



NIZOZEMSKA

PROFIL EMITIVNOG TRŽIŠTA - IZDANJE 2016.



OPĆI PODACI O TRŽIŠTU

Političko uređenje: konstitutivna monarhija.

Površina: 41.526 km²

Kopna: 33.883 km²

Mora i voda: 7.643 km²

Najveći gradovi

Glavni grad Kraljevine Nizozemske je Amsterdam, dok se sjedište Vlade nalazi u Hagu.

- Amsterdam – 833.624 stanovnika
- Rotterdam – 629.606 stanovnika
- Den Haag – 519.988 stanovnika
- Utrecht – 338.967 stanovnika
- Eindhoven – 224.755 stanovnika
- Tilburg – 212.941 stanovnika
- Almere – 198.145 stanovnika

Stanovništvo

Prema procjenama nizozemskog zavoda za statistiku, u listopadu 2016. stanovništvo je brojilo 16.900.726 osoba (8.527.868 žena i 8.372.858 muškaraca).

Dobna struktura

- 0 – 19 godina – 3.828.059
- 20 – 39 godina – 4.134.447
- 40 – 64 godina – 5.930.535
- 65 – 79 godina – 2.272.709
- 80 i više godina – 734.976



OPĆE KARAKTERISTIKE GOSPODARSTVA

Nizozemsku odlikuje prosperitetna i otvorena ekonomija koja u velikoj mjeri ovisi o vanjskoj trgovini. Obilježja ekonomije su stabilni industrijski odnosi, umjerena (iako sve veća) nezaposlenost, niska inflacija te važna uloga Nizozemske kao tranzitne države, morem, zrakom i kopnom. Nizozemska je i dalje među vodećim europskim zemljama u privlačenju izravnih stranih ulaganja, naročito iz Belgije, Njemačke, Francuske, Ujedinjene Kraljevine i Italije. Najznačajnije industrijske grane su proizvodnja i prerada prehrambenih proizvoda, kemijska industrija, prerada naftnih derivata, proizvodnja elektronike i uslužna djelatnost (79,6 %).

Prema podacima Svjetske banke i Međunarodnog monetarnog fonda, Nizozemska je 17. po veličini gospodarstvo u svijetu, a zemlja ima samo oko 17 milijuna stanovnika. Kao i većina zapadno-europskih zemalja, i Nizozemska u posljednjih nekoliko godina bilježi usporavanje gospodarskog rasta, a od početka 2012. je i službeno u recesiji. U 2015. stopa ekonomskog rasta iznosila je 1,9 %.

Aktualno stanje gospodarstva

BDP *per capita* je 2015. iznosio 39.300 eura, što je 31 % iznad prosjeka Europske unije. BDP je porastao za 1,8 % u 2015., a u 2016. se očekuje porast od 2,1 %. Nizozemska je pala s trećeg na drugo mjesto na ljestvici zemalja Europske unije. Iako ima najviše dohotke na svijetu, nizozemsko kućanstvo ima samo relativno mali udjel u nacionalnom dohotku. Platna bilanca u 2015. znatno je niža nego u 2014. i iznosila je više od 12 milijardi eura (7,5 % od odgovarajućeg BDP-a).

U posljednje dvije godine investicije rastu brže od BDP-a i jače od prosjeka u posljednjih dvadeset godina. Omjer investicija povećao se s 15,5 % u 2013. na 18,1 % u 2015. te je stoga iznad dugoročnog prosjeka od oko 17 %.

Postotak nezaposlenosti

- 2014. – 7,4 %
- 2015. – 6,9 %
- 2016. – 6,7 %
- očekivanja za 2017. – 6,2 %

Vlada smanjuje strukturne troškove rada, donosi kupovnu moć u ravnotežu i nastavlja s već uvedenim reformama.

Bruto plaća iznosi 2.714 eura. U trećem tromjesečju 2016. plaće su porasle za 2,1 %, što je najveći porast u gotovo sedam godina.

Stopa inflacije

- 2014. – 0,3 %
- 2015. – 0,5 %
- 2016. – 1,1 %

Nizozemska je prosperitetna zemlja s otvorenim gospodarstvom koje se temelji na vanjskoj trgovini. Gospodarstvo karakterizira stabilan odnos relativno niske inflacije, dobre financijske politike i važne uloge u europskom transportnom tržištu.

Glavni zaključci iz lipnja 2016.: stopa inflacije je niska, a rast gospodarstva se nastavlja.

U 2015. nizozemska ekonomija raste za 2 %, u 2016. za 2,4 %, čime je BDP vraćen na razinu prije krize.

