



HRVATSKA GOSPODARSKA KOMORA *SEKTOR ZA TURIZAM*  
CROATIAN CHAMBER OF ECONOMY *TOURISM DEPARTMENT*



**TURIZAM**

**TOURISM**





## UVOD

Prema podacima WTO-a, 2007. je godine bilo 903 milijuna međunarodnih turističkih dolazaka. U odnosu na prethodnu godinu, broj turističkih međunarodnih dolazaka porastao je 6,6%.

Broj turističkih dolazaka u Europi je bio 484 milijuna odnosno 54% ukupnih međunarodnih turističkih dolazaka.

Hrvatska je jedna od rijetkih zemalja koja je, s obzirom na globalne tržišne okolnosti, zabilježila porast turističkog prometa.

Za 2008. godinu, prema podacima WTO-a, predviđa se porast broja turističkih dolazaka za svijet i Europu na nivou od oko 3-4%, u odnosu na prethodnu godinu.

## INTRODUCTION

According to preliminary WTO figures, 2007 recorded 903 million international tourist arrivals. In comparison with the previous year the data shows a 6.6 % increase.

There were 484 million tourist arrivals in Europe, i.e. 54% of total international tourist arrivals.

Despite global trends, Croatia is one of the rare countries that have recorded an increase in tourist income.

According to WTO data for 2008, tourist arrivals world- and Europe-wise shall increase by 3-4% compared with the previous year.

## TURISTIČKI PROMET U HRVATSKOJ U 2007. I 2008. (I. – IX.)

Turista je 2007. bilo 7% više, a noćenja 6% više u odnosu na prethodnu godinu. Tako je u Hrvatskoj u promatranom razdoblju boravilo 11,16 milijuna turista koji su ostvarili ukupno 56 milijuna noćenja.

U Hrvatskoj je u razdoblju od siječnja do rujna 2008. ostvareno 1% više dolazaka i 2% više noćenja turista u odnosu na isto razdoblje prošle godine u svim komercijalnim smještajnim objektima.

U razdoblju od siječnja do rujna 2008., u odnosu na isto razdoblje 2007., noćenja domaćih turista veća su za 1%, a noćenja stranih turista veća su za 2%.

Prema podacima Hrvatske narodne banke, prihod od međunarodnog turizma 2007. je godine bio 6,74 milijardi eura.

## TOURISM FIGURES FOR CROATIA IN 2007 AND 2008 (I-IX)

2007 recorded 7% more tourists and 6% more overnight stays in comparison with 2006. Thus, in the period under analysis, 11,16 million tourists visited Croatia, with a total of 56 million overnight stays.

1% more tourists and 2% more overnight stays in all commercial accommodation facilities were recorded from January to September 2008 in comparison with the same period in 2007.

Number of domestic tourists increased by 1% during the period from January to September compared to the same period of last year, while the number of foreign tourists increased by 2%.

According to the Croatian National Bank's figures, international tourism revenues in 2007 amounted to EUR 6.74 bn.

### TURISTIČKI PROMET U HRVATSKOJ – DOLASCI TURISTA U 2006., 2007. I 2008. (I. – IX.) TOURISM FIGURES FOR CROATIA – TOURIST ARRIVALS IN 2006, 2007 AND 2008 (I – IX)

DOLASCI TURISTA TOURIST ARRIVALS	2006.	2007.	Indeks / Index 2007./2006.	NOĆENJA TURISTA TOURIST OVERNIGHTS	2007. (I-IX)	2008. (I-IX)	Indeks / Index 2008./2007.
DOMAĆI / DOMESTIC	1,726.045	1,855.715	108	DOMAĆI / DOMESTIC	1,527.068	1,509.794	99
STRANI / FOREIGN	8,658.876	9,306.691	107	STRANI / FOREIGN	8,764.636	8,877.321	101
UKUPNO / TOTAL	10,384.921	11,162.406	107	UKUPNO / TOTAL	10,291.704	10,387.115	101

### TURISTIČKI PROMET U HRVATSKOJ - NOĆENJA TURISTA U 2006., 2007. I 2008. (I. – IX.) TOURISM FIGURES FOR CROATIA – TOURIST OVERNIGHTS IN 2006, 2007 AND 2008 (I - IX)

DOLASCI TURISTA TOURIST ARRIVALS	2006.	2007.	Indeks / Index 2007./2006.	NOĆENJA TURISTA TOURIST OVERNIGHTS	2007. (I-IX)	2008. (I-IX)	Indeks / Index 2008./2007.
DOMAĆI / DOMESTIC	5,985.002	6,430.862	107	DOMAĆI / DOMESTIC	5,693.525	5,744.911	101
STRANI / FOREIGN	47,021.944	49,574.630	105	STRANI / FOREIGN	47,939.866	48,984.868	102
UKUPNO / TOTAL	53,006.946	56,005.492	106	UKUPNO / TOTAL	53,633.391	54,729.779	102

Izvor: DZS RH, Obrada: HGC

Source: Central Bureau of Statistics (CBS); Compiled by: Croatian Chamber of Economy (CCE)

