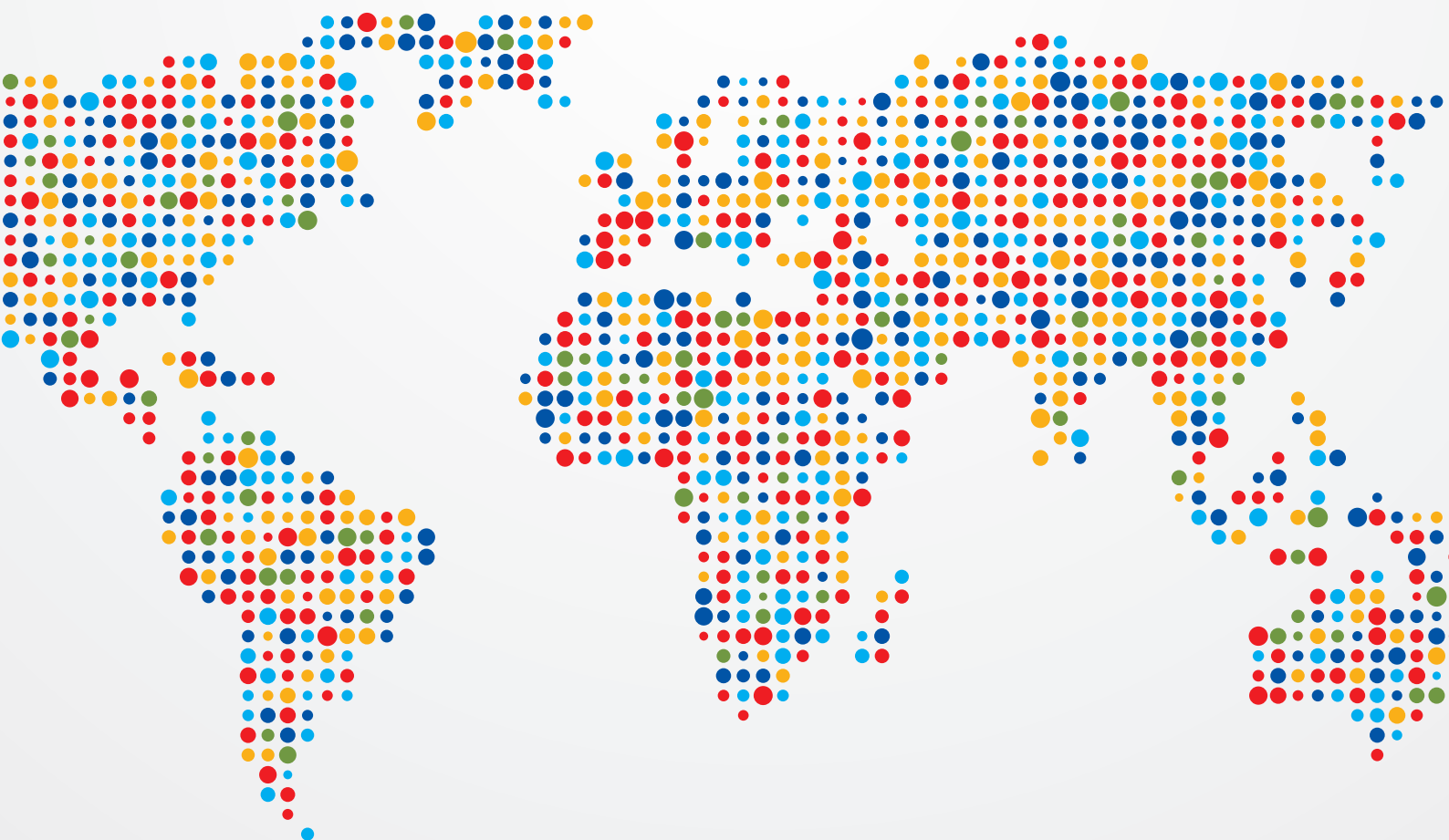




# ČEŠKA

PROFIL EMITIVNOG TRŽIŠTA - IZDANJE 2021.



## 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

Češka je parlamentarna republika s višestranačkim sustavom. Država je administrativno podijeljena na 13 regija i glavni grad.

Zakonodavnu vlast ima dvodomni parlament kojeg čine Zastupnički dom (Poslanecká sněmovna) i Senat (Senát). Zastupnički dom ima 200 zastupnika koje na četiri godine biraju građani. Senat ima 81 člana koji su izabrani na izravnim izborima na šest godina, a svake dvije godine bira se jedna trećina senatora.

Izvršnu vlast ima vlada, koja je odgovorna parlamentu te mora imati povjerenje parlamenta. Na čelu države je predsjednik republike, biraju ga izravno građani na mandat od pet godina, a izbor je ograničen na dva uzastopna mandata. Predsjednik republike je vrhovni zapovjednik vojske i formalni nositelj izvršne vlasti; imenuje predsjednika vlade, a na njegov prijedlog i članove vlade. Posljednji predsjednički izbori na kojima je izabran po drugi put Miloš Zeman održani su u siječnju 2018. godine, dok su parlamentarni održani u listopadu 2017. a trenutacni je premijer Andrej Babiš. Novi parlamentarni izbori održat će se krajem listopada 2021. godine, dok će se predsjednički izbori održati u siječnju 2023.

Češka je članica Europske unije (EU), Organizacije za ekonomsku suradnju i razvoj (OECD) i Svjetske trgovačke organizacije (WTO).

- Parlamentarna demokracija.
- 14 regija (13 + glavni grad Prag, kao samostalna regija).
- Neovisnost od 1. siječnja 1993.
- Dan državnosti 28. listopada.
- Predsjednik: Miloš Zeman.
- Premijer: Andrej Babiš
- Predsjednički izbori održani u siječnju 2018.
- Parlamentarni izbori: održani u listopadu 2017.
- Izbori za senat: održani u listopadu 2020.
- Jezik: češki
- Prema vjerskoj pripadnosti:
  - ateisti 34,5%, vjernici 20,6% (od čega najbrojniji: katolici 10,4%, evangelisti 0,5%, husiti 0,4%), ostali neopredijeljeni 44,7%.
- Diplomatski odnosi s Hrvatskom: uspostavljeni 1. siječnja 1993.
- Veleposlanica Hrvatske u Češkoj: Ljiljana Pancirov.
- Veleposlanik Češke u Hrvatskoj: Vladimír Zavázal.
- Glavni grad: Prag

## Površina

78.870 km<sup>2</sup>; državne granice duge 2.326,8 km, graniči s Njemačkom (818,9 km), Poljskom (795,8 km), Austrijom (460,3 km) te Slovačkom (251,8 km).

## Najveći gradovi

Glavni grad je Prag (1.324 tisuća stanovnika). Ostali veliki gradovi su: Brno (381.346), Ostrava (287.968), Plzen (174.842), Liberec (104.802), Olomouc (100.663), Češke Budejovice (94.463), Ústí nad Labem (92.716), Hradec Kralove (92.939).

## Stanovništvo

Prema podacima iz 2019. broj stanovnika je iznosio 10,69 milijuna, od čega 5,27 milijuna muškaraca i 5,42 milijuna žena. Na dan 30.06. 2020. Češka Republika imala je 10,69 milijuna stanovnika. Prosječna gustoća naseljenosti iznosi 135 stanovnika/km<sup>2</sup>.

## Dobna struktura stanovništva

- **0 – 14 godina**  
(876, 3 tisuće muškaraca/833,9 tisuće žena)
- **15 – 64 godine**  
(3.497,7 tisuće muškaraca/3.354,4 tisuće žena)
- **65 i više godina**  
(898 tisuća muškaraca/1.233,7 tisuća žena).

## Opće karakteristike gospodarstva

Češka Republika ekonomski je snažna država te spada među najrazvijenije u Europi. Razdoblje njenog gospodarskog rasta počelo je ulaskom u EU. Najveći dio BDP-a čini sektor usluga (61%), iako je industrija tradicionalno vrlo snažna. Industrija zapošljava 38% aktivnog stanovništva i zahvaljujući tome je Češka na prvom mjestu među zemljama EU. Glavni industrijski centri su Prag, Ostrava, Plzen i Usti nad Labem. Glavne industrijske grane su kemijska industrija, strojarstvo, prehrambena industrija i metalurgija. Poljoprivreda i primarna proizvodnja podzastupljeni su - u poljoprivredi je zaposleno samo 5% stanovništva. Glavnu ulogu u razvoju gospodarstva igra vanjska trgovina. Udio izvoza robe i usluga na BDP-u iznosi 80% i dugoročno raste. Glavni poslovni partneri su im zemlje EU ( Njemačka, Poljska, Slovačka i Francuska).

Zahvaljujući stranim investicijama mijenja se i struktura industrije. Moderniziraju se strojevi, uvode nove tehnologije, proizvodnja se okreće zapadnoj Europi i razvijenim državama svijeta. Industrija obuhvaća 35 % češkog gospodarstva i izrazito je značajna u češkom izvozu. Automobilaska industrija je najznačajnija industrijska grana u Češkoj. Obuhvaća 26 % ukupne industrijske proizvodnje, ima udio od 10 % BDP-a, direktno zapošljava preko 180 tisuća ljudi a proizvede preko 1,4 milijuna osobnih automobila i preko 5.000 autobusa godišnje. Najveći udio u proizvodnji imaju Škoda Auto, zatim Hyundai i TPCA. Češka je na 5. mjestu u Europi i na 15. mjestu u svijetu u proizvodnji motornih vozila. Na drugom mjestu je po broju proizvedenih automobila (124 auta) na broj stanovnika a na prvom mjestu po broju proizvedenih autobusa po stanovniku.

Zbog svog zemljopisnog položaja u srcu Europe, promet u Češkoj ima značajnu ulogu. Osnova prometnog sustava kombinacija je željezničkog i cestovnog prometa, kojim se ukupno prevozi oko 95 % putnika i 90 % roba. Češka željeznička mreža je jedna od najgušćih u svijetu, ali se

radi na modernizaciji željezničke mreže i vlakova. Češke željeznice značajno su poboljšale brzinu i udobnost uvođenjem luksuznih i brzih vlakova Pendolino na relacijama Prag – Brno - Ostrava i Prag – Brno - Beč. Na mnogim relacijama postoje i privatne linije Regio Jet i Leo express. Postepeno se širi mreža autocesta i drugih državnih cesta. Najstarija i najfrekventnija autocesta između Praga i Brna prolazi nizom rekonstrukcija na pojedinim usjecima. Na visokoj razini je i avionski promet - zračna luka Vaclava Havela u Pragu širi se i modernizira te zaprima sve više putnika.

Stabilna makroekonomska situacija i relativno niska zaduženost vladinog sektora odražavaju se u pozitivnom ratingu. Standars & Poor's ocjenjuje dugoročne obveze Češke Republike ocjenom AA, Fitch Rating's AA- a Moody's A1.

Turizam je za Češku važna gospodarska grana sa udjelom u BDP-u od 3% te 4,5% ukupno zaposlenih, a zapošljava preko 250.000 ljudi. Prema podacima Češke narodne banke Češka je od inozemnih turista u 2019. zaradila 167 milijardi kruna (6,18 milijardi eura).

Češku Republiku je posjetilo 10,8 milijuna inozemnih gostiju, što je rast od 2,6%, a ostvarili su 27,2 milijuna noćenja. Od susjednih zemalja najviše je bilo posjetitelja iz Njemačke, Slovačke i Poljske, dok od udaljenih tržišta najveći rast bilježili su posjetitelji iz USA i Rusije.

Odlični turistički pokazatelji rezultati su percepcije Češke kao atraktivne i sigurne destinacije. Prosječna potrošnja inozemnih turista u Češkoj iznosi 3.165 kruna/os./dan. (123 €) .

Pandemija Covid-19 značajno je utjecala i na turizam u Češkoj. Posljednji podaci za 2. kvartal 2020. godine govore da su mjere za suzbijanje pandemije ograničili domaći turizam u travnju i svibnju 2020. i praktički su zaustavili inozemne dolaske. Broj inozemnih dolazaka pao je za 96%.

		2017.	2018.	2019.	2020.
				Aktualna procjena	
<b>BDP</b>	<i>mld. CZK</i>	5.409	5.749	5.561	5.860
<b>BDP realni rast</b>	<i>rast u %, s.c.</i>	3,2	2,3	-6,6	3,9
<b>Stopa inflacije</b>	<i>%</i>	2,1	2,8	3,2	1,9
<b>Stopa nezaposlenosti</b>	<i>Prosjek u %</i>	2,2	2,0	2,6	3,4
<b>Rast plaća</b>	<i>Rast u %,.</i>	9,6	6,6	-1,9	0,8

Izvor: Ministarstvo financija ČR

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

Prema podacima za 2019. ukupan BDP iznosio je 5.749 milijardi kuna (212,9 mlrd. eura), dok je rast BDP-a iznosio 2,3 %. Ministarstvo financija za 2020. očekuje pad BDP-a od 6,6 %, dok za 2021. predviđa rast od 3,9 %. BDP po glavi stanovnika u 2019. iznosio je 538.803 kuna (19.955 €).

