



BELGIJA

PROFIL EMITIVNOG TRŽIŠTA - IZDANJE 2020.



OPĆI PODACI O TRŽIŠTU

Uvodna napomena:

Pojavom pandemije bolesti COVID-19 tijekom prvog kvartala 2020. na globalnoj je razini došlo do iznimno snažnog poremećaja svih sfera društvenog i gospodarskog života te je turizam, u svim svojim pojavnim oblicima jedna od najsnažnije pogođenih djelatnosti, s neizvjesnim kratkoročnim i srednjoročnim perspektivama oporavka.

U takvom kontekstu, 2020. (vrlo vjerojatno i nekoliko narednih godina) donosi potpuni odmak od uobičajenih poslovnih okolnosti i obrazaca ponašanja na strani ponude i potražnje, tako da ranije ustanovljeni trendovi i prognoze temeljene na modelima izgrađenim u kontekstu stabilnih poslovnih odnosa doživljavaju korjenitu promjenu.

Imajući u vidu navedeno, standardni format profila tržišta u ovoj je godini promijenjen i prilagođen novonastalim okolnostima na način da su u odnosu na ranija izdanja redefinirana određena tematska poglavlja.

Političko uređenje

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

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

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

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

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

Površina

Kopno: 30.528 km².

More: 3.462 km².

Valonija: 55,2% belgijskog teritorija.

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

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

Najveći gradovi

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

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

Glavni grad Valonije je Namur, a sjedište frankofone jezične zajednice je u Bruxellesu.

Stanovništvo

11.492.641 stanovnika.

Stanovništvo po dobi i po godinama starosti u Belgiji

Muškarci				
Starost / God	<18	18 - 64	>65	TOTAL
2010.	1.131.667	3.396.339	784.215	5.312.221
2011.	1.140.348	3.433.208	796.678	5.370.234
2012.	1.148.091	3.446.480	819.230	5.413.801
2013.	1.154.313	3.454.760	838.415	5.447.488
2014.	1.159.599	3.457.286	857.424	5.474.309
2015.	1.164.347	3.462.994	877.753	5.505.094
2016.	1.168.683	3.472.890	895.959	5.537.532
2017.	1.173.811	3.480.405	913.789	5.568.005
2018.	1.177.701	3.486.865	933.340	5.597.906
2019.	1.179.409	3.496.306	952.513	5.628.228
2020. (1.sječnja.)	1.182.566	3.503.918	973.580	5.660.064

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

Izvor: SPF Économie – Direction générale Statistique et Information économique

OPĆE KARAKTERISTIKE GOSPODARSTVA

Geografski položaj u srcu zapadne Europe te otvorenost ekonomije omogućili su da Belgija po glavi stanovnika postane jedan od najvećih izvoznika svijeta. Izvoz čini više od 2/3 BDP-a Belgije. Osim snažnog gospodarstva, Belgija je kao jedna od 6 zemalja osnivača Europske unije imala i važnu ulogu na međunarodnom polju. U Belgiji se nalaze sjedišta različitih EU institucija, NATO saveza, sjedišta brojnih multinacionalnih kompanija, međunarodnih udruženja odnosno asocijacija i organizacija itd. Zahvaljujući već spomenutoj geografskoj poziciji Belgije te izvršnoj prometnoj infrastrukturi i povezanosti, u Belgiji su smješteni i brojni logistički i distribucijski centri. Glavne gospodarske grane vezane su uz izvoz, poglavito u pogranične države i EU na koje odlazi preko 70 % belgijskog izvoza. Preko 60 % belgijskog uvoza dolazi iz zemalja članica EU. Nakon slabljenja značaja i uloge velikih metalurških centara i zatvaranja ugljenokopa u Valoniji, od 70-ih godina nadalje dolazi do osiromašenja i gubitka značaja spomenute regije unutar Belgije i Europe. Istodobno, Flandrija je u stalnom gospodarskom i društvenom usponu. Već od 60-ih godina razvija se gospodarstvo, temeljeno na suvremenim tehnologijama u malim, usko specijaliziranim tvrtkama. 60% izvoza predstavljaju poluproizvodi, uglavnom strojeva i materijala, ali i brojni kemijski proizvodi i preradevine. Belgija zauzima važno mjesto u automobilskoj i farmaceutskoj industriji. Osim navedenog, Belgija je i najveći svjetski izvoznik dijamanta i podnih obloga te zauzima drugo mjesto u izvozu biljnih vlakana, čokolade, margarina te treće mjesto u izvozu stakla. Zatvaranje velikog broja, poglavito industrijskih radnih mjesta (tvornice automobila i metalna industrija) ubrzano zahtjeva prilagodbu novim okolnostima i širenje tržišta izvozno orijentirane belgijske ekonomije na nove zemlje, poglavito Dalekog Istoka. Monarhija nastoji iskoristiti institucionalne reforme da se nametne kao značajan čimbenik vanjsko-trgovinskih aktivnosti te su glavne trgovačke misije uvijek predvođene nekim od članova kraljevske obitelji.

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

Belgijski BDP iznosio je u 2019. 473.085M €. BDP po glavi stanovnika iznosi 41.200€. BDP je u 2019. porastao za 1,4%. U prvom tromjesečju 2020. bilježi pad od -2,4%, dok je pad u drugom tromjesečju 2020. -14,4 %.

Postotak nezaposlenosti u 2019., aktualno stanje u 2020. i procjena trenda

U 2. tromjesečju 2020. godine postotak nezaposlenosti iznosio je 5,2%.

Prosječna plaća u 2019. godini iznosila je 3.558 € bruto.

Prosječna stopa inflacije u 2019. godini iznosila je 1,2%. U listopadu 2020. 0,4 %.

Vanjskotrgovinska bilanca

Belgijsko je gospodarstvo izrazito otvoreno, a vanjska trgovina predstavlja 165,3% BDP-a prema podacima Svjetske banke. Belgija se svrstava među 10 najvećih izvoznika nakon Njemačke, Nizozemske, Francuske. Uglavnom izvozi u zemlje EU-a (oko 70% belgijskog izvoza), od toga 18% u Njemačku, 14% u Francusku, 11% u Nizozemsku, a izvan EU-a 6% u SAD, 2% u Indiju i 2% u Kinu. Belgija uglavnom uvozi iz zemalja EU (oko 60% belgijskog uvoza), od toga 16% iz Nizozemske, 13% iz Njemačke i 9% iz Francuske), a izvan EU-a 8% iz SAD-a, 4% iz Kine.

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

Izvoz (2019.): 397,7 milijardi EUR (-0,4%).

Uvoz (2019.): 381 milijardi EUR (-2,5%).

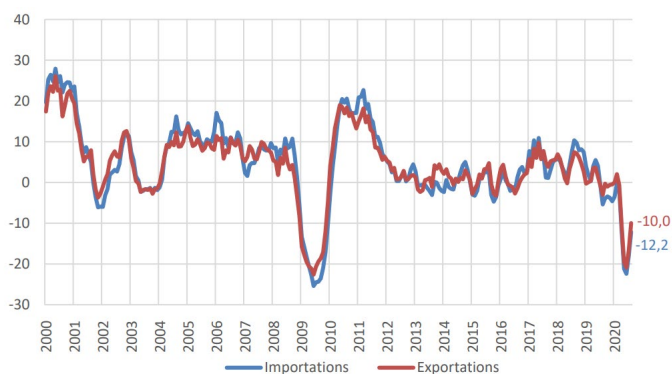
Bilanca (2019.): 16,7 milijardi EUR (+1,9%).

Udio glavnih gospodarskih grada u belgijskom BDP-u:

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

Od ožujka nadalje, zbog krize uzrokovane COVID-19, bilanca bilježi negativan predznak uspoređujući s godinom ranije. Najniže stope dostignute su u travnju i svibnju. Porast koji je zabilježen tijekom srpnja, nije se nažalost zadržao i u kolovozu. Tijekom kolovoza 2020. uvoz je pao za 12,2%, a izvoz za 10%.

Vanjskotrgovinska bilanca (uvoz /izvoz):



Utjecaj globalnih gospodarskih kretanja na domicilno gospodarstvo

Pandemija COVID-19 imala je negativan utjecaj na belgijsko gospodarstvo. Prema anketi koju je proveo Economic Risk Management Group (ERMG), belgijske tvrtke ocjenjuju kako pad prometa tvrtki iznosi oko 14%. Najpogođeniji su sektori kulture, spektakla i rekreacije koji gubitak procjenjuju na 81%, ugostiteljstvo 39 %, a turizam 80%. Tvrtke imaju pesimistične prognoze za budućnost i očekuju i u predstojećem razdoblju pad prometa od 10 % od normalne razine. Osim toga, kriza uzrokovana korona virusom ima teške posljedice i za daljnji razvoj investicija. Osim smanjenja investicija i potrošnje, tvrtke su suočene i s poteškoćama vezanim za nabavu sirovina, nedostatnim zalihama, nedostatnom likvidnošću. Budući da je belgijsko gospodarstvo izrazito izvozno orijentirano, kada gospodarska aktivnost započne usporavati u jednom dijelu svijeta, ona se počne osjećati i u Belgiji. Belgijska je vlada već u ožujku pokrenula niz mjera za pomoć gospodarstvu, a jedna od njih bile su mjere za očuvanje radnih mjesta na način da je belgijska država na sebe preuzela trošak isplate plaće zaposlenika prema modelu da radnicima isplaćuje naknadu u visini 70% plaće (uz maksimalnu bruto plaću od oko 2.800 EUR). Gotovo 30.000 belgijskih tvrtki predalo je zahtjev za sudjelovanje u mjerama za očuvanje radnih mjesta. Unatoč vladinim mjerama pomoći gospodarstvu, prema analizama belgijskog nacionalnog instituta ICN, u drugom tromjesečju očekuje se smanjenje BDP-a za 12,2 % uspoređujući s prvim tromjesečjem 2020. uslijed pandemije. Belgijski federalni ured za planiranje predviđa smanjenje BDP-a u 2020. od 7,4%, iako su ranije analize predviđale pad BDP-a od 10,6%. U 2021. godini, belgijski bi BDP trebao porasti za 6,5% pod uvjetom da se ponovno pokrenu ekonomske aktivnosti u Belgiji i svijetu i da ponovno pokretanje gospodarstva ne bude kompromitirano novim mjerama, novim zatvaranjem odn. lockdown-om kojeg diktira daljnje širenje pandemije. Ove godine, belgijska

je vlada već osigurala 12,7 milijardi eura podrške, a predvidjela je i dodatnih 3,6 milijardi eura za troškove vezano uz pandemiju. Tome treba dodati i cijelu seriju mjera podrške u visini od 4,8 koje dodjeljuju federalne jedinice, što u ukupnom iznosu predstavlja iznos od 17,5 milijardi eura za mjere odnosno 3,9% BDP-a. Rezultat toga je da će javni dug u 2020. porasti sa 100% u 2019. na 116,5% BDP-a u 2020. prije nego što se opet smanji na 114,4% u 2021.

