



# NIZOZEMSKA

PROFIL EMITIVNOG TRŽIŠTA - IZDANJE 2021.



## OSNOVNI PODACI

---

### 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 nezujesnim 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:

parlamentarna ustavna monarhija.

Nizozemska je parlamentarna, ustavna monarhija od 1815. godine, a na prestolju je Willem-Alexander van Oranje-Nassau. Nakon abdikacije svoje majke Beatrix, Willem-Alexander je stupio na prijestolje 30. travnja 2013. Koalicijsku vladu liberalnog premijera Marka Ruttea sačinjavaju stranke VVD, CDA, D66 i ChristenUnie.

### Površina:

Ukupna: 41.526 km<sup>2</sup>.

Kopna: 33.883 km<sup>2</sup>.

Mora i voda: 7.643 km<sup>2</sup>.

### Najveći gradovi:

Amsterdam (869.709),  
Rotterdam (650.459),  
Den Haag (545.863),  
Utrecht (357.667),  
Eindhoven (233.983).

### Stanovništvo:

Prema procjenama nizozemskog Državnog zavoda za statistiku (CBS), u listopadu 2019. godine stanovništvo je brojilo 17.282.163 osoba (8.701.077 žena i 8.581.086 muškaraca):

0-19 godina	3.729.000
20-40 godina	5.335.000
40-65 godina	4.841.000
65-80 godina	2.515.000
80+	799.000

## OPĆE KARAKTERISTIKE GOSPODARSTVA

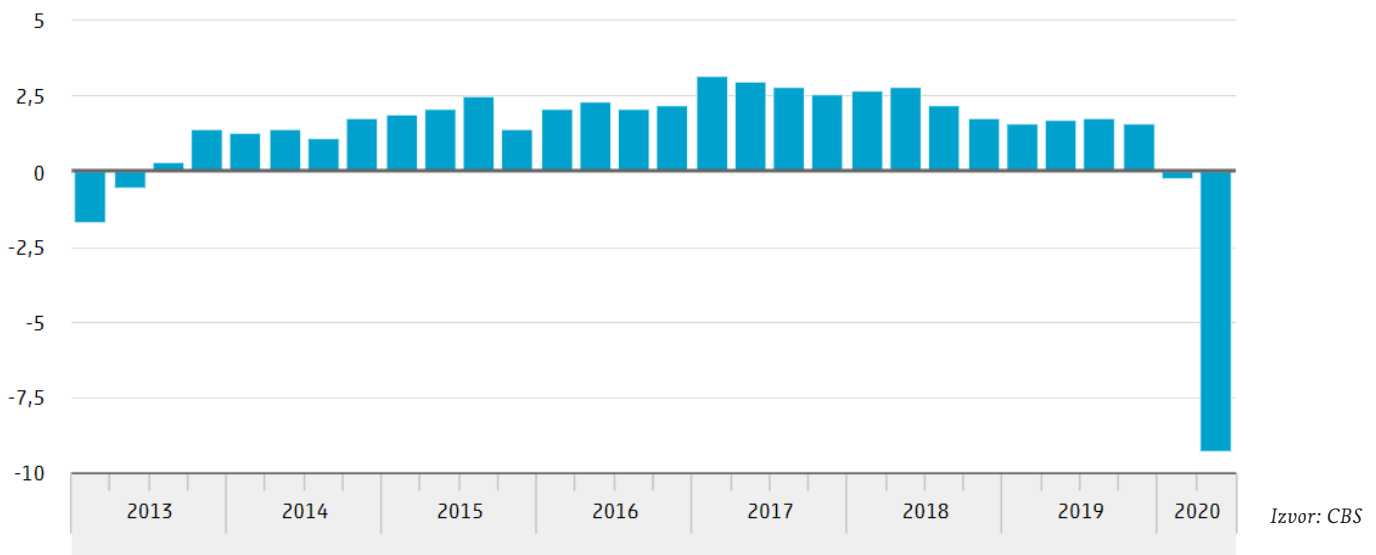
Iako se radi o relativno maloj zemlji, Nizozemska je 6. po snazi gospodarstvo Europske unije te igra važnu ulogu i kao europsko transportno čvorište. Gospodarstvo Nizozemske je 17. najveće na svijetu u 2019. godini prema Svjetskoj banci i Međunarodnom monetarnom fondu u smislu BDP-a. Nizozemska ima prosperitetno i otvoreno gospodarstvo, koje uvelike ovisi o vanjskoj trgovini i izvozu i izvozi više od dvije trećine BDP-a. Ima visok trgovinski višak, stabilnu industriju i nisku nezaposlenost. Glavni izvozni proizvodi su: strojevi i transportna oprema (28%), mineralna goriva (23%), hrana (11%), odjeća i obuća (10%) te farmaceutski proizvodi (5%). Gospodarstvo se odlikuje stabilnom industrijom, prilično niskom nezaposlenošću i niskom inflacijom. Nizozemska ima važnu ulogu kao europsko prometno čvorište. Rotterdam je najveća teretna luka u Europi, a zračna luka Amsterdam Schiphol jedna je od 5 najvećih zračnih luka u Europi. Industrijska djelatnost pretežno je u preradi hrane, kemikalijama, preradi nafte, visokim tehnologijama, financijskim uslugama, kreativnom

sektoru i električnim strojevima. Visoko mehanizirani poljoprivredni sektor zapošljava ne više od 2% radne snage, ali osigurava velike viškove za prehrambenu industriju i za izvoz. Do 2019., nizozemsko gospodarstvo bilježi solidan rast već petu godinu zaredom.

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

BDP po stanovniku iznosi 52.448 USD u 2019. što Nizozemsku čini jednom od zemalja s najvećim BDP-om na svijetu i neznatno je manji nego u 2018. (53.048 USD). U drugom kvartalu 2020. BDP bilježi pad od 9,3% uspoređujući s istim kvartalom godinu dana ranije. BDP je u 2019. iznosio 909 milijardi USD.

### Postotak promjene uspoređujući s godinom ranije:

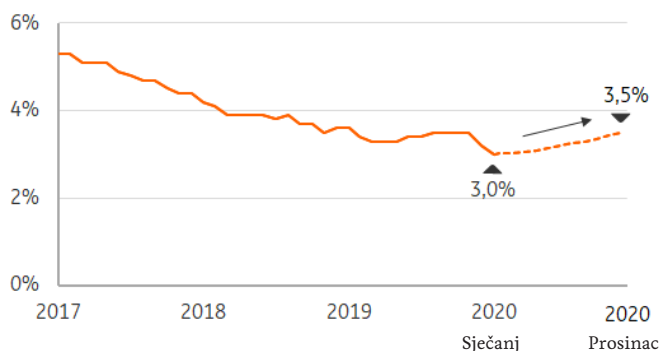


## Postotak nezaposlenosti u 2019., aktualno stanje u 2020. i procjena trenda

Na kraju 2018. stopa nezaposlenosti je bila ispod 4%, prema standardima ILO-a (International Labour Organization). U 2019. dosegla je planiranih 3,6%. U siječnju 2020. nezaposlenost je čak pala na 3%. Dolaskom epidemije uzrokovane korona virusom, nezaposlenost je porasla na 4,3%. U prvom tromjesečju nezaposlenost je relativno padala, ali u drugom tromjesečju 2020. broj nezaposlenih naglo raste.

Nezaposlenost raste sukladno očekivanjima u 2020. (udio nezaposlenih u radno sposobnom stanovništvu 15-75 godina).

### Kretanje stopa nezaposlenosti, 2017.-2020.



Izvor: CBS, raming ING Economisch Bureau

### Prosječna plaća

Bruto prosječna plaća iznosi 2.816 EUR mjesečno (2.245 EUR neto).

### Stopa inflacije

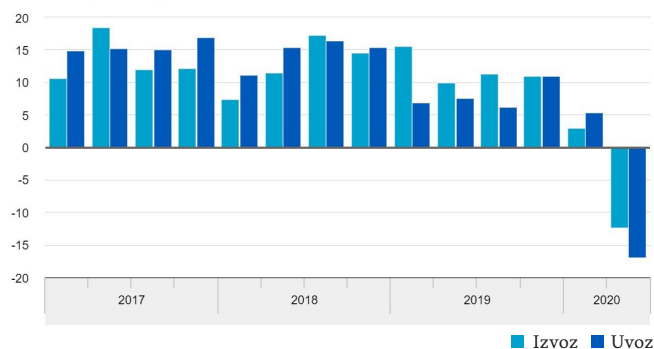
Prosječna stopa inflacije u Nizozemskoj u 2020. iznosi 1,40%.

### Vanjskotrgovinska bilanca

Od siječnja do srpnja 2020.: -9,5%.

U drugom tromjesečju izvoz usluga smanjen je za 12%. Izvoz robe smanjio se za 9% u prvih šest mjeseci. U prvoj polovici 2020. godine izvoz robe bio je gotovo 23 milijarde eura niži u odnosu na isto razdoblje 2019. godine, pad od 9%. U prvom tromjesečju izvoz je i dalje bio gotovo na istoj razini kao i prošle godine, no u drugom je tromjesečju izvoz pao za 17%. Početkom trećeg tromjesečja 2020. izvoznici su manje negativni u prognozama nego u drugom tromjesečju 2020.

## Vrijednosti međunarodne trgovine i usporedba s godinom ranije:



## Utjecaj globalnih gospodarskih kretanja na domaćino gospodarstvo

Prema prvom izračunu nizozemskog Zavoda za statistiku (CBS), na temelju trenutno dostupnih podataka, bruto domaći proizvod (BDP) smanjio se u drugom tromjesečju 2020. za 8,5% u odnosu na prethodno tromjesečje. Više od polovice pada BDP-a u drugom tromjesečju može se pripisati naglom padu potrošnje kućanstava. Također se bilježi pad ulaganja. Takav pad CBS do sada još nije zabilježio. Do sada je najveći pad zabilježen u prvom kvartalu 2009. uslijed posljedica globalne financijske krize i iznosio je 3,6%.

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

Nizozemska je kao i brojne druge zemlje uvela lockdown kako bi spriječila širenje zaraze u prvom valu, tj. u proljeće 2020. dok je u drugom valu, u jesen 2020. imala nešto blaže mjere (zatvoreni su kafići i restorani, preporuča se rad od kuće, ali nastavljen je koliko-toliko normalan život). Iako je nizozemska vlada uvela mjere za očuvanje radnih mjesta prema različitim modelima, prema kojima se poslodavcima, koji su mogli dokazati pad prometa do 100% pomoglo s isplatom do 90% bruto plaće, epidemija je brojne građane ostavila bez posla. Mjere za očuvanje radnih mjesta koristilo je 2,1 milijuna radnika u ukupnom iznosu od 8,7 milijardi eura (podaci iz lipnja). Nizozemska je vlada također pomogla krizom snažno pogođenom sektoru avijacije, odobrivši KLM-u program pomoći od čak 3,4 milijarde eura kako bi uspio preživjeti kroz slijedećih 5 godina zbog značaja nacionalnog zračnog prijevoznika za nizozemsko gospodarstvo.

