

DARKO LORENCIN, MINISTAR TURIZMA**LJUDI KAZU DA JE MANJE TURISTA, ALI BROJKE GOVORE DA IH JE VIŠE****Pesimizam u turizmu srpanjska je bolest od koje su, valjda i zbog lošeg vremena, svi oboljeli. Odgovorno tvrdim: sezona će biti bolja**

Ministar turizma Darko Lorenčin nije zabrinut za sezonu. Iz njegove Istre žale se da su prometnice prazne jer nema turista pa nema ni gužve. S dalmatinskog Brača turistički se radnici žale da im je sezona do sada za trećinu slabija od lanijske. Kiša neumorno pada i pretvara srpanj u jesen. Istodobno se 150 tisuća partijanera spustilo na Ultru u Split. U razgovoru za Nedjeljni Lorenčin tvrdi da će ova sezona biti bolja od lanijske, ali da bi Ultra iduće godine mogla biti ugrožena nastave li Splićani drastično dizati cijene za vrijeme festivala.

● **Predsezona je, pokazuju vaše brojke, bila bolja od lanijske, ali ona manje ovisi o suncu i moru od sezone. Bojite li se da bi rezultati srpnja i kolovoza ipak mogli biti lošiji?**

- Obrnuto je. Vremenske prilike puno više utječu na predsezona. Vremenske prognoze su jako dostupne i zbog lošeg vremena se odustaje od produženih vikenda u predsezoni, a kad idete 15 dana na godišnji odmor u sezoni, onda idete bez obzira na vrijeme.

● **Ljudi očekuju da će se sunčati i kupati u srpnju i kolovozu, pa su vremenske prilike važne baš u sezoni...**

- Vremenske prilike neće značajno utjecati na rezultat u sezoni. Najgore što se može dogoditi jest da gosti malo skrate boravak. Ali, većina rezerviranog smještaja danas se plaća unaprijed.

● **Sa svih strana u branši i među ljudima dojam je da je turista manje i to osjetno, kako to da vaše brojke govore sasvim suprotno?**

- To je srpanjska bolest od koje su svi oboljeli. Baš sam bio u Trogiru i na dnevnom redu bile su iste teme, a kad pogledate brojke za Splitsko-dalmatinsku županiju, ona ima rast od 4 posto. Od 2013. do 2014. u Splitu je registrira-

Metodologija obračuna broja noćenja i broja gostiju nije se u Hrvatskoj mijenjala 15 godina. Tu nema greške

Lani su za Ultru cijene u Splitu bile previsoke, što je bio problem. Ako su ove sezone još i veće, možda sljedeće godine neće biti odaziva na Ultru

Rusa je manje nego lani, ali ponajprije zbog pada rublje većeg od 20 posto. Lani se dogodilo i preslagivanje među turoperatorima

● **Ali, Rusi se žale i manje ih dolazi...**

- To je prvenstveno zbog pada rublje većeg od 20 posto. Lani se dogodilo i preslagivanje među turoperatorima, a najveće je pitanje gospodarska situacija tamo i sva eurotržišta pate, a mi još patimo i najmanje, jednako kao Španjolska i Italija.

● **Broj ruskih turista u Španjolskoj je rastao lani 30 posto, a ove im je godine Španjolska najdraža destinacija prema anketama. Uz to, na glasu su kao najbolji potrošači. Zašto ih Hrvatska ne može privući, a Španjolska može?**

- Prema pokazateljima koje smo dobili od Svjetske turističke organizacije, to nije baš tako. Rusi su izvrsni potrošači, ali njihova je potrošnja u Hrvatskoj usporediva i gotovo jednaka potrošnji gostiju iz Velike Britanije ili SAD-a, prema svim pokazateljima. Isto tako treba razumjeti da Rusi neku destinaciju snažno preferiraju nekoliko godina, a onda se trend promijeni i neka druga destinacija postane veći hit, a na to nemate puno utjecaja.

● **U nekim tvrtkama neće biti zadovoljni takvim odgovorom jer su im Rusi brojčano važan dio gostiju...**

- Od Rusije definitivno ne odustajemo, ali je možda bolje sada pojačati aktivnost na nekim drugim tržištima. Koliko mi je poznato, neke tvrtke su se orijentirale na Britance i goste iz SAD-a i tu imaju više uspjeha. Uz to, ona destinacija koja se želi orijentirati pretežno na goste s ruskog tržišta mora računati na to su želje i potrebe ruskih gostiju drukčije od želja i potreba gostiju s drugih tržišta, dapače, često su potpuno suprotne i teško ih je pomiriti na jednoj destinaciji. Kad su različiti gosti u pitanju, nekad ne možete zadovoljiti sve. Vjerujem da je u tome dio problema s dolaskom većeg broja ruskih gostiju.