# TURISTIČKI PROMET U HRVATSKOJ - DOLASCI I NOĆENJA TURISTA - OD 1996. DO 2007.

## CROATIAN TOURISM FIGURES – TOURIST ARRIVALS AND OVERNIGHTS - FROM 1996 TO 2007

Godina Year	DOLASCI TURISTA (u 000) TOURIST ARRIVALS (in 000)				NOĆENJA TURISTA (u 000) TOURIST OVERNIGHTS (in 000)			
	Domaći Domestic	Strani Foreign	Ukupno Total	Indeks Ukupno Index Total	Domaći Domestic	Strani Foreign	Ukupno Total	Indeks Ukupno Index Total
1996.	1.271	2.915	4.186	-	4.941	16.919	21.860	-
1997.	1.407	4.178	5.585	133	5.661	25.114	30.775	141
1998.	1.353	4.499	5.852	105	5.307	26.545	31.852	103
1999.	1.322	3.805	5.127	88	5.241	21.885	27.126	85
2000.	1.305	5.832	7.137	139	5.138	34.045	39.183	144
2001.	1.316	6.544	7.860	110	5.021	38.384	43.405	111
2002.	1.376	6.944	8.320	106	4.981	39.711	44.692	103
2003.	1.469	7.409	8.878	107	5.312	41.323	46.635	104
2004.	1.500	7.912	9.412	106	5.281	42.516	47.797	102
2005.	1.528	8.467	9.995	106	5.434	45.987	51.421	108
2006.	1.726	8.658	10.384	104	5.985	47.021	53.006	103
2007.	1.856	9.307	11.163	108	6.431	49.575	56.006	106

Izvor: DZS RH, Obrada: HGK

Source: Central Bureau of Statistics (CBS); Compiled by: Croatian Chamber of Economy (CCE)

### TURISTIČKE REGIJE

Različite hrvatske turističke regije: Istra, Kvarner, Dalmacija, Dubrovnik i dubrovačko područje, Zagreb kao glavni grad i kontinentalna Hrvatska, imaju specifične oblike ponude, a daljnji razvitak njihovih posebnosti glavni je zadatak turističke koncepcije razvitka zemlje. Prema veličini ukupno ostvarenih noćenja po županijama u Hrvatskoj, zabilježen je slijedeći redoslijed istih (podaci DZS RH iz 2007. g.): Istarska 31,4%, Primorsko-Goranska 19,8%, Splitsko-Dalmatinska 16,5%, Zadarska 10,7%, Dubrovačko-Neretvanska 7,8%, Šibensko-Kninska 6,9%, Ličko-Senjska 2,3% te Grad Zagreb 2,02%.

### TOURIST REGIONS

Croatian tourist regions (Istria, Kvarner, Dalmatia, Dubrovnik and the Dubrovnik region, Zagreb as the capital and continental Croatia) each have specific attractions. Further development of their distinctive services is the focus of the country's plan for tourism. Based on the total number of overnights per county in Croatia, Istria County is on the first position with 31,4%, followed by Primorje-Gorski Kotar County with 19,8%, Split-Dalmatia recording 16,5%, Dubrovnik-Neretva 7,8%, Šibenik-Knin 6,9%, Lika-Senj 2,3% and finally City of Zagreb recording 2,02% (data for 2007 provided by Central Bureau of Statistics – CBS).

### STRUKTURA TURISTA

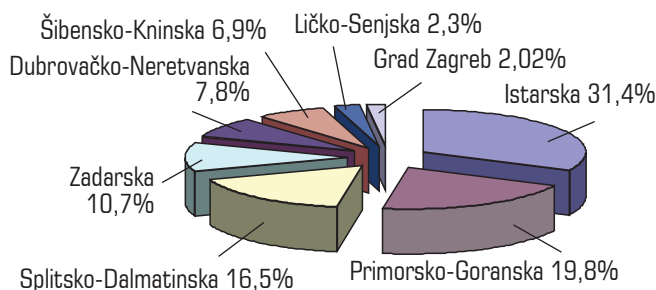
Od ukupnog broja noćenja turista 2007. godine čak 88,5% ostvaruju strani turisti, a domaćih turista je tek 11,5%. Noćenja stranih turista 2007. su porasla 5%, a noćenja domaćih turista porasla su 7% u odnosu na prethodnu godinu.

Najviše noćenja 2007. godine ostvarili su turisti iz Njemačke (21,9%), Slovenije (11,5%), Italije (11,0%), Češke (8,9%), Austrije (8,6%), Nizozemske (4,1%) i Mađarske (4,0%). Turisti iz navedenih sedam zemalja ostvarili su 70% noćenja od ukupnog broja noćenja stranih turista.

Prosjek noćenja turista u Hrvatskoj 2007. godine je 9,8 dana (TOMAS 2007). Kao novi trend na inozemnom turističkom tržištu pojavljuje se potražnja za aranžmanima od nekoliko dana boravka u destinacijama ("short-breaks" odmor), a ne dosadašnji sedmodnevni ili 14-dnevni aranžmani.