Prema Zavodu za statistiku (CBS), BDP u Nizozemskoj se smanjio za 8,5% u drugom kvartalu 2020. uspoređujući s prethodnim kvartalom, što je rezultiralo negativnim

---

utjecajem na potrošnju, ali i na investicije i trgovinsku bilancu. Kućanstva su u drugom kvartalu trošila 10,4% manje nego u istom razdoblju 2019. Smanjile su se i investicije za 12,4%. Očekuje se kako će ugostiteljstvo, promet, turizam i poslovne usluge ostvariti najveći pad u 2020. godini. Trgovina na malo jedini je komercijalni sektor koji je ove godine rastao, uglavnom supermarketi i internetske trgovine (+35%). U svim scenarijima predviđa se smanjenje gospodarstva od 4% do 6% u 2020. U 2021., očekuje se rast gospodarstva za 3,5% nakon smanjenja u 2020. godini zbog epidemije. Smanjile su se i investicije u prijevozna sredstva, prije svega osobne automobile, teretna vozila, stanove i poslovne prostore. Povećale su se jedino investicije u računala i informatičku opremu.

*Izvor: CBS*

# MEDIJI I OGLAŠAVANJE NA TRŽIŠTU

## Prikaz glavnih medija (TV, dnevni listovi, magazini) po segmentima (turistički, politički, sportski...)

### TV postaje

#### Javna televizija (NOS):

Nederland 1  
Nederland 2  
Nederland 3

#### Komercijalni TV programi:

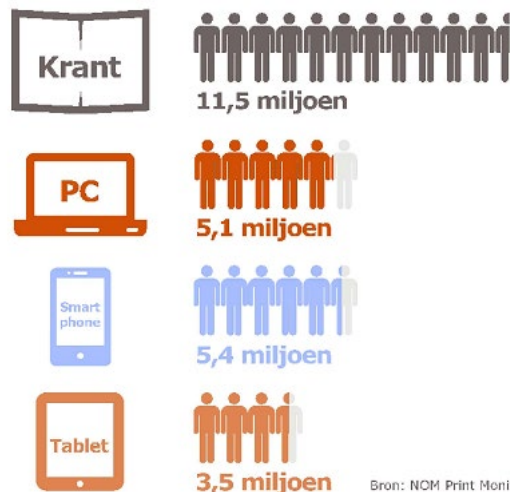
RTL 4  
RTL 5  
RTL 7  
RTL 8  
RTL9  
Veronica  
SBS 6  
Net 5  
National Geographic Channel  
FOX  
Kitchen24

#### Dnevni listovi:

De Telegraaf  
AD  
De Volkskrant  
NRC Handelsblad  
Trouw  
Nrc-next  
FD  
Reformatorisch Dagblad  
Nederlandse Dagblad

## Naklade, regionalna pokrivenost, čitanost, praćenje za medije

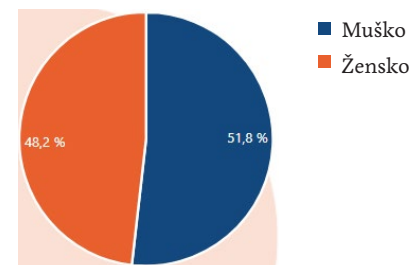
Tiskana izdanja svih nizozemskih novina u opadanju su, dok su gotovo sva digitalna izdanja u porastu.



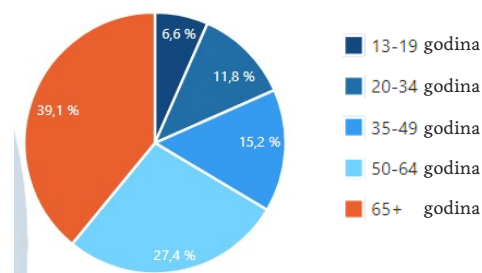
Bron: NOM Print Monitor 2019-1

## Mediji prema dobnoj skupini:

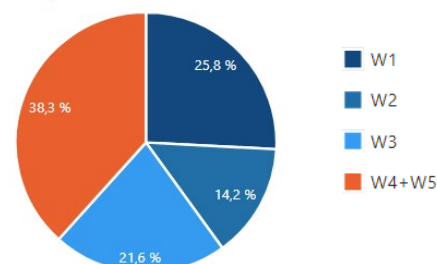
Profil pratitelja prema spolu



Profil pratitelja prema dobi

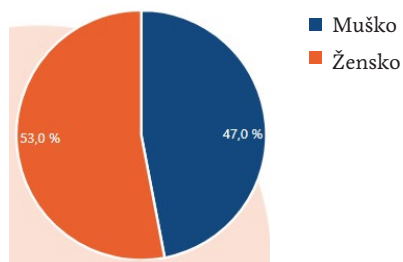


Profil pratitelja prema prosperitetu

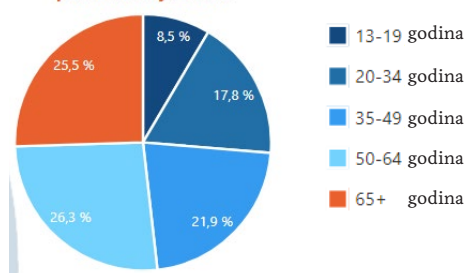


## Časopisi:

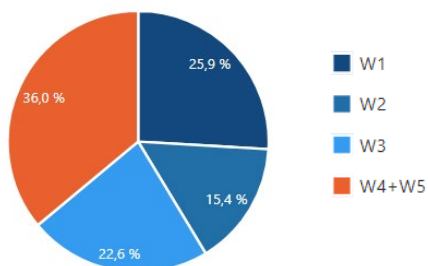
Profil pratitelja prema spolu



Profil pratitelja prema dobi

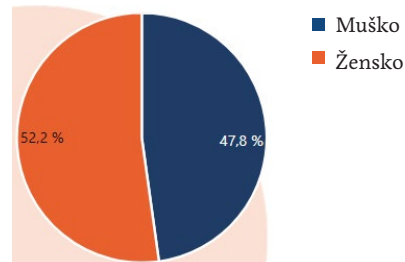


Profil pratitelja prema prosperitetu

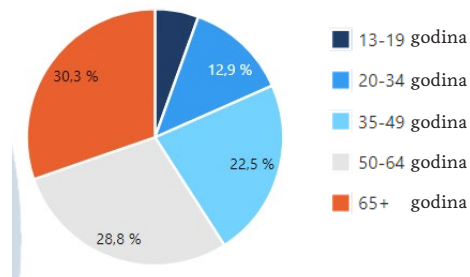


## Besplatne novine:

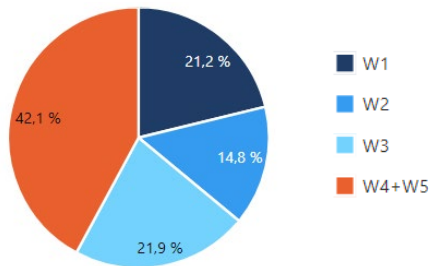
Profil pratitelja prema spolu



Profil pratitelja prema dobi



Profil pratitelja prema prosperitetu



## Lista top 30 (pretpata i doseg)

Redni broj	Merk	Doseg (x1000)	%
1	ADR Nieuwsmedia	10.591	72,2 %
2	De Telegraaf	8.196	55,9 %
3	de Volkskrant	5.190	35,4 %
4	Libelle	4.097	27,9 %
5	NRC	4.070	27,8 %
6	Trouw	3.048	20,8 %
7	Story	2.871	19,6 %
8	Veronica Magazine	2.710	18,5 %
9	Margriet	2.607	17,8 %
10	Donald Duck	2.397	16,3 %
11	LINDA.	2.325	15,9 %
12	AutoWeek	2.260	15,4 %
13	Flair	1.398	9,5 %
14	vtwonen	1.378	9,4 %
15	Plus	1.357	9,3 %
16	Cosmopolitan	1.357	9,3 %
17	Glamour	1.239	8,5 %
18	FD	1.203	8,2 %
19	Viva	1.130	7,7 %
20	Ouders van Nu	1.124	7,7 %
21	Quest	1.101	7,5 %
22	Quote	1.079	7,4 %
23	Televizier	977	6,7 %
24	Kek mama	716	4,9 %
25	Autovisie	698	4,8 %
26	RD	695	4,7 %
27	ELLE	684	4,7 %
28	Nouveau	659	4,5 %
29	VOGUE	630	4,3 %
30	EW . Elsevier Weekblad	594	4,1 %



## Najznačajniji časopisi s turističkom tematikom:

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

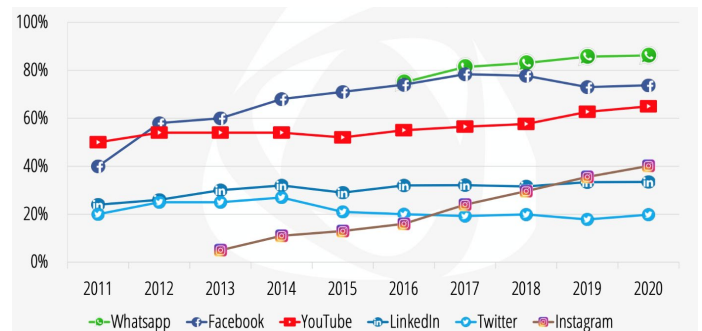
## Najznačajnije internet stranice s turističkom tematikom:

- [www.anwb.nl](http://www.anwb.nl)
- [www.oppad.nl](http://www.oppad.nl)
- [www.reizen.nl](http://www.reizen.nl)
- [www.columbusmagazine.nl](http://www.columbusmagazine.nl)
- [www.vakantie.nl](http://www.vakantie.nl)
- [www.zoover.nl](http://www.zoover.nl)

## Društvene mreže i tzv. messengeri:

Korištenje društvenih mreža i dalje se povećava, briga o privatnosti i dalje je velika. Čak 96% građana aktivno je na društvenim mrežama. WhatsApp je najveća platforma u 2020. godini, dok Instagram i Youtube i dalje rastu. Facebook raste osobito među starijim osobama, a u sve većem padu je među adolescentima i osobama između 15-19 godina. Primjećuje se i sve veći prodor aplikacija TikTok i Snapchat.