Utjecaj pandemije virusa COVID-19 na ekonomiju i društvo u 2020., očekivani utjecaj u 2021.

Utjecaj pandemije na belgijsko gospodarstvo osjeća se na više područja. S ciljem sprječavanja širenja virusa, zatvoreni su ugostiteljski objekti i trgovine, zabranjena su putovanja, a pogođeni su i sektori prijevoza, zabave, transporta, kulture i velikih evenata odn. događanja. Većina tvrtki bile su primorane organizirati rad od kuće ili osigurati mjere socijalnog distanciranja na radnim mjestima. Najveća opasnost od stečaja prijete malim tvrtkama, obrtnicima, samostalnim djelatnostima koje ne raspolažu dovoljnim financijskim rezervama za premošćivanje ove krize. Tijekom lockdowna, ukupna potrošnja belgijskih kućanstava (u što se ne ubrajaju stanarine, osiguranja, krediti itd.) smanjila se je gotovo za trećinu (-29%). U svibnju kada su ponovno otvorene trgovine, potrošnja je i dalje bila 8% niža nego u 2019. Kada su početkom lipnja ponovno otvorili barovi i restorani, potrošnja je i dalje bila manja za 15% nego u istom razdoblju godinu dana ranije. Pad potrošnje kućanstava nastavljen je i u srpnju i kolovozu, i to za 8%. Banka ING, koja je provodila ovo istraživanje zaključila je kako su ovi podaci zabrinjavajući s obzirom na to da se je nakon lockdowna očekivao porast potrošnje jer su brojne trgovine bile zatvorene mjesecima. Potrošači su oprezni i ne troše kao inače pa stoga ING banka očekuje vrlo dug i spori oporavak. Smanjila su se i gotovinska plaćanja u korist kartičnog, a značajan je i porast potrošnje odn. kupovine putem interneta koja predstavlja novu naviku koja će vjerojatno ostati i nakon pandemije.

Inače najveći pad prometa u rasponu od 55 do 85% uspoređujući s drugim tromjesečjem 2020. bilježe slijedeći sektori u Belgiji:

- Putničke agencije i turoperatora
- Ugostiteljstvo i hotelijerstvo
- Zračni prijevoz
- Kultura

Ipak, neki su sektori zabilježili značajniji rast prometa, poput poštanskih usluga, broskog transporta i prodaje na daljinu.

MEDIJI I OGLAŠAVANJE NA TRŽIŠTU

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

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

Prikaz glavnih medija

Televizija

Medijska pokrivenost na jugu zemlje (frankofoni dio zemlje)

RTBF 1	18,2%
RTBF 2	5,0%
RTL-TVI	18,0%
AB3	5,0%
Club RTL	4,1%
Plug TV	1,8%
Ostalo	15,0%
Ukupno belgijski frankofoni programi:	67,1%

Budući da jug Belgije graniči s Francuskom, a stanovništvo je frankofono, velika je zastupljenost i medija iz Francuske – naročito televizije (32,9%), tiska, radija. Nakon što su u 2019. francuski televizijski programi dobili mogućnost geo-lokaliziranja za Belgiju tj. oglašavanja lokalnih belgijskih oglašivača za belgijsko tržište odnosno teritorij, ali na francuskom TV programu, znatno se smanjio udio oglašivača na belgijskim frankofonim TV postajama, što je rezultiralo značajnim smanjenjem broja zaposlenih.

Francuske TV postaje:

TF1	13,0%
FR 2	7,0%
FR 3	4,7%
ARTE	1,7%
FR5	1,4%
Ostalo	5,1%
Ukupno francuski televizijski programi:	32,9%

Medijska pokrivenost na sjeveru zemlje (nederlandofoni dio zemlje)

Eén	29,6%
VTM	19,3%
Vier	7,7%
Canvas	5,4%
Vitaya	5,2%
Q2	3,9%
Vijf TV	3,0%
CAZ	2,1%
Zes	2,0%
Ketnet	1,5%
Discovery	1,4%
TLC	1,1%
Ostali programi (npr. njemački, nizozemski)	17,7%

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

Dnevni listovi

Na nizozemskom jeziku	Naklada u 000
LaatsteNieuws + Nieuwegazet	3.827
HetNieuwsblad + De Gentenaar	2.999
De Standaard	1.863
Metro vl	1.846
Gazet van Antwerpen	1.395
De Morgen	1.391
Belang van Limburg	976
De Tijd	931
De Zondag (tjedno izdanje)	2.825

Na francuskom jeziku	Naklada
L'Avenir	2.264
Le Soir	1.803
Sudpresse	1.776
DH/Les Sports	1.742
Metro fr	1.609
La Libre Belgique + Gazette de Liège	1.109
L'écho	596
De Tijd	35

Na njemačkom jeziku	Naklada
Grenz-Echo	12

Časopisi

Kategorija: Televizija	
Naslov	Naklada
Moustique	664
CinéTéléRevue	1.558
Humo	1.592
Télépro	773
Téléstar	62
Teveblad	572
Télé Pocket	265

Kategorija: Ekonomija	
Naslov	Naklada
Trends FR-NL	1.109
Industrie	

Kategorija: Za žene	
Naslov	Naklada
Flair Nl	1.511
Femmes'd'aujourd'hui	1.004
Flair Fr	959
Gael	514
Elle Belgique	
Feeling	730
Libelle	1.872
Marie Claire Fr-NL	913
Vrouwen met vaart	208

Kategorija: Obiteljski	
Naslov	Naklada
Top santé	1.028

Kategorija: Opći	
Naslov	Naklada
Dag allemaal+Expres	2.319
L'événement	
Knack	1.321
Le vif L'Express	995

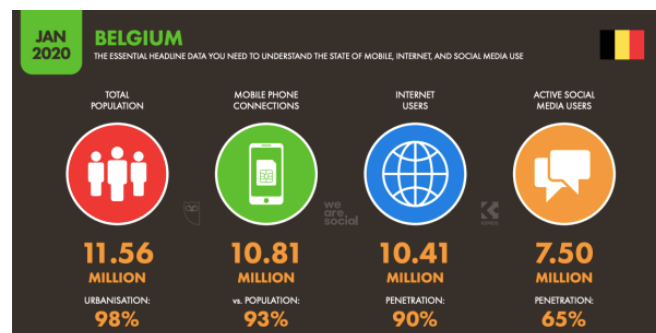
Kategorija: Sport/Hobi/Putovanja	
Naslov	Naklada
Touring Magazine Fr-Nl	1.508
VAB-Magazine	972
Moniteur Automobile	765
Autogids	678
Autowereld	483
Grande nl	
Auto Loisirs/Autokrant	

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

Društvene mreže i internet



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



Izvor: <https://www.xavierdegraux.be/belgique-digital-statistiques-2020>

PROFIL EMITIVNOGA TURISTIČKOG TRŽIŠTA

Buking na samom početku 2020. bio je izvrstan, turoperatori su bili izuzetno zadovoljni ostvarenim brojem rezervacija, gospodarske prilike u zemljama Beneluksa bile su dobre. Sve je ukazivalo na to da će ovo ponovno biti jedna jako dobra turistička godina, kako za čitavo Sredozemlje, tako i za Hrvatsku. Nažalost, epidemija uzrokovana korona virusom, koja se u zemljama Beneluksa proširila početkom ožujka iz Italije i Austrije, nakon zimskih praznika, odnosno sezone skijanja, doslovno je preko noći preokrenula situaciju. Dok su još na desetke tisuća građana zemalja Beneluksa bezbrižno putovali svijetom, doslovno preko noći, ovdašnje su vlasti zabranile ili izdale negativnu preporuku za putovanja u inozemstvo, a istovremeno su udruge turoperatora izdale preporuku svojim članovima da organizaciju svih turističkih putovanja trenutačno obustave, te je započeto s hitnom evakuacijom i repatrijacijom klijenata odnosno građana. Zabrane/negativne preporuke samo su se produžavale do 15.6., datuma s kojim je Belgija ukinula zabranu za putovanja u inozemstvo za većinu europskih zemalja. Nakon tog datuma, situacija se postepeno počela popravljati i normalizirati, a s krajem svibnja odnosno točnije od 15.6. nadalje ponovno su krenuli i prvi letovi prema Hrvatskoj i ostalim turističkim odredištima na Sredozemlju. Buking za ljetnu sezonu bio je na razini od oko 20% od uobičajenog godišnjeg bukinga.

U ovakvo neizvjesnoj situaciji obilježenoj epidemijom, karantenama i sanitarnim mjerama veliki broj građana ipak nije odustao niti izgubio želju za putovanjima i uglavnom je birao odmor kod kuće i masovno je bukiran smještaj u vlastitoj zemlji (Belgija i Nizozemska) ili u odredištima u neposrednoj blizini odn. u onim odredištima u koja se je moglo putovati automobilom, dok su ostala odredišta bilježila slab odn. nikakav buking. Aktualna situacija utjecala je na promjene u motivima putovanja, pa je tako većina Belgijaca ove godine tražila bijeg od velikih urbanih sredina, povratak prirodi, boravke na zraku, izbjegavanje kontakata s velikim brojem ljudi itd. Boravak u prirodi, biciklizam, aktivni odmor ove su godine bile njihove omiljene aktivnosti.

Tijekom čitavog proljeća, ali i ljeta, na tržištu je vladala velika neizvjesnost i pomalo kaotično stanje. Vrlo često se je dešavalo da je vijest, koja se u jednom trenutku našla na naslovnica svih medija, vrlo brzo bila demantirana ili da neka zemlja danas bude otvorena, a sutradan se nađe na crvenoj ili narančastoj listi. Zbog izuzetno

nepovoljne epidemiološke situacije krajem rujna i početkom listopada u zemljama Beneluksa, ali i zbog naglog porasta broja zaraženih u popularnim turističkim odredištima, uključujući i Hrvatsku, velike nade koje su se još prije ljeta polagale u rujan i listopad nažalost su preko noći nestale, a s time i nada da bi se dio ljetne sezone mogao prelići i na te mjesece.