### GRAFIČKI PRIKAZ UKUPNA NOĆENJA (DOMAĆI I STRANI TURISTI) U NAJPOSJEĆENIJIM ŽUPANIJAMA U HRVATSKOJ U 2007.

#### TOTAL NIGHTS (DOMESTIC AND FOREIGN TOURISTS) IN THE MOST VISITED COUNTIES IN CROATIA IN 2007



Izvor: DZS RH, Obrada: HGK

Source: Central Bureau of Statistics (CBS);

Compiled by: Croatian Chamber of Economy (CCE)

### COMPOSITION OF TOURISTS

Foreign tourists accounted for 88.5% of total overnight stays, whilst domestic tourists accounted for just 11.5% in 2007. In 2007, figures for foreign visitors showed a 5% increase and for Croatian residents a 7% increase in the number of nights compared with the previous year.

In terms of overnight stays, visitors from Germany (21.9%), Slovenia (11.5%), Italy (11.0%), the Czech Republic (8.9%), Austria (8.6%), the Netherlands (4.1%) and Hungary (4.0%) were the main visitors in 2007. Tourists from these seven countries accounted for 70% of total overnight stays of foreign tourists.

The average tourist stay in Croatia in 2007 was 9.8 days (TOMAS 2007).

The foreign tourist market shows a new trend - demand for shorter

holidays, so-called short-breaks, rather than longer, seven or fourteen-day holiday arrangements.

### SMJEŠTAJNI KAPACITETI

Prema podacima DZS, turisti u Hrvatskoj uglavnom borave u hotelima, na koje se 2007. odlučilo njih 36,51% koji ostvaruju 26,9% turističkih noćenja. Slijede privatni smještajni kapaciteti sa 22,76%, kućanstva sa 22,74%, kampovi sa 17,29% ukupnog broja turista i 23,13% noćenja, te luke nautičkog turizma sa 7,28% turista i 2,46% noćenja.

Hrvatska raspolaže, prema podacima DZS, sa 944.076 postelja, od čega je

### ACCOMMODATION CAPACITY

According to data by Central Bureau of Statistics, tourists in Croatia primarily stay at hotels. Around 36.51% of them stayed at hotels in 2007, accounting for 26.9% of overnight stays. Secondary accommodation providers are private accommodation (22.76%), households (22.74%), camps (17.29% of total tourists and 23.13% of overnight stays) and marinas

114.032 (12%) u hotelima, 212.750 (23%) u kampovima, 421.378 (41%) u privatnom smještaju, 52.460 (6%) u naseljima (turistička, apartmanska, hotelska i hotelsko-apartmanska), 1.599 (0,16%) u apartotelima i 141.857 (15%) u ostalim objektima.

U Hrvatskoj je u razdoblju od siječnja do rujna 2008. ostvareno 1% više dolazaka i 2% više noćenja turista u odnosu na isto razdoblje prošle godine u svim komercijalnim smještajnim objektima.

## NAČIN DOLASKA TURISTA

Na organizirana putovanja posredovanjem putničkih agencija, prema podacima DZS, 2007. se godine odlučilo 3,835.196 turista, a 7,327.210 turista došlo je individualno. U 2007. porastao je broj organiziranih dolazaka za 4% a individualnih dolazaka 10% u odnosu na 2006. godinu.

## MOTIVACIJA TURISTA

Motivacija dolaska turista u Hrvatsku i dalje je velikom broju turista pasivni odmor i relaksacija na moru, zabava, prirodne ljepote te nova iskustva i doživljaji, gastronomija, sport, rekreacija i kulturne znamenitosti (TOMAS 2007.).

U porastu su motivi dolaska turista sukladni trendovima kretanja inozemne turističke potražnje za aktivnim odmaranjem u čistim prirodnim sredinama, zdravim načinom života i zdravom hranom u okviru različitih selektivnih oblika turizma.

## ZNAČENJE TURIZMA U HRVATSKOM GOSPODARSTVU

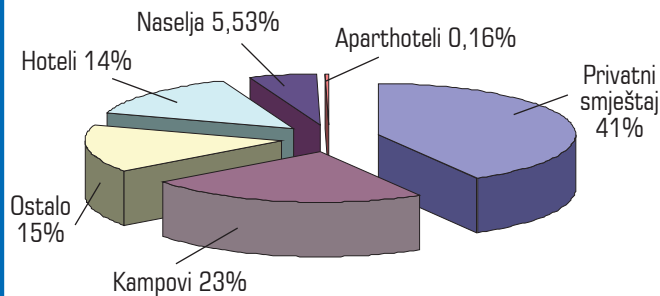
Prema privremenim podacima HNB-a za 2007. godinu, udio prihoda od međunarodnog turizma u bruto društvenom proizvodu Hrvatske iznosi 18,0%, udio prihoda od međunarodnog turizma u ukupnom izvozu roba i usluga Hrvatske 36,7%, a udio u izvozu usluga Hrvatske 73,4%.

Prihod od turizma po stanovniku 2007. godine bio je 1.519 eura.

