

Neopravdano dizanje cijene nekih proizvoda, nedostatak radne snage ili apartmanizacija ne idu na ruku turizmu, ali Hrvatska je i dalje omiljena destinacija milijunima turista

TEMA BROJA



# **Cijene rastu, ali padaju rekordi**

**Ministrica Brnjac: Broj gostiju raste svake godine te ulaskom u Schengen i eurozonu očekujemo rast tog trenda, pa je s obzirom na ograničene resurse, klimatske promjene i činjenicu da lokalno stanovništvo uz pozitivne, osjeća i negativne posljedice rasta, nužno usmjeriti razvoj prema održivosti i cjelogodišnjem turizmu**





IGOR ŠOBAN/PXSELL



piše Radmila Kovačević

**V**eć se potkraj prošle godine vidjelo da stvari za turizam idu u dobrom pravcu. Nakon odlične špice i dobre posezone, gosti su nastavili dolaziti i u listopadu i kasnije. Titula mediteranskog šampiona, stečena u godinama pandemije, pokazala se kao odlična odskočna daska i novi turistički rekordi u sezoni 2023. čine se nadohvat ruke.

– Da, vidjelo se da sve ide dobro još krajem prošle godina, a s proljećem ove sve se samo zahuktalo. Trenutno imamo 30 posto povećanje prema lani i vjerujemo da će ova godina biti uspješnija i od najbolje pretpandemijske 2019. Gostiju ima sa svih strana, a najviše iz Njemačke, Slovenije, Austrije i domaćih. Jedino još izostaju Talijani. Nekad su u ovo doba iz Italije već dolazile grupe, a sad imamo tek

pokoje individualnog gosta. Cijene smo bili prisiljeni dići zbog inflacije i naraslih troškova, ovisno o razdobljima i popunjenosti, od 15 do 20 posto. Ali, mogu vam reći, čini se da se naši gosti time ne opterećuju previše, nekako je dojam da su opušteniji po pitanju financija. U mnogim zemljama je inflacija, malo gdje je zapravo sjajno, ali kao da su ljudi u koroni vidjeli i drugu stranu novca. On ništa ne znači ako je sve zatvoreno i nemaš ga gdje potrošiti i sad mnogi nadoknađuju propušteno – iznosi svoje dojmove o prvoj polovici turističke 2023. Ante Pletikosa, direktor opatijskog hotela Casino Paris.

Slične priče mogu se čuti i u mnogim drugim jadranskim hotelima. Na našoj obali već se odmaraju stotine tisuća turista i veliki šušur s milijun turista dnevno svakim je danom sve bliži. Proteklih dana stigle su i vijesti koje mogu samo

pridonijeti uspjehu ovogodišnje sezone. Recimo, velika analiza cijena u 27 europskih zemalja, koju je napravio njemački zavod za statistiku – a upravo iz Njemačke nam i dolazi najviše stranih gostiju – pokazala je da su hotelske i restoranske usluge u Hrvatskoj 17 posto jeftinije nego u toj zemlji. Koliko god je domaćim gostima skupo na našoj obali, Nijemcima podatak da kod nas mogu "uštedjeti" 17 posto može biti samo još jedan argument za ljetovanje baš u Hrvatskoj. Također, prije četiri dana stigla je i objava prestižnog Michelin a za 2023. prema kojoj je svih deset restorana koji otprije nose prestižnu oznaku ove globalne gastronomske biblije zadržalo svoju zvjezdicu, a popisu se kao jedanaesti pridružio i jaskanski restoran Korak. Hrvatska gastro scena tako definitivno postaje sve zanimljivija modernim nomadima, koje često na put pokreće upravo



želja da za stolom kušaju nešto novo, lokalno.