Što se belgijskog receptivnog turizma tiče, tijekom srpnja, belgijski su pružatelji smještajnih usluga zabilježili 4,89 milijuna noćenja. 23% u hotelima, 3,3 milijuna u Flandriji, 1,3 milijuna u Valoniji i 0,141 milijuna u regiji Bruxelles. U usporedbi sa srpnjem 2019. ova brojka predstavlja pad od 17%, no pad nije regionalno linearan. Regija Bruxelles pretrpjela je najveći pad, čak 79%, Flandrija 13% dok Valonija čak bilježi porast od 2% uspoređujući s 2019.

Utjecaj pandemije virusa COVID 19 na turistički promet u 2020.

Neprestane promjene preporuka za putovanja u određene destinacije i restrikcije, te time uzrokovana neizvjesnost, negativno su utjecale na ponašanje potrošača i potakle su brojne građane koji su željeli putovati, da se radi velike neizvjesnosti ove godine odluče preskočiti svoje ljetovanje i da ostanu ljetovati ili u svojim domovima ili u svojoj ili susjednim zemljama. Zbog malog broja putnika, otkazani su i brojni letovi, iako se dio programa ipak odvijao. Otkazivanja putovanja i izdavanje vouchera dodatno su zakomplicirali ionako složenu situaciju turoperatora i putničkih agenata, budući da se njihovim izdavanjem problem samo odgađa na kasniji trenutak, a agenti i turoperatori praktički su bez likvidnosti, a voucheri već dolaze na naplatu.

Situacija kod putničkih agenata i turoperatora zabrinjavajuća je i pitanje tko od njih će uopće uspjeti preživjeti i dočekati slijedeću godinu. Sektor od vlade traži odgovarajuće mjere. Krovno udruženje belgijskih turoperatora navodi kako bilježe pad prometa veći od 88% što predstavlja gubitak od 6,4 milijardi eura ostvarenog prometa. A ne radi se samo o gubitku prometa, već i o tome da su turoperatori i putnički agenti morali stornirati putovanja, a storna su uzrokovala dodatne troškove, na tisuće belgijskih turista trebalo je biti vraćeno u zemlju, a i to se također ubraja u ukupnu štetu koja

se mjeri u stotinama milijuna eura, a koju je pretrpjela belgijska industrija putovanja (Izvor: Travel Magazine). Osim toga, također postoji bojazan da će radi krize posao izgubiti oko 7 000 djelatnika a ugrožene su na tisuće radnih mjesta u popratnim djelatnostima. 80% turističkih djelatnika koristi mjere zavoda za zapošljavanje za očuvanje radnih mjesta. Tek u travnju 2021., a neke pesimističnije prognoze navode tek 2022. ili čak 2023. (istraživanje Euromonitor International) očekuje se povratak na razinu poslovanja iz 2019., a brojni turoperatori, naročito oni specijalizirani za daleke destinacije, razmatraju preorijentiranje na druga, uglavnom bliža i sigurna, odredišta. Najpogođeniji su segmenti grupnih putovanja (naročito seniora), cruisinga i MICE. Velike se nade polažu u zajedničke smjernice za putovanja usklađene između EU zemalja članica kako se više ne bi događalo da građani jedne zemlje smiju, a drugi ne smiju putovati u neko od odredišta. Spomenimo naposljetku i podatak da je belgijski nacionalni zračni prijevoznik, Brussels Airlines tijekom prva tri tromjesečja ove godine zabilježio gubitak od 233 milijuna eura koji je u prvom redu uzrokovan epidemijom. Tijekom čitavih 12 tjedana zračni promet je praktički bio u potpunosti obustavljen i reduciran kasnije tijekom ljeta zbog male potražnje. Promet je pao za 70% budući da je ovaj zračni prijevoznik prevezao 73% manje putnika između siječnja i rujna, a popunjenost zrakoplova je pala na 70,6%. Brussels Airlines uz pomoć belgijske vlade i Lufthanse kao većinskog vlasnika započeo je proces restrukturiranja s ciljem smanjenja varijabilnih i fiksnih troškova, kratkoročno i dugoročno. Plan restrukturiranja predviđa smanjenje flote za 30% te radnih mjesta za 25%.

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

- znatno manji broj ostvarenih putovanja,
- građani su odmor provodili u zemlji ili u susjednim, vlastitim prijevozom u lako dostupnim zemljama
- putovanja uglavnom automobilom, manje zrako plovom
- putovanja su trajala kraće nego inače
- individualna putovanja umjesto grupnih
- za smještaj su uglavnom birali kuće za odmor, kam pove, turistička naselja, a manje hotelski smještaj.

Ukupan broj stanovnika koji su tijekom 2020. otputovali na odmor

U Belgiji se u normalnim okolnostima ostvari oko 16 milijuna putovanja godišnje. U prosjeku, građani Belgije godišnje putuju 2,3 puta. Oko 65% stanovništva putuje

barem jednom na odmor. Najviše putuju Flamanci (60%), slijede Valonci (29%) te građani regije Bruxelles (11%).

U 2020. se očekuje da će se ostvariti ukupno oko 9 milijuna putovanja.

Broj stanovnika koji su na odmor otputovali u inozemstvo / odmor proveli u vlastitoj zemlji

U uobičajenim okolnostima tek oko 13% putovanja ostvareno je u tuzemstvu, dok je ostatak ostvaren u inozemstvu. Oko trećina svih putovanja ostvarenih u tuzemstvu ostvarena je na belgijskoj obali, dok preostali odmor provode u Valoniji ili na selu.

U 2020., oko 19% građana Belgije odmor je odlučilo provesti u vlastitoj zemlji, dok je ostalih 80% odmor provelo u inozemstvu. Unatoč tome, Belgija kao odredište bilježi pad od 31% uspoređujući s 2019.

Redoslijed omiljenih destinacija u 2020.

I u 2020., najpopularnije odredište u Belgiji i dalje je Francuska s udjelom od 23% koja bilježi pad rezervacija od 44%, sijedi joj Španjolska s udjelom od 8,5% i padom rezervacija od 59%, Nizozemska s 8% i padom rezervacija od 45%, Italija s 6,5% i padom rezervacija od 65%, Njemačka 4%, te Austrija s 3%.

Od inozemnih odredišta, susjedna Francuska i dalje drži čvrsto 1. mjesto najomiljenije destinacije. Francuskoj tradicionalno slijede Španjolska, Nizozemska te Italija i Njemačka. S obzirom na nove, pandemijske okolnosti, trendove, drugačiji način putovanja (uglavnom vlastitim automobilom ili vlakom), s obzirom na putovanja u bliža odredišta, ovaj redoslijed omiljenih destinacija je očekivan i ne razlikuje se značajno od prijašnjih godina.

Omjer između organiziranog i individualnog prometa za vodeće destinacije

Ove godine, najpogođeniji su segmenti organiziranih, grupnih putovanja (naročito seniora autobusom), krstarenja i MICE te općenito grupna putovanja te putovanja zrakoplovom odnosno segmenti putnika koji putuju preko turoperatora, putničkih agencija i turoperatora. Omjer organiziranog i individualnog prometa značajno varira, ovisno o destinaciji. Za destinacije u okruženju i tzv. citytrip putovanja, Belgijanci uglavnom sami orga-

niziraju svoja putovanja i to većinom putem interneta. Smještaj uglavnom rezerviraju preko različitih rezervacijskih platformi poput booking.com, airbnb-a, izravno i slično, dok za dalja odredišta, ljetovanja u tipičnim turoperatorskim odredištima, te kompleksnije programe koriste usluge posrednika. Oko 65% građana koristilo je internet za pretraživanje informacija o odredištu (najčešće su to Internet stranice samog odredišta).

U 2020., gotovo oko 80% putovanja organizirano je samostalno tj. mimo posrednika.

Vrsta prijevoza koji su turisti preferirali prilikom odlaska na godišnji odmor

U uobičajenim okolnostima primjerice u 2019., najveći broj belgijskih turista koristio je osobni automobil (42%), zrakoplov (40%), autobus (6%). Evidentno je kako je odabir vrste prijevoza usko vezan uz udaljenost i pristupačnost destinacije. Vlak je u porastu, zbog dobro razvedene mreže brzih pruga, učestalosti i kvalitete brzog vlaka Thalys, te odlazaka Belgijanaca u bliske destinacije (gotovo 30 veza dnevno između Bruxellesa i Pariza te diljem Francuske).

U 2020., porastao je broj građana koji su putovali automobilom te iznosi 52%, zrakoplov je u 2020. biralo 35% građana.

Način organiziranja odmora / bukiranja koji su turisti preferirali prilikom odlaska na godišnji odmor

Epidemija je promijenila navike potrošača. Tijekom epidemije, buking kod organizatora putovanja je praktički bio obustavljen. U veljači i ožujku 2020. ostvareno je 47% manje rezervacija, u travnju 92%, u svibnju 76%, u lipnju 46%, u srpnju 53%, a u kolovozu 57% u usporedbi s 2020. Belgijanci su uglavnom bukirali vrlo oprezno, u last minute periodu „opečeni“ izdavanjem vouchera i neisplatom otkazanih aranžmana s početka pandemije te otkazivanjem putovanja. Jednaki trend nastavio se i u drugoj polovici godine.

Preferencije turista s obzirom na vrstu smještaja

U 2020. primjećuje se pad potražnje za hotelskim smještajem kojeg je biralo 40% građana (u 2019. 50%) te pansionima/malim hotelima (sa 7% na 5% 2020.). Rast potražnje bilježe uglavnom kuće za odmor, apartmani (s 15% u 2019. na 22% u 2020.) i kamping (s 2% na 4% u 2020.)

Razrada tržišta s obzirom na motiv putovanja

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

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

Ovu su godinu obilježili slijedeći čimbenici:

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

Uspoređujući s 2019. kada je 47% turista odmor provodilo u krugu obitelji i/ili prijatelja, ove godine to predstavlja svega 18%. Najveći dio turista planira na odmor putovati u krugu najbliže obitelji, 27% ih želi ljetovati na moru odnosno plaži, 15% na selu a 11% u gradu. Samo 6% građana planira realizirati kraće putovanje (npr. vikend), uspoređujući s 14% lani.