PIŠE DRAGANA RADUSINOVIĆ SNIMA BRUNO KONJEVIĆ

no 4000 novih kreveta, a godinu dana ranije 3000 novih kreveta u odnosu na prethodnu godinu. To je 7000 novih kreveta u dvije godine koje su novouređeni, ljepši i atraktivniji. I sigurno je da određen broj dugogodišnjih iznajmljivača osjeti pad kod sebe.

● **Ili službena statistika ne pokazuje realno stanje?**

- Metodologija obračuna broja noćenja i broja gostiju nije se u Hrvatskoj mijenjala proteklih 15 godina, što znači da mi koristimo apsolutno iste i usporedive izvore podataka i tu nema greške.

● **Bojite li se da će loše vrijeme utjecati na potrošnju, poput izleta i sličnog?**

- Loše vrijeme utječe pozitivno na potrošnju. Ako ne mogu na plažu zbog kiše, gosti će više trošiti u restoranima ili će razgledati špilje, posjećivati izložbe, muzeje.

● **Jesmo li izvrnuli logiku toliko da loše vrijeme pogoduje hrvatskom turizmu?**

- Ne, loše vrijeme nikako nam ne pogoduje, ali ono što želim argumentirati jest da je hrvatski turistički proizvod dovoljno žilav da preživi nedaću lošeg vremena. To smo, uostalom, dokazali već i lani, u predsezoni, kada je bilo 45 kišnih dana u nekim područjima i opet je bila u plusu. Vrijeme jest važan čimbenik, ali nije pao snijeg.

● **Biste li i snijeg u srpnju**

tumačili kao atrakciju za turiste i nešto dobro za turizam?

- Uzmimo za primjer Makarsku, koja se sa svojom okolicom turizmom bave čitavo stoljeće. Vjerujem da bi oni znali iskoristiti i taj trenutak. Prije mjesec dana posjetili smo i Makarsku i s gradonačelnikom razgovarali da će Grad Makarska aplicirati za projekt žičare na Biokovu. Oni su, očito, spremni.

● **Što smatrate nedostatkom u turističkoj ponudi?**

- Mi imamo uvijek isti izazov - i dalje nedovoljno proizvoda i nedovoljno dobro razvijene destinacije. Od lani do sada puno smo napravili, primjerice, na uređenju plaža. Istrazivanja na tržištima su pokazala da su nam plaže teško dostupne, da nisu prilagođene djeci, da nema dovoljno pješčanih plaža te da plaže nemaju dovoljno sadržaja osim sunca i mora. I to moramo riješiti jer ono što se možda nama sviđa nije nužno ono što turisti traže.

● **Najavili ste privlačenje turista iz Kine. Kako ćete ih dovesti?**

- To je specifično tržište za koje je preduvjet institucionalna suradnja među državama, a to smo odradili. Išli smo u Kinu, razgovarali smo s njihovom agencijom za turizam i agencijom za civilno zrakoplovstvo. Dogovorili smo nas-

tup u Šangaju na sajmu sredinom listopada. Smisao je dogovoriti suradnju kompanija koje nude smještaj i turoperatore. Kinezi traže potencijalnog avioprijevoznika i radimo na tome da početkom jeseni dovedemo u Hrvatsku grupu kineskih novinara koja će u njihovim medijima predstaviti Hrvatsku.

● **Što ćemo mi ponuditi Kinima?**

- Oni traže sve osim sunca i mora, kao i sva daleka tržišta. Kad Amerikanci hoće sunce i more, oni idu u Meksiko i na Karibe, a kad Kinezi hoće sunce i more, onda idu na Tajland ili u Australiju. Sve daleke destinacije, a to smo njima mi, posjećuju zbog kulturne baštine, prirodnih ljepota. Oni u tom smislu imaju neke specifične zahtjeve.

● **Kakve?**

- Putovanje traje 15 dana, moraju obići tri do četiri države i boravak na jednome mjestu u prosjeku traje jedan i pol dan, u koliko im treba ponuditi kvalitetan sadržaj.

