

REPUBLIKA HRVATSKA
MINISTARSTVO TURIZMA

Povjerenstvo za
uskladbu promidžbenih aktivnosti
javnog i privatnog sektora
za turističku 2009.g

Program mjera turističke promidžbe

Ministar Damir Bajs
Zagreb, prosinac 2008.g.

GLOBALNA GOSPODARSKA KRIZA

- **Listopad** - prve prognoze govore o poremećajima u globalnoj industriji putovanja i turizma
- **WTM London, 10.-13. studeni 2008.**
 - UNWTO predviđao za 2009.g. kretanje turističkog prometa na razini od +0-2%
 - Na sastanku ministara dogovoreno osnivanje 'Povjerenstva za pripremu odgovora na globalnu krizu' – Resilience committee
- **UNWTO sastanak u Sharm El Sheiku, Egipat, 23.-24. studeni 2008.**
 - Zadnja predviđanja UNWTO-a u svijetlu gospodarske recesije objavljene od velikog broja zemalja u tri najveća turistička tržišta (Europa, SAD, Japan) govore kako se mogu očekivati negativni trendovi u globalnom turizmu slijedećih 6-9 mjeseci

HRVATSKI TURIZAM 2008.g.

(u 000)

SIJEČANJ- LISTOPAD	DOLASCI		NOĆENJA	
	2008.	Indeks 08/07	2008.	Indeks 08/07
DOMAĆI	1.657	99	6.080	101
STRANI	9.235	101	50.171	102
U K U P N O	10.892	101	56.252	102

Izvor: DZZ

- 2008.g. – turistička godina nastavka stabilnog rasta (**+2%** dolazaka, **+3%** noćenja)
- Negativni trendovi pada turističkog prometa u Svijetu zbog visokih cijena nafte i poskupljenja hrane mimoišla Hrvatsku u 2008.g.

HRVATSKI TURIZAM 2009.g.

- Potreba pomnog praćenja stanja globalnog turizma ali i stanja na svim bitnim emitivnim tržištima za Hrvatski turizam
- Dobivanje informacija od svih najznačajnijih organizacija (UNWTO, EU, WTTC...), diplomatskih predstavništva RH i predstavništava HTZ-a u Svijetu
- Poduzeti sve pripreme za adekvatan odgovor na eventualne izazove za hrvatski turizam
- **Osnovni cilj očuvati osvojene pozicije na međunarodnom tržištu i ostvariti turistički promet na razini 2008.g.**

AKTIVNOSTI MINISTARSTVA

RAZMJENA INFORMACIJA SA PRIVATNIM SEKTOROM

- Organizirani sastanci sa predstavnicima strukovnih udruga i privatnog sektora u turizmu i dogovorene zajedničke aktivnosti

OSIGURANA DODATNA SREDSTVA ZA PROMOCIJU IZ PRORAČUNA ZA 2008.g.

- Na Danima hrvatskog turizma prvi put najavljene dodatne mjere u turističkoj promociji- Ministarstvo u 2008.g., uz do sada isplaćenih **78 mln kn**, preraspodjelom iz svojih sredstava osiguralo dodatnih **10,3 mln kn**, što ukupno čini **88,3 mln kn**
- U dogovoru s Ministarstvom, Glavni ured HTZ-a preraspodjelom osigurao dodatnih **7 mln kn**

OSNIVANJE POVJERENSTVA

- Osnivano Povjerenstvo za uskladbu promidžbe aktivnosti javnog i privatnog sektora za turističku 2009.g.
- Članovi: predstavnici Ministarstva i HTZ-a, strukovnih udruga i privatnog sektora (HGK, HOK, HUP, HUH, OMH, UHPA, UNPAH i KUH)

OSNOVNI CILJ

- Kroz suradnju javnog i privatnog sektora pripremiti kvalitetne i efikasne promidžbene aktivnosti na svim ključnim tržištima za hrvatski turizam

NOVE PROMIDŽBENE AKTIVNOSTI

Ministarstvo u suradnji s Glavnim uredom HTZ-a u 2008.g. i 2009.g.

- 1. MJERA ZA TUROPERATORE I PUTNIČKE AGENCIJE**
(udruženo oglašavanje turističkih programa za Hrvatsku u 2009.g. s organizatorima putovanja)
- 2. MJERA ZA JAČANJE PRED I POSEZONE**
(udruženo oglašavanje turističkih programa za Hrvatsku u 2009.g. za pred i posezonu s organizatorima putovanja)
- 3. MJERA ZA JAČANJE AVIO DESTINACIJA**
(udruženo oglašavanje s Turističkim zajednicama i gospodarskim subjektima regija za promociju regionalnih avio destinacija u Hrvatskoj)

MJERA ZA TUOPERATORE I PUTNIČKE AGENCIJE

Udruženo oglašavanje turističkih programa za Hrvatsku u 2009.
godini s organizatorima putovanja

I.

