



**Analiza turističkog prometa u srpnju i kolovozu
te razdoblju siječanj-kolovoz 2019. godine**

Tijekom razdoblja **siječanj-kolovoz 2019.** godine Hrvatska je zabilježila pozitivan rezultat turističkog prometa (u usporedbi s istim razdobljem 2018.):

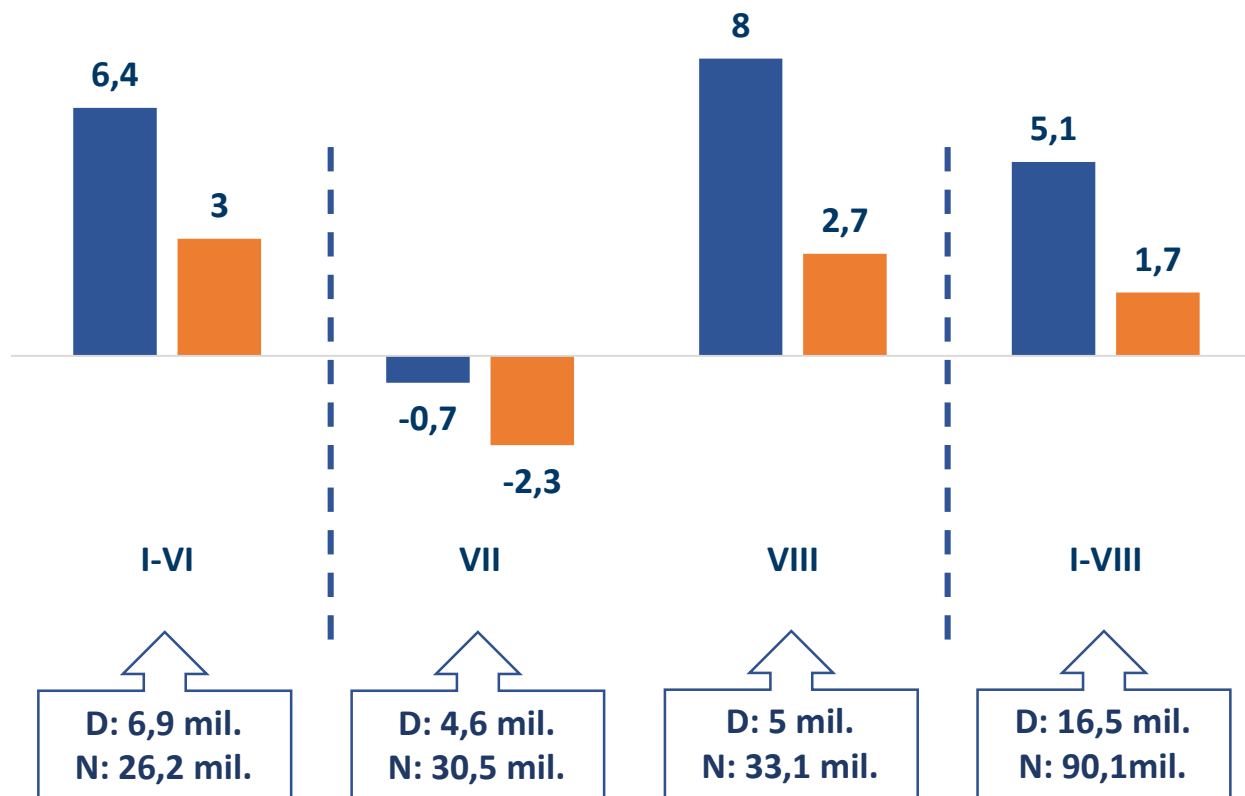
16,5 milijuna dolazaka (+5,1%)

90,1 milijuna noćenja (+1,7%)

Turistički promet I-VIII 2019. po mjesecima

Stope kretanja prometa, 2019.

■ dolasci ■ noćenja



Nakon odličnog rezultata predsezona uslijedio je blagi rezultatski zaostatak srpnja, ali i vrlo uspješan kolovoz, čime je razdoblje siječanj-kolovoz okončano s očekivanim rastom turističkog prometa koji u apsolutnim brojkama iznosi približno **800 tisuća dolazaka te 1,5 mil. noćenja više** nego tijekom usporedivog razdoblja prethodne godine.

Tijekom **srpnja i kolovoza (zbirno)** ostvareno je **333 tisuće dolazaka i 476 tisuće noćenja više** nego u istim mjesecima prethodne godine.

