

Evidencijski broj / Article ID: 14904100
Vrsta novine / Frequency: Dnevna
Zemlja porijekla / Country of origin: Hrvatska
Rubrika / Section: Naslovnica

An advertisement for the magazine 'POGLED'. On the left is a tilted image of the magazine cover featuring a man in a dark shirt. The main text is on a dark background with a white border. It reads: 'DANAS PRILOG' in white, 'DARKO LORENCIN, MINISTAR TURIZMA' in white, and 'Borit ću se da PDV na smještaj bude maksimalno 10 posto' in large, bold, black letters. Below this, it says 'POGLED, str. ►► 4. i 5.' in white. On the right is a photograph of Darko Lorencin, a man in a white shirt and dark tie, resting his chin on his hand in a thoughtful pose.

DANAS PRILOG
DARKO LORENCIN,
MINISTAR TURIZMA
**Borit ću se
da PDV na
smještaj bude
maksimalno 10
posto** POGLED, str. ►► 4. i 5.

MINISTAR TURIZMA O PROBLEMIMA U TURISTIČKOM SEKTORU, »SRPANJSKOJ RUPI

BORIT ĆU SE DA PDV NA SMJEŠTAJ bude maksimalno 10 posto

Treba pokrenuti i naći dodatna tržišta. To je ključ. Ali i složen proces poput zaokreta broda. Neke destinacije poput Istre su uspjele napraviti miks drugih tržišta kako bi, primjerice, nadomjestile manjak ruskih turista. Međutim, za to treba vremena. Rekao bih tri godine

Alenka JURČIĆ, snimio Darko JELINEK

Stanje državnih financija i ove će godine u velikoj mjeri ovisiti o ishodu turističke sezone, odnosno turističke godine. Nakon pluseva u prvih šest mjeseci, turistički promet pokazuje značajan pad tijekom početka srpnja i takozvane srpanjske rupe. Ovo je samo dio problema s kojim se suočava turistički sektor, a o kojima smo razgovarali s ministrom turizma Darkom Lorencinom. Tu je i pitanje povećanog PDV-a, konkurentnosti, punjenja pred i posezone.

Prema informacijama turističkih djelatnika »srpanjska rupa« je ove godine jako izražena. Je li se dovoljno učinilo da se njeni efekti ublaže?

– Doista je ove godine srpanjska rupa vrlo izražena, naime, došlo je do velikih pomicanja kalendara. No imat ćemo srpanjsku rupu i 2023. godine ako se budemo i dalje ovako ponašali. Nju treba rješavati na razini destinacije jer i ove godine će pojedine destinacije bilježiti pozitivne, a pojedine ne baš tako dobre rezultate. Na toj razini potrebno je da svi relevantni sudionici u turističkom prometu još tješnje u suradnji naprave pomake koji će rezultirati otvorenjem novih tržišta i postupnom eliminiranju tih negativnih kretanja. Stoga se jako zalažemo za Program pred i posezone (PPS), a za koji je javni poziv objavljen i destinacije se na njega mogu javiti do kraja mjeseca sa svojim projektima.

Smatrate li da su zbog intenziteta ovogodišnje srpanjske rupe trebale biti održane dodatne marketinške aktivnosti kako bi se potaklo goste da ipak dođu?

– Sve aktivnosti su redovito održane. Radi se o tome da treba pokrenuti i naći dodatna tržišta. To je ključ. Ali i složen proces poput zaokreta velikog broda. Neke destinacije poput Istre su uspjele napraviti

miks drugih tržišta kako bi, primjerice, nadomjestile manjak ruskih turista. Međutim, za takav zaokret i uvođenje novih tržišta, što znači i eliminiranje srpanjske rupe, treba vremena. Rekao bih tri godine.

Činjenica je da se mnogo

čimbenika ove godine poklopilo, ali u kalendaru i vremenskim prilikama ne treba tražiti isprike. Mogu prihvatiti djelomičan utjecaj na kampove, ali u globalu ne. Potrebno je proizvod prilagoditi tržištima na koja se ide, a možda treba diferencirati i cijene. Upravo zato je vrlo važno mnogo bolje i jače povezati sve segmente sektora. »Sunce i more« nam je glavni proizvod i to će još dugo ostati, no na njemu imamo još puno za napraviti i nedopustivo je da srpanj bude posjećen ovakvim intenzitetom što sektoru u financijskom smislu ne daje sigurnost.