Cilj

- **osnažiti dosadašnje i buduće promidžbene aktivnosti organizatora putovanja na ključnim emitivnim tržištima za hrvatski turizam u 2009.g.**

Model

- Temelj za određivanje visine ukupnih sredstava za pojedine organizatore putovanja ili domaće turističke agencije u ime inozemnog organizatora putovanja je broj ostvarenih putnika u 2007. godini u Hrvatskoj koji se dokazuje temeljem vjerodostojne poslovne dokumentacije
- Iznos koji se preko Hrvatske turističke zajednice udružuje je **1 euro** po dovedenom putniku za sva inozemna tržišta osim za tržište Velike Britanije i Irske gdje je taj iznos **1 funta** po dovedenom putniku, a za Hrvatsku **3 kune** po putniku.

MJERA ZA TUOPERATORE I PUTNIČKE AGENCIJE

Udruženo oglašavanje turističkih programa za Hrvatsku u 2009.
godini s organizatorima putovanja

II.

Provedba

Kroz provedbu otvorenog javnog poziva udružuju se sredstva s organizatorima putovanja po načelu 1+1, što znači:

- 50% sredstava udružuje organizator putovanja, odnosno domaća turistička agencija u ime inozemnog organizatora putovanja,
- 50% sredstava udružuje HTZ, a najviše do iznosa kojeg organizator putovanja može ostvariti prema članku 4. i članku 6. ovog natječaja.

Sredstva

- | | |
|-----------------------------------|--------------------|
| • Sredstva Ministarstva i HTZ-a | 10,3 mln kn |
| • Sredstva organizatora putovanja | 10,3 mln kn |
| UKUPNO | 20,6 mln kn |

MJERA JAČANJA PRED I POSEZONE

Udruženo oglašavanje turističkih programa za Hrvatsku u 2009.
godini za pred i posezonu s organizatorima putovanja
I.

Cilj

- **osnažiti dosadašnje i buduće promidžbene aktivnosti organizatora putovanja na ključnim emitivnim tržištima za hrvatski turizam, posebice u razdoblju pred i posezone**

Model

- Temelj za određivanje visine ukupnih sredstava za pojedine organizatore putovanja ili domaće turističke agencije u ime inozemnog organizatora putovanja je broj ostvarenih putnika u Hrvatskoj **u predsezoni (1. siječnja do 7. lipnja) i posezoni (12. rujna do 30. studenog)** u 2009. godini koji se dokazuje temeljem vjerodostojne poslovne dokumentacije
- Iznos koji se preko Hrvatske turističke zajednice udružuje za oglašavanje je:
 - **20 €** po dovedenom putniku u pred i posezoni **u zračnom charter prijevozu** za sva tržišta osim za tržišta Velike Britanije i Irske gdje je taj iznos **20 funta** po dovedenom putniku u pred i posezoni.
 - **7 €** po dovedenom putniku za sva tržišta za organizirani **autobusni prijevoz** u pred i posezoni.

MJERA JAČANJA PRED I POSEZONE

Udruženo oglašavanje turističkih programa za Hrvatsku u 2009.
godini za pred i posezonu s organizatorima putovanja
II.

Provedba

Kroz provedbu otvorenog javnog poziva udružuju se sredstva s organizatorima putovanja po načelu 1+1, što znači:

- 50% sredstava udružuje organizator putovanja, odnosno domaća turistička agencija u ime inozemnog organizatora putovanja
- 50% sredstava udružuje HTZ, a najviše do iznosa kojeg organizator putovanja može ostvariti prema članku 4. i članku 6. ovog natječaja.

Sredstva

- Sredstva Ministarstva i HTZ-a **11** mln kn
- Sredstva organizatora putovanja **11** mln kn
- UKUPNO** **22** mln kn

MJERA JAČANJA AVIO DESTINACIJA

Udruženo oglašavanje za promociju regionalnih avio destinacija u Hrvatskoj

Cilj

- Postići bolju prometnu povezanost i atraktivnost hrvatskih avio destinacija sa glavnim emitivnim tržištima

Model i provedba

Kroz provedbu otvorenog javnog poziva udružuju se sredstva po načelu 1+2+1 sa turističkim zajednicama i gospodarskim subjektima za promociju regionalnih avio destinacija u RH.

- 25% sredstava udružuje HTZ
- 50% sredstava udružuje sustav TZ-a
- 25% sredstava udružuju gospodarski subjekti

Sredstva

- Sredstva Ministarstva i HTZ-a 4 mln kn
- Sredstva turističkih zajednica 8 mln kn
- Gospodarski subjekti 4 mln kn

UKUPNO

16 mln kn

POSTOJEĆI MJERE MINISTARSTVA I HTZ-a

I.

Programi udruženog oglašavanja namijenjeni gospodarskim tvrtkama (hotelijeri i kampovi), sustavu TZ-a te nacionalnim strukovnim udrugama.

Model I.

Udružuju se sredstva s hrvatskim subjektima po načelu 1+1+2, što znači:

- 25% sredstava udružuje HTZ
- 25% sredstava udružuju turističke zajednice županija, gradova, općina i mjesta
- 50% sredstava udružuju gospodarski subjekti

SREDSTVA

- Sredstva Ministarstva i HTZ-a 5 mln kn
- Sustav turističkih zajednica 5 mln kn
- Gospodarski subjekti 10 mln kn

UKUPNO

20 mln kn

POSTOJEĆE MJERE MINISTARSTVA I HTZ-a II.

