



REPUBLIKA HRVATSKA
Ministarstvo turizma

AKCIJSKI PLAN HRVATSKOG TURIZMA u 2011.g.

„KONKURENTNI I U 2011. GODINI“
PROGRAM MJERA VLADE RH ZA TURIZAM

Zagreb, studeni 2010. godine

Sadržaj

Plan aktivnosti za 2011. godinu..... 3
Uvod..... 4
Mjere..... 5



Plan aktivnosti za 2011. godinu



Uvod

Prema podacima Svjetske turističke organizacije (UNWTO), Hrvatska je 2009. godine prvi puta prešla udio od dva posto svih međunarodnih gostiju u Europi, što znači da je **svaki 50. turist u Europi doputovao u Hrvatsku**.

Uz spomenuto, na ljestvici konkurentnosti naša se zemlja u razdoblju od 2007. do 2009. godine popela za četiri mjesta (s 38. na 34. mjesto) i time pretekla neke od zemalja u regiji, ali i dio konkurenata na Sredozemlju.

U zadržavanju konkurentnosti Hrvatskoj je pridonijelo **pravovremeno donošenje proaktivnih mjera, koje su Vlada RH i Ministarstvo turizma dogovorili u suradnji javnog i privatnog sektora**, što se već ranijih godina pokazalo uspješnim modelom u pripremi sezone, ali i cjelokupne turističke godine.

Na međunarodnom tržištu Hrvatska će se i sljedeće godine pozicionirati kao kvalitetno odredište životnog stila, s posebnim naglaskom na ekološku očuvanost, te kao jedna od vodećih turističkih zemalja na Sredozemlju i **buduća 28. članica Europske unije**.

Prema procjenama UNWTO-a, u 2011. godini europski će turistički sektor doživjeti tek minimalan oporavak. Stoga ne čudi što su upravo ove godine čelnici Europske unije po prvi puta najavili pripremu niza mjera za jačanje turističke konkurentnosti svojih zemalja-članica.

Kako bi spremno dočekala turističku 2011. godinu, Hrvatska će i ove godine biti među prvim zemljama koje će donijeti mjere za njezinu pripremu kako bi se osigurala konkurentnost hrvatskog turizma.



1. MJERE ZA 2011. GODINU

Naziv i opis mjere	Nositelji
<p>1. <u>Mjere za međunarodno tržište – „Dođi u Hrvatsku“</u></p> <p>a) Cjelogodišnji organizirani programi za Hrvatsku – <i>Turizam kroz godinu</i></p> <p>Ministarstvo turizma i Hrvatska turistička zajednica (HTZ) će u 2011. godini nastaviti s provođenjem zajedničkih promotivnih aktivnosti s domaćim i stranim turoperatorima kako bi kroz razne modele proveli politiku javno-privatnog partnerstva u organiziranom dovođenju turista.</p> <p>b) <i>Krila Hrvatske</i></p> <p>HTZ će oglašavati hrvatski turizam s organizatorima putovanja čiji programi uključuju organizirani zračni prijevoz u glavnoj sezoni te u pred i posezoni. Također će financijski poduprijeti i oglasne kampanje sa sustavom TZ-a i nositeljima turističke ponude, u kampanjama zračnih prijevoznika za Hrvatsku.</p> <p>c) <i>Putuj Hrvatskom</i></p> <p>HTZ će oglašavati hrvatsku turističku ponudu i u promotivnim kampanjama organizatora putovanja čiji programi obuhvaćaju organizirani autobusni ili željeznički prijevoz u pred i posezoni, odnosno koji imaju autobusne ture po našoj zemlji u spomenutim razdobljima.</p>	<p>Nositelji:</p> <p>Ministarstvo turizma RH i Hrvatska turistička zajednica (HTZ)</p>
<p>2. <u>Domaće tržište – „Ostani u Hrvatskoj“</u></p> <p>Poticanje građana na odmor u vlastitoj zemlji, odnosno promocija domaće turističke ponude i poticanje domaće potražnje za organizirane turističke programe u Hrvatskoj, bit će glavne aktivnosti na domaćem tržištu sljedeće godine. Glavni ciljevi će, uz spomenuto, biti i zadržavanje ostvarene razine ukupnog domaćeg turističkog prometa, povećanje prometa u pred i posezoni i stvaranje novih turističkih proizvoda prilagođenih, cjenovno i interesno, domaćem tržištu.</p>	<p>Nositelji:</p> <p>Ministarstvo turizma; Ministarstvo znanosti, obrazovanja i športa (MZOŠ) i HTZ</p>