## INVESTICIJE U TURIZMU

U skladu s utvrđenim modelima privatizacije, nastavit će se privatizacija hotelsko-turističkih društava u državnom vlasništvu, pri čemu će se voditi aktivna politika u cilju davanja prioriteta brandovima ili onim vlasnicima koji će tvrtke dati na upravljanje ili vođenje uglednim brandovima. Prioritet imaju investicije u visokokvalitetne turističke objekte vezane uz otvaranje novih radnih mjesta. Trend brzog razvoja turizma, uvjetovan kretanjima inozemne turističke potražnje, pruža mogućnost različitih poduzetničkih inicijativa i investiranja u turizam kao gospodarsku djelatnost koja je u stalnom porastu.

## SMJEŠTAJNI KAPACITETI U HRVATSKOJ U 2007. ACCOMMODATION FACILITIES IN CROATIA IN 2007



Izvor: DZS RH, Obrada: HGK

Source: Central Bureau of Statistics (CBS);

Compiled by: Croatian Chamber of Economy (CCE)

for nautical tourism (7.28% and 2.46% respectively).

According to CBS, there are 944,076 beds, 114,032 (12%) of which are in hotels, 212,750 (23%) in camps, 421,378 (41%) in private accommodation, 52,460 (6%) in resorts (tourist, condos, hotel and hotel-condo), 1,599 (0.16%) in all suite hotels and 141,857 (15%) in other facilities in Croatia.

The number of tourists and overnight stays increased by 1%, that is, 2% in Croatia during the period from January to September 2008, compared with the same period in last year in all commercial accommodation facilities.

## TRANSPORT USED BY

### TOURISTS

In 2007, 3,835,196 tourists chose travel agencies and tour operators to organise their holidays, whilst 7,327,210 tourists made their own arrangements. In comparison with 2006, 2007 shows a 4% increase in organised travel and 10% increase in private arrangements. Data are provided by Croatian Central Bureau of Statistics.

### TOURIST MOTIVATION

Motivation for most tourists to come to Croatia is mainly rest and relaxation on the coast, entertainment, natural attractions as well as new experiences and adventures, gastronomy, sport, recreation and cultural sights (TOMAS 2007).

However, motivation among visitors to Croatia shows a shift that is in line with international tourist demand trends towards activity holidays in clean environments, healthy lifestyles and healthy food, which can be addressed through specially tailored tourism services.

### IMPORTANCE OF TOURISM FOR THE CROATIAN ECONOMY

The Croatian National Bank's preliminary figures for 2007 show that international tourism generated 18,0% of Croatian GDP. International tourism accounted for a 36.7% share of total exports of goods and services, and for 73.4% of total exported services.

The per capita income from tourism in 2007 amounted to EUR 1,519.

## INVESTMENT IN TOURISM

In accordance with established privatisation models, the privatisation of hotel and tourism companies in state ownership will continue, whereby the leading policies will have the aim of giving priority to brands or those owners that will allow known brands to operate or manage their companies. Investments in high quality tourist facilities that provide new jobs are a priority. The trend of rapid development in the tourist industry set by international tourist demand provides opportunities for various entrepreneurial initiatives and investment in a continuously growing sector.

## DEVIZNI PRIHOD OD MEĐUNARODNOG TURIZMA U RH OD 1999. DO 2007. (u milijunima EUR) FOREIGN EXCHANGE REVENUES FROM INTERNATIONAL TOURISM IN CROATIA FROM 1999 TO 2007 (in millions EUR)

Godina Year	Prihod od međunarodnog turizma Revenues from international tourism	Indeks Index
1999.	2.351,9	-
2000.	3.011,8	128
2001.	3.749,3	124
2002.	3.960,8	106
2003.	5.572,7	141
2004.	5.505,6	99
2005.	5.998,9	109
2006.	6.293,3	105
2007.	6.747,9	107

Izvor: HNB, Obrada: HGK

Source: CNB (Croatian National Bank), Compiled by: CCE

## CILJEVI RAZVOJA TURIZMA

Osnovni ciljevi razvoja turizma Hrvatske su profiliranje destinacije Hrvatske kao visoko kvalitetne turističke destinacije Mediterana, Europe i svijeta, te povećanje učinaka od turizma kroz povećanje prihoda od turizma (povećanje turističke potrošnje, izvanpansionske potrošnje, produljivanje sezone).

Za realizaciju navedenih ciljeva potrebna je politika razvoja turizma koja podržava razvitak novih oblika turističke ponude i turističkih proizvoda, kreiranje prepoznatljivog imidža turističkih destinacija i regija Hrvatske, te podizanje razine kvalitete pružanja smještajnih i ugostiteljskih usluga u turizmu, kao i ostalih segmenata turističke ponude uz zaštitu prirodnog okoliša i očuvanje kulturno-povijesne baštine, odnosno razvoj održivog i konkurentnog turizma Hrvatske.

## HRVATSKE TURISTIČKE PREDNOSTI

Najznačajnije prednosti koje hrvatski turizam može iskoristiti u promociji svojih turističkih destinacija i turističkih proizvoda na inozemnom turističkom tržištu su: očuvana prirodna bogatstva i okoliš, kulturno i povijesno naslijeđe, blaga mediteranska klima, kao i blizina europskih tržišta te duga turistička tradicija.