Izvor: ČSZ za 2020/2019. + predviđanja MF

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

Prosječna stopa nezaposlenosti u 2019. iznosila je 2 %. Bez posla je krajem 2019. bilo oko 109,3 tisuća građana. Ministarstvo financija za 2020. godinu procjenjuje stopu nezaposlenosti 2,6%, a za 2021. 3,4 % . Najniža nezaposlenost bila je u Pragu, a najviša u Moravskoslezskoj i Usteckoj regiji. Nakon prvog vala epidemije koji je zbog uvedenih mjera tvrtkama donio probleme, predviđalo se da će nezaposlenost u 2020. godini biti rekordna. Međutim, to se za sada nije dogodilo, brojke iz listopada govore da je stopa nezaposlenosti iznosila 3,7% te je nezaposleno 271 tisuća ljudi.

Izvor: ČSZ za 2020/2019. + predviđanja MF

### Prosječna plaća

Prema najnovijim podacima prosječna bruto plaća u Češkoj iznosi 34.271 kuna (1.269 eura) dok je u 2019. godini iznosila 34.105 kuna (1.263 eura). U Pragu je prosječna bruto plaća za četvrtinu veća te iznosi 42.435 kuna (1.572 eura), dok je u 2019. iznosila 42.297 kuna (1.639 eura). Ministarstvo financija u 2020. predviđa pad plaća za 1,9% , a u 2021. rast od 0,8 %.

Izvor: ČSZ za 2020/2019. + predviđanja MF

### Stopa inflacije

U rujnu 2020. inflacija je iznosila 3,2 %. Trenutna inflacija je u skladu sa prognozama Češke narodne banke i tržišnim očekivanjima. Ministarstvo financija predviđa za 2020. stopu inflacije od 3,2 %, a u 2021. 1,9 %.

Izvor: ČSZ za 2020/2019. + predviđanja MF

### Vanjskotrgovinska bilanca

U 2019. godini saldo robne razmjene s inozemstvom izvršio je suficitom od 145,7 milijardi kuna (5,39 milijardi eura), u odnosu na 98,5 milijardi kuna (3,64 milijardi eura) u 2018. Izvoz se povećao za 2,1 posto na godišnjoj razini, na 3.691,8 milijardi kuna (136,7 milijardi eura), a uvoz za 0,8 posto, na 3.546,1 milijardi kuna (131,3 milijardi eura).

Mjere protiv širenja koronavirusa u 2020. godini imale su negativan učinak na vanjsku trgovinu Češke. Prema preliminarnim rezultatima, saldo robne razmjene s inozemstvom u prvih osam mjeseci 2020. godine dosegnuo je 71,1 milijardu CZK (2,63 milijardi eura), što predstavlja međugodišnji pad od 41,6 milijardi CZK (1,54 milijardi eura).

Izvoz je od početka 2020. godine pao za 11 posto u odnosu na prošlu godinu, dok je uvoz pao za 9,7 posto. Posebno je pala trgovina motornim vozilima, trgovina strojevima i električnom opremom.

U proljeće 2020. robna razmjena s inozemstvom zabilježila je najnižu vrijednost bilance od ulaska Česke u EU, kada je u travnju dosegla vrijednost od -24,7 milijardi kruna. Saldo je i u svibnju ostao blago negativan. Od lipnja do kolovoza podaci o robnoj razmjeni s inozemstvom ponovno su potaknuli blagi optimizam. Preliminarni podaci počeli su se vraćati na normalne vrijednosti i za izvoz i za uvoz, a u lipnju je saldo robne razmjene s inozemstvom čak dosegao povijesno najveći suficit u promatranom mjesecu. Povratak viših vrijednosti tijekom ovih mjeseci uglavnom je posljedica nastavka proizvodnje i trgovine motornim vozilima, uz niži uvoz. Osim uvoza motornih vozila, smanjio se i uvoz nafte i zemnog plina te osnovnih metala.

S teritorijalnog gledišta, s većinom zemalja smanjila se vrijednost izvoza i uvoza tijekom prvih osam mjeseci. U usporedbi s 2019. godinom, vrijednosti su najviše pale u trgovini s Njemačkom, dok je najveći rast zabilježio uvoz iz Kine, kada je uvezeno robe u vrijednosti od 29,6 milijardi CZK. Dok se sa zemljama EU vanjskotrgovinska bilanca u prvih osam mjeseci ove godine smanjila za više od trećine, sa zemljama izvan EU ostala je na gotovo istoj razini.

*Izvor: ČSZ za 2019. i 2020.*

### **Utjecaj globalnih gospodarskih kretanja na domaćino gospodarstvo**

Česka je u 2019. bilježila odlične gospodarske rezultate, u Europi je bila među zemljama s iznadprosječnim gospodarskim rastom. Rastu BDP-a pomažu domaća potrošnja i investicije te je u 2019. iznosio 2,3%. Pozitivni gospodarski rezultati donose povećanje plaća te domaćinstva više troše. Automobilaska industrija blago je usporila, međutim, rast su zabilježile druge industrijske grane: strojarstvo, farmacija i tekstilna industrija. Zaposlenost i inflacija bilježile su odlične rezultate (nezaposlenost 2,0% a inflacija 2,8).

U 1. kvartalu 2020. došlo je do značajnog pada gospodarske aktivnosti uzrokovanog globalnim i domaćim mjerama protiv širenja pandemije. Restrikcije su direktno utjecale na većinu uslužnih djelatnosti i trgovine na

malo. Izrazit pad bilježila je i industrija, prvenstveno proizvodnja automobila. U drugom kvartalu 2020. češko gospodarstvo ograničilo je industrijsku proizvodnju, uslužne djelatnosti i trgovinu. Utjecaj je vidljiv i na inflaciji, koja je počela rasti, jednako kao i nezaposlenost, iako su mnogi zaposlenici bili na mjerama očuvanja radnih mjesta. Nesigurnost koja je vladala u gospodarstvu te pogoršanje ekonomskih rezultata, ali i strah hoće li ostati bez radnih mjesta, odnosno bez prihoda, utjecala je na odluku domicilnog stanovništva da u 2020. godini manje putuju u inozemstvo i odmor provedu u Češkoj. Iako je treći kvartal 2020. davao nadu za rast, na jesen se izrazito pogoršala epidemiološka situacija i vlada je donijela nove restriktivne mjere. MMF u jesenskoj prognozi očekuje pad češkog BDP-a za 6,5% za 2020. godinu.

*Izvor: ČSZ za 2019. i 2020.*

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

Prema prognozi Češke narodne banke, gospodarska kretanja te daljnja očekivanja pod značajnim su utjecajem pandemije virusa COVID 19. Restriksijski utjecaj jesenskih mjera i ograničenja koje je donijela češka Vlada, dosegli su vrhunac u studenom 2020. godine. U prvoj polovini 2021. godine, uslijed očekivanog poboljšanja epidemiološke situacije, mjere će biti na razini onih koje su vrijedile za vrijeme ljeta 2020. godine. Inflacija je tijekom 2020. godine rasla, ali će pasti ispod gornje granice tolerancijskog raspona (pojas je od 1% do 3%, cilj koji je odredila ČNB je 2%) i to na prijelazu 2020. i 2021. godine uz pomoć antiinflacijskog učinka drugog vala pandemije, u uvjetima smanjene inozemne i domaće gospodarske aktivnosti. Nakon kratkog oporavka u ljetnim mjesecima 2020. godine, češko gospodarstvo ponovno naglo pada krajem 2020., zbog novih restriktivnih mjera protiv širenja pandemije. Povećanje nezaposlenosti i manji rast plaća usporavali su rast domaće potrošnje, ali s druge strane uravnotežio se osjetno oslabljeni tečaj kruna. Učinci drugog vala pandemije nastavit će se i tijekom 2021. godine uslijed narušenog poslovnog povjerenja i povjerenja potrošača te sve lošijom situacijom s prihodima. Još više će rasti nezaposlenost. Fiskalna politika koja je u 2020. imala stabilizacijski učinak, u 2021. će imati restriktivni učinak, nakon postupnog ukidanja većine vladinih programa potpore iz 2020. godine. Gospodarski rast će stoga u 2021. biti neznatan a domaće gospodarstvo neće dosegnuti razinu prije krize, čak ni krajem 2022.

*Izvor: Češka narodna banka - prognoza*

# MEDIJI I OGLAŠAVANJE NA TRŽIŠTU

**Prikaz glavnih medija (TV, dnevni listovi, magazini) po segmentima (turistički, politički, sportski...) Naklade, regionalna pokrivenost, čitanost, praćenje za medije**

## Televizija

Državna televizija emitira na šest kanala ČT1, ČT2, ČT3, ČT24, ČT sport i ČT – Dečko/Art. Uz državnu televiziju djeluju i tri privatne televizije – Nova, TV Prima i TV Barrandov. Grupacija Nova emitira na sedam kanala (Nova, Nova 2, Nova Cinema, Nova Action, Nova Gold, Nova Sport 1 i 2). TV Prima emitira na osam kanala (Prima, Prima COOL, Prima LOVE, Prima ZOOM, Prima MAX, Prima COMEDY, Prima KRIMI i CNN Prima News). Najveću gledanost dosežu TV Nova, državna Češka televizija te TV Prima, dok se ostalo odnosi na male lokalne televizije.

U glavnim terminima emitiranja koji su odlučujući za oglašavanje/reklame, kod ciljne grupe 15+, Nova Group ima udio 34 %, Češka televizija zauzima treću poziciju s 25,7 %, dok je Prima Group na drugoj poziciji s 28,4 %.

Pored navedenih televizija postoje i lokalne te nekoliko kablinskih programa koji sa svojim programima i obujmom oglašavanja sve više konkuriraju privatnim i javnim TV postajama.

Gledanost TV postaja (podaci za cijeli dan)	
ČT 1	16,1%
ČT 2	3,5%
ČT24	6,3%
ČT SPORT	0,9%
ČT DEČKO	1,8%
TV NOVA	20,4%
PRIMA	12,1%
NOVA CINEMA	3,0%
PRIMA COOL	2,6%
PRIMA ZOOM	1,9%
PRIMA LOVE	2,2%
TV BARRANDOV	4,4%
OSTALE TV	24,8%

Izvor: ATO – Mediasearch

## Radio

Postoje javne i privatne (60 vlasnika) radiopostaje. Državni češki radio Český rozhlas ima nekoliko postaja (Radiožurnal, Praha, Vltava, ČRo6, ČRo Leonardo) te regionalne postaje. Radio IMPULS je jedan od najpopularnijih radiopostaja.

### Redoslijed pet najslušanijih radija (dnevna slušanost)

Impuls	1,018.000 slušatelja
ČRO-Radiožurnál	927.000 slušatelja
Evropa 2	823.000 slušatelja
Frekvence 1	681.000 slušatelja
ČRO Dvojka	326.000 slušatelja

(Izvor: Stenmark & Median)

## Tisak

Prema podacima Češkog statističkog ureda u Češkoj redovno izlazi preko pet tisuća tiskanih naslova od čega 109 dnevnika, 252 tjednika, 920 dvotjednika ili mjesečnika te preko 3.800 ostalih vrsta časopisa.

### Najčitaniji dnevници

	Naklada	Segment
Metro	260.000	opći
Blesk	192.000	opći
MF Dnes	110.000	opći
Denik	101.000	opći
Právo	92.000	opći
AHA	54.000	opći
Lidove noviny	32.000	opći
Sport	33.000	sportski
Hospodářské noviny	23.000	gospodarski
E15	15.000	gospodarski

Najznačajniji tjednici		
	Naklada	Segment
Nedělní blesk	151.000	opći
Blesk pro ženy	133.000	za žene
Rytmus života	182.000	za žene
Sedmička	123.000	društveni
Pestrý svět	135.000	za žene
TV magazin	117.000	televizijski
Chvilka pro tebe	86.000	za žene
Tina	74.000	za žene
Čas pro hvězdy	55.000	za žene
Nedělní aha!	51.000	opći

Najznačajniji dvotjednici		
	Naklada	Segment
TV Max	304.000	televizijski
TV mini	262.000	televizijski
TV expres	188.000	televizijski
TV star	110.000	televizijski
TV Revue	80.000	televizijski
Žena a život	55.000	lifestyle
Epocha	50.000	povijesno-politički
100+1	36.000	politički
Exkluziv	38.000	lifestyle

Najvažniji mjesečnici		
	Naklada	Segment
Apetit	41.000	gastronomija
Cosmopolitan	28.000	lifestyle
Dieta	26.000	lifestyle
Elle	36.000	lifestyle
F.O.O.D	30.000	gastronomija
Glanc	47.000	lifestyle
Harpers Bazar	28.000	lifestyle
Marianne	47.000	lifestyle
Moje zdravlí	34.000	lifestyle
Svět ženy	34.000	za žene

Stručni tisak		
	Naklada	Segment
COT Business	6.500	turistički
TTG	8.100	turistički
Koktejl	20.000	turistički
National Geographic	24.000	turistički
Travel Digest	15.000	turistički
Yacht	11.000	turistički - nautika
Buddy potápění	12.000	turistički - ronjenje
Lidé a země	22.000	turistički
Caravan	20.000	turistički - camping
Svět ženy	10.000	turistički - camping
Camping, cars & caravans	9.500	turistički - biciklistički
Cykloturistika	12.500	turistički - biciklistički
Velo	12.500	turistički - biciklistički

Izvor podataka: ABC ČR – Ured za ovjeru naklada tiskovina

Najposjećeniji internet portali			
	Broj stvarnih korisnika	Broj pregleda stranica	Posjećenost stranica
<b>Seznam.cz</b>	3.956.295	106.546.126	18.721.274
<b>Novinky.cz</b>	2.129.769	11.635.736	5.117.547
<b>Idnes.cz</b>	1.507.005	23.745.618	3.400.017
<b>Super.cz</b>	1.486.927	6.129.216	2.890.153
<b>Sport.cz</b>	808.338	3.128.855	1.558.403
<b>Blesk.cz</b>	851.029	6.886.747	1.381.048
<b>Aktualne.cz</b>	788.919	6.141.100	1.248.036
<b>Reflex.cz</b>	676.536	1.749.586	876.803
<b>Denik.cz</b>	709.191	3.579.981	966.589

*Izvor podataka: Net Monitor – SPIR – GEMIUS – Sdružení pro internetový rozvoj (Udruga za razvoj interneta)*

Svi navedeni mediji imaju pokrivenost po cijeloj zemlji.



