



Greenfield investicije i hrvatski turizam?

Konferencija „Greenfield investicije – kako snovi postaju stvarnost“

25.03.2017.



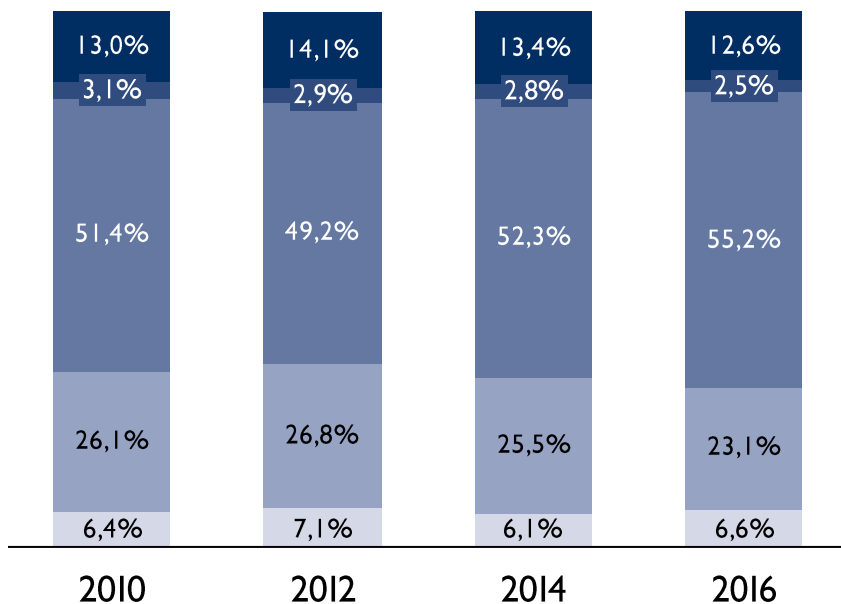
Horwath HTL™

Hotel, Tourism and Leisure

...postojeći model?

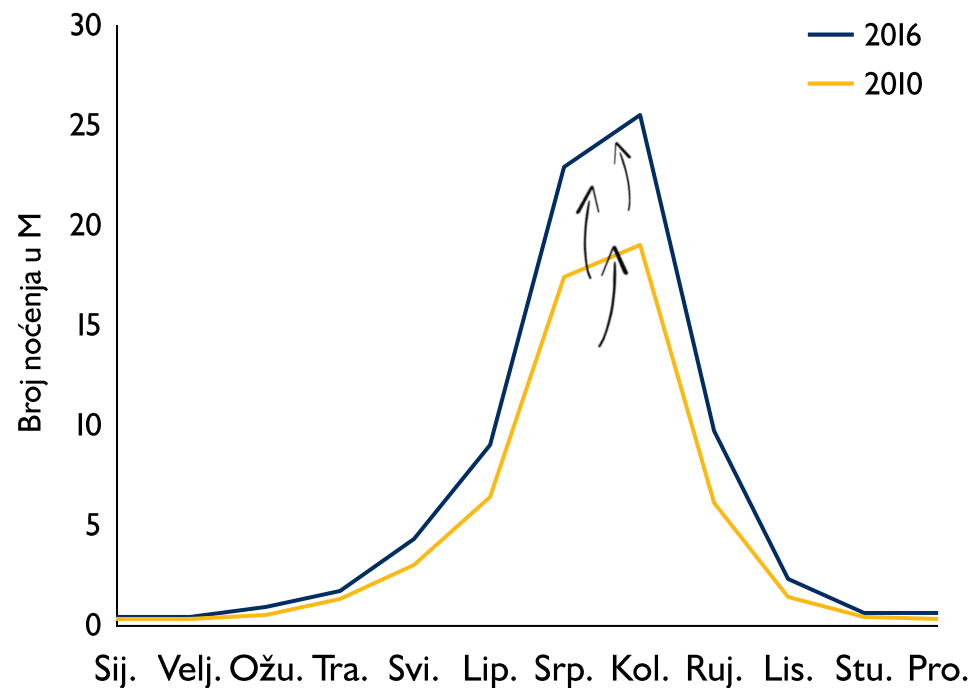
80% kapaciteta privatni smještaj i kampovi