Naziv i opis mjere	Nositelji
<p>a) <i>Kod kuće je najljepše</i></p> <p>Novi proizvodi namijenjeni domaćem tržištu podrazumijevaju posebne programe, odnosno paket aranžmane s najmanje četiri noćenja, koji će biti prilagođeni kupovnoj moći i interesu domaćih turista. Pritom će nositelji ponude za nove proizvode biti destinacije / lokalne i regionalne samouprave i/ili hoteli te drugi smještajni objekti, putničke agencije, uredi turističkih zajednica.</p> <p>b) <i>Doživi Hrvatsku</i></p> <p>„Doživi Hrvatsku“ naziv je programa kroz kojeg će HTZ oglašavati domaću turističku ponudu sa sustavom TZ-a i nositeljima turističke ponude u kampanjama domaćih putničkih agencija koje imaju programe školskih putovanja s četiri noćenja u pred i posezoni u Hrvatskoj.</p> <p>c) <i>Zlatne godine</i></p> <p>Uz spomenuto, HTZ će oglašavati hrvatski turizam sa sustavom TZ-a i nositeljima turističke ponude u promotivnim kampanjama organizatora putovanja koji imaju programe putovanja za hrvatske umirovljenike s četiri noćenja u pred i posezoni u Hrvatskoj.</p>	
<p><u>3. Domaće tržište – turistički nerazvijena područja – „Upoznaj Hrvatsku“</u></p> <p>Kroz novi program „Upoznaj Hrvatsku“ glavni će zadatak turističkih djelatnika u turistički nerazvijenim područjima naše zemlje biti promocija turističke ponude, s naglaskom za programe u pred i post sezoni; poticanje potražnje za organizirane turističke programe; poticanje razvoja novih turističkih proizvoda; uključivanje novih nositelja ponude u nove programe i proizvode; jačanje djelovanja sustava TZ-a na principima DMC-a (Destination management company) i DMO-a (Destination management organization) te stvaranje povoljnijih uvjeta boravka turista.</p>	<p>Nositelji: Ministarstvo turizma i HTZ</p>

Naziv i opis mjere	Nositelji
<p>a) Hrvatski turizam HTZ će oglašavati i u promotivnim kampanjama organizatora putovanja koji će kao korisnici programa „Upoznaj Hrvatsku“ u svojoj ponudi sljedeće godine imati programe izleta/višednevnih putovanja / tura u Hrvatskoj.</p> <p>b) Poticanje turističkih inicijativa i razvoja nove turističke ponude/proizvoda – poticaji gospodarstvenicima i turističkim zajednicama u manje razvijenim područjima za razvoj konkretnih turističkih proizvoda</p> <p>c) Potpora sustavu turističkih zajednica – s ciljem obogaćivanja turističke ponude odredišta razvojem novih proizvoda, organizacije događanja, stvaranja uvjeta za ugodniji boravak turista i sl.</p>	