---

## PROFIL EMITIVNOGA TURISTIČKOG TRŽIŠTA U 2020. GODINI

---

### Generalni osvrt na stanje na emitivnom turističkom tržištu

First minute prodaja aranžmana krajem 2019. godine najavljuje da će Česi u 2020. putovati u inozemstvo u velikom broju te da će u najmanju ruku ponoviti prošlogodišnje rezultate, kada su ostvarili rekordnih 5,1 milijun dužih (4 i više noćenja) putovanja u inozemstvo te realizirali 40,5 milijuna noćenja. Međutim, nitko nije mogao predvidjeti pandemiju virusa COVID 19 koja je snažno pogodila turistički sektor i rezultirala dramatičnim padom broja putovanja.

Podaci ERV Europskog osiguravajućeg društva govore da su tijekom ljeta 2020. godine, više nego prethodnih godina, Česi na odmor putovali bez posredovanja turističke agencije. Umjesto udaljenijih destinacija i zračnog putovanja, ove su godine naglašeno preferirali zemlje dostupne automobilom, u prvom redu zbog pandemije bolesti COVID 19. Tradicionalne zrakoplovne destinacije poput Egipta, Turske i Ujedinjenih Arapskih Emirata ove je godine u određenoj mjeri zamijenila Hrvatska, Grčka, Italija, Portugal i Austrija. 63 posto odraslih Čeha ove je godine otišlo na ljetovanje, što je za 14 postotnih bodova manje u odnosu na prošlu godinu. Istodobno ga je u Češkoj provela velika većina od 73 posto Čeha, što je dvostruko više nego li tijekom prošle godine. Glavni razlozi bili su strah od zaraze korona virusom i manja ponuda udaljenijih odredišta, ali i strah od gospodarske krize. Oni koji su ipak odlučili ljetovati u inozemstvu, najčešće su odlazili u Hrvatsku i Slovačku. Zbog koronavirusa, izbor destinacija za odmor bio je ograničen, a često su i mijenjali uvjeti pod kojima su mogli putovati na odredište. Ljudi su se orijentirali na last minute aranžmane te odlučivali koju će destinaciju odabrati svega nekoliko dana prije odmora. Devet od deset ispitanika odgovorilo je da su ukupni troškovi njihovog ljetnog odmora iznosili do 30.000 CZK (8.500 kuna). Velika većina odmora je financirala iz ušteđevine, ili iz redovite plaće.

### Utjecaj pandemije virusa COVID 19 na turistički promet u 2020.

Kada je počela korona kriza te su se granice zatvorile sve agencije na tržištu, bez obzira koju destinaciju nude, bile su u teškoj situaciji. Prodaja se zaustavila, slijedila su storniranja aranžmana. Do ožujka 2020. godine najviše otkaza zabilježeno je za Italiju, a potom i za većinu drugih Česima omiljenih destinacija. Najveće agencije koje nude cijeli svijet bilježile su tada, na početku krize, pad prodaje u rasponu od 40-60%. Najgori trenutak za putničke agencije dogodio se nakon izjave glavnog epidemiologa da će Češka biti „zatvorena“ dvije godine te da se neće moći putovati. To je pokrenulo lavinu otkazivanja za sezonu, što je gotovo uništilo putničke agencije. Na sreću, zakon koji je izglasala Vlada dozvolio je agencijama izdavanje vouchera umjesto povrata uplaćenih aranžmana, voucheri vrijede do rujna 2021. godine. Zbog nesigurne situacije u Češkoj i Europi općenito, najavljuje se da će ove godine Česi uglavnom koristiti odmor u svojoj zemlji.

Nakon što su se granice počele otvarati te je objavljeno u koje zemlje će se moći putovati, velike agencije su uvidjele kako Česi nisu izgubili interes za putovanjima, njihova namjera da provedu odmor na moru je rasla te su mnogi „obnovili“ svoje rezervacije za godišnji odmor. Tijekom svibnja i lipnja 2020., dok se još nije u potpunosti znalo u koje će se zemlje moći putovati, Hrvatska i Grčka pokazale su se najspremnije za „otvaranje“ - u medije su plasirane informaciju da se otvaraju za turizam i goste te je odmah krenula prodaja. Od avionskih aranžmana najtraženiji su bili Grčka, Bugarska i Mallorca, dok je od auto destinacija definitivno najtraženija bila Hrvatska. Broj ljudi koji se odlučio otputovati u inozemstvo na ljetni odmor bio je znatno manji, ali u svakom slučaju ishod je bio bolji od ranijih predviđanja.

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

U 2019. građani Češke ostvarili su 33.485.000 putovanja (bez službenih putovanja), od čega u svrhu odmora 20.787.000. Najčešći razlog zašto oko petine (20%) stanovništva nije otputovalo na odmor bili su zdravstveni problemi i nedostatak novca.

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

Prema službenoj statistici Češkog statističkog zavoda, u inozemstvu je u 2019. godini ostvareno 6.772.000 putovanja (5.103.000 putovanja s četiri i više noćenja, a 1.669.000 putovanja s jednim do tri noćenja), dok je unutar Češke ostvareno 26.713.000 putovanja (8.412.000 putovanja s četiri i više noćenja, a 18.301.000 putovanja s jednim do tri noćenja). Omjer ostvarenih putovanja zemlja-inozemstvo iznosio 79,8% : 20,2%.

Statistika kraćih putovanja u inozemstvo (jedno do tri noćenja) pokazuje da su kraća putovanja imala za cilj okolne zemlje (Slovačka, Njemačka i Austrija). U odnosu na 2018. došlo je do pada kraćih putovanja po Češkoj te u inozemstvu.

Anketa ERV Europskog osiguravajućeg društva iz listopada 2020. govori da se jasno vidi promjena ponašanja Čeha koji su bili naviknuti putovati u inozemstvo. Dok je prethodnih godina na odmor u inozemstvo putovao svaki treći Čeh, u 2020. putovao je svaki deveti. Ostali su proveli svoj odmor u Češkoj, kod kuće ili na vikendici. Iz ERV naglašavaju da, iako se u medijima mogao steći dojam da je većina Čeha provela odmor na Jadranu ili na plažama Sredozemnog mora, anketa pokazuje drugačiju sliku. Dok je u 2019. 21% Čeha provelo odmor na moru, ove godine to je bio izbor samo za njih 5%.

## Redoslijed omiljenih destinacija

### Statistika o odlascima u inozemstvo u 2019. – putovanja s četiri i više noćenja

	Država	Odlasci	Udio u inozemnim putovanjima (%)	Rast/pad (%)
1.	Hrvatska	740.000	14,5	-8,9
2.	Slovačka	697.000	13,6	-3,2
3.	Italija	605.000	11,8	-0,3
4.	Grčka	407.000	7,9	-8,7
5.	Austrija	409.000	8,0	+10,2
6.	Egipat	234.000	4,5	-9,3
7.	Španjolska	184.000	3,6	-11,3

Broj inozemnih putovanja u 2019. godini povećan je za 1,3 %. Najpopularnije inozemne destinacije za Čehe kod dužih putovanja tradicionalno su Hrvatska, Slovačka i Italija. U 2019. povećanje je bilježila samo Austrija (10,2%), dok su sve ostale zemlje bilježile pad.

Od susjednih zemalja, kod Čeha su već duže vrijeme popularne Slovačka i Austrija. Austrija prvenstveno zbog zimskog i ljetnog odmora u Alpama, iako je u drugom dijelu godine povećan i broj Čeha koji preferiraju gradski turizam. U Češkoj postoji trend kratkih putovanja po europskim gradovima (tzv. Euro-vikendi), a najtraženije destinacije su London, Rim, Pariz, Beč, Milano, Istanbul i Venecija.

2020. godina bez sumnje je bila pod utjecajem COVID pandemije te većina planiranih putovanja nije realizirana, a oni koji su se ipak odlučili provesti svoj odmor u inozemstvu, putovali su samo u zemlje u koje se formalno moglo putovati (za koje nisu trebali testove, ili za koje nije bila određena obvezna karantena pri povratku), najčešće vlastitim automobilom, ili tek malim dijelom avionom, u Bugarsku, Grčku, Španjolsku ili Italiju.

Prema informacijama velikih putničkih agencija iz rujna 2020., objavljenim u B2B magazinu COT, usprkos situaciji širenja korona virusa Česi su tijekom rujna i dijela listopada 2020. kupovali aranžmane i putovali u Tunis, na Kanarske otoke ili Madeiru a potražnja je rasla i za Egipat, čiju su prodaju neke turističke agencije obnovile unatoč obveznom testiranju. Tunis u jesenskom razdoblju bilježi rast od 50 posto, budući da su Česi u tu zemlju mogli putovati bez negativnog testa za Covid-19.

## Omjer između organiziranog i individualnog prometa za vodeće destinacije

Uslugu organizatora prilikom putovanja na godišnji odmor u inozemstvo u 2019., kod dužih putovanja, iskoristilo je 2,13 milijuna putnika, što je isti broj kao u 2018. godini. Broj individualnih putnika koji su odmor proveli u inozemstvu povećan je za 3,7%. Značajna je razlika između Češke i europskog prosjeka u omjeru korištenja usluga putničkih agencija i individualnog prometa. Dok je u Češkoj kod dužih putovanja u inozemstvo udio organiziranog segmenta turista činio 42 %, ukupan europski prosjek je samo 20 %. Velike su razlike u omjeru organizirano/individualno ovisno o destinacijama u koje putuju. Tako npr. u Egipat, Tursku i Grčku skoro sva putovanja idu preko organizatora putovanja, dok u Slovačku, Austriju i Hrvatsku putuju u velikom postotku individualno.

U ljetnoj sezoni 2020., prema podacima ERV Europskog osiguravajućeg društva, više nego prethodnih godina, Česi su na odmor otišli bez posredovanja turističke agencije.

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

### Češki turisti najčešće su u 2019. putovali u inozemstvo:

autobusom	12,7%
vlastitim automobilom	44 %
zrakoplovom	40,3 %
vlakom itd.	3 %

Prema podacima ERV Europskog osiguravajućeg društva, umjesto udaljenijih destinacija i zračnog putovanja, ove su godine Česi preferirali zemlje dostupne automobilom. Da su Česi znatno manje koristili avionski prijevoz dokazuje i podatak Uprave praške zračne luke kroz koju je u srpnju 2020. godine prošlo tek 220.000 putnika (u usporedbi s istim mjesecom prošle godine to je 11 posto prometa).

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

### Česi su u 2019. najčešće za organizaciju svojih putovanja u inozemstvo koristili:

individualnu organizaciju putovanja	51,4%
organizirano putovanje preko TO/agencija	41,7 %
samo boravak ili putovanje preko TO/agencija	5,4 %
ostale oblike organizacije	1,5 %

Češke turističke agencije procjenjuju da je u srpnju 2020. oko 300.000 do 350.000 ljudi koristilo njihove usluge u inozemstvu, što je oko četvrtine realizacije 2019. godine.

## Preferencije turista s obzirom na vrstu smještaja

### Češki turisti za svoja putovanja u inozemstvo (s četiri i više noćenja) koriste:

hotele i slične vrste smještaja	61,3 %
ostale vrste skupnog smještaja	7,6 %
odsjedaju kod rođaka i poznanika	14 %
ostale oblike smještaja	16,9 %

U 2020. godini, pod utjecajem pandemije promijenile su se i preferencije Čeha. Tražili su se kuće za najam i obiteljski smještaj, a od hotelskog smještaja hoteli u manjim resortima, po mogućnosti u manjim ljetovalištima.