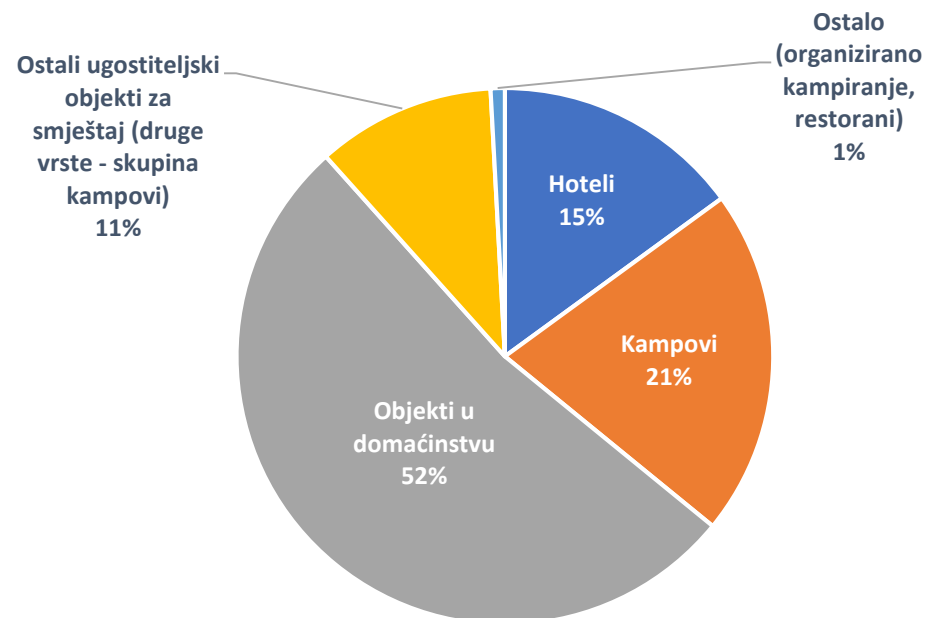
Smještajni kapaciteti: aktualno stanje



Na dan 30. srpnja 2019. Hrvatska je raspolagala s više od **1,2 milijuna kreveta** u komercijalnim smještajnim kapacitetima. U odnosu na isti dan prethodne godine riječ je o rastu volumena smještajne ponude od **4,7% (cca. 54.000 novih kreveta)**. U apsolutnim brojkama, **najveći rast bilježi obiteljski smještaj (cca. 29.000 novih kreveta)**.

| Vrsta objekta | 31.7.2019. | 31.7.2018. | 2019./2018. |
|--|------------------|------------------|--------------|
| Hoteli | 175.003 | 172.950 | +1,2% |
| Kampovi | 245.584 | 241.666 | +1,6% |
| Objekti u domaćinstvu | 635.375 | 606.117 | +4,8% |
| Ostali ug. objekti za smještaj (druge vrste - skupina kampovi) | 130.175 | 124.374 | +4,7% |
| Ostalo (organizirano kampiranje, restorani) | 22.598 | 9.890 | +128,5% |
| TOTAL | 1.208.735 | 1.154.997 | +4,7% |

Struktura komercijalnih smještajnih kapaciteta, prema vrstama objekata



Napomena: organizirano kampiranje, dominantno u skupini „ostalo” predstavlja ad hoc kamping kapacitete vezane uz različita događanja (festivali i sl.), stoga, može značajno varirati ovisno o razdoblju godine.

Prometi po vrstama kapaciteta VII-VIII



| Vrsta objekta | Dolasci VII-VIII 2019. | Noćenja VII-VIII 2019. | Dolasci 2019./2018. (%) | Noćenja 2019./2018. (%) |
|---|------------------------|------------------------|-------------------------|-------------------------|
| Hoteli | 2.234.893 | 9.963.404 | +4,7 | +1,5 |
| Kampovi | 1.597.282 | 11.679.715 | +1,5 | -1,1 |
| Objekti u domaćinstvu + OPG | 4.322.926 | 27.342.096 | +4,4 | +0,9 |
| Ostali ug. objekti za smještaj (Druge vrste - skupina kampovi) | 875.140 | 4.325.975 | +3,6 | +1,2 |
| Ostalo | 13.524 | 74.539 | +11,6 | -5,4 |
| Nautički charter | 217.646 | 1.519.200 | +13,2 | +1,8 |
| Nekomercijalni smještaj | 321.526 | 8.787.155 | -2,6 | +2,7 |
| UKUPNO | 9.582.937 | 63.692.084 | +3,8 | +0,9 |

U usporedbi sa srpnjem i kolovozom prethodne godine, sve ključne vrste komercijalnih smještajnih objekata, kao i nautički charter, **bilježe povećanje broja dolazaka**, dok su u noćenjima u blagom minusu kampovi.

