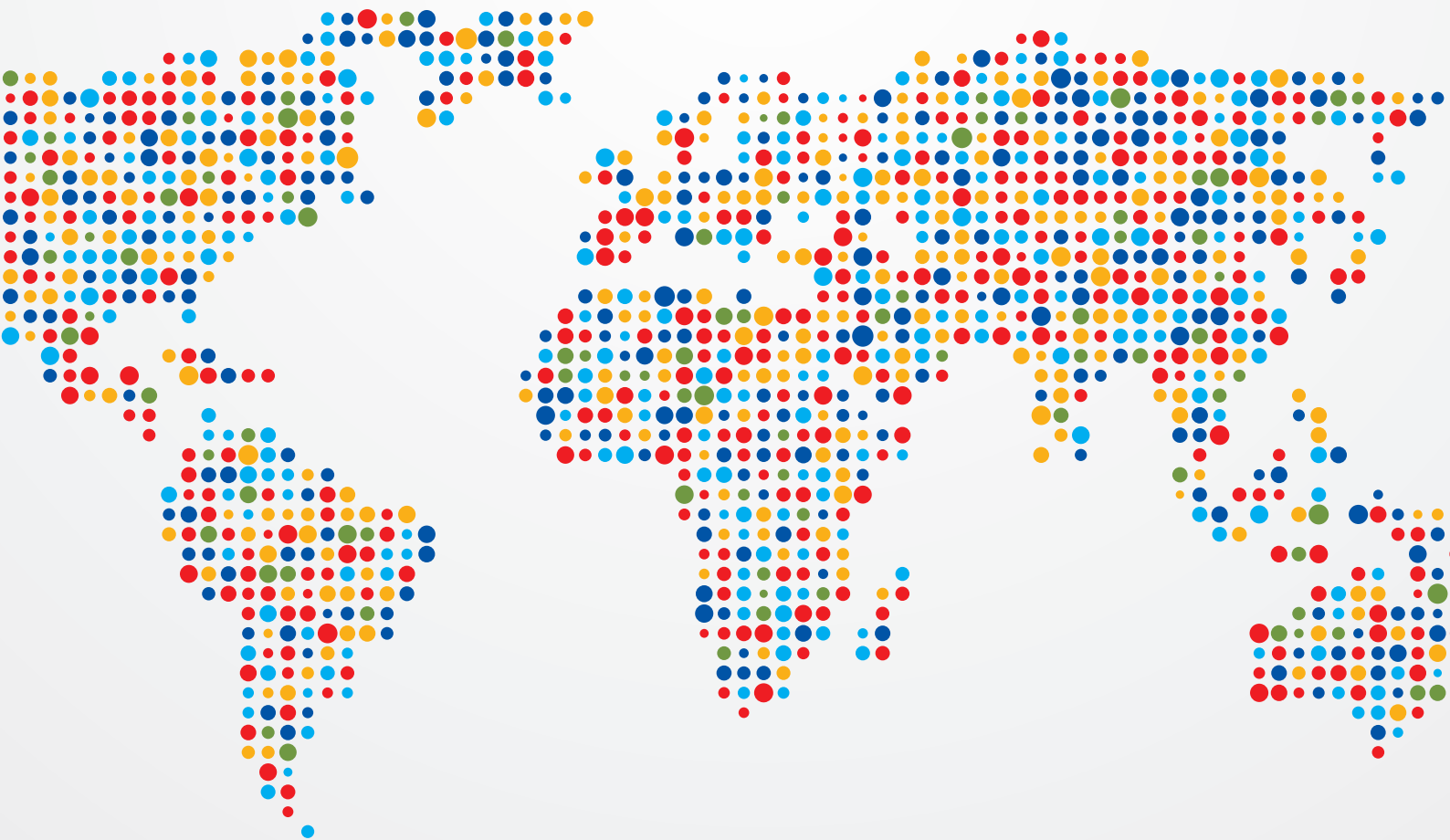




# ČEŠKA

PROFIL EMITIVNOG TRŽIŠTA - IZDANJE 2018.



# OPĆI PODACI O TRŽIŠTU

## 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 aktualni 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).

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).

Glavni grad: Prag (1.281.000 stanovnika).

Ostali veći gradovi: Brno (379.527), Ostrava (290.450), Plzeň (170.936), Liberec (103.979), Olomouc (100.494), Ústí nad Labem (93.040), Hradec Králové (92.917), České Budějovice (93.470).



## Stanovništvo

Na dan 30.06.2018. Češka Republika je imala 10.625.000 stanovnika. Prosječna gustoća naseljenosti iznosi 134 stanovnika/km<sup>2</sup>.

### Dobna struktura stanovništva\*

- 0 – 14 godina: 15,21 % (834.800 muškaraca / 790.128 žena)
- 15 – 24 godine: 9,34 % (514.728 muškaraca / 483.546 žena)
- 25 – 54 godine: 43,79 % (2.404.724 muškaraca / 2.275.309 žena)
- 55 – 64 godine: 12,24 % (638.130 muškaraca / 669.959 žena)
- 65 i više godina: 19,42 % (865.455 muškaraca / 1.209.490 žena).

Prosječna životna dob stanovništva\* je 78,9 godina (76 godina za muškarce, a 82,1 za žene).

\*Izvor: CIA Statistics (2018. procjena)

## Vjerska pripadnost

- ateisti 34,5%, vjernici 20,6% (od čega najbrojniji: katolici 10,4%, evangelisti 0,5%, husiti 0,4%), ostali neopredijeljeni 44,7%.

## OPĆE KARAKTERISTIKE GOSPODARSTVA

Češka Republika ekonomski je vrlo značajna država te spada među najrazvijenije u Europi. Razdoblje njenog gospodarskog rasta počelo je ulaskom u EU. Od svih postkomunističkih zemalja ima trenutno najstabilnije gospodarstvo (druga je Slovenija). Najveći dio BDP-a čini sektor usluga, iako je industrija tradicionalno vrlo snažna. Industrija zapošljava 38% aktivnog stanovništva te predstavlja razlog uslijed kojeg 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 su podzastupljeni; u poljoprivredi je zaposleno samo 5% stanovništva.

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 više od 25 % ukupne industrijske proizvodnje, direktno zapošljava preko 150.000 ljudi, a proizvede preko 1,3 milijuna osobnih automobila 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 po stanovniku (124 auta) i na prvom mjestu po broju proizvedenih autobusa po stanovniku.

Zahvaljujući povoljnom geografskom položaju, 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 te se radi na njenoj modernizaciji. 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 (Student Agency) i Leo express. Postepeno se širi mreža autocesta i drugih državnih cesta. Najstarija i najfrekventnija autocesta između Praga i Brna trenutno je u procesu rekonstrukcije. Na visokoj razini je i avionski promet - zračna luka Vaclava Havela u Pragu širi se i modernizira te zaprima sve više putnika.

Prema podacima Češke narodne banke, zemlja je u 2017. zaradila na turizmu 162 milijarde kruna (6,2 milijardi eura) što je osam milijardi kruna (0,3 milijardi eura) više nego prethodne godine. Prihodi su bili veći za 5 %. Ukupno je Češku Republiku posjetilo 10,2 milijuna inozemnih gostiju, što je rast od 9,2%. Od susjednih zemalja najviše je bilo posjetitelja iz Njemačke, Austrije i Poljske, dok su s udaljenih tržišta najveći rast bilježili posjetitelji iz Kine, Južne Koreje, Rusije i Indije. Odlični turistički pokazatelji rezultat su percepcije Češke, kao atraktivne i sigurne destinacije. U prvom kvartalu ove godine nastavljaju se odlični rezultati; bilježe povećanje prihoda od 4%, broj dolazaka od 11% te noćenja od 9%.

Prema podacima Češkog zavoda za statistiku (ČSÚ) za 2017. ukupan BDP iznosio je 5.045 milijardi kruna (194 mlrd. eura), dok je rast BDP-a iznosio 4,3 %. Ministarstvo financija za 2018. očekuje rast BDP-a od 3,2 %, dok za 2019. predviđa rast od 3,1 %. BDP po glavi stanovnika u 2017. iznosio je 476.432 kruna (18.401 eura).

Prema istim izvorima, prosječna stopa nezaposlenosti u 2017. iznosila je 2,9 % (280.000 građana). Ministarstvo financija za 2018. i 2019. godinu procjenjuje stopu nezaposlenosti 2,3 %. Najniža je u Pragu i Plzenu, a najviša u Moravskoslezskoj i Usteckoj regiji. Na situaciju na tržištu rada, odnosno na pad nezaposlenosti u 2018. pozitivno utječu odlični rezultati industrijske proizvodnje te općenito rast češkog gospodarstva. U kolovozu 2018. stopa nezaposlenosti je iznosila 2,7 %.

Također, prema najnovijim podacima ČSU-a prosječna bruto plaća u Češkoj iznosi 31.851 kruna (1.225 eura) dok je u 2017. godini iznosila 29.346 kruna (1.129 eura). U Pragu je prosječna bruto plaća za četvrtinu veća te iznosi 39,309 kruna (1.512 eura), dok je u 2017. iznosila 36,645 kruna (1.409 eura). Ministarstvo financija u 2018. predviđa rast plaća od 9,3%, u 2019. od 8,3 %.

ČSU prenosi da je u rujnu 2018. inflacija iznosila 2,3 %. Trenutna inflacija je u skladu s prognozama Češke narodne banke i tržišnim očekivanjima. Ministarstvo financija predviđa za 2018. stopu inflacije od 2,2 %, u 2019. od 2,3 %. Vanjska trgovina Češke bilježila je odlične rezultate i tije-

kom 2017. godine. Ukupna vrijednost izvoza robe iz Češke iznosila je 4.244,6 milijarde kruna (163 milijarde eura). U usporedbi s 2016. izvoz je rastao za 6,8%. Najveće povećanje izvoza bilježe strojevi i prijevozna sredstva (automobili, električni aparati, računalna tehnika). I uvoz robe bio je rekordan; ukupna vrijednost uvoza robe iznosila je 3.801,4 milijarde kruna (146 milijardi eura) uz povećanje od 8,8%. Izvoz u zemlje EU-a rastao je za 7,1% te je iznosio 3.559,2 milijardi kruna (137 milijardi eura). Najviše se izvozilo u Njemačku, Slovačku i Poljsku. Za razliku od pada izvoza u zemlje izvan EU-a u 2016. godini, u 2017. godini zabilježen je rast od 5,3% (najviše u Kinu, Rusiju i Ukrajinu). Uvoz iz EU-a rastao je za 6,8% te je iznosio 2.503,8 milijardi kruna (96 milijardi eura), dok je uvoz iz zemalja izvan EU-a rastao za 13,2% te je iznosio 1.275,6 milijardi kruna (49 milijardi eura).

