

ZAKLJUČCI II. KONGRESA HRVATSKOG KAMPINGA ZADAR, HOTEL KOLOVARE, 9. i 10.10.2008.

Na 2. Kongresu hrvatskog kampinga, koji se održao u Zadru 10. listopada 2008. godine, kroz stručna izlaganja i raspravu razmatrala su se aktualna pitanja i stanje u kamping sektoru u Hrvatskoj, s posebnim naglaskom na problematiku poslovanja, promociju, ekologiju te trendove i prodaju u kampovima.

Sudionici II. Kongresa hrvatskog kampinga u kongresnim zaključcima zatražili su da se uspostavi bolja suradnja između kampova i svih resornih Ministarstva te da se pokrene rješavanje problema kategorizacije, zemljišta, pomorskog dobra, zakona o strancima i ostalih problema koji će neriješeni dovesti do zatvaranja skoro svih hrvatskih kampova. Sukladno tome, Kongres je pozvao Vladu, Ministarstvo turizma i ostala Ministarstva da saslušaju predstavnike kamping sektora sa svim problemima i prijedlozima te da se uspostavi i ojača zajednička suradnja. Kongres se zauzeo i za bolju promociju kampova, uvođenje ekološkog vođenja kampova i ekoloških oznaka.

Na temelju izlaganja svih sudionika, počevši od pomoćnika ministra turizma g. Željka Kramarića, direktora HTZ-a g. Nike Bulića, predsjednika Europske federacije kamping organizacija g. Sgaravattija, direktora svih ADAC-ovih tiskanih izdanja za kamping g. Thurna te izlaganja ostalih sudionika, rasprava i iznijetih prijedloga na Kongresu, **prihvaćeni su ZAKLJUČCI koji će se uputiti nadležnim ministarstvima i institucijama:**

Opći zaključci:

1. Kao i svaka ozbiljna gospodarska grana kamping traži jasna i razvojno orijentirana pravila poslovanja. Iako su kampovi u Hrvatskoj jedna od najprofitabilnijih vrsta smještaja, čiji su negativni efekti na okoliš mnogo manji od hotela ili druge gradnje, kamping se stalno suočava sa nizom neriješenih pitanja pa se industrija često pita da li zapravo Hrvatska država želi kampove kao smještaj koji će sačuvati prirodno okruženje sa konkurentnim sadržajima, ili se na kampove ne računa kao na nositelje turističkog razvoja. Nedavno izrađeni Strateški marketinški plan hrvatskog turizma 2008.-2011. predviđa smanjenje kapaciteta za čak 73.000 kreveta (-34%).!!!

**OD MINISTARSTVA TURIZMA TRAŽI SE JAČA KOODRINACIJA S OSTALIM
MINISTARSTVIMA I SA PRIVREDOM KAKO BI SE USPOSTAVILA MEĐUSOBNA
SURADNJA I KAKO BI SE KAMPOVI NAPOKON PRIHVATILI KAO PUNOPRAVAN I
ZNAČAJAN DIO TURISTIČKE PONUDE, ZBOG KOJE U HRVATSKU DOLAZI OKO 25%
SVIH GOSTIJU.**

2. Prvo i ključno pitanje koje generira mnoštvo ostalih problema u razvoju kampinga je neriješeno pitanje turističkog zemljišta i neadekvatne planske regulative. To rezultira nemogućnošću dobivanja građevinskih dozvola, što je apsolutna prepreka bilo kakvom ozbiljnom ulaganju i razvoju. Bez uredne građevinske dokumentacije nije moguće kategorizirati kampove: dokaz tome je što je uredno registrirano samo 38 kampova, tj. 16,5% od ukupnog kamp kapaciteta, a većini od 83,5% još nekategoriziranog kapaciteta u kampovima prijeti zatvaranje do 2010. godine. Nadalje, urbanistički planovi sve češće zone kampova pretvaraju u građevinske zone odnosno predviđaju gradnju hotela i apartmana na tim područjima. Postojeći dobri kampovi tako gube šansu za razvoj i postupno će se zatvarati, a novi urbanistički planovi nigdje ne predviđaju zone novih kampova.
3. Sve veći problem u kampingu počinje predstavljati neadekvatno rješenje pomorskog dobra. Kampovi nemaju sobe koje se mogu zaključati - nemoguće je ozbiljno poslovati u jednoj zaokruženoj turističkoj cjelini ako se plažama slobodno šecu prodavači i sl. a gostima se ne osigurava mir, urednost i sadržaji. Uz navedeno, postoji niz drugih problema, kao npr. Zakon o strancima koji je upravo naložio tisućama najvjernijih gostiju kampova (paušalni gosti) mučnu i kompliciranu procedure prijave boravka ukoliko u zemlji žele boraviti preko 90 dana; pitanje poslovanja turoperatora koje je nejasno i zadnjih godina nemamo novih partnera na polju mobilnih kućica; pitanje nepostojanja „parkinga za kampere“ kamp odmorišta i drugo.

