije
- Nedostatak zabavnog života za mlade
- Nedostatak kampova u kontinentalnoj Hrvatskoj
- Nedostatak odmorišta za kampere
- Nedostatak zabavnih parkova

Hrvatska na nizozemskom tržištu uglavnom ostaje destinacija za individualne goste, bilo da je riječ o kampistima koji putuju vlastitim automobilom i kamperom, ili zrakoplovnim gostima, koji putuju (niskocjenovnim) zračnim prijevoznicima.

TURISTIČKA SEZONA 2024. – OPĆI POKAZATELJI I NAJAVE

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

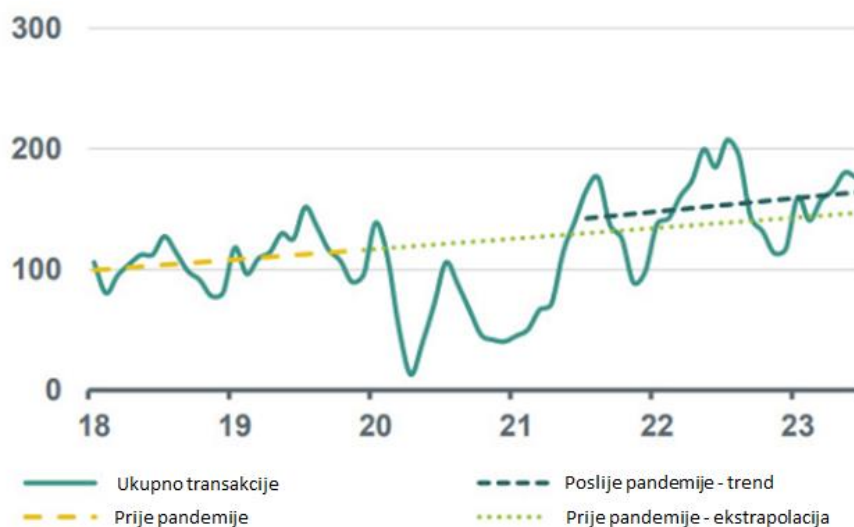
Iako je nizozemski potrošač bio izložen ogromnim poskupljenjima krajem prošle godine, ona nisu značajnije utjecala na planove za putovanja. Za čak 60% nizozemskih turista, prema istraživanju

ANVR-a koje je provedeno početkom godine, povećanje cijena nije utjecalo na odabir destinacija i način putovanja prilikom rezerviranja ljetovanja. Manji dio birao je destinacije u blizini, planirao manje aktivnosti, ili birao povoljniji i manje „raskošan“ odmor. Velika želja za putovanjima među građanima i dalje je prisutna, a pandemija i sve restrikcije vezane uz putovanja u ovom se trenutku čine kao „daleka prošlost“.

Neizvjesno je kako će se poskupljenja odraziti na daljnji standard građana i njihovu potrošnju. 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, jer je treba promatrati u kontekstu ponašanja potrošača koji sve više teže štednji. Stoga je za pretpostaviti kako bi iduća turistička sezona mogla biti znatno izazovnija i kompliciranija od ovogodišnje. Također, treba uzeti u obzir da ovdašnji građani ponovno mogu putovati u daleke destinacije, što bi se također moglo odraziti na broj i na strukturu naših gostiju. Pitanje je koliko će sredstava potrošačima ostati za putovanja i koliko će potrošači htjeti trošiti u nestabilnim ekonomskim i sigurnosnim okolnostima, pogotovo ako Europa uđe u recesiju, kao što se najavljuje. U Nizozemskoj također raste opasnost od terorističkih napada, stoga je upitan i sigurnosni kontekst.

Prema istraživanju banke ABN AMRO turistička se industrija u 2022. počela oporavljati, ali potpuni oporavak očekuje se krajem tek 2023. , tj. u 2024. godini. Banka je izradila usporedbu transakcija za plaćanje turističkih usluga provedenih u periodu 2018. – 2019. s periodom srpanj 2021. do srpanj 2023. godine. Broj transakcija slijedi sezonski trend, tako da je veći broj transakcija ostvaren tijekom ljeta, umjesto u zimi. Vrhunac transakcija je u svibnju, kada se isplaćuje regres. Tijekom pandemije broj transakcija bio je u značajnom padu, dok nakon pandemije broj transakcija bilježi trend rasta i ostvaruje razinu koja je veća od razdoblja prije pandemije.

