



MINISTAR TURIZMA O POTENCIJALIMA JU

Ne žali zbog slučaja Meri Matešić, a Niki Buliću su uputili notu da očekuju da nastavi s radom sukladno svom znanju i iskustvu

RAZGOVARALA: RADMILA KOVAČEVIĆ

Ministar turizma Darko Lorencin prekučer se vratio iz Kine, neposredno prije toga bio je u Azerbajdžanu, SAD-u i Rusiji. O rezultatima putovanja, turističkim planovima i očekivanjima od sezone koju je otvorio jučer u Rovinju, ali i aktualnim aferama, govori u ovom intervjuu.

:: S čime ste se vratili s tih dalekih tržišta?

Svrhe posjeta bile su po zemljama različite. U Rusiji smo bili na sajmu MITT, koji je za tu zemlju najznačajniji, a susreli smo se i sa zamjenicom ministra kulture Manilovom, nadležnom za turizam. U SAD-u sam se sastao s američkim podtajnikom za trgovinu Kennethom Hyatom, a tema posjeta bile su investicije. Susreo sam se s vodećim predstavnicima elitnih hotelskih kuća Hilton, Intercontinental, Ritz Carlton, Capella, od kojih neki razmatraju i izravne mogućnosti za investiranje u Hrvatskoj te s drugim potencijalnim ulagačima. U Azerbajdžanu je bila sjednica Izvršnog vijeća Svjetske turističke organizacije za Europu. Susreo sam se s kolegom ministrom Garajevom te ministrom

za gospodarski razvoj Mustafajevom, nadležnim za investicije, kao i drugim kolegama ministrima iz EU. Zajednički smo otvorili tamošnji turistički sajam, a ostatak razgovora vodio se na temu ulaganja. Konačno, u Kini, gdje sam bio na turističkom sajmu u Šangaju, održao sam sastanke s direktorom Agencije za civilni promet i zamjenikom direktora državne Agencije za turizam. Razgovarali smo o konkretnim mjerama za povećanje turističkog prometa između dvije zemlje, kao i predradnjama s ciljem uspostave intenzivnijeg zračnog prometa, koji bi kao konačnu posljedicu imao uspostavu izravne zračne linije. To su samo najznačajniji sastanci koje sam imao. Turisti s dalekih tržišta među najbrojnijim su putnicima na svijetu, pa stoga predstavljaju velik potencijal i za naš turizam i svaka dodatna promocija vrlo je vrijedna. Svako od ovih putovanja pruža cjelovit uvid u pojedino tržište, a direktan kontakt s turističkim sektorom pokazuje konkretan smjer aktivnosti koje se traže. Za 2014. najave sa svih tržišta, osim s ruskog, iznimno su dobre, a vjerujemo kako će s olakšavanjem postupka dobivanja viza biti u sljedećim godinama još i bolje.

:: Nakon vašeg prethodnog posjeta Azerbajdžanu govorilo se da je tamošnja Agencija za promicanje izvoza i ulaganja zainteresirana za Kupare, no nisu se javili na pozivni natječaj. Je li se što sada promijenilo?

Tijekom susreta s azerbajdžanskim predstavnicima Ministarstva ekonomskog razvoja, Ministarstva gospodarstva i Agencije za investicije, upoznao sam ih s novinama i daljnjem tijeku projekta Kupari i Veliki Brijun, kao i s novim mogućnostima investiranja u hrvatski turizam. Azerbajdžanci su,

kao i tijekom prvog službenog posjeta, izrazili veliko zanimanje za ulaganje u našu zemlju te smo dogovorili daljnju razmjenu informacija do objave navedenih natječaja. S obzirom na to da se za lokaciju Kupare mogu javiti i investitori koji nisu tijekom inicijalnog javnog poziva dostavili svoju ponudu, mogućnost da se na natječaj javi i neki azerbajdžanski ulagač i dalje je otvorena.

:: Ulagачi se traže samo za jedan dio tog bivšeg vojnog resorta, što je s ostatkom?