Sve u svemu, turističke karte u partiji 2023. vrlo su solidno posložene i, uz povećane cijene i očekivano veći broj gostiju, očekuje se i više od lanijskih 13 milijardi eura samo od stranih turista. Dakako, tek ćemo 31. prosinca znati koliko je godina uistinu bila turistički uspješna, je li se nekima obilo o glavu dizanje cijena, kako su gosti, ali i infrastruktura, podnijeli gužve u špicu, jesu li bili zadovoljni uslugom s obzirom na krizu radne snage i može li Hrvatska i dogodne računati s obilnom financijsko-turističkom injekcijom. U međuvremenu, svakako vrijedi istaknuti da je od početka ove godine našu zemlju već posjetilo gotovo pet milijuna turista, koji su domaćinima donijeli zamalo 17 milijuna noćenja i čak 11 posto više noćenja nego u istom razdoblju pretpandemijske 2019. godine. Pritom, kako napominje ministrica turizma i sporta Nikolina Brnjac, noćenja njemačkih turista čak je 47 posto više nego te godine, poljskih 32 posto više, austrijskih 16 posto, a, recimo, slovenskih 13 posto više.

– Posebno veseli što su i domaći gosti u velikom plusu. U dosadašnjem dijelu godine ostvarili su 14 posto više noćenja nego u istom razdoblju 2019. godine. Važno je istaknuti da se postupno oporavlja i daleka tržišta. Iz SAD-a, recimo, bilježimo osam posto veći turistički promet nego te godine. Ostala daleka tržišta još nisu na razini 2019., ali u odnosu na prošlu godinu bilježimo 170 posto veći turistički promet nego lani, plus iz Koreje iznosi 478 posto, iz Indije 96 posto, Kanade 59 posto, Kine 212 posto, a Japana 187 posto. S obzirom na činjenicu kako je i prema posljednjem istraživanju Europske komisije za putovanja Hrvatska među top deset omiljenih destinacija za putovanje Europljana u idućim mjesecima, ali i na činjenicu da su sunce i more i dalje najčešći razlozi posjeta Hrvatskoj, vjerujemo i da će ljetni dio godine biti izvrstan. Jako je važno i što je Hrvatska na svim tržištima sve više prepoznata kao destinacija koja i izvan ljetnih mjeseci nudi kvalitetu i širok asortiman proizvoda, što je vidljivo iz dosadašnjih rezultata, a tome je svakako pridonio ulazak Hrvatske u Schengen i eurozonu – ističe ministrica Brnjac.

Jedan od prioriteta i jest turizam od 365 dana, odnosno promjena percepcije Hrvatske kod gostiju od zemlje sunca i mora u cjelogodišnju turističku destinaciju. Osim toga, dodaje ministrica, važno je da gosti Hrvatsku prepoznaju i kao destinaciju raznolike ponude za svakoga. Tome na put dugoročno ne mogu stati ni cijene, kako se neki pribijavaju, dok god, reći će N. Brnjac, postoji opravdanje u povećanju kvalitete.

– Mislim da imamo velik raspon kvalitetne ponude uz različitu cjenovnu ponudu i to nam je svakako prednost. Iako, izazova uvijek ima poput, recimo, ovog s radnom snagom. Ali, Vlada RH kontinuirano pomaže kako bi se pronašla rješenja kada je u pitanju radna snaga i to se radi u suradnji sa svim nadležnim resornim ministarstvima te poslodavcima. Govoreći o poslovima u turizmu i ugostiteljstvu, u prvom smo redu koncentrirani na osiguravanje kvalitetnih, sigurnih i stalnih radnih mjesta za domaću radnu snagu, u skladu s našom Strategijom razvoja održivog turizma. Zato kroz programe stipendiranja i promocije zanimanja u turizmu potičemo mlade na rad u sektoru turizma i ugostiteljstva. U posljednje dvije godine povećali smo iznose stipendija, proširili mrežu partnera, a i kroz ulaganja u okviru NPOO-a predviđeli sredstva u iznosu od 1,3 milijuna eura za edukacije koje će u kratkom vremenu osposobiti nezaposlene i one zainteresirane za rad u turizmu. Ministarstvo sufinancira i programe za promociju zanimanja u turizmu koji doprinose



Hrvatska nije jeftina destinacija, ali ne spada ni u najskuplje mediteranske destinacije. A je li nešto skupo ili nije, subjektivno je i najviše ovisi o kupovnoj moći potrošača ili, u našem slučaju, turista koji dolaze u Hrvatsku