Hoteli Privatan smještaj Ostalo
 Turistička naselja Kampovi



Turistička infrastruktura izvan hotela gotovo da i ne postoji

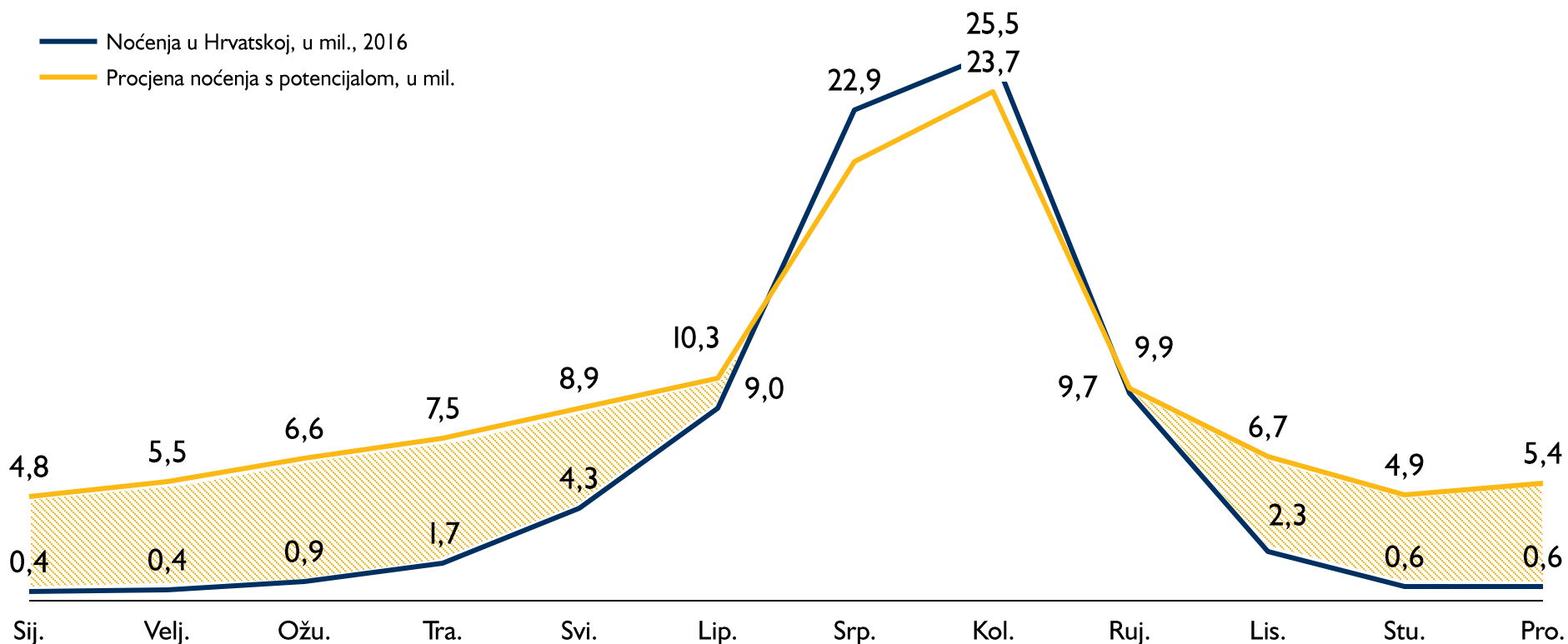
86% noćenja od lipnja do rujna – iznimno visoka sezonalnost



Sirovinski koncept eksploatacije prirode bez dodane vrijednosti

Prostor za rast uglavnom za greenfield






Broj ostvarenih i potencijalnih noćenja u Hrvatskoj doseganjem krivulje sezonalnosti Mediterana*



*Zemlje Mediterana uključuju: Grčku, Španjolsku, Francusku, Cipar i Maltu

Dodatnih 43 milijuna noćenja ukoliko se dostigne prosjek Mediterana

Što je potrebno učiniti za aktivaciju neupitnog potencijala?

1. 60.000 novih soba u hotelima i resortima 
2. Snažan razvoj turističke infrastrukture 
3. Nacionalna avijacija 
4. Zračne luke –modernizacija i komercijalizacija 
5. Snažniji turistički marketing 

Novi hoteli i resorti kao glavni proizvođači dodane vrijednosti



Nova turistička infrastruktura



20 golf terena
200 mil. EUR



5 kongresnih centara
250 mil. EUR



10 tematskih parkova
300 mil. EUR



30 nautičkih marina
1,0 mlrd. EUR



10 suvremenih muzeja
200 mil. EUR



8 zdravstvenih lječilišnih
destinacija
600 mil. EUR



20 interpretacijskih centara
150 mil. EUR



Ostalo (plaže, sportski
objekti, urbanizam...)
300 mil. EUR

Diverzifikacija proizvoda i smanjenje sezonalnosti!

Zračna infrastruktura i snažni nacionalni prijevoznik kao osnov lakog dostupa



Flag carrier

- Strateško partnerstvo
- Jačanje flote
- Red letenja
- Mreža destinacija

Zračne luke

- Povećanje iskorištenosti /komercijalizacija
- Daljnja modernizacija
- *Long haul* linije
- 2-3 nove zračne luke (Ston, Lošinj)