Kupari I. dovoljno su velik i interesantan projekt, što čini 3/4 kompleksa. Preostali dijelovi, Kupari III. i IV., razvijat će se ovisno o razvoju projekta Kupari I., dok će Kupari II. ostati u sklopu Ministarstva obrane. Na taj način povećat ćemo i vrijednost državne imovine Kupara III. i IV. jer će ona postati atraktivnija kada se Kupari I. privedu svrsi. Isto tako u sklopu lokacije Kupari IV. postoji imovinskopravni spor i dok se taj dio ne riješi, neće biti moguće ulagati na tom području. S obzirom na veličinu kompleksa Kupari, ovakav fazni pristup više je nego pogodan za razvoj.

:: Na velikom ste letaćkom hepeningu, Red Bull Air Raceu u Rovinju, na kojemu očekuju sto tisuća posjetitelja. Je li, barem u Istri, sezona počela? Red Bull Air Race jedinstvena je i prva manifestacija takve vrste u nas ko-



NAŠI SU CILJEVI
AMBICIOZNI, ALI
OSTVARIVI. DO
2020. ČEMO BITI
U SVJETSKOM
VRHU

DARKO LORENCIN

HILTON I RITZ BI ULAGALI KOD NAS, A NADAM SE I AVIONIMA S KINEZIMA

➔ Najave za 2014. sa svih su tržišta iznimno dobre, osim što nam ponovno

Evidencijski broj / Article ID: 14625561
 Vrsta novine / Frequency: Dnevna
 Zemlja porijekla / Country of origin: Hrvatska
 Rubrika / Section:



ČER OTVORENE SEZONE

**UPRAVO SE VRATIO
 S DALEKOGA
 ISTOKA, GDJE
 JE DOGOVARAO
 INTENZIVNIJI
 PROMET**

ju je podržalo i u čijoj je organizaciji sudjelovalo i Ministarstvo turizma i Hrvatska turistička zajednica. Njome i simbolički otvaramo ovu turističku godinu. Interes domaće i inozemne publike za ovim događajem zaista je nevjerovatan, a ekonomski i promocijski efekti na cjelokupan turizam Hrvatske, a posebice Istre, neprocjenjivi. Ovakav događaj odličan je primjer razvoja destinacije i privlačenja turista izvan glavne sezone, što je jedan od naših glavnih ciljeva. U Istri se u prva tri mjeseca bilježi 80.000 dolazaka i 300.000 noćenja, a najave za Uskrs su iznimno dobre, tako da apsolutno možemo govoriti o početku sezone.

:: Što očekujete od Uskrsa i kakve su prognoze za cijelu sezonu?

Svaki novi uskrsni praznici trebali bi imati veće rezultate od prethodnih, pa tako i ovi. Od ove turističke godine očekujem ponavljanje odličnih lanijskih brojki, uz daljnje povećanje turističke potrošnje, dakle financijskih pokazatelja. Ovogodišnji Uskrs kalendarski je dosta kasnije nego lani, a najave za nadolazeće razdoblje, uključujući cijeli travanj, uskrsni vikend te glavne ljetne mjeseci, vrlo su ohrabrujuće.

:: Hoće li i 2014., nakon velikih minusa u 2013., obilježiti podbačaj gostiju iz Rusije?

Od dvadesetak tržišta na kojima smo značajnije prisutni, ovo nam je, uz ukrajinsko, najdelikatnije. Situacija u Rusiji donosi neizvjesnost i teško je procijeniti konačan rezultat s tog tržišta. Činjenica jest da procjene turoperatora pokazuju nazadak, ali su istovremeno značajan dio ruskih turista u Hrvatskoj individualni gosti, pa je za davanje konačne ocjene zaista prerano. Prilikom nedavnog posjeta Rusiji uvjerio sam se da je Hrvatska percipirana kao izuzetno atraktivna destinacija, koja prema mišljenju mnogih tamošnjih predstavnika turističkog sektora ima potencijal stati uz bok tradicionalnim destinacijama. Svi su izrazili i zadovoljstvo ovogodišnjim procesom izdavanja viza koje više zaista ne predstavljaju zapreku za snažniji turistički promet iz Rusije. Unatoč svemu tome, a i zbog gospodarskog stanja u Rusiji čija je valuta izgubila 25% vrijednosti u odnosu na prethodnu godinu, uspjeh će biti ponovno li lanijske rezultate.

