



# Turizam 2020. godine u Hrvatskoj

Analiza rezultata benchmarkinga hotela, kampova i marina u Hrvatskoj

Svibanj 2021.



BlueRock  
Consulting

# Komentar autora:

prof. dr. sc. Sandra Janković, Dekanica FTTHM

Emanuel Tutek, Partner BRC

- Nakon naše analize sezone 2020. godine s fokusom na hotelskim benchmark, sada donosimo kompletnu sliku **rezultata cijele 2020 godine i to kroz perspektivu benchmarkinga hotela, kampova i marina.**
- Turizam u hrvatskoj je još uvijek u fazi čekanja razvoja situacije s pandemijom, predsezona je izgubljena, a očekivanja od ljetne sezone rastu. Pokazatelji iz ovog izvještaja mogu poslužiti kao **analitičke podloge odnosno dodatna referenta točka**, uz 2019. godinu, **za procjene ovogodišnjeg rezultata.**
- U odnosu na crna predviđanja i u usporedbi s drugim globalnim destinacijama koje su izgubile i preko 80% turističkog prometa, turizam je u Hrvatskoj u 2020. ipak djelomično ostvaren s 50% manje noćenja nego u rekordnoj 2019. godini. Ipak, implikacija na poslovanje realno je izrazito velika i rezultat će s drastičnim gubicima za većinu dionika u turističkom lancu vrijednosti.
  - **Hoteli su bili najveći gubitnici ove sezone- Procijenjen je pad prihoda hotelskih kompanija za 67% u 2020. godini** u odnosu na 2019. godinu – uz gotovo nepostojeću pred i post sezonu te visoke fiksne troškove, hotelijeri su generali ne „samo” pad prihoda nego i značajne gubitke, dok se omjer duga i EBITDA-e višestruko pogoršao te su dovedene u pitanje planirane investicije u hotelijerstvu ne samo u kratkom, već i u srednjem roku
  - Na hrvatskom turističkom prometu osjetili su se globalni trendovi: **Najveće gubitke ostvarile su županije koje generiraju veliki udio prihoda od avio destinacija i od poslovnog turizma-** Grad Zagreb i Dubrovačko-neretvanska županija (do 70% manje noćenja)
  - **Kampovi su, ovisno o strukturi smještaja, izgubili 49-56% prihoda od smještaja**
  - **Marine su osjetile manji pad u prihodima od 13%, dok su značajniji gubici od 54% bili u ostvarenim noćenjima kroz nautiku**

## Komentar autora:

prof. dr. sc. Sandra Janković, Dekanica FTTHM

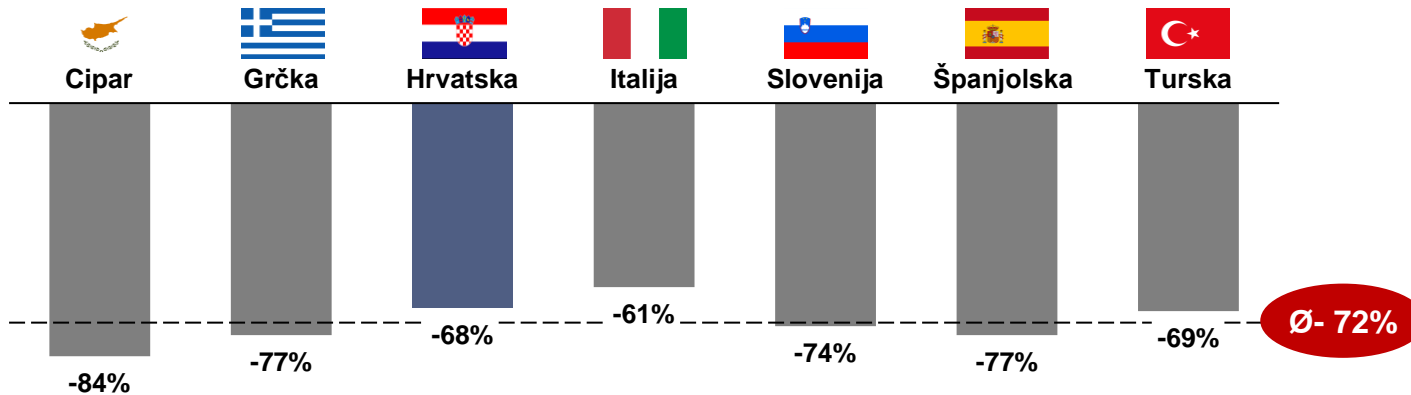
Emanuel Tutek, Partner BRC

- Ipak, na kraju godine može se ustvrditi da je **cjenovno pozicioniranje hrvatskih hotela, kampova i marina relativno uspješno zadržano**, te je pad u prihodima dominantno generiran iz pada volumena turističkih noćenja. To je izuzetno **pozitivan rezultat, odlična podloga za početak oporavka i potencijal za zaokret u pozicioniranju Hrvatske na zdravijim temeljima.**
- Prošla sezona je bila **neželjeni eksperiment, koji je ukazao na prednosti i nedostatke hrvatskog turizma, a koji nisu izbrisani korona krizom, nego su samo nametnuti dodatni imperativi povećanja otpornosti cijelog sektora.**
- **Iako je iz današnje perspektive strašno pogođenog turističkog sektora, razumljiva čežnja za starim rekordima ogromnih brojeva noćenja, možda je stvarno trenutak da iz perspektive strateškog planiranja razmotrimo model turizma na manjem broju noćenja u špici sezone, a s druge strane stvorimo realne osnove za veći broj noćenja kroz cijelu godinu?**
- **Mislimo da nakon svega više nije i ne smije biti pitanje, je li turizam na kvalitetnoj ponudi visoke dodane vrijednosti povrh sunca i mora, onaj kakav Hrvatska treba!**

# Turistička godina okarakterizirana je visokim turističkim gubicima cijelog Mediterana – prosječni pad dolazaka je 72%

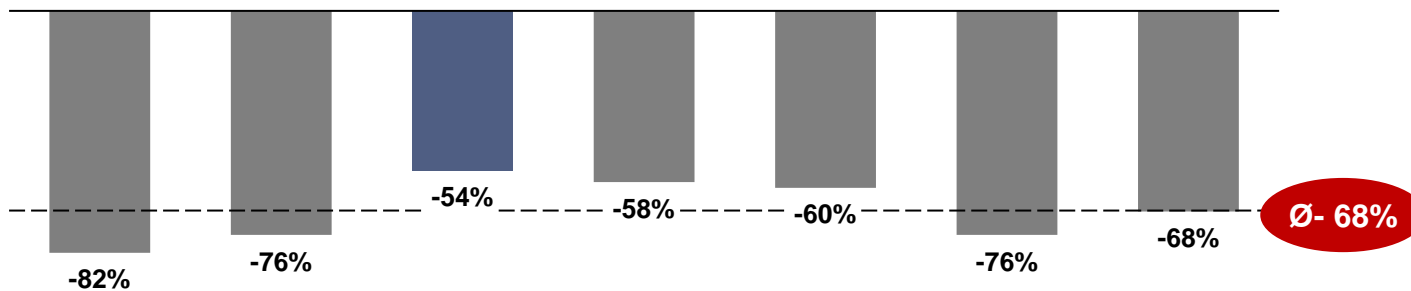
## Usporedba kretanja turista na Mediteranu Δ 2019./2020.