U skladu s trendovima kretanja inozemne turističke potražnje, hrvatski turistički proizvod treba se, uz poštovanje regionalnih specifičnosti, nastaviti razvijati kroz različite oblike posebnog (selektivnog) turizma: nautički turizam, ronilački turizam, krstarenja na motornim jedrenjacima, turizam na seoskim domaćinstvima, konjički turizam, sportski turizam, izletnički turizam, zdravstveni turizam, wellness turizam, pustolovni turizam, kongresni turizam, ekološki turizam, eko-etno turizam, lovni turizam, ribolovni turizam, kulturni turizam i vjerski turizam.

## POREZ NA DODANU VRIJEDNOST

Od 1. siječnja 2006. stupio je na snagu novi Pravilnik o izmjenama i dopunama Pravilnika o porezu na dodanu vrijednost, na osnovi kojeg se plaća porez na dodanu vrijednost po stopi od 10% na usluge smještaja ili smještaja s doručkom, polupansiona ili punog pansiona u svim vrstama komercijalnih ugostiteljskih objekata.

## HOTELSKA INDUSTRIJA

Hotelski smještajni kapaciteti imaju tendenciju porasta kvalitete. Prema trenutačnoj kategorizaciji, 2,7% hotelskih kapaciteta je u objektima sa pet zvjezdica, 17,1% u objektima sa četiri zvjezdice, a 54,8% hotelskih kapaciteta je u objektima koji imaju tri zvjezdice. Nastavit će se gradnja novih te uređivanje i podizanje razine kvalitete postojećih hotela.

Najveći broj smještajnih kapaciteta Hrvatske nalazi se u malim obiteljskim hotelima i pansionima, koji osiguravaju personaliziranu uslugu prilagođenu gotovo svakom gostu, na tržištu poznati kao "boutique hoteli".

Hotelska ponuda kreće se u smjeru specijalizacije ponude sportskih, wellness, kongresnih sadržaja te sadržaja za, primjerice, gurmane, samce i naturiste.

U djelatnosti Hoteli i restorani prosječan broj zaposlenih u 2007. godini bio je 86.040 osoba.

Prosječna dnevna potrošnja po osobi u hotelima je 89 eura (Izvor: TOMAS 2007.).

## PUTNIČKE AGENCIJE I ORGANIZATORI PUTOVANJA

U Hrvatskoj je 2007. bilo registrirano 901 putničkih agencija s mrežom pripadajućih poslovnica (Izvor: DZS RH) koje su organizirale jednodnevne izlete i putovanja za domaće turiste u zemlji i inozemstvu te putovanja stranih turista u Hrvatskoj. Putničke agencije su 2007. godine organizirale putovanja za 2,039,677 stranih turista koji su ostvarili 14,341,881 noćenja. Najviše je posredovanjem putničkih agencija došlo Nijemaca, Talijana, Francuza, Čeha, Britanaca i Slovenaca a prosječno su noćili sedam noći. Putničke agencije su 2007. posredovale i pri odlasku 344,9 tisuće domaćih putnika na jednodnevne izlete u Hrvatskoj te 45,4 tisuća putnika na jednodnevne izlete u strane zemlje. Od toga su najviše izletnika putničke agencije odvele na jednodnevne izlete u Italiju, Austriju i Sloveniju. Za višednevna putovanja u Hrvatskoj se uz posredovanje putničkih agencija 2007. odlučilo 332,4 tisuća domaćih putnika, a ostvarili su 1,5 milijun noćenja. U strane je zemlje pak na višednevna putovanja preko hrvatskih putničkih agencija putovalo 266,9

## TOURISM POLICY GOALS

The main goals for the development of tourism are to profile Croatia as one of the high-quality tourist destinations in the Mediterranean and Europe and world, to increase earnings from tourism by rising spending in tourism, especially the so-called non-room-and-board consumption, and by extending the season.

To achieve above-mentioned goals it is necessary to create tourism policy which supports the development of new types of services and products in tourism, a distinctive image for Croatian tourist destinations and regions, as well as to raise the quality of accommodation, catering and other segments of tourist industry offer while protecting the environment, cultural and historical heritage, that is, developing sustainable and competitive Croatian tourism.

## ADVANTAGES OF CROATIAN TOURISM

The most important advantages that the Croatian tourist industry can use in the promotion of its tourist destinations and products in foreign markets are its preserved nature and environment, cultural and historical heritage, mild Mediterranean climate, proximity to European markets and long-established tradition of tourism.

In line with current trends in international tourism demand, the Croatian tourism industry should be further developed through various forms of special (selective) tourism, while taking local specifics into account: nautical tourism, diving tourism, cruises on motorised sailing ships, rural tourism, equestrian tourism, sports tourism, day-trip tourism, health tourism, wellness tourism, adventure tourism, conference tourism, ecotourism, eco-etno tourism, hunting tourism, fishing tourism, cultural tourism and religious tourism.

## VALUE ADDED TAX

On January 1st, 2006 the new Rules on Amendments and Supplements of the VAT Rules, according to which Value Added Tax at a rate of 10% has been introduced for accommodation services or for B&B services, half board and full board services in all types of commercial catering establishments.