Državna bilanca (% od BDP-a, 2015.)	- 1,80 %
Državni dug (% od BDP-a, 2015.)	65,10 %
Javni dug (2016.)	466 mlrd. eura
Prihodi (2016.)	253,5 mlrd. eura
Izdaci (2016.)	262,1 mlrd. eura
55 – 64 godina	4,5 %
65 – 74 godina	1,9 %
75 i više godina	0,3 %

Utjecaj globalnih gospodarskih kretanja na domicilno gospodarstvo

Za otvorenu ekonomiju poput Nizozemske, međunarodno okruženje je izuzetno važno. Gospodarski rast u Europi i ostatku svijeta ima velik utjecaj na razvoj nizozemskog gospodarstva. Sve veća međuovisnost nacionalnih ekonomija taj utjecaj će i dalje povećavati.

Utjecaji sadašnjih globalnih kretanja na domicilno gospodarstvo su sljedeći:

- rast investicija, izvoza i osobne potrošnje
- industrijska produkcija je u stalnom porastu
- najmanji broj stečajeva u osam godina
- tržište rada se i dalje poboljšava, nezaposlenost i dalje pada
- gospodarstvo je u porastu.

MEDIJI I OGLAŠAVANJE NA TRŽIŠTU

TV postaje

- Državna televizija
 - Nderland 1
 - Nderland 2
 - Nderland 3
- Komercijalni TV programi
 - RTL 4
 - RTL 5
 - RTL 7
 - RTL 8
 - Veronica
 - SBS 6
 - Net 5
 - Nickelodeon
 - FOX NL
 - MTV
 - TLC
 - Comedy Central
 - Discovery Channel
 - National Geographic Channel
- Dnevni tisak – nacionalna izdanja
 - De Telegraaf – naklada 505.000 primjeraka
 - De Volkskrant – naklada 255.000 primjeraka
 - Algemeen Dagblad – naklada 392.000 primjeraka
 - NRC Handelsblad – naklada 164.000 primjeraka
 - Trouw – naklada 103.000 primjeraka
 - Het Financieele Dagblad – naklada 50.000 primjeraka
 - Reformatorisch Dagblad – naklada 47.000 primjeraka
 - NRC.Next – naklada 42.000 primjeraka
 - Nederlands Dagblad – naklada 22.000 primjeraka
- Besplatne dnevne novine – distribuiraju se u sredstvima javnog prijevoza
 - Metro – naklada 460.000 primjeraka
- Najvažniji izdavači regionalnih dnevnih novina
 - Wegener Media
 - Boom Uitgevers
 - HDC Media
- NDC Media
- De Persgroep
- MGL Dagbladen
- Najznačajniji izdavač tjednog tiska
 - Wegener (s ukupnom nakladom od 3.200.000 primjeraka)
- Najznačajniji magazini s turističkom tematikom
 - Vakantie Magazine – tri puta godišnje (naklada 75.000 primjeraka)
 - National Geographic Traveler – četiri puta godišnje (naklada 56.000 primjeraka)
 - Columbus Magazine – šest puta godišnje (naklada 45.000 primjeraka)
 - Meridian Travel! – dvomjesečno (naklada 10.000 primjeraka)
- Najznačajniji izdavač tiska s turističkom tematikom je ANWB media s izdanjima
 - Kampioen – deset puta godišnje (naklada 3.500.000 primjeraka)
 - Op Pad – šest puta godišnje (naklada 20.000 primjeraka)
 - Reizen – deset puta godišnje (naklada 34.000 primjeraka)
 - Waterkampioen – dvanaest puta godišnje (naklada 30.000 primjeraka)
 - Kampeer & Caravan Kampioen – mjesečnik (naklada 75.500 primjeraka)
 - Promotor – deset puta godišnje (naklada 17.500 primjeraka)
 - Glamping Magazine – jednom godišnje (naklada 150.000 primjeraka)
- Najznačajniji časopisi (*lifestyle* za žene, muškarce, starije)
 - Libelle – naklada 364.000 primjeraka
 - Plus magazine – naklada 250.000 primjeraka
 - Linda – naklada 210.000 primjeraka
 - Nestor – naklada 190.000 primjeraka
 - Elle – naklada 90.000 primjeraka
 - Beau Monde – naklada 70.000 primjeraka
 - Jan – naklada 70.000 primjeraka
 - Panorama – naklada 62.000 primjeraka
 - Elegance – naklada 55.000 primjeraka
 - Nouveau – naklada 50.000 primjeraka

-
- Najznačajnije internetske stranice s turističkom tematikom
 - www.anwb.nl
 - www.oppad.nl
 - www.reizen.nl
 - www.columbusmagazine.nl
 - www.volkskrant.nl/reizen
 - www.vakantie.nl
 - www.elsevier.nl/web/Dossiers/Reizen.htm
 - www.ad.nl/reizen
 - www.telegraaf.nl/reiskrant/
 - www.droomplekken.nl
 - Društvene mreže

Korištenje društvenih mreža i dalje raste, devet od deset Nizozemaca je aktivno na društvenim mrežama.