### Međunarodni turistički dolasci



Broj međunarodnih turističkih dolazaka na Mediteranu u prosjeku je pao za 72%

### Razmjena usluga u turizmu s inozemstvom<sup>1</sup>

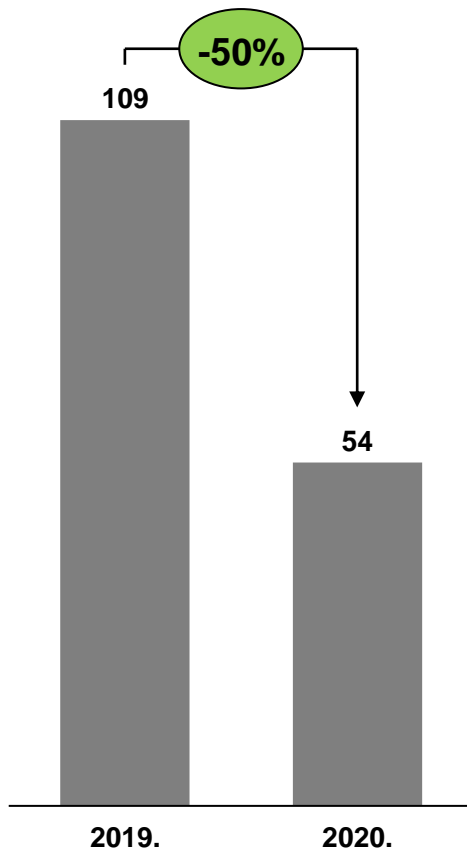


Prihodi od usluga koje se na međunarodnoj razini razmjene kroz turizam u 2020. bile su u prosjeku za 68% manje od 2019.

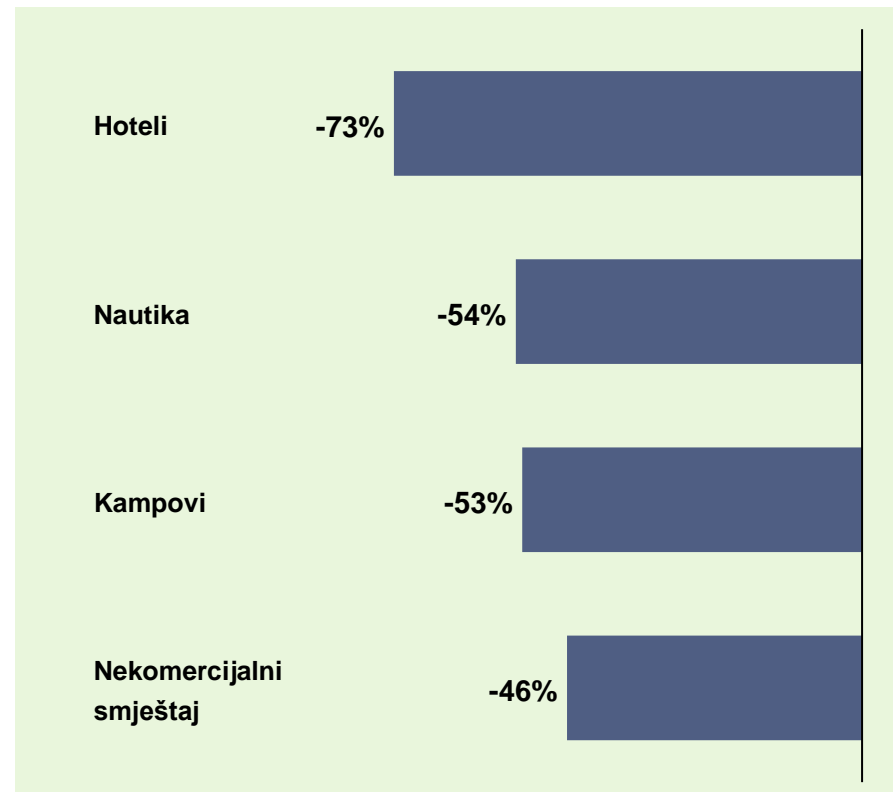
**Hrvatska je u 2020. ostvarila manje gubitke od prosjeka na Mediteranu**

# Broj noćenja u Hrvatskoj pao je za 50%, a najveće gubitke ostvarili su hoteli sa 73% manje noćenja

## Pregled broja noćenja



Noćenja prema vrsti smještajnog objekta Δ 2019./2020.

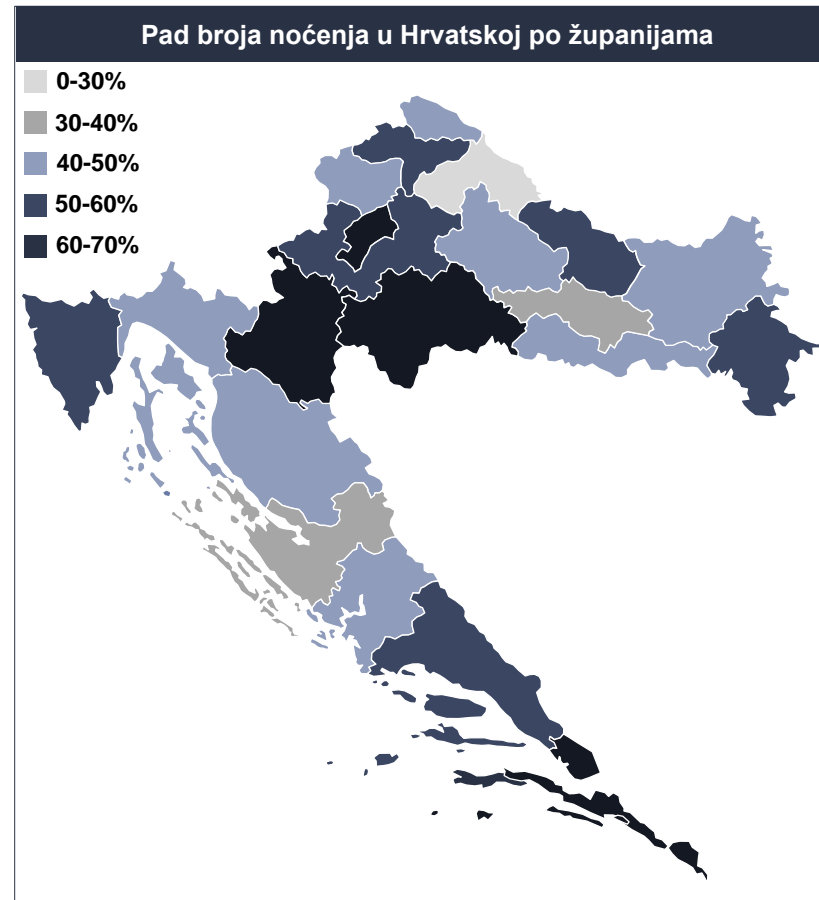
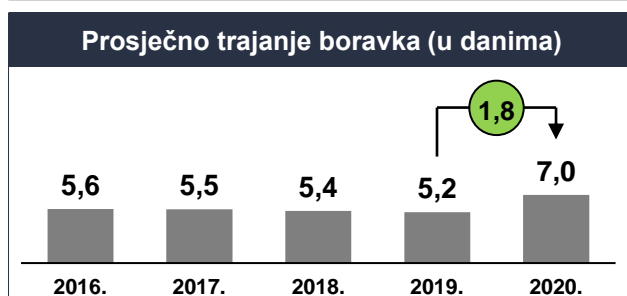
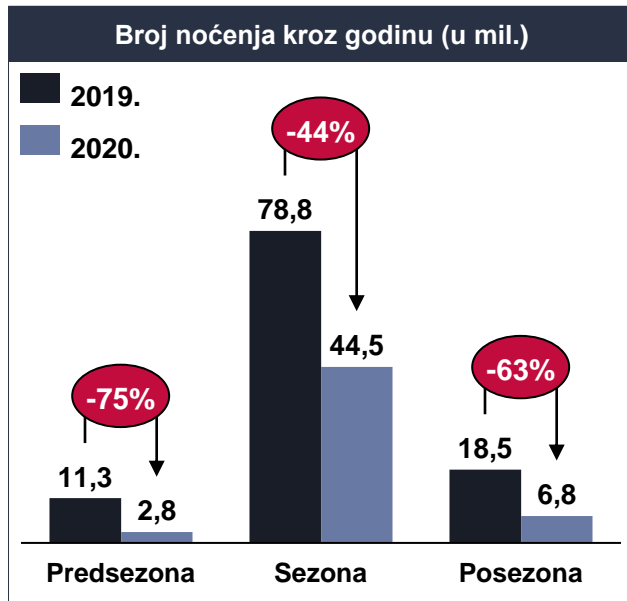


