

TÉMA deníku

Luxusní kempy, resort s přístavem. Český byznys v Chorvatsku zažívá novou etapu

Hotely, resorty s luxusními vilami a kempy. Chorvatsko zaznamenalo v posledních letech nárůst českých investic včetně ambiciózních staveb za miliardy korun. Největší zahraniční rozvojový projekt české firmy v historii země na Jadranu se aktuálně chystá na ostrově Pag. Naopak akvapark Aquacolors na Istrii, který letos slaví 10 let, už není v českých rukou.



CHORVATSKÝ deník
chorvatsky.denik.cz

PŘEMYSL SPĚVÁK

Apartmány, turistický kemp, šest bazénů, wellness, restaurace a vlastní přístav. Nový luxusní resort brněnské společnosti Domoplan má do tří let vyrůst na Jadranu. „Na chorvatském ostrově Pag vzniká náš nejambicióznější projekt. Prémiový resort Plava Uvala,“ informovala developer-ská společnost.

Investice za téměř 4 miliardy korun není jediným projektem Domoplanu v Chorvatsku. Již vlastní desítky apartmánů a v Záhřebu připravuje několik bytových projektů.

Do hotelů a luxusních kempů na Makarské riviéře



SPLNĚNÝ SEN. Na snímcích je pětihvězdičkový hotel Hilton Rijeka Costabella Beach Resort and Spa. Jeho výstavbou si teplický podnikatel Jaroslav Třešňák splnil sen. Stál 2,7 miliardy korun. Zdroj: JTH Holding Teplíce

a na ostrově Pag investovala v minulých letech i nebankovní část finanční skupiny J&T. Projekt Aminess Avalona Camping Resort stál desítky milionů eur. Tento nový, oceňovaný luxusní pětihvězdičkový kemp s více než 300 stánkami, mobilními domy, glampingem a zhruba 180 soukromými bazény se na Pagu nachází na malém poloostrově u Poveljany. Spravuje ho prestižní turistická společnost Aminess Hotels & Resorts.

RESORTY PRO BOHATŠÍ KLIENTELU

Ubytovací sektor láká české podnikatele a společnosti. Podnikatel z Teplíc Jaroslav Třešňák si splnil sen posta-

vením pětihvězdičkového hotelu v zátocě letoviska Rijeka. Stál 2,7 miliardy korun. Rijeka Costabella Beach Resort and Spa provozuje hotelová síť Hilton. Třešňák a skupina JTH plánují rozšíření areálu o apartmány.

Jeden z nejznámějších českých developerů potvrdil, že investičních příležitostí v Chorvatsku je stále dost. „Do Chorvatska jezdí stále bohatší klientela. Nabídka a služby resortů se zlepšují, v této cenové kategorii jsou levnější než v Londýně nebo Paříži. Hosté se navíc na Jadranu cítí bezpečně,“ řekl exkluzivně pro Deník.

Třešňák na Chorvatsko nedá dopustit a ve výstavbě hodlá pokračovat, má něko-



lik konkrétních projektů na Istrii a v Kvarnerském zálivu. „Jsou tři. Pro nový hotel a apartmány Kostrena jsme už vykoupili poslední zbývající soukromé pozemky. Dát je dohromady je vždy největší problém. U jednoho projektu v Chorvatsku nám to trvalo 17 let, bylo tam 186 vlastníků,“ uvedl.

Podle něj se na Jadranu po vydání stavebního povolení staví jednodušeji. „Jakmile dostanete razítko, může být stavba klidně do 3,5 roku hotová,“ dodal Třešňák.

Upozornil zároveň, že všechno zdaleka není zalité sluncem, investor na Jadranu musí mít ostré lokty a už se sám spálil. „Kousl se mi projekt kongresového centra v

Rijece. Na tamní radnici nastoupil nový starosta a zbrzdilo se to,“ uvedl Třešňák.