Prosječni budžet/potrošnja po putovanju

Epidemija i smanjeni prihodi stanovništva uzrokovali su i manju predviđenu potrošnju građana za ljetovanja. Prema rezultatima istraživanja koje je provela agencija IPSOS, u 2019. budžet koji je belgijska obitelj predviđala za putovanje iznosio je 2.242 EUR, dok je iznos koji su namjeravali potrošiti ove godine iznosio 1.788 EUR. To smanjenje u prvom redu treba pripisati utjecaju krize na prihod kućanstava, oprezu i nesigurnosti koje uzrokuje trenutna situacija. Unatoč značajnom padu, belgijska obitelj i dalje za ljetovanje namjerava izdvojiti više od europskog prosjeka koji iznosi 1.604 EUR.

Pregled organizatora putovanja na tržištu

Situacija kod putničkih agenata i turoperatora zabrinjavajuća je. Pad prometa i prihoda kod ovdašnjih turoperatora u 2020. iznosi gotovo 90% i pitanje je tko od njih će uopće uspjeti preživjeti i dočekati slijedeću godinu. Sektor od vlade traži odgovarajuće mjere. Krovno udruženje belgijskih turoperatora navodi kako pad prometa predstavlja 6,4 milijardi eura. U prvom redu su za to da turooperatori i putnički agenti i dalje posluju zaslužne mjere vlade za očuvanje radnih mjesta, te reorganizacija i mjere štednje koje provode sami turooperatori, no očekuju se daljnji otkazi i stečajevi. Brojni turooperatori se prilagođavaju potražnji svojih klijenata i preorijentiraju svoje poslovanje s dalekih na bliža odredišta, ponajprije na susjedne i europske zemlje u okruženju, a prezimit će moći oni koji imaju dovoljno vlastitih sredstava i koji investiraju vlastita sredstva za premošćivanje ove krize. Uvjeti za bukiranje i storniranje putovanja nikada nisu bili blaži, a za stornirana putovanja klijentima se izdaju voucheri koje mogu iskoristiti u kasnijem terminu. No, izdavanje vouchera za otkazana i nerealizirana putovanja za sobom povlači određene posljedice i samo dodatno komplicira stvari. Naime, brojni voucheri morat će biti isplaćeni klijentima u roku od nekoliko slijedećih mjeseci u gotovini, ali brojne turističke tvrtke više nisu ili neće biti likvidne da bi u gotovini isplatile tolike iznose.

Glavni organizatori putovanja na tržištu su i dalje slijedeći:

Nakon stečaja Thomas Cooka u jesen 2019., na tržištu je i dalje najveći turoperator TUI. Ostali akteri na tržištu su turooperatori specijalizirani za pojedine djelatnosti ili tržišne segmente, odnosno tzv. niše od kojih su tipični primjeri Expair Tours (mediteranske zemlje), Connec-

tions (studenti, omladina, ticketing), Lauwers, Rantour, De Zegeuner, Generaltour, Pam Vermeulen ili Leonard (autobuseri), Joker (povoljna putovanja za mlade), Club Med (klupska formula turističkih naselja), Vacansoleil (kamping), Kris-Kras, Djoser i Joker (avanturistička putovanja i hodanje), Carractere i Exclusivedestinations (specijalizirani za luksuzna putovanja i goste), Transeurope (kratka vikend putovanja i šarm i boutique hoteli), Dynamer (charter brodova), ID Riva (specijalist za Jadran), Corendon (specijalist za Tursku i Balkan), 7plus (kulturna putovanja i citytripovi), AB tours (Bugarska, Maroko, Rumunjska) te brojni drugi.

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

Udruge organizatora putovanja i turističkih agenata

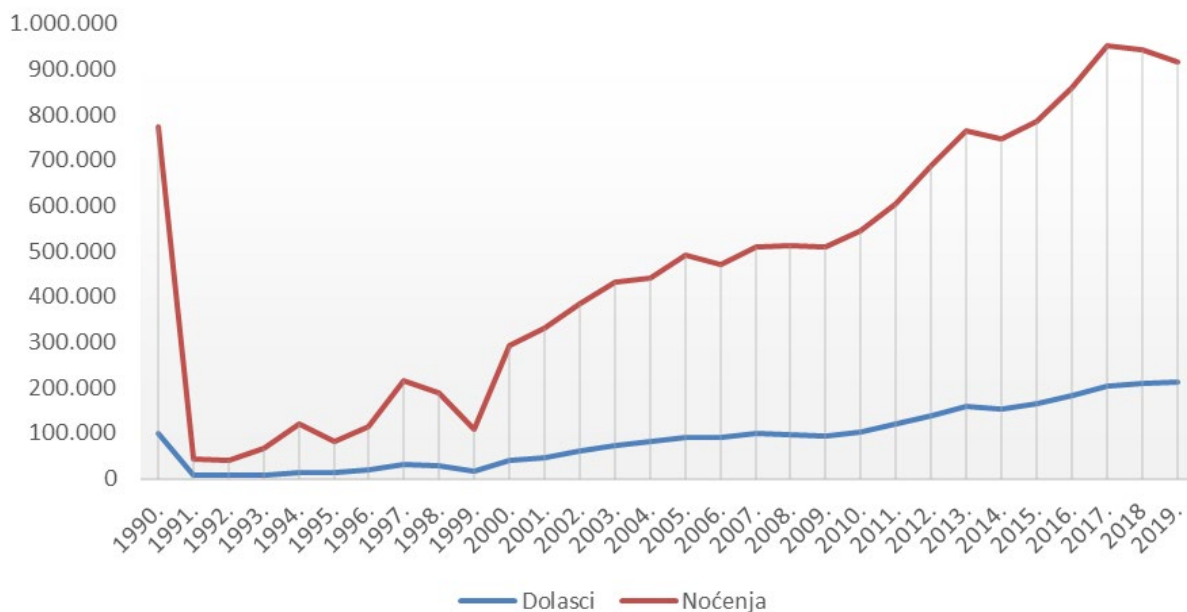
- Najvažniji belgijski organizatori putovanja okupljeni su u udruzi ABTO (Association of Belgian tour operators).
- Belgijsko retail tržište broji preko tisuću prodajnih mjesta. Najveći broj ih je u Flandriji.
- Postoje i dvije velike regionalne strukovne udruge agencija: za frankofone agencije UPAV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

DOPRINOS TRŽIŠTA U UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU

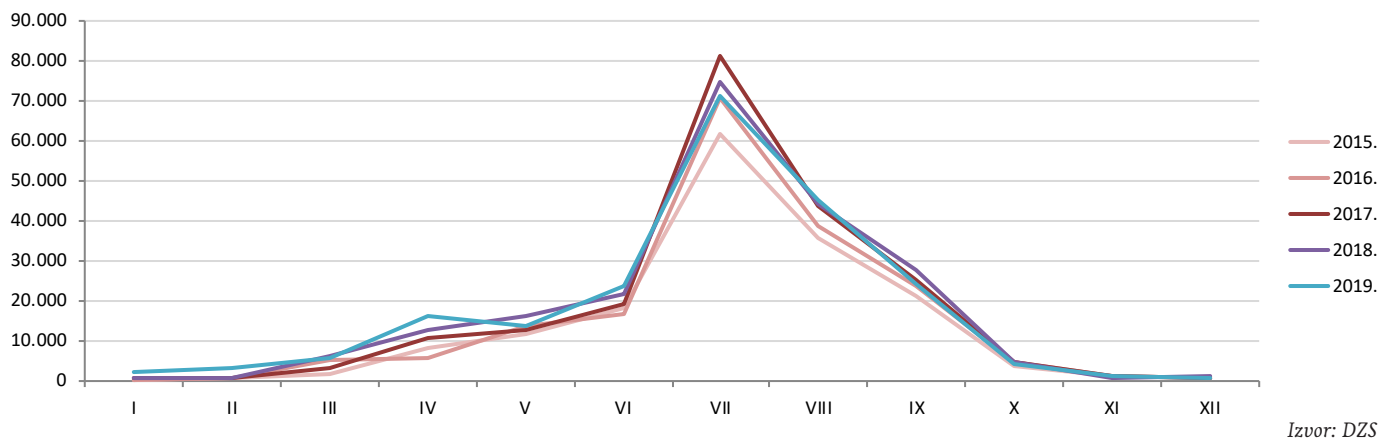
BELGIJA	Dolasci			Noćenja		
	apsol.	indeks	1990.=100	apsol.	indeks	1990.=100
1990.	99.967		100	774.175		100
1991.	6.730	7	7	41.800	5	5
1992.	6.140	91	6	40.122	96	5
1993.	8.842	144	9	66.396	165	9
1994.	14.475	164	14	119.833	180	15
1995.	12.260	85	12	82.307	69	11
1996.	19.000	155	19	114.000	139	15
1997.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

Izvor: DZS

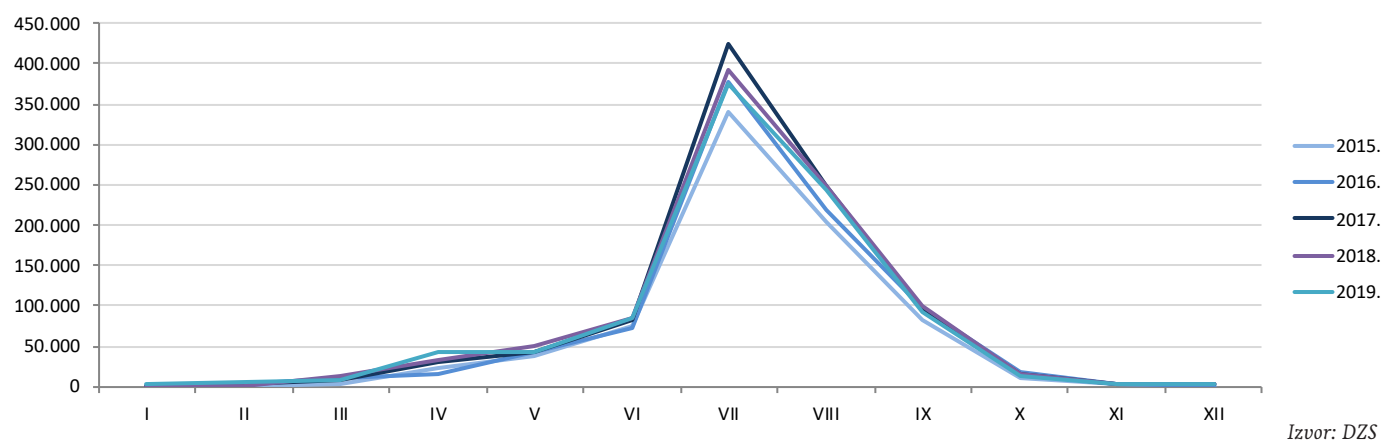
Dolasci i noćenja belgijskih turista, razdoblje 1990. - 2019.