## Damir Krešić: Turisti su uglavnom zadovoljni vrijednošću za novac koju dobivaju u Hrvatskoj

motiviranju mladih za razvoj karijere u turizmu, intenziviranju suradnje i interakcije između studenata i poslodavaca te jačanju atraktivnosti turističkih zanimanja. U razdoblju od 2020. do 2022. godine financiran je 61 projekt u vrijednosti od gotovo 400 tisuća eura. Kada govorimo o sezonskim poslovima, od ove godine je na snazi Zakon o radu u kojem je unaprijeđena mjera "Stalni sezonac" i omogućen dodatni rad. Kako bi se omogućilo što lakše zapošljavanje studenata tijekom sezone, Ministarstvo financija je povećalo cenzus za rad studenata s 1990 na 3185 eura uz ostvarenje prava roditelja na poreznu olakšicu te je povećan i prag prihoda koji studenti ostvaruju na osnovi rada preko učeničkih i stu-

dentskih udruga i na koji plaćaju porez na dohodak s 8361 na 9556 eura. No, posebno želim istaknuti kako prije svega moramo težiti dugoročnom rješenju izazova radne snage, koje vidimo u razvoju cjelogodišnjeg turizma kao jamca sigurnog i trajnog zapošljavanja – poruka je ministrici Brnjac.

I nače, prošle godine izdano je 32.000 radnih dozvola strancima za rad u turizmu, a ove će ih godine, prema procjenama Hrvatske udruge turizma, trebati deset do 15 posto više nego lani. Za ravnatelja Instituta za turizam Damira Krešića upravo je radna snaga i jedno od ključnih pitanja uspjeha ove sezone. – Da, kada govorimo o manjkavo-

stima, onda bih tu prije svega upozorio na problem nedostatka radne snage u turizmu, a osobito kvalitetne radne snage. Kao drugu skupinu izazova s kojima smo suočeni istaknuo bih rast cijena koji nije uvijek opravdan, a tu je i problem bespravne gradnje, apartmanizacije i betonizacije obale i općenito devastacije prostora koji je naš najvrjedniji turistički resurs. Povezano s time treba upozoriti i na problem prekomjernog turizma s kojim se suočava sve veći broj naših destinacija, odnosno činjenicu da brojne destinacije na obali nemaju prostorne i infrastrukturne kapacitete koji mogu udovoljiti rastućoj turističkoj potražnji. To može dovesti do pada kvalitete turističkog proizvoda, što, u kombinaciji sa

spomenutim porastom cijena, može dovesti do smanjenja vrijednosti za novac, smanjenja zadovoljstva turista te do gubitka stečenih tržišnih pozicija, što je scenarij koji moramo izbjeći – ističe Krešić, koji je mimo ovoga optimističan glede ishoda ove turističke godine. – Dosadašnji tijek turističke sezone daje nam puno razloga za optimizam jer su dosadašnji fizički pokazatelji znatno bolji nego 2022., ali bolji i od onih iz 2019. godine. Trend koji vidimo u zadnjih desetak godina, s izuzetkom dvije pandemijske godine, pokazuje da broj noćenja turista u Hrvatskoj kontinuirano raste po prosječnoj godišnjoj stopi od opet do sedam posto, pa nemamo razloga sumnjati da će se takvi pozitivni trendovi nastaviti i u 2023. godini. Imajući u vidu značajan porast cijena, sigurno će i financijski pokazatelji i fiskalni učinci turističkog sektora biti bolji tako da s pravom možemo očekivati još jednu uspješnu turističku sezonu. Treba istaknuti da je dosadašnji tijek sezone ipak bio znatno bolji u Istri, Kvarneru i Zadarskoj županiji, koje trenutačno našu turističku statistiku vuku prema naprijed. S druge strane, destinacije koje su udaljenije od naših najvažnijih emitivnih tržišta i koje u većoj mjeri ovise o zračnom prijevozu još nisu dosegnule razine turističkog prometa iz 2019. godine. Ovo će također biti i prva godina kako je Hrvatska ušla u eurozonu i schengenski prostor pa će i to značajno pridonijeti rastu turističke potražnje. Iako zbog velike volatilnosti svjetskog i europskog turističkog tržišta, koje još osjeća posljedice pandemije COVID-19, kao i zbog brojnih vanjskih faktora koje ne možemo predvidjeti, kvantitativni prognostički modeli ne omogućuju precizne procjene, ipak se može kazati da ćemo u 2023. imati rast turističke potražnje od najmanje pet posto u odnosu na lani te da bi, zbog rasta cijena turističkih proizvoda i usluga, trebalo doći i do povećanja ukupnih primitaka od turizma u rasponu od sedam do deset posto – prognozira čelnik Instituta za turizam, ali i upozorava kako je važno ne upasti u euforiju zbog prevelikih očekivanja, a turističku sezonu odraditi profesionalno i kvalitetno.