Mjere konsolidacije

Često se govori o konkurentnosti hrvatskog turizma. Međutim, PDV je povećan s 10 na 13 posto, kod dijela agencija se na maržu plaća 25 posto... Vrlo jasnu poruku je po tom pitanju nedavno dao Gustav Wurmböck, predsjednik Nadzornog odbora Valamar grupe, navevši kako je »povećanje PDV-a dodatno smanjilo profitabilnost i usporilo investicije«?

– To su bile mjere konsolidacije u kojima je turizam također dao doprinos sredivanju financijske situacije u zemlji. Povećanjem međustope se prikupilo dodatnih 600 do 700 milijuna kuna, od čega u samom turistič-

kom sektoru 250 milijuna kuna. Bilo je nužno da se stabilnost održi, a gospodin Wurmböck je na istom mjestu također istaknuo jednu bitnu stvar, a to je da su gotovo sve investicije u ovoj i drugim tvrtkama bile financirane kreditima Hrvatske banke za obnovu i razvoj (HBOR). Ova Vlada je ovih godina s oko milijardu proračunskih kuna godišnje ojačala temeljni kapital HBOR-a čime se generiraju kreditne linije i za poduzetnike u tu-

Kreditne linije za poduzetnike u turizmu su jedan od ključnih motora razvoja turističkog sektora – krediti s kamatom od 3 do 5 posto i dugom ročnošću od 17 godina

rizmu. To je jedan od ključnih motora razvoja turističkog sektora, krediti s kamatom od 3 do 5 posto i dugom ročnošću od 17 godina.

Dakle, je li to povećanje međustope PDV-a utjecalo na konkurentnost sektora ili ne?

– Da, izravno je smanjena profitabilnost. Kao ministar turizma smatram da je to jedna od privremenih mjera te da PDV na smještaj treba biti maksimalno 10 posto i do kraja mandata ću se boriti za to da se to korigira.

Velik problem pokazao se i kod uvođenja PDV-a od 25 posto na prijevoz putnika za strane autobuse koji rade ture u Hrvatskoj. Tu je i problem papirologije?

– Stopa od 25 posto doista je najviša u Europi. Inače, tijekom protekle godine i ove zime smo s Poreznom upravom radili na pojednostavljenju registracije i prijave poreza. Administrativne prepreke posebno su pogodile male autobuse koji rade jednokratne, dvokratne posjete. No čak i da Hrvatska odustane, isti sustav imate u Sloveniji.

Da, ali uz stopu od 9,5 posto?

– Točno, no proceduru prolaze i tamo. Inače, o tom pitanju smo imali razgovore s njemačkim autobuserima u nekoliko navrata, upoznati smo s modelima nekih drugih zemalja i već smo pojednostavili proceduru pri čemu nam je Porezna uprava izašla u susret. S tim ćemo govoriti o snižavanju stope, no u planu je da se to preispita.

Suvlasnička zajednica

Ovog tjedna ste na Pagu najavili promjene oko Zakona o turističkom zemljištu. O čemu je riječ?

– Samo u kampovima imamo 200 milijuna eura investicijskog potencijala, no sigurno da privatni sektor, dok nema čistu situaciju, neće pokretati značajnije investicije. Već nekoliko mjeseci radimo na tome da im

to omogućimo kroz ove izmjene. Sklon sam tome da se postojeće zakonsko rješenje prilagodi te ojača podzakonskim aktima kako bi se poboljšala provedba i kako bismo imali konzistentno rješenje. Država tu ima dvojak interes, primarno zaštititi svoja prava po osnovi vlasništva nad turističkim zemljištem, ali i staviti tu imovinu u funkciju te temeljem nje ostvarivati veće prihode.

Što se konkretno mijenja?