Prometi po vrstama kapaciteta I-VIII



| Vrsta objekta | Dolasci I-VIII 2019. | Noćenja I-VIII 2019. | Dolasci 2019./2018. (%) | Noćenja 2019./2018. (%) |
|---|----------------------|----------------------|-------------------------|-------------------------|
| Hoteli | 5.617.277 | 19.380.830 | +6,4 | +1,8 |
| Kampovi | 2.463.449 | 16.206.177 | +0,5 | -1,2 |
| Objekti u domaćinstvu + OPG | 5.938.793 | 34.545.716 | +6,3 | +2,5 |
| Ostali ug. objekti za smještaj (Druge vrste - skupina kampovi) | 1.543.225 | 6.465.980 | +4,2 | +2,1 |
| Ostalo | 17.032 | 82.990 | +5,6 | -6,0 |
| Nautički charter | 406.131 | 2.612.860 | +7,9 | +2,9 |
| Nekomercijalni smještaj | 483.846 | 10.773.978 | -0,5 | +2,8 |
| UKUPNO | 16.492.495 | 90.068.531 | +5,1 | +1,7 |

U usporedbi s prethodnom godinom, sve ključne vrste komercijalnih smještajnih objekata, kao i nautički charter, bilježe **povećanje broja dolazaka** tijekom razdoblja siječanj-kolovoz, dok su u noćenjima u blagom minusu kampovi.

Turistički promet prema emitivnim tržištima, I-VIII



| Tržište | I-VIII Dolasci | I-VIII Noćenja | 2019./2018. (%) dolasci | 2019./2018. (%) noćenja |
|-----------------------|-------------------|-------------------|----------------------------|----------------------------|
| Njemačka | 2.374.471 | 16.979.409 | +4,5 | -0,5 |
| Slovenija | 1.326.831 | 9.523.703 | +4,1 | +2,8 |
| Austrija | 1.178.109 | 6.308.608 | +2,1 | +0 |
| Poljska | 844.672 | 5.404.054 | +0 | -3,9 |
| Italija | 1.047.112 | 4.933.212 | +3,3 | +3 |
| Češka | 700.393 | 4.685.123 | -1,0 | -3,4 |
| Ujedinjena Kraljevina | 679.609 | 3.485.366 | +4,9 | +3,6 |
| Mađarska | 568.170 | 2.949.644 | +3,6 | +2,1 |
| Slovačka | 431.341 | 2.805.674 | +2,6 | +0,3 |
| Nizozemska | 421.372 | 2.661.225 | -1,5 | -6,1 |

U krugu TOP 10 tržišta, u razdoblju od početka godine do kraja kolovoza većinom bilježimo pozitivne pokazatelje.

Nešto niži turistički promet bilježe Poljska, Češka i Nizozemska dok Njemačka, bilježi porast broja dolazaka, uz manji broj noćenja nego prethodne godine.

Turistički promet long haul tržišta, VII-VIII



| Tržište | VII-VIII Dolasci | VII-VIII Noćenja | 2019./2018. (%) dolasci | 2019./2018. (%) noćenja |
|-------------|---------------------|---------------------|----------------------------|----------------------------|
| SAD | 203.290 | 638.812 | +7,9 | +8,2 |
| Australija | 107.812 | 366.694 | -5,0 | -5,9 |
| Kanada | 61.152 | 198.346 | +4,2 | +7,4 |
| Koreja | 76.529 | 108.556 | +4,3 | +10,7 |
| Kina | 56.030 | 94.306 | +18,1 | +16,0 |
| Brazil | 28.989 | 75.177 | +25,4 | +21,6 |
| Japan | 36.308 | 64.588 | -7,0 | -3,8 |
| Novi Zeland | 19.282 | 62.658 | +3,8 | +3,1 |
| Indija | 19.011 | 45.967 | +6,7 | +7,9 |
| Tajvan | 18.091 | 22.814 | +28,1 | +22,4 |

TOP 5 long haul
(noćenja)

U razdoblju srpanj-kolovoz, u odnosu na isto razdoblje prošle godine, bilježi se porast dolaznog turizma, a dvoznamenkaste stope rasta bilježe Kina, Tajvan i Brazil.

Turistički promet long haul tržišta, I-VIII



| Tržište | I-VIII Dolasci | I-VIII Noćenja | 2019./2018. (%) dolasci | 2019./2018. (%) noćenja |
|------------|-------------------|-------------------|----------------------------|----------------------------|
| SAD | 467.355 | 1.326.383 | +11,8 | +11,5 |
| Australija | 184.069 | 574.621 | -1,9 | -2,5 |
| Kanada | 129.231 | 374.514 | +7,8 | +9,2 |
| Koreja | 282.260 | 357.550 | +1,8 | +6,6 |
| Kina | 181.532 | 271.933 | +31,1 | +31,7 |
| Japan | 106.286 | 168.726 | -2,4 | +0,4 |
| Brazil | 58.101 | 140.931 | +20,5 | +19,5 |
| Indija | 54.178 | 123.016 | +6,0 | +8,1 |
| Tajvan | 101.245 | 116.419 | +50,0 | +46,7 |

