

Analiza turističkog prometa i pregled provedenih aktivnosti tijekom srpnja i kolovoza 2020. godine



REPUBLIKA HRVATSKA
Ministarstvo
turizma i sporta

The logo for Croatian tourism, featuring the word 'HRVATSKA' in a stylized, colorful font with a red square above the 'V'. Below it, the slogan 'Puna života' is written in a cursive script.

HRVATSKA
Puna života

Tijekom razdoblja **srpanj-kolovoz 2020.** godine Hrvatska je zabilježila sljedeći rezultat turističkog prometa (u usporedbi s istim razdobljem 2019.):

- ✓ 5,2 milijuna dolazaka **(54% razine prometa 2019.)**
- ✓ 39,8 milijuna noćenja **(62% razine prometa 2019.)**

Tijekom razdoblja **siječanj-kolovoz 2020.** godine Hrvatska je zabilježila sljedeći rezultat turističkog prometa (u usporedbi s istim razdobljem 2019.):

- ✓ 6,8 milijuna dolazaka **(41% razine prometa 2019.)**
- ✓ 47,5 milijuna noćenja **(53% razine prometa 2019.)**

Prometi po vrstama smještaja VII-VIII



REPUBLIKA HRVATSKA
Ministarstvo
turizma i sporta



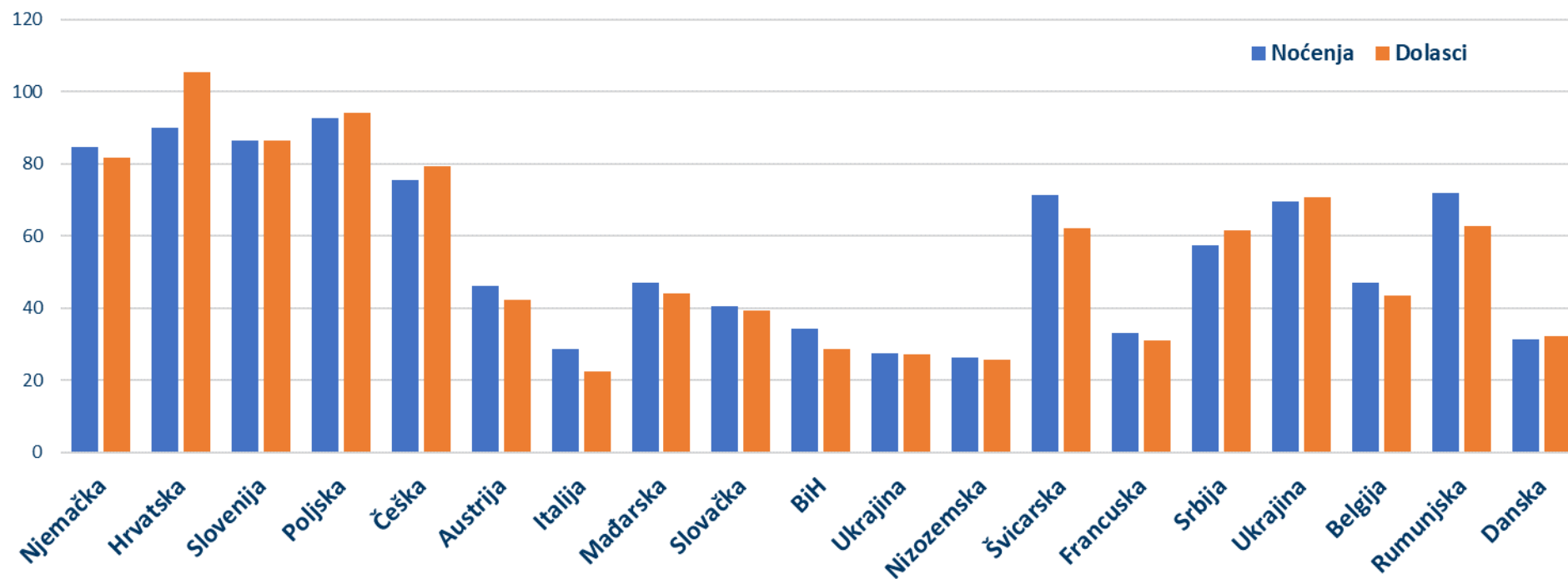
Vrsta objekta	Dolasci VII-VIII 2020.	Noćenja VII-VIII 2020.	Dolasci 2020. (% prometa 2019.)	Noćenja 2020. (% prometa 2019.)
Hoteli	925.118	4.395.893	41	44
Kampovi	876.171	6.642.739	55	57
Objekti u domaćinstvu i na OPG-u	2.500.448	17.974.668	58	66
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj	418.231	2.423.489	48	56
Ostalo	1.092	6.553	8	9
Nautički charter	148.857	1.073.103	68	70
Nekomercijalni smještaj	311.696	7.272.551	97	83
UKUPNO	5.181.613	39.788.996	54	62