- Hrvatska je u 2020. uspjela ostvariti 50% noćenja iz 2019.
- **Hotelski smještaj** bio je najveći gubitnik i završio je COVID godinu sa **73% manje prihoda** od 2019.
- **Nekomercijalni smještaj pokazao je veću otpornost**, a rezultat je poboljššan i radi efekta bijega i potrebe za privatnijom lokacijom (trend rada s druge lokacije radi fleksibilnog radnog mjesta, COVID izoliranje, bijeg od potresom pogođenih područja itd.)



# Dubrovačko-neretvanska županija i Grad Zagreb imali su pad od 60 do 70% noćenja

## Pregled broja noćenja 2020. godine



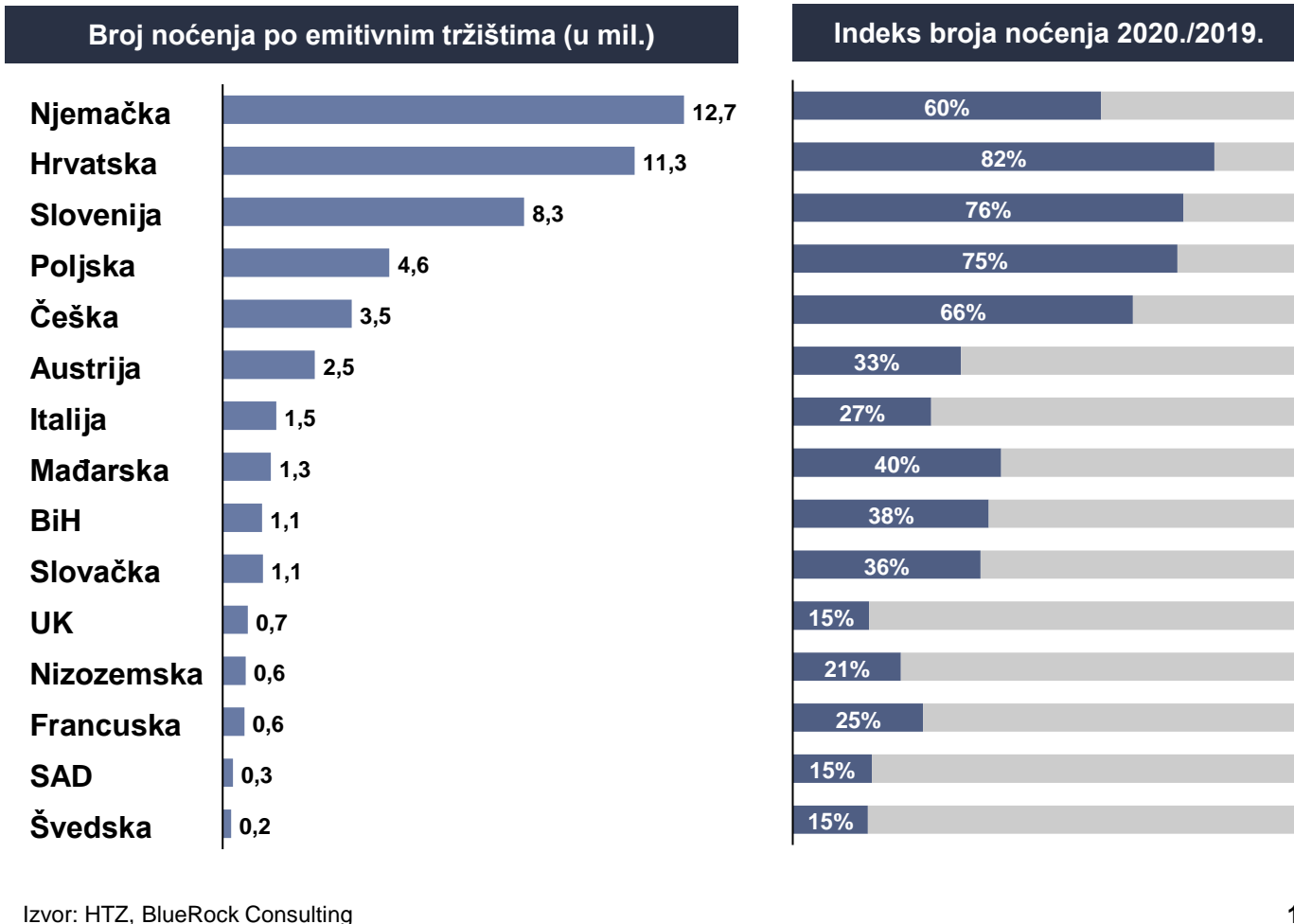
- Ljetna sezona ostvarila je više od **polovine prometa iz 2019.**, dok su predsezona i posezona u svjetlu lockdowna potpuno podbacile
- Ljetna sezona relativno je **popravila sliku turizma**- osim što je to i inače razdoblje kada se ostvaruje najveći broj noćenja, tada su bile i najopuštenije mjere nakon proljetnog lockdowna- i u tim uvjetima, ostvareno je -44% noćenja
- Najveće gubitke doživjeli su dijelovi Hrvatske koji više ovise o poslovnom turizmu i fly-in tržištima
- Trend turističkog boravka od ~5 dana u Hrvatskoj je porastao na **7 dana prosječnog trajanja boravka, najviše izražen u primorskim županijama**
- Dulji boravak prati socijalne trendove 2020.**- izmješteni rad, long stay paketi boravka, bijeg iz urbanih sredina, dulje zadržavanje u jednom mjestu, manja mobilnost itd.

Napomena: predsezona - razdoblje od siječnja do svibnja; sezona - razdoblje od lipnja do kraja kolovoza; posezona - razdoblje od rujna do kraja prosinca

Izvor: HTZ, BlueRock Consulting

# Tradicionalna „drive-in” tržišta iznijela su turizam u 2020., uz veliki podbačaj „fly-in” tržišta

## Pregled noćenja po emitivnim tržištima u 2020. godini



- **Najveći utjecaj na poremećaj u strukturi emitivnih tržišta bile su restrikcije u mobilnosti i neizvjesnost u regulaciji putovanja**
- **Radi turbulencija u avio prometu, najveći pad noćenja u Hrvatskoj doživjele su avio destinacije- UK, Švedska, Nizozemska i SAD koje su u 2020. ostvarile samo 15-21% prošlogodišnjeg broja noćenja**
- **Drive in tržišta koja su imala nešto manje restrikcije u kretanju izvukla su sezonu- Njemačka kao emitivno tržište koje godinama ima najveći udio u Hrvatskom turizmu, u 2020. je marginalnom prednošću odnijela mjesto primarnog emitivnog tržišta**