Vanjskotrgovinska bilanca sa zemljama EU-a u 2017. godini je završila suficitom od 1.055,4 milijardi kruna (41 milijardi eura) dok je sa zemljama izvan EU rezultirala deficitom od 593 milijardi kruna (23 milijardi eura). Ukupna vanjskotrgovinska bilanca iznosila je 443,2 milijardi kruna (17 milijardi eura) i u odnosu na 2016. smanjila se za 36 milijardi kruna (1,4 milijardi eura).

Glavni su prioriteti izvozne politike za navedeno razdoblje podrška malih i srednjih tvrtki, podrška inovativnim i konkurentnim proizvodima, rješenjima i tehnologijama te promicanje robe na novim tržištima, uz očuvanje postojećih tržišta. Maksimalno se koriste prednosti članstva u EU te prednosti zajedničke trgovinske politike i dogovora oko slobodne trgovine unutar EU-a.

### Makroekonomski pokazatelji

	2016.	2017.	2018.*	2019.*	2020.*
BDP, tekuće cijene (mlrd. eura)	175,7	191,2	208,0	221,7	234,1
BDP po stanovniku (eura)	16.559	18.009	19.579	20.850	22.017
Realni rast BDP-a (%)	2,4	4,5	3,5	2,9	2,5
Izvoz robe (mlrd. eura)	117,7	128,1	155,0	165,3	179,3
Uvoz robe (mlrd. eura)	-108,6	-119,2	-145,8	-156,1	-170,9
Inflacija (%)	0,7	2,4	1,9	2,1	2,0
Nezaposlenost (%)	4,0	2,9	2,2	2,2	2,3

Izvor: IMF, Eurostat, EUI. (\*) procjena

### Utjecaj globalnih gospodarskih kretanja na domicilno gospodarstvo

Češka bilježi odlične gospodarske rezultate, u Europi je među zemljama s iznadprosječnim gospodarskim rastom. Rastu BDP-a pomažu domaća potrošnja i investicije. Pozitivni gospodarski rezultati donose povećanje plaća, a posljedično tome domaćinstva više troše. Automobilaska industrija bilježi sporiji rast, međutim, rast su bilježile druge industrijske grane: strojarstvo, farmaceutska i tekstilna industrija. Zaposlenost i inflacija bilježe povijesno najbolje rezultate. Unutar Europske unije Češka ima najnižu stopu nezaposlenosti koja trenutno iznosi 2,7%. Rast plaća, koji će prema prognozama Ministarstva financija u tekućoj godini iznositi 9,2%, donijet će još veće povećanje domaće potrošnje. Inflacija se kreće oko 2%.

# MEDIJI I OGLAŠAVANJE NA TRŽIŠTU

Svi navedeni mediji imaju nacionalnu pokrivenost.

## Televizija

Državna televizija emitira na pet kanala ČT1, ČT2, 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 sedam kanala (Prima, Prima COOL, Prima LOVE, Prima ZOOM, Prima MAX, Prima COMEDY i Prima KRIMI). Najveću gledanost dosežu TV Nova, državna Češka televizija te TV Prima, a potom slijede male lokalne televizije.

U glavnim terminima emitiranja, koji su odlučujući za oglašavanje/reklame kod ciljne grupe 15+, Češka televizija ima udio 28,30 %, a potom slijede Nova Group s 27,72 % i Prima Group s 23,22 %.

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.

TV postaja	Gledanost (%)
ČT 1	15,34
ČT 2	4,35
ČT24	4,23
ČT Sport	3,4
ČT Dečko	1,87
TV Nova	20,8
Prima	12,65
Nova Cinema	4,4
Prima Cool	2,87
Prima Zoom	1,74
Prima Love	1,87
TV Barrandov	8,66
Ostale TV	17,82

Izvor: ATO – Mediasearch

## Radio

Postoje javne i privatne (60 vlasnika) radiopostaje. Državno-pravni Český rozhlas ima nekoliko postaja (Radiožurnál, Praha, Vltava, Čro6, ČRo Leonardo) te regionalne postaje. Radio IMPULS je jedan od najpopularnijih radiopostaja.

Najslušanije radio postaje	Dnevna slušanost
Impuls	1,020.000 slušatelja
ČRO-Radiožurnál	936.000 slušatelja
Evropa 2	905.000 slušatelja
Frekvence	1.756.000 slušatelja
ČRO Dvojka	294.000 slušatelja

Izvor: Stenmark & Median

## Tisak

Prema podacima Českog 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

Dnevnik	Naklada	Segment
Metro	298.000	opći
Blesk	254.000	opći
MF Dnes	148.000	opći
Denik	143.000	opći
Právo	123.000	opći
AHA	68.000	opći
Lidove noviny	45.000	opći
Sport	41.000	sportski
Hospodářské noviny	32.000	gospodarski
E15	30.000	gospodarski

### Najvažniji tjednici

Tjednik	Naklada	Segment
Nedělní blesk	198.000	opći
Blesk pro ženy	195.000	za žene
Rytmus života	189.000	za žene
Sedmička	183.000	društveni
Pestrý svět	149.000	za žene
TV magazin	141.000	televizijski
Chvilka pro tebe	85.000	Za žene
Tina	79.000	za žene
Čas pro hvězdy	70.000	Za žene
Nedělní aha!	68.000	opći

### Najznačajniji dvotjednici

Dvotjednik	Naklada	Segment
TV Max	361.000	televizijski
TV mini	259.000	televizijski
TV expres	186.500	televizijski
TV star	121.000	televizijski
TV Plus 14	97.000	televizijski
TV Revue	96.000	televizijski
Žena a život	70.000	lifestyle
Epocha	67.000	Povijesno-politički
100+1	47.000	politički
Exkluziv	43.000	lifestyle

### Najznačajniji mjesečnici

Mjesečnik	Naklada	Segment
Apetit	51.000	gastronomija
Cosmopolitan	43.000	lifestyle
Dieta	40.000	lifestyle
Elle	50.000	lifestyle
F.O.O.D	32.000	gastronomija
Glanc	57.000	lifestyle
Harpers Bazar	31.000	lifestyle
Marianne	53.000	lifestyle
Moje zdravlí	44.000	lifestyle
Svět ženy	52.000	za žene

### Stručni tisak

Stručni tisak	Naklada	Segment
COT Business	6.500	turistički
TTG	8.100	turistički
Koktejl	24.000	turistički
National Geographic	29.000	turistički
Travel Digest	15.000	turistički
Yacht	11.000	turistički-nautika
Buddy potápění	12.000	turistički-ronjenje
Lidé a země	27.000	turistički
Caravan	20.000	turistički-camping
Camping, cars & caravans	10.000	turistički-camping
Cykloturistika	9.500	turistički - biciklistički
Velo	12.500	turistički - biciklistički

Izvor podataka: ABC ČR – Ured za ovjeru naklada tiskovina

### Najposjećeniji internetski portali

Internetski portal	Broj stvarnih korisnika	Broj pregleda stranica	Posjećenost stranica
Seznam.cz	3.888.360	112.162.598	15.849.172
Novinky.cz	1.802.996	9.345.571	3.887.756
Idnes.cz	1.462.184	30.036.731	3.198.078
Super.cz	1.350.884	6.729.604	2.620.070
Sport.cz	849.762	4.511.466	1.816.181
Blesk.cz	657.155	8.468.900	1.155.439
Stream.cz	859.703	2.047.421	1.123.003
Prozeny.cz	678.013	1.789.816	914.605
Centrum.cz	498.004	9.682.918	1.274.657

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

## PROFIL EMITIVNOG TURISTIČKOG TRŽIŠTA

U 2017. građani Češke su ostvarili 34.413.000 putovanja, od čega u svrhu odmora 19.937.000. U inozemstvu je u svrhu rekreacije u 2017. ostvareno 4.949.000 putovanja (4.098.000 putovanja s četiri i više noćenja, a 851.000 putovanja s jednim do tri noćenja), dok je unutar Češke ostvareno 14.988.000 putovanja (5.657.000 putovanja s četiri i više noćenja, a 9.331.000 putovanja s jednim do

tri noćenja). Omjer ostvarenih putovanja zemlja-inozemstvo iznosi 75,2 : 24,8.

Istraživanje o kraćim putovanjima (jedno do tri noćenja) pokazuje kako su kraća putovanja uglavnom imala za cilj okolne zemlje (Slovačka, Njemačka i Austrija) te je u tom segmentu u odnosu na 2016. došlo do povećanja od 5%. Kraća putovanja unutar Češke bilježe rast od 19,7%.

### Omiljene odmorišne destinacije

#### Odlasci u inozemstvo – putovanja s četiri i više noćenja

Država	Odlasci	Udjel u inozemnim putovanjima (%)	Rast/pad (%)
Hrvatska	850.000	17,2	+2,6
Italija	636.000	12,9	+15,2
Slovačka	615.000	12,4	+10,8
Austrija	446.000	9	+19,5
Grčka	371.000	7,5	+40,0
Španjolska	258.000	5,2	+41,7

Broj inozemnih putovanja u 2017. godini povećan je za 12%. Najpopularnije destinacije za Čehe ostale su, tradicionalno, Hrvatska, Slovačka i Italija. U aranžmanima avioprijevoznika u prodaji su prednjačile Grčka, Španjolska i Bugarska. Redoslijed su u 2017. promijenile Italija i Slovačka, gdje je Italija, zbog mora prevagnula u odabiru kao destinacija za odmor. U 2017. povećanje odlazaka bilježi se za destinacije Hrvatske, Slovačke, Španjolske, Italije, Grčke i Egipta. Najveće povećanje je zabilježeno je za Španjolsku i Grčku, koje su zajedno s Bugarskom, prema najavama turoperatora, bile hit destinacije. Iako ne postoje statistički podaci za 2017., prema procjenama turoperatora Turska, Tunis i Francuska bilježile su pad zbog sigurnosne situacije.