Luke nautičkog turizma od početka godine ostvarile su 75 posto prihoda od prošle godine

U ovoj godini u Hrvatsku je ušlo 300 megajahti, dok je protekle godine ušlo 150

U usporedbi sa srpnjem i kolovozom prethodne godine, sve ključne vrste komercijalnih smještajnih objekata bilježe određeni pad prometa koji je najmanje izražen u segmentu nautičkog chartera i obiteljskog smještaja, a najviše u segmentu hotela.

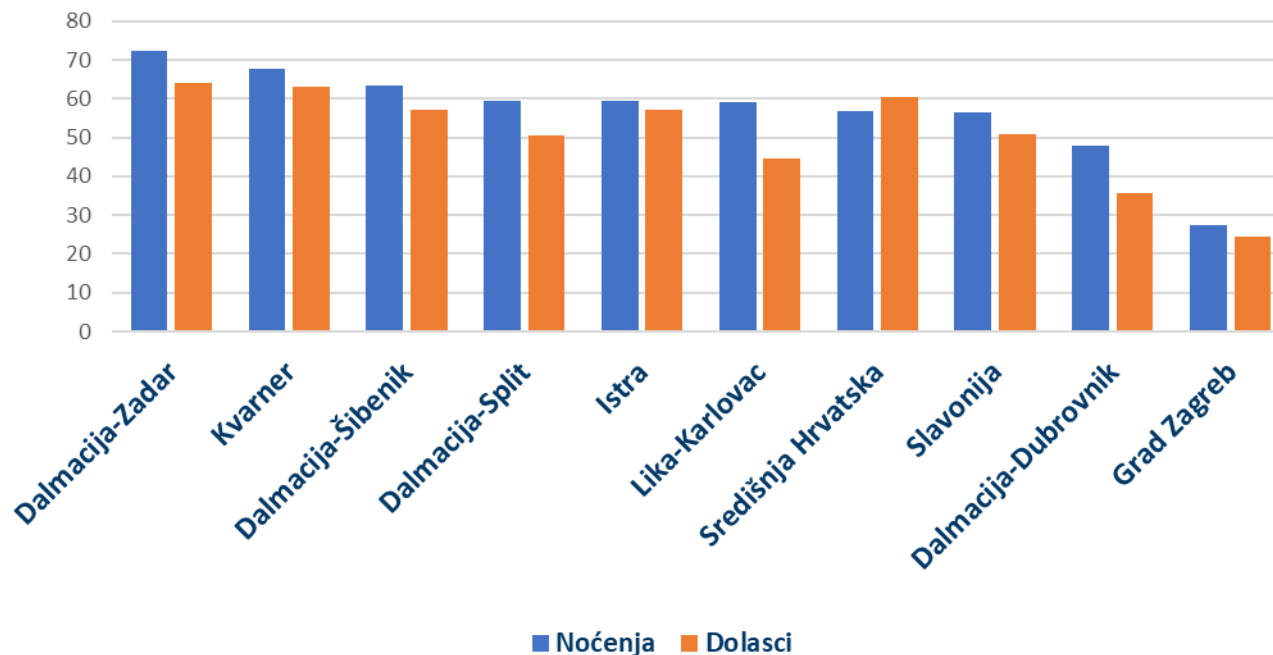
Stope realizacije broja dolazaka i noćenja po tržištima,
TOP 20 tržišta (% prometa 2019)



U razdoblju srpanj-kolovoz najuspješniji indeks realizacije turističkog prometa, u usporedbi s 2019. bilježi **domaće tržište**, a potom **Poljska, Slovenija, Njemačka i Češka**.