**BEZ RJEŠENJA VEĆINE NAVEDENIH PITANJA, POSEBNO PITANJA ZEMLJIŠTA, DO
KRAJA 2010. GODINE ZATVORITI ĆE SE PREKO 80% KAPACITETA HRVATSKIH**

**KAMPOVA. STOGA JE NUŽNO ZAJEDNIČKIM SNAGAMA, UZ KOORDINACIJU
MINISTARSTVA TURIZMA KAO TIJELA KOJE PREDSTAVLJA I BRANI INTERESE
SEKTORA, USPOSTAVITI SUSTAV SURADNJE I HITNO RIJEŠITI SVE NASLIJEĐENE
PROBLEME.**

Pojedinačni zaključci sudionika kongresa

1. Nužno je potaknuti sustav suradnje (udruženja, komore, državna tijela i ministarstva, lokalnu samoupravu), da se aktivnijim i sustavnim partnerskim odnosom osigura brže i funkcionalnije rješavanje aktualne problematike, te da se kvalitetnije definira turistička strategija na području kampinga. Potrebno je hitno uspostaviti kvalitetnu suradnju između Ministarstva turizma i svih ostalih Ministarstava čije djelovanje utječe na rad kampova kako bi se kampovima osigurala i omogućila osnova za rad i razvoj.
2. Zbog raznih neriješenih problema, od kojih su posebno otežavajući problem turističkog zemljišta, hrvatski kampovi ne mogu ulagati u kvalitetu, a oni koji su to usprkos tome učinili ne mogu dobiti novu kategorizaciju, dakle rade nelegalno i sa manjim brojem zvjezdica. Od ukupno 232 „pravih“ kampova u Hrvatskoj, po posljednjem Pravilniku o kategorizaciji iz 2003. godine kategorizirano je samo 38 kampova. Ako kampovima hitno ne omogućimo legalno poslovanje i ulaganja u kvalitetu, dovodimo ih u realnu opasnost da 09.07.2010. godine prestanu poslovati, odnosno dovesti ćemo se u situaciju da se zatvori 194 kampova koji predstavljaju 83,5% ukupnog smještajnog kapaciteta kampova RH. Na primjeru 2007. godine to bi predstavljalo gubitak od skoro 11.100.000 noćenja, tj. smanjenje od 19% ukupnih turističkih noćenja u HR. Nužno je poduzeti sve moguće akcije da se navedeno zatvaranje kampova spriječi.
3. Zbog gornjeg problema, nužno je pronaći rješenje na način da se npr. za kampove omogućiti sustav Privremenih rješenja o kategorizaciji, tamo gdje zbog objektivnih okolnosti (npr. neriješeno turističko zemljište i sl.) nije moguće pribaviti potrebnu prostorno-plansku dokumentaciju i dozvole.
4. Nužno je uspostaviti suradnju i educirati sve općinske, gradske i županijske samouprave da je za turistički razvoj i društveno blagostanje povezano uz turizam, nužno u prostornim planovima – osim drugih vrsta smještaja – planirati i nove zone za velike i male kampove te kamp odmorišta, na način kako je to uređeno Zakonom o prostornom uređenju i gradnji te Zakonom o ugostiteljskoj djelatnosti.
5. Hrvatska posjeduje sve potrebne elemente za oslanjanje na strategiju diferencijacije i visoke dodane vrijednosti u turističkom sektoru, a to su netaknuta priroda, jedinstveni sustav otoka i kulturna baština visoke vrijednosti. Da bismo se u svijetu uspješno „prodavali“, a posebno kampove, nužno je preoblikovati marketinški pristup kroz segmentiranje marketinga po proizvodima. HTZ u posljednjih nekoliko godina intenzivnije ulaže u promociju kampova, te je nužno još više ojačati suradnju između HTZ-a i svih kampova te KUH-a kao udruženja koji predstavlja kampove.
6. Neke europske zemlje kao što su npr. Francuska, Italija ili Velika Britanija imaju po nekoliko tisuća kampova i ostvaruju višestruko veće rezultate od Hrvatske po broju noćenja. Kako bi Hrvatska postala konkurentnija na tržištu nužno je stvoriti institucionalne pretpostavke razvoja sukladno točki 1., ali i jačanje zajedničke suradnje svih kampova što će rezultirati smanjenjem troškova, boljom plasiranošću na tržište, boljim promotivnim aktivnostima, razmjenom iskustava itd.
7. Ekologija: upravljanje okolišem podrazumijeva smanjenje negativnih utjecaja na okoliš kojeg čine proizvodi i procesi koji se odvijaju u kampu, ali i pronalaženje mogućnosti za razvoj na način koji ne bi predstavljao dodatno opterećenje na okoliš – održivi razvoj. Primjena sustava upravljanja okolišem

