Praha 13. srpna 2012

# Cestování za golfem je in,

# do Česka se ale golfoví turisté nehrnou

* 60 procent cestovních kanceláří zaznamenalo v roce 2011 nárůst počtu golfových zájezdů.
* Největší zájem je o Španělsko a Portugalsko, Česko je na chvostu žebříčku.
* 56 procent majitelů golfových hřišť osekalo v roce 2011 náklady a 30 procent muselo propouštět.

### Zájem o golfové zájezdy podle aktuální studie celosvětové sítě poradenských společností KPMG *Golf Travel Insights 2012* stále stoupá. 60 procent dotázaných cestovních kanceláří zaznamenalo v roce 2011 nárůst počtu prodaných golfových zájezdů – oproti roku 2010 o 22 procent. Nejvyhledávanějšími destinacemi byly Španělsko, Portugalsko, Velká Británie a Irsko, zvýšenému zájmu se ale těšily i poměrně nové destinace jako Thajsko, Vietnam či Turecko. V České republice se dařilo hřištím zejména v okolí Prahy. Vidět na nich jsou ale převážně Češi, zahraničních zájemců je zanedbatelné množství.

„Golfové turisty při výběru zájezdu nejvíce zajímá kvalita hřišť v dané destinaci, v poslední době jsou ale stále citlivější také na cenu. Klíčovým faktorem pro ně stále zůstává dostupnost destinace – zda do ní existují přímé lety,“ uvádí **Ondřej Špaček, Associate Manager, služby pro cestovní ruch a volnočasové aktivity, KPMG Česká republika**.

**Golfovým zájezdům se daří**

Podle mezinárodní asociace golfových touroperátorů IAGTO golfová turistika stabilně roste a brzy překročí úroveň, které dosahovala před ekonomickou krizí. Těmto očekáváním odpovídá i skutečnost, že se zastavil pokles zájmu o golfové zájezdy. Snížení prodejů v roce 2011 uvedlo jen 12 procent cestovních kanceláří, zatímco v roce 2010 to bylo 54 procent. Ve srovnání s minulými roky se ale příliš nezměnila průměrná délka pobytu – stále se pohybuje mezi čtyřmi až sedmi nocemi. Přibližně 35 procent všech prodejů představovaly v roce 2011 skupinové rezervace, zpravidla pro osm až 12 osob.

Kromě tradičně vyhledávaných destinací má mnoho operátorů ve své nabídce zajímavé novinky: Itálii a Bulharsko. Z nestabilní situace v severní Africe (Egypt, Tunisko či Maroko) pak nejvíce vytěžily golfové země okolo Středozemního moře (Španělsko, Portugalsko, Francie, Turecko i zmiňovaná Itálie). Nejsilnějším trhem s golfovou turistikou je i nadále USA, pro Američany je však stále populárnější Argentina a Dominikánská republika.

**Kdo a za kolik cestuje**

K největším golfovým nadšencům již několik let patří Američané spolu s Kanaďany. V evropském žebříčku se na prvním místě drží Britové, v těsném závěsu za nimi pak Skandinávci (hlavně Švédové) a Němci.

Cena golfového zájezdu na jednu až tři noci, včetně ubytování a poplatků za hřiště, ovšem bez letenky, se pohybuje mezi 300 až 600 eury (v závislosti na vybrané destinaci). Týdenní zájezd pak stojí 600 až 900 eur. Nárůst cen zájezdů uvedlo 39 procent účastníků průzkumu, u zbylých 61 procent zůstaly ceny v roce 2011 stabilní. Náklady vzrostly především u Thajska a Vietnamu (o 30 až 50 procent), mírně také u Turecka. Naopak u zájezdů do Španělska a Portugalska ceny klesly až o pětinu.

**Jak jsou na tom golfová hřiště**

V dalším průzkumuKPMG, *Round and Revenue trends in EMA 2011,* více než polovina (57 procent) majitelů golfových hřišť uvedla*,* že jim během roku 2011vzrostly zisky. V předchozím roce přitom takto odpověděla pouhá čtvrtina. Tři čtvrtiny dotázaných ale kvůli efektivitě přijaly různá opatření – 56 procent osekalo náklady a 30 procent sáhlo k propouštění. Golfová hřiště se také více zaměřila na svou prezentaci on-line, což jim pomohlo získat nové cílové skupiny.

„Golf už není zálibou jen pro movité lidi. Mezi golfisty se stále více setkáváme také s mladými lidmi okolo 15 let a překvapivě také s rodinami. Mnozí si golfový zážitek mohou dovolit díky výhodným slevám, které jim nabízí již celá řada hřišť,“ domnívá se **Ondřej Špaček**.