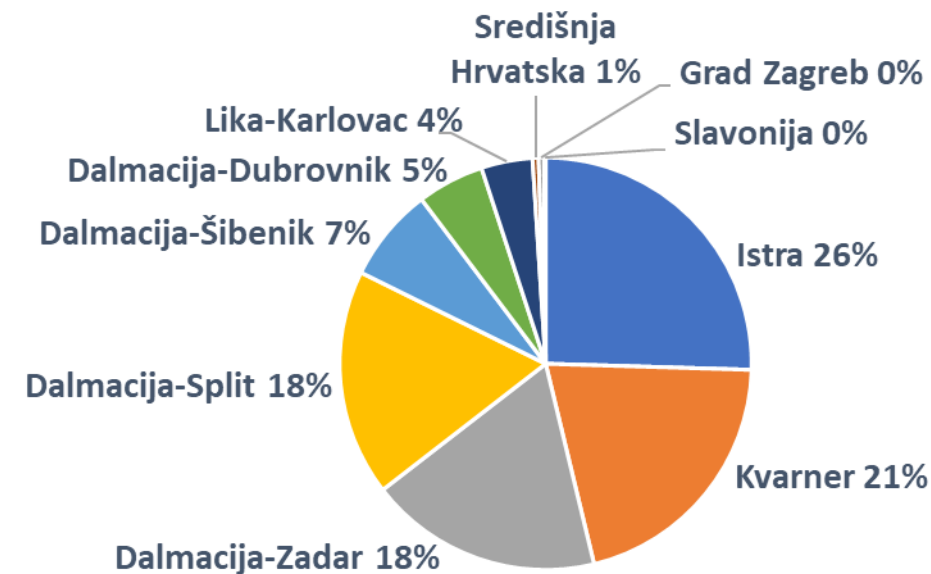
Turistički promet prema klasterima, VII-VIII

Stope realizacije prometa prema klasterima (% prometa 2019.)



Najuspješniju realizaciju u srpnju i kolovozu bilježe zadarski klaster te Kvarner, dok je pad najveći u dubrovačkom klasteru i Zagrebu.

Klasteri - udjel u ukupnim noćenjima



U pogledu volumena ostvarenog prometa za razdoblje VII-VIII **Istra je bila naša najznačajnija turistička regija**, ispred Kvarnera te zadarskog klastera.

TOP destinacije ukupno/prema vrsti smještaja, VII-VIII

	Ukupno VII-VIII		Hoteli VII-VIII		Obiteljski smještaj VII-VIII		Kampovi VII-VIII	
		Noćenja		Noćenja		Noćenja		Noćenja
1.	Vir	1.486.285	Poreč	361.619	Crikvenica	533.547	Rovinj	561.101
2.	Rovinj	1.280.510	Rovinj	306.581	Rab	476.664	Funtana	436.013
3.	Medulin	1.119.193	Dubrovnik	219.757	Medulin	452.336	Tar	435.857
4.	Crikvenica	1.017.099	Umag	213.820	Makarska	397.186	Vrsar	356.141
5.	Poreč	1.010.055	Crikvenica	153.653	Novalja	394.276	Medulin	331.923
6.	Novalja	998.182	Zadar	143.478	Split	386.648	Mali Lošinj	319.344
7.	Mali Lošinj	958.526	Opatija	128.220	Vir	377.024	Novalja	262.390
8.	Umag	952.302	Tučepi	102.824	Omiš	374.493	Cres	207.916
9.	Rab	708.507	Labin	98.237	Poreč	369.418	Umag	200.936
10.	Zadar	677.307	Gradac	95.820	Zadar	363.538	Krk	197.591

Vir, Rovinj i Medulin vodeće su destinacije tijekom srpnja i kolovoza, prema ukupnom prometu mjerenom noćenjima. **Poreč, Rovinj i Dubrovnik** zabilježili su najviše **hotelskih noćenja**. **Crikvenica** je vodeća destinacija **obiteljskog smještaja**, ispred Raba i Medulina. Kada je riječ o **kampingu**, vodeći je **Rovinj**, ispred **Funtane i Tara**.