Kraća putovanja Čeha u 2017. imala su najčešći za cilj Slovačku i Austriju, a glavni motiv putovanja bio je odmor i rekreacija. Najčešće se koristio smještaj u hotelima. U Češkoj postoji trend kratkih putovanja po europskim gradovima (tzv. Euro-vikendi), a najtraženije destinacije su London, Rim, Pariz, Beč, Milano, Istanbul i Venecija.

Prilikom planiranja putovanja na godišnji odmor u inozemstvo, u 2017. se 2,1 milijun putnika odlučio za usluge organizatora putovanja, što je više nego prethodne godine. Broj individualnih putnika koji su odmor proveli u inozemstvu povećan je za 13%. Značajna je razlika između Češke i europskog prosjeka u omjeru korištenja usluga putničkih agencija i individualnog prometa. Dok je u Češkoj udio organiziranog prometa za duža putovanja u inozemstvo činio 39%, ukupan europski prosjek je samo 20%. Velike su razlike u omjeru organizirano/individualno prema destinacijama u koje putuju. Tako su, primjerice, u Egipt, Tursku i Grčku gotovo sva putovanja ostvarena u angažmanu organizatora putovanja, dok u Slovačku, Austriju i Hrvatsku Česi većinom putuju individualno.



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

Prednosti Hrvatske su očuvanost prirode, bogata kulturna baština te odnos čeških turista prema Hrvatskoj kao prema tradicionalno omiljenoj destinaciji, odnosno, percepcija hrvatskog Jadrana kao „češkog mora“ te olakšana jezična komunikacija. S obzirom da Česi u najvećem broju u Hrvatsku putuju automobilom, kao velika prednost pokazuje se dobra mreža autocesta prema moru te sve bolja i brža povezanost Jadrana s ostalim dijelom Europe.

Nedostaci su još uvijek u mjestimičnoj percepciji čeških turista kao gostiju drugog reda, tj. u razlikama, kako navode partneri, u poslovnoj politici prema češkim turoperatorima koja je različita u odnosu na njemačke i druge turooperatore sa „zapada“. Organizatori putovanja kao nedostatak ističu i relativno malu podršku hrvatskih partnera u promoviranju aranžmana sa svrhom produljenja sezone. Također, profiliranje Hrvatske u sve kvalitetniju turističku destinaciju znači i veće cijene, koje ovo tržište ne može lako prihvatiti, pogotovo kada su cijene u određenim konkurentnim zemljama puno povoljnije. Povećanjem kategorija hotela, gube se kapaciteti privlačni češkim turistima, budući da najviše traže hotele s tri zvjezdice. Obitelji s djecom žale se na nedostatak ponude za djecu u destinacijama (nedostatak dječjih igrališta, vodenih atrakcija, programa, itd.). Zaustavljanje gradnje autoceste prema Dubrovniku mnogi vide kao razlog smanjenja interesa za najjužnijom regijom Hrvatske.

Za Slovačku, treću po redu omiljenu destinaciju za Čehe, ključni nedostatak leži u činjenici što nema more. Međutim, blizina, odlično poznavanje zemlje, poznavanje jezika, bogata ponuda vodenih parkova i toplica te gastronomija glavne su prednosti zbog kojih Česi putuju u Slovačku. Zimi su glavni razlog putovanja skijališta.

Italija je tradicionalno omiljena destinacija, koja osim sunca i mora u ljetnom razdoblju nudi i mnoštvo kulturne baštine pa je tražena i kao destinacija za ture tijekom cijele godine. Imaju dobru ponudu za obitelji s djecom (npr. aqua parkove i dr.). Veliki broj Čeha u Italiju putuje i u zimskim mjesecima, zbog dobre i povoljnije ponude skijanja nego u Češkoj. Kao nedostatak mogu se istaknuti jezična barijera i pretrpane plaže te u nekim slučajevima udaljenost, ukoliko se na jug Italije putuje automobilom.

Grčka, unatoč nestabilnosti gospodarstva, drži visoku poziciju kod Čeha. Razlog je duže razdoblje stabilnog vremena u ljetnim mjesecima, bogata kulturna baština, niže cijene u restoranima i hotelima nego u Hrvatskoj, gostoljubivost domaćina, a cijena odgovara kvaliteti ponude. Kao nedostatak može se istaknuti udaljenost destinacije zbog čega se u Grčku uglavnom putuje zrakoplovom, međutim cijene avioprijevoza za Grčku su vrlo povoljne, a samim time i ukupna cijena aranžmana. Dok je u 2015. godini zbog situacije s izbjeglicama zabilježen pad odlazaka na neke grčke otoke, 2016. i 2017. Grčka je privukla pažnju brojnih europskih turista pa tako i Čeha.

Prednosti Austrije su blizina destinacije, dobra ponuda skijališta po prihvatljivim cijenama i dobra mreža biciklističkih staza. Austrija je za Čehe cjelogodišnja destinacija za kraće boravke, iako bilježi odlične rezultate i za duže boravke.

Egipat i Tunis imaju povoljne cijene aranžmana (smještaj i avioprijevoz). Radi se o destinacijama u koje se putuje cijelu godinu zbog garancije lijepog vremena i toplog mora kao i gostoljubivosti domaćina. Kao nedostatak može se istaknuti nedovoljna čistoća i posljednjih nekoliko godina percepcija destinacije s niskom razinom sigurnosti, koja je posljedica terorističkih napada, nestabilne političke situacije te nemira.

Turska je posljednjih nekoliko godina doživjela procvat na češkom tržištu. Avio aranžmani s *all inclusive* ponudom nudili su se po vrlo povoljnim cijenama. Usluge su na vrlo visokoj razini te odnos domaćina prema gostima i bogata ponuda kulturnih spomenika, raznolika gastro ponuda samo su neke od prednosti koji privlače Čehe u Tursku. Međutim, povrh svih nabrojanih prednosti, Turska se našla na popisu nesigurnih destinacija za odmor, pa se i broj Čeha u toj destinaciji smanjio.

Bugarska Čehe privlači cijenom. U usporedbi s ostalim destinacijama nudi jeftinije restorane, prihvatljive cijene u trgovinama, povoljne cijene ulaznica u aqua parkove. Prednost je i kraće putovanje nego u Grčku ili Tursku, što je kod obitelji s djecom velika prednost.



## Navike putovanja

Najčešće su putovali u inozemstvo:

a) autobusom	13 %
b) vlastitim automobilom	47 %
c) zrakoplovom	37 %
d) vlakom itd.	3 %

Najčešće su za organizaciju svojih putovanja u inozemstvo koristili:

a) individualna organizacija putovanja	53 %
b) organizirano putovanje preko TO/agencija	39 %
c) samo boravak ili putovanje preko TO/agencija	6 %
d) ostali oblici	2 %

Za putovanja u inozemstvo (s četiri i više noćenja) koriste:

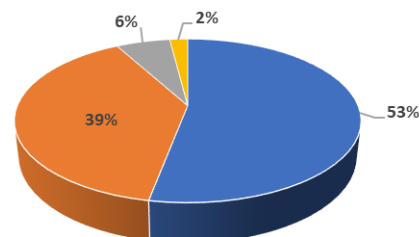
a) hoteli i slične vrste smještaja	57,2 %
b) ostale vrste skupnog smještaja	6,6 %
c) kod rođaka i poznanika	16,2 %
d) ostali oblici smještaja	20,0 %

Prema motivu putovanja, Česi u inozemstvo najčešće putuju:

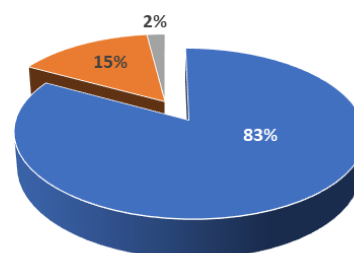
• putovanja s četiri i više noćenja:	
a) rekreacija, odmor i slobodno vrijeme	83 %
b) posjet rodbini, poznanika	15 %
c) ostali privatni razlozi	2 %
• putovanja s jednim do tri noćenja:	
a) rekreacija, odmor i slobodno vrijeme	64 %
b) posjet rodbini, poznanika	33 %
c) ostali privatni razlozi	3 %

Glavna sezona za putovanja je ljeto, naročito srpanj. Iako na odmoru većinom provode od 4 do 7 dana (60 %), povećao se broj godišnjih odmora u inozemstvu u trajanju od 8 do 14 dana za 15 % u odnosu na 2016. Prosječan broj noćenja na dužim putovanjima bio je 8,2. Česi postaju sve zahtjevniji turisti te traže bolji smještaj. U posljednje vrijeme odabiru nekoliko kraćih odmora i nisu više zadovoljni samo ležanjem na plaži. Tipičan češki odmor sada znači na prvom mjestu prirodu i aktivnost. Obitelji od godišnjeg odmora očekuju doživljaj te putuju na kraće putovanje, kako bi imali vremena i novca oputovati na još jedan odmor.

Prema podacima Češkog zavodu za statistiku, u 2017. godini prosječna potrošnja po putovanju povećala se na 13.140 kruna (509 eura).



- a) individualna organizacija putovanja
- b) organizirano putovanje preko TO/agencija
- c) samo boravak ili putovanje preko TO/agencija
- d) ostali oblici



- a) rekreacija, odmor i slobodno vrijeme
- b) posjet rodbini, poznanika
- c) ostali privatni razlozi

## Pregled organizatora putovanja na tržištu

U Češkoj je registrirano preko 850 organizatora putovanja koji imaju osiguranje u slučaju bankrota te nekoliko tisuća agencija (ne vodi se točna evidencija).