O několik let dřív plánoval v Dubrovniku přímo v přístavu postavit velké nákupní centrum, kavárny s toaletami, velké parkoviště i ubytovací prostory pro cestující připlouvající na velkých lodích. To mu také nevyšlo.

CHORVATSKO MÁ STÁLE TURISTICKÝ POTENCIÁL

Potenciál pro české firmy mimo jiné v budování a údržbě turistické infrastruktury vidí i ředitel zahraniční kanceláře CzechTrade Chorvatsko a Slovinsko Alen Novosad. „V Chorvatsku je registrováno 244 tisíc ubytovacích zařízení a z tohoto

počtu jen hotelů je 1175 a kempů bezmála 500. Tato zařízení každoročně obslouží 20 milionů návštěvníků a trendem je neustálé zvyšování kvality služeb. Příležitosti jsou především ve výstavbě a rekonstrukcích ubytovacích zařízení a turistické infrastruktury,“ řekl Deníku Novosad. A to od technických zařízení budov přes wellness techniku a stavební materiály až po digitální řešení v turismu.

Na rychle rostoucí technologickou skupinu z chorvatského Dubrovniku, která poskytuje software menším hotelovým sítím a kempům, nedávno začili dva investiční fondy se sídlem v Praze a Bratislavě – Arx Equity Partners a slovenský Sandberg Capital. Podle Hospodářských novin je svedla dohromady právě zajímavá akviziční operace.

Před 10 lety otevřel své brány, skluzavky a tobogany akvapark Aquacolors na chorvatském poloostrově Istrie. Byl to investiční projekt podnikatele a miliardáře Františka Studený ze společnosti NFS se sídlem v jihomoravských Hustopečích, mimo jiné majitele zinkovny Signum. Vodní svět stál tehdy v přepočtu zhruba 700 milionů korun.

Akvapark v chorvatské Poreči patří k největším v Chorvatsku. Ročně ho navštíví 170 tisíc lidí. V roce 2023 koupila akvapark od společnosti NFS francouzská skupina Looping, která tehdy vlastnila asi dvacet akvaparků v Evropě.

ŘEDITEL ZAHRANIČNÍ KANCELÁŘE CZECHTRADE CHORVATSKO A SLOVINSKO **ALEN NOVOSAD** PRO DENÍK ŘÍKÁ:

Zakázky v Chorvatsku? Český export není jen o pivu a autech

V regálech chorvatských obchodů najdete široký výběr českých pivních značek.

Na silnicích tradiční české značky aut. Do země na Jadranu míří i další výrobky z Česka. Tuzemští investoři se snaží využít tamního potenciálu obzvláště v cestovním ruchu. Jak lákavé je Chorvatsko pro české firmy a podnikatele? Deník se zeptal ředitele zahraniční kanceláře CzechTrade Chorvatsko a Slovinsko Alena Novosada. Země, kam každoročně k moři míří statisíce Čechů, podle něj skýtá atraktivní příležitosti i v odvětvích, kde by to možná jen málokdo čekal. Zároveň zmínil mnohé výzvy. „Své výrobky zde nabízí celá Evropa, a nestačí jen čekat na poptávku. Kdo chce uspět, musí se aktivně pokoušet prorazit,“ zdůraznil.

Se kterými produkty se české firmy v Chorvatsku nejvíce prosazují?

Export do Chorvatska má tendenci každoročního růstu,

a netvoří ho jen auta a autobusy. České produkty jsou viditelné už na první pohled v samoobsluhách, ve kterých jsou zastoupeny všechny významné české značky pív. V prodejnách se zdravou výživou se dá často narazit na české biopotraviny a doplňky stravy. V chorvatských pekárnách pečou české výrobní linky. Na odbyt jdou české kotle, bojler, elektrotechnický instalaturní materiál, sklo. Celá řada českých e-shopů obchoduje i s chorvatskou doménou.

Která odvětví mají potenciál a aktuálně jsou na Jadranu příležitostí pro české společnosti a investory?