## Udio korisnika koji koriste društvene mreže, 2011.-2020.



## Korištenje društvenih mreža:

	2019	2020	+/- (#)	+/- (%)
	11,9 miljoen	12,1 miljoen	+ 220.000	+ 2%
	10,1 miljoen	10,4 miljoen	+ 230.000	+ 2%
	8,7 miljoen	9,1 miljoen	+ 430.000	+ 5%
	4,9 miljoen	5,6 miljoen	+ 710.000	+14%
	4,6 miljoen	4,7 miljoen	+ 70.000	+ 2%
	3,5 miljoen	3,5 miljoen	+ 45.000	+ 1%
	2,5 miljoen	2,8 miljoen	+ 310.000	+ 13%
	2,4 miljoen	2,7 miljoen	+ 310.000	+ 13%
	-	0,7 miljoen	-	-
	0,4 miljoen	0,4 miljoen	+ 30.000	+ 8%

## PROFIL EMITIVNOGA TURISTIČKOG TRŽIŠTA U 2020. GODINI

### Generalni osvrt na stanje na emitivnom turističkom tržištu

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 momentalno obustave te se počelo s hitnom evakuacijom i repatriacijom klijenata/građana. Zabrana/negativna preporuka samo se produžavala do 15.6., datuma s kojim je Nizozemska ukinula negativnu preporuku 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 te su masovno bukirali smještaj u vlastitoj zemlji (Belgija i Nizozemska) ili u odredištima u neposrednoj blizini odnosno u onim odredištima u koja se je moglo putovati automobilom, dok su ostala odredišta bilježila slab odnosno nikakav buking. Aktualna situacija utjecala je na promjene u motivima putovanja pa je tako većina Nizozemaca ove godine tražila povratak prirodi, boravke na zraku, bijeg od velikih urbanih sredina i zatvorenog prostora, 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 događalo da je vijest, koja se u jednom trenutku našla na naslovnici 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 na te mjeseci. Što se receptivnog tržišta tiče, u usporedbi s 2019., Nizozemska koja je očekivala izvrsnu turističku 2020. godinu, očekuje 14 milijuna manje stranih gostiju, što predstavlja pad od 71%, čime se Nizozemske brojke vraćaju na razinu iz 1990. godine.

Također je i broj domaćih turista u padu. Očekuje se 9 milijuna manje dolazaka što predstavlja pad od 36%.

Izvor: <https://nbtcmagazine.maglr.com/cijfers-internationale-bezoekers-nederland-juni-2020/verwachting-inkomend-toerisme-nederland-2020>

### 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 građane 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. 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, 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. Krovno udruženje nizozemskih turoperatora i putničkih agenata ANVR očekivalo je u 2020. promet od 10 milijardi eura, no zbog pandemije, promet koji će ostvariti u 2020. iznosi svega 1 do 1,5 milijarde eura odnosno 80-90% manje nego u 2019. 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, 200.000 turista tre-

balo 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 nizozemska industrija putovanja (Izvor: ANVR). Osim toga, također postoji bojazan da će radi krize posao izgubiti najmanje oko 30% turističkih djelatnika. Tek u travnju 2021., a neke pesimističnije prognoze navode tek 2022. ili čak 2023. (istraživanje Euronitor 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.

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

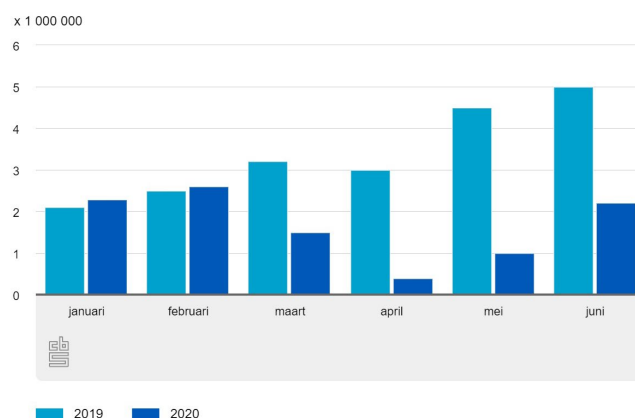
- znatno manji broj ostvarenih putovanja,
- građani su odmor provodili u zemlji ili u susjednim, vlastitim prijevozom lako dostupnim zemljama
- putovanja uglavnom automobilom, manje zrakoplovom
- putovanja su trajala kraće nego inače
- individualna putovanja umjesto grupnih
- za smještaj su uglavnom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

### Ukupan broj stanovnika koji su tijekom 2020. otputovali na odmor

U 2019. 83 % stanovnika tj. gotovo 14 milijuna Nizozemaca otputovalo je na godišnji odmor. U prosjeku Nizozemci putuju 3 puta godišnje. Godišnje se u Nizozemskoj realizira oko 40 milijuna putovanja.

Broj Nizozemaca koji su u 2020. otputovali na odmor u drugom tromjesečju 2020. bio je 65% manji nego u drugom tromjesečju 2019. Najveći pad bilježe inozemna odredišta (98%), dok se domaći turizam drži nešto bolje.

### Broj građana koji su otputovali na odmor (podaci za 2019. i 2020.):



Pad broja Nizozemskih turista koji je započeo u ožujku nastavio se i u drugom tromjesečju 2020. U travnju je na odmor otputovalo manje od 400.000 građana što je 88% manje (2,7 milijuna) nego u travnju 2019. Time je broj dosegao povijesni minimum. U svibnju je to bilo 3,4 milijuna manje, što je pad od 77% u odnosu na prošlu godinu. U lipnju je razlika s 2019. bila nešto manja i iznosila je 55% (2,8 milijuna turista manje).

Najveći utjecaj na odluke oko putovanja imali su lockdown te ograničenja/negativne preporuke za putovanja, nesigurnost uzrokovana epidemijom, strah itd., no većina građana planirala je odgoditi svoje putovanje, a ne i otkazati.

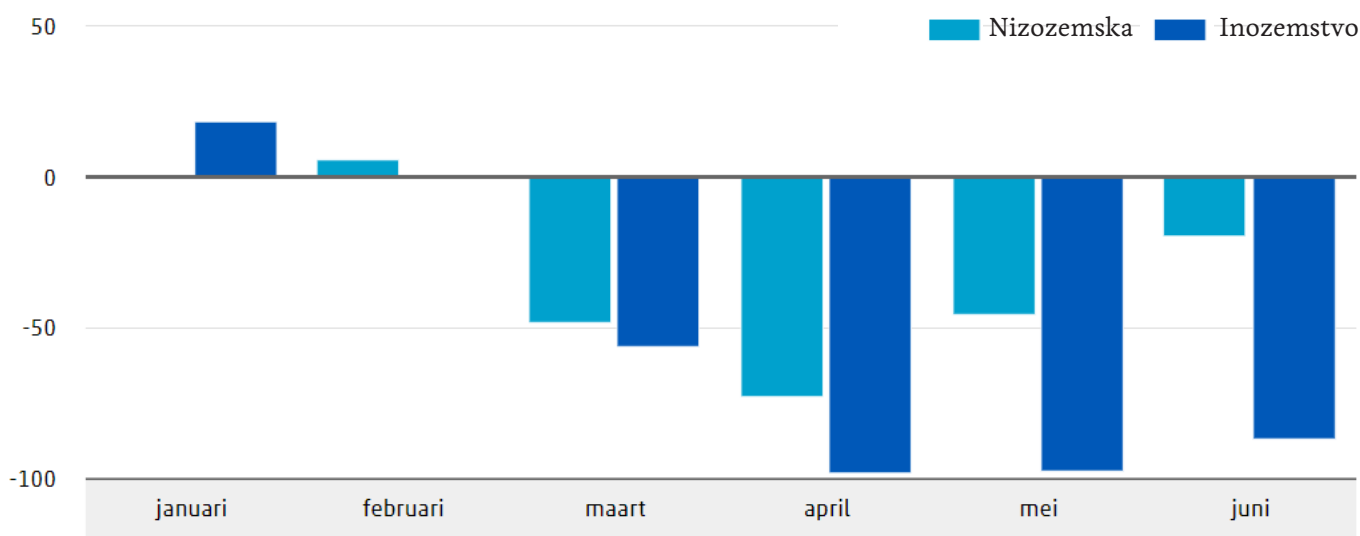
### Broj stanovnika koji su na odmor otputovali u inozemstvo/odmor proveli u vlastitoj zemlji

U 2019. 8 milijuna Nizozemaca odmor je provelo u vlastitoj zemlji, dok ih 11 milijuna odmor provodi u inozemstvu. Ukupno se u inozemstvu realizira oko 22 milijuna putovanja, a u tuzemstvu 18 milijuna.

Trenutno su raspoloživi podaci samo za 2. kvartal 2020. U 2. kvartalu 2020., smanjenje je daleko najveće u segmentu ljetovanja s odredištima u inozemstvu, čak 98% u usporedbi s 2019. U travnju je u inozemstvo putovalo samo 36.000 građana, u svibnju 69.000. Čak i u lipnju, kada je konačno ukinuta negativna preporuka, zabilježen je pad od 87% u usporedbi s 2019. Putovanja u tuzemstvu su bilježila znatno manji pad - od 72% u travnju, 46% u svibnju, a u lipnju je zabilježen pad od svega 19% uspoređujući s godinom ranije.

Izvor: CBS

## Putovanja na odmor u 2020. u inozemstvu/u vlastitoj zemlji (uspoređujući s 2019.)



### Redoslijed omiljenih destinacija

Nažalost ne raspolažemo s točnim podacima, ali ukoliko promatramo prema broju ostvarenih rezervacija u lipnju (kada je ukinuta negativna preporuka), najmanji pad bukinga zabilježila su odredišta u blizini - Njemačka, Francuska, Belgija, Austrija, Italija i to su uz Nizozemsku odredišta koja su ove godine bila najpopularnija. Inače prijašnjih godina, redoslijed nije bio znatno drugačiji, osim što je u prvih pet najpopularnijih zemalja, nakon Njemačke i Francuske, a prije Belgije i Italije bila Španjolska, koja je zbog epidemije ove godine bila znatno slabije posjećena. Ove godine van-europska odredišta, poput Turske, Tunisa, Egipta praktički se uopće nisu prodavala budući da je čitavo vrijeme na snazi bila negativna preporuka za putovanja.

### 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.

Prema podacima iz sustava eVisitor 25% gostiju iz Nizozemske bilo je agencijskih, dok ih je 75% bilo individualno.

Inače u 2019. godini u Nizozemskoj je 2/3 putovanja u inozemstvo bilo organizirano. Za bliska odredišta te za smještaj u kampovima, organizacija putovanja uglavnom je individualna, a velika je penetracija rezervacijskih platformi poput booking.com, airbnb i sličnih.