:: Bivša direktorica HTZ-a Meri Matešić razriješana je uz dosta teških riječi, međusobno ste se optuživali za laži i manipuliranje javnošću, novinari ste uskratili praćenje sjednice... Kako sad gledate na tu epizodu, jeste li požalili zbog nekih riječi, poteza?

Razrješenje direktorice bila je isključivo poslovna odluka Turističkog vijeća. Žao mi je što se cijela situacija nije odigrala mirno i profesionalno, no, iskreno, ne vidim drukčiji način razrješenja situacije u kojoj osoba ne vidi realnu sliku svog rada i ne prihvaća posljedice za to. Nažalost, postupio bih ponovno isto.

:: Novi direktor Glavnog ureda HTZ-a više neće morati imati pet godina iskustva na rukovodećim pozicijama u turizmu, već samo na rukovodećim pozicijama. Zašto? Zna li da se to u branši doživljava kao podcjenjivanje?

Kad sam donosio promjenu pravilnika kojim se definira natječaj, konzultirao sam se s većinom članova Turističkog

vijeća i moj prijedlog je prihvaćen s riječju – apsolutno.

U industriji oglašavanja i marketinga u proteklih 10-15 godina došlo je do revolucionarnih promjena i na ovaj način otvaramo vrata širem krugu kvalitetnih ljudi. Promocija, ali i vođenje organizacije zadužene za promociju turizma, zahtijeva izuzetne upravljačke, organizacijske i kreativne sposobnosti, a iskustvo u turizmu samo je dodatak na postojeće vještine. Dakle, na ovaj način krug kandidata je proširen, i nikako ne podcjenjujemo kandidate iz turističke branše. Zsigurno da će iskustvo na rukovodećim poslovima u turizmu dati prednost kandidatu, ali će se ponajprije ocjenjivati na temelju jednogodišnjeg programa koji će morati predstaviti.

:: Je li točno da će budući direktor HTZ-a opet imati četverogodišnji mandat, a ne kao Matešić od jedne godine?

To je moguće rješenje u okviru novog Zakona o turističkim zajednicama, ali ova nova direktorica ili direktor birat će se na stari način. Međutim, težište je na jednogodišnjem programu rada, njegovoj kreativnosti, efektima i izvodljivosti. To će ocjenjivati peteročlano povjerenstvo u kojem će sjediti članovi Turističkog vijeća i koji će mi trebati dati prijedlog najbolje osobe za to mjesto. Tražimo osobu profesionalca.

:: Kuloari već vrte neka imena, od vašeg pomoćnika Ižakovića, preko direktorice Termi Tuhej do Ivane Šoljan iz Jupiter Adrije. Biste li nekog od njih voljeli vidjeti na čelu HTZ-a? Na čelu sustava turističkih zajednica želim vidjeti proaktivnu i kreativnu osobu koja ima organizacijske, upravljačke i timske sposobnosti za rad. Naravno da u glavi imam jasnu sliku idealne osobe, no nikako ne želim prejudicirati odabir. Nakon evaluacije svih prijava, odabrat ćemo kandidata koji u potpunosti zadovoljava sve tražene uvjete, a tek će konkretni potezi i rad odabrane osobe pokazati ispravnost naše odluke.

:: Gdje je Niko Bulić, koji je u mandatu M. Matešić uglavnom izbivao iz Glavnog ureda, a tužio ju je i za mobbing? Bivši direktor Niko Bulić zaposlen je na mjestu voditelja Službe za razvoj ponude Glavnog ureda Hrvatske turističke zajednice. U tijeku je spor s HTZ-om, navodi da je nad njime provoden mobbing, međutim, čak i ako ga je bilo, od razrješenja direktorice uvjeti su se promijenili te smo mu uputili službenu notu da očekujemo da nastavi s radom sukladno svojem znanju i iskustvu.