● **Branša kaže da žele zelenilo, nacionalne parkove, Gorski kotar...**

- Da, ali žele i Dubrovnik i Split. Ono što doista žele jest da značajno poboljšamo i dosta uložimo u vodičku službu. Njihovi gosti su nezadovoljni njihovim vodičima jer smatraju da ih nedovoljno detaljno uvedu u bit povijesti nekog

mjesta. Žele lokalnog vodiča koji govori kineski jer ne govore engleski.

● **Čak 150 tisuća ljudi je na Ultru u Splitu, lani su previše plaćali smještaj, ove godine su cijene podignute i do devet puta...**

- Cijena je bitan segment koji u perspektivi treba biti tema destinacijskog menadžmenta. Bilo bi dobro napraviti preporučene cijene. Lani su prevelike cijene bile problem, ako su ove godine još veće, možda iduće godine neće biti odaziva na Ultru. Destinacijski menadžment to treba riješiti. Politiku cijena definira tržište i na mnogim mjestima su cijene u posebnim prilikama višestruko veće.

● **Što bi bila preporučena cijena u slučaju Ultrine?**

- Ono što se na tržištu može postići. U danoj prigodi cijena može biti i višestruko veća, ali treba biti na određenoj razini kvalitete.

● **U stihiji dižu cijene preko svake granice...**

- Tada se gosti neće više vratiti, pa neće biti prilike ni za kakvu cijenu. S druge strane, cijene ne može kontrolirati nitko, svatko ih formira iz godine u godinu.

● **Zašto Rusi još čekaju vi-ze za Hrvatsku i do mjesec dana?**

- To nije točno. Nijedna vizu oве godine nije izdana u roku duljem od pet dana.

ZMA, O REZULTATIMA OVE SEZONE

Otvorni
INTERVJU



'Idući tjedan usvojit ćemo prijave za direktora HTZ-a i započeti s razgovorima, pa vjerujem da će imenovanje uslijediti uskoro'

● Ako odlučimo da ne želimo više Rusa, kako implicirate, kako ćemo to nadomjestiti?

- Ponavljam, mi ni ne razmišljamo o odustajanju od Rusa. No, s obzirom na neke okolnosti na koje ne možemo utjecati, prilagodavamo naše mjere kako bi bile efektivnije na ruskom tržištu. Uvijek će biti fluktuacije i trendovi na tržištima će iz godine u godinu biti promjenjivi. Tako, recimo, ove godine imamo više dolazaka s britanskog tržišta, koje nam se vraća na brojke od prije 20 godina, kao i sa skandinavskog tržišta, a moramo i dalje raditi ozbiljnije na njemačkom tržištu.

● Zašto se Britanci vraćaju?

- To je rezultat aktivnosti na tom tržištu u posljednjih nekoliko godina i podizanja segmenata naše ponude za koju su Britanci jako zainteresirani. Na tom tržištu imamo 7 posto više noćenja ove predsezona i vjerujem da će u sezoni još više rasti. U predsezoni nam je došlo 350 posto više gostiju iz Južne Koreje, njih 102 tisuće do kraja lipnja, a lani ih je u cijeloj godini bilo 75 tisuća. Korejci dolaze u priobalje, a značajnije su počeli dolaziti zbog njihove serije koja se snimala u Zagrebu, Rastokama i Plitvicama. Korejaca bi moglo biti više od 300.000 do kraja godine nastavi li se trend.

● Kada će Hrvatska turistička zajednica konačno dobiti direktora ili direktoricu?

- Idući ćemo tjedan usvojiti prijave koje su kompletne i početi s razgovorima, pa vjerujem da će imenovanje uslijediti uskoro, nakon čega će turističko vijeće izabrati i šefove predstavništava.

● Kada ćete raspisati natječaj za Kupare?

- Daleko smo odmaknuli. Natječaj se piše. Kriteriji su određeni i ići će na sjednicu Centra za restrukturiranje. Onda ide natječaj.

● Hoćete li objaviti natječaj sada, u ljeto?

- Što se mene tiče, možemo, ali tada ćemo odrediti da rok za obvezujuće ponude bude 90 dana, a ne 60, kako nitko ne bi rekao da zbog ljeta nije stigao pripremiti ponudu.

● A natječaj za Brijune?

- Sljedeći tjedan imamo interni sastanak. Ministarstvo zaštite okoliša je pripremila prijedloge za najbolje korištenje otoka Veliki Brijun. Imamo nekoliko varijanti i sada se moramo zajedno odlučiti.

● Što ako sezona bude ipak lošija od lanijske?

- Neće biti.●