Optimismus panuje i v očekáváních pro rok 2012. 46 procent respondentů čeká stejné nebo ještě lepší výsledky. Podle osmi procent budou jejich výnosy výrazně lepší než v roce 2011. Celkový vývoj bude ale také závislý na ekonomickém prostředí v jednotlivých zemích.

„V nadcházejících letech se bude dařit zejména destinacím s atraktivním mixem produktů, jako jsou například různé slevy na vstupní poplatky, výhodné nabídky na ubytování a další benefity v rámci jednoho či více golfových klubů. Důležité bude také nastavení vhodné propagační strategie a cen,“ předpokládá **Ondřej Špaček**.

**Česko golfové turisty netáhne, hřiště až na výjimky nevydělávají**

Přestože v Česku od roku 2000 zájem o golf stále roste, mnoho českých hřišť je i kvůli malému zájmu zahraničních golfových turistů ekonomicky nevýdělečných. Výjimku tvoří pouze Albatross Golf Resort a Golf Resort Konopiště[[1]](#footnote-1).

„Významnou roli hraje nejen cena a vybavení, ale i počasí. Česko má totiž během roku maximálně 200 hracích dnů, což je oproti hřištím zejména v jižní Evropě výrazně méně. Turisty může ovlivnit i zážitek ze hry – jiný pocit mají hráči při patování na hřišti v St. Andrews a jiný zase na obyčejné 'osmnátce' v Česku, “ myslí si **Ondřej Špaček**.

V České republice je v současnosti okolo 50 000 registrovaných hráčů, kteří si mohou vybrat z 95 resortů. Zhruba polovina z nich nabízí hrací pole s 18 jamkami. Česká golfová federace se už řadu let snaží nalákat do svých řad co největší počet hráčů, ideálem je 100 000. Při dnešním počtu golfistů se však většina současných investorů, kteří se odhodlali postavit vlastní hřiště, potýká s ekonomickými problémy. V Česku je totiž dvakrát více hřišť, než by 50 000 golfistů potřebovalo.

**O průzkumech**

Průzkum *Golf Travel Insights 2012* probíhal v lednu a únoru 2012 mezi 90 cestovními kancelářemi nabízejícími golfové zájezdy. V průzkumu bylo zastoupeno 35 zemí, 50 procent operátorů bylo z Evropy, 24 procent z Asie, 23 procent z Jižní a Severní Ameriky a zbylá tři procenta z ostatních kontinentů. Průzkumu *Round and revenue trends in EMA 2011* se účastnilo 380 golfových hřišť, z nichž více než třetina pocházela z regionu EMA (Evropa, Střední východ a Afrika).

Praha 13. srpna 2012

**– KONEC –**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Kontakty pro média** |  |  | | |
| Kateřina Konečná  Marketing and Communications Manager  **KPMG Česká republika**  **T:** 222 123 256  E: [kkonecna@kpmg.cz](mailto:kkonecna@kpmg.cz)  [www.kpmg.cz](http://www.kpmg.cz) | | | Lucie Neubergová  Account Manager  **Native PR**  **T:** 731 615 033  E: [lucie.neubergova@nativepr.cz](mailto:lucie.neubergova@nativepr.cz)  [www.nativepr.cz](http://www.nativepr.cz) |

*Společnost KPMG Česká republika zahájila svou činnost v roce 1990, kdy byla v Praze otevřena první kancelář. V současné době má 740 zaměstnanců a kanceláře v Praze, Brně, Českých Budějovicích, Liberci a Ostravě. KPMG Česká republika poskytuje služby v oblasti auditu, daní, poradenství a práva. Z 610 odborných pracovníků je 30 partnerů, 28 statutárních auditorů, 92 certifikovaných účetních a 71 daňových poradců. V KPMG Česká republika působí celkem 22 kvalifikovaných zahraničních odborníků.*

*KPMG je celosvětová síť poradenských společností poskytujících služby v oblasti auditu, daní a poradenství.   
V jejích členských společnostech pracuje více než 138 000 pracovníků ve 150 zemích. Nezávislé členské společnosti sítě KPMG jsou přidružené ke KPMG International Cooperative („KPMG International“), švýcarské organizační jednotce. Každá členská společnost celosvětové sítě KPMG je právně samostatná a oddělená jednotka a tak se označuje.*

1. Forbes, květen 2012 [↑](#footnote-ref-1)