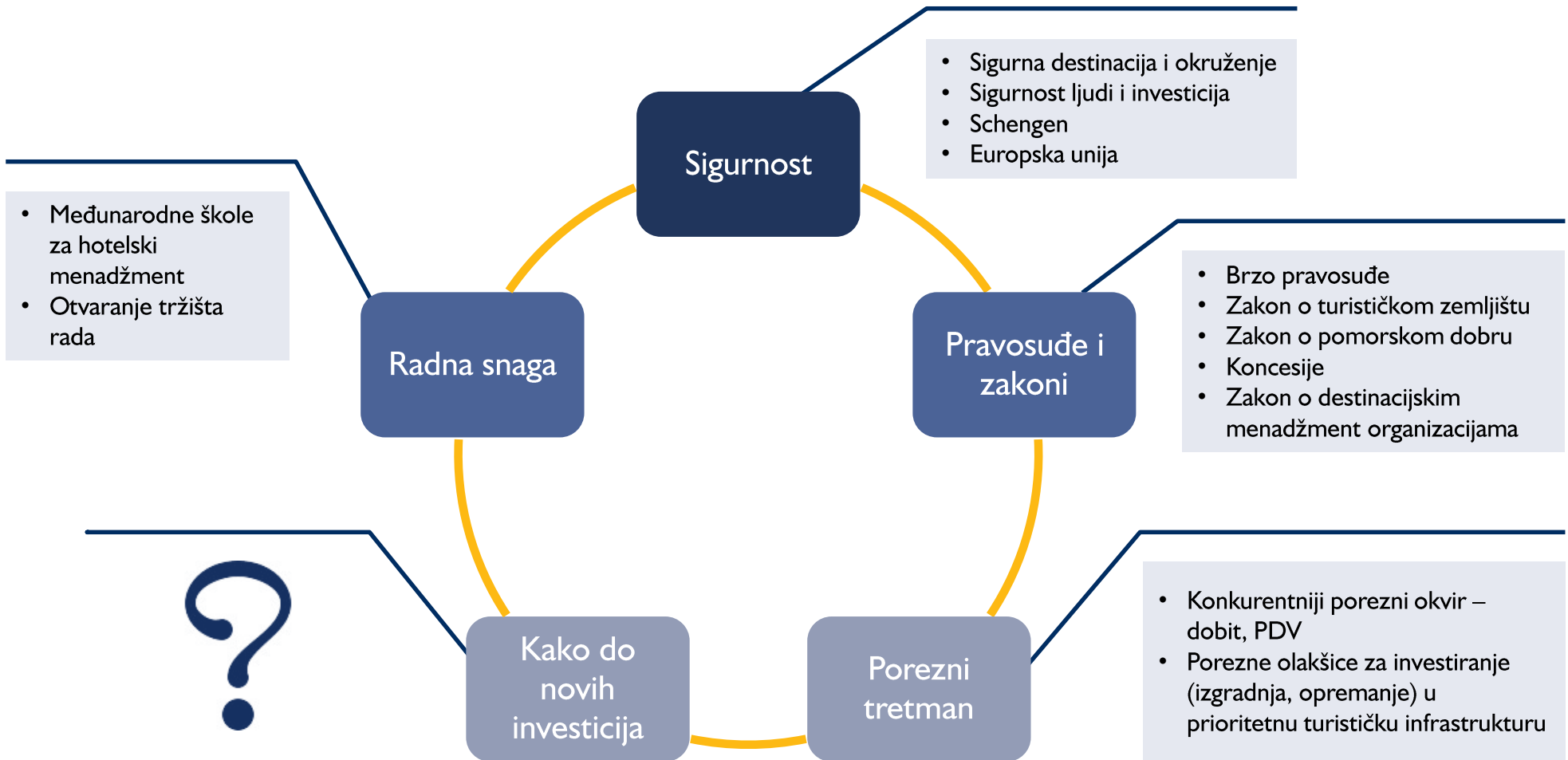
Profesionalizacija nacionalnog turističkog marketinga

GLAVNI CILJEVI

Povećati snagu brenda	Povećati PPS dolaske	Povećati dnevnu potrošnju
Razviti i implementirati hrvatski sustav brendiranja	Lansirati atraktivne PPS prijedloge vrijednosti	Jačanje dodane vrijednosti kroz cijeli lanac turističkog iskustva
Razviti integrirani komunikacijski sustav brenda	Razvoj specifičnih PPS komunikacijskih kampanja	Jačanje potrošnje u destinaciji
Podići digitalni marketing na višu razinu	Razvoj i implementacija specifičnog prodajnog sustava za PPS	Premium program Hrvatske

(PPP) Nacionalna turistička marketinška agencija – profesionalizacija!

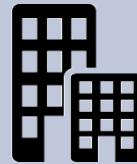
Upravljanje konkurentnošću



Minimalni investicijski potencijal i efekti

9
mlrd. EUR

*Investicije
u hotele i
resorte*



3
mlrd. EUR

*Investicije
u turističke
sadržaje*



1
mlrd. EUR

*Zračna
infrastrukturu
i prijevoz*



14-15

mlrd. EUR
*ukupnog godišnjeg
prihoda*

I gdje zapravo padamo?

Projekt Brijuni



Projekti u „raljama” 15-ak (sukobljenih) administrativnih aparata!

Kontakt detalji



Siniša Topalović
Direktor
stopalovic@horwathhtl.com

Horwath & Horwath Consulting Zagreb d.o.o.
Član Horwath HTL International
Ulica grada Vukovara 269a/I4, Green Gold Tower
10000 Zagreb
Tel. +385 (0)1 4877 200
Fax. +385 (0)1 4877 205
www.horwathHTL.hr
www.horwathHTL.com