

Turizam na 30 posto, u šest mjeseci najbrojniji domaći turisti

Kategorija: VIJESTIAžurirano: Srijeda, 01 Srpanj 2020 08:34
Objavljeno: Srijeda, 01 Srpanj 2020 08:34

U Hrvatsku je u prvih šest mjeseci došlo 1,6 milijuna turista, koji su ostvarili 7,6 milijuna noćenja, što je oko 30 posto od lanjskog rezultata za isto vrijeme, dok je nešto bolji postotak od 32 posto lanjskih noćenja ostvaren u lipnju, rekao je za Hinu direktor HTZ-a Kristijan Staničić.

U lipnju ove godine 892 tisuće turista koji su došli u Hrvatsku ostvarilo je 4,8 milijuna noćenja, što je 32 posto od noćenja ostvarenih u lipnju 2019., što pokazuje da je i u lipnju i na razini šest mjeseci ove godine minus u noćenjima oko 70 posto.

"S obzirom na okolnosti u cijelom svijetu i Hrvatskoj, možemo biti zadovoljni ostvarenim turističkim prometom, koji je i na tragu naših procjena. Važno je da od 1,6 milijuna turista koji su od početka ove godine boravili u Hrvatskoj, nismo imali nijedan slučaj zaraze turista", kaže Staničić.

Domaći turisti u šest mjeseci s najviše noćenja

Domaći su turisti u prvoj polovici ove godine ostvarili 31 posto od ukupnih noćenja, što je najviše među svim tržištima i rijetkost u zadnjih više od deset godina.

Strani su turisti ostvarili 69 posto od ukupnih noćenja, pri čemu najviše ili 26 posto Slovenci, potom 25 posto Nijemci, te Austrijanci 9 posto, a turisti iz BiH i Češke po 7 posto.

Po vrstama smještaju najviše noćenja ili 73 posto turisti su ukupno ostvarili u komercijalnom smještaju, od čega u objektima u domaćinstvu 30 posto, u hotelima 20 posto, a u kampovima 16 posto. U nekomercijalnom smještaju ostvareno je 24 posto od ukupnih šestomjesečnih noćenja, a u nautičkom charteru 3 posto.

U kontinentalnom dijelu zemlje ostvareno je 12 posto od ukupnih noćenja, od čega najviše u Zagrebu, koji je po tome vodeći među svim destinacijama u Hrvatskoj, ispred Rovinja, Vira, Medulina i Poreča.

Jadranske županije su i dalje vodeće s ukupnih 88 posto noćenja u prvih šest mjeseci, a među njima najviše noćenja ili 25 posto ostvareno je u Istri, koju s udjelom od 21 posto slijedi Primorsko-goranska te sa 15 odnosno 13 posto u ukupnim noćenjima Zadarska i Splitsko-dalmatinska županija.

U lipnju ponovo najviše noćenja Nijemaca

Od ukupnih 892 tisuće dolazaka turista i 4,8 milijuna noćenja u lipnju ove godine, 80 posto ostvarili su strani turisti, među kojima su, a i ukupno među svim tržištima, Nijemci opet na prvom mjestu, s udjelom u ukupnim noćenjima od 25 posto, a slijede ih Slovenci s 29 posto noćenja te domaći turisti s 20 posto.

Austrijanci su ostvarili 10 posto lipanjskih noćenja, a Česi 9 posto.

Najviše turista ili 32 posto za smještaj u lipnju biralo je objekte u domaćinstvu, potom 25 posto kampove, a hotele 11 posto.

Istra je i u lipnju vodeća s 30 posto od ukupnih noćenja, druga je s 24 posto Primorsko-goranska, a treća s 18 posto Zadarska županija, dok su vodeće destinacije po noćenjima u lipnju bile Rovinj, Vir, Medulin, Mali Lošinj i Umag.

U ljetu pojačana potražnja iz srednje Europe i za hotelima više kategorije

Najavljujući kako se u srpnju i kolovozu očekuje porast i turističke potražnje i prometa, posebice iz Srednje Europe, Staničić dodaje da su to tržišta Njemačke, Slovenije, Austrije, Češke, Poljske, Mađarske i Slovačke, kao i da se očekuje jača potražnja za hotelima više kategorije.