 - WhatsApp (9,8 milijuna korisnika) – najveća platforma u 2016., Facebook (9,6 milijuna korisnika) i YouTube (7,2 milijuna korisnika) i dalje rastu.
 - Facebook – raste pogotovo među starijim osobama, pad mladih stabilizirao se u 2016.
 - LinkedIn – raste broj korisnika, ali svakodnevno korištenje je u padu.
 - Instagram i Pinterest – i dalje rastu i posebno su popularni među mladima.

PROFIL EMITIVNOG TURISTIČKOG TRŽIŠTA

U ljetu 2015., 11,7 milijuna Nizozemaca (68 %) bilo je na godišnjem odmoru, ukupno su potrošili 16 milijardi eura, od čega oko 13 milijardi u inozemstvu i tri milijarde u zemlji.

U 2015. Nizozemci su ostvarili više od 35 milijuna putovanja, od toga 17 milijuna u vlastitoj zemlji, što je pad od 1 % u odnosu na 2014.

Omiljene odmorišne destinacije

	Destinacija	broj odmora 2015.	%
1	Njemačka	3.380.000	19
2	Francuska	2.620.000	14
3	Španjolska	1.970.000	11
4	Belgija	1.430.000	8
5	Austrija	1.160.000	6
6	Italija	1.060.000	6
7	UK	860.000	5
8	Turska	700.000	4
9	Grčka	700.000	4
10	Portugal	420.000	2

U inozemstvu se ostvaruje 65 % putovanja organizirano.

Organizirani promet	
Automobil	3.510.000
Autobus	479.000
Avion	6.126.000
Ostalo	482.000
Ukupno	10.597.000

Individualni promet
3.796.000

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

Komparativne prednosti omiljenih destinacija su bogatstvo i raznolikost ponude, uz odličnu prometnu povezanost iz Nizozemske svim vrstama prijevoznih sredstava, naročito automobilom. Sve omiljene destinacije imaju stabilne i uhodane kanale prodaje kroz cijelu mrežu nizozemskih organizatora putovanja. Niti jedna nije doživjela značajnije ekonomske ili političke potrebe, što bi kod Nizozemaca stvorilo

dodatni osjećaj nesigurnosti i neprivlačnosti destinacije.

Nedostatak Turske ili Grčke je što su obje izrazite avio-destinacije, no uvođenjem mnogobrojnih čarter linija, otvaranjem neba za *low cost* kompanije, povoljnim cijenama paketa koji u sebi sadrže i avio-letove i snažnoj promidžbi, problem udaljenosti se riješio. Turska svake godine realizira više noćenja nego prethodne, dok je Grčka nakon nekoliko loših godina, u zadnje dvije godine ponovno počela bilježiti rast u dolascima i noćenjima.

Navike putovanja

Iako je za putovanja u inozemstvo automobil i dalje omiljeno prijevozno sredstvo, njegov udjel pada. U 2015., na 3.510.000 odmora Nizozemci su putovali automobilom, a na 6.126.000 avionom. Za putovanja u Hrvatsku osobni automobil za sada ostaje bez konkurencije.

Sve više ljudi svoj odmor bukira *online*. Putem interneta rezervirano je 81 % svih godišnjih odmora, dok je u 2014. udjel internet rezervacija iznosio 75 %.

Vrsta smještaja	%
hotel, pansion, B&B	36,4
kamp - kamper, karavan	16,8
bungalov	14,3
apartman	10,4
privatni stan	7,3
kamp – šator	7,3
obitelj, prijatelji	5,5
ostalo	2

Postotak smještaja u hotelima visok je zbog Turske, Grčke i drugih dalekih destinacija kod kojih se avio-prijevoz uglavnom kombinira s boravkom u hotelima. Ovako visok interes za hotele ne utječe na odluke Nizozemaca za ljetovanje u našoj zemlji i na smjer promocije Hrvatske jer Nizozemci u Hrvatsku idu prvenstveno zbog smještaja u kampovima, mobilnim kućicama i apartmanima, a tek onda zbog hotela.

Na odmor u 2015. Nizozemci su ukupno potrošili 16 milijardi eura, od čega oko 13 milijardi u inozemstvu i tri milijarde u zemlji.

Motiv putovanja	%
odmor na plaži	19
<i>city trip</i>	16
priroda	10
aktivni odmor, sport	7
kružno putovanje	7
posjet rodbini/prijateljima	6
opuštanje	6
zimski odmor	6
kultura	5
ostalo	18

Razrada odmorišnog segmenta

Odmorišni segmenti	%
zanimljiva arhitektura	57
priroda	36
plaže	32
muzeji	23
zabavni parkovi	8
zoološki vrtovi	7
folklorna događanja	7
parkovi, cvijeće	6
kazalište, koncerti	5
sportska događanja	3
ostalo	17