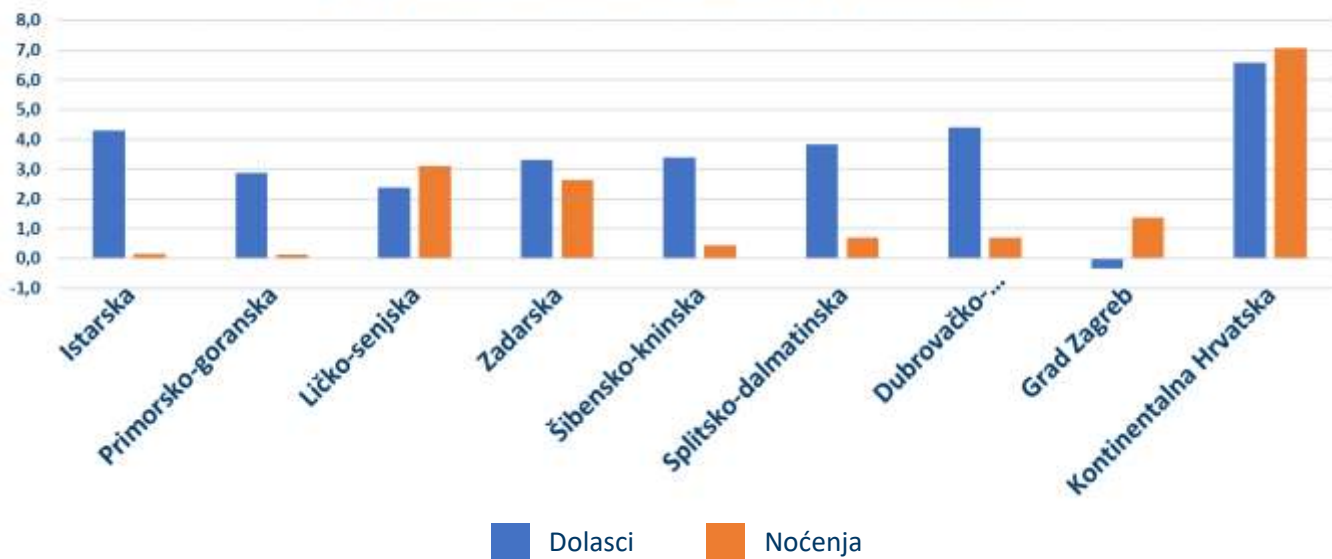
TOP 5 long haul
(noćenja)

Osobito Novi Zeland 35.054 104.083 +8,5 +6,5 koja pružaju sve značajniji doprinos ukupnim turističkim ostvarenjima Hrvatske. Navedeni pokazatelji potvrđuju uspješnost i opravdanost strategije snažnijeg marketinškog fokusa na long haul turiste, čime se smanjuje ovisnost o „tradicionalnim“ tržištima te uspješno afirmira PPS razdoblje (tijekom kojeg long haul gosti u najvećem broju posjećuju Hrvatsku).

Turistički promet prema županijama/regijama, VII-VIII

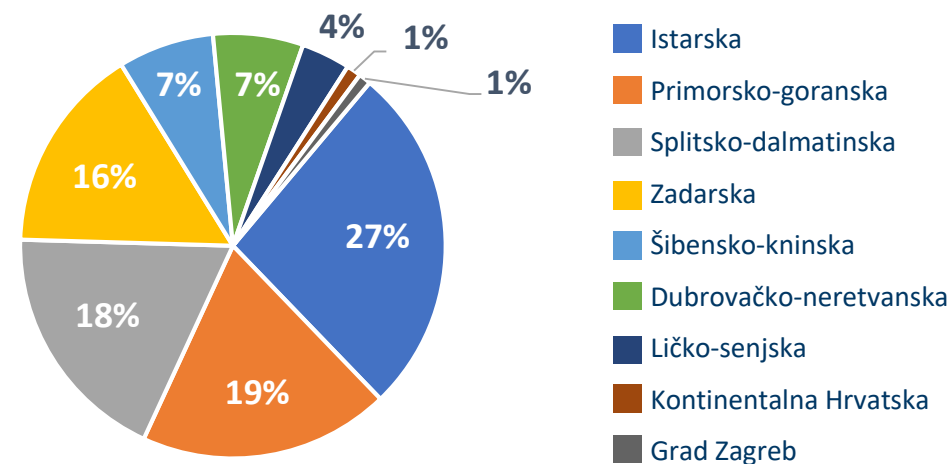


Stopa kretanja prometa po županijama, VII-VIII 2019. (%)



Uz iznimku dolazaka za Zagreb, sve turističke regije Hrvatske bilježe rast turističkog prometa tijekom razdoblja VII-VIII.