U 2019., za udaljenija odredišta, tipično turooperatorska odredišta poput Turske, Španjolske, Egipta, Tunisa te za daleka odredišta kao i za kompleksnija putovanja, organizacija je uglavnom išla preko posrednika. Nizozemci su najčešće bukirali paket-aranžman (39%), u 27% slučajeva bukiraju odvojeno smještaj i prijevoz, 24% ih bukira samo smještaj, 8% samo prijevoz, a 1% kreće na put bez rezerviranog smještaja.

### Vrsta prijevoza koji su turisti preferirali prilikom odlaska na godišnji odmor

U 2019., za putovanja u inozemstvo je najpopularnije prijevozno sredstvo bio zrakoplov (46%), a odmah nakon njega automobil (45%), 3% građana biralo je vlak, a 6% ostala prijevozna sredstva. Automobil se koristi uglavnom za putovanja u vlastitoj zemlji te za putovanja u susjedne zemlje, u tom slučaju čak 88% građana putuje automobilom.

Pretpostavlja se da je ove godine radi epidemije te putovanja u bliža odredišta preko 70% građana na odmor putovalo automobilom.

## Koji su način organiziranja odmora / bukiranja turisti preferirali prilikom odlaska na godišnji odmor

I prije izbijanja pandemije, sve je veći broj građana koji su bukirali svoj odmor putem interneta (najmanje 2/3 građana), bez obzira bilo to individualno ili putem posrednika. Kod putovanja u inozemstvo, 28% građana je smještaj rezerviralo kod posrednika tj. turoperatora, 20% izravno kod pružatelja smještaja, 20% kod različitih pružatelja usluga, dok 21% uopće nije rezervirao smještaj. Gotovo u 40% slučajeva smještaj je bukiran 3 mjeseca ili više prije putovanja, 14% mjesec do 3 mjeseca prije putovanja, 20% tjedan do mjesec dana prije putovanja. 68% građana bukira putem interneta, 11% osobno kod putničkog agenta, 7% telefonski, 9% putem e-maila ili poruka.

Epidemija je svakako promijenila navike potrošača. Tijekom epidemije, buking kod organizatora putovanja je praktički bio obustavljen. U ožujku, buking je pao 64%, u travnju 78%, u svibnju 70%, u lipnju 41%, u srpnju 42%, u kolovozu 50% (izvor: ANVB i GfK).

Nizozemci 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 2019., nizozemski gosti uglavnom su preferirali hotelski smještaj, smještaj u kućama za odmor, mobilnim kućicama, apartmanima i u kampovima.

Hotel, Pansion, B&B	43%
Kamp-prikolica, kamper	10%
Apartman	10%
Mobilna kućica ili apartman u turističkom naselju	17%
Stan ili soba (airbnb i slično)	17%

Postotak smještaja u hotelima uglavnom je visok zbog Turske, Grčke i drugih dalekih destinacija budući da se zračni prijevoz uglavnom kombinira s boravkom u hotelima.

Prema informacijama dobivenim iz medija i od turoperatora, ove su godine Nizozemci uglavnom bukirali odmor u kućama za odmor, kampovima, obiteljskom smještaju, turističkim naseljima, a manje u hotelima. Točni statistički podaci u trenutku izrade ovog godišnjaka još nisu dostupni.

### Razrada tržišta s obzirom na motiv putovanja

U 2019., najpopularniji motivi putovanja su druženje, rekreacija na otvorenom (pogotovo biciklizam), izlasci, shopping, posjet kulturnim atrakcijama, posjet događanjima, sportska događanja, sudjelovanje na sportskim aktivnostima, wellness.

Kada su putovanja u inozemstvo u pitanju, u 18% slučajeva motiv je bio aktivni odmor, 18% odmor na plaži, 18% tzv. citytrip, 6% priroda, 7% kultura, 3% wellness, 8% turing, 13% odmor s obitelji.

I u 2020. godini, nakon tromjesečne karantene, većina nizozemskih turista 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

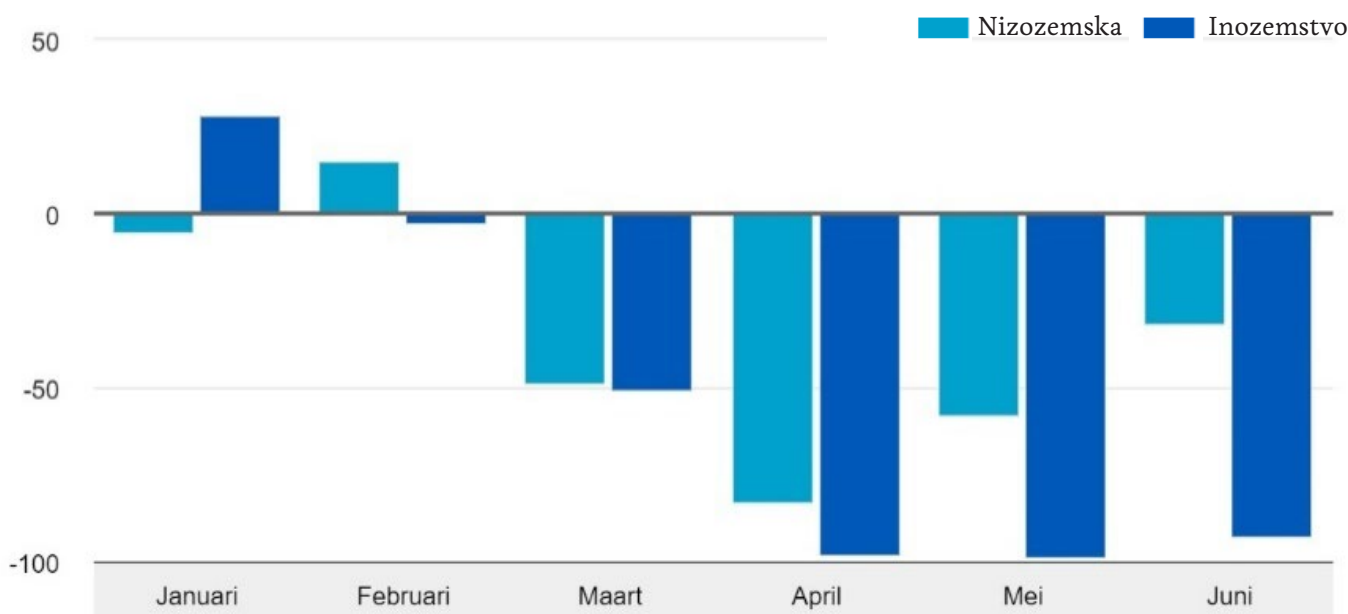
## Prosječni budžet/potrošnja po putovanju

Nizozemci su u 2019. potrošili preko 20 milijardi eura za putovanja. Oko 18 milijardi otpada na putovanja u inozemstvo, a 3 na putovanja u vlastitoj zemlji. U prosjeku Nizozemci za putovanje u inozemstvo troše 785 eura. Prosječna potrošnja po osobi i danu za putovanja u inozemstvo iznosi 70 eura, a za ljetovanja Nizozemci izdvajaju dvostruko više nego za zimovanja.

U drugom tromjesečju 2020. godine Nizozemci su potrošili 0,6 milijardi eura na putovanja uspoređujući s 5,4 milijarde godinu ranije odnosno 88% manje. Potrošnja za odmor u vlastitoj zemlji pala je za 50% dok je potrošnja za putovanja u inozemstvu pala za čak 96%. Po prvi je puta izdvojeno više za odmor u vlastitoj zemlji nego za odmor u inozemstvu, budući da inače Nizozemci za putovanja u inozemstvo izdvajaju 4-5 puta više nego za odmor u vlastitoj zemlji

Izvor: CBS

## Potrošnja za putovanja, 2020. uspoređujući s 2019.



## Pregled organizatora putovanja na tržištu

Pad prometa i prihoda kod ovdašnjih turoperatora u 2020. iznosi između 80 do 90% i prema riječima predstavnika nizozemskog udruženja turoperatora i putničkih agenata, ANVR, pravo je čudo da do sada još nije došlo do masovnih stečajeva u industriji putovanja. U prvom redu su za to zaslužne mjere vlade za očuvanje radnih mjesta te reorganizacija i mjere štednje koje provode sami turoperatora, no očekuju se daljnji otkazi i stečajevi. Brojni turoperatora se prilagođavaju potražnji svojih klijenata i preorijentiraju svoje poslovanje s dalekih na bliža odredišta, ponajprije na susjedne i europske zemlje u okruženju, a prezimiti 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 sljedećih 5 mjeseci u gotovini, ali brojne turističke tvrtke više nisu ili neće biti likvidne da bi u gotovini isplatile tolike iznose. Nade se polažu u tzv. posebnu banku vouchera u kojoj bi turističke tvrtke od vlade mogle pozajmiti novac za isplatu vouchera, a novac bi vratili kroz nekoliko godina, no za sada je ta banka vouchera tek u fazi razmatranja.

---

## Glavni organizatori putovanja na tržištu su i dalje slijedeći:

Nakon stečaja Thomas Cooka u jesen 2019., na tržištu je i dalje najveći turoperator TUI, slijedi mu Sundio Groep sa svojim tržišnim markama Sunweb, Eliza Was Here, a trenutno je Sundio Groep u procesu spajanja s još jednim velikim turoperatorom, Corendon. Ostali turooperatori na tržištu uglavnom su specijalizirani za različite „niše“, aktivni odmor, biciklizam, smještaj u kampovima, putovanja samo za odrasle, kulturna putovanja, ture itd. Neki od najvažnijih turoperatora na tržištu su slijedeći: Djoser, de Vakantiediscounter, de Jong Intra Vakanties, Kras, Novasol, Corendon, Bolderman, ANWB, Alltours, ACSI, D-Reizen, OAD, Vacanceselect, Vacancesoleil itd.