Pregled organizatora putovanja

	Organizator putovanja	broj putnika 2014.	zarada u milijunima eura	% tržišta
1	TUI Nederland	1.542.736	1,775	16
2	Bookit/Weekendjeweg.nl	970.000	67	10
3	Thomas Cook	790.000	420	8,2
4	Corendon	618.695	425	6,5
5	@ Leisure (Euro Relais/Belvilla)	618.000	225	6,5
6	Sundio Group	550.000	346	5,7
7	Vacansoleil	448.700	98,5	4,7
8	VacanceSelect Europe	243.000	52,9	2,5
9	ANWB	235.095	190	2,5
10	De Jong Intra Vakanties	168.000	72	1,8
11	European Camping Group	115.800	28,5	1,2
12	Topic Travel	110.000	22	1,1
13	Pelikaan Reizen	108.000	10,3	1,1
14	Stip Reizen	105.000	30	1,1
15	Bizz Travel	98.000	46	1
16	Solmar Tours	77.000	29,9	0,8
17	Alltours	75.000	68	0,8
18	Eurocamp	74.500	28,5	0,8
19	Buro Scanbrit	74.000	25	0,8
20	Novasol	64.000	20	0,7

OSVRT NA 2016.

OSVRT NA STANJE NA EMITIVNOM TURISTIČKOM TRŽIŠTU

Analiza emitivnog potencijala tržišta

S obzirom na znatno povoljniju gospodarsku klimu i veće povjerenje potrošača te prema procjenama stručnjaka i nedavno provedenim istraživanjima, očekuje se da će turistički promet u 2016. nastaviti s rastom. Predviđa se da će se i ukupna potrošnja na putovanjima povećati u odnosu na 2016. Kod bukinga je nastavljen „novi“ trend kasne odluke o odabiru destinacije za ljetni odmor koji je započeo 2014. Buking za 2016. započeo je u prosincu 2015., ali vrlo sporo. Godina 2016. u znaku je sporog i kasnog bukinga, ne samo za Hrvatsku već i za ostale destinacije. Nerijetko su se mogli vidjeti promidžbeni spotovi i poruke krajem lipnja, neposredno pred sami polazak, što je dokaz da brojni građani još nisu rezervirali svoj odmor i svjedoči o promjenama u ponašanju potrošača.

Omiljene odmorišne destinacije

U 2016. očekuje se daljnji pad Tunisa, Egipta i Turske u prvom redu zbog narušene sigurnosne situacije, odnosno preporuke nizozemskog ministarstva vanjskih poslova da se u te zemlje ne putuje. Francuska i Njemačka će se kao i do sada boriti za prvo mjesto, a rast će Španjolska, Italija i Portugal. No neizvjesna je sudbina Turske, Tunisa, Egipta i Maroka. Očekuje se da će nizozemsko tržište tražiti

sigurna odredišta, a vjerojatno će rasti i putovanja prema udaljenim destinacijama. Predviđa se da će rasti i broj putovanja prema zemljama u kojima je valuta oslabila u odnosu na euro jer su Nizozemci racionalni turisti.

U prvom redu razloge valja tražiti u već spomenutoj sigurnosno-političkoj situaciji koja je bila nepovoljna za neke zemlje (Tunis, Egipat, Turska, Grčka). Tunis će se unatoč izrazito niskim cijenama teško ponovno pozicionirati kao poželjno odredište sve dok je na snazi preporuka nizozemskog Ministarstva vanjskih poslova da se ne putuje. Jednaka situacija vrijedi i za Egipat naročito nakon pada ruskog putničkog zrakoplova iz Sharm-el-Sheikha. Interes za Turskom je radi neuspjelog pokušaja državnog udara, blizine sirijske granice i prijetnje terorističkih napada u ovoj godini bio izuzetno nizak.

Pregled organizatora putovanja

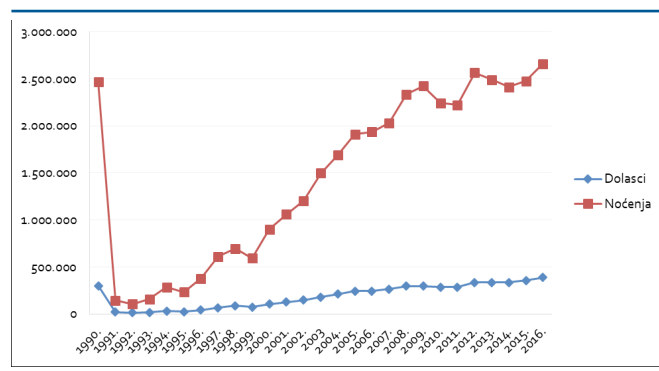
U odnosu na 2015. kod tržišnih lidera i novih specijalista nema značajnijih promjena. Pojavilo se nekoliko novih manjih turističkih agencija koje će ove godine svoju ponudu obogatiti hrvatskim destinacijama, ali se nije pojavio niti jedan veliki organizator putovanja europskog ili svjetskog formata.