## HOTEL INDUSTRY

Accommodation quality shows an improving trend. Currently, the majority of facilities have five stars (2.7%), 17.1% are four-star hotels, 54.8% are three-star facilities. The construction of new hotels will be continued, as well as the renovation and quality level increase of existing hotels.

Most beds are in small, family-run hotels and B&Bs, which ensure personalised services and are tailored to guests' needs. They are known in the market as boutique hotels.

Trends in the hotel industry are towards specialised services in areas such as sports, wellness, conferences, and also amenities for gourmets, singles, naturists etc. Hotels and restaurants employ an average number of 86,040 people in 2007.

The average daily hotel consumption per person amounts to 89 EUR (source: TOMAS 2007).

## TRAVEL AGENCIES AND TOUR OPERATORS

In 2007, Croatia had 901 registered travel agencies with branch offices network (source: CBS), which organised one day visits and journeys for domestic tourists at home and abroad, as well as journeys for foreign tourists in Croatia. Travel agencies organised the journeys for 2,039,677 tourists which resulted in 14,341,881 overnight stays in 2007. Visitors arriving to Croatia through travel agencies come mostly from Germany, Italy, France, the Czech Republic, Britain and Slovenia. They spent on the average 7 nights in Croatia. In 2007 travel agencies organised one-day excursions in Croatia for 344,900 domestic passengers while 45,400 of them travelled abroad for one day visits. The most frequent destinations of one-day trips were Italy, Austria and Slovenia. The services of travel agencies for longer journeys within Croatia in 2007 were used by 266,900 domestic passengers amounting to 1,160,400 overnight stays. The most visited destinations are: Italy (19%), Austria (14%), Spain (9%), the Czech Republic (8%), Slovenia and France (7% each), other non-European countries (8%).

tisuća domaćih turista i pritom su ostvarili 1.160,4 tisuće noćenja. Najviše hrvatskih turista na višednevna je putovanja odlazilo u Italiju (19%), a slijede Austrija (14%), Španjolska (9%), Češka (8%), Slovenija i Francuska (po 7%) te ostale izvan europske zemlje (8%).

Većina putničkih agencija u Hrvatskoj je registrirana kao kombinacija organizatora putovanja i posrednika. Agencije su jedan od najvažnijih kanala prodaje hrvatskoga turističkog proizvoda, a njihovi programi sastavni su dio turističke promocije Hrvatske u svijetu.

## NAUTIČKI TURIZAM

Nautički turizam jedan je od najatraktivnijih i najperspektivnijih oblika turističke ponude Hrvatske. Ukupni prihod koji je 94 hrvatskih luka nautičkog turizma ostvarilo 2007. bio je 439,2 milijuna kuna, što je 6% više u odnosu na prethodnu godinu. Promatrano prema županijama, najveće su prihode lani ostvarile luke nautičkog turizma u Zadarskoj (102,2 milijuna kuna), Šibensko-kninskoj (102 milijuna kuna) te Istarskoj županiji (84,2 milijuna kuna). Ukupni broj izdanih odobrenja za plovidbu u obalnom moru RH prema priopćenju DZS u 2007. godini iznosio je 54.864 odnosno 4% više nego prethodne 2006. godine. Prema zastavi plovila, najviše ih je bilo iz Njemačke i Italije, a broj osoba na tim plovilima 2007. je bio 287.307.

Hrvatska ima 56 marina, od kojih je 21 u sustavu ACI d.d. Opatija. Ukupni je kapacitet 15.834 veza. Na stalnom vezu bilo je 14.099 plovila, što je 2,2% više nego u 2006. Vežom u moru koristilo se 86,7%, a isključivo mjestom na kopnu 13,3% njih. Godine 2007. zabilježen je porast prometa noćenja u lukama nautičkog turizma 8% u odnosu na prethodnu godinu.

The majority of travel agencies in Croatia are registered either as tour operators or agents. Travel agencies are one of the most important channels for marketing Croatian tourism. Their programmes contribute to the promotion of Croatia as a tourist destination throughout the world.

## NAUTICAL TOURISM

Nautical tourism is one of the most attractive and prosperous forms of Croatian tourism. In 2007 the total turnover of 94 Croatian ports for nautical tourism was HRK 439.2 million or 6% more than in the previous year. By counties, the greatest turnover in tourism ports came from Zadar County (HRK 102.2 million), Šibenik-Knin County (HRK 102 million) and Istria County (HRK 84.2 million). In 2007 the total number of issued navigation licences for the coastal sea of the Republic of Croatia amounted to 54.864 licences, i.e. 4% increase compared with 2006 (source: CBS). According to national flag, the majority were German and Italian, the total number of guests on these vessels in 2007 accounting to 287,307.

Croatia has 56 marinas, of which 21 are within the system of ACI Marinas d.d., Opatija. The total capacity is 15.834 berths. There were 14,099 vessels using permanent berths, that is, 2.2% more than in 2006. Sea berths were used by 86.7%, while 13.3% used land locations. 2007 marks an increase of 8% in overnight stays in nautical marinas compared with 2006.