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

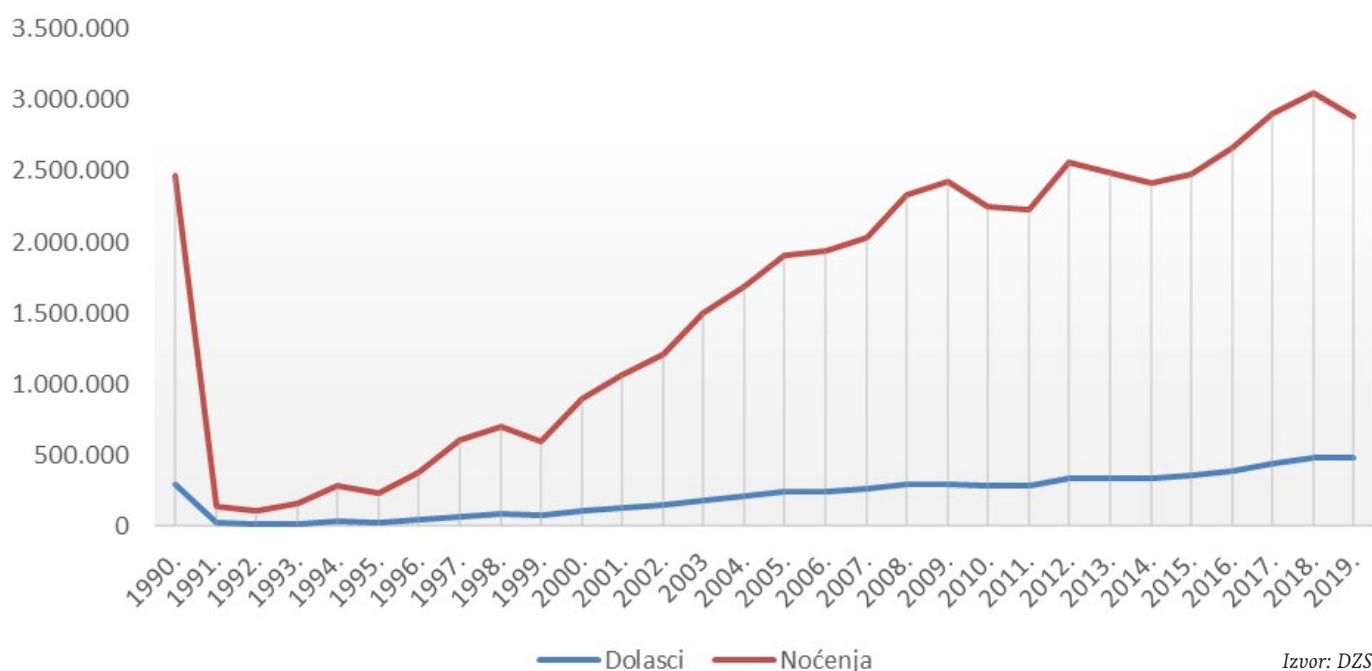


## UDJEL TRŽIŠTA U UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU

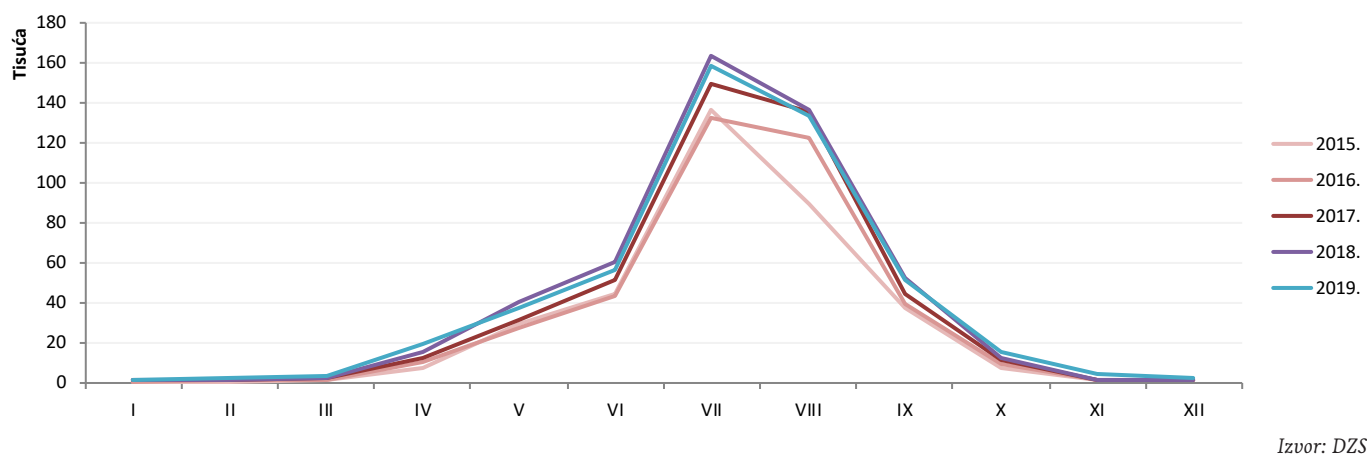
NIZOZEMSKA	Dolasci			Noćenja		
	apsol.	index	1990.=100	apsol.	index	1990.=100
1990.	299.343		100	2.465.385		100
1991.	19.786	7	7	143.505	6	6
1992.	11.917	60	4	105.158	73	4
1993.	16.965	142	6	158.681	151	6
1994.	29.809	176	10	284.178	179	12
1995.	25.341	85	8	234.153	82	9
1996.	42.000	166	14	377.000	161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

Izvor: DZS

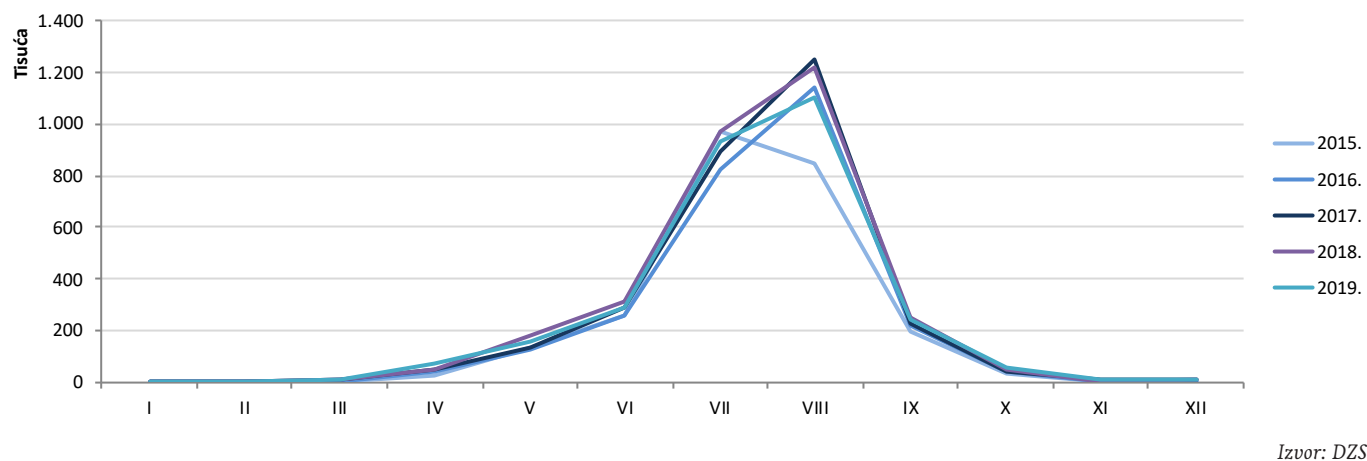
## Dolasci i noćenja nizozemskih turista, razdoblje 1990. - 2019.



## Dolasci po mjesecima - Nizozemska

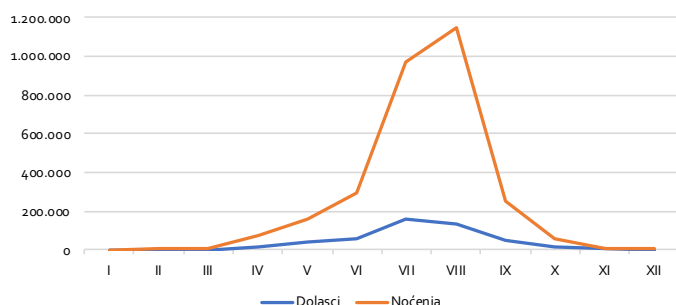


## Noćenja po mjesecima - Nizozemska



## REZULTATI 2019. PREMA SUSTAVU eVISITOR

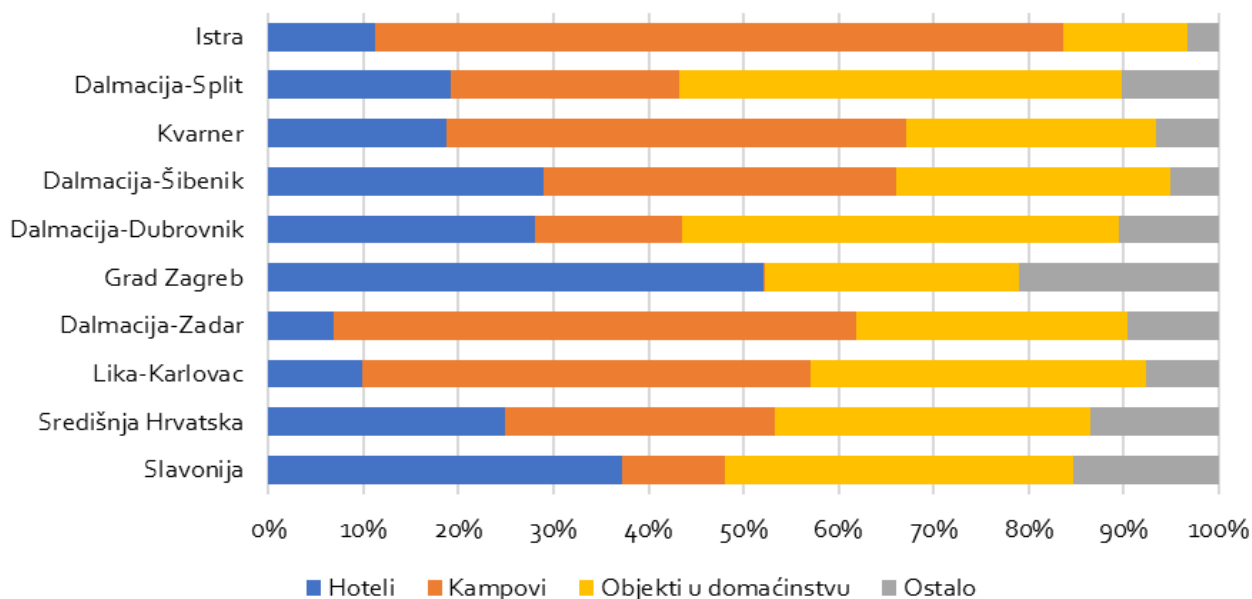
### Dolasci i noćenja nizozemskih turista, 2019.