Struktura noćenja prema županijama/regijama, VII-VIII 2019. (udjeli u %)

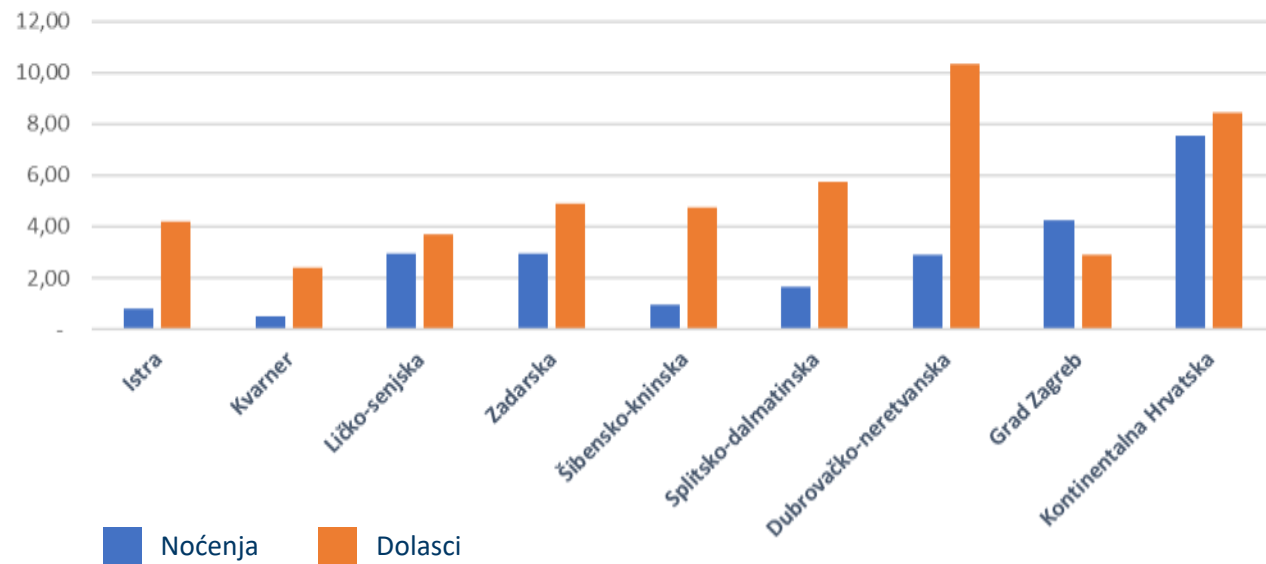


U pogledu volumena ostvarenog prometa za razdoblje VII-VIII Istra je bila naša najznačajnija turistička regija, ispred regije Kvarnera te Splita.

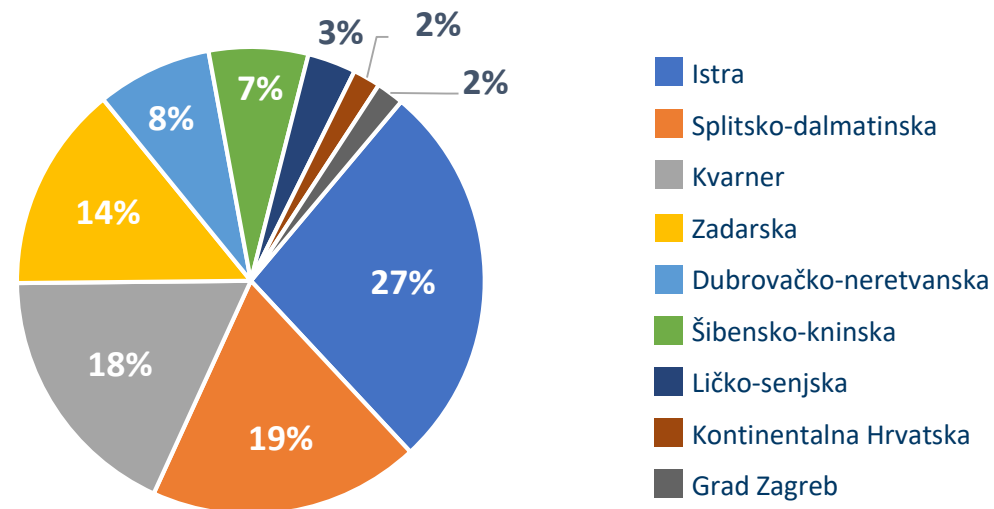
Turistički promet prema županijama/regijama, I-VIII



Stope kretanja prometa prema županijama/regijama, I-VIII 2019. (%)



Struktura noćenja prema županijama/regijama, I-VIII 2019. (udjeli u %)



Sve turističke regije Hrvatske u dosadašnjem dijelu godine bilježe rast turističkog prometa. U krugu jadranskih regija, najznačajniji rast bilježi se na **dubrovačkom području**.

U pogledu volumena ostvarenog prometa (noćenja), **Istra je u dosadašnjem dijelu godine bila naša najznačajnija turistička regija**, ispred regije Splita te Kvarnera.