## Razrada tržišta s obzirom na motiv putovanja

**Prema motivu, Česi u inozemstvo najčešće putuju (putovanja s četiri i više noćenja) radi sljedećeg:**

<b>rekreacija, odmor i slobodno vrijeme</b>	85,7 %
<b>posjet rodbini, poznanicima</b>	12,2 %
<b>ostali privatni razlozi</b>	2,1 %

Glavna sezona za putovanja je ljeto, naročito srpanj, kada se realizira najviše putovanja te duljina boravka na odmoru iznosi 4-7 dana (67 %). Prosječan broj noćenja na dužim putovanjima je 7,9. Česi postaju sve zahtjevniji turisti te traže bolji smještaj. U posljednje vrijeme odabiru nekoliko kraćih odmora i nisu više zadovoljni samo odmorom na plaži. Tipičan „češki odmor“ sada u prvom redu znači prirodu i aktivnost. U 2020. putovanja su bila pod utjecajem pandemije COVID 19 pa je većina ljudi u inozemstvo putovala u zemlje gdje je bilo moguće putovati, u prvom redu radi odmora na moru.

## Prosječni budžet/potrošnja po putovanju

Prema Češkom zavodu za statistiku (ČZS) u 2019. godini prosječna potrošnja po putovanju iznosila je 13.795 Kč (510 €). Za 2020. godinu još nisu objavljeni službeni podaci ČZS. Međutim, u anketi koju je organiziralo ERV Europsko osiguravajuće društvo, devet od deset ispitanika odgovorilo je da su ukupni troškovi njihovog ljetnog odmora u 2020. iznosili do 30.000 Kč (do 1.110 €).

## Pregled organizatora putovanja na tržištu

U Češkoj je registrirano 737 organizatora putovanja koji imaju osiguranje u slučaju bankrota te nekoliko tisuća agencija (ne vodi se točna evidencija).

Prema Ministarstvu regionalnog razvoja (uključuje i turizam), turističke agencije su tijekom 2020. godine očekivale prihode od 33,8 milijardi kruna (1,3 milijarde EUR-a). Međutim, zbog korona virusa očekuju prodaju u rasponu od sedam do deset milijardi kruna (260-270 milijuna EUR-a). Za 2021. godinu planiraju kako bi prihodi trebali doseći najviše 15 milijardi kruna (555 milijuna EUR-a).

## Najveći organizatori putovanja (po приходima):

- Exim (u vlasništvu REWE grupe)
- Fischer Group (Fisher, Nev-dama,e-Travel i Privileq), od 2020. u grupaciji REWE
- Blue Style
- Čedok (u vlasništvu Itake)
- Firo Tour
- Alexandria
- Eso Travel
- Travel family

Turističke agencije su zbog krize u 2020. morale smanjiti troškove. Mnogi nisu izbjegli otkaze, iako su neki i dodatno zapošljavali. Prema podacima Ministarstva regionalnog razvoja, početkom rujna 2020. godine pet turističkih agencija proglasilo je bankrot, a njih 82 privremeno je obustavilo rad. Tijekom 2019. godine u segmentu putničkih agencija radilo je oko 14.000 ljudi, dok će podaci za 2020. od strane Češkog statističkog zavoda biti objavljeni tijekom 2021. godine.

Prema informacijama iz članka objavljenog 4. rujna 2020. godine u B2B magazinu COT, u kojem se obrađuje tema smanjivanja troškova TO i njihova transformacija, CK Fischer morala je od proljeća do jeseni otpustiti desetke zaposlenika, međutim, financijska stabilnost tvrtke nije ugrožena. Zahvaljujući činjenici da su dio jake njemačke grupacije REWE, koja ne posluje samo u turizmu, imaju jaku financijsku pozadinu. Exim tours, koji je član iste grupacije, zbog krize koju je prouzročila pandemija morao je otpustiti 30-ak zaposlenika, ali vjeruju da će s novim cjepivom situacija u turizmu biti puno bolja te očekuju poboljšanje u 2021. I Čedok je morao otpustiti zaposlenike na nekim odjelima, ali su primali i nove djelatnike u odjelima prodaje. Turistička agencija Invia također je morala smanjiti broj djelatnika. S obzirom na promet, koji iznosi oko 20 posto prošlogodišnjeg, prilagođavaju broj zaposlenih trenutnim potrebama. CK Alexandria je zbog krize smanjila troškove marketinga i prodaje na minimum. Većina zaposlenika bila je na mjerama pomoći od države, a zatvorili su i nekoliko poslovnica. S lokalnim i stranim partnerima pregovarali su o uvjetima za daljnju suradnju. Pad prihoda bio je ogroman. Međutim, CK Alexandria dio je jake grupacije, a zatražili su i kredit koji će pomoći u održavanju financijskih odnosa s partnerima i maksimalne moguće zaposlenosti, s obzirom na okolnosti. Kriza je zahvatila i druge velike turističke agencije poput Firo Toura. U rujnu 2020. godine sud u Pragu udovoljio je zahtjevu Firo Toura i proglasio izvanredni tromjesečni moratorij, tj. odgađanje isplate dugova, dok se ne riješe pregovori s bankama.

## Najznačajniji organizatori putovanja, koji u svojim programima nude Hrvatsku su:

- Vítkovice Tours (Travel family)  
www.ckvt.cz
- CK Victoria  
www.victoria-ck.cz
- CK 101 Zemek  
www.101ckzemek.cz
- Mediteran Travel  
www.mediteran.cz
- Čedok  
www.cedok.cz
- České kormidlo  
www.ceskekormidlo.cz
- Relax Adriatic  
www.relaxadriatic.cz
- CK Kellner  
www.kellnerck.cz
- Firo Tour  
www.firo.cz
- Kompas  
www.kompas.cz
- Nev dama  
www.nev-dama.cz
- Tipa Tour  
www.tipatour.cz
- Alexandria  
www.alexandria.cz
- Valaška  
www.ckvalaska.cz
- CK Dezka  
www.dezka.cz
- CK Fischer  
www.fischer.cz

- Globtour  
www.ckglobtour.cz
- Adriadata banka  
www.adriadatabanka.com

## Najznačajnije online agencije (prodaju aranžmane drugih partnera):

- www.invia.cz
- www.zajezdy.cz
- www.last.cz
- www.dovolena.cz
- www.sdovolena.cz
- www.nacesty.cz

Financijski najsnažniji organizatori putovanja koji imaju Hrvatsku u svojim programima su Fischer, Eximtours, Čedok, Firo-tour, Alexandria, Vítkovice tours (trenutno pod grupacijom Travel Family), Kompas i CK Victoria.

Više od 150 organizatora putovanja nudi Hrvatsku, od čega 30-ak ima više od 1.000 putnika godišnje.

U Češkoj djeluju dvije udruge putničkih agencija:

1. Udruga organizatora putovanja Češke republike - ACK ČR (Asociace cestovních kanceláří České republiky). Imaju 227 članica iz redova organizatora putovanja, od kojih njih 73 u svojim programima ima Hrvatsku te 55 pridruženih članova (nacionalni turistički uredi, te ostali subjekti iz turizma)
2. Udruga čeških organizatora putovanja i agencija - AČCKA (Asociace českých cestovních kanceláří a agentur). Ima 282 člana, od kojih 51 u svojim programima ima Hrvatsku.

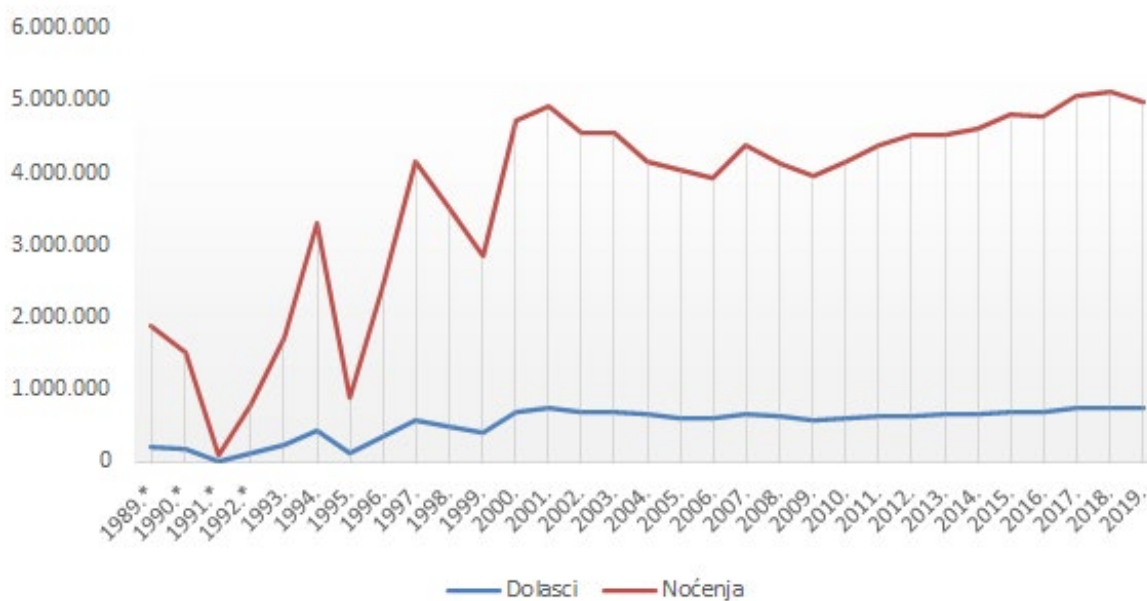
Određeni broj organizatora putovanja u Češkoj nisu članovi niti jedne udruge.

## DOPRINOS TRŽIŠTA UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU

ČEŠKA	Dolasci			Noćenja		
	apsol.	indeks	1989=100	apsol.	indeks	1989=100
1989.*	192.680		100	1.893.043		100
1990.*	171.349	89	89	1.524.570	81	81
1991.*	12.322	7	6	82.493	5	4
1992.*	107.755	874	56	806.176	977	43
1993.	238.252	221	124	1.711.914	212	90
1994.	435.168	183	226	3.301.374	193	174
1995.	119.104	27	62	889.496	27	47
1996.	346.000	291	180	2.432.000	273	128
1997.	579.061	167	301	4.166.446	171	220
1998.	498.538	86	259	3.527.934	85	186
1999.	415.295	83	216	2.844.657	81	150
2000.	697.521	168	362	4.713.186	166	249
2001.	742.485	106	385	4.921.354	104	260
2002.	697.902	94	362	4.560.486	93	241
2003.	699.473	100	363	4.554.400	100	241
2004.	663.794	95	345	4.172.787	92	220
2005.	615.535	93	319	4.051.780	97	214
2006.	593.276	96	308	3.921.345	97	207
2007.	669.132	113	347	4.394.711	112	232
2008.	622.620	93	323	4.122.460	94	218
2009.	578.517	93	300	3.961.828	96	209
2010.	605.732	105	314	4.170.084	105	220
2011.	638.035	105	331	4.388.696	105	232
2012.	647.211	101	336	4.519.489	103	239
2013.	652.154	101	338	4.539.066	100	240
2014.	661.486	101	343	4.600.001	101	243
2015.	696.151	105	361	4.811.990	105	254
2016.	688.843	99	358	4.770.319	99	252
2017.	741.757	108	385	5.067.098	106	268
2018.	755.104	102	392	5.127.447	101	271
2019.	742.248	98	385	4.985.029	101	263