- **HOTELI**

- **KAMPOVI**

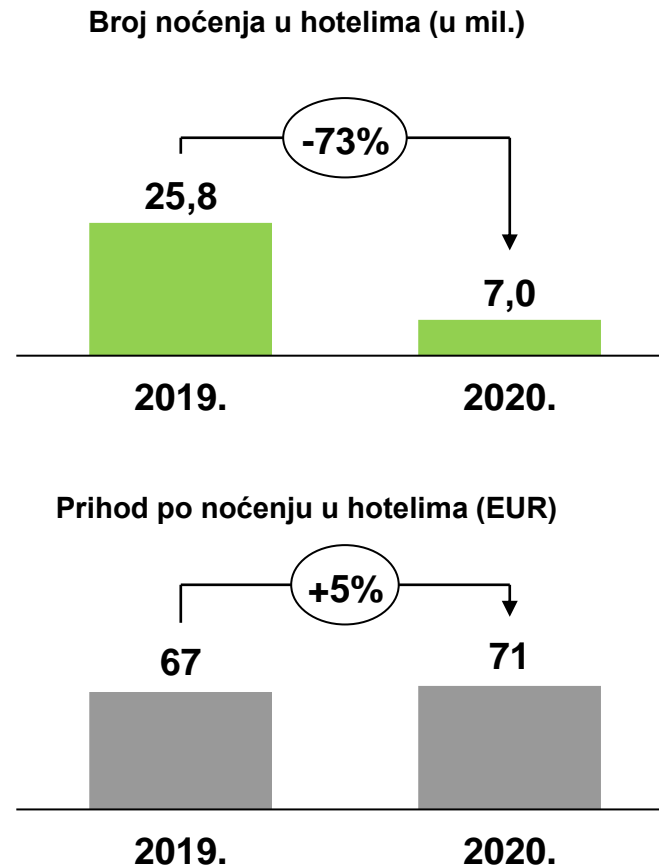
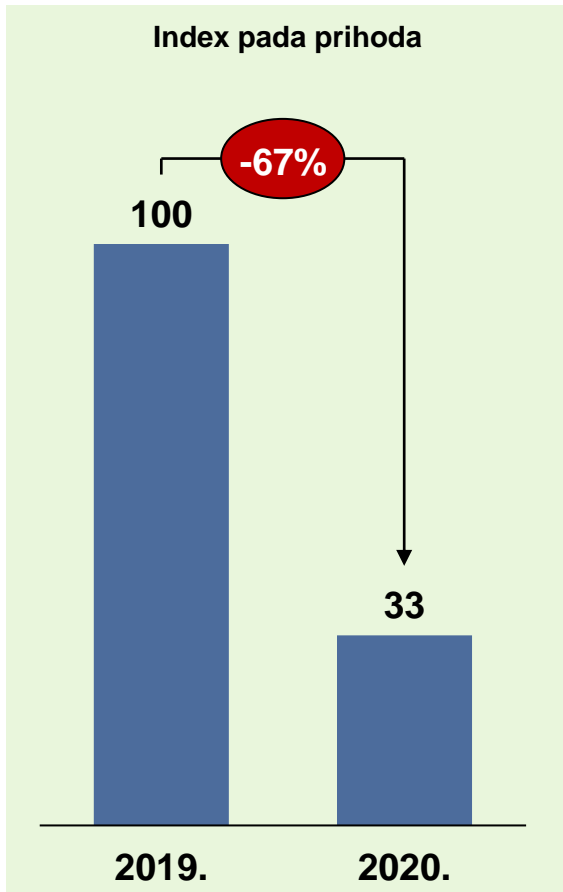
- **MARINE**





# Hoteli su izgubili 67% prihoda u odnosu na 2019. godinu

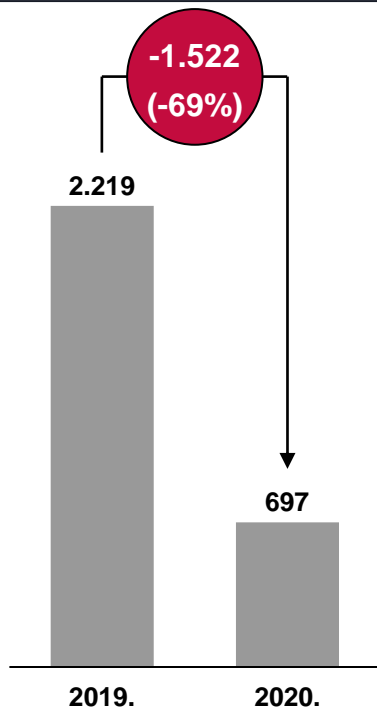
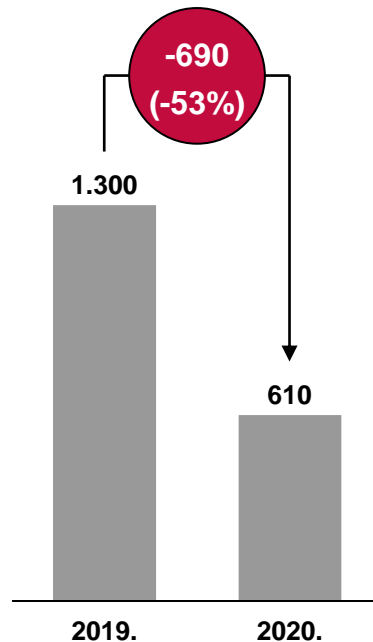
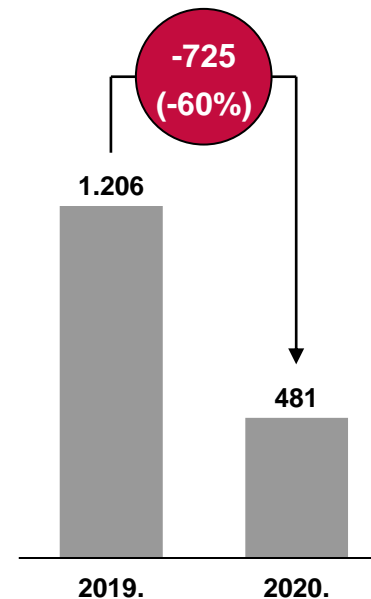
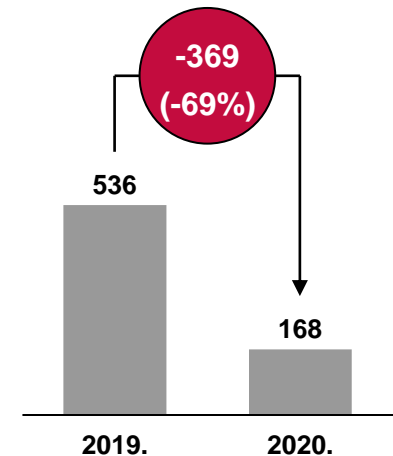
## Promjena prihoda hotela 2020. u odnosu na 2019.