TOP destinacije ukupno/prema vrsti smještaja, VII-VIII



| | Ukupno VII-VIII | | Hoteli VII-VIII | | Obiteljski smještaj VII-VIII | | Kampovi VII-VIII | |
|-----|-----------------|-----------|-----------------|---------|------------------------------|---------|------------------|---------|
| | Grad | Noćenja | Grad | Noćenja | Grad | Noćenja | Grad | Noćenja |
| 1. | Rovinj | 2.133.217 | Poreč | 803.838 | Split | 895.993 | Rovinj | 993.984 |
| 2. | Poreč | 1.793.695 | Dubrovnik | 712.045 | Crikvenica | 761.653 | Funtana | 839.289 |
| 3. | Medulin | 1.787.309 | Umag | 566.753 | Dubrovnik | 711.968 | Tar | 800.608 |
| 4. | Vir | 1.786.639 | Rovinj | 503.733 | Novalja | 688.584 | Vrsar | 671.079 |
| 5. | Dubrovnik | 1.620.089 | Labin | 348.408 | Makarska | 674.435 | Medulin | 637.493 |
| 6. | Umag | 1.612.658 | Zagreb | 321.492 | Medulin | 649.102 | Mali Lošinj | 540.088 |
| 7. | Novalja | 1.531.594 | Opatija | 295.000 | Zadar | 644.227 | Umag | 377.681 |
| 8. | Nautika | 1.519.200 | Pula | 289.853 | Rab | 631.721 | Novalja | 373.888 |
| 9. | Crikvenica | 1.481.651 | Šibenik | 246.707 | Vodice | 620.379 | Cres | 350.154 |
| 10. | Mali Lošinj | 1.467.496 | Zadar | 241.256 | Pula | 608.107 | Nin | 333.421 |

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

TOP destinacije ukupno/prema vrsti smještaja, I-VIII



| | Ukupno I-VIII | | Hoteli I-VIII | | Obiteljski smještaj I-VIII | | Kampovi I-VIII | |
|-----|---------------|-----------|---------------|-----------|----------------------------|-----------|----------------|-----------|
| | Grad | Noćenja | Grad | Noćenja | Grad | Noćenja | Grad | Noćenja |
| 1. | Rovinj | 3.330.978 | Dubrovnik | 1.661.258 | Split | 1.340.075 | Rovinj | 1.414.665 |
| 2. | Dubrovnik | 3.240.875 | Poreč | 1.508.667 | Dubrovnik | 1.229.042 | Tar | 1.137.930 |
| 3. | Poreč | 2.853.032 | Zagreb | 1.034.852 | Crikvenica | 916.402 | Funtana | 1.137.531 |
| 4. | Medulin | 2.432.423 | Rovinj | 1.010.251 | Zadar | 848.910 | Vrsar | 966.627 |
| 5. | Umag | 2.327.008 | Umag | 972.313 | Makarska | 818.563 | Medulin | 856.201 |
| 6. | Split | 2.176.646 | Labin | 685.502 | Medulin | 816.886 | Mali Lošinj | 704.782 |
| 7. | Vir | 2.153.941 | Opatija | 666.518 | Novalja | 810.559 | Novalja | 507.762 |
| 8. | Mali Lošinj | 1.998.416 | Zadar | 502.528 | Pula | 790.483 | Umag | 498.938 |
| 9. | Crikvenica | 1.922.588 | Pula | 493.857 | Rab | 748.957 | Nin | 495.870 |
| 10. | Novalja | 1.879.790 | Šibenik | 433.926 | Poreč | 716.608 | Cres | 479.322 |

Rovinj, Dubrovnik i Poreč vodeće su destinacije u dosadašnjem dijelu godine prema ukupnom prometu mjerenom noćenjima. Dubrovnik, Poreč i Zagreb zabilježili su najviše **hotelskih noćenja**. Split je vodeća destinacija **obiteljskog smještaja**, ispred Dubrovnika i Crikvenice. Kada je riječ o **kampingu**, vodeći je Rovinj, ispred Tara i Funtane.

Zrakoplovni promet VII-VIII



| Zračna luka | VII-VIII 2019. | VII-VIII 2018. | VII-VIII 2019./2018. (%) |
|-------------|----------------|----------------|-----------------------------|
| Split | 1.395.309 | 1.323.533 | +5,4 |
| Dubrovnik | 1.039.338 | 956.506 | +8,7 |
| Zagreb | 742.268 | 751.898 | -1,3 |
| Pula | 362.678 | 337.241 | +7,5 |
| Zadar | 298.998 | 232.291 | +28,7 |
| Rijeka | 88.372 | 83.167 | +6,3 |
| Osijek | 11.671 | 18.092 | -35,5 |

Izvor podataka: zračne luke, 3.9.2019.

U razdoblju srpanj-kolovoz, većina zračnih luka bilježi rast prometa putnika. Najveći promet mjeren apsolutnim pokazateljima bilježi Split, dok najveću stopu rasta zračnog prometa putnika bilježi Zadar.