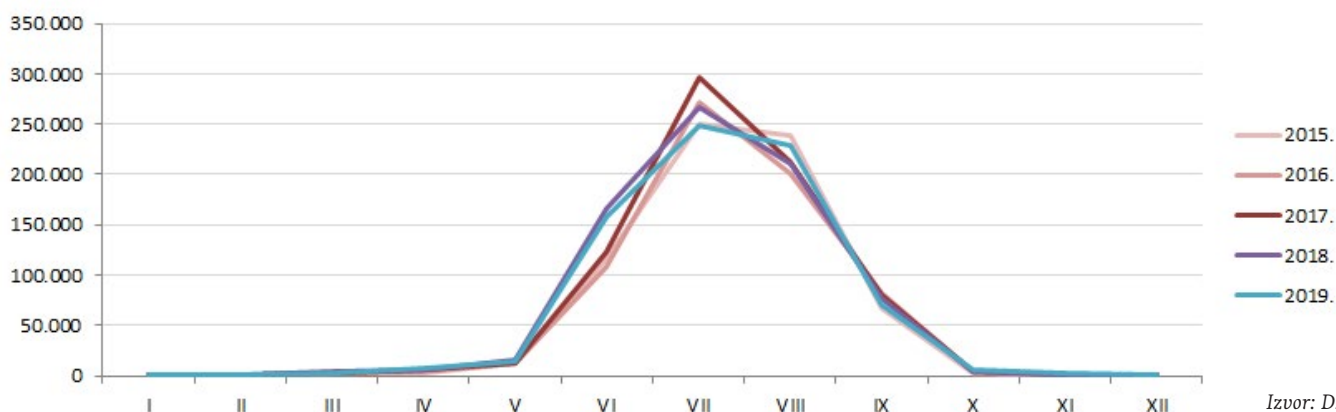
Izvor: DZS

## Dolasci i noćenja čeških turista, razdoblje 1989. - 2019.



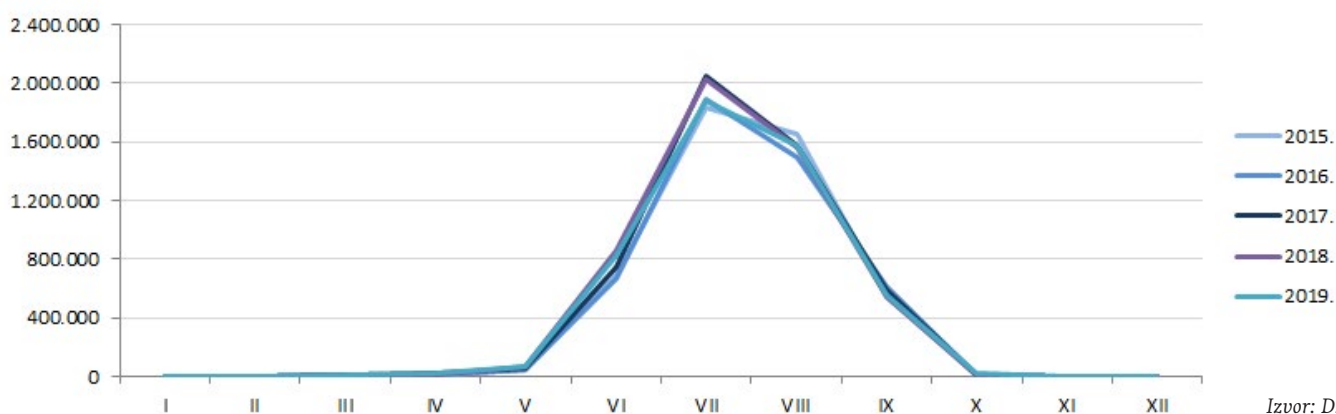
Izvor: DZS

## Dolasci po mjesecima - Češka



Izvor: DZS

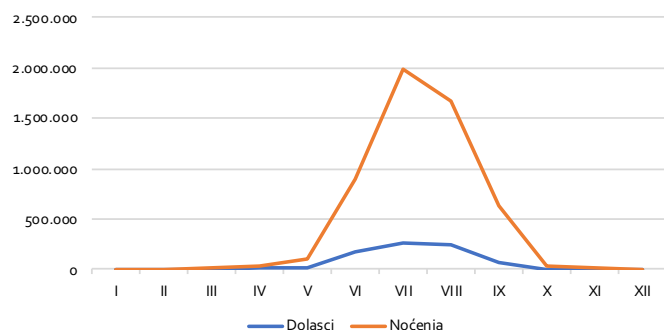
## Noćenja po mjesecima - Češka



Izvor: DZS

## REZULTATI 2019. PREMA SUSTAVU eVISITOR

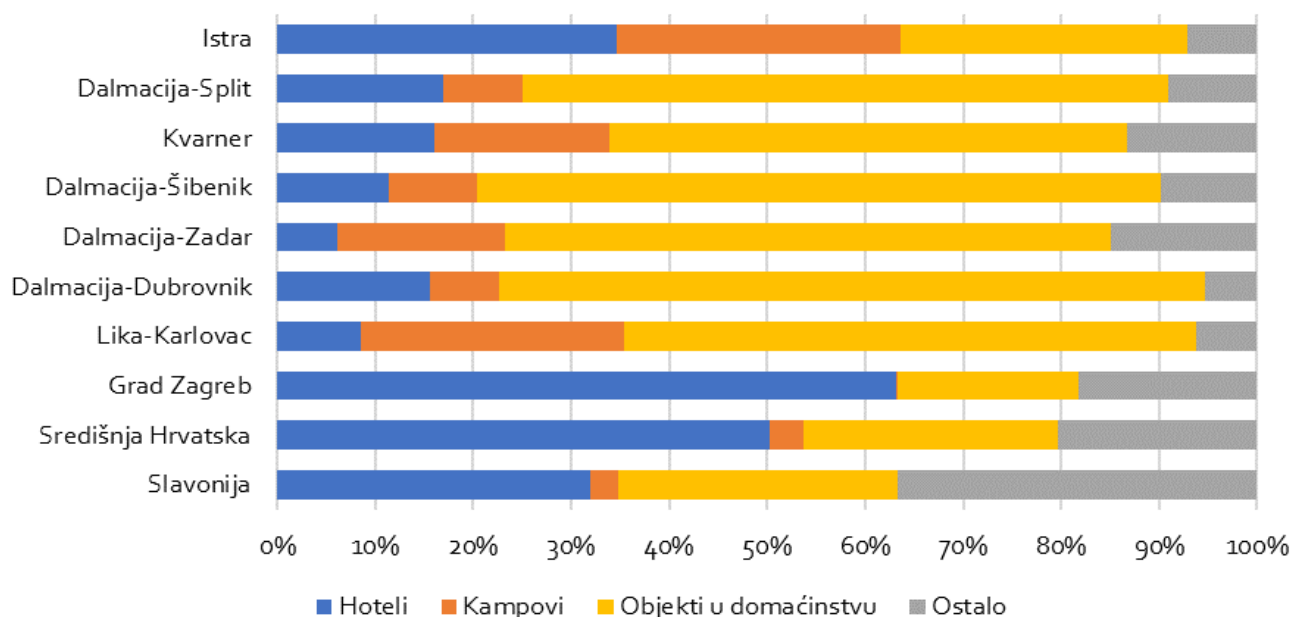
### Dolasci i noćenja čeških turista, 2019.



### Dolasci i noćenja po klasterima

	Dolasci	Noćenja
Dalmacija-Split	217.084	1.650.704
Istra	152.319	974.503
Dalmacija-Zadar	106.631	807.026
<b>Kvarner</b>	107.595	699.227
Dalmacija-Šibenik	66.798	493.922
Dalmacija-Dubrovnik	35.648	276.111
Nautika	35.893	239.415
Lika-Karlovac	43.376	183.987
Grad Zagreb	12.088	21.534
Središnja Hrvatska	11.002	18.597
Slavonija	1.911	4.108
<b>Ukupno</b>	<b>790.345</b>	<b>5.369.134</b>

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



### Top deset gradova/općina po noćenjima

Grad općina	Noćenja
Podgora	244.905
Gradac	244.405
Baška Voda	207.808
<b>Umag</b>	148.355
Omiš	137.692
Medulin	123.299
Crikvenica	115.511
Vodice	112.892
Novalja	111.098
Biograd na Moru	109.156

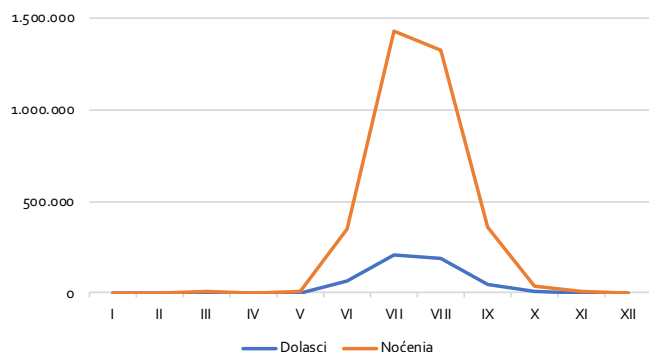
### Dolasci po dobi i spolu

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



## REZULTATI 2020. PREMA SUSTAVU eVISITOR

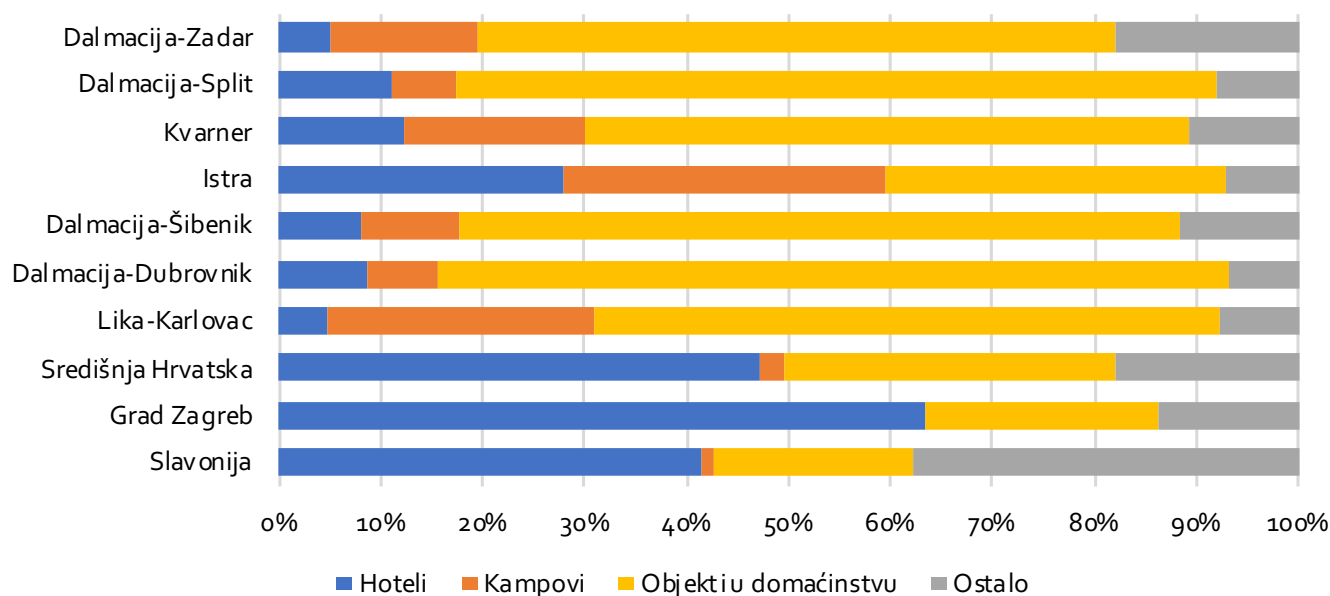
### Dolasci i noćenja čeških turista, 2020.



### Dolasci i noćenja po klasterima

Klaster	Dolasci	Noćenja
Dalmacija-Split	133.363	1.037.549
Istra	97.608	610.475
Dalmacija-Zadar	69.343	537.164
Kvarner	79.829	498.623
Dalmacija-Šibenik	41.129	306.874
Nautika	28.383	197.103
Dalmacija-Dubrovnik	23.664	196.812
Lika-Karlovac	32.561	138.716
Središnja Hrvatska	8.350	11.720
Grad Zagreb	5.089	8.329
Slavonija	658	2.392
<b>Ukupno</b>	<b>519.977</b>	<b>3.545.757</b>

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



### Top deset gradova/općina po noćenjima

Grad općina	Noćenja
Podgora	165.875
Gradac	122.576
Baška Voda	98.009
<b>Omiš</b>	94.818
Novalja	90.713
Medulin	82.910
Rovinj	79.911
Vir	74.332
Umag	72.451
Rogoznica	71.453

### Dolasci po dobi i spolu

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

## TOMAS HRVATSKA 2019. - ČEŠKA

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	Češka
More	66,5	<b>78,8</b>
Priroda	13,4	<b>11,1</b>
Touring, sightseeing	7,2	<b>3,8</b>
<b>Gradovi (city break)</b>	4,8	<b>2,2</b>
Kultura i umjetnost	2,0	<b>0,5</b>
Zabava i festivali	1,3	<b>1,9</b>
Sela, ruralno područje	0,9	<b>0,7</b>
Manifestacije i događanja	0,6	<b>0,1</b>
Gastronomija	0,6	<b>0,3</b>
Wellness, toplice	0,4	<b>0,0</b>
Ostali sportovi i rekreacija	0,5	<b>0,1</b>
Cikloturizam, mountain biking	0,3	<b>0,0</b>
Planinarenje, hodanje	0,2	<b>0,4</b>
Nešto drugo	1,1	<b>0,1</b>
<b>UKUPNO</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

## Motiv dolaska u Hrvatsku

Motivi	Prosjek za strana tržišta	Češka
More	79,1	90,3
Priroda	56,2	63,8
Gradovi (city break)	24,8	32,0
Touring, sightseeing	22,3	16,5
Kultura i umjetnost	13,4	10,1
Ostali sportovi i rekreacija	11,1	11,6
Gastronomija	6,7	7,7
Zabava i festivali	5,1	7,7
Sela, ruralno područje	4,7	3,3
Manifestacije i događanja	4,1	2,9
Posao	2,8	2,3
Wellness, toplice	3,3	3,3
Planinarenje, hodanje	3,3	4,6
Drugi odmorišni motivi	2,6	0,4
Posjet rodbini i prijateljima	1,7	0,0
Cikloturizam, mountain biking	1,7	0,5
Zdravstveni razlozi	0,8	0,2
Obrazovanje	0,4	0,0
Vjerski razlozi	0,2	0,8
Neki drugi razlog	1,0	0,1

## Učestalost dolaska u Hrvatsku

Broj posjeta Hrvatskoj	Prosjek za strana tržišta	Češka
Prvi posjet	33,3	26,4
Drugi posjet	15,4	14,0
3 do 6 posjeta	20,1	30,8
7 i više posjeta	31,2	28,8
<b>UKUPNO</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