Dolasci po mjesecima - Belgija

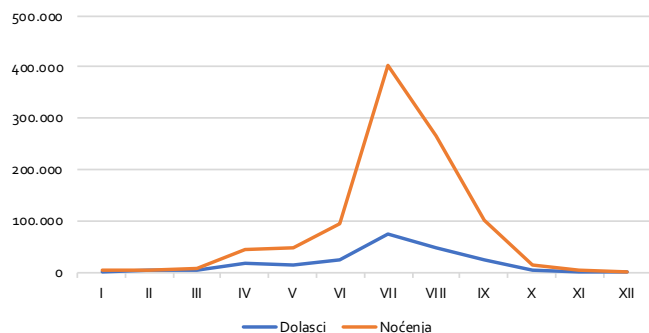


Noćenja po mjesecima - Belgija



REZULTATI 2019. PREMA SUSTAVU eVISITOR

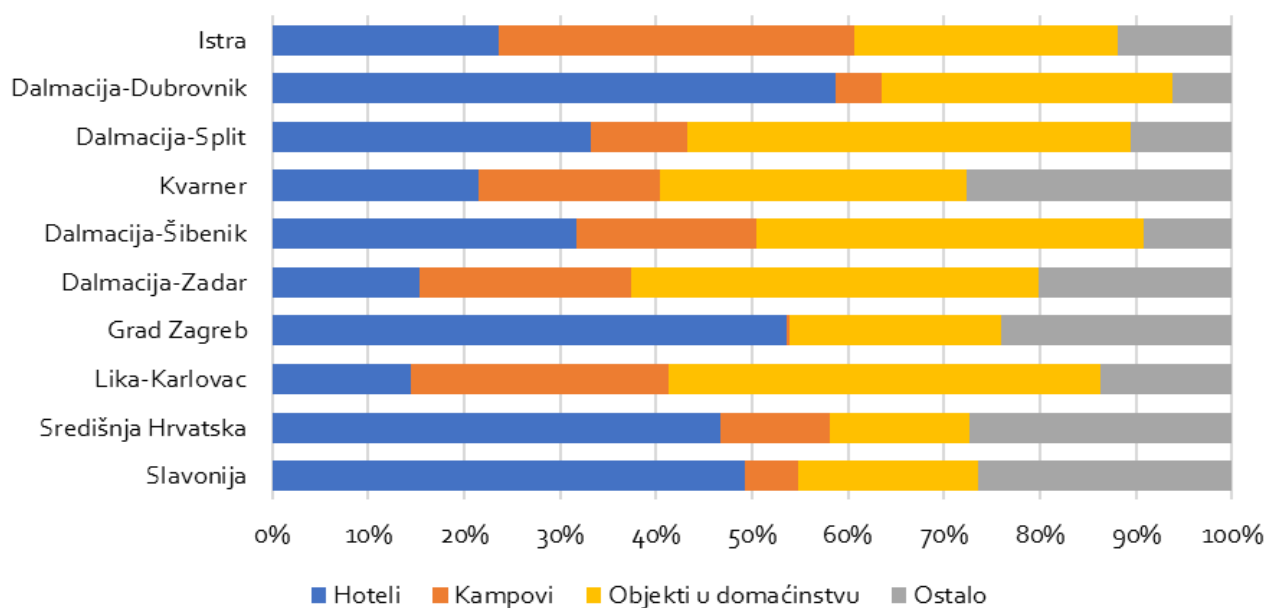
Dolasci i noćenja belgijskih turista, 2019.



Dolasci i noćenja po klasterima

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

Noćenja belgijskih turista po klasterima prema vrstama smještaja, 2019.



Top deset gradova/općina po noćenjima

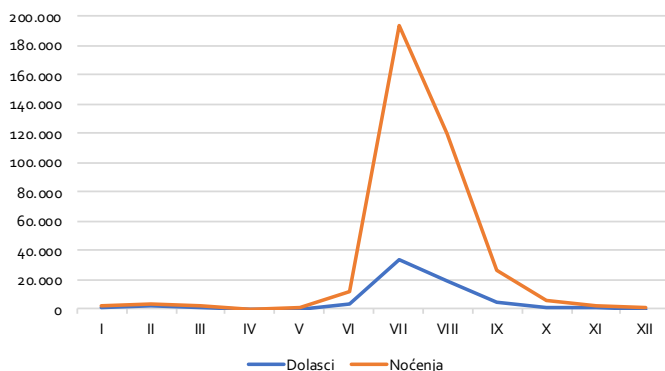
Grad/općina	Noćenja
Dubrovnik	52.973
Rovinj	38.658
Zadar	36.592
Poreč	35.484
Pula	30.357
Tar	29.685
Zagreb	29.504
Split	29.094
Šibenik	28.696
Funtana	22.044

Dolasci po dobi i spolu

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

REZULTATI 2020. PREMA SUSTAVU EVISITOR

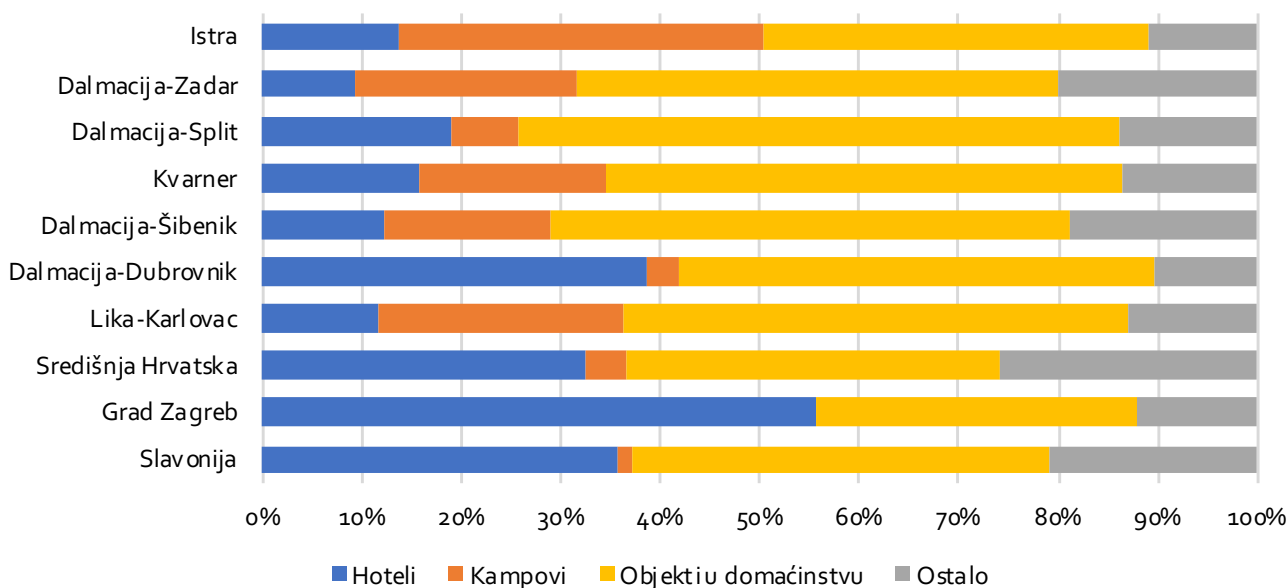
Dolasci i noćenja belgijskih turista, 2020.



Dolasci i noćenja po klasterima

	Dolasci	Noćenja
Istra	16.742	121.136
Dalmacija-Split	10.680	54.504
Kvarner	8.313	47.967
Dalmacija-Zadar	6.050	38.607
Dalmacija-Dubrovnik	7.808	33.125
Nautika	3.381	25.528
Dalmacija-Šibenik	3.109	21.913
Lika-Karlovac	5.367	14.566
Grad Zagreb	3.663	7.821
Središnja Hrvatska	1.366	4.333
Slavonija	407	816
Ukupno	66.886	370.316

Noćenja belgijskih turista po klasterima prema vrstama smještaja, 2020.



Top deset gradova/općina po noćenjima

Grad/općina	Noćenja
Rovinj	17.050
Dubrovnik	16.051
Poreč	11.221
Split	10.201
Zadar	9.928
Pula	9.336
Tar	8.906
Funtana	8.813
Zagreb	7.821
Medulin	7.447

Dolasci po dobi i spolu

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

TOMAS HRVATSKA 2019. - BELGIJA

TOMAS istraživanja primarna su kvantitativna istraživanja u okviru kojih se podaci prikupljaju osobnim intervjuom s turistima (uz korištenje strukturiranog upitnika), a provode se s ciljem identifikacije stavova i potrošnje turista u hrvatskim turističkim destinacijama. Posljednje u nizu, pod nazivom TOMAS Hrvatska 2019. po prvi je puta provedeno na području cijele zemlje, od svibnja 2019. do ožujka 2020. godine, tako da ujedno donosi rezultate obilježja putovanja i boravka turista u Hrvatskoj izvan razdoblja ljetne turističke sezone. Na takav način, istraživanje je reprezentativno za posljednju „standardnu“ turističku godinu prije pojave epidemije virusa COVID-19 te posljedične globalne društvene i gospodarske krize, s dramatičnim implikacijama na turistička putovanja u svjetskim razmjerima.

Uz domaće tržište, istraživanjem su obuhvaćena i za Hrvatsku značajnija europska tržišta – Njemačka, Slovenija, Austrija, Poljska, Italija, Češka, Ujedinjeno Kraljevstvo, Skandinavija, Mađarska, Nizozemska, Slovačka, Francuska, BiH, Švicarska, Belgija, Španjolska, Srbija, kao i odabrana daleka tržišta - SAD, Republika Koreja, Kina, Japan.

