

Evidencijski broj / Article ID: 14381868
Vrsta novine / Frequency: Tjedna
Zemlja porijekla / Country of origin: Hrvatska
Rubrika / Section:



DARKO LORENCIN,

ministar turizma:

U PRIVATIZACIJU SAD
IDU HOTELI MAESTRAL,
PLAT I IMPERIAL RAB



INTERVJU

DARKO LORENCIN, ministar turizma:

U privatizaciju sad idu hoteli Maestral, Plat i Imperial Rab

razgovarala ŽELJKA LASLAVIĆ
 zeljka.laslavic@tderpress.hr

Kad je prije deset mjeseci Darko Lorencin postao čelna osoba Ministarstva turizma, turistički radnici govorili su da nema jednake kapacitete kao njegov prethodnik Veljko Ostojić. Iako je ministar turizma trenutačno možda najzahvalnija politička funkcija u Hrvatskoj, ispada da nije baš tako. Uz uspješno zaključenu sezonu u tišini je nastavio provoditi sve započete mjere koje su turizmu nužne već desetljećima. Počela je privatizacija Kupara, što je bio prvi korak prema novom valu ulaganja koji bi hrvatskom turizmu trebao dovesti nov profil ozbiljnih ulagača iz svjetske turističke industrije.

• Natječaj za Kupare ova je vlada najavljivala od kraja 2012., no rokovi su se stalno pomicali. Gdje je zapelo?

- To što smo tek nedavno dobili Registar imovine dovoljno govori o tome koliko su projekti poput Kupara bili 'pripremljeni'. Svaka faza donosila je nešto novo. Napravljeno je mnogo posla, poput sređivanja zemljišnih knjiga, novih mjerenja, ponajviše u suradnji s DUUDI-jem, MORH-om, Ministarstvom kulture. Timskim radom uspjeli smo napraviti projekt koji može ići u javni poziv prema ulagačima. Sada napokon imamo datum. U idućih

trideset dana predstavit će se ulagači i preuzeti dokumentaciju. Nakon toga Povjerenstvo će formulirati konačni natječaj i Vladi sugerirati najpovoljniji odabir i zatim će ulagači imati šezdeset dana da dostave obvezujuće ponude.

• Stoji li pred hrvatskim turizmom nov val ulaganja, i to onaj na kojem neće jahati ulagači poput onih koje smo imali 90-ih? Za Veliki Brijun konzultanti govore da će to biti prvi transparentan projekt u hrvatskom hotelijerstvu.

- Vidjet ćemo hoće li biti prvi ili drugi, tu su i Kupari. Sve na neki način evoluirala i jasno je da, ako gledamo cijelu priču vezanu uz ulaganja, Hrvatska prije svega treba postati investicijsko odredište. Turizam je posebno osjetljiv jer je i kapitalno i radno intenzivan. Uključuje velika ulaganja i poslije velike troškove upravljanja. Naime, za uspjeh hotelijerskog biznisa danas je menadžment na prvome mjestu jer o tom umijeću na kraju ovisi profitabilnost hotela. Ova vlada napravila je mnogo na vraćanju povjerenja ulagača. Oprez je jedan od razloga zbog kojih je projekt Kupara išao sporije. Pred ulagače želimo izaći sa stvarnim stanjem. Htjeli smo potpuno počistiti lokaciju, posve ukloniti rizike. O tome ovisi hoće li vam se na natječaj javiti mešetari i nekretninski biznis ili ulagači iz industrije. Tko je god u Ministarstvo dolazio na razgovore, odmah mu je rečeno da će to biti javni natječaji, što je jedini pravi način da omogućimo tržišno natjecanje. Zbog toga dobivamo najboljega, što nam je konačni cilj, a onda

ćemo imati kvalitetan turistički proizvod i turizam. Kupari i Veliki Brijun jako su nam važni jer među ulagačima moraju stvoriti pozitivnu sliku o Hrvatskoj kao investicijskom odredištu, drukčiju od one koje su stekli na projektima poput Brijuna rivijske.

• Možete li definirati najboljega?

- Idemo na iskaz interesa kako bismo prikupili točne informacije kakav je stvarni interes za Kupare. Nakon toga naš je cilj utvrditi prema kojem turističkom proizvodu idemo jer ne smijemo dopustiti da na tom području nastane proizvod koji će narušiti daljnji razvoj odredišta. To treba biti najtraženiji kvalitetan proizvod na tržištu: Župa dubrovačka sa svom infrastrukturom, uključujući zračnu luku, investicijski je iznimno atraktivna, a okolica Kupara uključuje i ulaganja HUP-a Zagreb u Srebrenom; zatim Plat koji ide u privatizaciju, Cavtat kao lokaciju s pet zvjezdica te na kraju Dubrovnik. U tim okvirima treba postaviti proizvod koji će najbolje iskoristiti sve te prednosti i pozitivno utjecati na okružje. Pritom mora biti u skladu sa strateškim dokumentima, u prvom redu strategijom razvoja turizma Dubrovačko-neretvanske županije i Republike Hrvatske.