Naziv i opis mjere	Nositelji
<p><u>4. Posebne tržišne aktivnosti:</u></p> <p>a) U 2011. godini poseban naglasak će biti stavljen na aktivnosti vezane uz tržište Njemačke, Italije, Austrije, Slovenije i drugih te na pojačane promotivne aktivnosti na tržištu Poljske (kako bi hrvatska turistička ponuda mogla odgovoriti na izazov najnovijih mjera Europske unije, koje naglašavaju važnost ostanka gostiju u domicilnim zemljama te uz naglasak ulaska Hrvatske u EU kao 28. članice)</p> <p>b) Pojačana promocija na tržištima Ukrajine i Turske (razlog tomu je povećan porast dolazaka i noćenja s tih tržišta, koja predstavljaju važna potencijalna tržišta u budućnosti)</p> <p>c) Otvaranje predstavništva HTZ-a u Kini (u suradnji sa Slovenijom ili samostalno). Kina je, kao četvrto emitivno tržište na svijetu, izuzetno važno turističko tržište budućnosti na kojem je potrebno pravovremeno predstaviti/promovirati svoje turističke potencijale</p>	<p>Nositelj: Ministarstvo turizma i HTZ</p>
<p><u>5. Online Hrvatska</u></p> <p>S ciljem jednostavnije prilagodbe turističkog sektora razvoju tržišta pomoću novih informacijskih tehnologija te radi poboljšanja konkurentnosti, bit će pokrenuta <u>uspostava središnjeg pretraživača hrvatske turističke ponude</u> koji će omogućiti:</p> <ul style="list-style-type: none"> • jednostavan pregled turističke ponude u elektronskom okruženju svih ponuđača turističkih usluga • brže širenje turističke ponude u elektronskom okruženju sa smještaja na izlete, ture, pakete, prijevoz i dr. • uspostavljanje neutralnog administratora iz neprofitnog sektora koji će uz minimalne naknade biti prihvatljiv javnom i privatnom sektoru 	<p>Nositelji: Ministarstvo turizma i HTZ</p>
<p><u>6. Nastavak politike liberalizacije viznog režima</u></p> <p>Daljnju liberalizaciju viznog režima za zemlje u kojima je izražena turistička potražnja za Hrvatskom. Uz zemlje poput Kine, Indije, Rusije i Ukrajine, za koje je u određenom razdoblju Hrvatska već prilagodila vizni režim, postoji mogućnost za proširenjem spomenutog režima i na nova potencijalna tržišta.</p>	<p>Nositelji: Vlada RH u suradnji s Ministarstvom turizma, MVPEI i MUP</p>

<p><u>7. Preporuke</u></p> <p>a) MZOŠ i Ministarstvo turizma će predložiti usklađivanje školskih praznika s potrebama turizma u zajednici, uz uvjet zadržavanja kvalitete izvođenja nastave</p> <p>b) Spomenuta će ministarstva preporučiti školama organizaciju maturalnih i ostalih putovanja u Hrvatskoj (uz pripremu kvalitetnih i atraktivnih programa putovanja po Hrvatskoj za školsku djecu i mladež)</p>	<p>Nositelji:</p> <p>Ministarstvo turizma, Ministarstvo znanosti, obrazovanja i športa (MZOŠ) i HTZ</p>
<p><u>8. Preporuke lokalnoj samoupravi</u></p> <p>a) Vlada RH je provela smanjenje parafiskalnih naknada i doprinosa kroz smanjenje određenih komunalnih naknada (npr. vodnog/šumskog doprinosa, članarine za turističke zajednice, spomenička renta itd). Stoga se i lokalnoj samoupravi preporuča da primijeni istu politiku za ono što je u njezinoj nadležnosti.</p> <p>b) Preporuke oko prilagodbe vremena izvođenja građevinskih radova tijekom turističke sezone te preporuke o radnom vremenu turističkih i ugostiteljskih objekata u vrijeme sezone</p>	<p>Nositelji:</p> <p>Ministarstvo turizma i nadležna tijela lokalne samouprave</p>
<p><u>9. Preporuka privatnom sektoru</u></p> <p>Preporuke privatnom sektoru (hotelijerima, ugostiteljima) vezane uz politiku cijena – „vrijednost za novac“. Mjera podrazumijeva prilagodbu cijena tržišnim uvjetima.</p>	<p>Nositelj:</p> <p>Ministarstvo turizma i privatni sektor</p>