U nastavku slijede pokazatelji iz istraživanja TOMAS Hrvatska 2019. koji prikazuju set odabranih karakteristika profilom obrađenog tržišta, uz usporedbu s prosječnim vrijednostima svih istraživanjem obuhvaćenih stranih tržišta. Zelenom bojom označene su vrijednosti kod kojih tržište u okviru relevantnijih podatkovnih kategorija pokazuje značajnije iznadprosječan rezultat, dok su crveno označene vrijednosti značajnije ispodprosječnog rezultata.

Glavni motivi odmorišnih putovanja

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

Motiv dolaska u Hrvatsku

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

Učestalost dolaska u Hrvatsku

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

Izvori informacija

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

Način rezervacije smještaja

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

Trenutak rezervacije smještaja

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

Smetnje tijekom boravka u destinaciji

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

Aktivnost tijekom boravka u destinaciji

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

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

Stupanj zadovoljstva elementima turističke ponude mjesta

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

Vjerojatnost preporuke mjesta prijateljima, rodbini ili kolegama

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

Prosječni dnevni izdaci (u EUR)

Izdatak	Prosjek za strana tržišta	Belgija
Prosječni dnevni izdaci ukupno	99,0	101,63
Smještaj	52,8	49,36
Hrana u restoranima i barovima	17,1	17,97
Usluge trgovine	11,6	9,32
Kultura i zabava	3,3	4,57
Sport i rekreacija	2,8	2,31
Izleti	2,7	2,99
Lokalni prijevoz	7,1	10,40
Ostalo	1,7	4,71

Struktura prosječnih dnevnih izdataka

Izdatak	Prosjek za strana tržišta	Belgija
Prosječni dnevni izdaci ukupno	100,0	100,00
Smještaj	53,3	48,57
Hrana u restoranima i barovima	17,2	17,68
Usluge trgovine	11,7	9,17
Kultura i zabava	3,3	4,50
Sport i rekreacija	2,9	2,28
Izleti	2,8	2,95
Lokalni prijevoz	7,1	10,23
Ostalo	1,7	4,63

Aktualni imidž Hrvatske

Buking s tržišta Belgije krajem lipnja dobro je krenuo. Tijekom *lockdown-a* mediji su često pozitivno izvještavali o Hrvatskoj, a naša je zemlja bila prepoznata i istaknuta kao poželjno, blisko, sigurno i odgovorno odredište koje se uspješno nosilo s prvim valom epidemije. U jeku najjače epidemije u Belgiji, u glavnom dnevniku vodeće flamanske komercijalne TV postaje, VTM, početkom svibnja koji je imao milijunsku gledanost objavljena je više-minutna reportaža o Hrvatskoj ističući vrlo povoljnu epidemiološku situaciju u zemlji i prikazujući prekrasne motive iz našeg promotivnog videa.

Čim epidemiološka situacija u zemljama Beneluksa i u Hrvatskoj bude povoljna, nema razloga ne vjerovati da se Hrvatska sa svojom raznolikom smještajnom ponudom, blizinom, popularnošću, sigurnošću, ponovno i u dogledno vrijeme ne vrati na razine prije pandemije kada smo s ovog, jednog od važnijih tržišta za hrvatski turizam privukli gotovo 200.000 gostiju koji ostvaruju preko milijun turističkih noćenja. Većina gostiju s ovog tržišta su individualni, pa je stoga kontinuirana komunikacija u vidu promidžbe i marketinških poruka na ovom tržištu izuzetno važna. Pritom nikako ne bismo smjeli zanemariti ni važnost dobrih zračnih veza koje omogućuju brz, jednostavan i siguran dolazak gostiju s ovog područja izvan ljetnih mjeseci i u slučaju lošeg vremena, pogotovo za kraće boravke.

Omjer između organiziranih i individualnih dolazaka u Hrvatsku u 2020.

Prema podacima iz sustava eVisitor, u prošloj je godini 36% Belgijaca putovalo preko agencije, a 64% individualno. Ove je godine (uz znatno manje brojke), postotak agencijskih gostiju bio 34%, a individualnih 66%, tako da u obliku organiziranih i individualnih dolazaka nema nekih značajnijih razlika.

Zastupljenost Hrvatske u programima organizatora putovanja u 2020.

Organizatori putovanja nisu prekinuli ili otkazali svoje programe za Hrvatsku u 2020. sve do početka kolovoza. Tada su se, i to samo za pojedine županije koje su se među prvima radi loše epidemiološke situacije našle na crvenim listama i radi svrstavanja istih u rizična područja (prema belgijskom MVP-u), organizatori putovanja morali prilagoditi trenutnoj i aktualnoj situaciji i potražnji

na tržištu te ukinuti promidžbu tih područja budući da je belgijski MVP savjetovao ili zabranio putovanja u ta područja. Inače u 2020. s tržišta Belgije smanjen je i broj rotacija letova, autobuseri su putovali s manjim grupama, otkazivali su određene polaske, te prilagodili svoje poslovanje preporukama vlade. U kolovozu, neke su turistički popularne hrvatske županije već bile na crvenoj listi, a u Belgiji se isto počela kvariti epidemiološka situacija, tako da je početkom rujna radi više sile uglavnom obustavljen turistički promet organizatora putovanja prema Hrvatskoj.

Rezultati organizatora putovanja u 2020. (programi za Hrvatsku)

Do 15.6. na snazi je bila zabrana za putovanja u inozemstvo i turoperatori su do tog datuma bili primorani obustaviti organizaciju svih putovanja. Početkom kolovoza je, radi naglog porasta broja zaraženih u Hrvatskoj ponajprije na privatnim okupljanjima i svečanostima, radi otvorenih noćnih klubova itd. belgijska vlada počela stavljati neke hrvatske županije najprije na „žutu“ (žuta boja znači da su putovanja moguća, ali uz pojačani oprez i preporučenu samoizolaciju odnosno testiranje po povratku u zemlju), a kasnije i na „crvenu“ listu (što znači da su putovanja bila zabranjena, a po povratku obavezna samoizolacija i testiranje), što je uzrokovalo značajan porast broja otkazanih rezervacija i udarac od kojeg se nažalost uz sva naša nastojanja kod relevantnih belgijskih institucija nismo uspjeli oporaviti. Malobrojni belgijski turisti koji su se oglašili i unatoč ovoj odluci posjetili i boravili u Hrvatskoj, nažalost nisu ni izdaleka mogli nadoknaditi gubitak i nedolazak većeg broja građana. Sezonu s jednog od važnijih emitivnih tržišta za Hrvatsku, Belgije pogotovo za hrvatske hotele više kategorije, završavamo s realizacijom od oko 40% što s obzirom na udaljenost, blizinu popularne Francuske i ostalih odredišta, restrikcije te kasnije i negativne preporuke i zabrane, je rezultat u skladu s očekivanjima, iako je mogao biti i bolji da se epidemiološka situacija u Hrvatskoj nije degradirala.

Zrakoplovni čarteri u 2020.

Uz sve letove iz 2019. koji su u istom obujmu i trajanju trebali biti nastavljeni i u 2020., u najavi za 2020. smo imali i 1 novi let i turoperatorski program za Hrvatsku i to program TUI Belgije za Istru i let iz Bruxellesa za Pulu 2x tjedno. Nažalost, zbog nepovoljne epidemiološke situacije, taj je program bio odgođen na 2021. Budući da je do 15.6. na snazi bila negativna preporuka za putovanja, letovi su se neprestano odgađali do tog datuma. Uslijed epidemije

otkazani su bili i letovi Brussels Airlines za Zagreb i Zadar, te letovi Ryanira iz Bruxellesa CRL za Rijeku. Za ostale letove, broj rotacija je bio znatno smanjen i prilagođen potražnji, a zračni prijevoz praktički paraliziran. Većina zrakoplovnih prijevoznika uslijed stavljanja Hrvatske na “crvenu” listu, skratila je sezonu letenja, a zadnji letovi iz Belgije prema Hrvatskoj bili su krajem listopada (Ryanair za Zadar i Pulu).

Letovi u 2020.

BELUX			
Ryanair	Bruxelles CRL	Zadar	
Ryanair	Bruxelles CRL	Pula	
Ryanair	Bruxelles CRL	Rijeka	otkazan
Brussels Airlines	Bruxelles	Dubrovnik	
Brussels Airlines	Bruxelles	Zagreb	otkazan
Brussels Airlines	Bruxelles	Zadar	otkazan
Brussels Airlines	Bruxelles	Split	
Croatia Airlines	Bruxelles	Zagreb	
TUIfly	Antwerpen	Split	
TUIfly	Bruxelles	Dubrovnik	
TUIfly	Bruxelles	Pula	otkazan
Luxairtours	Luxembourg	Zadar	
Luxairtours	Luxembourg	Dubrovnik	
Luxairtours	Luxembourg	Split	

Autobuseri u 2020.

Najznačajniji autobuseri i u 2020. bili su Reizen Lauwers, Voyages Leonard, De Zigeuner, Reizen Verhoeven, Rantour, Herman Vandamme, Primatour Carolus, BT Tours, Violetta Cars i ostali. Autobuseri su već duži niz godina u relativnoj stagnaciji, što je na neki način i normalno s obzirom na segment tržišta kojem pripada njihova publika i sve većem broju povoljnih letova. Prevladavaju uglavnom klasični autobusni programi (boravci u Istri i na Kvarneru, ture po Hrvatskoj, itd.), a raste i zanimanje školskih ekskurzija naročito u razdoblju predsezone. Grupna putovanja autobusom su uz MICE i grupna putovanja zrakoplovom, jedna od najpogođenijih djelatnosti u turističkom sektoru tijekom COVID-19 pandemije, ponajprije zbog toga jer autobusom putuju zatvorene grupe, ponajprije seniora, koji su zbog činjenice jer su rizična skupina masovno otkazivali putovanja. Neki au-

tobuseri ipak su odradili svoje programe, no uz znatno manji profit budući da je broj sjedećih mjesta u autobusu bio smanjen radi mjera sprječavanja širenja zaraze i uz brojne otkazane polaske.

Individualni promet u 2020.