Zrakoplovni promet I-VIII



| Zračna luka | I-VIII 2019. | I-VIII 2018. | I-VIII 2019./2018. (%) |
|-------------|--------------|--------------|---------------------------|
| Split | 2.497.427 | 2.344.161 | +6,5 |
| Zagreb | 2.276.373 | 2.223.526 | +2,4 |
| Dubrovnik | 2.099.022 | 1.859.006 | +12,9 |
| Pula | 605.652 | 544.381 | +11,3 |
| Zadar | 594.314 | 446.231 | +33,2 |
| Rijeka | 150.576 | 135.248 | +11,3 |
| Osijek | 37.580 | 47.565 | -21,0 |

Izvor podataka: zračne luke, 3.9.2019.

Sve bolja zrakoplovna povezanost Hrvatske s ključnim emitivnim tržištima doprinijela je uspješnim ostvarenjima razdoblja siječanj-kolovoz. Splitska zračna luka u ovom je razdoblju zabilježila najveći broj putnika, ispred Zagreba i Dubrovnika. S druge strane, najveće stope rasta zabilježile su zračne luke Zadra, Dubrovnika i Pule.

Očekivanja za posezonu, prema informacijama mreže predstavništava HTZ-a u inozemstvu, uglavnom se kreću na razini ponavljanja prošlogodišnjih brojki ili, ovisno o tržištu, u smjeru daljnjeg rasta broja dolazaka i noćenja. Tržišta s kojih se očekuje rast turističkog prometa tijekom posezone su prije svega long-haul tržišta **SAD-a, Kine i Koreje te tržišta Rusije i Francuske.**

Jednako kao što je to bio slučaj s predsezonom, daleka tržišta u povećanoj će mjeri utjecati na posezonski rezultat, dok će za bliža tržišta veliku ulogu odigrati atraktivnost ponude posezonskih sadržaja u destinacijama, posebne cjenovne ponude, ali i vremenske prilike.

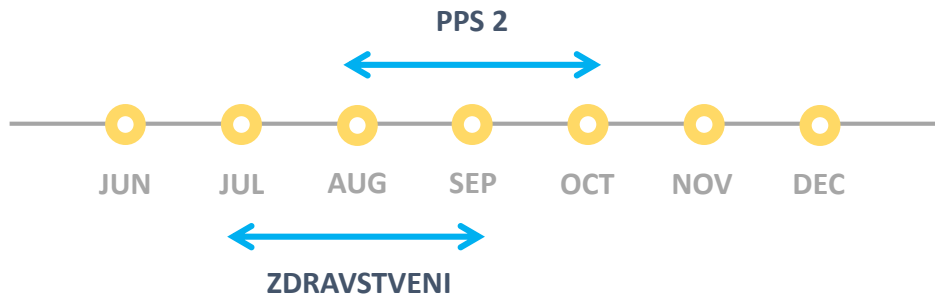
Sveukupne najave sugeriraju **kako će posezona dati adekvatan doprinos uspješnom zaključenju ovogodišnje turističke godine** te da će pokazatelji na razini godine biti pozitivni.

Krajem kolovoza objavljena su dva javna poziva:

- ✓ Javni poziv za udruženo oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora u 2020. – poziv turističkim zajednicama i hrvatskim subjektima nositeljima ponude u destinacijama.
- ✓ Poziv za iskazivanje interesa za provedbu strateških promotivnih kampanja na emitivnim tržištima u 2020. godini – poziv organizatorima putovanja, touroperatorima i prijevoznicima za Hrvatsku.

Prijave se zaprimaju do kraja rujna.

Kampanje u tijeku



PPS 2 kampanja

14 Tržišta: DE, UK, AT, FR, SE, IT, CH, NL, SI, PL, CZ, HU

Kanali: online display i native oglašavanje, društvene mreže (Facebook, Instagram, YouTube, Twitter), TV, OOH, DOOH, Print

Proizvodi: priroda, kultura, eno-gastro, aktivni turizam, nautika

Zdravstveni turizam

12 Tržišta: AT, DE, FR, IT, RU, UK, SI, SE, NO, HR, DK, NL

Kanali: online display oglašavanje, DOOH





**Premium destination
partnership**

Termin kampanje:
svibanj 2019. /
travanj 2020.

Tržišta:
UK, Njemačka, Italija,
Austrija, SAD, Francuska,
Poljska



„Croatia Unlocked”

Termin kampanje:
travanj / lipanj 2019.

Ostvareno:
22,2 milijuna impresija

Realizirano:
7.600 noćenja u DU, ST,
Hvaru, ZGB; prodano cca
2.900 avio karata ukupne
vrijednosti 3,2 mil. \$



Termin kampanje:
rujan / listopad 2019.

Tržišta:
UK, Njemačka, Poljska,
Švedska, Italija, Austrija



Termin kampanje:
lipanj / rujanj 2019.

Tržišta:
Njemačka, SAD, Austrija,
Rusija, Italija, Francuska,
Poljska, Češka, Švedska,
Norveška, Belgija,
Švicarska

Nadolazeće kampanje



POSLOVNI TURIZAM

Termin kampanje: rujan / listopad 2019.