### Dolasci i noćenja po klasterima

	Dolasci	Noćenja
Istra	171.155	1.520.712
Dalmacija-Split	77.055	366.915
Kvarner	57.087	315.814
<b>Dalmacija-Zadar</b>	<b>42.141</b>	<b>261.831</b>
Dalmacija-Šibenik	25.570	139.985
Dalmacija-Dubrovnik	39.469	134.178
Lika-Karlovac	43.251	119.119
Nautika	8.923	65.961
Grad Zagreb	22.986	44.860
Središnja Hrvatska	6.862	15.893
Slavonija	1.600	3.391
<b>Ukupno</b>	<b>496.099</b>	<b>2.988.659</b>

### Noćenja nizozemskih turista po klasterima prema vrstama smještaja, 2019.



### Top deset gradova/općina po noćenjima

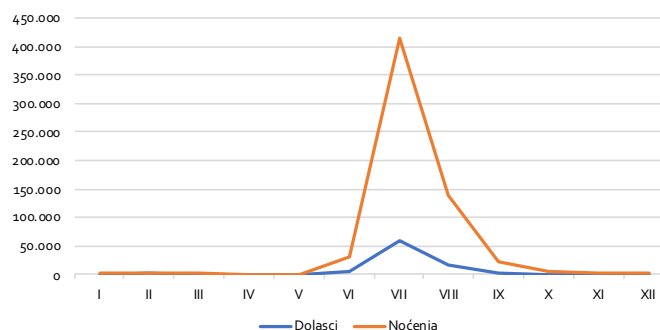
Grad općina	Noćenja
Funtana	259.266
Rovinj	239.056
Tar	189.173
Vrsar	150.275
Poreč	129.176
Split	89.031
Nin	84.753
Brtonigla	82.661
Fažana	74.954
Šibenik	74.511

### Dolasci po dobi i spolu

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

## REZULTATI 2020. PREMA SUSTAVU eVISITOR

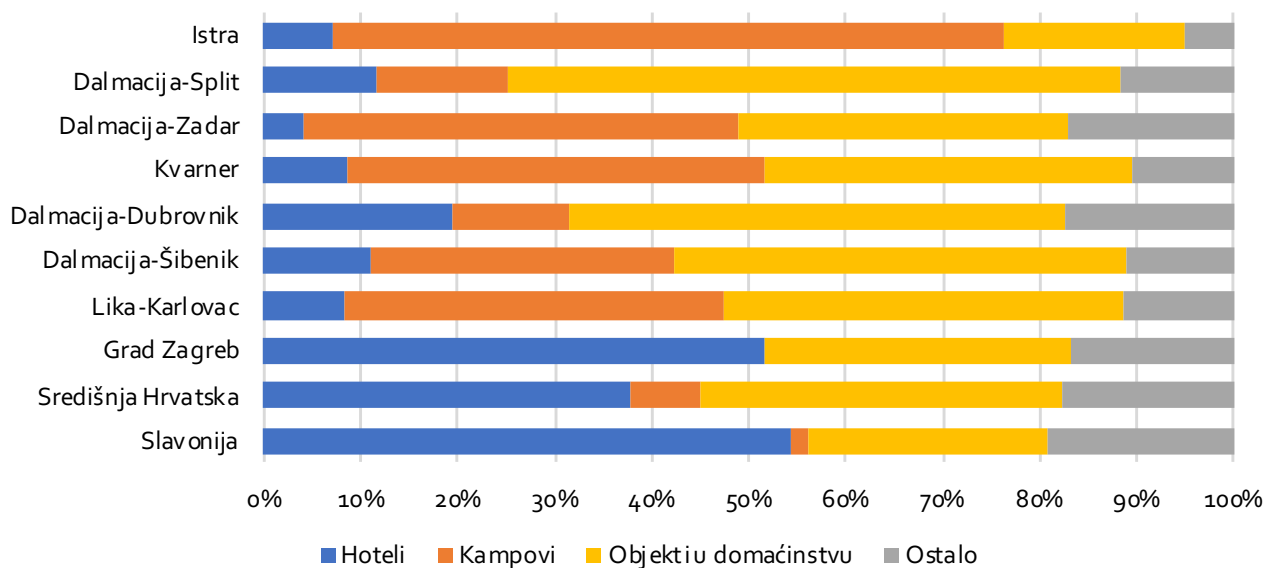
### Dolasci i noćenja nizozemskih turista, 2020.



### Dolasci i noćenja po klasterima

Klaster	Dolasci	Noćenja
Istra	32.595	298.838
Dalmacija-Split	14.755	85.340
Kvarner	10.337	64.683
<b>Dalmacija-Zadar</b>	<b>7.161</b>	<b>56.406</b>
Nautika	4.283	35.998
Dalmacija-Šibenik	4.049	28.053
Dalmacija-Dubrovnik	5.025	24.212
Lika-Karlovac	6.324	19.044
Grad Zagreb	4.245	9.349
Središnja Hrvatska	1.779	4.662
Slavonija	456	793
<b>Ukupno</b>	<b>91.009</b>	<b>627.378</b>

### Noćenja nizozemskih turista po klasterima prema vrstama smještaja, 2020.



### Top deset gradova/općina po noćenjima

Grad općina	Noćenja
Rovinj	55.494
Funtana	49.426
Tar	37.758
Poreč	25.176
Vrsar	23.868
Split	17.700
Nin	15.499
Medulin	14.248
Brtonigla	13.003
Krk	12.368

### Dolasci po dobi i spolu

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

## TOMAS HRVATSKA 2019. - NIZOZEMSKA

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	Nizozemska
More	66,5	<b>69,6</b>
Priroda	13,4	<b>12,2</b>
Touring, sightseeing	7,2	<b>8,3</b>
<b>Gradovi (city break)</b>	4,8	<b>3,6</b>
Kultura i umjetnost	2,0	<b>0,6</b>
Zabava i festivali	1,3	<b>1,0</b>
Sela, ruralno područje	0,9	<b>0,5</b>
Manifestacije i događanja	0,6	<b>3,0</b>
Gastronomija	0,6	<b>0,0</b>
Wellness, toplice	0,4	<b>0,2</b>
Ostali sportovi i rekreacija	0,5	<b>0,3</b>
Cikloturizam, mountain biking	0,3	<b>0,0</b>
Planinarenje, hodanje	0,2	<b>0,0</b>
Nešto drugo	1,1	<b>0,8</b>
<b>UKUPNO</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

## Motiv dolaska u Hrvatsku

Motivi	Prosjek za strana tržišta	Nizozemska
More	79,1	86,3
Priroda	56,2	71,0
Gradovi (city break)	24,8	18,0
Touring, sightseeing	22,3	23,6
Kultura i umjetnost	13,4	9,3
Ostali sportovi i rekreacija	11,1	4,4
Gastronomija	6,7	5,4
Zabava i festivali	5,1	8,9
Sela, ruralno područje	4,7	4,0
Manifestacije i događanja	4,1	9,2
Posao	2,8	0,6
Wellness, toplice	3,3	2,3
Planinarenje, hodanje	3,3	2,7
Drugi odmorišni motivi	2,6	1,3
Posjet rodbini i prijateljima	1,7	1,0
Cikloturizam, mountain biking	1,7	5,4
Zdravstveni razlozi	0,8	0,2
Obrazovanje	0,4	0,8
Vjerski razlozi	0,2	0,2
Neki drugi razlog	1,0	0,2

## Učestalost dolaska u Hrvatsku

Broj posjeta Hrvatskoj	Prosjek za strana tržišta	Nizozemska
Prvi posjet	33,3	41,1
Drugi posjet	15,4	20,0
3 do 6 posjeta	20,1	11,3
7 i više posjeta	31,2	27,7
<b>UKUPNO</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

## Izvori informacija

Izvori informacija	Prosjek za strana tržišta	Nizozemska
Internet	56,2	62,4
Preporuke rodbine ili prijatelja	25,6	19,9
Prijašnji boravak	21,4	19,6
<b>Preporuke TA ili kluba</b>	<b>10,7</b>	<b>10,7</b>
Brošure, oglasi, plakati	5,3	7,2
Radio, televizija, film ili video	5,2	2,0
Turistički sajmovi, izložbe	5,1	8,9
Članci - novine/ časopisi	3,3	1,8
Nije trebao informacije	8,0	16,3

## Način rezervacije smještaja

Rezervacija smještaja	Prosjeak za strana tržišta	Nizozemska
Posredstvom turističke ili putničke agencije, turoperatora - osobnim kontaktom, telefonom, e-mailom	17,2	13,7
Posredstvom turističke ili putničke agencije, turoperatora - online booking (ne e-mailom), uključujući Booking.com, Expedia i sl.	45,9	43,3
Izravno sa smještajnim objektom - osobnim kontaktom, telefonom ili telefaksom, e-mailom	16,4	18,5
Izravno sa smještajnim objektom - online booking (ne e-mailom)	15,7	20,1
Na neki drugi način	0,8	0,3
Nije unaprijed rezerviran	4,0	4,0
<b>UKUPNO</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

## Trenutak rezervacije smještaja

Trenutak rezervacije	Prosjeak za strana tržišta	Nizozemska
Manje od tjedan dana prije dolaska	6,4	4,4
1 do 4 tjedna prije dolaska	17,1	13,5
1 do 3 mjeseca prije dolaska	33,0	20,1
<b>3 do 6 mjeseci prije dolaska</b>	27,6	37,6
Više od 6 mjeseci prije dolaska	15,9	24,4
<b>UKUPNO/ TOTAL</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

## Smetnje tijekom boravka u destinaciji

Smetnje	Prosjeak za strana tržišta	Nizozemska
Gužva na kupališnom prostoru/preveliki broj kupaca	7,6	9,8
Gužva na ulicama, trgovima, šetnicama, atrakcijama i sl.	7,2	4,0
Neprijemno odloženo smeće	6,2	1,9
<b>Nemogućnost razdvajanja otpada</b>	6,3	2,6
Neugodni mirisi (iz kontejnera i kanti za smeće)	6,0	3,2
Buka koja remeti komfor vašeg smještaja (odmor, spavanje)	6,2	7,1
Nešto drugo	1,3	2,2