Najveći organizatori putovanja (po prihodima):

- Exim
- Čedok
- Fischer Group
- Blue Style
- Firo Tour
- Alexandria
- Eso Travel

---

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

- Vítkovice Tours (Travel family) [www.ckvt.cz](http://www.ckvt.cz)
- CK Victoria [www.victoria-ck.cz](http://www.victoria-ck.cz)
- CK 101 Zemek [www.101ckzemek.cz](http://www.101ckzemek.cz)
- Mediteran Travel [www.mediteran.cz](http://www.mediteran.cz)
- Čedok [www.cedok.cz](http://www.cedok.cz)
- Relax Adriatic [www.relaxadriatic.cz](http://www.relaxadriatic.cz)
- CK Kellner [www.kellnerck.cz](http://www.kellnerck.cz)
- Firo Tour [www.firo.cz](http://www.firo.cz)
- Golden City Tour [www.goldencitytour.cz](http://www.goldencitytour.cz)
- Kompas [www.kompas.cz](http://www.kompas.cz)
- Nev dama [www.nev-dama.cz](http://www.nev-dama.cz)
- Tipa Tour [www.tipatour.cz](http://www.tipatour.cz)
- Alexandria [www.alexandria.cz](http://www.alexandria.cz)
- Valaška [www.ckvalaska.cz](http://www.ckvalaska.cz)
- CK Dezka [www.dezka.cz](http://www.dezka.cz)
- CK Fischer [www.fischer.cz](http://www.fischer.cz)
- Globtour [www.ckglobtour.cz](http://www.ckglobtour.cz)
- Adriadata banka [www.adriadatabanka.com](http://www.adriadatabanka.com)

Najznačajnije *online* agencije (prodaju aranžmane drugih):

- [www.invia.cz](http://www.invia.cz)
- [www.zajezdy.cz](http://www.zajezdy.cz)
- [www.last.cz](http://www.last.cz)
- [www.dovolena.cz](http://www.dovolena.cz)
- [www.sdovolena.cz](http://www.sdovolena.cz)
- [www.nacesty.cz](http://www.nacesty.cz)

Financijski najsnažniji organizatori putovanja koji imaju Hrvatsku u svojim programima su: 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). Ima 198 članica iz redova organizatora putovanja od kojih njih 58 u svojim programima imaju Hrvatsku te 85 pridruženih članova (nacionalni turistički uredi i ostali subjekti iz turizma).

2. Udruga čeških organizatora putovanja i agencija - **AČC-KA** (Asociace českých cestovních kanceláří a agentur). Ima oko 260 članova od kojih 37 u svojim programima imaju Hrvatsku.

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

## OSVRT NA 2018.

# OSVRT NA STANJE NA EMITIVNOM TURISTIČKOM TRŽIŠTU

### Analiza emitivnog potencijala tržišta

Procjenjuje se da će u 2018. Česi ostvariti oko 4,3 milijuna putovanja u inozemstvo s 4 i više noćenja.

Česi u svoj godišnji odmor ulažu više novca jer biraju sve kvalitetniji smještaj, udaljenije destinacije i zahtijevaju dodatne usluge. Trend su aranžmani *first minute* i oni s *all inclusive* iz razloga što im daju puno više slobode pri izboru, povoljnije cijene te bonuse za djecu.

Sam kraj 2017., kada je počela prodaja *first minute* aranžmana za 2018. godinu, nagovijestio je dobru prodaju. U to vrijeme turoperatori su najavljivali povećanje prodaje za 10-20% u odnosu na isto razdoblje prethodne godine. Obitelji s djecom bili su visoko sklone kupnji *first minute* aranžmana. U to vrijeme zbog jačanja krune i povoljnih ponuda hotelijera došlo je do sniženja cijena aranžmana za 5-7% u odnosu na prethodnu godinu, samo su Španjolska (za 10%) i Grčka (za 10-20%) poskupile zbog jačanja vlastite pozicije u kontekstu sigurnosti destinacija. Unatoč tome, najveći interes u to vrijeme bio je prisutan za Grčku i Španjolsku, a dobro su se prodavali i Turska, Tunis te Egipat.

Početkom godine najveći portal za prodaju aranžmana Invia.cz objavio je rezultate prodaje skijaških aranžmana prema kojima je većina aranžmana u Alpama za veljaču bila rasprodana; ostalo je samo 10 % slobodnih kapaciteta i to oni na pozicijama udaljenijim od skijališta. Najprodavniji bili su termini od 5.2. do 18.3., kada su u Češkoj proljetni praznici u školama.

Putovanja za vrijeme proljetnih praznika ne odnose se samo na skijanje, već posljednjih godina raste interes i za boravak u egzotičnim zemljama, gdje u prvi plan dolazi Egipat, koji je cjenovno vrlo atraktivan i dobro dostupan. Za četiri sata leta stiže se do egipatskih destinacija, što je za polovinu manje od ostalih egzotičnih odmorišta. Struktura putnika koji putuju u Egipat razlikuje se, ovisno o dijelu godine. U zimskom razdoblju putuju uglavnom parovi bez djece, grupe prijatelja ili umirovljenici, dok u ljetnom razdoblju Egipat biraju obitelji s djecom.

Omiljenost odmora u egzotičnim destinacijama, potvrđuje

i činjenica da je već u zimskom razdoblju početkom godine zabilježen rast od 15 do 20 %. Najpopularniji su bili Tajland, Šri Lanka, Dubai i Maldivi te Meksiko, Dominikanska Republika, Kuba i Zanzibar. Također je zabilježen veći interes za ture u zemljama poput Perua, Brazila, Kolumbije, Indonezije, Južnoafričke Republike, Japana i SAD-a. U prilog tome idu direktni letovi iz Praga. Raste konkurencija, a cijene aviokarata padaju.

Tijekom proljeća 2018. godine obje češke udruge turoperatora bile su zadovoljne rezultatima. Uspjeh *first minute* prodaje potvrđuje činjenicu da su se Česi, osim za klasične odmorišne destinacije poput Hrvatske, Italije i Grčke, ponovno okrenuli destinacijama koje su zbog sigurnosne situacije ranijih godina napustili - Egipat, Tursku, Tunis i Maroko. Kod avio aranžmana dominirali su Grčka, Bugarska i Španjolska. Velik interes bio je prisutan i za boravak u toplicama u Slovačkoj, Mađarskoj i Sloveniji te kraće vikend aranžmane. Tražio se kvalitetniji smještaj i usluge, što je utjecalo na rast prosječne cijene aranžmana. Bili su omiljeni hoteli s 4 i 5 zvjezdica, *all inclusive* aranžmani i avioprijevoz. Dogovoreni kapaciteti su u to vrijeme bili gotovo rasprodani te se nije očekivala velika ponuda *last minute* aranžmana, stoga su Udruge apelirale na Čehe da ne razmišljaju dugo jer je izbor u *last minute* ponudi ograničen.

Neradni dan na Veliki petak izrazito je povećao interes za putovanjima. U odnosu na prethodne godine interes je za spomenuti termin bio 20 % veći. Zbog lošeg vremena i niskih temperatura mnogi su se odlučili za toplije krajeve. Prema podacima portala Invia.cz, najvećeg *online* portala koji okuplja ponude većine turoperatora, preko 50 % kupljenih aranžmana za Uskrs odnosila se na morske destinacije i to 40 % za Egipat te 7 % za UAE. Ostali aranžmani odnosili su se na toplice, posljednje skijanje na planinama, ili kratki boravak u europskim metropolama.

Početkom svibnja, Česi imaju dva državna praznika (1. i 8. svibnja) kada uz jedan dan godišnjeg odmora mogu spijeti produženi vikend. Iskoristili su navedene mogućnosti i putovali. Isto su potvrdili i najveći turoperatori, budući da su za spomenute termine imali odličnu prodaju. Najtraženiji su bili aranžmani za vikende u europskim metropolama (prednjače Pariz i Rim), ali i oni u udaljenije morske

destinacije poput Egipta i Ujedinjenih Arapskih Emirata. U ovom razdoblju povećala se i prodaja aviokarata za 11%, u odnosu na isto razdoblje prošle godine. Oni koji odabiru bliže destinacije, birali su najviše Slovačku i Mađarsku.

Prije samog početka sezone osiguravajuće društvo ERV osiguranja, koje nudi usluge osiguranja turoperatora protiv bankrota i cestovno osiguranje te pokriva oko 70% tržišta, objavilo je da se povećava interes za aranžmanima na moru, prvenstveno zbog manjeg straha od sigurnosne situacije, zbog jake krune i vrlo povoljne gospodarske situacije u zemlji. Predviđali su da će ove godine povećanje putovanja u inozemstvo biti na razini od 18%. Mijenja se i ponašanje turista. Česi u posljednje dvije godine kupuju aranžmane puno ranije, a povećava se i broj ljudi koji putuju u inozemstvo i više puta godišnje. Većina putovanja rasprodana je još prije početka glavne sezone. Na ljestvici zemalja u koje su Česi ove godine najviše putovali su Hrvatska, Grčka i Španjolska, a među prvih pet je i Egipat u kojem se predviđalo 300.000 Čeha. Tekuća godina potvrđuje trend da Česi odlaze u inozemstvo na rekreaciju i putovanja nekoliko puta godišnje, a srednja klasa čak četiri puta godišnje.

U lipnju su se na tržištu pojavile *last minute* ponude, prvenstveno za Tursku, Egipat i Tunis gdje je ostalo najviše slobodnih kapaciteta. Bez obzira što mnoge ponude nisu usporedive s Hrvatskom, veliki „mamac“ su cijene i dodatne usluge uključene u cijenu, odnosno *all inclusive* aranžmani.