Tržišta: Njemačka, UK, Benelux, Švedska, Norveška, Francuska, Italija, USA

Kanali komunikacije: Online display oglašavanje, LinkedIn, Print

ADVENT

Termin kampanje: studeni / prosinac 2019.

Tržišta: Austrija, Francuska, Italija, Mađarska, Njemačka, Slovenija, Švicarska, UK

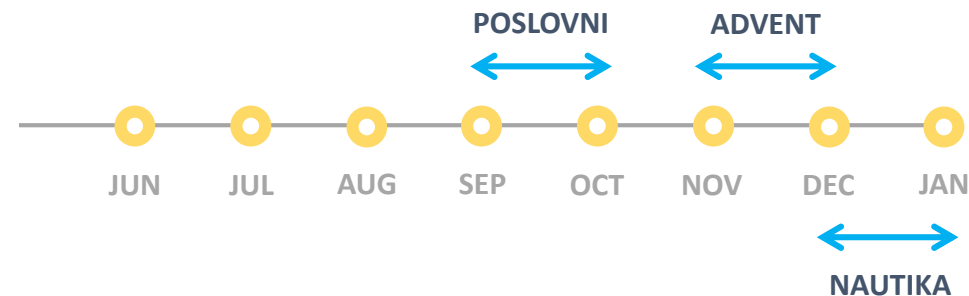
Kanali komunikacije: Online display oglašavanje, Facebook, Instagram, Twitter, Youtube

NAUTIČKI TURIZAM

Termin kampanje: prosinac 2019. / siječanj 2020.

Tržišta: Njemačka, Austrija, Francuska, Italija, UK, Češka, Poljska, Slovenija

Kanali komunikacije: Online display oglašavanje, Facebook, Instagram, Youtube



Oglašavanje na Google tražilici



Termin aktivnosti:

siječanj – prosinac 2019.

Tržišta:

Njemačka, Italija, Švicarska, Španjolska, Rusija, Slovenija, Češka, Mađarska, Slovačka, UK, Austrija, Poljska, Francuska, Švedska, Norveška, Nizozemska, Belgija

Turistički proizvodi koji se oglašavaju:

Sunce i more, nautički turizam, zdravstveni turizam, kultura, eno i gastro, cikloturizam, pustolovni i sportski turizam

The Google logo in its multi-colored font.

Google Search

I'm Feeling Lucky

Sajamski nastupi i burze 2019.



Jesenski sajamski nastupi i kongresne burze u organizaciji Glavnog ureda HTZ-a

- ✓ IMEX America, Las Vegas (10.-12.9.2019.)
- ✓ TTG Incontri, Rimini (09.-11.10.2019.)
- ✓ ITB ASIA, Singapur (16.-18.10.2019.)
- ✓ BOAT SHOW, Hamburg (23.-27.10.2019.)
- ✓ WTM, London (04.-06.11.2019.)
- ✓ CIIE Expo, Shanghai (5.-10.11.2019.)
- ✓ IBTM, Barcelona (19.-21.11.2019.)



SELL CROATIA:

- ✓ Experience Croatia, Feel Slovenia, Seoul, Južna Koreja, 17.9.
- ✓ Experience Croatia, Feel Slovenia, Tokyo, Japan, 19.9.

BUY CROATIA:

- ✓ studijsko putovanje Buy Croatia aktivni turizam, 16.-20.9.2019.
(Zadarska, Šibensko-kninska i Splitsko-dalmatinska županija)
- ✓ studijsko putovanje i poslovna radionica Buy Croatia nautika, 29.9.-3.10.2019.
(Šibensko-kninska županija)

MICE:

- ✓ MICE South Europe Španjolska, Valencija, 13.-15.10.2019.

SURADNJA SA STRUKOVNIM UDRUGAMA:

- ✓ PIT (Poljska udruga putničkih agencija), 23.-26.10.2019. – Kvarner

Hrvatska bilježi pozitivan trend rasta turističkog prometa tijekom vrhunca sezone (srpanj+kolovoz), kao i sveukupnog dosadašnjeg razdoblja godine (siječanj-kolovoz).

Uz iznimku noćenja u kampovima, svi ključni segmenti smještaja bilježe povećanje broja dolazaka i noćenja, uz napomenu kako stope rasta prometa (mjereno noćenjima) ne mogu u potpunosti pratiti rast broja novih kreveta ponuđenih tržištu.

Većina ključnih emitivnih tržišta bilježi pozitivna kretanja prometa, posebno izraženog za long haul (daleka) tržišta.

Prema posljednjem izvještaju Svjetskog ekonomskog foruma (World Economic Forum) "The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019", koji donosi redoslijed država prema kompetitivnosti njihova turizma, Hrvatska se nalazi na 27. mjestu što predstavlja pomak od 5 mjesta prema gore u odnosu na 2017. godinu.

HVALA NA PAŽNJI

