

- definiranje strateške vizije hrvatskog turizma u predstojećem razdoblju
- identifikacija turističkih sektora/proizvoda koji predstavljaju najveći hrvatski potencijal u predstojećem razdoblju
- definiranje adekvatnih strategija proizvoda, prodaje, distribucije i komunikacije
- revidiranje postojeće strategije Hrvatske i njenih regija (clustera) na međunarodnom turističkom tržištu
- uspostavljanje adekvatne interne (po regijama/proizvodima) strategije suradnje i komunikacije