## Izvori informacija

Izvori informacija	Prosjek za strana tržišta	Češka
Internet	56,2	64,7
Preporuke rodbine ili prijatelja	25,6	20,8
Prijašnji boravak	21,4	23,0
<b>Preporuke TA ili kluba</b>	10,7	11,3
Brošure, oglasi, plakati	5,3	4,1
Radio, televizija, film ili video	5,2	10,1
Turistički sajmovi, izložbe	5,1	8,3
Članci - novine/ časopisi	3,3	6,1
Nije trebao informacije	8,0	5,6

## Način rezervacije smještaja

Rezervacija smještaja	Prosjek za strana tržišta	Češka
Posredstvom turističke ili putničke agencije, turoperatora - osobnim kontaktom, telefonom, e-mailom	17,2	18,7
Posredstvom turističke ili putničke agencije, turoperatora - online booking (ne e-mailom), uključujući Booking.com, Expedia i sl.	45,9	47,0
Izravno sa smještajnim objektom - osobnim kontaktom, telefonom ili telefaksom, e-mailom	16,4	17,9
Izravno sa smještajnim objektom - online booking (ne e-mailom)	15,7	14,6
Na neki drugi način	0,8	0,0
Nije unaprijed rezerviran	4,0	1,8
<b>UKUPNO</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

## Trenutak rezervacije smještaja

Trenutak rezervacije	Prosjek za strana tržišta	Češka
Manje od tjedan dana prije dolaska	6,4	3,9
1 do 4 tjedna prije dolaska	17,1	14,8
1 do 3 mjeseca prije dolaska	33,0	32,2
3 do 6 mjeseci prije dolaska	27,6	31,7
Više od 6 mjeseci prije dolaska	15,9	17,4
<b>UKUPNO/ TOTAL</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

## Smetnje tijekom boravka u destinaciji

Smetnje	Prosjek za strana tržišta	Češka
Gužva na kupališnom prostoru/preveliki broj kupaca	7,6	9,3
Gužva na ulicama, trgovima, šetnicama, atrakcijama i sl.	7,2	6,8
Neprimjereno odloženo smeće	6,2	4,8
Nemogućnost razdvajanja otpada	6,3	6,4
Neugodni mirisi (iz kontejnera i kanti za smeće)	6,0	5,5
Buka koja remeti komfor vašeg smještaja (odmor, spavanje)	6,2	8,9
Nešto drugo	1,3	1,6

## Aktivnost tijekom boravka u destinaciji

Aktivnost	Prosjek za strana tržišta	Češka
Plivanje, kupanje	76,5	<b>85,3</b>
Razgledavanje gradova ('city sightseeing')	53,8	<b>58,9</b>
Odlazak u restorane	50,4	<b>45,8</b>
Posjet povijesnim građevinama	23,4	<b>18,8</b>
Posjet nacionalnim parkovima, zaštićenim prirodnim područjima	19,1	<b>14,6</b>
Kupovina (osim svakodnevnih potrepština)	15,4	<b>9,6</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>7,1</b>
Jogging, trčanje	12,9	<b>15,0</b>
Odlazak u klubove, ples, noćni život	11,0	<b>8,3</b>
Tenis	10,0	<b>12,2</b>
Korištenje wellness, spa usluga	8,5	<b>6,1</b>
Ronjenje	8,4	<b>10,7</b>
Posjet tematskim parkovima	7,8	<b>7,9</b>
Posjet zabavnim događanjima	7,1	<b>6,6</b>
Obilazak vinskih cesta, vinarija	7,3	<b>4,5</b>
Ribolov	6,1	<b>7,9</b>
Obilazak tematskih cesta	6,2	<b>4,1</b>
Posjet tradicionalnim događanjima	5,3	<b>4,2</b>
Ostalo	4,8	<b>0,9</b>
Posjet seoskim domaćinstvima	4,6	<b>2,1</b>
Posjet toplicama	3,9	<b>2,3</b>
Posjet kulturnim događanjima	3,8	<b>4,1</b>
Golf	3,8	<b>3,7</b>

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

## Stupanj zadovoljstva elementima turističke ponude mjesta

Element ponude	Prosjek za strana tržišta	Češka
Ljepota prirode i krajolika	87,7	<b>88,2</b>
Ljepota mjesta	86,3	<b>89,9</b>
Osobna sigurnost	84,3	<b>86,8</b>
Atmosfera, ugođaj	82,7	<b>82,6</b>
Gostoljubivost lokalnog stanovništva	82,3	<b>82,8</b>
Ukupni boravak	80,5	<b>83,8</b>
Uređenost mjesta	78,5	<b>83,2</b>
Čistoća plaža	77,2	<b>79,3</b>
Smještajni objekt	76,8	<b>78,2</b>
Informacije u destinaciji	76,3	<b>79,9</b>
Ekološka očuvanost prostora	76,4	<b>78,9</b>
Mogućnosti kvalitetnog kretanja pješice u destinaciji	76,0	<b>80,5</b>
Prilagođenost destinacije djeci	75,3	<b>78,0</b>
Pješačke staze	75,1	<b>82,6</b>
Prometna dostupnost destinacije	74,1	<b>79,0</b>
Gastronomska ponuda u mjestu	71,7	<b>67,6</b>
Označavanje znamenitosti	71,8	<b>71,6</b>
Kultura i umjetnost	71,4	<b>62,0</b>
Opremljenost, uređenost plaža	70,6	<b>76,7</b>
Besplatni internet u destinaciji	69,5	<b>65,3</b>
Ponuda organiziranih izleta u okolicu	69,5	<b>71,8</b>
Informacije, edukacija u zaštićenim prirodnim područjima	69,1	<b>73,6</b>
Biciklističke rute i staze	67,7	<b>69,0</b>
Lokalni javni prijevoz	63,9	<b>71,5</b>
Sportski sadržaji	63,8	<b>64,4</b>
Događanja i manifestacije	63,4	<b>59,3</b>
Mogućnost za kupnju	62,5	<b>66,8</b>
Prilagođenost destinacije osobama s posebnim potrebama	62,4	<b>61,5</b>
Zabava, noćni život	62,4	<b>60,7</b>
Promet u mjestu	62,3	<b>61,4</b>

## Vjerojatnost preporuke mjesta prijateljima, rodbini ili kolegama

	Prosjek za strana tržišta	Češka
Nije vjerojatno da ću preporučiti	4,2	<b>7,3</b>
Vjerojatno ću preporučiti	26,9	<b>22,9</b>
Jako je vjerojatno da ću preporučiti	68,9	<b>69,8</b>
<b>UKUPNO</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

## Prosječni dnevni izdaci (u EUR)

Izdatak	Prosjek za strana tržišta	Češka
Prosječni dnevni izdaci ukupno	99,0	<b>84,49</b>
Smještaj	52,8	<b>45,85</b>
Hrana u restoranima i barovima	17,1	<b>12,17</b>
<b>Usluge trgovine</b>	11,6	<b>10,43</b>
Kultura i zabava	3,3	<b>2,45</b>
Sport i rekreacija	2,8	<b>3,40</b>
Izleti	2,7	<b>3,37</b>
Lokalni prijevoz	7,1	<b>5,81</b>
Ostalo	1,7	<b>1,01</b>

## Struktura prosječnih dnevnih izdataka

Izdatak	Prosjek za strana tržišta	Češka
Prosječni dnevni izdaci ukupno	100,0	<b>100,00</b>
Smještaj	53,3	<b>54,26</b>
Hrana u restoranima i barovima	17,2	<b>14,40</b>
<b>Usluge trgovine</b>	11,7	<b>12,35</b>
Kultura i zabava	3,3	<b>2,90</b>
Sport i rekreacija	2,9	<b>4,03</b>
Izleti	2,8	<b>3,99</b>
Lokalni prijevoz	7,1	<b>6,87</b>
Ostalo	1,7	<b>1,19</b>

## Aktualni imidž Hrvatske

Očuvana priroda, čisto more koje Česi često nazivaju „češkim morem“, brza i laka dostupnost svim prijevoznim sredstvima, gostoljubivost domaćina, bogata kulturna baština, bliskost jezika te lakoća komunikacije, raznolika ponuda (sportski sadržaji) i odlična gastronomija najvažnije su prednosti Hrvatske, zbog kojih su mnogi Česi zavoljeli našu zemlju, a mnogima je ona jedina strana odmorišna destinacija u koju se iz godine u godinu rado vraćaju.

Ipak, sve zahtjevnijim novim generacijama Čeha, koji za svoj novac traže adekvatne usluge, ponudu smještaja i dodatne programe koji će im pružiti nezaboravan doživljaj na godišnjem odmoru gore navedene prednosti nisu više dovoljne. Gosti koji su navikli boraviti u drugim zemljama u hotelima, u Hrvatskoj su nezadovoljni zbog visokih cijena hotelskog smještaja u usporedbi s nekim konkurentskim zemljama (Grčka, Egipat, Bugarska i Turska). Upozoravaju i na nedostatak hotela s tri zvjezdice. Iz godine u godinu u Hrvatskoj se prelazi na hotele s četiri zvjezdice uz više cijene smještaja koje si prosječna češka obitelj ne može priuštiti. Spominju i visoke cijene u restoranima i jednoličnu ugostiteljsku ponudu. Negativan dojam ostavlja i nedostatak parkirnih mjesta u turističkim ljetovalištima. Najveći nedostaci su način na koji se češkog gosta percipira u odnosu na neke druge goste.

Češki organizatori putovanja negoduju zbog nejednake poslovne politike hotelijera prema njima u odnosu na dionike „sa zapada“ (drugi cjenici, drugi uvjeti plaćanja, stop buking, akontacije, garancijske, odnosno alotmanske cijene,...). Organizatori putovanja koji se specijaliziraju za aktivan odmor upozoravaju na nedovoljno označavanje pješačkih i biciklističkih staza, pogotovo po otocima. Veliki problem predstavljaju i cijene u restoranima, što mnoge goste navodi na putovanje u konkurentske destinacije. Pritužbe se odnose i na neadekvatno formiranje cijena, gdje po nekoliko puta tijekom godine dolazi do izmjene. Najveći problem s kojim se organizatori putovanja u zadnje vrijeme bore sve je veća ponuda hrvatskih hotela na online prodajnim platformama.

Bez obzira na gore navedeno još uvijek je Hrvatska na češkom tržištu najomiljenija „morska“ destinacija. Iako Česima raste životni standard, vrlo su osjetljivi na cijene, pogotovo što za isti novac mogu boraviti u nekim konkurentskim zemljama puno duže - profiliranje Hrvatske u kvalitetniju destinaciju i povećanje kvalitete hotelskog smještaja donosi istovremeno i povećanje cijena. Česi če-

sto koriste programe kratkih vikend putovanja u europske gradove, a za Hrvatsku takve ponude kod organizatora putovanja nažalost nisu prisutne. Iako imaju perspektivu, budući da već u pred i sezoni postoje direktni letovi iz Praga za Split, Dubrovnik i Zagreb te za Zadar.

Ako analiziramo li 2020., koja je bila pod utjecajem pandemije COVID 19, razvidimo kako su Česi Hrvatsku birali jer su je percipirali kao sigurnu destinaciju. Hrvatska je bila najbliža „morska“ destinacija u koju su mogli otputovati automobilom, a u slučaju komplikacija, mogli su se brzo vratiti natrag u svoju zemlju. Unatoč odličnim inicijalnim rezultatima, s dolaskom korona krize otkazani su svi odmori u predsezoni, sve do konca lipnja, dok gosti koji su bukirali odmor za srpanj i kolovoz 2020. većinom nisu otkazivali svoje rezervacije. Zbog vrlo intenzivnih i kontinuiranih medijskih aktivnosti HTZ-a, Hrvatska je bila top tema u svim vodećim češkim medijima te su odmah nakon otvaranja granica uslijedili brojni medijski izvještaji o prvim Česima na Jadranu nakon čega je promet krenuo, kako organizirano putem agencija tako i individualno. Prvi autobusi čeških agencija krenuli su u Hrvatsku svega jedan dan nakon uvođenja i predstavljanja aplikacije „Enter Croatia“ na sjednici Vlade RH 28. svibnja 2020. Velik medijski odjek imalo je i uvođenje nove željezničke noćne linije prijevoznika REGIOJET na relaciji „Prag-Brno-Bratislava-Ljubljana-Rijeka“ Putovanje vlakom do Jadrana bilo je „hit ljeta“ 2020. te je do kraja rujna prodano 60.000 karata. Najviše su putovale mlade obitelji s djecom, na Kvarner i u Istru, o čemu su redovito izvještavali broji češki mediji. Češke turističke agencije procijenile su tijekom ljeta da je u srpnju 2020. oko 300.000 do 350.000 ljudi koristilo njihove usluge u inozemstvu, što je oko četvrtine brojki iz prošle godine. Najveći interes zabilježen je za Hrvatsku, kamo je putovalo oko 130 tisuća ljudi, dok je u Slovačku putovalo 70 tisuća.