Zanimljiva je anketa Europe Assistance, prema kojoj su najomiljenije primorske destinacije (najviše Hrvatska i Italija) gdje odmara 40% Čeha. Ljudi stariji od 65 godina preferiraju odmor na kontinentu, dok samo 23 % bira odmor na moru. Mladi do 26 godina biraju metropole i veće gradove. Svaki šesti anketirani planira slobodne dane provesti na planinama u pješačenju. Najčešće putuju automobilom (69 %), dok 20 % bira zrakoplov kao prijevozno sredstvo. Više od trećine anketiranih troši 10 – 25 tisuća kruna (385-962 eura), jedna četvrtina do 10 tisuća kruna (385 eura), dok se 7% ne namjerava ograničavati na godišnjem odmoru te troši preko 45 tisuća kruna (1.731 euro). Prilikom odabira destinacije interesira ih kvaliteta usluga, iako se većinom oslanjaju i na preporuku prijatelja.

Ove godine u ponudi turoperatora bili su i kraći avio aranžmani u mediteranske destinacije. Razlog nije u nedostatku novca, već u nedostatku vremena. Na taj način putuje

se i dva puta mjesečno u različite destinacije. Osim motiva sunca i mora, značajan je i segment doživljaja (primjerice, trodnevni aranžmani u Egipat, u mađarske toplice ili aquaparkove u Njemačkoj).

Već tijekom srpnja i kolovoza znalo se kako prodaja ljetnih aranžmana na češkom tržištu općenito (za sve destinacije) nadilazi rezultate prošle, rekordne sezone, iako je u srpnju prodaja stagnirala zbog nekoliko čimbenika: jake prodaje *first minute* aranžmana, svjetskog nogometnog prvenstva u Rusiji te odličnih vremenskih prilika u Češkoj. Aranžmani su se u srpnju 2018. prodavali po nižoj cijeni nego u istom razdoblju lani. *Last minute* aranžmani bilježili su rast od 11 % u odnosu na prošlu godinu. Tako je najveći *online* portal Invia.cz objavio da su se najviše tražili Grčka, Hrvatska, Egipat i Bugarska. Cijena *last minute* avio aranžmana za Grčku bila je 540 eura, za Hrvatsku automobilom 270 eura, a Italiju 365 eura. Najtraženiji je bio prvi tjedan u srpnju, kada su u Češkoj bila dva državna praznika.

U rujnu je objavljena anketa Profi Credit, prema kojoj je u 2018. na godišnji odmor putovalo 7 od 10 Čeha, od čega jedna petina u aranžmanu organizatora putovanja. Prosječno su na odmoru potrošili 21.788 kruna (851 euro), što je za 39 eura više nego prošle godine. 73% anketiranih preferira nove destinacije za odmor. Najpopularnije destinacije bile su Hrvatska (22%) i Slovačka (16%).

### Omiljene odmorne destinacije

Omiljene odredišne destinacije u 2018. ostaju biti Hrvatska, Italija, Slovačka, Austrija, Grčka i Španjolska. Prema podacima Češkog zavoda za statistiku, procjenjuje se da bi brojke mogle biti sljedeće:

Hrvatska	880.000
Italija	650.000
Slovačka	575.000
Austrija	400.000
Grčka	390.000
Španjolska	2.400.000

Procjenjuje se da neće biti promjena u redoslijedu destinacija, ali bi moglo doći do znatnog povećanja broja odlazaka u Grčku i Španjolsku, ukoliko se preliminarne objave turoperatora pokažu kao točne. Isto tako, očekuje se da će se znatno povećati broj putnika u Tursku i Egipat, gdje

su putnici nakon kriznog razdoblja ponovno počeli vraćati. Česi biraju zemlje poput Turske, Egipta ili Tunisa, jer žele provesti godišnji odmor u *all inclusive* programu. Tu se posebno ističe ponuda u Turskoj, koja je na vrlo visokoj razini, a brojni njihovi hoteli imaju i akvaparkove, tako da u potpunosti zadovoljavaju potrebe obitelji s djecom. Portal koji prodaje aviokarte letuska.cz bilježio je rast prodaje karata za Tursku od 175 %. Na povećani rast interesa reagirao je i Turkish Airlines koja je za 2019. povećao broj letova u Tursku iz Praga na 28 tjedno (s razine od 21 tjedno).

Na kraju sezone, portal Invia.cz objavio je ukupne rezultate ovogodišnje prodaje, a obzirom da se radi o portalu koji udružuje ponude preko 150 agencija, mogu se smatrati relevantnim. U organiziranom segmentu najviše se tražila Grčka, zatim Hrvatska i Bugarska. Kada gledamo cijelu godinu, najveći rast ostvarili su Egipat, Turska i Tunis. Za ljetni godišnji odmor u 2018. su prosječno trošili 13.609 kruna (523 eura). S obzirom da je potražnja za odmorom u tekućoj godini bila veća, turoperatori su povećali kapacitete za otprilike 20%.

### Pregled organizatora putovanja

U Češkoj je nastala nova putnička grupacija koja pokriva manje putničke agencije. Pod nazivom Travel Holding investicijska grupa TNI Group na proljeće je kupila Vítkovice tours - turoperatora broj jedan za Hrvatsku, dok je u lipnju prošle godine kupila CK VTT i Viamare specijalizirane na Grčku. Njihov plan za daljnje proširenje ovim potezom ne staje. Do sada su imali promet od 700 milijuna kruna

(27 milijuna eura), a očekuju i milijardu kruna (38 milijuna eura), kako bi se približili ostalim velikim igračima na tržištu kao što su Fischer, Exim tours, Čedok, Firo tour, Blue Style ili Alexandria. Na tržištu se nova grupacija želi prezentirati kao specijalist za Hrvatsku, Grčku i Cipar. Viamare, Vítkovice tours i VTT zasada će i dalje djelovati na tržištu pod svojim dosadašnjim nazivima. Organizatori putovanja koji u svojim programima imaju Hrvatsku i dalje nastavljaju sa svojom ponudom. Češko tržište je dosta stabilno gledajući ponude organizatora putovanja.

Budući da organizatori putovanja nerado objavljuju rezultate prodaje ili se ne slažu s objavom podataka mogu se prikazati oni koji imaju:

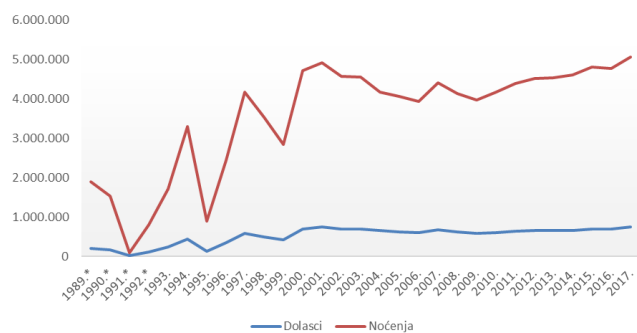
- više od 10.000 putnika prema Hrvatskoj :
  - Mediteran travel
  - CK Victoria
  - Vítkovice tours/Travel Family
  - 101 Zemek
  - Adria Databanka
- 5.000 – 10.000 putnika za Hrvatsku:
  - Alexandria
  - Čedok
  - Firo tour
  - Golden City tour
  - Kompas
  - Nev-dama
  - Relax Adriatic
  - CK Valaška

## DOPRINOS TRŽIŠTA U 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.	<b>741.757</b>	<b>108</b>	<b>385</b>	<b>5.067.098</b>	<b>106</b>	<b>268</b>