PROCJENA UDJELA TRŽIŠTA U UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU

NIZOZEMSKA	Dolasci			Noćenja		
	apsol.	indeks	1989.=100	apsol.	indeks	1989.=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.	389.510	109	130	2.660.967	107	108

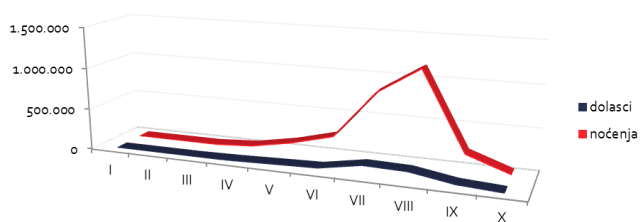
Izvor: DZS

Dolasci i noćenja nizozemskih turista u razdoblju 1990. - 2016.



REZULTATI ZA RAZDOBLJE SIJEČANJ – LISTOPAD 2016. PREMA SUSTAVU eVisitor

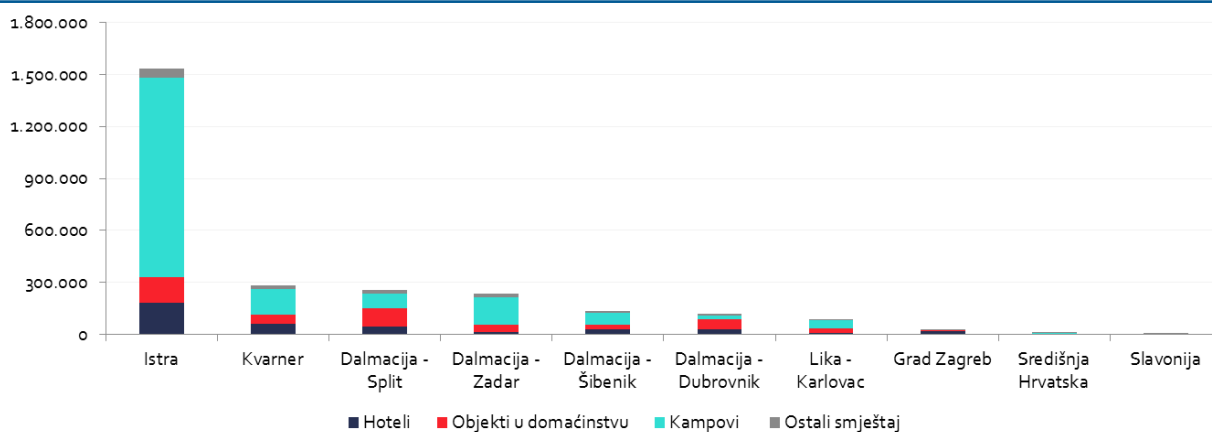
Dolasci i noćenja nizozemskih turista, I. - X. 2016.



Top deset gradova/općina po noćenjima

Grad/općina	noćenja
Funtana	312.981
Rovinj	250.789
Tar	181.611
Poreč	143.096
Vrsar	97.448
Fažana	96.041
Brtonigla	85.992
Nin	83.257
Šibenik	81.358
Medulin	71.078

Noćenja nizozemskih turista prema vrstama smještaja i klasterima, I. - X. 2016.



Dolasci i noćenja po klasterima

Klaster	dolasci	noćenja
Istra	158.154	1.530.527
Kvarner	47.426	281.553
Dalmacija - Split	47.270	256.075
Dalmacija - Zadar	32.626	234.700
Dalmacija - Šibenik	19.595	135.791
Dalmacija - Dubrovnik	28.665	119.476
Lika - Karlovac	32.047	89.161
Grad Zagreb	16.451	31.798
Središnja Hrvatska	4.747	8.643
Slavonija	1.492	2.782
Ukupno	388.473	2.690.506

Dolasci po dobi i spolu

Dobna skupina	muškarci	žene
0-14 godina	7,6%	7,2%
15-24 godina	8,4%	8,0%
25-34 godina	7,3%	6,0%
35-44 godina	6,3%	6,1%
45-54 godina	9,7%	8,6%
55-64 godina	7,1%	6,3%
65-74 godina	5,1%	4,4%
75 i više godina	1,0%	0,8%

Aktualni imidž Hrvatske

Nizozemsko tržište postalo je svjesno da je Hrvatska prelijepa i zanimljiva zemlja očuvane prirode u kojoj ima još puno toga za otkrivanje. Naše promidžbene poruke su ciljane i jasne. Svi mediji pišu izuzetno povoljno o kulturi i prirodnoj baštini u svim dijelovima zemlje. Hrvatska se izborila za stabilnu poziciju na nizozemskom tržištu. Gotovo 2/3 nizozemskih gostiju borave u Istri, koja je favorit među hrvatskim regijama. Svake godine primjećuje se priljev novih gostiju i odljev starih iz Istre prema jugu, što je jako važno kako bi nizozemski gosti upoznali i ostale dijelove Hrvatske te se ravnomjernije rasporedili. Za ovaj „odljev“ prema jugu „zaslužne“ su u velikom broju i nove zrakoplovne veze.