- Na temelju podataka **vodećeg benchmarkinga hotelijerstva u Hrvatskoj**, kojeg kontinuirano radi **Fakultet za menadžment u turizmu i hotelijerstvu, Opatija, Sveučilišta u Rijeci**, dobiven je **prihod po noćenjima koji je ostvaren tijekom 2020. godine**
- **Hotelski sektor ostvario je pad prihoda od -67%** u odnosu na 2019.
- Pad ukupnih prihoda hotela od 67% prvenstveno je rezultat velikog pada broja noćenja (-73%)
- Unatoč velikom padu broja noćenja, **prihod po ostvarenom noćenju zadržao je razinu i čak se povećao za 5%**

# Visoka razina gubitaka potencijalno će ugroziti financijsku poziciju velikog djela hotelskih kompanija

## Prihodi vodećih hotelskih kompanija u Hrvatskoj 2020. (u mil. HRK)

**Valamar Riviera d.d.**

**Maistra d.d.**

**Grupa Plava Laguna d.d.**

**Arena Hospitality Group d.d.**


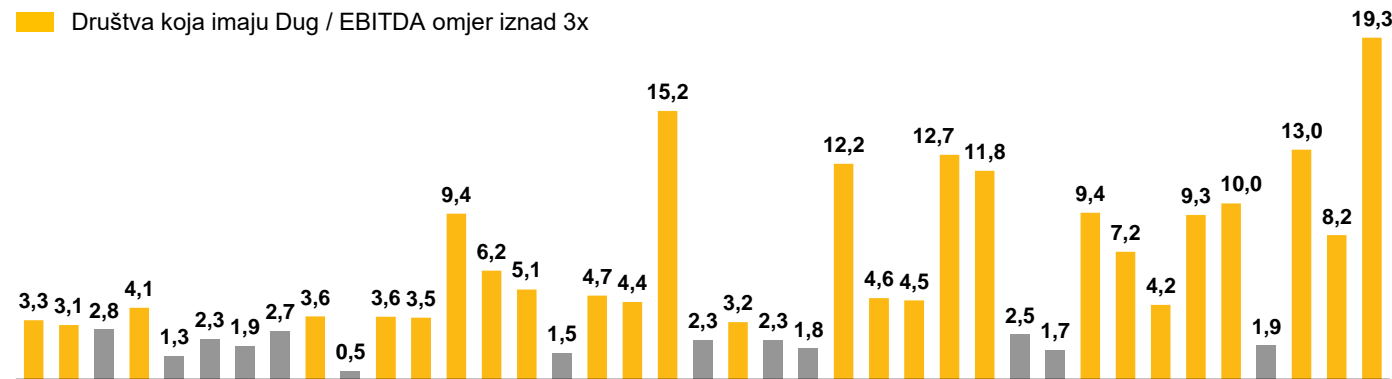
- Lideri hrvatskog hotelijerstva u 2020. prijavili su gubitke i do 69% prihoda u odnosu na 2019.
- Najavljen je niz mjera optimizacije troškova, odgoda investicijskih ciklusa, zadržavanja dobiti i aktivacija kriznih poticaja (pr. poticaji za očuvanje radnih mjesta)

# Velik dio hotelskih kompanija već je prošle godine imalo povećani rizik dugoročne održivosti, koji je s padom EBITDA-e 2020. još viši

## Presjek trenutne pozicije vodećih hotelskih kompanija u Hrvatskoj

Dug/EBITDA pokazatelj, 31.12.2019.

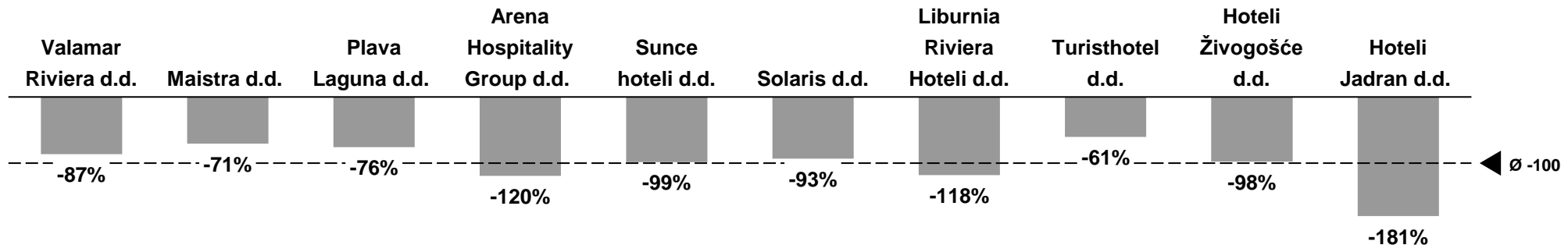
■ Društva koja imaju Dug / EBITDA omjer iznad 3x



S padom EBITDA-e, hotelske kompanije stavljene su u još lošiju poziciju

- Lideri hrvatskog hoteljerstva u 2020. prijavili su gubitke i do 69% prihoda u odnosu na 2019.
- Najavljen je niz mjera optimizacije troškova, odgoda investicijskih ciklusa, zadržavanja dobiti i aktivacija kriznih poticaja (pr. poticaji za očuvanje radnih mjesta), a kompanije će morati i reprogramirati ili povećati svoj dug

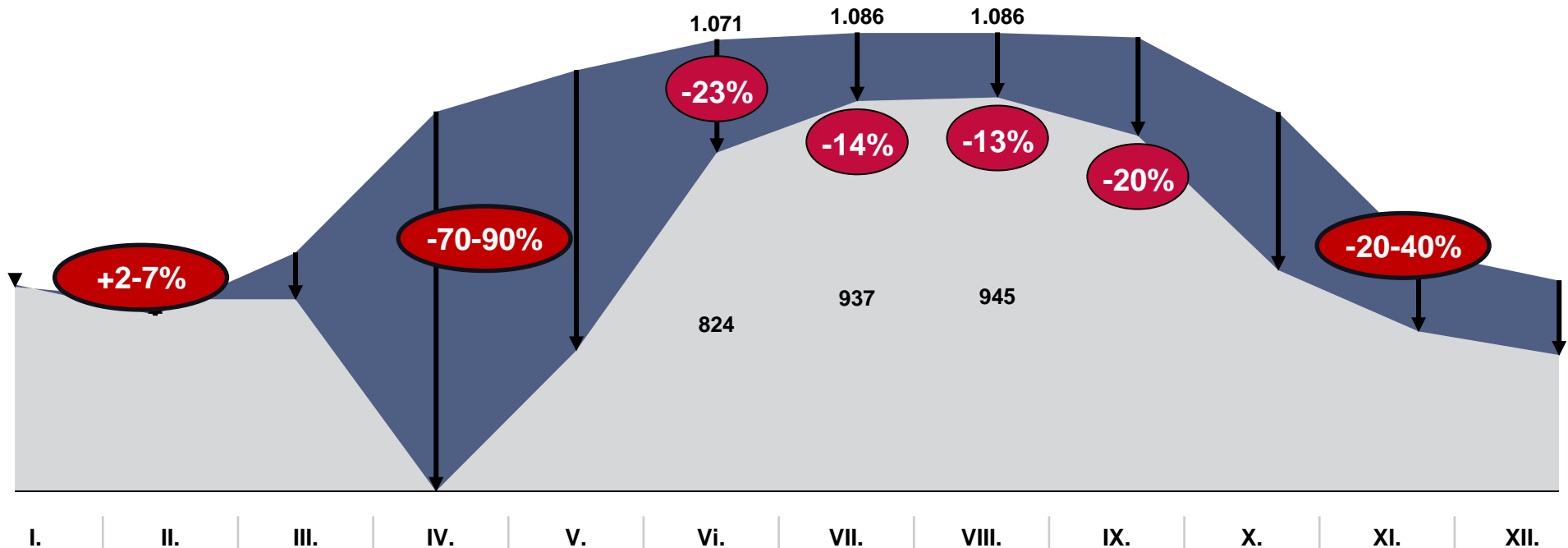
Pad EBITDA-e Δ 2019./2020.



# Unatoč slobodnijem turističkom prometu tijekom ljeta, 13-14% hotela u 2020. uopće nije otvorilo svoja vrata

Broj hotela s minimalno 1 noćenjem tijekom 2019. i 2020.