– Sada imamo definiran koncept suvlasničke zajednice koji, očito, nije zaživio. Ne govorimo da je on loš, ali je vrlo teško naći jedinstven model kojim bi se riješili svi primjeri na terenu. To je gotovo nemoguće. Stoga zakonsko rješenje mora biti dovoljno fleksibilno, ali istovremeno i determinirano da pruži oslonac za razvoj od slučaja do slučaja. Isto tako, s kolegama iz Ministarstva pomorstva kroz novi Zakon o pomorskom dobru nastojimo riješiti pitanje zemljišta koje je turističkim tvrtkama ušlo u temeljni kapital, a nakon toga postalo pomorsko dobro.

Kad govorimo o nametima, zbog čega se ide u povećanje cijene boravišne pristojbe? Kada bi, ako se ta odluka donese, gosti trebali početi plaćati višu boravišnu?

– Zbog uspostave destinacijskog menadžmenta. Taj novac trebamo za nove turističke proizvode, manifestacije, za znatno intenzivnije od-

DEBIROKRATIZIRAMO HTZ

Pred Vama i Turističkim vijećem je i izbor čelnog čovjeka HTZ-a. Izbor direktora HTZ-a je digao popriličnu buru u javnosti, što zbog smjene direktorice, što zbog neuspjelog natječaja. Zbog čega je posljednji natječaj poništen? Naime, u javnosti se govori da se radilo o političkom sukobu SDP-a i IDS-a.

– O tome će Turističko vijeće raspravljati na sjednici 23. srpnja. Doista nije riječ o nikakvom političkom sukobu, već Povjerenstvo za odabir koje je činilo pet članova, nije postiglo suglasje. Tražio sam da Turističkom vijeću predlože jednog kandidata, no stigla su dva prijedloga te sam nakon razgovora sa članovima Vijeća dao prijedlog da se natječaj poništi. Bilo je, naime, vidljivo da odluku ne možemo donijeti jednoglasno, a smatram da se oko toga treba postići velika većina.

Dobro, kakvu osobu na tom mjestu želite vidjeti?

– Menadžera. U javnosti vjerojatno mjesto direktora HTZ-a zvuči kao jedno od najljepših radnih mjesta. Međutim, to je posao kao i svaki drugi te prije svega traži menadžerske vještine. Imamo i sustav predstavništava u inozemstvu koji treba pokrenuti i racionalizirati.

U kojem smislu racionalizirati? Gasiti?

– Prilagoditi ga potrebama. No ne i gasiti. Treba vidjeti stvarnu učinkovitost. Moj je dojam da se taj sustav vrlo malo koristi. Na istoj sjednici Vijeća u srijedu imenovat ćemo 11 novih direktora Predstavništava i od njih ćemo stvarno tražiti potpuni angažman. To je imperativ.

Je li cijela ta priča oko izbora direktora Glavnog ureda »mrlja« na imidžu HTZ-a

te je li trebalo ostaviti čelno mjesto nacionalne TZ ostaviti toliko mjeseci prazno?

– Nije ostavilo »mrlju« i postojali su razlozi za promjenu. Osim toga, od sredine ožujka do danas, moj pomoćnik i moj zamjenik su na dnevnoj bazi u Glavnom uredu. Po potrebi i ja. Sve aktivnosti su u potpunosti redovito provedene, odrađene su i dodatne aktivnosti oko oglašavanja u lipnju te pripreme za dodatno oglašavanje za posezonu. Sve aktivnosti su ne samo redovite, već su i ubrzane, a započeti su i neki projekti koji su izuzetno bitni poput PPS programa i Turističkog informacijskog sustava (TIS) koji ide u primjenu 1. siječnja, a u potpunosti će zaživjeti do 1. lipnja iduće godine... Rekao bih da debirokratiziramo HTZ. A natječaj za udruženo oglašavanje će ići već do kraja kolovoza.

« POVEĆANJU PDV-a, KONKURENTNOSTI I SEZONI

Darko Lorencin



HTZ ZA SVE PRIMJENJUJE METODOLOGIJU JAVNOG POZIVA

Samostalni sektor za suzbijanje korupcije Ministarstva pravosuđa krajem prošle godine je u svom izvješću ukazao na netransparenost sustava, posebno u smislu činjenice da TZ-i nisu obveznici javne nabave, osim onih koji se financiraju preko 50 posto iz državnog proračuna. Hoće li se u novom Zakonu po tom pitanju što mijenjati?