"Iako se epidemiološka situacija na globalnoj razini stalno mijenja, turistički tijekovi su pokrenuti i ljudi su počeli putovati u skladu s novim okolnostima i slijeđenjem epidemioloških mjera, a Hrvatska je u tome dijelom i u prednosti u odnosu na konkurenciju, jer je dostupna automobilom s velikih europskih emitivnih tržišta, nudi raznoliku strukturu smještaja, a i dalje je s povoljnom epidemiološkom situacijom", ističe Staničić.

Do kraja godine bar trećina prometa iz 2019., a u ljetu dolasci i avionima, vlakovima i autobusima

Zbog svega toga Staničić procjenjuje da se ove godine u hrvatskom turizmu može ostvariti najmanje trećina prošlogodišnjeg rekordnog rezultata, ali i očekuje daljnji oporavak turističkih tijekova i postupno jačanje prometa unutar Europe, uz privikavanje građana na promijenjene okolnosti u kojima se putuje i provodi odmor, kao i prilagodbu turističke industrije okolnostima pandemije te uspostavljanje bolje zračne povezanosti emitivnih tržišta i destinacija.

"Nadamo se dobrim rezultatima i posezone, u rujnu i listopadu, kada bismo mogli ostvariti rezultate bolje od trećine prometa istog lanjskog razdoblja, a ako okolnosti dozvole, krajem godine bi mogao početi i prvi val turističkih putovanja s dalekih tržišta", smatra Staničić.

Očekuje i da se u srpnju i kolovozu, kada s prometovanjem kreću i brojne aviolinije, pozitivni turistički trendovi pokažu u cijeloj Hrvatskoj, s naglaskom na destinacije srednje i južne Dalmacije, jer i najviše letova avioprijevoznici za ljetu najavljuju prema zračnim lukama Split i Dubrovnik, te za Zadar, Pulu, Zagreb i Rijeku.

"Najviše najavljenih letova imamo iz Njemačke, Beneluxa i Francuske, ali bit ćemo vrlo dobro povezani i sa Velikom Britanijom, Poljskom, Češkom. Optimizam temeljimo i na dobrim povratnim informacijama najvećih partnera poput TUI-a, easyJeta, Jet2, ID Rive, a pozdravljamo i željezničku liniju češkog RegioJeta, koji će od srpnja svakodnevno vlakom prevoziti turiste iz Slovačke i Češke na relaciji Prag-Brno-Bratislava-Ljubljana-Rijeka. Gosti stižu i autobusima svaki vikend, posebice iz Češke i Slovačke", kaže Staničić.

Kampanje za strana tržišta daju rezultate, kreće promocija i na domaćem tržištu

Naglašava i da do kraja kolovoza HTZ provodi intenzivne promotivne kampanje na ključnim europskim tržištima pod nazivom "The vacation you deserve is closer than you think", čije se rezultati, kako kaže, već vide po dolascima turista iz Austrije, Slovenije, Njemačke i Češke, dok se na dalekim tržištima vidljivost Hrvatske održava komunikacijskom platformom "Enjoy the

Turizam na 30 posto, u šest mjeseci najbrojniji domaći turisti

Kategorija: VIJESTIAžurirano: Srijeda, 01 Srpanj 2020 08:34

Objavljeno: Srijeda, 01 Srpanj 2020 08:34

view from Croatia".

"Početkom srpnja kreće i brend kampanja na domaćem tržištu, kako bi što veći broj domaćih turista potaknuli da odmor provedu u Hrvatskoj i istraže njezine destinacije koje nude sve što turisti u ovoj situaciji, ali i inače traže - sigurnost, visoku razinu higijenskih standarda, očuvanu prirodu i zdravu hranu", kaže Staničić.

Dodaje i da za jesen HTZ planira kampanju za domaće tržište "Tjedan odmora vrijedan", kojom želi što više produžiti sezonu te uz iznimno povoljne ponude smještaja i drugih turističkih usluga domaćem stanovništvu učiniti putovanje po Hrvatskoj što pristupačnije.

(Hina/foto Nova bolja Fažana)