## Aktivnost tijekom boravka u destinaciji

Aktivnost	Prosjek za strana tržišta	Nizozemska
Plivanje, kupanje	76,5	<b>88,9</b>
Razgledavanje gradova ('city sightseeing')	53,8	<b>61,5</b>
Odlazak u restorane	50,4	<b>55,6</b>
Posjet povijesnim građevinama	23,4	<b>26,5</b>
Posjet nacionalnim parkovima, zaštićenim prirodnim područjima	19,1	<b>15,9</b>
Kupovina (osim svakodnevnih potrepština)	15,4	<b>19,6</b>
Odlazak na organizirane izlete brodom	14,8	<b>14,3</b>
Pješačenje	14,5	<b>13,5</b>
Posjet muzejima, galerijama i izložbama	13,8	<b>9,7</b>
Jogging, trčanje	12,9	<b>17,9</b>
Odlazak u klubove, ples, noćni život	11,0	<b>13,7</b>
Tenis	10,0	<b>11,6</b>
Korištenje wellness, spa usluga	8,5	<b>6,4</b>
Ronjenje	8,4	<b>12,1</b>
Posjet tematskim parkovima	7,8	<b>11,7</b>
Posjet zabavnim događanjima	7,1	<b>8,0</b>
Obilazak vinskih cesta, vinarija	7,3	<b>13,2</b>
Ribolov	6,1	<b>19,5</b>
Obilazak tematskih cesta	6,2	<b>3,7</b>
Posjet tradicionalnim događanjima	5,3	<b>5,2</b>
Ostalo	4,8	<b>3,0</b>
Posjet seoskim domaćinstvima	4,6	<b>9,1</b>

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



## Stupanj zadovoljstva elementima turističke ponude mjesta

Element ponude	Prosjek za strana tržišta	Nizozemska
Ljepota prirode i krajolika	87,7	<b>86,5</b>
Ljepota mjesta	86,3	<b>85,2</b>
Osobna sigurnost	84,3	<b>80,3</b>
Atmosfera, ugođaj	82,7	<b>83,4</b>
Gostoljubivost lokalnog stanovništva	82,3	<b>89,4</b>
Ukupni boravak	80,5	<b>81,7</b>
Uređenost mjesta	78,5	<b>81,0</b>
Čistoća plaža	77,2	<b>78,8</b>
Smještajni objekt	76,8	<b>86,8</b>
Informacije u destinaciji	76,3	<b>80,7</b>
Ekološka očuvanost prostora	76,4	<b>79,4</b>
Mogućnosti kvalitetnog kretanja pješice u destinaciji	76,0	<b>84,0</b>
Prilagođenost destinacije djeci	75,3	<b>83,3</b>
Pješačke staze	75,1	<b>77,1</b>
Prometna dostupnost destinacije	74,1	<b>79,2</b>
Gastronomska ponuda u mjestu	71,7	<b>81,0</b>
Označavanje znamenitosti	71,8	<b>77,4</b>
Kultura i umjetnost	71,4	<b>77,7</b>
Opremljenost, uređenost plaža	70,6	<b>66,7</b>
Besplatni internet u destinaciji	69,5	<b>73,8</b>
Ponuda organiziranih izleta u okolicu	69,5	<b>73,9</b>
Informacije, edukacija u zaštićenim prirodnim područjima	69,1	<b>74,5</b>
Biciklističke rute i staze	67,7	<b>81,4</b>
Lokalni javni prijevoz	63,9	<b>59,1</b>
Sportski sadržaji	63,8	<b>67,3</b>
Događanja i manifestacije	63,4	<b>74,4</b>
Mogućnost za kupnju	62,5	<b>59,3</b>
Prilagođenost destinacije osobama s posebnim potrebama	62,4	<b>80,3</b>

Element ponude	Prosjek za strana tržišta	Nizozemska
Zabava, noćni život	62,4	<b>71,6</b>
Promet u mjestu	62,3	<b>68,7</b>

## Vjerojatnost preporuke mjesta prijateljima, rodbini ili kolegama

	Prosjek za strana tržišta	Nizozemska
Nije vjerojatno da ću preporučiti	4,2	<b>3,4</b>
Vjerojatno ću preporučiti	26,9	<b>25,4</b>
Jako je vjerojatno da ću preporučiti	68,9	<b>71,3</b>
<b>UKUPNO</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

## Prosječni dnevni izdaci (u EUR)

Izdatak	Prosjek za strana tržišta	Nizozemska
Prosječni dnevni izdaci ukupno	99,0	<b>87,01</b>
Smještaj	52,8	<b>45,14</b>
Hrana u restoranima i barovima	17,1	<b>16,72</b>
<b>Usluge trgovine</b>	<b>11,6</b>	<b>9,02</b>
Kultura i zabava	3,3	<b>4,85</b>
Sport i rekreacija	2,8	<b>2,33</b>
Izleti	2,7	<b>2,27</b>
Lokalni prijevoz	7,1	<b>6,06</b>
Ostalo	1,7	<b>0,63</b>

## Struktura prosječnih dnevnih izdataka

Izdatak	Prosjek za strana tržišta	Nizozemska
Prosječni dnevni izdaci ukupno	100,0	<b>100,00</b>
Smještaj	53,3	<b>51,87</b>
Hrana u restoranima i barovima	17,2	<b>19,21</b>
<b>Usluge trgovine</b>	<b>11,7</b>	<b>10,36</b>
Kultura i zabava	3,3	<b>5,57</b>
Sport i rekreacija	2,9	<b>2,67</b>
Izleti	2,8	<b>2,61</b>
Lokalni prijevoz	7,1	<b>6,97</b>
Ostalo	1,7	<b>0,73</b>

## Aktualni imidž Hrvatske

Buking s tržišta Beneluksa, a naročito Nizozemske za Hrvatsku početkom srpnja fantastično je krenuo čemu svjedoči činjenica da je Hrvatska u Nizozemskoj bila prepoznata i percipirana kao poželjno, blisko, sigurno i odgovorno odredište koje se uspješno nosilo s prvim valom epidemije. U jednom smo trenutku došli na razinu od 70% lanjske realizacije i sve je ukazivalo na to da ćemo imati jednu jako dobru sezonu s ovog tržišta. No, 21. srpnja 2020., u tjednu kada je glavna nizozemska regija (središnja Nizozemska) započela sa školskim praznicima, nizozemska je vlada Hrvatsku radi naglog porasta broja zaraženih u Hrvatskoj ponajprije na privatnim okupljanjima i svečanostima, radi otvorenih noćnih klubova itd. stavila na „narančastu“ listu (narančasta boja znači da se putovanja ne savjetuju i preporučaju se samo neophodno potrebna putovanja, te nam time zadala udarac od kojeg se nažalost uz sva naša nastojanja kod relevantnih nizozemskih institucija nismo uspjeli oporaviti. Malobrojni nizozemski turisti koji su se oglasili i unatoč ovoj odluci posjetili i boravili u Hrvatskoj, nažalost nisu ni izdaleka mogli nadoknaditi gubitak i nedolazak ove najznačajnije ciljne skupine tj. obitelji. Sezonu s jednog od najvažnijih emitivnih tržišta za Hrvatsku, a posebice za hrvatske kampove, Nizozemske, završavamo s realizacijom od svega oko 20%. No, unatoč tome, brojna svjedočanstva nizozemskih turista evakuiranih iz Hrvatske u nizozemskim medijima, bila su izuzetno pozitivno konotirana, ističući kako su se u Hrvatskoj osjećali sigurnije nego u vlastitoj zemlji i ne odobravajući ovu odluku svoje vlade.

Čim se epidemiološka i sanitarna situacija u zemljama Beneluksa i u Hrvatskoj sredi i normalizira, 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 top 10 tržišta za hrvatski turizam privukli gotovo pola milijuna gostiju koji ostvaruju preko 3 milijuna turističkih noćenja, naročito kada su kampovi u pitanju. 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 35% Nizozemaca putovalo preko agencije, a 65% individualno. Ove je godine (uz znatno manje brojke), postotak agencijskih gostiju bio 25%, a individualnih 75%, tako da u obliku bukiranja imamo nešto više gostiju koji su doputovali individualno u ovoj godini, iako to s obzirom na znatno manji uzorak gostiju ne treba uzimati kao sigurno.

## Zastupljenost Hrvatske u programima organizatora putovanja u 2020.

Organizatori putovanja nisu prekinuli ili otkazali svoje programe za Hrvatsku u 2020. sve do 21.7.2020., ali su obujam svojih aktivnosti, broj putnika itd. prilagodili trenutnoj i aktualnoj situaciji i potražnji na tržištu. Smanjen je broj rotacija letova, autobuseri su putovali s manjim grupama, otkazivali su određene polaske, te prilagodili svoje poslovanje preporukama vlade. Kao što smo već naveli, nakon stavljanja Hrvatske na narančastu listu od strane nizozemske vlade, nakon 21.7. nizozemski su turoperatori bili primorani evakuirati goste iz Hrvatske i organizirali su za njih repatrijacijske letove i nakon tog datuma je zbog 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 negativna preporuka za putovanja u inozemstvo i turoperatori su do tog datuma bili primorani obustaviti organizaciju svih putovanja. Nakon 15.6. odnosno nakon ukidanja negativne preporuke, turoperatori su započeli s realizacijom svojih programa, ponovno su krenuli letovi na Hrvatsku i sve je ukazivalo na to da ćemo imati jednu jako dobru sezonu budući da se realizacija približila 70%. No, negativna preporuka nizozemske vlade i stavljanje Hrvatske na tzv. „narančastu listu“ 21.7. preko noći je okrenula situaciju. Nizozemski turoperatori su uslijed te odluke nizozemske vlade započeli s evakuacijom turista iz

Hrvatske, a zbog te smo odluke svakoga dana tijekom srpnja i kolovoza gubili više tisuća nizozemskih noćenja, pogotovo u kampovima. Unatoč svim nastojanjima i očekivanim prognozama od petine do trećine lanjskog prometa s početka epidemije, što je u konačnici i ostvareno (realizacija prema sustavu eVisitor je bila oko 20% u 2020. uspoređujući s 2019.), ova sezona s tržišta Nizozemske ipak ostavlja gorak okus, kako nama tako i turoperatorima, budući da smo mogli ostvariti znatno bolji rezultat da do „narančaste“ liste nije došlo.

Što se samog bukinga tiče, u ožujku je za Hrvatsku bilo 61% manje ostvarenih rezervacija, u travnju 81%, u svibnju 56%, lipnju 40%, u srpnju 66% u usporedbi s istim mjesecom prošle godine. Istovremeno, ostala konkurentna odredišta ostvarivala su još veći pad broja rezervacija.

## 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 2 nova leta za Hrvatsku, iz Amsterdama za Zadar (Easyjet) i iz Maastrichta za Zadar (Ryanair). Budući da je do 15.6. na snazi bila negativna preporuka za putovanja, letovi su se neprestano odgađali do tog datuma. Unatoč tome da su praktički sve predviđene avio-linije iz Nizozemske prema Hrvatskoj letjele (osim leta Ryanaira iz Eindhovena za Zadar koji je bio otkazan na samom početku epidemije), broj rotacija je bio znatno smanjen i prilagođen potražnji, a zračni prijevoz praktički paraliziran. Većina zračnih prijevoznika uslijed stavljanja Hrvatske na „narančastu“ listu, skratila je sezonu letenja, a zadnji letovi za Hrvatsku bili su već u rujnu (inače su zadnji letovi prema Hrvatskoj krajem listopada).