Na strani Hrvatske, smatra, nisu samo općepoznate konkurentne prednosti domaćeg turizma u koje spadaju povoljna klima te kvalitetan i još uvijek očuvan prostor, povoljan geografski položaj i dobra prometna povezanost i blizina najvažnijim europskim emitivnim tržištima te rastuća kvaliteta i sve veća diversificiranost našega turističkog proizvoda.

– Svakako je potrebno izdvojiti i neka obilježja našeg turizma na kojima bismo tek u budućnosti trebali značajnije kapitalizirati. Tu prije svega spada sve bolja tržišna pozicija Hrvatske, odnosno činjenica da Hrvatska postaje sve vidljivija, prepoznatljivija i poželjnija destinacija na europskom turističkom tržištu te će percepcija Hrvatske kao "premium" destinacije ove i idućih godina sigurno rezultirati i rastom potražnje, ali i povećanjem primitaka od turizma. Dodatno, posljednjih nekoliko godina, a osobito nakon pandemije COVID-19, sigurnost postaje sve važniji faktor pri odabiru odredišta za odmor, što nama također ide u prilog s obzirom na to da se Hrvatska u međunarodnoj zajednici percipira kao izuzetno sigurna zemlja – ističe Krešić.

Hrvatska je to i kapitalizirala znatno bržim oporavkom turizma nakon pandemije nego što je to bio slučaj u drugim mediteranskim zemljama. Prema podacima UNWTO-a, u prvom tromjesečju 2023., navodi naš sugovornik, broj međunarodnih turističkih dolazaka na globalnoj razini bio je 20 posto manji nego 2019. godine. Hrvatska istovremeno bilježi porast broja noćenja od 11 posto. Kada se pak, analizira samo mediteranska konkurencija, razlika se ove



godine topl. Nalme, većina mediteranskih zemalja u prvom tromjesečju 2023. bilježi bolje turističke rezultate nego 2019. i može se očekivati da će se turizam Mediterana u ovoj godini potpuno oporaviti od posljedica pandemije. To svakako znači zaostreniju tržišnu utakmicu. I to, napominje naš sugovornik, u kontekstu recesijskih trendova i pada kupovne moći stanovnika najvažnijih emitivnih tržišta, osobito Njemačke.

Hrvatska sigurno nije jeftina destinacija, ali također ne spada ni u najskuplje mediteranske destinacije. A je li nešto skupo ili nije, subjektivno je i najviše ovisi o kupovnoj moći potrošača ili, u našem slučaju, turista koji dolaze u Hrvatsku. Općenito mislim da pitanje je li Hrvatska skupa zapravo nije pravo pitanje – pitanje koje trebamo postaviti jest da li turisti dobivaju primjerenu vrijednost za svoj novac. Ako to uzmemo kao kriterij, onda možemo reći da Hrvatska još uvijek nije preskupa destinacija, bez obzira na izolirane slučajeve koji se pojavljuju u medijima kada visoka cijena definitivno nije odraz kvalitete. Sva naša istraživanja, a prije svega mislim na Tomas istraživanje Instituta za turizam, govore da su turisti općenito zadovoljni vrijednošću za novac koju dobivaju u Hrvatskoj te stoga ne možemo govoriti o Hrvatskoj kao preskupoj destinaciji. Međutim, istine radi treba reći i to da sve veći broj naših primorskih destinacija testira granice turističkog tržišta i da se kontinuirano nalazi u vrlo uskom području koje razgraničava opravdano skupo i "preskupe" destinacije. Tu moramo biti vrlo oprezni jer se povjerenje tržišta lako gubi, osobito kada se turisti smatraju prevarenima i kada je njihova percepcija da nisu dobili dovoljnu vrijednost za potrošen novac – upozorava D. Krešić.