Individualni promet je nepredvidiv jer ovisi o nizu čimbenika: vremenskim prilikama, medijskim napisima, političkim događanjima, aktivnosti konkurencije, gledano sti TV spotova, online i offline oglašavanju, ekonomskoj situaciji u zemlji, sigurnosti i nizu drugih čimbenika. I ove je godine veći dio gostiju iz Belgije bio individualan, čemu svjedoče podaci iz sustava eVisitor. Tome je doprinijela relativna blizina Hrvatske za putovanja automobilom, dobra povezanost, sigurnost, te sve brojniji i učestaliji letovi za Hrvatsku. Praktički cijela Istra,

Kvarner i Sjeverna Dalmacija za Belgijance su auto destinacije, pa stoga dolaze vlastitim prijevozom ili niskocjenovnim zračnim prijevoznicima, dok charter letovi postoje za Split i Dubrovnik. Za brojne individualce iz Belgije i ove smo godine unatoč pandemiji ostali jedna od najomiljenijih destinacija na Sredozemlju, no zbog „crvenih“ lista, sezona je trajala znatno kraće od onoga što smo očekivali i priželjkivali.

Prednosti:

- Odlična klima
- Neprestano ulaganje u podizanje kvalitete smještajnih kapaciteta
- Bogatstvo kulturnih sadržaja koji se nude
- Odlične ceste i prometna povezanost
- Ljubaznost i stručnost osoblja
- Ljubaznost i gostoljubivost naroda
- Sigurnost
- Odlična eno-gastro ponuda

Nedostaci:

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

Hrvatska na belgijskom tržištu uglavnom ostaje određite za individualne goste, bilo da je riječ o individualnim gostima koji putuju vlastitim automobilom ili kamperom ili avio gostima koji putuju niskocjenovnim zračnim prijevoznicima.

PREDVIĐANJA ZA 2021.

TURISTIČKA SEZONA 2021. – OPĆI POKAZATELJI

Preliminarna procjena turističkog tržišta/ukupnih odlazaka na godišnji odmor u inozemstvo u 2021.

Situacija kod putničkih agenata i turoperatora zabrinjavajuća je i pitanje tko od njih će uopće uspjeti preživjeti i dočekati slijedeću godinu. Sektor od vlade traži odgovarajuće mjere. Krovno udruženje belgijskih turoperatora navodi kako bilježe pad prometa veći od 88% što predstavlja gubitak od 6,4 milijardi eura. A ne radi se samo o gubitku prometa, već i o tome da su turooperatori i putnički agenti morali stornirati putovanja, a storna su uzrokovala dodatne troškove, na tisuće belgijskih turista trebalo je biti vraćeno u zemlju, a i to se također ubraja u ukupnu štetu koja se mjeri u stotinama milijuna eura, a koju je pretrpjela belgijska industrija putovanja (Izvor: Travel Magazine). Osim toga, postoji i bojazan da će radi krize posao izgubiti oko 7.000 djelatnika, a ugrožene su na tisuće radnih mjesta u popratnim djelatnostima. 80% turističkih djelatnika koristi mjere zavoda za zapošljavanje za očuvanje radnih mjesta. Predviđanja su da će 50-60% turoperatora i putničkih agenata proglasiti stečaj za nekih pola godine. Nade se polažu u dodatnu financijsku podršku koju bi vlasti odobrile sektoru putovanja, a moguće je i da će se uskoro pojaviti i cjepivo. Turooperatori navode kako je trenutno najvažnije izdržati i preživjeti ovu krizu. Brojni turooperatori se prilagođavaju potražnji svojih klijenata i preorijentiraju svoje poslovanje s dalekih na bliža odredišta, ponajprije na susjedne i europske zemlje u okruženju. Ono malo klijenata koji bukiraju i ono malo odredišta koja su ostala na tzv. „zelenim“ listama, bukiraju se vrlo oprezno i u zadnji čas, najranije mjesec dana prije polaska iz straha oko uvođenja novih mjera i restrikcija za putovanja. Jako je teško predvidjeti kakav će biti daljnji razvoj situacije, budući da ovisi o brojnim faktorima. Očekuje se da će i dalje biti u trendu putovanja vlastitim automobilom, buking će biti uglavnom online i u last minute periodu, građani će putovati rjeđe nego inače, a za smještaj birati smještajne objekte koji su izoliraniji, poput kuća za odmor, obiteljskog smještaja, kampova, plovila, a manje hotelski smještaj.

Svjetska turistička organizacija (UNWTO) očekuje da će se situacija u turističkim sektoru normalizirati najranije u trećem tromjesečju 2021., dok neki smatraju da do oporavka neće doći sve do 2022. Najveću smetnju oporavku turizma stručnjaci vide u restrikcijama koje su

uvodne za putovanja, a da bi se iskorijenio COVID19, trebati će dosta vremena, a puno vremena trebat će i da potrošači ponovno steknu povjerenje. Stoga je bitno da države postignu koordinirani dogovor, da unificiraju i harmoniziraju sanitarne protokole.

Prema podacima UNWTO, u prvih osam mjeseci 2020. pad turističkog prometa u Europi iznosi 70%, što predstavlja 700 milijuna putovanja manje. Ekonomski gubici iznose oko 700 milijardi eura, a za potpuni oporavak i dolazak na razine iz 2019. trebati će prema nekim procjenama najmanje dvije do četiri godine.

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

1. Putovati se mora – želja za putovanjima ostaje i dalje – 26% građana navelo je kako upravo u ovoj situaciji žele još više putovati i vidjeti svijeta. 22% ih navodi kako će ubuduće još više putovati kako bi nadoknadili izgubljeni u 2020. 40% ih navodi kako neće mirno i spokojno putovati sve dok ne bude raspoloživo cjepivo ili dok se ne razvije efikasan i siguran način liječenja, a zbog toga će potrajati da svijet ponovno počnemo otkrivati kao nekada.
2. Turist koji će putovati bit će sve više osjetljiv na cijenu i na ono što dobije za svoj novac – budući turist želi vidjeti više za svoj novac i očekuje da buking platforme jasnije istaknu sve uvjete otkazivanja, povrata novca, osiguranja putovanja itd. 50% ispitanika smatra kako se mora omogućiti (djelomično) besplatan storno smještaja ili promjena datuma putovanja kao osnovni preduvjet.
3. Popularna su putovanja blizu doma – tijekom pandemije, putovanja u blizinu postala su popularnija, budući da su jednostavnija, sigurnija i ekološki prihvatljivija odnosno održiva. No, i dalje postoji veliki interes za dalekim putovanjima.

4. Online bijeg – 89% ispitanika vrijeme u lockdownu provelo je tražeći inspiraciju za buduća putovanja.

5. Sigurnost za sve – 62% ispitanika želi više sigurnosnih mjera radi epidemije i očekuju u tome i podršku industrije putovanja. Vlade, turoperatori i ponuđači turističkih usluga moraju surađivati na koherentan način kako bi imali konzistentne sigurnosne norme za putnike. 32% ispitanika navodi kako će izbjegavati određena odredišta, a 65% ih očekuje da će turističke atrakcije i ponuđači usluga prilagoditi poslovanje na način da osiguraju mjere socijalnog distanciranja. 52% bukirat će smještaj samo ukoliko su sanitarne i sigurnosne mjere jasno definirane.

6. Pozornost usmjerena na održivost – četvrtina ispitanika ubuduće namjerava putovati na ekološki prihvatljiviji i održiviji način. Polovica očekuje da će industrija putovanja ponuditi održiviji način putovanja. 42% ispitanika birati će alternativna odredišta kako bi izbjegli putovanja u visokoj sezoni. Epidemija je inspirirala gotovo polovicu ispitanika da produciraju manje otpada te da recikliraju plastični otpad.

7. Kraj uredovnog radnog vremena i rada iz ureda – rad od kuće i rad s druge lokacije postala je norma tijekom pandemije, što će se odraziti na to da će sve veći broj građana kombinirati odmor odn. putovanje s radom. Brojni građani produžuju svoj odmor za tjedan ili više dana kako bi u turističkom odredištu nastavili s radom na daljinu, stoga je prijenosno računalo jedno od najvažnijih komada prtljage koje će putnici ubuduće uzimati sa sobom na put. Petina ispitanika razmišljala je o radu iz nekog drugog odredišta, a 22% spremno ih je ići u karantenu po povratku ukoliko će moći raditi na daljinu u nekom od turističkih odredišta.

8. Jednostavno zadovoljstvo – u 2021. i kasnije učimo kako živjeti s pandemijom. Ispitanici žele otkrivati svijet na novi, jednostavniji način. Od početka pandemije, raste interes za jednostavnim, ugodnim aktivnostima u prirodi, kao što su šetnje, svjež i čist zrak, priroda i opuštanje. 62% ispitanika cijenit će jednostavnije iskustvo, poput provođenja vremena na svježem zraku s obitelji.

9. Spontanost u kombinaciji s tehnologijom – tehnološke inovacije igrat će važnu ulogu u ponovnom stjecanju povjerenja potrošača/turista, a tehnologija će ubrzo igrati sve veću ulogu u tvrtkama kako bi se prilagodile novom tipu putnika. Gotovo polovica ispitanika smatra kako će tehnologija igrati važnu ulogu tijekom putovanja, a i smještani objekti morat će uvoditi naj-suvremenija tehnološka rješenja kako bi putniku dali osjećaj sigurnosti. 40% ih priželjkuje tehnološka rješenja za last minute rezervaciju stola u restoranu dok njih 49% priželjkuje više samoposlužnih terminala umjesto šaltera za prodaju ulaznica.

Preliminarna procjena redoslijeda omiljenih destinacija u 2021.

Puno je nepoznanica i puno će toga ovisiti o sanitarnoj situaciji u pojedinoj zemlji, restrikcijama za putovanja koje će uvesti Belgija ili receptivne zemlje. Velike se nade polažu u zajedničke smjernice za putovanja usklađene između EU zemalja članica kako se više ne bi događalo da građani jedne zemlje smiju, a drugi ne smiju putovati u neko od odredišta.

Očekivanja su da će u predstojećoj godini ponovno biti popularna domaća odredišta te odredišta u neposrednoj blizini kao što su Francuska, Njemačka, Španjolska, Austrija, Italija te odredišta dostupna automobilom itd. dok će za udaljenija odredišta (pogotovo ona interkontinentalna) trebati više vremena za oporavak.

Prognoze organizatora putovanja za 2021.