Indeks transakcija vezanih uz plaćanje turističkih usluga (2018.=100)



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

Izvor: CBS <https://www.cbs.nl/> i ABN AMRO <https://www.abnamro.com/>

Preliminarna procjena redoslijeda omiljenih destinacija u 2024.

Ovisit će o daljnjem razvoju sigurnosne i ekonomske situacije u Europi i svijetu. U redoslijedu najomiljenijih destinacija ne bi trebalo doći do značajnijih promjena, osim što Turska može pasti za koje mjesto. U fokusu će i dalje ostati prije svega europske destinacije u blizini, dok će za srednje udaljene i daleke destinacije interes potrošača ovisiti prije svega o sigurnosti te budžetu koji će imati na raspolaganju.

Za očekivati je da će destinacije koje su u pandemiji ili zbog rata u Ukrajini/na Bliskom Istoku izgubile ili gube svoj udio na tržištu, a tu su u prvom redu Turska, Egipat, Maroko, Tunis kao i zemlje istočne Europe agresivnije 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, Belgija, Grčka, Italija, Portugal, Austrija te destinacije lako dostupne automobilom, ali ponovno i daleke destinacije, u koje je tijekom proteklih nekoliko godina bilo nemoguće ili jako teško putovati.

Prognoze organizatora putovanja i zrakoplovnih prijevoznika za 2024.

Turoperatori i zračni prijevoznici očekuju daljnji oporavak turističkog prometa i konsolidiranje poslovanja. Zahvaljujući višim cijenama zrakoplovnih karata i turističkih aranžmana, postižu i bolji financijski rezultat. Održivi način putovanja postaje sve važnija komponenta pri odabiru destinacija i načinu putovanja, čemu se prilagođavaju i brojni turoperatori.

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. Ipak, očekivanja su kako će slijedeća godina ipak biti izazovnija od ovogodišnje. Prvenstveno zbog rasta životnih troškova u zemlji, što će građane svakako prisiliti da opreznije odrede budžet koji će imati na raspolaganju za potrošnju. 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 radi mogućeg zaobilaženja Hrvatske kao turističke destinacije i preferiranja konkurenata na ovom tržištu prisutna je radi sve veće skupoće i ponekad neopravdano visokih cijena usluga, čija kvaliteta ne odgovara traženoj cijeni (ugostiteljske usluge u nekim objektima, cijene u nekim trgovinama i sl.).

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

Glede programa turoperatora i planiranih letova zračnih prijevoznika te imidža Hrvatske na tržištu trenutno nema znakova za zabrinutost, budući da su za 2024. u najavi praktički svi letovi i turoperatorski programi kao i za 2019., tj. 2023. Zastupljenost u programima vodećih organizatora putovanja je za sada nepromijenjena te ukoliko ne dođe do stečajeva, drastičnog pogoršanja standarda građana, ili degradacije sigurnosne situacije u Europi, 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.

U trenutnom kontekstu degradacije osjećaja sigurnosti u čitavoj Europi, povećanja životnih troškova, inflacije i dr., važno je definirati akcijski plan suradnje s partnerima na tržištu te ulagati u marketinške kampanje i promociju radi stvaranja potražnje kod individualnih potrošača na tržištu te u kampanjama isticati da se hrvatska turistička ponuda prilagodila aktualnom kontekstu i novim tendencijama putovanja, stavljajući naglasak na održivosti, ekološkoj osviještenosti, zaštiti okoliša, autentičnosti i sigurnosti. Hrvatska ima sve komparativne prednosti koje omogućuju da pored snažnih konkurenata na tržištu sljedeće godine dodatno potvrdi svoj status sigurne, atraktivne, odgovorne, 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 dosegle su visoke razine te je nerijetko cijena smještaja, obroka i ostalih usluga znatno viša nego u samoj Nizozemskoj, dok pritom kvaliteta nije uvijek na odgovarajućoj razini. Cilj suradnje s partnerima je da se Hrvatska na tržištu promovira i predstavlja kao cjelogodišnja, atraktivna i sigurna destinacija. Klijentima su i dalje bitni fleksibilni uvjeti bukinga i storniranja rezervacija.