## Letovi u 2020.:

Zračni prijevoznik	Polazište	Odredište
<b>Easyjet</b>	Amsterdam	Dubrovnik
<b>Easyjet</b>	Amsterdam	Split
<b>Easyjet</b>	Amsterdam	Pula
<b>Easyjet</b>	Amsterdam	Zadar (otkazan)
<b>Transavia</b>	Rotterdam	Dubrovnik
<b>Transavia</b>	Rotterdam	Pula
<b>Transavia</b>	Eindhoven	Rijeka
<b>Transavia</b>	Rotterdam	Split
<b>Transavia</b>	Rotterdam	Zadar
<b>KLM</b>	Amsterdam	Split
<b>KLM</b>	Amsterdam	Zagreb
<b>Ryanair</b>	Eindhoven	Zadar (otkazan)
<b>Ryanair (Lauda)</b>	Maastricht	Zadar (otkazan)
<b>Croatia Airlines</b>	Amsterdam	Zagreb

## Autobuseri u 2020.

Najznačajniji autobuseri na tržištu su: Bolderman, Kras, OAD Reizen, De Jong Intra Vakanties, Solmar, Van Biesen, Effeweg, Dalstra itd. Autobusne ture su uglavnom postavljene u pred- i posezoni. Uvođenjem brojnih niskocjenovnih letova, većina autobusera prestala je nuditi klasični hotelski alotmanski boravak odn. program, te se specijalizirala za ture ili višednevne boravke u hotelu s uključenim izletima. Uglavnom prevladavaju klasični autobusni programi koji u većini slučajeva uključuju Istru i Kvarner, a šire se i prema Dalmaciji. Klijentela autobusera u najvećoj su mjeri već konstituirane grupe, udruge, društva, sindikati, itd. koji traže organizirani prijevoz praktički od kućnog praga.

Grupna putovanja autobusom su uz MICE i grupna putovanja zrakoplovom, jedna su od najpogodnijih 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 autobuseri 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.

## 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 nizom drugih čimbenika.

I ove je godine veći dio gostiju iz Nizozemske 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. Za brojne individualce iz Nizozemske i ove smo godine unatoč pandemiji ostali jedna od najomiljenijih kamping destinacija na Sredozemlju, no zbog „narančaste“ liste, sezona je trajala znatno kraće od onoga što smo očekivali i priželjkivali.

### Prednosti:

- Odlična klima
- Kvalitetni kampovi koji neprestano ulažu u podizanje kvalitete
- 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 nizozemskom tržištu uglavnom ostaje određite za individualne goste, bilo da je riječ o kampistima koji putuju vlastitim automobilom ili kamperom ili avio gostima koji putuju niskocjenovnim zračnim prijevoznicima.

## TURISTIČKA SEZONA 2021. – OPĆI POKAZATELJI

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

U krizi koja traje već 9 mjeseci, do sada je u turističkoj branši izgubljeno već više od 5.000 radnih mjesta, u što se ne ubrajaju sektori avijacije, prijevoza i ostale popratne djelatnosti (primjerice samo nacionalni zračni prijevoznik KLM najavio je otpuštanje 5.000 djelatnika). Ali samo dijeljenjem otkaza turoperatora zasigurno neće uspjeti dočekati kraj ove krize, već su prisiljeni restrukturirati svoje poslovanje, fokusirati se na nova odredišta, trošiti sredstva iz rezerve za premošćivanje ove krize. Predviđanja su da će 50-60% turoperatora i putničkih agenata proglasiti stečaj za nekih pola godine. Govori se o uspostavljanje banke vouchera, polažu se nade u dodatnu financijsku podršku koju bi vlasti odobrile sektoru putovanja, a moguće je i da će se uskoro pojaviti i cjepivo. Turoperatora navode kako je trenutno najvažnije izdržati i preživjeti ovu krizu. Brojni turoperatora se prilagođavaju potražnji svojih klijenata i preorijentiraju svoje poslovanje s dalekih na bliža odredišta, ponajprije na susjedne i europske zemlje u okruženju, a prezimiti će moći oni koji imaju dovoljno vlastitih sredstava i koji investiraju vlastita sredstva za premošćivanje ove krize.

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 situaciji, 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, da će građani 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 uvedene za putovanja, a da bi se iskorijenio virus COVID-19, trebat će dosta vremena, a puno vremena trebat će i da potrošači ponovno steknu povjerenje. Sto-

ga 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. trebat će prema nekim procjenama najmanje dvije do četiri godine.

Izvor: <https://pagtour.info/lomt-tres-pessimiste-meme-pour-2021/>

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. tj. 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 izgubljeno 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/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 birat 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 odnosno putovanje s radom. Brojni građani produžuju svoj odmor za tjedan ili više dana kako bi u turističkom određištu 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 se uvoditi najsuvremenija tehnološka rješenja kako bi putniku dali siguran osjećaj. 40% ih priželjkuje tehnološka rješenja za last minute rezervaciju stola u restoranu dok njih 49% priželjkuje više samoposlužnih terminala umjesto šaltera za prodaju ulaznica.

Izvor: <https://www.travmagazine.nl/booking-com-trends-2021-flexibel-voorzichtig-maar-reiswillend/>

### **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 Nizozemska 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 najpopularnija domaća odredišta te odredišta u neposrednoj blizini kao što su Francuska, Njemačka, 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 ovako 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 prema riječima predstavnika nizozemskog udruženja turoperatora i putničkih agenata, ANVR, 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 turoperatora, no očekuju se daljnji otkazi i stečajevi. Brojni turoperatora se prilagođavaju potražnji svojih klijenata i preorijentiraju svoje poslovanje s dalekih na bliža odredišta, ponajprije na susjedne i europske zemlje u okruženju, a prezimiti 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 vucheri morat će biti isplaćeni klijentima u roku od slijedećih 5 mjeseci u gotovini, ali brojne turističke tvrtke više nisu ili neće biti likvidne da bi u gotovini isplatile tolike iznose. Nade se polažu u tzv. posebnu banku vouchera u kojoj bi turističke tvrtke od vlade mogle pozajmiti novac za isplatu vouchera, a novac bi vratili kroz nekoliko godina, no za sada je ta banka vouchera tek u fazi razmatranja.

---

## TURISTIČKA SEZONA 2021. – HRVATSKA

---

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

Iako je izgledno da je ova sanitarna kriza daleko od svog kraja, putnici iz Nizozemske ipak su putovali ovog ljeta, doduše u znatno manjem broju, bliže tj. u odredišta dostupna automobilom, rjeđe nego inače, a za smještaj su uglavnom birali kuće za odmor, 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), prirodu, ekološka putovanja odnosno putovanja 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 i davanje bilo kakvih konkretnijih prognoza i procjena za 2021. u ovom je trenutku je vrlo nezahvalno i nerealno.

### Najave zastupljenosti Hrvatske u programima organizatora putovanja

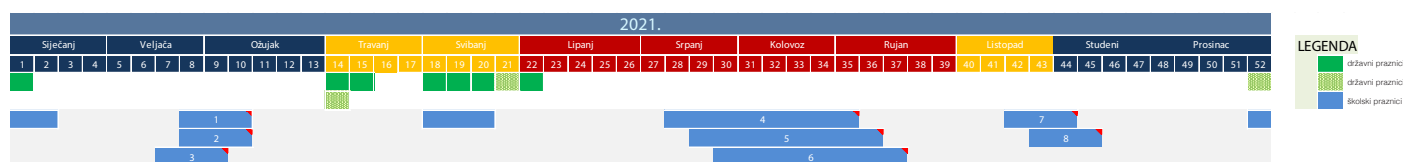
Zastupljenost u programima vodećih organizatora putovanja je za sada nepromijenjena i ukoliko ne dođe do stečajeva nekih turoperatora, zračnih prijevoznika itd. ne očekujemo značajnije promjene u programiranju Hrvatske. No, i u 2021. očekuje se manji volumen putnika nego u 2019. te drugačiji, već ranije spomenuti način putovanja. Puno će toga naravno ovisiti o daljnjem razvoju epidemiološke situacije, restrikcijama i 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. i interes nizozemskog 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 omiljenih europskih destinacija Nizozemaca, naročito u kamping segmentu. 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 da se hrvatska turistička ponuda prilagodila 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 Nizozemskoj, a da pritom kvaliteta nije uvijek odgovarajuća. Također je bitno, da naša zemlja beskrupulozno poštuje sve sanitarne i epidemiološke mjere, da ih jasno definira kroz različite oznake/labela 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 godini	2021.	Dan u tjednu	Tjedan u godini	2022.	Dan u tjednu	Tjedan u godini
Nova godina (New Year's Day)	01.01.2020	Srijeda	1	01.01.2021	Petak	1	01.01.2022	Subota	1
Veliki petak (Good Friday)	10.04.2020	Petak	15	02.04.2021	Petak	14	15.04.2022	Petak	16
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
Kraljičin dan (Queen's Day) - slavi se subotom kada pada u nedjelju	27.04.2020	Ponedjeljak	18	27.04.2021	Utorak	18	27.04.2022	Srijeda	18
Dan oslobođenja (Liberation Day)	05.05.2020	Utorak	19	05.05.2021	Srijeda	19	05.05.2022	Četvrtak	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
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.holland.com/us/tourism/article/public-holidays.htm>; <https://www.feiertagskalendar.ch/index.php?geo=3192&jahr=2021&klasse=3&H=en>

Školski praznici	2021.		
	Početak	Kraj	
Božićni praznici i Nova godina	19.12.2020	03.01.2021	
Zimski praznici - Sjeverne provincije	20.02.2021	28.02.2021	1
Zimski praznici - Središnja Nizozemska	20.02.2021	28.02.2021	2
Zimski praznici - Južne provincije	13.02.2021	21.02.2021	3
Proljetni/Uskršnji praznici	01.05.2021	09.05.2021	
Ljetni praznici - Sjeverne provincije	10.07.2021	22.08.2021	4
Ljetni praznici - Južne provincije	17.07.2021	29.08.2021	5
Ljetni praznici - Središnja Nizozemska	24.07.2021	05.09.2021	6
Jesenski praznici - Sjeverne provincije i Središnja Nizozemska (neslužbeni podaci)	16.10.2021	24.10.2021	7
Jesenski praznici - Južne provincije (neslužbeni podaci)	23.10.2021	31.10.2021	8
Božićni praznici i Nova godina	25.12.2021	92/1/21	

Izvor: Eurydice; <https://www.schoolvakanties-nederland.nl/schoolvakanties-2021.html>