Model II.

Udružuju se sredstva sa sustavom turističkih zajednica županija, gradova, općina i mjesta primorske Hrvatske i Grada Zagreba, po načelu **1+1** što znači:

- 50% sredstava udružuje HTZ, a
- 50% sredstava udružuje sustav turističkih zajednica primorske Hrvatske i Grada Zagreba.

Udružuje sredstva sa sustavom turističkih zajednica županija, gradova, općina i mjesta kontinentalne Hrvatske u omjeru:

- 70% sredstava udružuje HTZ, a
- 30% sredstava udružuje sustav turističkih zajednica kontinentalne Hrvatske.

SREDSTVA

- Sredstva Ministarstva i HTZ-a **5 mln kn**
- Sustav turističkih zajednica **5 mln kn**

UKUPNO 10 mln kn

UKUPNO ANGAŽIRANA SREDSTVA JAVNOG I PRIVATNOG SEKTORA - REKAPITULACIJA -

1. MJERE ZA TUOPERATORE I PUTNIČKE AGENCIJE TE JAČANJE PRED I POSEZONE
 - Ministarstvo i HTZ 21,3 mln kn
 - Organizatori putovanja 21,3 mln kn
 - UKUPNO 42,6 mln kn**
2. MJERE JAČANJA AVIO DESTINACIJA
 - Ministarstvo i HTZ 4 mln kn
 - Sustav TZ-a 8 mln kn
 - Gospodarski subjekti 4 mln kn
 - UKUPNO 16 mln kn**
3. POSTOJEĆI PROGRAMI MINISTARSTVA I HTZ-a
 - Ministarstvo i HTZ 10 mln kn
 - Sustav TZ-a 10 mln kn
 - Gospodarski subjekti 10 mln kn
 - UKUPNO 30 mln kn**

SVEUKUPNO UDRUŽENO OGLAŠAVANJE 88,6 mln kn

OSTALA OGLAŠAVANJA ZA 2009.g.

I.

OGLAŠAVANJE	Plan 2009.
Oglašavanje u tisku i rad PR agencija	20.650.000,00
Globalno TV oglašavanje	9.500.000,00
On-line marketing	10.000.000,00
TV oglašavanje na primarnim i sekundarnim tržištima	34.500.000,00
UKUPNO	74.650.000,00

OSTALA OGLAŠAVANJA ZA 2009.g.

II.

OGLAŠAVANJE U TISKU	Plan 2009		
Njemačka	4.500.000	Švicarska	540.000
Italija	720.000	Mađarska	360.000
Velika Britanija	1.350.000	SAD	450.000
Skandinavija	2.000.000	Slovačka	360.000
Austrija	900.000	Rusija	990.000
Češka	940.000	Zemlje iz šireg okruženja (Ukrajina, Makedonija, Rumunjska, Srbija, BIH)	1.400.000
Francuska	1.170.000	Španjolska	720.000
Nizozemska	720.000	Japan	900.000
Poljska	870.000	Hrvatska	270.000
Slovenija	460.000	Daleka tržišta / Ostala tržišta	400.000
Belgija	630.000	UKUPNO TISAK	20.650.000

**OSTALA OGLAŠAVANJA ZA 2009.g.
III.**

TV OGLAŠAVANJE	Plan 2009		
TV oglašavanje (globalno)	9.500.000	Francuska	1.800.000
CNN	3.000.000	Nizozemska	1.700.000
Eurosport	3.000.000	Velika Britanija	1.530.000
BBC World	1.750.000	Poljska	1.000.000
Euronews	1.750.000	Slovenija	1.000.000
On-line Marketing	10.000.000	Mađarska	800.000
TV oglašavanje na primarnim i Sekundarnim tržištima		Slovačka	700.000
Njemačka	8.000.000	Španjolska	1.440.000
Italija	3.420.000	Rusija	2.500.000
Skandinavija	1.800.000	Belgija	1.200.000
Austrija	3.300.000	Švicarska	1.200.000
Češka	1.330.000	Ski Cup na Sljemenu	630.000
		Hrvatska	1.150.000
		Ukupno TV oglašavanje n primarnim i sekundarnim tržištima	34.500.000

**OSTVARENJE POSTAVLJENIH CILJEVA MOGUĆE
JE ISKLJUČIVO POTPUNOM SURADNJOM SVIH
ČIMBENIKA JAVNOG I PRIVATNOG SEKTORA.**

**KLJUČNA ZAJEDNIČKA ZADAĆA JE NASTAVAK
POMNOG PRAĆENJA SVIH ZBIVANJA NA
GLOBALNOM TURISTIČKOM TRŽIŠTU I
DONOŠENJE PRAVOVREMENIH MJERA ZA
KVALITETNIJU PRIPREMU TURISTIČKE 2009. g.**