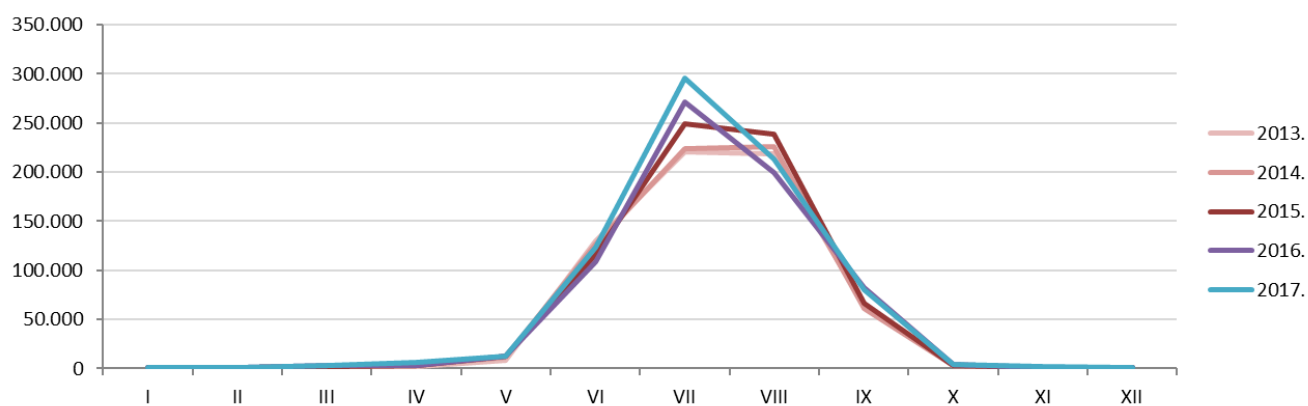
Izvor: DZS

### Dolasci i noćenja čeških turista, razdoblje 1989. - 2017.



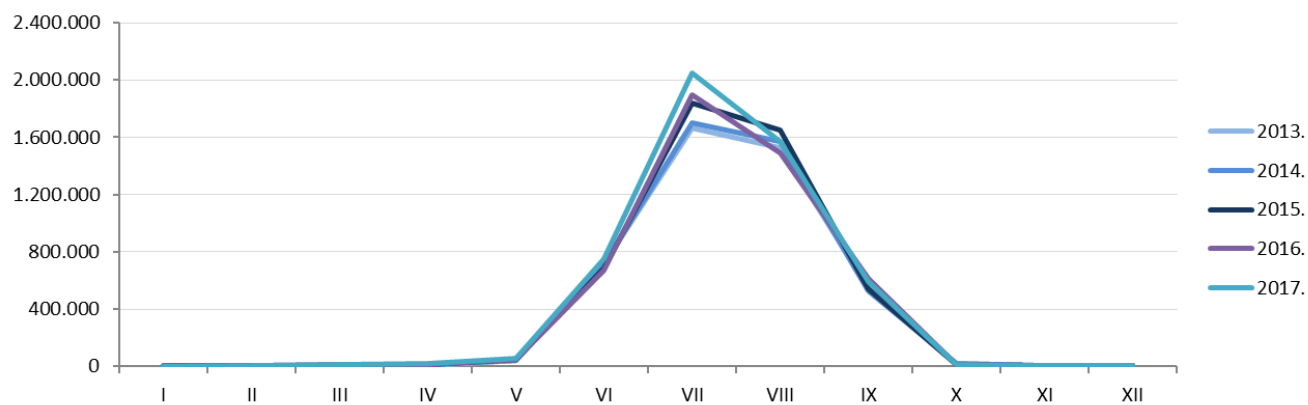
Izvor: DZS

## Dolasci po mjesecima - Češka



Izvor: DZS

## Noćenja po mjesecima - Češka

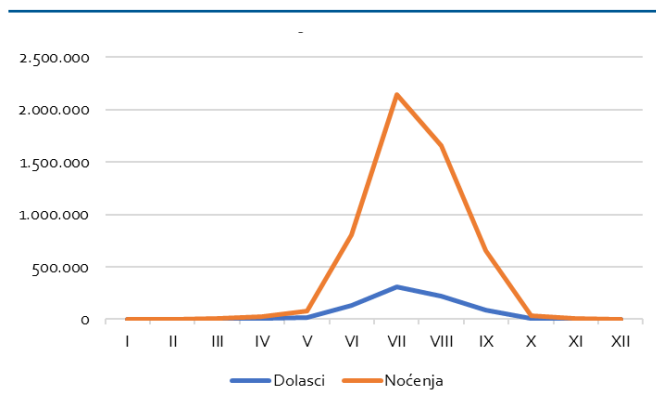


Izvor: DZS



## REZULTATI ZA 2017. PREMA SUSTAVU eVisitor

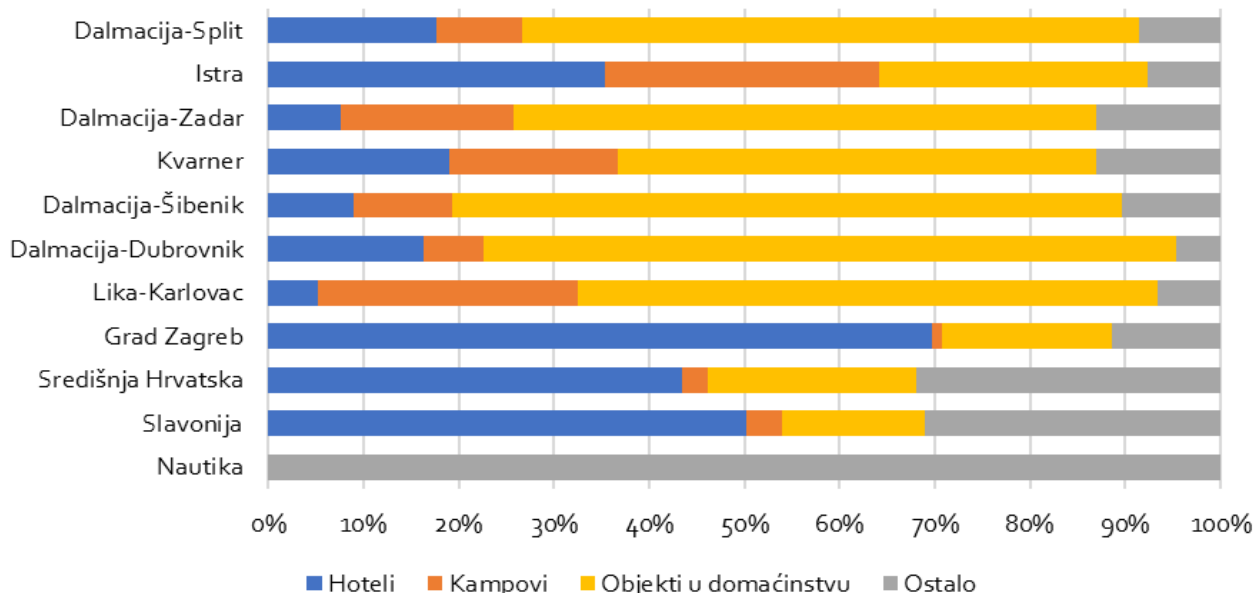
### Dolasci i noćenja čeških turista, 2017.



### Top deset gradova/općina po noćenjima

Grad općina	noćenja
Podgora	281.124
Gradac	256.145
Baška Voda	241.791
Omiš	148.901
Umag	129.910
Biograd na Moru	127.324
Medulin	120.440
Vodice	115.531
Rogoznica	113.684
Crikvenica	110.414

### Noćenja čeških turista po klasterima prema vrstama smještaja, 2017.



### Dolasci i noćenja po klasterima

Klaster	dolasci	noćenja
Dalmacija-Split	232.627	1.766.137
Istra	140.769	904.621
Dalmacija-Zadar	104.408	789.152
Kvarner	106.338	705.270
Dalmacija-Šibenik	71.874	541.851
Dalmacija-Dubrovnik	37.977	297.179
Nautika	33.876	227.660
Lika-Karlovac	40.552	167.258
Grad Zagreb	10.886	18.334
Središnja Hrvatska	6.665	9.901
Slavonija	1.534	2.874
<b>Ukupno</b>	<b>787.506</b>	<b>5.430.237</b>

### Dolasci po dobi i spolu

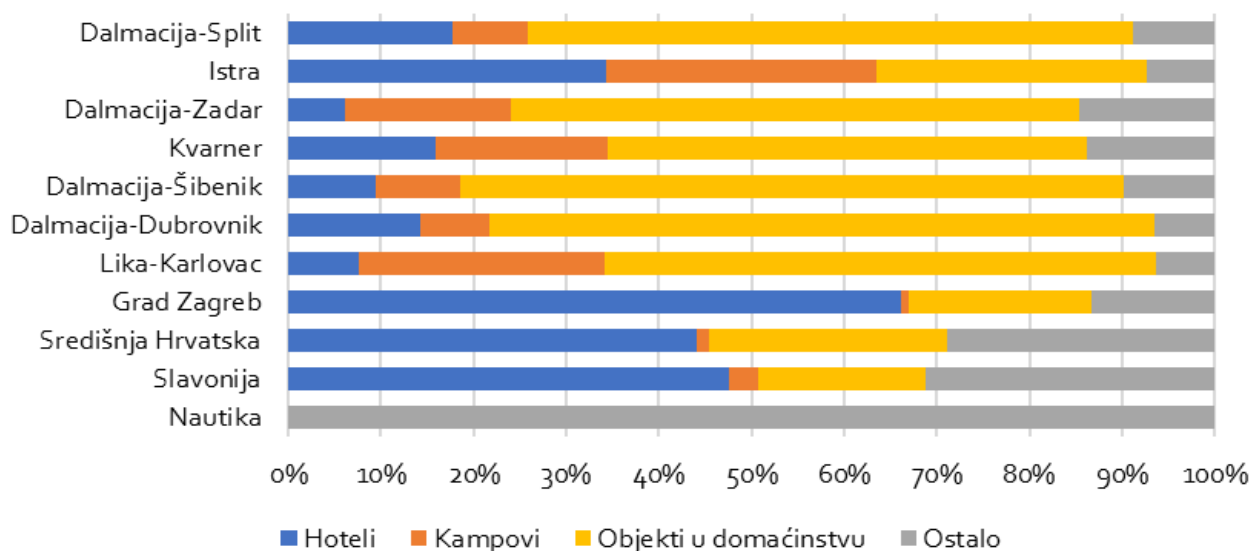
Dobna skupina	muškarci	žene
0-5 godina	3,5%	3,4%
6-11 godina	6,0%	5,8%
12-17 godina	4,1%	4,4%
18-24 godina	2,7%	3,4%
25-34 godina	5,5%	6,4%
35-44 godina	11,4%	11,9%
45-54 godina	7,9%	7,3%
55-64 godina	4,9%	5,3%
> 65 godina	2,9%	3,3%

# REZULTATI ZA RAZDOBLJE SIJEČANJ – LISTOPAD 2018. PREMA SUSTAVU eVisitor

## Top deset gradova/općina po noćenjima

Grad općina	noćenja
Gradac	257.239
Podgora	257.223
Baška Voda	230.060
Omiš	148.577
Umag	137.463
Medulin	134.059
Crikvenica	126.213
Biograd na Moru	119.938
Vodice	114.657
Novalja	110.812

## Noćenja čeških turista po klasterima prema vrstama smještaja, 2018.



## Dolasci i noćenja po klasterima

	dolasci	noćenja
Dalmacija-Split	227.080	1.726.282
Istra	149.637	965.181
Dalmacija-Zadar	107.665	816.159
Kvarner	112.533	730.953
Dalmacija-Šibenik	68.987	517.464
Dalmacija-Dubrovnik	36.954	294.365
Nautika	32.741	218.252
Lika-Karlovac	42.129	181.338
Grad Zagreb	10.614	17.992
Središnja Hrvatska	8.381	13.660
Slavonija	1.453	3.242
<b>Ukupno</b>	<b>798.174</b>	<b>5.484.888</b>

## Dolasci po dobi i spolu

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

## 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 najvažniji su pozitivni atributi Hrvatske, zbog kojih su mnogi Česi zavoljeli našu zemlju, a mnogima je ona i jedina strana odmorišna destinacija u koju se iz godine u godinu rado vraćaju.

Naravno, postoji mogućnost kako sve zahtjevnijim 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 neće biti dovoljne. Gosti koji su u drugim zemljama navikli boraviti u hotelima, u Hrvatskoj su nezadovoljni zbog visokih cijena hotelskog smještaja u usporedbi s brojnim 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 visoke cijene smještaja koje si prosječna češka obitelj ne može priuštiti. Prigovaraju i na visoke cijene u restoranima i jednoličnu ugostiteljsku ponudu. Negativan dojam ostavlja i nedostatak parkirnih mjesta u turističkim ljetovalištima. Obitelji s djecom bi rado u Hrvatskoj posjetili aqua parkove i slične atrakcije, kojih u Hrvatskoj još uvijek nema dovoljno.