– Promjena je već puno napravljeno. I Državna revizija je napravila izvješće za 2012. koje je išlo na Vladu i Sabor. Kontrolirano je 68 subjekata, među njima i Glavni ured HTZ-a, i nekakvih grubih nepravilnosti nije bilo. Prema preporukama se rade korekcije tako da vjerujem da će se već i ove naredne godine korigirati. Inače, HTZ za sve primjenjuje metodologiju javnog poziva. Povjerenstva po principima javne nabave razmatraju prijave i Turističkom vijeću daju prijedlog kako raspodijeliti novac.

KRITERIJI ZA IMPERIAL: JAMSTVO ZA INVESTICIJU, KVALITETU I DUGOROČNOST

U kojoj je fazi privatizacija Imperiala Rab? Kako će se definirati njegova cijena, obzirom da prema dostupnim informacijama nije napravljena revalorizacija društva?

– Znam da je napravljena procjena vrijednosti tvrtke, koju je naručio CERP obzirom da se dionicama posljednje vrijeme nije trgovalo u značajnijoj mjeri, te da će sukladno pravilima CERP oglašiti prodaju. Uloga Ministarstva turizma je definiranje kriterija za dovođenje kvalitetnog investitora, obzirom da je na Rabu iznimno istaknuto da o toj tvrtki praktički ovisi čitava destinacija i turizam otoka. Želimo dovesti renomiranog investitora koji će ponuditi najbolju cijenu, ali uz određene uvjete, i s kojim ćemo biti sigurni da će u relativno kratkom roku unaprijediti čitavu destinaciju.

Sindikalisti su nedavno upozorili da kod prodaje treba voditi računa i o zaposlenima. Kojim ćete se kriterijima kao ključnima, dakle, voditi kod odabira investitora?

– Jamstvo za investiciju, kvalitetu i dugoročnost. Ako bude toga bit će još više radnih mjesta.

Zbog čega se imena zainteresiranih investitora drže u tajnosti?

– Imperial je društvo koje kotira na burzi i ponašamo se apsolutno sukladno pravilima burze. Ništa se tu ne tajni.

vijanje programa i povećanje atraktivnosti destinacije.

Je li to oportuno u ovom trenutku, obzirom i na povećanje PDV-a?

– Gledajte, apsolutno nema nikakvih zapreka da to ne uvrstimo na sljedeću sjednicu Vlade, usvojimo i tako riješimo to pitanje. Naravno da se to neće dogoditi. Dapače, posljednja tri tjedna razgovaram s predstavnicima privatnog sektora kako bismo došli do najboljeg rješenja. Govorimo, dakle, o generalnom korigiranju boravišne pristojbe sa 7 na 9 kuna u top sezoni u A kategoriji destinacija. Stvar je u tome da, kako god okrenemo, teret pada na leđa privatnog sektora. Smatram da stoga treba ići fazno, a ne preko noći jer nije ni potrebno. Taj će se novac namjenski koristiti što ćemo jamčiti kroz novi Zakon o turističkim zajednicama. Osnova je da se mijenja postojeća raspodjela te ćemo 5 posto spustiti od HTZ-a na županijsku razinu. Time će se proračuni županijskih TZ-a povećati za 50 posto. Sve s ciljem da taj novac koriste, što će biti zakonski propisano, za ojačavanje destinacije i uspostavu turističkog menadžmenta.

Isto tako, u proračunu HTZ-a postoji mogućnost racionalizacije i ukoliko kroz nju uspijemo pokriti financiranje programa PPS-a, u

narednih godinu dana neće biti potrebe za podizanjem boravišne pristojbe.

Turističke zajednice

O budućem Zakonu o TZ-ima je mnogo rečeno, međutim, prosječnom građanu je prilično nejasno što on donosi – hoće li se ukidati manji TZ-i, što znači da će županijski TZ-i biti zaduženi za razvoj proizvoda?