• Znamo li mi što želimo razvijati u Kuparima ili čekamo da nam to kažu ulagači?

- Od Kupara ponajprije želimo proizvod s četiri plus, pet zvjezdica. Ondje je predviđeno mnogo kreveta, 1600. Ovisno o potražnji na tržištu, vidjet ćemo kako će to biti strukturirano. U svakom

ACI treba ostati u državnom vlasništvu, ali uz investicijski ciklus u nove marine i poboljšanje kvalitete. Osnovna je zamisao da mirovinski fondovi dokapitaliziraju tvrtku



Foto: Dražen Lapić

slučaju, riječ je o proizvodu koji treba biti hotelski smještaj najsuvremenijeg oblika s ponudom sadržaja koji idu u prilog pet zvjezdica, dakle wellnessa, bazena i sličnoga. Ulagачi odlučuju o tome koliko će ulaziti u specijalne niše i specijalizirati taj proizvod za određeni tržišni segment. Nama je najvažnije da dovedu mnogo turista više platežne moći. Riječ je o 1600 kreveta i potencijalu od najmanje trideset milijuna eura godišnjih prihoda. Prema dosadašnjemu iskazanom interesu očekujem da ćemo imati težak posao u odabiru. Međutim, to su slatke muke.

• Česte su primjedbe dosadašnjih ulagača bile da im povrat na ulaganja nije dovoljno brz jer nisu mogli prodati odnosno etažirati dio nekretnina. Sad im je to zakonski omogućeno.

- Hrvatska po određenim financijskim modalitetima i načinima uporabe turistički zaostaje za drugim svjetskim zemljama, pa čak i u užem okruženju, ne samo po količini višenamjenskih projekata i etažiranja nego i više kapitalnih varijanta koje omogućuju prikupljanje manjih iznosa kapitala, od deset do pedeset tisuća eura pojedinačnih uloga, koji bi se na osnovi suulaganja mogli prikupljati prema određenim načelima i načinima uporabe, uvijek načinima uporabe prostora u skladu s prostornim planovima. Razmatramo takve modele jer vjerujemo da će dodatno pokrenuti i poboljšati investicijski ciklus.

• Hoće li taj model biti primjenjiv i na privatizaciju tvrtki u državnom portfelju?

- Ne. Uglavnom će biti primjenjiv na 'greenfield'-investicije.

• Ima li takvih na vidiku?

- 'Greenfield' u turizmu imat ćemo kad iskoristimo i posljednji 'brownfield'. Privatizacijski postupak turističkih tvrtki u državnom vlasništvu i vojnih nekretnina još je jeftiniji i jednostavniji za ulagače, a u Hrvatskoj ih imamo sigurno još desetak velikih.

• Hotelske tvrtke u državnom vlasništvu petnaest su godina sustavno propadale premda su se periodično za njih raspisivali natječaji za privatizaciju. Po čemu će 'vaši' natječaji biti drukčiji?

- Na prvome mjestu moraju biti transparentnost i želja da se napokon nešto napravi s tim portfeljom bez ikakvih skrivenih namjera i protežiranja. U ➔

INTERVJU

DARKO LORENCIN, ministar turizma

➔ konkretnim slučajevima privatizacija nije rasprodaja obiteljskog srebra. Vrlo se lako mogu prikupiti brojke o tome koliko je sedam tvrtki koje su prošle postupak predstečajne nagodbe u tih petnaest godina progutalo novca poreznih obveznika - svaka od njih između dvjesto i tristo milijuna kuna. Čast iznimkama poput Imperiala Rab, Hotela Makarska, Maestrala koje su održale aktivnosti i danas stvaraju dobit. Međutim, ni one nisu ostvarile razvojni zamah ni financijske učinke kakve bi imale s privatnim ulagačem koji ima tržište. Kad zbrojimo sve kapacitete sedam tvrtki u državnom portfelju, dobivamo više od deset tisuća kreveta i vrlo velik, još nedovoljno iskorišten potencijal. Hipotetski možemo tvrditi da smo u proteklih dvadeset godina, bez obzira na okolnosti, sa svim tim tvrtkama izgubili šesto milijuna eura prihoda, od kojih bi dvjesto milijuna bilo za plaće radnikâ, čiji porez i davanja na plaću nisu ostvareni i uplaćeni državi.