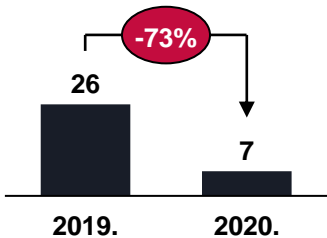
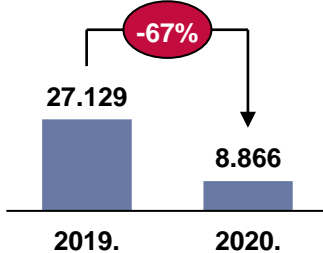
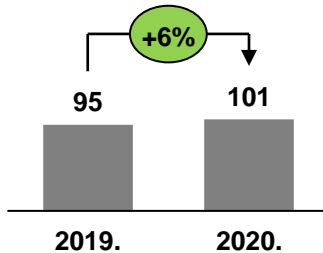
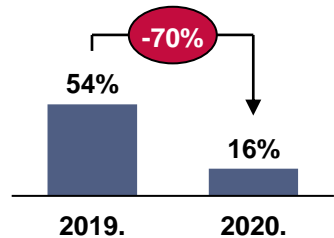
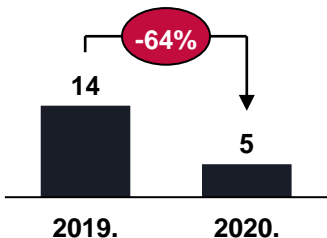
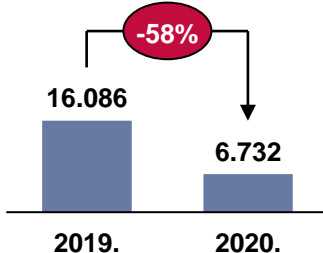
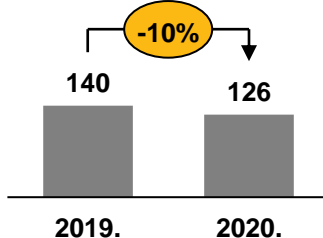
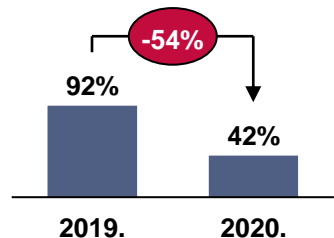
■ 2019. ■ 2020.



- Hoteli su pokušali proljetne gubitke kada su bili zatvoreni, nadoknaditi u ljetnoj sezoni
- Čak ni u vrhuncu sezone u srpnju i kolovozu, 13% hotela nije otvorilo svoja vrata

# Zauzetost je pala za 70% i TRevPAR za 67%, no izbjegnuto je drastičnije snižavanje cijena

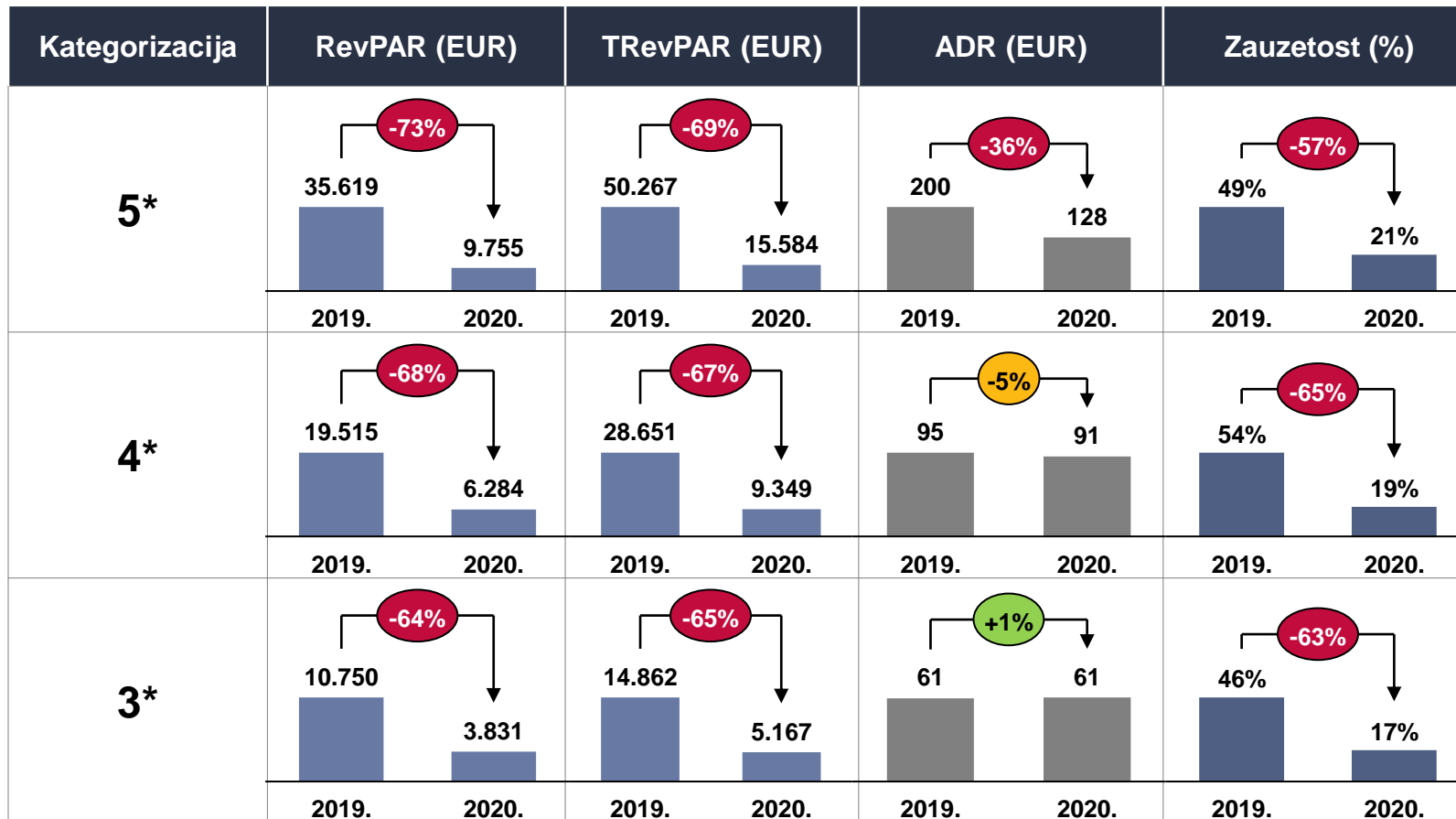
## Pregled rezultata ključnih pokazatelja poslovanja hotela u 2020. (1/2)

Razdoblje	Broj noćenja u mil.	TrevPAR (EUR)	ADR (EUR)	Zauzetost (%)
<b>2020.</b>	 <p>2019. 26 2020. 7 -73%</p>	 <p>2019. 27.129 2020. 8.866 -67%</p>	 <p>2019. 95 2020. 101 +6%</p>	 <p>2019. 54% 2020. 16% -70%</p>
<b>Ljetna sezona (6.-8.mj.)</b>	 <p>2019. 14 2020. 5 -64%</p>	 <p>2019. 16.086 2020. 6.732 -58%</p>	 <p>2019. 140 2020. 126 -10%</p>	 <p>2019. 92% 2020. 42% -54%</p>