:: Otvorili ste raspravu o čak tri turistička zakona, a ako prođe sve što ste zamislili, sustav turističkih zajednica više se neće ni zvati tako. Prema zamisli konzultanata, imat ćemo destinačijske menadžment organizacije umjesto TZ-a, najmanji se gase, a na vrhu će biti marketinška agencija. Zašto se ide u sveobuhvatne izmjene i koja zemlja ima sličan ustroj?

Postojeći sustav turističkih zajednica vapi za unapređenjem, moderni-

**USAD-U
 SAM SE
 SASTAO S
 PREDSTAVNICIMA
 ELITNIH
 HOTELSKIH
 KUĆA KOJE
 RAZMATAJU
 INVESTICIJE U
 HRVATSKU**

**JOŠ JE
 MOGUĆE
 DA SE NA
 NATJEČAJ
 ZA KUPARU
 JAVI
 NETKO IZ
 AZERBAJĐŽANA**

zacijom i usklađivanjem s potrebama suvremenih turista i novim trendovima. Preustroj prema modelu destinačijskih menadžment organizacija omogućit će modernije, dinamičnije i efikasnije planiranje, provedbu i nadzor turističke promocije naše zemlje, što će pozitivno utjecati i na konkurentnosti turizma. Siguran sam da će novi sustav vrlo brzo zaživjeti punom snagom te turizmu donijeti očekivane rezultate. Smjernice za izradu zakona na javnom su savjetovanju te se svi zainteresirani do 22. travnja mogu javiti s prijedlozima. Napominjem, nije riječ o ukidanju ni turističkih zajednica ni samog naziva te ako lokalne samouprave ocijene daje njima potrebna turistička zajednica koja nije samoodrživa i žele ju financirati, apsolutno smo složni da ona opstane. No, sadašnji sustav nije održiv, ni financijski ni funkcionalno. Prilikom izrade smjernica razgovarali smo s kolegama iz brojnih zemalja, a ovaj je primjer najbližnji austrijskom modelu.

:: Konzultanti su predviđjeli i ukidanje većine predstavništava HTZ-a u inozemstvu te umjesto njih angažiranje marketinških agencija, a nisu napravili financijsku konstrukciju. Nije li to malo neozbiljno?

To je pisalo o radnom materijalu koji i nije došao na stol članovima Turističkog vijeća koji o tome donose odluku. Dakle, informacija o ukidanju predstavništava nije točna. Mreža predstavništava HTZ-a u svijetu je vrlo

bitna te ćemo eventualne promjene u tom sustavu dobro razmotriti unutar Turističkog vijeća, ali i s direktorima predstavništava koji najbolje poznaju situaciju na terenu. Na pitanju Strateškog marketinškog plana do 2020. već ovaj tjedan intenzivno radimo i sve odluke ćemo donijeti na razini Turističkog vijeća koje najadekvatnije zastupa turističku industriju Hrvatske.

:: Volite se pohvaliti s 410 milijuna eura ulaganja u turizmu ove godine, što je zamalo 200 milijuna više nego lani, ali još premalo da se tim tempom stigne do sedam milijardi eura investicija do 2020. Strategija razvoja predviđa da se Hrvatska do te godine nametne i među 20 najkonkurentnijih zemalja svijeta. Nisu li ciljevi preambiciozni?

Vidjet ćete da će se iz godine u godinu taj iznos povećavati. Turistički sektor naše zemlje snažno raste, što se, osim u rastu investicijskih aktivnosti, očituje i u rastu financijskih i fizičkih pokazatelja. Ciljevi jesu ambiciozni, ali nisu neostvarivi. Vjerujem u atraktivnosti i ljepotu naše zemlje, u sposobnost, poduzetnost i snagu sektora, predanost i kvalitetu turističkih djelatnika te u konačnici u rezultate svih aktivnosti koje provodimo u suradnji s privatnim sektorom. Hrvatska je već sada na svjetskoj turističkoj karti konkurentno i traženo odredište, a provođenjem svih planova predviđenih Strategijom, naša zemlja će sasvim sigurno biti na vrhu najkonkurentnijih turističkih odredišta na svijetu.

prijeti podbačaj gostiju iz Rusije