(ISO 14001) dovesti će i do bolje percepcije kampova u očima javnosti i poslovnih suradnika te će sve više biti ključna kod donošenja odluka gostiju i poslovnih partnera. Znak zaštite okoliša (eco-labelling) služi za promicanje proizvoda kojima se smanjuje nepovoljan utjecaj proizvoda na okoliš u odnosu na ostale istovrsne proizvode. Nenarušeni okoliš i mogućnost da dokaže kako poštuje okoliš svakom kampu daju jasnu prednost pred konkurencijom – te se olakšava kampistima izbor „zelenih kampova. Državna tijela i institucije, u suradnji sa udrugom i svim kampovima, trebaju osigurati sustav podrške i pomoći, kao i edukacije, za sve projekte koji se temelje na ekološkoj valorizaciji.

8. Kamping udruženje Hrvatske uz podršku svih članova aktivno će surađivati sa Ministarstvom zaštite okoliša i prostornog uređenja te je za vrijeme kongresa postignut dogovor da se zajednički uspostavi prvi eko-label za usluge u Hrvatskoj koji će biti namijenjen upravo kampovima.
9. Potrebno je kroz suradnju kampova i institucija uspostaviti sustav edukacije i pomoći malim kampovima kako bi se omogućilo njihovo poslovanje i kako bi se oni razvili i specijalizirali kao prepoznatljiv segment u hrvatskoj kamping ponudi. Zbog čestih privatnih interesa lokalne samouprave takve kampove ne planiraju u prostornim planovima te je nužno u sklopu navedenoga educirati sve sudionike u procesu kako bi se stvorila svijest o važnosti malih kampova i kamp odmorišta, te kako bi se isti uključili u sve prostorno-planske i ostale razvojne planove.
10. U suradnji sa Ministarstvom turizma i resornim ministarstvima nužno je pokrenuti edukaciju i informatizaciju sektora, posebno malih kampova i kampova u domaćinstvu, s ciljem pružanja osnovnih uvjeta kampovima u pogledu praćenja novih trendova u internetu i prodaji te omogućavanje promocije i prodaje kampova na internetu. Internet nedvojbeno predstavlja budućnost poslovanja i prodaje te omogućava direktni pristup i doseg milijunima korisnika sa samo jednim klikom. Cjelokupni kamping sektor, preko Kamping udruženja Hrvatske i suradnje sa Ministarstvom turizma i ostalim nadležnim Ministarstvima mora usmjeriti maksimalne napore na omogućavanje i promociju internetizacije kampova, na Internet booking, na web promociju i ostalo.

U Zadru, 10.10.2008.

Organizator Kongresa

Kamping udruženje Hrvatske