Charter tourism is on constant increase in Croatia - there were more than 928 charter companies with approximately 3,463 boats. Charter companies in Croatia also provide services of skippers, sailing schools,

### UKUPAN BROJ INOZEMNIH I DOMAĆIH NAUTIČKIH TURISTA, ZA RAZDOBLJE OD 2005. DO 2007.

#### TOTAL NUMBER OF FOREIGN AND DOMESTIC NAUTICAL TOURISTS FROM 2005 TO 2007

NAUTIČKI TURISTI NAUTICAL TOURISTS	2005.	2006.	2007.	Indeks / Index 2005./2006.	Indeks / Index 2006./2007.
Domaći / Domestic	13.004	28.521	36.632	219	128
Strani / Foreign	165.343	243.157	271.862	147	112
Ukupno / Total	178.347	271.678	308.494	152	114

Izvor: DZS RH, Obrada: HGK / Source: Central Bureau of Statistics (CBS); Compiled by: Croatian Chamber of Economy (CCE)

Charter turizam u Hrvatskoj bilježi stalan porast. Za djelatnost pružanja usluga smještaja na plovilima – charter registrirano je u 2007. godini 928 charter tvrtke sa oko 3.463 plovila. Charter tvrtke u Hrvatskoj pružaju i usluge kao što su: usluge skipera, škole jedrenja, škole za skipere, najam dodatne opreme te organizacije jedriličarskih regata i flotila tijekom cijele godine. Krstarenja motornim jedrenjacima s povećanom stopom rasta predstavljaju prepoznatljiv segment nautičkog turizma.

Također je u Hrvatskoj za istaknuti ponudu višednevnih putovanja („OLD CRUISE“), krstarenja na kružnim putovanjima (7 – 14 dnevna putovanja za 12 – 40 putnika duž obale hrvatskog Jadrana) i ponudu jednodnevnih putovanja („nautički izleti“), koji se organiziraju u nacionalnim parkovima, parkovima prirode te ostalim atraktivnim lokacijama. Ukupni je broj turističkih brodara 303 sa ukupno 406 brodova, koji pružaju slijedeće usluge: ronjenje, ribarenje, organiziranje biciklističkih i pješćkih tura i sl.

## RONILAČKI TURIZAM

Za istaknuti je i ronilački turizam koji posljednjih godina bilježi snažnu ekspanziju. Registrirano je oko 150 ronilačkih centara u slijedećim ronilačkim regijama: Istra, Kvarner, Dalmacija – Šibenska regija, Zadarska regija, Splitska regija i Dubrovačka regija sa uslugama organiziranog ronjenja, razgledima podmorja na različitim lokalitetima uzduž Jadranskog priobalja poznatim po bogatoj prošlosti (trgovinski morski putevi, vojne bitke, podvodni zidovi i grebeni, podmorske špilje, olupine brodova, olupine aviona, podvodna flora i fauna, zaštićeni arheološki lokaliteti itd.). Profesionalno organizirani ronilački centri posjeduju sve preduvjete da ronilačko iskustvo u hrvatskom podmorju bude sigurno, dovoljno informativno i nezaboravno.

Više o ronilačkom turizmu Hrvatske i ronilačkim centrima pogledajte na [www.croprodivo.info](http://www.croprodivo.info)

## ZDRAVSTVENI TURIZAM

Zdravstveni turizam pruža vrlo raznoliku ponudu u morskim (talasoterapijskim) i topličkim lječilištima. Ponuda zdravstvenog turizma

skipper courses, additional equipment rent, as well as services of organizing yachting regattas and flotillas all year around.

Cruises on motor sailboats marking an increased growth rate represents recognisable segment of nautical tourism.

Croatia also offers several-days journeys („OLD CRUISE“), cruises (7-14 –day long cruises for 12 to 40 passengers along Croatian part of Mediterranean) as well as one-day trips (nautical trips) organized in national parks, nature parks and other attractive locations. The total number of nautical shippers amounts to 303 and 406 vessels providing services of diving, fishing, organizing biking and hiking tours, etc.

## DIVING TOURISM

It is also important to emphasise diving tourism which has marked a significant expansion. There are some 150 registered diving centres in the following regions: Istria, Kvarner, Dalmatia – Šibenik region, Zadar, Split and Dubrovnik. They provide services such as accommodation, spear-fishing, catering services, trip organisation, diving for the disabled. They also offer attractions such as underwater cities and reefs, under-sea caves, ship wrecks, airplane wrecks, under-water flora and fauna and archaeological sites. Professional diving centres have all preconditions to offer safe, informative and unforgettable diving experience. For more information on diving tourism and centres in Croatia visit [www.croprodivo.info](http://www.croprodivo.info)

## HEALTH TOURISM

Health tourism provides various facilities at the seaside (thalassotherapy) and in thermal health resorts. Health tourism is based on natural healing factors which combine different kinds of medical, preventive and wellness programmes adapted to the needs of specific tourist groups.

In this sector of tourism, Croatia has 6000 beds in 18 health establishments. The numbers of tourists and overnight stays are constantly growing. In 2007 health resorts were visited by 38,904 tourists or 41% more than the

temelji se na prirodnim lječilišnim činiteljima koji su poveznica različitih oblika medicinskih, preventivnih i wellness programa prilagođenih potrebama pojedinih skupina turista.