Ova kriza je bez presedana u povijesti industrije putovanja. Nikada ranije sektor putovanja, bilo da je riječ o poslovnim ili tzv. leisure putovanjima, sektor zračnog i cestovnog prijevoza te sektor kongresne industrije u zemljama Beneluksa nije bio suočen s ovakvo razornim posljedicama. Neprestane promjene i nejasne preporuke za putovanja u određene destinacije i restrikcije, te time uzrokovana neizvjesnost, negativno su utjecale na ponašanje potrošača i potakle su i ono malo zainteresiranih građana koji su željeli putovati, da se radi velike neizvjesnosti ove godine odluče preskočiti svoje ljetovanje i da ostanu ljetovati u svojim domovima ili u svojoj ili susjednim zemljama.

Pad prometa i prihoda kod ovdašnjih turoperatora u 2020. iznosi između 80 do 90% i pravo je čudo da do sada još nije došlo do masovnih stečajeva u industriji putovanja. U prvom redu su za to zahvalne mjere vlade za očuvanje radnih mjesta, te reorganizacija i mjere štednje koje provode sami turooperatori, no očekuju se daljnji otkazi i stečajevi. Brojni turooperatori se prilagođavaju potražnji svojih klijenata i preorijentiraju svoje poslovanje s dalekih na bliža odredišta, ponajprije na susjedne i europske zemlje u okruženju, a prezimit će moći oni koji imaju dovoljno vlastitih sredstava i koji investiraju vlastita sredstva za premošćivanje ove krize. Uvjeti za bukiranje i storniranje putovanja nikada nisu bili blaži, a za stornirana putovanja klijentima se izdaju voucheri koje mogu iskoristiti u kasnijem terminu. No, izdavanje vouchera za otkazana i nerealizirana putovanja za sobom povlači određene posljedice i samo dodatno komplicira stvari. Naime, brojni voucheri morat će biti isplaćeni klijentima u roku od slijedećih nekoliko mjeseci u gotovini, ali brojne turističke tvrtke više nisu ili neće biti likvidne da bi u gotovini isplatile tolike iznose.

TURISTIČKA SEZONA 2021. – HRVATSKA

Okvirna procjena ukupnog broja dolazaka i noćenja u Hrvatskoj u 2021.

Iako je izgledno da je ova kriza daleko od svog kraja, putnici iz Belgije ipak su putovali ovog ljeta, doduše u znatno manjem broju, bliže odnosno u odredišta dostupna automobilom, rjeđe nego inače, a za smještaj su uglavnom birali kuće za odmor, turistička naselja, kampove, a manje hotelski smještaj. Pretpostavljamo, da će i u slijedećoj godini biti potražnja za sličnim načinom putovanja uz preferencije za sporo otkrivanje tzv. slow turizam (otkrivanje odredišta na polagan način u potrazi za lokalnim iskustvom, tradicijom i autentičnošću), prirodo, ekološka putovanja tj. uz visoku svijest za očuvanje okoliša i poštivanje načina života lokalnog stanovništva, što će i od hrvatskih pružatelja usluga zahtijevati određenu fleksibilnost, reaktivnost i kreativnost.

Što se programa turoperatora tiče, planiranih letova zračnih prijevoznika, imidža Hrvatske na tržištu, trenutno nema znakova za zabrinutost budući da su u najavi praktički svi letovi i turooperatorski programi kao i za 2019. odnosno 2020. No, realizacija turooperatorskih programa i letova uvelike će ovisiti o daljnjoj potražnji na tržištu, daljnjem razvoju epidemije, raspoloživosti cjepiva, daljnjem razvoju sigurnosne, epidemiološke i sanitarne situacije, prije svega u Hrvatskoj, zemljama Beneluksa, Europi i svijetu stoga je davanje bilo kakvih konkretnijih prognoza i procjena za 2021. u ovom trenutku je vrlo nezahvalno i nerealno.

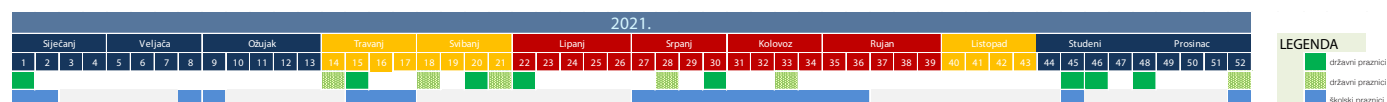
Najave zastupljenosti Hrvatske u programima organizatora putovanja

Zastupljenost u programima vodećih organizatora putovanja je za sada nepromijenjena i ukoliko ne dođe do stečajeva nekih turoperatora, zračnih prijevoznika itd. ne očekujemo značajnije promjene u promociji Hrvatske. No, i u 2021. očekuje se manji volumen putnika nego u 2019. te drugačiji, već ranije spomenuti način putovanja. Puno će toga naravno ovisiti o daljnjem razvoju epidemiološke situacije, restrikcijama odnosno negativnim preporukama za putovanja, raspoloživim letovima, potražnji itd.

Mjere koje bi prema mišljenju organizatora putovanja trebalo poduzeti u 2021.

Očekuje se ponovno pokretanje prodaje u proljeće 2021., te interes belgijskog tržišta prema destinacijama u blizini, u što se može svrstati i Hrvatska, naravno ukoliko epidemiološke okolnosti budu povoljne, prije svega u Hrvatskoj. Očekuje se da će i dalje biti u trendu putovanja vlastitim automobilom, da će građani putovati rjeđe nego inače, a za smještaj birati kuće za odmor, obiteljski smještaj, kampove, nautiku, a manje hotelski smještaj. Očekuje se da će buking biti uglavnom u last minute periodu. U ovakvom kontekstu, Hrvatska ima sve komparativne prednosti da se ponovno nametne kao jedno od popularnih europskih odredišta Belgijaca. 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, a u kampanjama valja isticati prilagođavanje hrvatske turističke ponude aktualnom kontekstu. Hotelijeri, a naročito ugostitelji trebali bi biti oprezni pri formiranju cijena budući da je Hrvatska tijekom proteklih nekoliko godina postajala sve skuplja, a cijene u popularnim jadranskim odredištima su dosegle vrh i nerijetko je cijena obroka znatno viša nego u samoj Belgiji, a da pritom kvaliteta nije uvijek odgovarajuća. Također je bitno, da naša zemlja beskrupulozno poštuje sve sanitarne i epidemiološke mjere, da ih jasno definiira kroz različite oznake koje mogu koristiti pružatelji usluga i koje jamče sigurnost i poštivanje svih mjera, te da poduzme sve što je moguće da se ponovno ne bi našla na „narančastim ili crvenim“ listima, s ciljem da se ovdašnjim turoperatorima omogući nesmetani buking za Hrvatsku.

Kalendar praznika



Državni praznici i vjerski blagdani (Public Holidays)	2020.	Dan u tjednu	Tjedan u	2021.	Dan u tjednu	Tjedan u	2022.	Dan u tjednu	Tjedan u
Nova godina (New Year's Day)	01.01.2020	Srijeda	1	01.01.2021	Petak	1	01.01.2022	Subota	1
Uskrs (Easter)	12.04.2020	Nedjelja	15	04.04.2021	Nedjelja	14	17.04.2022	Nedjelja	17
Uskršnji ponedjeljak (Easter Monday)	13.04.2020	Ponedjeljak	16	05.04.2021	Ponedjeljak	15	18.04.2022	Ponedjeljak	17
Praznik rada (Labour Day)	01.05.2020	Petak	18	01.05.2021	Subota	18	01.05.2022	Nedjelja	19
Uzašašće (Ascension Day)	21.05.2020	Četvrtak	21	13.05.2021	Četvrtak	20	26.05.2022	Četvrtak	22
Duhovi (Whit Sunday)	31.05.2020	Nedjelja	22	23.05.2021	Nedjelja	21	05.06.2022	Nedjelja	24
Duhovi ponedjeljak (Whit Monday)	01.06.2020	Ponedjeljak	23	24.05.2021	Ponedjeljak	22	06.06.2022	Ponedjeljak	24
Flamanski nacionalni praznik (Flemish National Holiday)	11.07.2020	Subota	28	11.07.2021	Nedjelja	28	11.07.2022	Ponedjeljak	29
Belgijski nacionalni praznik (Belgian National Holiday)	21.07.2020	Utorak	30	21.07.2021	Srijeda	30	21.07.2022	Četvrtak	30
Velika Gospa (Assumption of the Virgin Mary)	15.08.2020	Subota	33	15.08.2021	Nedjelja	33	15.08.2022	Ponedjeljak	34
Dan sjećanja (Remembrance Day)	01.11.2020	Nedjelja	44	01.11.2021	Ponedjeljak	45	01.11.2022	Utorak	45
Kraj I svj. rata (Armistice Day)	11.11.2020	Srijeda	46	11.11.2021	Četvrtak	46	11.11.2022	Petak	46
Dan dinastije (Day of the Dynasty)	25.11.2020	Srijeda	48	25.11.2021	Četvrtak	48	25.11.2022	Petak	48
Božić (Christmas)	25.12.2020	Petak	52	25.12.2021	Subota	52	25.12.2022	Nedjelja	53
Blagdan sv. Stjepana (Christmas)	26.12.2020	Subota	52	26.12.2021	Nedjelja	52	26.12.2022	Ponedjeljak	53

Izvor: <http://www.visitantwerpen.be/Bezoekersite-EN/Visitors/Useful-information/Useful-information-holidays.html>; <https://www.feiertagskalender.ch/index.php?geo=3285&jahr=2021&klasse=3&hl=en>

Školski praznici - Flamanska zajednica	2021.	
	Početak	Kraj
Božićni praznici i Nova godina	21.12.2020	03.01.2021
Zimski praznici	15.02.2021	21.02.2021
Proljetni/Uskršnji praznici	05.04.2021	18.04.2021
Ljetni praznici	01.07.2021	31.08.2021
Jesenski praznici	02.11.2021	05.11.2021
Božićni praznici i Nova godina	20.12.2021	02.01.2022
Školski praznici - Francuska/Njemačka zajednica		
Božićni praznici i Nova godina	21.12.2020	01.01.2021
Karnevalski praznici	15.02.2021	19.02.2021
Proljetni/Uskršnji praznici	06.04.2021	16.04.2021
Ljetni praznici	01.07.2021	30.08.2021
Jesenski praznici	02.11.2021	05.11.2021
Božićni praznici i Nova godina	20.12.2021	02.01.2022

Izvor: Eurydice