Država

Dolasci stranih turista – srpanj (% prometa 2019.)

Hrvatska	50%
Španjolska	25%
Portugal	17%
Cipar	12%
Bugarska	34%
Turska	14%

U usporedbi s ključnim konkurentima na Mediteranu, ali i većinom turističkih destinacija Europe, **Hrvatska je tijekom prvog dijela ljetne turističke sezone ostvarila jedan od boljih rezultata u pogledu apsolutnog broja dolazaka i noćenja stranih turista**, tj. stopa kretanja prometa u odnosu na prethodnu.

** podaci za Italiju, Francusku i Grčku u ovom trenutku nisu objavljeni niti javno dostupni.*

Nove mjere Vlade Republike Hrvatske za očuvanje radnih mjesta



REPUBLIKA HRVATSKA
Ministarstvo
turizma i sporta

HRVATSKA
Puna života

Sufinanciranje skraćenog radnog vremena - do dvije tisuće kuna

Za mikropoduzetnike - do dvije tisuće kuna

Pad
prihoda
50%

Za djelatnosti koje su posebno ugrožene – do 4.000 kuna

Pad
prihoda
60%

Za navedene mjere sveukupno je **pripremljeno oko 800 milijuna kuna** iz državnog proračuna, a dio sredstava bit će kompenziran iz EU fondova postojeće financijske perspektive, SURE programa te iz budućih programa, primjerice Fonda za oporavak i otpornost.

Očuvanje radnih mjesta u turizmu, omogućavanje dostatne likvidnosti za poduzetnike, oporavak i daljnji razvoj sektora turizma

Donošenje Strategije održivog turizma

Donošenje Zakona o izmjenama i dopunama Zakona o članarinama u turističkim zajednicama

Travanj / svibanj

Komunikacijski koncept
Croatia Long Distance Love

Fokus na svim emitivnim tržištima

Facebook, Instagram, Twitter + online
platforme

Ostvaren doseg od preko 20 milijuna
ljudi

Srpanj / kolovoz

Informativna kampanja o sigurnosti

Fokus na tržištima - Njemačka,
Austrija, Velika Britanija

Posebna web podstranica (od
ožujka),
Facebook, Google tražilica

Više od 7 milijuna impresija

Lipanj / srpanj / kolovoz

Kampanja

*Vacation you deserve is closer than
you think*

Njemačka, Austrija, Slovenija, Poljska,
Češka, Slovačka, Švicarska +
Nizozemska, Italija, Velika Britanija

TV, print, OOH/DOOH, display oglasi,
Expedia, Facebook, Instagram,
YouTube

Više od 146 milijuna impresija,
više od 43 milijuna pregleda videa

Lipanj / srpanj / kolovoz

Kampanja

Enjoy the view from Croatia

Hrvatska, Italija, Velika Britanija,
Norveška, Švedska, Rusija, Ukrajina

Instagram

Više od 40 milijuna impresija

Kontinuirane
PR aktivnosti
na emitivnim
tržištima

Studijska
putovanja
inozemnih
novinara

Stalno
oglašavanje
na Google
tražilici

Oglašavanje
na
najvažnijim
travel
platformama

„Thank you” kampanja

Njemačka, Austrija, Slovenija, Poljska,
Češka, Slovačka, Mađarska

Facebook, Instagram, Twitter

Rujan / listopad

Jesenska kampanja na inozemnim
tržištima

Njemačka, Austrija, Italija, Češka,
Mađarska, Poljska, Velika Britanija

Facebook, Instagram, YouTube,
Lonely Planet, National Geographic,
najposjećeniji portali