Kako je hrvatski turizam prošao na tom testu, kao što rekossmo, nećemo znati dok se naši gosti ne razidu kućama, a sezona završi. No, utješno je znati da se u 2023. radi i na dugoročnom cilju – cjelogodišnjem, kvalitetnijem i održivijom turizmu koji bi u nadolazećim godinama trebao biti više po mjeri i gostima i domaćinima.

Trenutno u Hrvatskoj imamo, barem na deklarativnoj razini, nacionalni konsenzus o potrebi razvoja turizma na načelima održivosti te razumijevanje Ministarstva turizma kao nositelja turističke politike o važnosti održivog i odgovornog razvoja turizma, što je dobra početna pozicija za željene promjene. Međutim, te se promjene tek trebaju dogoditi, a kako se radi o vrlo složenim procesima, sigurno ih se ne može završiti u jednoj godini, pa u tom smislu ne očekujem da 2023. bude neka posebna prekretnica. Iduće bismo godine trebali dobiti novi krovni zakon o turizmu, nadamo se da će se do tada već i aktivnosti iz Strategije provoditi punom brzinom, a započet će i provedba projekata poticanja zelene i digitalne tranzicije te ostalih projekata koje resorno ministarstvo financira iz NPOO-a, pa se možda prije može govoriti o 2024. kao o početku prekretnice. Treba reći i da razvoj održivog turizma nije klasični projekt koji se može provesti u kratkom roku, nego podrazumijeva cijeli niz malih, inkrementalnih pomaka koji će na kraju dovesti do promjene filozofije upravljanja turizmom kod svih turističkih dionika. Kada govorim o promjeni filozofije, onda mislim na činjenicu da moramo shvatiti da model turističkog razvoja koji se temelji na neograničenom rastu i kojemu je rast cilj sam po sebi, odnosno turizam kojemu nisu definirane prihvatljive granice rasta, dugoročno nije održiv. Drugim riječima, moramo se zapitati može li se trenutno dominantnoj paradigmi u turizmu, koja se svodi na neograničen rast dolazaka i noćenja, suprotstaviti alternativna teorija tzv. steady-state turizma, u kojoj se naizgled suprotstavljeni interesi neograničenog rasta i ograničenih resursa na kojima bi se taj rast trebao temeljiti mogu uravnotežiti.

Pri tome je potrebno i osvijestiti činjenicu da rast i razvoj nisu sinonimi i da u slučaju razvijenih destinacija koje su u zrelih fazama životnog ciklusa svaki daljnji rast ne znači nužno i razvoj, nego upravo suprotno, može dovesti do scenarija koji nisu razvojni – kaže ravnatelj Instituta za turizam D. Krešić.

To je danas jasno praktično svima u turističkom lancu, od znanstvenika i turističkih vlasti, do direktora hotelskih kompanija, pa i domaćina u zimmer freiju. Pritom, kako podsjeća ministrica Brnjac, reforma upravljanja turizmom krenula je i prije ove godine.

Pokrenula sam je na početku mandata jer koliko god smo svi bili presretni zbog ostvarenja rekordnih rezultata 2019. godine, istovremeno smo postali svjesni i svih negativnih učinaka koje donosi turizam, počevši od masovnosti, prevelikog pritiska na infrastrukturu pojedinih destinacija, prekomjernog iskorištavanja resursa te niza drugih učinaka. Zbog toga je bilo nužno pokrenuti sveobuhvatnu reformu i odrediti smjer kojim naš turizam treba ići kako bi u budućnosti ostao uspješan i konkurentan. Kao svoj cilj odredili smo upravljanje turizmom na temelju podataka i sveobuhvatnog pristupa, a to osiguravamo upravo strateškim i zakonodavnim okvirima, kao i istovremenim osiguravanjem sredstava za provedbu postavljenih ciljeva. Reformu smo počeli stvaranjem strateškog okvira donošenjem Strategije razvoja održivog turizma do 2030. koja je usvojena u Saboru prošle godine te Nacionalnog plana razvoja održivog turizma koji je trenutno u javnoj raspravi. Drugi važan dio reforme je uspostava sustava prikupljanja, praćenja i analize podataka, a treći se odnosi na stvaranje zakonskih preduvjeta za upravljanje, zbog čega donosimo krovni zakon o turizmu. Znamo da nam broj gostiju raste svake godine te ulaskom u Schengen i eurozonu očekujemo rast tog trenda, pa je s obzirom na ograničene resurse, sve izraženije klimatske promjene kao i činjenicu da lokalno stanovništvo uz pozitivne, sve više osjeća i negativne posljedice razvoja turizma, nužno usmjeriti razvoj prema održivosti i cjelogodišnjem turizmu – stav je ministricice Brnjac.