Organizatori putovanja negoduju zbog nejednake poslovne politike hotelijera prema njima u odnosu na subjekte „sa zapada“ (drugačiji cjenici, uvjeti plaćanja, akontacije, garancijske, odnosno alotmanske cijene, itd.). Organizatori putovanja koji se specijaliziraju za aktivan odmor, upozoravaju na nedovoljno označavanje pješačkih i biciklističkih staza, pogotovo po otocima. Veliki problem predstavljaju i visoke cijene u restoranima, što mnoge goste navodi na putovanje u konkurentne destinacije. Pritužbe su na neadekvatno formiranje cijena pa tijekom godine i nekoliko puta dolazi do njihove izmjene. Najveći problem koji su organizatori putovanja ove godine naglašavali bio je stop bukinga od hrvatskih hotelijera, uslijed čega su se mnogi s pravom bojali da neće imati što prodavati, a alternativu u Hrvatskoj nisu imali.

Bez obzira na gore navedeno još uvijek je Hrvatska na češkom tržištu najomiljenija morska destinacija. Ipak, profiliranje Hrvatske u kvalitetniju destinaciju donosi i povećanje cijena. Iako Česima raste životni standard, vrlo su osjetljivi

na cijene, pogotovo što za isti novac mogu boraviti u nama konkurentskim zemljama puno duže.

Česi se često odlučuju za kratka vikend putovanja u europske gradove. Hrvatska, nažalost, u programima organizatora putovanja nije obuhvaćena spomenutim aranžmanima. Međutim, budući da u pred i posezoni postoje direktni letovi iz Praga za Split, Dubrovnik i Zagreb, a za 2019. su najavljeni i letovi Prag-Zadar, postoji prostor da i Hrvatska postane destinacija u sklopu takvih aranžmana.

Ove godine u Hrvatskoj su se prodavale sve vrste smještaja, iako Česi preko agencija kupuju najviše hotelski, dok individualno borave u privatnom smještaju. Pojednim agencijama je jedini problem bio nedostatak slobodnih kapaciteta u hotelima. U tekućoj godini pojedine agencije bilježe povećanje prodaje autobusnih aranžmana u odnosu na prethodnu godinu.

Za razliku od prethodnih godina, kada je postojala samo avionska povezanost s Hrvatskom u ljetnom razdoblju, posljednjih godinu-dvije uvode se nove direktne linije sa Zagrebom, Splitom i Dubrovnikom i u zimskom razdoblju. Na taj se način može povećati broj dolazaka u Hrvatsku ne samo iz Češke već i ostalih svjetskih destinacija budući da je Prag sjecište mnogih avionskih linija iz cijelog svijeta. Travel service (Smartwings) najavili su u zimskom redu letenja letove iz Praga prema Splitu i Dubrovniku tri puta tjedno.

Iako je 2018. vrlo uspješna turistička godina, pogotovo za mediteranske zemlje te će vjerojatno po rezultatima nadmašiti rekordnu 2017., usporedivši izjave turoperatora koji prodaju cijeli svijet, uočava se da će dolasci čeških turista u Hrvatsku rasti po manjoj stopi od one prema drugim zemljama. Međutim, gledajući apsolutne brojke, pozicija Hrvatske kao destinacije broj jedan neće se mijenjati. Zbog činjenice da je Hrvatska jedna od najsigurnijih zemalja, za 2018. se predviđa povećanje broja čeških turista za oko 1-2%. Procjenjuje se da je u 2018. oko 65 % turista iz Češke u Hrvatsku doputovalo individualno, a oko 35 % organizirano. U posljednje vrijeme u Češkoj je trend da turisti, pogotovo za bliže destinacije, sami dogovaraju smještaj i ostale detalje vezano uz putovanja te da za takva putovanja ne koriste usluge turističkih agencija. Hrvatska je u tom pogledu specifična i zbog toga što većina Čeha u Hrvatsku putuje automobilom i boravi u apartmanima te su cijene smještaja znatno povoljnije kada odmor ugovore direktno s vlasnikom smještaja.

## Zastupljenost Hrvatske u programima organizatora putovanja

Pojedine agencije specijalizirane za Hrvatsku okreću se aktivnom turizmu (101 Zemek, CK Victoria) ili ponudama za grupe te izrađuju posebne kataloge i na taj način produžuju pred- i posezonu. Turoperator specijaliziran za cikloturizam - Eurocykl uključio je ove godine i Hrvatsku (biciklističke rute) u katalog.

Zastupljenost Hrvatske u programima organizatora putovanja, odnosno ponuda „sunce i more“ nije se mnogo promijenila u odnosu na prošlu godinu. Kod organizatora putovanja, zbog predviđanja bolje prodaje, došlo je do blagog povećanja zakupa kapaciteta u već postojećim destinacijama, međutim na kraju su mnoge agencije bile razočarane budući da su na samom početku prodaje od hrvatskih subjekata dobili stop bukinga.

Zbog nedostatka ponude hotela s tri zvjezdice, u katalogima se sve više pojavljuju hoteli s četiri zvjezdice, koji se zbog visokih cijena, nažalost, ne prodaju tako dobro. Manji je i broj kuća s apartmanima jer vlasnici nakon odrađene dvije godine s agencijom, pokušavaju puniti objekte sami, a još veći problem predstavljaju Booking.com i slični portali. Hrvatska se sve više nudi u aranžmanima s korištenjem vlastitog osobnog automobila, jer su povoljniji, iako je i ponuda autobusnih aranžmana zadovoljavajuća. Nude se i kratki ili tranzitni programi na putu prema moru, npr. toplice u Zagorju, ili jednodnevno kupanje na Jadranu. Pojedini organizatori putovanja obogaćuju ponudu time što uvode tematske programe orijentirane na grupe (sportske, wellness, vinske ture).

I ove godine, kao i lani, u Češkoj je puno ranije krenula prodaja u *first minute* katalogima, što se pokazalo vrlo uspješnim jer se najveći dio kapaciteta prodao upravo tada. Kasnije je zbog nedostatka slobodnih kapaciteta prodaja išla otežano. One agencije koje nisu bile spremne ili su kasno počele s prodajom, imale su ove godine lošije rezultate.

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 katalogima najvećih na tržištu (Čedok, Firo-tour, Alexandria) Hrvatska je zastupljena najviše do 20 %. U programima dva najveća organizatora putovanja za Hrvatsku - Vítkovice Tours i Victoria, Hrvat-

ska je u katalogu zastupljena 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.

Najznačajniji turoperator koji u svojim katalogima imaju Hrvatsku su:

- Mediteran Travel
- Vítkovice Tours
- Relax Adriatic
- Goldencity Tour
- Ck 101 Zemek
- Firo Tour
- Kompas
- Globtour
- Alexandria
- Čd Travel
- Fede
- Bena Tour
- Ck Novalja
- Ck Campana
- Nev Dama
- Aquarius Adriatic
- Ck Victoria
- Ck Kellner
- Valaška
- Dezka
- Tipatour
- Adria Databanka
- Geotour
- Novasol
- Fischer
- B&K Tour
- České Kormidlo
- Saturn
- Quicktour
- Neckerman

## Direktna zrakoplovna povezanost s Hrvatskom

U 2018. godini u ponudi avionskih veza iz Praga za Hrvatsku bili su Split, Dubrovnik i Zagreb.

Croatia Airlines

Prag – Zagreb

- 4 x tjedno od 01. svibnja do 27. listopada

Czech Airlines

Prag – Zagreb

- 4 x tjedno od 25. ožujka do 19. lipnja te od 11. rujna do 26. listopada
- 7 x tjedno od 19. lipnja do 11. rujna

Travel Service u 2018. uspostavlja opet redovne sezonske linije koje koriste i neki organizatori putovanja kao čartere (Vitkovice tours, Čedok, Firotour).

Prag – Split

- svaki dan u tjednu od 5. lipnja do 27. rujna
- 6 x tjedno od 4. svibnja do 13. listopada
- 5 x tjedno od 13. listopada do 26. listopada
- pojedini organizatori putovanja koriste sjedala kao charter (Čedok, Firotour, Vitkovice tours)

Prag – Dubrovnik

- svaki dan u tjednu od 4. lipnja do 29. rujna
- 3 x tjedno od 29. travnja do 4. lipnja te od 29. rujna do 26. listopada
- subotom neki organizatori putovanja koriste sjedala kao charter (Čedok, Vitkovice tours)

Czech Airlines

Ostrava – Split

- 1 x tjedno od 16. lipnja do 15. rujna
- liniju je koristio Vitkovice tours za avio aranžmane

Za ljetnu sezonu 2019. najavljeni su letovi Prag-Zadar.

### Autobuseri u 2018.

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 i grupe. Njemački FlixBus vozio je i ove godine na relaciji Prag – Zagreb (cijela godina) i Prag – Split (samo

ljetna sezona) isto kao i najomiljeniji češki prijevoznik Regio Jet na relaciji Prag – Split, s tim da su oba prijevoznika ove godine pojačali spojeve, Regio Jet za Split 2 puta tjedno, a FlixBus je u ljetnoj sezoni vozio 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

CZ AD Praha

- 1 x tjedno
- od lipnja do polovine rujna na relaciji Prag – Istra (Umag, Lanterna, Poreč, Rovinj, Pula, Rabac, Crikvenica)
- od svibnja do listopada na relaciji Prag – Srednja Dalmacija (Split – Gradac)
- od kraja svibnja do kraja rujna na relaciji Prag – sjeverna Dalmacija (Bibinje – Kaštela)

Na relaciji Prag – Zagreb – Prag prometuje cjelogodišnje FlixBus i Eurolines, s tim da od lipnja do kraja listopada Eurolines vozi osim petkom i srijedom.