Za Hrvatsku ne postoje točni podaci o omjeru organiziranih i individualnih dolazaka iako je za pretpostaviti, na temelju razgovora s organizatorima putovanja, da se taj omjer kreće u odnosu 70 % : 30 % u korist individualnih putovanja.

Zastupljenost Hrvatske u programima organizatora putovanja

Na nizozemskom tržištu svi najveći i najvažniji organizatori putovanja (osim Correndona koji je specijaliziran za Tursku) nude putovanja za Hrvatsku pa nema kataloga važnijeg organizatora putovanja ili autobusera koji u svom katalogu za Mediteran barem nekoliko stranica nije posvetio Hrvatskoj. Hrvatska je često u istom katalogu s drugim mediteranskim destinacijama sa Slovenijom, BiH ili Crnom Gorom. S obzirom na brojem stanovnika ograničeno tržište, segmentaciju i raspodjelu tržišta, broj organizatora putovanja već je nekoliko godina zaredom konstantan i osim u neznatnom opsegu neće se značajnije mijenjati niti narednih godina. Također, sve veće *cruise* kompanije imaju hrvatska odredišta u svojim programima. I čitav niz manjih organizatora putovanja počinje nuditi programe za posebne ciljne skupine gostiju (aktivni odmor, biciklističke ture, otoci, zdravstveni i omladinski turizam). Internetska prodaja aranžmana jako je zastupljena u Nizozemskoj i svi organizatori putovanja i putničke agencije imaju mogućnost direktnog bukinga preko interneta. Postoje i organizatori putovanja koji posluju isključivo putem interneta (TravelBird, Sundio Grupa i slični) pa više ne izdaju brošure.

Organizatori putovanja i putnički agenti ove godine stagniraju iako je broj ostvarenih putovanja na tržištu u po-

rastu. Razlog tome valja prije svega tražiti u činjenici da su organizatori putovanja većinom koncentrirani na paket-aranžmane (čarter let + transfer + smještaj) u tipičnim turoperatorskim odredištima koja se zbog negativnih preporuka vlasti uopće ne prodaju (Egipat i Tunis) ili je prodaja zbog nezainteresiranosti publike u velikom padu (Turska). Stoga su se u 2016. Nizozemci odlučili otputovati u alternativna, sigurna odredišta (Španjolsku, Portugal, Italiju, Austriju, Hrvatsku itd.) ili su odlučili ostati u vlastitoj zemlji. S obzirom na drugačija odredišta, birali su i drugačiji tip bukinga, izravno u smještanim kapacitetima, bez rezervacije ili preko *online* prodajnih kanala i platformi poput booking.com. U porastu su kraća putovanja (gosti ostaju kraće, ali putuju češće) te putovanja u sigurna europska i interkontinentalna odredišta.

U Nizozemskoj je u rujnu ostvaren porast broja rezervacija od 2,8 % u usporedbi s 2015., a u kumulativu tržište ostvaruje rast od 0,6 %. Turska je ove sezone veliki gubitnik na nizozemskom tržištu te ostvaruje pad od 36 %, Grčka - 2 %, dok porast od 12 % ostvaruje Portugal. U porastu su i Italija i Španjolska.

S obzirom na stagnaciju nizozemskih organizatora putovanja u ovoj godini, dobar rezultat je što prodaja hrvatskih odredišta ostvaruje porast u usporedbi s prošlom godinom. Hrvatska kod nizozemskih organizatora putovanja u 2016. ostvaruje rast od oko 3 %.

Zrakoplovna povezanost s Hrvatskom

Klasični turoperatorski čarter program (let + smještaj) imao je samo TUI na Zračnu luku Pula. Neki manji organizatori putovanja poput ID Riva Tours imali su u zakupu sjedala na liniji nizozemskog nisko cjenovnog zračnog prijevoznika Transavia.

U 2016. iz Nizozemske prema Hrvatskoj imali smo sljedeće letove:

- Amsterdam – Zagreb (KLM i Croatia Airlines, svakodnevno)
- Amsterdam – Split (Easyjet 2 – 3 puta tjedno u sezoni)
- Amsterdam – Dubrovnik (Easyjet i Transavia, 2 – 3 puta tjedno u sezoni, Croatia Airlines jednom tjedno u kombinaciji s Pulom)
- Rotterdam – Split (Transavia 4 – 6 puta tjedno u sezoni)
- Amsterdam – Pula (TUI NL i Croatia Airlines, jednom tjedno (Croatia Airlines u kombinaciji s letom za Dubrovnik))

Autobuseri

Najznačajniji autobuseri su: Kras, OAD Reizen, De Jong Intra Vakanties, Solmar, Van Biesen, Effeweg, Dalstra i Bolderman. Autobusne ture uglavnom su postavljene u pred i posezoni. Prevladavaju klasični autobusni programi koji u većini slučajeva uključuju Istru i Kvarner, a šire se i prema Dalmaciji. Neki organizatori putovanja uključili su Hrvatsku u svoje ture koje obuhvaćaju nekoliko zemalja regije.