– Uzmimo opet za primjer srpanjsku rupu koju ćemo time nastojati eliminirati. Poanta je u tome da se sve razine i svi učesnici u turističkom prometu stavljaju u funkciju toga. Od jedinica lokalne samouprave koja ima novca za uređenje mjesta, manifestacije... Potom su tu turističke zajednice koje moraju povezivati sve sudionike i rukovoditi inicijativama. Zadužene su za razvoj destinacije, osmišljavanje proizvoda, generiranje razvojnih politika i generalno upravljanje destinacijom. Privatni sektor se treba odrediti na koja tržišta se želi dodatno fokusirati. Konkretno, trebaju nam nova tržišta kojima ćemo pokriti rupu u srpnju. Za to moramo pokrenuti čitav sustav oglašavanja, ulaska na nova tržišta, odrediti kojim proizvodima nastupiti na tim tržištima. Primjerice, ako krenemo prodavati plaže Kine-

zima i Amerikancima, efekta neće biti. Jer ovi gosti u Hrvatsku ne dolaze zbog mora.

Hoće li to značiti i potrebu da se mijenja način razmišljanja ljudi koji žive u destinaciji? Očito je da će morati shvatiti kako mora-

! Moramo pokrenuti čitav sustav oglašavanja, ulaska na nova tržišta, odrediti kojim proizvodima nastupiti na tim tržištima. Ako krenemo prodavati plaže Kinezima i Amerikancima, efekta neće biti jer ovi gosti ne dolaze zbog mora

ju raditi zajednički jer im je interes u konačnici isti, više gostiju i više novca.

– Svakako. Iako imamo odličnih svijetlih primjera i u praksi. Opatijska rivijera, Krk... Neko mjesto samo po sebi na tržištu malo znači, ali jedna Opatijska rivijera svakako ima težinu. Isto kao i jedan Krk, Lošinj... Dakle, ne želimo da se turizam promovira deklarativno, već destinacija mora imati svo-

jevrstan business plan po kojem će se konkretno raditi na tome. Bez takvog pristupa, imat ćemo rast, dvije, tri, možda i četiri godine. Ali pete ga više neće biti. Jer naši konkurenti drastično mijenjaju strukturu ponude i taj korak moramo držati.

Ako govorimo o zakonu o TZ-ima, župani kontinentalnih županija su iskazali protivljenje spajanju županijskih turističkih zajednica. Je li to povezivanje potrebno?

– Dat će se mogućnost udruživanja na dobrovoljnoj bazi. Ako ćemo karikirati, gostu nije bitno gdje završava Karlovačka, a gdje počinje Ličko-senjska županija. Ali Plitvice im nešto znače kao destinacija. Ovdje govorimo o destinaciji koja ima daleko najveći potencijal na kontinentu, imamo velik broj turista, a moja je slobodna procjena da od njihova dolaska uspijevamo ostvariti tek 30-ak posto u odnosu na ono što bismo mogli.

Ostaju li u novom Zakonu i dalje čelnici lokalnih i regionalnih samouprava predsjednici TZ-a? Po Vama, što su prednosti, a što nedostaci takvog sustava?

– To ostaje otvoreno pitanje o kojem smo s turističkim djelatnicima razgovarali po cijeloj Hrvatskoj. Čak se dogodilo da je prilikom glasanja o tome u Splitsko-dal-

matinskoj županiji rezultat bio točno pola za, pola protiv. Osobno bih malu prednost dao tome da župani, gradonačelnici i gradonačelnici ostanu predsjednici TZ-a. Ključno je da prvi čovjek županije, općine ili grada bude involviran jer je cjelovit teritorij uključen u turizam.

Ove godine velik napredak se napravilo u povezivanju obiteljskog smještaja kroz integrirane i difuzne hotele, sufinancira se gradnja bazena... Može li se stoga i dalje govoriti o privatnom smještaju kao »slaboj karici« hrvatske turističke ponude?

– Privatni smještaj je prije svega ogroman potencijal. Imamo 55.000 registriranih pružatelja takvog tipa usluga i time je jako teško upravljati. Uхватili smo se u koštac s time, ulazimo s konkretnim mjerama tako da, primjerice, sufinanciramo gradnju 175 bazena iznajmljivača. No i rad na turističkoj infrastrukturi, poput projekta plaža, podiže vrijednost i privatnog smještaja. Inače, sugeriram iznajmljivačima da se udružuju u udruge jer ćemo tako i mi puno lakše kreirati potrebne mjere.

Inače, planirate li na godišnji?

– Polugodišnji! Pripremam radni godišnji duž jadranske obale.