Tako će zakon o turizmu propisati elemente za osiguravanje održivosti, potom prikupljanje, praćenje i analizu podataka, sustav upravljanja destinacijom te sustav poticanja, praćenja i analize ulaganja u turizmu.

Kako bismo ostvarili postavljene ciljeve, osigurali smo značajna financijska sredstva, 1,3 milijarde eura, što je više nego ikada dosad za turistički sektor. Sredstva smo osigurali putem Nacionalnog plana oporavka i otpornosti, Višegodišnjeg financijskog okvira te državnog proračuna, a javnim pozivima u okviru NPOO-a uključili smo sve dionike i javnu i privatnu turističku infrastrukturu, i ugostitelje, i nautiku, i turističke agencije, i OPG-ove, i privatne iznajmljivače. Dakle, svi dionici u turizmu imaju priliku ovim sredstvima povećati kvalitetu te uložiti u digitalnu i zelenu tranziciju, bez kojih nema konkurentnog i uspješnog turizma. Velik interes za javni poziv, na koji se javilo gotovo 500 projekata, daje nam optimizam da je sektor spreman za ovaj nužan iskorak – zadovoljna je ministrica Brnjac. – U svim aspektima, od strategije, zakona do financijskih sredstava, napravili smo nevjerojatno velike korake u samo tri godine i veseli me što su Hrvatsku i u drugim državama članicama EU, a i šire, već počeli prepoznati kao predvodnicu u razvoju održivog turizma. S obzirom na sve što sam spomenula i činjenicu da smo za provedbu cijele reforme prvi put sad i osigurali financijska sredstva, vjerujem kako će 2023. godina postaviti sve temelje za nov iskorak u razvoju našeg turizma – zaključuje prva žena hrvatskog turizma. ●

## JAVNI INTERES

# Tko će bankariti s Fortenovom

Nije lako ovih dana biti Fabris Peruško, prvi čovjek Fortenove. Kakve ga sve brige more, javnosti je postalo poznato u utorak kada se u medijima pojavila informacija da se nitko nije javio na međunarodnu procjenu ispitivanja interesa investitora, kako je vodstvo Fortenove nazvalo natječaj za prodaju 100 posto udjela u Fortenova Groupu MidCo B.V. Kao što je poznato, riječ je o tvrtki registriranoj u Nizozemskoj koja je vlasnica ove naše, hrvatske Fortenove. Vodstvo kompanije nastale na ruševinama nekadašnjeg diva Agrokora u pismu dioničarima izvijestilo je kako prodaja MidCoa u ovom trenutku nije ostvariva. Svakome tko iole prati priču o Fortenovi i njezinim pokušajima da se riješi dvije ruske banke koje kontroliraju polovicu udjela u kompaniji, propast "međunarodne procjene ispitivanja interesa" nije neočekivana. Naime, u sadašnjim geopolitičkim uvjetima prisutnost Sberbanka i VTB-a za Fortenovu je u teg koji je izuzetno opterećuje, jer kompaniju u širokom luku zaobilaze investitori u obveznice i banke. Razlog je što su dvije ruske banke, kao što je poznato, od ožujka prošle godine pod sankcijama zbog agresije Putinove soldateske na Ukrajinu.