Individualni promet

Individualni promet je nepredvidiv jer ovisi o nizu čimbenika: vremenskoj prognozi, medijskim napisima, političkim događanjima, gledanosti TV spotova, *online* i *offline* oglašavanju, ekonomskoj situaciji u zemlji i nizom drugih čimbenika.

Ove je godine velik broj individualaca otputovao u Hrvatsku, a tome pridonose i sve brojniji i učestaliji letovi. Za brojne individualce i ove ćemo godine ostati jedna od omiljenih kamping destinacija.

Hrvatska na nizozemskom tržištu uglavnom ostaje odredište za individualne goste, bilo da je riječ o kampistima koji putuju vlastitim automobilom ili kamperom ili avio-gostima koji putuju nisko cjenovnim zračnim prijevoznim sredstvima. Individualni promet u porastu je zahvaljujući još većem broju letova, zaobilaznjem „nesigurnih“ odredišta, ali i boljem prepoznavanju hrvatske turističke ponude.

Prednosti	Nedostaci
<ul style="list-style-type: none">• odlična klima• kvalitetni kampovi• bogatstvo kulturnih sadržaja• odlične ceste i prometna povezanost• ljubaznost i stručnost osoblja• ljubaznost i gostoljubivost naroda• sigurnost• odlična eno-gastro ponuda	<ul style="list-style-type: none">• kvaliteta smještaja• nedovoljna prometna povezanost između otoka• nedostatak zabavnog života za mlade• nedostatak kampova u kontinentalnoj Hrvatskoj, a naročito u Slavoniji i Baranji• nedostatak odmorišta za kampere

PREDVIĐANJA ZA 2017.

TURISTIČKA SEZONA 2017. – OPĆI POKAZATELJI

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

Sezona 2017. uvelike će ovisiti o gospodarskim kretanjima i općem stanju u društvu na razini Nizozemske i EU te sigurnosnoj situaciji u Europi i na Sredozemlju. Što se manje govori o krizi, gubitku radnih mjesta, novim porezima i nametima, nesigurnosti za građane bit će manje, a povjerenje potrošača veće.

Ukoliko se ovakva sigurnosno-politička situacija nastavi, organizatorima putovanja će nakon teške 2016. i 2017. sigurno biti teška u prvom redu radi situacije u odredištima u kojima se nalazi njihova snaga, poput Tunisa, Egipta, Maroka ili Turske. Osim toga, vjerojatno će se nastaviti i njihova daljnja stagnacija unutar ukupnog porasta tržišta te daljnji odljev gostiju prema drugim, uglavnom *online* prodajnim kanalima. Napredovat će *online* prodaja i korištenje nisko cjenovnih zračnih linija.

Preliminarna procjena redoslijeda omiljenih destinacija

Procjenjujemo da neće biti promjena u redoslijedu omiljenih destinacija osim daljnjeg pada Turske. Zsigurno će i dalje rasti segment kraćih putovanja, brže će rasti promet u susjedne zemlje i bliže destinacije, tj. zemlje članice EU i „sigurnija“ odredišta. Redoslijed omiljenih destinacija zasigurno će ovisiti i o trenutačnoj političkoj i sigurnosnoj situaciji, naročito za zemlje Sjeverne Afrike i Turske.

Prognoze organizatora putovanja

Nastavno na preporuke nizozemskog Ministarstva vanjskih poslova, trenutačno su obustavljena sva putovanja za Tunis i dio Egipta, a interes publike za Turskom je minimalan. Neizvjesno je i kako će se situacija dalje razvijati. Ukoliko sigurnosna situacija u Europi bude dobra, očekuje se daljnji rast kraćih i vikend putovanja u obližnje gradove, iako ovaj tip putovanja nizozemski turisti uglavnom organiziraju sami, direktno kontaktirajući prijevoznika ili hotel bez posrednika. Omjer cijene i kvalitete će i dalje biti važan čimbenik, kao i opća gospodarska situacija u zemlji, ali i u 2017. sigurnost će biti jedan od ključnih čimbenika pri odabiru destinacije za odmor.

TURISTIČKA SEZONA 2017. – HRVATSKA

Okvirna procjena ukupnog broja dolazaka i noćenja u Hrvatskoj

S obzirom na rekordan rezultat u 2016., očekivanja su da bi se i u narednoj sezoni pozitivna kretanja trebala nastaviti. U 2017. bi trebalo zadržati ostvareni rezultat, međutim ne očekuje se značajnije povećanje. Premda je Hrvatska tijekom posljednjih sezona bila jedna od rijetkih turističkih destinacija na tržištu s povećanjem prometa u odnosu na prethodnu godinu, nastavak rasta u 2017. ovisit će o razumnom, tj. tržišno opravdanom ponašanju hotelijera/kampova i ukupne receptivne turističke ponude Hrvatske te sigurnosnoj situaciji u okruženju.