### Omjer između organiziranih i individualnih dolazaka u Hrvatsku u 2020.

Do sada se procjenjivalo da je oko 70 % turista iz Češke u Hrvatsku došlo individualno, a oko 30 % organizirano. U posljednje vrijeme u Češkoj trend da turisti, pogotovo za bliže destinacije, ne koriste usluge turističkih agencija. Podaci eVisitora HTZ-a za 2019. i 2020. potvrđuju kako većina Čeha posjećuje Hrvatsku u individualnoj organizaciji. Dok je u 2019. 66,7% Čeha posjetilo Hrvatsku individualno, u 2020. godini riječ je o njih 76%.

Zanimljiv je i podatak da je dobna skupina od 19-30 tijekom 2019. i prethodnih godine ostvarila pad dolazaka od oko 8%, a skupna od 60+ imala kontinuirani rast dolazaka od 3%, dok u 2020. bilježimo trend da dobna skupina od 19-30 godina ostvaruje indeks dolazaka od gotovo 85% razine iz 2019. godine, dok dobna skupina 60+ ostvaruje manje od 50% dolazaka iz 2019. godine što je razumljivo i posljedica toga da ta skupina većinom putuje putem agencija i autobusom, a prva skupina individualno i osobnim automobilom. Dolasci gostiju putem agencija do kraja 2020. godine bilježe realizaciju od 45% brojki iz 2019. godine dok su individualni gosti ostvarili 75% dolazaka iz 2019. godine što sumarno čini 65% realizacije iz 2019. godine.

### Zastupljenost Hrvatske u programima organizatora putovanja u 2020.

U katalogima generalno najvećih partnera na tržištu (Čedok, Firo-tour, Alexandria) Hrvatska je zastupljena s udjelom do 20 %. Organizatora putovanja, tzv. „specijalista“ za Hrvatsku, na češkom tržištu ima desetak – od većih, koji svojom ponudom pokrivaju cijelu Hrvatsku, do onih manjih koji nude samo nekoliko destinacija. U programima dva najveća organizatora putovanja fokusirana na Hrvatsku - Vítkovice Tours i Victoria, naša je zemlja zastupljena Hrvatska s više od 70 %. Niz malih i srednjih turoperatora nudi isključivo Hrvatsku (CK 101 Zemek i Mediteran Travel), cijelu obalu i otoke te programe u tranzitnim područjima kontinenta.

Ponuda za 2019. i sezonu 2020., bila je vrlo slična, ali je realizacija bila drugačija. U katalogima su se mogli naći hoteli s četiri zvjezdice koji se zbog cijena, nažalost, ne prodaju tako dobro kao u drugim mediteranskim zemljama. Manji je i broj kuća s apartmanima jer vlasnici često nakon odrađene dvije godine s agencijom, objekte pokušavaju puniti sami, a tržišni udjel povećavaju i brojni portali OTA. Hrvatska se sve više nudi u okviru auto aranžman, iako je i ponuda autobusnih aranžmana zadovoljavajuća. U katalogima su i kratki ili tranzitni programi na putu prema moru, npr. toplice u Zagorju, ili jednodnevno kupanje na Jadranu. Pojedini organizatori putovanja obogatili su ponudu time što su uveli tematske programe (sportske, wellness, vinske ture,...). Pojedine agencije specijalizirane za Hrvatsku okreću se aktivnom turizmu (101 Zemek, CK Victoria), ili ponudama za grupe te izrađuju posebne kataloge, što su pozitivne vijesti jer na taj način produžuju predsezonu i sezону. Dakle, zastupljenost Hrvatske u programima organizatora putovanja, nije se značajno promijenila u odnosu na prethodne godine, iako je prisutna određena diversifikacija.

### Rezultati organizatora putovanja u 2020. (programi za Hrvatsku)

Prema anketi Predstavništva HTZ-a, provedenoj u listopadu 2020. među najznačajnijim turoperatorima koji u svojim programima imaju Hrvatsku, proizlazi da su tijekom 2020. godine u prosjeku ostvarili oko 30-35% prošlogodišnje prodaje. Naravno, oni koji su imali putnike od polovine lipnja do polovine rujna imali su i nešto bolje rezultate (do 40%), no bilo je agencija koje su imale i puno lošije rezultate. Velika većina aranžmana bila je stornirana već na početku epidemije, dok je jedan dio rezervacija prebačen na 2021. godinu.

Najviše se putovalo vlastitim automobilom, zbog straha od zaraze, iako je bilo dosta aranžmana i autobusom, dok su željezničku liniju za Rijeku koristili uglavnom individualci. Tražile su se sve vrste smještaja, kampovi zbog boravka u prirodi, zatim hotelski smještaj do 3\*, te manji hoteli u izoliranim resortima, a izvrsne rezultate ostvarila je i nautika. Najveća potražnja bila je za apartmanskim kućama s manje apartmana, gdje je manja koncentracija turista. Od destinacija je prevladavala Istra, zbog blizine i sigurnosti te kvalitete smještaja i usluga. Postojao je i velik interes za manja turistička mjesta, gdje se pretpostavljalo da će na plaži biti manje ljudi. Nakon što je u medijima objavljeno da se najviše putuje u Istru, ljudi su počeli tražiti i Dalmaciju. Reakcije gostiju koji su proveli odmor u Hrvatskoj bile su uglavnom pozitivne, prvenstveno iz razloga što je bilo manje turista nego ranijih godina. Neki su se žalili na nepoštivanje higijenskih mjera (upotreba dezinficijensa) pogotovo u apartmanima, ali i činjenicu da je Hrvatska dozvoljavala ulazak svih stranih turista bez obzira iz koje zemlje dolaze, zbog čega su se mnogi Česi odlučili za Grčku, ili su svoj odmor u Hrvatskoj odgodili za iduću godinu.

### Zrakoplovni čarteri u 2020.

U 2019. godini u ponudi avionskih veza iz Praga za Hrvatsku bili su Split, Dubrovnik, Zagreb i Zadar.

#### Croatia Airlines

Prag – Zagreb

4 x tjedno od 13. travnja – 26. listopada

#### Czech Airlines

Prag – Zagreb

4 x tjedno od 31. ožujka do 24. lipnja te od 25. rujna do 25. listopada

6 x tjedno od 25. lipnja do 13. rujna



**SmartWings/Travel Service** u 2019. uspostavlja opet redovne sezonske linije koje koriste i neki organizatori putovanja kao čartere (Vitkovice tours, Čedok i Firotour).

Prag – Split

svaki dan od početka lipnja do kraja rujna

4 x tjedno u travnju

6 x tjedno u svibnju

5 x tjedno u listopadu

pojedini organizatori putovanja koriste sjedala kao charter (Čedok, Firotour i Vitkovice tours)

Prag – Dubrovnik

svaki dan od početka lipnja do kraja rujna

3 x tjedno od početka travnja do početka lipnja te od kraja rujna do kraja listopada

subotom neki organizatori putovanja koriste sjedala kao charter (Čedok i Vitkovice tours)

### **Czech Airlines**

Ostrava – Split

1 x tjedno od 15. lipnja do 21. rujna

liniju je koristio Vitkovice tours za avio aranžmane

### **Ryanair**

uspostavio u 2019. letove iz Praga za Zadar.

2 x tjedno od 3. travnja do 26. listopada

Iako je ponuda u 2020. godini trebala biti slična onoj iz 2019. godine, pandemija je prizemljila zrakoplove mnogih prijevoznika. Kada su se otvorile granice, moglo se letjeti u Hrvatsku iz Praga za Split (Smartwings) te iz Praga za Zadar (Ryanair). Croatia Airlines niti ČSA nisu realizirali letove.

### **Autobuseri u 2020.**

Autobusni prijevoz iz godine u godinu bilježi sve manji interes. Agencije kod autobusnih prijevoznika koji su uspostavili linije za ljetnu sezonu dogovaraju samo zakup određenog broja sjedala. Ovaj tip prijevoza koriste prvenstveno osobe starije dobi, oni koji koriste hotelski smještaj te grupe.

U 2019. godini njemački FlixBus vozio je na relaciji Prag – Zagreb (cijela godina) i Prag – Split (samo ljetna sezona), jednako kao i najomiljeniji češki prijevoznik Regio Jet na relaciji Prag – Split, s tim da su oba prijevoznika pojačala linije - Regio Jet za Split 2 puta tjedno, a FlixBus u ljetnoj sezoni svaki dan.

### **FlixBus:**

- svaki dan od lipnja do rujna

- destinacije: Zagreb, Zadar, Biograd, Šibenik, Split

### **Regio Jet:**

- 2 x tjedno od svibnja do listopada

- destinacije: Zadar, Biograd, Šibenik, Split

### **Vega tour:**

- 1 x tjedno - petkom, od kraja svibnja do kraja rujna

- destinacije: Istra, sjeverna i srednja Dalmacija

### **Autokarem:**

- 1 x tjedno – petkom

- destinacije: Istra, sjeverna i srednja Dalmacija

### **Jadran Expres:**

- 1 x tjedno, petkom od kraja svibnja do kraja rujna

- destinacije: sjeverna i srednja Dalmacija (Zadar – Gradac)

### **Gumdrop:**

- 1 x tjedno, petkom

- destinacije:

### **Istra:**

od polovine svibnja do polovine rujna

Kvarner: od početka lipnja do početka rujna

### **Dalmacija:**

od polovine svibnja do polovine rujna

Organizatori putovanja koji imaju vlastite autobuse, prodaju autobusne aranžmane i svojom ponudom pokrivaju cijelu hrvatsku obalu

- CK Victoria
- Vitkovice tours
- CK Valaška
- CK Saturn
- CK Česke kormidlo
- ČSAD Tišnov

U 2020. interes za putovanja autobusom smanjio se zbog straha od zaraze, no usprkos tome autobuseri su realizirali linije za Hrvatsku, iako u znatno manjem obujmu. Velika konkurencija autobuserima ove je godine bio vlak RegioJeta, koji je vozio na relaciji Prag-Brno-Bratislava-Ljubljana-Rijeka po vrlo pristupačnim cijenama (cijena za pojedinačnu kartu na liniji Prag-Rijeka od 22 EUR/sjedalo te 30 EUR za spavaća kola s nizom benefita uključenih u cijenu npr. voda, kava, doručak, internet itd.).

---

## Individualni promet u 2020.

Prometna povezanost Jadrana dobrom mrežom autocesta sa Srednjom Europom velika je prednost Hrvatske za Čehe koji rado odlaze na putovanje automobilom. Ne zaostaje ni zračna povezanost, međutim dostupna samo u ljetnom razdoblju. Prag je ljeti direktno povezan sa Splitom, Dubrovnikom, Zadrom i Zagrebom, no cijene aviokarata nisu tako povoljne kao na letovima prema ostalim europskim gradovima. (jedino je tijekom 2019. godine Ryanair uveo letove iz Praga prema Zadru s povoljnim cijenama). Individualni turisti pokazuju kontinuirani interes za Hrvatskom, što je bilo još naglašenije tijekom 2020. godine.

## TURISTIČKA SEZONA 2021. – OPĆI POKAZATELJI

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

Istraživanje koje je realizirao portal Kiwi.com u suradnji sa agencijom STEM/MARK u listopadu 2020. govori kako je pandemija bolesti COVID 19 negativno utjecala na planove za putovanja kod dvije trećine Čeha, a skoro polovina ih je morala svoja putovanja otkazati. Petini su bili otkazani letovi dok je petina morala zbog problema s avioprijevozom krenuti na put automobilom. Bez obzira na sve poteškoće, većina ispitanika nije izgubila želju za putovanjima - naprotiv njih dvije trećine bi opet rado otputovali, a petina bi ih otputovala bilo kada i pod bilo kojim uvjetima. Samo na manje od petine ispitanika dosadašnja situacija utjecala je tako da su potpuno odustali od putovanja. Što se tiče straha od bolesti COVID 19, ljudima puno više smetaju ograničenja putovanja (52%) nego zdravstveni rizici (20%), a četvrtina ispitanika se ne boji ničega. Sigurnosne mjere vezane uz putovanja su za 40% ispitanika sasvim dovoljne, dok bi samo 15% njih mjere postrožilo. Ukoliko bi u danoj situaciji mogli nešto promijeniti, onda bi većina prihvatila brzo testiranje u zračnoj luci i poboljšala politiku refundacije, odnosno vraćanje novca putnicima. Trećina bi prihvatila fleksibilno storniranje letova, petina bi željela veće sigurnosno-zdravstvene mjere. Kada su u pitanju putovanja u 2021. godini, polovina ispitanika računa da će otputovati u inozemstvo. Trećina ispitanika ne želi čekati i čim to situacija bude dozvoljavala krenuti će na put odmah. Kako bi minimalizirali rizik otkazivanja letova, raste omiljenost last minute aviokarata, koje koristi polovina putnika. Polovina Čeha također ne želi mijenjati način planiranja godišnjeg odmora, ali je za njih 60% tijekom putovanja važna sigurnost. Trećina ispitanika putovala bi samo u „sigurne zemlje“ (uglavnom osobe starije 45 godina i obitelji s djecom). Bez obzira na komplikacije tijekom godine, 44% ljudi još uvijek preferira avionski prijevoz, bez obzira na COVID 19. Trećina (uglavnom velike obitelji) općenito više voli putovati automobilom, autobusom ili vlakom. 40% ispitanika preferira kraće letove.