Teoretski, kada bi se i pojavio investitor koji bi kupio MidCo, nakon ukiđanja sankcija suočio bi se s tužbama Sberbanka i VTB-a koji bi tražili štošta, od oštete zbog istiskivanja iz vlasništva, izgubljene dobiti tijekom sankcija, kamata po raznoraznim osnovama, propuštenih dividendi... Ukratko, mogli bi tražiti milijunske oštete. Što duže sankcije traju – a kako sada stvari stoje, izgledno je da neće tako skoro doći do normalizacije odnosa između Rusije i Zapada – taj će iznos biti sve veći. Drugim riječima, nema ozbiljnog investitora koji će se upustiti u takav financijski samoubilački



pilse Tomislav Pili

rizik i vjerojatno višegodišnje sudovanje s ruskim bankama čiju poslovnu politiku dijelom dikтира i kremaljska vrhuška.

A dok nema novog vlasnika, nema ni kredita ni investitora koji bi na obvezničkom tržištu dali novac za vraćanje duga od 1,05 milijardi eura. Taj bi novac Fortenova trebala ove jeseni vratiti američkom fondu HPS, koji je uz Ruse još jedna prepreka dolasku novog vlasnika. Naime, HPS – u teoriji – drži u rukama vrlo moćan adut: ako ne dobije novac po obveznici, proglasit će da je ta vrijednosnica u "defaultu", odnosno narodski rečeno – Fortenova će otići u bankrot. A HPS navodno u tom slučaju ima pravo uknjižiti se kao vlasnik cijele Fortenove. Kao i 2017. i tadašnjem Agrokoru, dugovi bi 2023. mogli presuditi i Fortenovi.

U praksi se to najvjerojatnije neće dogoditi. Naime, HPS ne zanima vlasništvo nad Fortenovom. To je financijski fond čiji se poslovni model sastoji od posuđivanja novca po nešto višim kamatnim stopama od tržišnog prosjeka. S obzirom na to da je, kako se priča u financijskim krugovima, vodstvo

Fortenove u dobrim odnosima s članicama HPS-a, vjerojatniji je scenarij da će se dug riješiti refinanciranjem novim, nešto skupljim zajmom o čemu će dioničari odlučivati 27. lipnja. Tim više jer HPS nema razloga takav prijedlog odbiti budući da Fortenova ostvaruje sasvim solidne financijske rezultate. Lani je uprihodila 5,2 milijarde eura uz operativnu dobit – glavni pokazatelj profitabilnosti – od 470 milijuna eura.

Ima li rješenja i hoće li netko opet početi "bankariti" s Fortenovom? U ovom trenutku baš i nema. Mnogi sada kao spas vide Pavla Vujnovca koji drži trećinu udjela u Fortenovi. Vujnovac, vlasnik plinskog veletrgovca PPD i Enne, konglomerata koji se bavi mnogočime, od obnovljivih izvora energije, preko transporta do trgovanja voćem i povrćem, vrlo je bogat čovjek za hrvatske prilike, no upitno je ima li oko 1,2 milijarde eura, koliko se vrtje procjene vrijednosti Fortenove. Vujnovac u tom pothvatu ne bi mogao računati ni na financijsku pomoć banaka ili investitora zbog, pogađate, ruskih banaka među dioničarima. Neće mu mnogo pomoći ni to što je krenuo u prodaju svog udjela u Pevevu za koji je baš ovih dana stigla jedna ponuda, ali nezadovoljavajuća. Fortenova ne može više računati ni na to da će je spasiti mirovinski fondovi, posebno nakon ovojedne napisu Financial Timesa o tome kako je osigurateljni div Allianz blokirao ulazak AZ fonda u Fortenovu, baš zbog činjenice da je rizik prevelik. Rješenje bi se moglo naći kada bi se našao investitor koji bi se "ispod stola" dogovorio sa Sberbankom i VTB-om, obećavši im dio novca kada se sankcije ukinu. Naravno, pod uvjetom da ruske banke taj dogovor ispoštuju i poslije ne traže još novca. Međutim, u ovom trenutku takvog heroja nema na vidiku ili barem javnost još za njega ne zna.



Investitori nisu pokazali interes za kupnju Fortenove koja ostvaruje sasvim solidne financijske rezultate, ali treba novac za vraćanje duga