• **Prema informacijama ulagača koji su svojedobno iskazivali interese, problem je bila ne-realna cijena. Jesu li te cijene promijenjene?**
 - Iako gotovo sve te tvrtke kotiraju na burzi, promet njihovim dionicama nije dovoljno reprezentativan da bi mogao odraziti njihovu tržišnu vrijednost. Stoga će se svaka od njih procijeniti i utvrditi njihova tržišna vrijednost.



• **I prije su se procjenjivale. Znači, sve ispočetka?**

- Jesu, ali to će se raditi dinamičkim metodama koje ocjenjuju tržišnu vrijednost tvrtki, jer ulagač traži tržišnu vrijednost. Ako su nekretnine pod hipotekama, koje su vrlo često potpuno zauzete, pitanje je je li tvrtka sposobna vraćati te kredite i stvarati dobit, što, nažalost, sa svim tim tvrtkama nije bio slučaj.

• **Smatrate li Karisma Hotels Adriatic, turističku tvrtku u suvlasništvu Agrokorâ,**

TUI-ja i Karisma Internationala, pouzdanim ulagačem?

- Kad s Karismom dodemo do trenutka procjene može li provesti određeni investicijski projekt, onda ćemo to znati reći.

• **Ali već je dala ponudu za Živogošće.**

- U slučaju Živogošća posve je pouzdana. Imala je sva jamstva, ugovore, ispunjeno je sve što je traženo.

• **Tko je sljedeći na redu nakon Kupara i Velikog Brijuna?**

- Tri su najizglednija projekta za privatizaciju hotela Maestral, dubrovački Plat te Imperial Rab. Najsredniji su i iskazuju dobit. S DUUDI-jem, koji je zadužen za upravljanje imovinom, a mi za razvoj turizma, surađujemo na slučajevima predstečajnih nagodbi i pripremamo privatizaciju tih poduzeća. Osim njih tvrtka Jadran Crikvenica izašla je iz stečajnog postupka i nakon što se formiraju uprava i nadzorni odbor, također ide u privatizacijski postupak.

• **Treba li, prema vašem mišljenju, ACI ostati u državnom vlasništvu?**

- Rekao bih da treba jer ACI stalno ostvaruje dobit. Treba mu investicijski ciklus u nove marine i poboljšanje kvalitete u sadašnjima kako bi postale konkurentnije. Osnovna je zamisao da mirovinski fondovi dokapitaliziraju tvrtku. Tako bi ACI dobio kvalitetne izvore financiranja prije spomenutih ulaganja i kao profitabilna tvrtka pridonosio punjenju mirovinskih fondova. Vjerujem da to možemo sami. ■

Dugoročno, PDV na smještaj treba vratiti na 10%

U OVOM TRENUTKU VEĆA JE NUŽDA KONSOLIDIRANJE PRORAČUNA

• **Hotelijeri su se dignuli na noge nakon što im je Vlada povećala PDV i tražili od nje da povuče tu odluku. Kakvi su im izgledi?**

- U ovom trenutku veća je nužda da se konsolidira financijski račun države. Glavno je pitanje smještaja, kojem se PDV podignuo s deset na trinaest posto. Međutim, u skladu s pravilima EU, Hrvatska može imati tri vrste stope PDV-a. Budući da je turizam u međustopi s drugim proizvodima, jednostavno nije bilo načina da se stopa za smještaj diferencira, tj. smanji ili ostane na istoj razini od deset posto. To nam svakako ostaje kao dugoročna težnja da smještaj 'vratimo' na odgovarajuću, nižu razinu. Kad je riječ o ugosti-

teljstvu, PDV na hranu i piće bio je 25 posto pa je smanjen na deset i sada je trinaest posto. Osim toga Vlada je privatnom sektoru na račun manjih doprinosa i drugim relativno manjim, ali isto tako važnim mjerama olakšala poslovanje, primjerice Zakonom o povremenim poslovima, kojim ugostiteljstvo izlazi iz sive zone. Donijeli smo i Zakon o poticanju investicija kojim se ulagače oslobađa poreza na dobit i u deset godina mogu ostvariti povrat i do četrdeset posto uloženog iznosa s pomoću poreznih i drugih olakšica. Moram priznati da me začuđuje što je do sada samo jedna tvrtka od jeseni 2012. iskoristila tu mogućnost, a to je Istraturist iz Umaga.