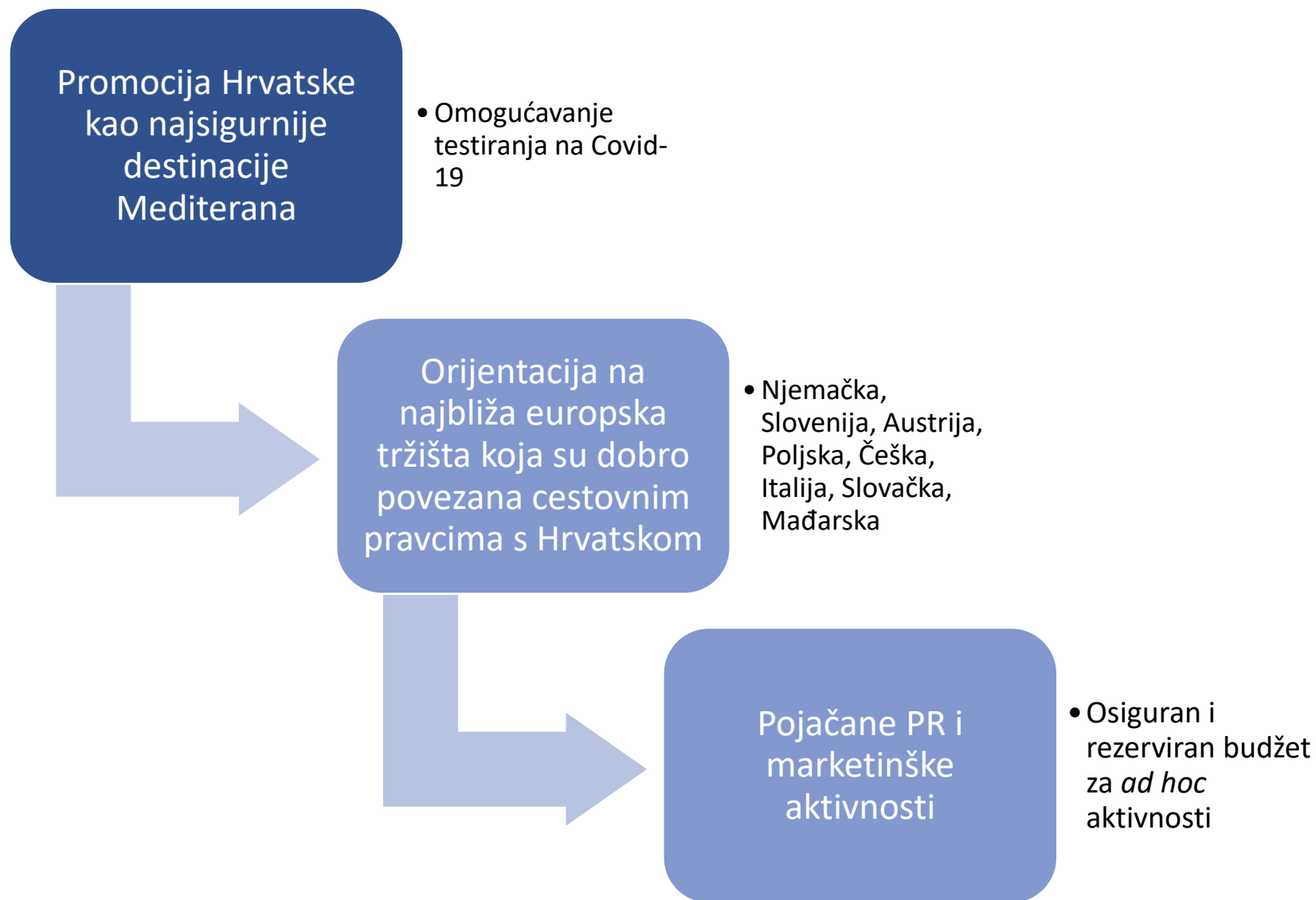
Rujan / listopad

Kampanja „Tjedan odmora vrijedan”

Fokus na domaćem tržištu – suradnja
s pružateljima usluga u turizmu

TV, online, radio, print, DOOH,
društvene mreže

Rujan / listopad



HVALA NA PAŽNJI



REPUBLIKA HRVATSKA
Ministarstvo
turizma i sporta


HRVATSKA

Puna života