- Hoteli su u 2020. ostvarili u prosjeku 67% niži TRevPAR
- Unatoč drastičnom padu svih pokazatelja, hoteli su relativno uspješni održati razinu cijena, uz značajnu promjenu strukture kanala prodaje i tržišnih segmenata (dominantan individualni segment uz izostanak grupa)
- Ljetna sezona neznajčajno je umanjila smanjenje u zauzetosti hotela, koje je i dalje bilo upola manje od protekle godine

# Rezultati sezone pokazuju veću otpornost objekata više dodane vrijednosti i potpuni poraz u segmentu 3\*

## Pregled rezultata ključnih pokazatelja poslovanja hotela u 2020. (2/2)



- Otvoreni hoteli u 2020. su ostvarili velike gubitke s obzirom na značajno manji volumen (pad zauzetosti do 65%) prometa- pad RevPAR-a do 73%
- 3\* i 4\* hoteli uspjeli su održati cijene, dok je kod 5\* hotela ADR u prosjeku pao i za 36%- potencijalni razlog može biti u značajnim promjenama emitivnih tržišta

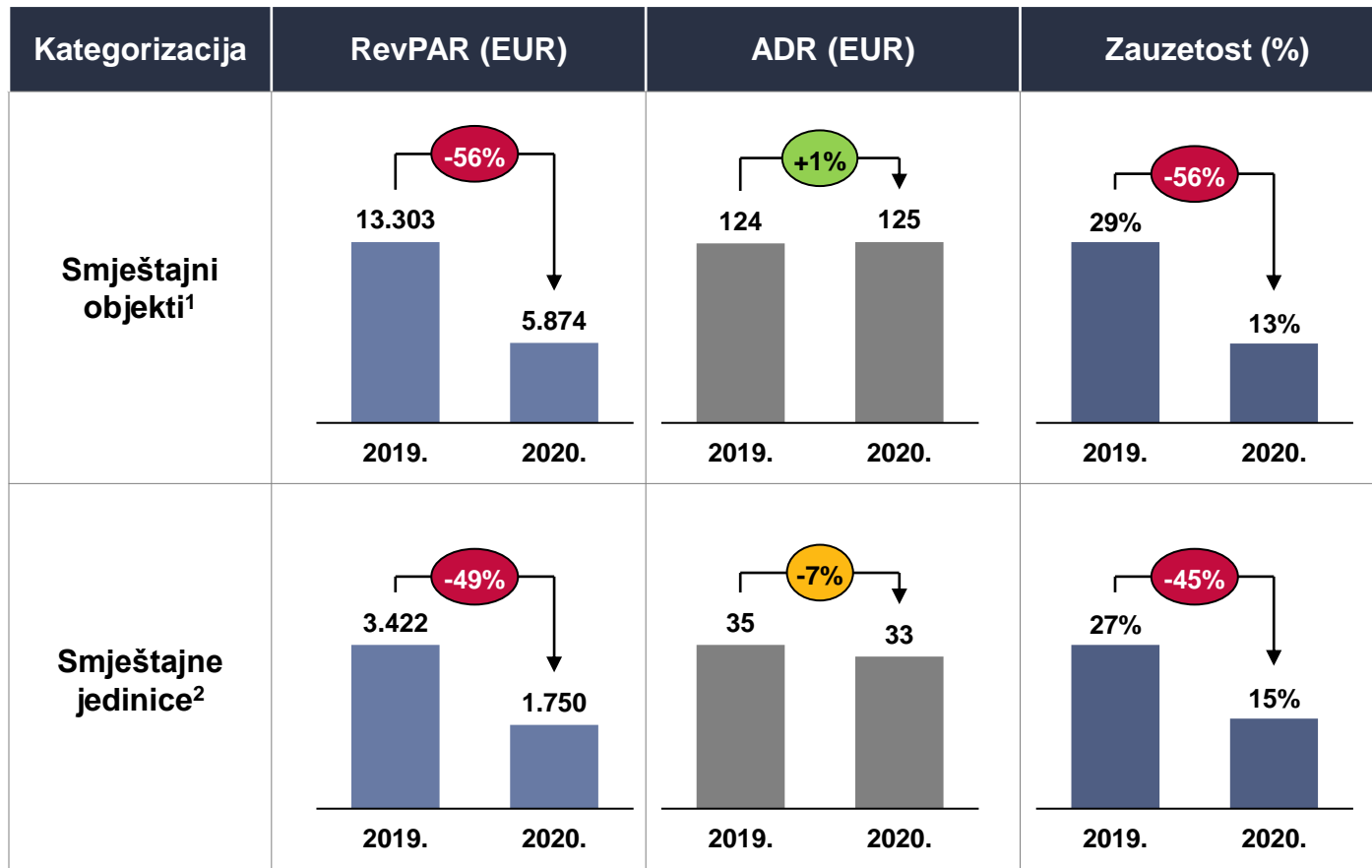


- **HOTELI**
- **KAMPOVI**
- **MARINE**



# Kampovi su, ovisno o strukturi smještaja, izgubili 49-56% prihoda od smještaja

Pregled rezultata ključnih pokazatelja poslovanja kampova u 2020.



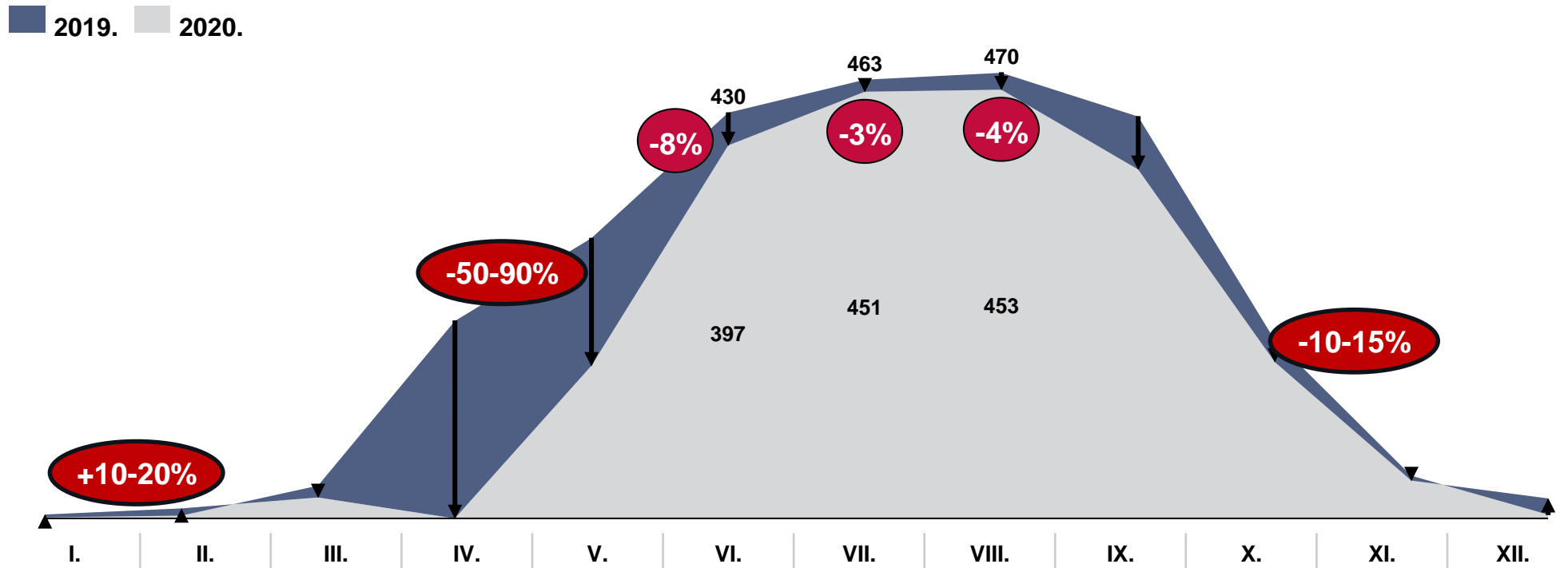
- Kampovi kao konstantno više sezonalno orijentirani oblik smještaja, **ostvarili su manji pad RevPAR-a od hotela**
- Cjenovno pozicioniranje je zadržano
- Kampovi su zauzetost pokušali podići kroz **long stay ponude**, koje potenciraju dulji boravak u kampu ili mobilne kućice kao prostor za rad izvan ljetne sezone, no **zauzetost je i dalje pala i do 56% kod mobilnih kućica**