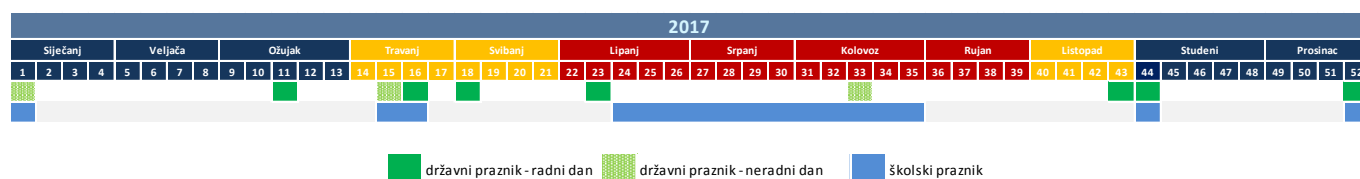
Najave zastupljenosti Hrvatske u programima organizatora putovanja

Hrvatska će i dalje biti zastupljena u programima većine organizatora putovanja koji nude mediteranske destinacije, a predstavništvo će nastojati motivirati i nove organizatore putovanja da u svoju ponudu uvedu hrvatska odredišta, naročito za kratka, vikend odnosno *city trip* putovanja te MICE segment, budući da ona najviše mogu pridonijeti u punjenju kapaciteta tijekom cijele godine, uz daljnju promidžbu kampova, nautičkog turizma, pustolovnog i aktivnog turizma, gastronomije itd. Očekujemo daljnje povećanje zračnih linija prema Hrvatskoj.

Mjere koje bi prema mišljenju organizatora putovanja trebalo poduzeti u 2017.

- Nastaviti, uz adekvatna unaprjeđenja, promotivne aktivnosti (oglašavanje) u suradnji s organizatorima putovanja te nastaviti način suradnje organizatora putovanja s programima baziranim na zrakoplovnim i autobusnim aranžmanima u pred i posezoni.
- Prilagoditi uvjete za sudjelovanje u programima oglašavanja malih i usko specijaliziranih organizatora putovanja, budući da za njih trenutačno nema mogućnosti suradnje i sudjelovanja u našim programima.
- Okrenuti se tržišnom segmentu treće dobi (koji jedini imaju sigurne i stalne prihode – mirovine) i programirati van sezonske programe.
- Uključiti se i poticati program nagrađivanja putničkih agencija u suradnji s organizatorima putovanja koje prodaju aranžmane za Hrvatsku te sudjelovati u aktivnostima organizatora putovanja (prezentacija novih brošura, *roadshow*, zajednički nastupi itd.).
- Poticati i osmišljavati programa za *city trip* i MICE.

Kalendar praznika i blagdana



Državni praznici i vjerski blagdana (Public Holidays)	2017.	Dan u tjednu	Tjedan u godini
Nova godina (New Year's Day)	1.1.2017	Nedjelja	52 (1)
Veliki petak (Good Friday)	14.4.2017	Petak	15
Uskrs (Easter)	16.4.2017	Nedjelja	15
Uskršnji ponedjeljak (Easter Monday)	17.4.2017	Ponedjeljak	16
Kraljičin dan (Queen's Day) - slavi se subotom kada pada u nedjelju	27.4.2017	Četvrtak	17
Dan oslobođenja (Liberation Day)	5.5.2017	Petak	18
Uzašašće (Ascension Day)	25.5.2017	Četvrtak	21
Duhovi (Whit Sunday)	4.6.2017	Nedjelja	22
Duhovi ponedjeljak (Whit Monday)	5.6.2017	Ponedjeljak	23
Božić (Christmas)	25.12.2017	Ponedjeljak	52
Blagdan sv. Stjepana (Christmas)	26.12.2017	Utorak	52

Izvor: <http://www.holland.com/us/tourism/article/public-holidays.htm>

Školski praznici	2017.		
	Početak	Kraj	
Božićni praznici i Nova godina	24.12.2016	8.1.2017	
Zimski praznici - Sjeverne provincije	18.2.2017	26.2.2017	1
Zimski praznici - Južne i središnje provincije	25.2.2017	5.3.2017	2
Proljetni/Uskršnji praznici	22.4.2017	30.4.2017	
Ljetni praznici - Sjeverne provincije	22.7.2017	3.9.2017	3
Ljetni praznici - Južne provincije	15.7.2017	27.8.2017	4
Ljetni praznici - Središnja Nizozemska	8.7.2017	20.8.2017	5
Jesenski praznici - Južne provincije (neslužbeni podaci)	14.10.2017	22.10.2017	6
Jesenski praznici - Sjeverne provincije i Središnja Nizozemska (neslužbeni podaci)	21.10.2017	29.10.2017	7
Božićni praznici i Nova godina	23.12.2017	7.1.2018	

Izvor: Eurydice