Istraživanje ERV Europskog osiguravajućeg društva iz listopada 2020. pokazuje kako je prošle godine polovina aranžmana bila prodana u first minute režimu, dok u 2020. za ljetnu sezonu 2021. u first minute režimu svoj odmor planira kupiti samo 10% Čeha. Istraživanje dalje govori da je došlo do radikalne promjene ponašanja po-

trošača vezano uz organizaciju ljetnog odmora u sezoni 2021. - 34% će ih ljetni odmor kupovati u zadnji trenutak (last minute) a skoro polovina ispitanika (45%) navela je da za sada uopće ne planira odmor u inozemstvu.

### Preliminarna procjena redoslijeda omiljenih destinacija u 2021.

Hrvatska, Italija i Slovačka su destinacije u koje putuje 50% Čeha. Vjerujemo da će te destinacije i tijekom 2021. ostati najvažnije. Slijedom smirivanja sigurnosne, odnosno epidemiološke situacije u 2021. godini mogla bi rasti želja za putovanjima. Naravno, rezultati se neće približiti brojkama iz 2019. godine, jer će još uvijek postojati strah od putovanja zbog virusa.

### Prognoze organizatora putovanja za 2021.

Za većinu putničkih agencija u Češkoj pogotovo za one koje su nudile destinacije u koje se ove godine nije moglo putovati, 2020. godina bila je jako loša, no prema invia.cz, vodećem online portalu koji udružuje ponude čeških putničkih agencija, Česi već traže first minute prodaju za 2021. godinu. Posebno velik je interes za Grčku, a razlog je velika želja za putovanjima (jer su ove godine mnogi ostali kod kuće), ali i to što su od agencija dobili vouchere za otkazane ovogodišnje (2020.) aranžmane te ih moraju iskoristiti do rujna 2021. godine. Manji interes u odnosu na prošlu godinu je za odmor u egzotičnim zemljama poput Maldiva ili Tajlanda. Za iduću godinu predviđaju da će sve ovisiti o ponudi putničkih agencija i hotelima (hoće li se otvoriti ili ne, te od kada), ali računaju s razinom od 60% „normalnih“ godina. U avio segmentu predviđaju da će hit destinacije iduće godine biti Egipat, Turska, Grčka ili Tunis. Exim tour, jedna od agencija koja nudi skoro cijeli svijet i u samom je vrhu među češkim agencijama, ove godine realizirala je samo oko 10% prošlogodišnjih rezultata. Iako još nije pustila first minute prodaju, smatraju da će u avio segmentu Grčka i Bugarska biti veliki dobitnici 2021. godine, jer su imali mali broj zaraženih, dobro pripremljene i jasne sigurnosne mjere u zemlji te su (Grci) brzo su reagirali sa zabranom ulaska turista iz zemalja koje su bile rizične, što mnogim turistima u sigurnosnom pogledu puno znači. Tijekom listopada, s eskalacijom pandemije first minute prodaja ponovo je usporila te je neizvjesno kada će se opet pokrenuti.

## TURISTIČKA SEZONA 2021. – HRVATSKA

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

Za 2021. predviđamo rezultate u rangu 2020. godine, sa izglednim blagim rastom u rasponu od 5-15%, ovisno o epidemiološkoj situaciji.

### Najave zastupljenosti Hrvatske u programima organizatora putovanja

Većina agencija koje nude Hrvatsku planira aranžmane u 2021. godini, sukladno epidemiološkoj situaciji, već od travnja/svibnja, pa do kraja rujna. Agencije sa programima Hrvatske nadaju se boljoj sezoni nego li tijekom 2020. prije svega i stoga što imaju velike depozite blokirane kod hrvatskih partnera, koji su prebačeni na 2021. godinu. Većina je najavila sličnu strukturu ponude, samo će reducirati ugovore s hrvatskim partnerima s kojima su imali problema. Sve agencije najavile su kako neće uzimati u Hrvatskoj fiksni zakup kapaciteta, ili će ga smanjiti na minimum te će raditi samo s alotmanima, paziti na plaćanja akontacija i na uvjete storniranja. Nakon negativnog iskustva nekih (većinom manjih TO/TA) tijekom 2020. godine, Česi su oprezniji. Mnoge agencije očekuju probleme tijekom 2021. godine te smatraju kako će se u prvom redu kupovati aranžmani u last minute prodaji, ovisno o situaciji s COVID pandemijom. Agencije traže jasne i stabilne uvjete (formulare, pravila za testove, cijepjenja i sl.) za ulazak u Hrvatsku i za tranzit, koji se po mogućnosti neće mijenjati tijekom sezone. Od hrvatskih partnera očekuju suradnju i fleksibilnost te izmjene uvjeta storniranja koji će biti prilagođeni aktualnoj situaciji, što znači besplatno otkazivanje i do tri dana prije dolaska. Mnoge agencije navode kako su Česi ove godine puno manje kupovali apartmane preko agencija, jer su direktno ugovarali odmor. Iako su očekivanja agencija da će postojati osjetan interes za Hrvatskom, ne projiciraju veliki rast, zbog cijena i nesigurnosti.

Avioprijevoznik Smartwings/Travel Service objavio je plan letenja za Hrvatsku u 2021. godini. Iz Praga za Split i Dubrovnik isti je red letenja kao i tijekom 2020. godine:

- Od 1. 5. - 31. 5. 2021. jednom tjedno – subotom
- Od 1. 6. - 10. 10. 2021. svaki dan u tjednu

Treba voditi računa da Smartwings često mijenja red letenja prema interesu/prodaji karata, ali je u 2020. upravo prvi let koji su imali iz praške zračne luke ostvaren za Split.

Ryanair je najavio letove iz Praga za Zadar od 30. 3. - 30. 10. 2021. godine, dva puta tjedno, u utorak i subotu.

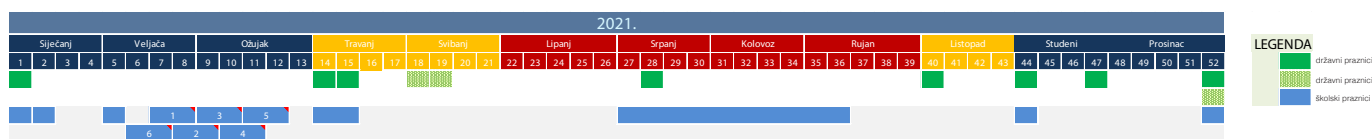
Zbog nikad većeg interesa za putovanja vlakovima RegioJeta u Hrvatsku tijekom 2020. godine, tvrtka već priprema željezničku vezu za 2021. godinu. Planira se da bi vlak iz Praga-Brna i Bratislave preko Ljubljane ponovo za Rijeku počeo voziti u svibnju 2021. godine, sve do kraja rujna 2021. godine, a razmatra se i linija Prag-Zagreb-Split.

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

- predlažu se veće kontrole provedbe mjera protiv širenja bolesti COVID 19, budući da su vezano uz navedeno u 2020. zabilježili određeni broj primjedbi gostiju
- smatraju kako treba nastaviti s mjerama zaštite u hotelima prilikom organizacije prehrane u restoranima (plastične pregrade), što je bilo vrlo pozitivno prihvaćeno od strane gostiju
- nadaju se da će hrvatski partneri cijene prilagoditi situaciji, budući da je na tržištu prisutna konkurentna borba za svakog gosta
- treba promovirati Hrvatsku kao sigurnu destinaciju
- treba redovito izvještavati o mjerama koje se provode, o broju zaraženih prema županijama ili mjestima
- traže ukidanje poreza na ceste za autobusera
- prije sezone traže detaljna pravila postupanja i uvjete (npr. formulari, testovi, cijepjenje itd.) za ulazak u Hrvatsku i za tranzit te informacije kako će se postupati s gostom u slučaju zaraze (odgovor da treba kontaktirati lokalne epidemiologe nije im zadovoljavajući).

- 
- traže da se na vrijeme zabrani ulazak u Hrvatsku turista iz rizičnih zemalja, inače se češki gosti neće osjećati sigurnima
  - traže dogovor sa susjednim zemljama da se olakša tranzit, odnosno eliminiraju prepreke za putnike u tranzitu kroz Austriju, Sloveniju ili Mađarsku (npr. manje čekanja na graničnim prijelazima, tranzit bez zaustavljanja i sl.)
  - od hrvatskih partnera očekuju suradnju i fleksibilnost ukoliko zbog pandemije COVID 19 ne uspiju prodati kapacitete u fiksnom zakupu, tj. ne uspiju iskoristiti uplaćene akontacije
  - ukoliko Hrvatska u 2021. godini bude sigurna destinacija s minimalnim brojem zaraženih te ukoliko će imati na snazi jasne epidemiološke i sigurnosne mjere koje će se provoditi u svim regijama gosti će se osjećati sigurnima i to će biti dodatni poticaj za ljetni odmor u našoj zemlji.

## 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
Dan restauracije češke države/Nova godina (Restoration Day of the Independent Czech Republic)	01.01.2020	Srijeda	1	01.01.2021	Petak	1	01.01.2022	Nedjelja	1
Veliki petak (Good Friday)	10.04.2020	Petak	15	02.04.2021	Petak	14	15.04.2022	Petak	
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
Dan oslobođenja (Liberation Day)	08.05.2020	Petak	19	08.05.2021	Subota	19	08.05.2022	Nedjelja	20
Dan sv. Ćirila i Metoda (Saint Cyril and Methodius Day)	05.07.2020	Nedjelja	27	05.07.2021	Ponedjeljak	28	05.07.2022	Utorak	28
Dan Jana Husa (Jan Hus Day (burned at the stake in 1415))	06.07.2020	Ponedjeljak	28	06.07.2021	Utorak	28	06.07.2022	Srijeda	28
Dan sv. Venčeslava (St. Wenceslas Day)	28.09.2020	Ponedjeljak	40	28.09.2021	Utorak	40	28.09.2022	Srijeda	40
Dan neovisnosti (Independent Czechoslovak State Day (created in 1918))	28.10.2020	Srijeda	44	28.10.2021	Četvrtak	44	28.10.2022	Petak	44
Dan borbe za slobodu i demokraciju (Struggle for Freedom and Democracy Day)	17.11.2020	Utorak	47	17.11.2021	Srijeda	47	17.11.2022	Četvrtak	47
Badnjak (Christmas Eve)	24.12.2020	Četvrtak	52	24.12.2021	Petak	52	24.12.2022	Subota	52
Božić (Christmas Day)	25.12.2020	Petak	52	25.12.2021	Subota	52	25.12.2022	Nedjelja	53
Sv. Stjepan (St. Stephen's Day)	26.12.2020	Subota	52	26.12.2021	Nedjelja	52	26.12.2022	Ponedjeljak	53

Izvor: <http://www.czechtourism.com/a/days-off/>; <https://www.feiertagskalender.ch/ferien.php?geo=3440&jahr=2021&klasse=0&hl=en>

Školski praznici	2021.		
	Početak	Kraj	
Božićni praznici i Nova godina	23.12.2020	03.01.2021	
Zimski praznici	29.01.2021	29.01.2021	
Proljetni praznici - Češka Lipa, Jablonec nad Nisou, Liberec, Semily, Havlíčkův Brod, Jihlava, Pelhřimov, Třebíč, Žďar nad Sazavou, Kladno, Kolin, Kutna Hora, Pisek, Nachod, Bruntal	01.02.2021	07.02.2021	6
Proljetni praznici - Mlada Boleslav, Příbram, Tabor, Prachatice, Strakonice, Ústí nad Labem, Chomutov, Most, Jičín, Rychnov nad Knežnou, Olomouc, Šumperk, Opava, Jeseník	08.02.2021	14.02.2021	1
Proljetni praznici - Benešov, Beroun, Rokycany, České Budejovice, Český Krumlov, Klatovy, Trutnov, Pardubice, Chrudim, Svitavy, Ústí nad Orlicí, Ostrava-mesto, Prostějov	15.02.2021	21.02.2021	2
Proljetni praznici - Praha 1 - 5, Blansko, Brno-mesto, Brno-venkov, Breclav, Hodonín, Vyškov, Znojmo, Domažlice, Tachov, Louny, Prostějov, Karvina	22.02.2021	28.02.2021	3
Proljetni praznici - Praha 6 - 10, Cheb, Karlovy Vary, Sokolov, Nymburk, Jindřichův Hradec, Litoměřice, Dečín, Prerov, Frydek-Místek	01.03.2021	07.03.2021	4
Proljetni praznici - Kromeríž, Uherské Hradiště, Vsetín, Zlín, Praha-východ, Praha-západ, Melník, Rakovník, Plzeň-mesto, Plzeň-sever, Plzeň-jih, Hradec Králové, Teplice, Nový Jičín	08.03.2021	14.03.2021	5
Uskršnji praznici	01.04.2021	05.04.2021	
Ljetni praznici	01.07.2021	31.08.2021	
Jesenski praznici	27.10.2021	29.10.2021	
Božićni praznici i Nova godina	23.12.2021	05.01.2022	

Izvor: Eurydice