---

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

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

Desetak organizatora putovanja nudi proljetne i jesenske ture po Hrvatskoj uglavnom na temu nacionalnih parkova.

### **Individualni promet u 2018.**

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 samo u ljetnom razdoblju. Prag je ljeti direktno povezan sa Splitom, Dubrovnikom i Zagrebom, no cijene aviokarata nisu tako povoljne kao na letovima prema ostalim europskim gradovima. Individualni turisti pokazuju kontinuirani interes za Hrvatskom, što potvrđuje i velika posjećenost štandova Hrvatske turističke zajednice na različitim regionalnim sajmovima diljem Češke. Velik interes uočen je i kod turista koji nikada nisu bili u Hrvatskoj, iako prevladavaju vjerni gosti koji su traže preporuke za izlete u destinacije, novosti u turističkoj ponudi ili aktivnosti koje bi mogli isprobati.

---

## PREDVIĐANJA ZA 2019.

### TURISTIČKA SEZONA 2019. – OPĆI POKAZATELJI

---

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

Odlični rezultati industrijske proizvodnje, najniža nezaposlenost u Europskoj uniji i kontinuiran rast plaća, te gospodarska stabilnost Češke pružaju odlične makroekonomske naznake razvoja za 2019. godinu, što sugerira nastavak interesa za putovanjima, zbog rasta kupovne moći stanovništva. Ono što može dijelom negativno utjecati na pozitivan trend putovanja je sigurnosna situacija u Europi i svijetu, koja je bolja nego prijašnjih godina, iako prijetnje i dalje postoje (teroristički napadi, migrantski val). Glavni tijekom predstojeće sezone bi u sredozemnim destinacijama, gdje se unatoč predviđanjima nisu dogodili teroristički napadi, mogao motivirati Čehe da opet u većem broju svoj godišnji odmor provedu izvan granica zemlje.

#### Preliminarna procjena redoslijeda omiljenih destinacija

Hrvatska, Italija i Slovačka su destinacije u koje putuje 50 % Čeha. Pretpostavlja se da će spomenute destinacije u 2019. ostati najvažnije. Slijedom smirivanja sigurnosne situacije te ukoliko ne bude problema u sjevernoafričkim zemljama i Turskoj, u 2019. bi se mogao nastaviti trend pozitivnog rasta odlazaka Čeha u navedene zemlje, što ipak ne bi smjelo znatno utjecati na poredak prvih triju najomiljenijih destinacija čeških turista.

#### Prognoze organizatora putovanja

Slijedom smirivanja sigurnosne situacije u zemljama sjeverne Afrike (Egipat, Tunis), mnogi organizatori putovanja bilježili su rast prodaje za spomenuta tržišta tijekom 2018. godine, a za 2019. povećavaju kapacitete i očekuju daljnji rast prodaje za Tursku, Egipat i Dubai.



## TURISTIČKA SEZONA 2019. – HRVATSKA

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

Poboljšanje ekonomske i financijske situacije u Češkoj i rast plaća povećat će potražnju ne samo za avio destinacijama, već i za destinacijama individualaca. Hrvatska, kao najvažnija destinacija individualnih putnika s češkog tržišta, mogla bi u 2019. zabilježiti blago povećanje dolazaka i noćenja od 1 %, uz pretpostavku da će Česi, unatoč rastu cijena, ponovno odabrati Hrvatsku. Nažalost, ne očekujemo povećanje broja organiziranih dolazaka Čeha jer većina agencija i dalje smanjuje kapacitete u Hrvatskoj, iako velik interes i dalje postoji. Kapacitete smanjuju prije svega zbog nedostatka hotela s tri zvjezdice i povećanja cijena u hotelima s četiri zvjezdice. Češke agencije navode kako imaju saznanja da hrvatski hotelijeri preferiraju agencije iz zapadne Europe u odnosu na agencije iz srednje i istočne Europe, a uz spomenuto su financijski i drugi uvjeti poslovanja češkim agencijama znatno oštriji (plaćanja avansom, cjenovna politika itd.). Određene agencije, koje su dio međunarodnih lanaca ili ciljaju na goste više platežne moći, bilježe rast prodaje u 2018. godini čak i do 20 %, dok neki imaju toliki pad da se očekuje promjena strukture dijela gostiju. Nadamo se kako će ih zamijeniti novi gosti veće platežne moći stoga se za 2019. predviđa da će broj dolazaka ostati isti tj. u rangu 2018. godine s mogućim blagim rastom.

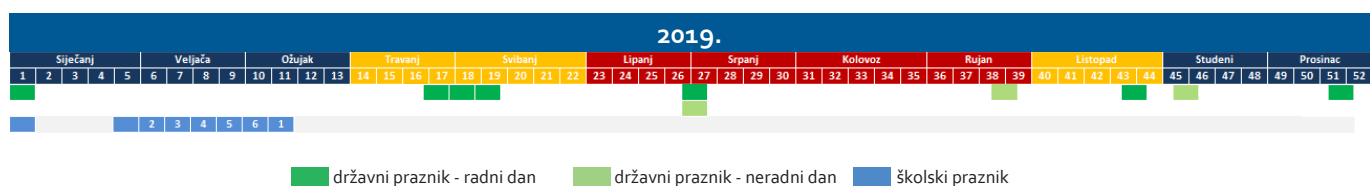
### Najave zastupljenosti Hrvatske u programima organizatora putovanja

Hrvatska, kao najvažnija destinacija na češkom tržištu, vrlo je dobro zastupljena u programima organizatora putovanja. Predviđa se da značajnijih promjena u ponudi neće biti, no postoje naznake kod pojedinih organizatora putovanja da će više kapaciteta od hrvatskih subjekata uzimati na alatman, umjesto na dosadašnji fiksni zakup. Neki organizatori putovanja najavljuju uvođenje novih hotela u kataloge, ali samo onih kojima cijena odgovara ponudi i usluzi (vrijednost za novac). Ove godine organizatori putovanja najavili su da izlaze puno ranije s *first minute* ponudom i kako bi izbjegli problem sa stopom bukinga.

### Mjere koje bi prema mišljenju organizatora putovanja trebalo poduzeti u 2019.

1. Povećanje *online* i *offline* promidžbe na češkom tržištu
2. Manje stopiranja bukinga, posebno u glavnoj sezoni
3. Zadržavanje iste razine cijena (s eventualnim povećanjima samo na razini inflacije)
4. Odobravanje većih kapaciteta za smještaj češkim organizatorima putovanja
5. Nastavak rekonstrukcije i renoviranje hotela i turističkih naselja uz obnovu hotela s tri zvjezdice (koji bi zadržali status tri zvjezdice kako bi bilo i takvih hotela u ponudi)
6. Poboljšanje ponude u destinacijama (ponuda za aktivan odmor, biciklističke staze, više atrakcija za djecu, više događanja itd.)

## Kalendar praznika i blagdana



Državni praznici i vjerski blagdani (Public Holidays)	2019.	Dan u tjednu	Tjedan u godini
Nova godina (New Year's Day)	1.1.2019	Utorak	1
Sveta tri kralja (Epiphany)	6.1.2019	Nedjelja	1
Uskrs (Easter)	21.4.2019	Nedjelja	16
Uskršnji ponedjeljak (Easter Monday)	22.4.2019	Ponedjeljak	17
Obljetnica oslobođenja (Anniversary of the Liberation)	25.4.2019	Četvrtak	17
Praznik rada (Labour Day)	1.5.2019	Srijeda	18
Dan Republike (Republic Day)	2.6.2019	Nedjelja	22
Velika Gospa (Feast of the Assumption - Feragosto)	15.8.2019	Četvrtak	33
Svi sveti (All Saints' Day)	1.11.2019	Petak	44
Immaculate Conception	8.12.2019	Nedjelja	49
Božić (Christmas Day)	25.12.2019	Srijeda	52
Blagdan sv. Stjepana (Christmas)	26.12.2019	Četvrtak	52

Izvor: <http://www.italia.it/en/useful-info/more-information.html>

Školski praznici	2019.		
	Početak	Kraj	
Božićni praznici i Nova godina	22.12.2018	2.1.2019	
Zimski praznici	1.2.2019	1.2.2019	
Proljetni praznici - Česka Lipa, Jablonec nad Nisou, Liberec, Semily, Havličkov Brod, Jihlava, Pelhřimov, Třebíč, Žďar nad Sazavou, Kladno, Kolin, Kutna Hora, Písek, Nachod, Bruntal	4.3.2019	10.3.2019	6
Proljetni praznici - Mlada Boleslav, Příbram, Tabor, Prachatice, Strakonice, Ústí nad Labem, Chomutov, Most, Jičín, Rychnov nad Knežnou, Olomouc, Šumperk, Opava, Jeseník	11.3.2019	17.3.2019	1
Proljetni praznici - Benešov, Beroun, Rokycany, České Budejovice, Český Krumlov, Klatovy, Trutnov, Pardubice, Chrudim, Svitavy, Ústí nad Orlicí, Ostrava-město	4.2.2019	10.2.2019	2
Proljetni praznici - Praha 1- 5, Blansko, Brno-město, Brno-venkov, Breclav, Hodonín, Vyškov, Znojmo, Domažlice, Tachov, Louny, Prostějov, Karvina	11.2.2019	17.2.2019	3
Proljetni praznici - Praha 6 - 10, Cheb, Karlovy Vary, Sokolov, Nymburk, Jindřichův Hradec, Litoměřice, Dečín, Přerov, Frydek-Místek	18.2.2019	24.2.2019	4
Proljetni praznici - Kroměříž, Uherské Hradiště, Vsetín, Zlín, Praha-východ, Praha-západ, Melník, Rakovník, Plzeň-město, Plzeň-sever, Plzeň-jih, Hradec Králové, Teplice, Nový Jičín	25.2.2019	3.3.2019	5
Uskršnji praznici	18.4.2019	22.4.2019	
Ljetni praznici	29.6.2019	1.9.2019	
Jesenski praznici	29.10.2019	30.10.2019	
Božićni praznici i Nova godina	23.12.2019	3.1.2020	

Izvor: Eurydice