Služby jsou klíčovou součástí chorvatského hospodářství a zaměstnávají asi 70 procent pracovní síly. Cestovní ruch je bezpochyby nejdůležitějším segmentem – podílí se na tvorbě chor-

vatského HDP bezmála celou čtvrtinou, což je nejvyšší podíl ve srovnání se všemi dalšími zeměmi EU. Příležitosti konkrétně vidím v budování a údržbě turistické infrastruktury, a to napříč mnoha obory. V Chorvatsku je registrováno 244 tisíc ubytovacích zařízení a z tohoto počtu jen hotelů je 1175 a kempů bezmála 500. Tato zařízení každoročně obslouží 20 milionů návštěvníků a trendem je neustálé zvyšování kvality služeb. Potenciál tak je ve výstavbě a rekonstrukcích ubytovacích zařízení a turistické infrastruktury (technická zařízení budov, bazénová a wellness technika, stavební materiály, sportovní zařízení nebo svítidla), dále v nábytkářství a v obnovitelných zdrojích energie. Další příležitosti existují v digitálních řešeních v turismu.

Která další odvětví jsou perspektivní?

Právě ICT sektor (informační a komunikační technologie) patří k nejrychleji

rostoucím, zejména v Záhřebu a dalších větších městech, kde se rozvíjí řada startupů. Ve srovnání s konkurencí se považuje za vyspělý a působí zde celá řada už globálních hráčů. Mezi perspektivní oblasti v sektoru ICT patří vývoj softwaru, řešení pro e-business, fintech a digitální marketing. Navíc Chorvatsko plánuje rozsáhlou digitalizaci veřejné správy, měst, průmyslu, zemědělství, dopravy, soudů, nemocnic a škol.

Stavebnictví v Chorvatsku vytrvale posiluje a loni dosáhlo objemu prací ve výši 2,3 miliardy eur. Staví se vodohospodářská a železniční infrastruktura, čeští projektanti projektují tamní vodní díla. Staví se ale také developerské projekty a hotely. V uvedených sektorech vidím hlavní příležitosti pro české exportéry.

Je v něčem zásadní rozdíl mezi zájmem o české produkty a služby ze strany chorvatských firem před vstupem Chorvatska do eurozóny a nyní?

Nevidím ho. Spíše eviduji větší zájem českých investorů a developerů o projekty v Chorvatsku, ale i ten začal už dříve, řekl bych, že rokem 2021.

Jaké jsou hlavní bariéry nebo překážky, se kterými by měl český podnikatel při vstupu na chorvatský trh počítat?

Chorvatsko je atraktivní destinací pro podnikání díky stabilní ekonomice, členství v EU a přístupu k fondům. Přesto český podnikatel naráží i na výzvy, například omezená velikost trhu je výzvou kvůli relativně malému vnitřnímu trhu s pouhými čtyřmi miliony obyvatel. Demografické trendy, jako je odliv mladých a stárnutí populace, představují výzvu pro trh práce. To vede k potřebě dovozu pracovní síly, zejména v sektorech, jako jsou

cestovní ruch, stavebnictví, IT a zdravotnictví. Často narážím na situaci, že zdejšího distributora zaujme určitý český výrobek, ale nechce jednat o jeho zařazení do jeho distribuce z kapacitních důvodů. Regionální rozdíly vytvářejí nerovnoměrné podmínky pro podnikání. Zatímco Záhřeb a pobřežní oblasti zaznamenávají

hospodářský růst a rozvoj, východní části země se potýkají s vyhlídkou stagnace.

Jak podnikatelům se zájmem o Chorvatsko může CzechTrade pomoci?

V rámci zahraniční kanceláře CzechTrade v Záhřebu pro české firmy vyhledáváme a oslovujeme potenciální partnery, prověřujeme solventnost chorvatských firem, ověřujeme zájem o výrobek a domlouváme byznysová jednání s lokálními firmami. (sp)

„Eviduji větší zájem českých investorů a developerů o projekty v Chorvatsku, ale i ten začal už o trochu dříve, řekl bych, že rokem 2021.“