1) Mobilne kućice, bungalovi i sl. 2) Parcele i kamp mjesta

Izvor: Benchmarking hrvatskih kampova – Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Opatija, BlueRock Consulting

# Većina kampova tijekom 2020. u nekom trenutku je otvorilo svoja vrata

Broj kampova s minimalno 1 noćenjem tijekom 2019. i 2020.



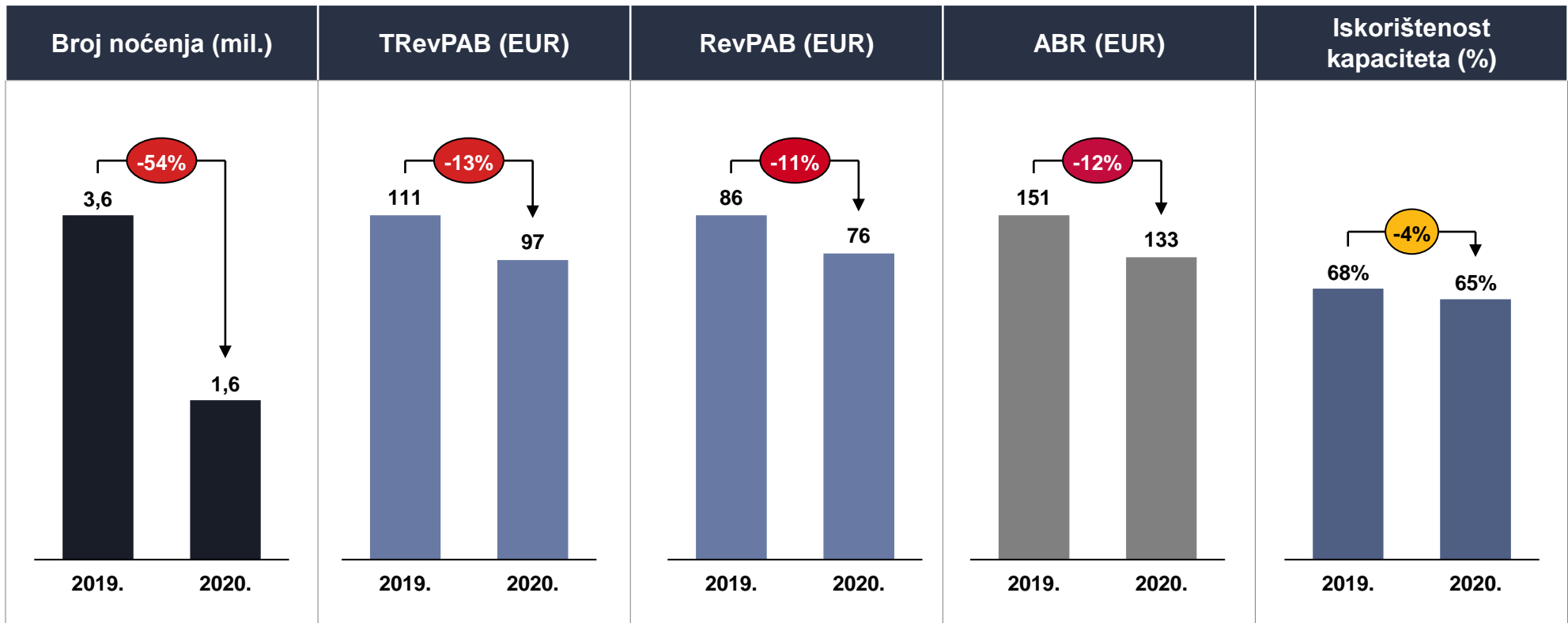
- Kriza se manje osjetila kod kampova nego kod hotela- samo njih 3-4% uopće u 2020. nije otvorilo
- Nakon proljetnog lockdowna, kampovi su se brzo otvorili te iskoristili svoju poziciju u prirodi na otvorenom

- **HOTELI**
- **KAMPOVI**
- **MARINE**



# Marine su osjetile manji pad u prihodima od 13%, dok su značajniji gubici od 54% bili u ostvarenim noćenjima kroz nautiku

Pregled rezultata ključnih pokazatelja poslovanja marina u 2020.



Marine nisu imale značajnijeg pada u prihodima radi stalnih i kopnenih vezova, no nautički promet odnosno najam brodice ostvario je značajniji pad, od 54% te su taj pad osjetili najviše izdavatelji brodova u najam u odnosu na marine

# Odricanje od odgovornosti

Ovaj izvještaj je rezultat zajedničke inicijative zagrebačkog ureda konzultantske kuće BlueRock Consulting i Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu iz Opatije. Cilj je bio u izazovno doba korištenjem vlastitih resursa i sposobnosti dati svoj doprinos u što objektivnijem sagledavanju trenutne situacije i turističke rezultate 2020., te ukazati na potencijalne implikacije dobivenih rezultata. Nadamo se da će naša inicijativa biti objektivan kompas za donošenje odluka za oporavak od drastičnih gubitaka i nezapamćene krize turističkog sektora.

Izvještaj koji obuhvaća analizu turističkih rezultata 2020. u Hrvatskoj, primarno se vodi analizom rezultata od siječnja do prosinca 2020. Osnova izvještaja su podaci prikupljeni kroz mjesečne izvještaje Benchmarking hotela, Benchmarking kampova i Benchmarking marina Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu na uzorku od hotela, kampova i marina koji su u potpunosti i ispravno u bazu podataka Benchmarking hrvatskog hotelijerstva unijeli mjesečne podatke o poslovanju za 2019. i 2020. godinu. Benchmarking projekt sufinanciraju HGK i HTZ.

BlueRock Consulting i Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu ne preuzimaju nikakvu odgovornost prema bilo kome drugome ili za bilo koju drugu svrhu u vezi s ovim izvještajem. Spremni smo staviti na raspolaganje kopiju ovog dokumenta potencijalnim zainteresiranim stranama, samo pod uvjetom da prihvaćaju da nemamo odgovornosti ili bilo kakve obveze prema njima u svezi ovog izvještaja. Daljnje informacije o rezultatima izvještaja moguće je zatražiti direktno kod autora izvještaja.



# BRC.

**Andrej Šimatić**  
Partner, Zagreb  
asimatic@bluerockcompany.com

**Emanuel Tutek**  
Partner, Zagreb  
etutek@bluerockcompany.com

<http://bluerockcompany.com>

---



**Prof. dr. sc. Sandra Janković**  
Dekanica Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu  
Voditeljica Benchmarkinga  
sandrai@fthm.hr

**Prof. dr. sc. Zdenko Cerović**  
Redoviti profesor u trajnom zvanju  
Voditelj Benchmarkinga  
zdenko.cerovic@fthm.hr



<http://www.hotel-benchmarking.com>

---