U ovom segmentu turističke ponude Hrvatska nudi 6.000 postelja u 18 lječilišnih ustanova. Broj turista i noćenja iz godinu u godinu raste. Godine 2007., prema podacima DZS, lječilišta su posjetila 38.904 turista ili 41% više nego prethodne godine, a ostvareno je 278.397 noćenja, što je 32% više nego prethodne godine. Od ukupnog broja turista 2007. godine 18.680 (ili 48%) bili su strani turisti, a ostvarili su 120.296 noćenja ili 38% više nego u istom razdoblju prošle godine. U isto vrijeme broj domaćih turista je bio 20.224 ili 42% više nego prethodne godine, a ostvarili su 158.101 noćenja ili 28% više nego u istom razdoblju prethodne godine.

Prema anketama u kontinentalnim je lječilištima više od 90% domaćih turista, a u morskim lječilištima, ovisno o lječilištu, udio stranih turista kreće se od 30 do 45%, a prosječni boravak turista u lječilištima - prema podacima DZS - je 14 dana.

U prvih devet mjeseci 2008. godine, broj dolazaka domaćih turista u hrvatska lječilišta je porastao na 16.629 u odnosu na 15.668 u prvih devet mjeseci u 2007. godini s indeksom od 106. Broj dolazaka stranih turista je 13.485 te je ukupno bilo 30.114 dolazaka u hrvatska lječilišta od siječnja do rujna 2008. godine.

U dosadašnjem razvoju, kao i u procjenama budućeg razvoja lječilišnog turizma Hrvatske, glavni potencijali i resursi nalaze se u raznolikosti prirodne baštine Hrvatske, ljekovitim vodama, čistom moru, blagotvornom podneblju i zdravoj hrani te posebno u ekološkoj kvaliteti prostora Hrvatske, što su ujedno i komparativne prednosti za razvoj wellness turizma Hrvatske.

Wellness ponuda Hrvatske, bazirana na bogatstvu prirodne baštine, različitim autohtonim uljima, ekstraktima autohtonog ljekovitog bilja, bogatstvu ljekovitih voda i čistog mora te ekstraktima morske flore, u kombinaciji sa zdravom autohtonom tradicijskom hranom, uz korištenje jedinstvenih aroma, tretmana inspiriranih egzotičnim kulturama, ima sve predispozicije za stvaranje brenda "Hrvatski wellness" u okviru Hrvatske kao wellness destinacije.

Trend turističke potražnje za wellness uslugama u Hrvatskoj je rezultirao rastom njihove ponude. Za napomenuti je trend rasta wellness usluga pri hotelima u „hotelskim wellness centrima“, kojih je prema evidencijama HGK na kraju 2005. godine bilo 28, na kraju 2006. godine 44, te na kraju 2007. godine ukupno 65 „hotelskih wellness centara“.

## RURALNI TURIZAM

Registrirana turistička seljačka gospodarstva u Hrvatskoj prema provedenim anketama i dalje su u uzlaznom trendu i kontinuiranom razvoju. Tako je 2007. godine u Republici Hrvatskoj registrirano 379 turističkih seljačkih gospodarstava s ukupno 933 kreveta, od kojih 314 ili 83% nudi usluge prehrane dok ih 231 ili 61% ima kušaonice vina i rakije. Najveći broj registriranih turističkih seljačkih gospodarstava je u Dubrovačko-neretvanskoj županiji, njih 70 ili 18%, a slijedi Istarska županija, koja ima značajno veći broj registriranih kreveta u turističkim seljačkim obiteljskim gospodarstvima, čak 253 ili 27% ukupnog broja kreveta seljačkih domaćinstava u svim hrvatskim županijama. Osim Istarske i Dubrovačko-neretvanske županije, najznačajniji porast u broju registriranih seljačkih gospodarstava imaju još Osječko-baranjska, Šibensko-kninska, Zadarska, Splitsko-dalmatinska, Zagrebačka i Sisačko-moslavačka županija.

Ostale kontinentalne županije s manjim brojem registriranih TSOG su: Međimurska, Krapinsko-zagorska, Koprivničko-križevačka i Varaždinska, Bjelovarsko-bilogorska i Vukovarsko-srijemska županija.

Mogućnosti razvoja segmenta ruralne turističke ponude Hrvatske temelje se na atraktivnim prirodnim turističkim prostorima kontinentalne i zaobalne Hrvatske te selektivnim oblicima turizma koji su do sada nedovoljno iskorišteni, a imaju velike potencijale u kulturnom ruralnom turizmu i širem kulturnom turizmu, posebno arheološkom, speleološkom, pustolovnom, lovnom, izletničkom, lječilišnom, wellness i gastronomskom turizmu baziranom na proizvodnji domaće hrane i autohtonim kuhinjama regija Hrvatske.

Temelj razvojne i poslovne orijentacije svakoga gospodarstva koje se bavi turizmom kao dopunskom djelatnošću jest stvaranje specifičnog autohtonog turističkog proizvoda regije kojoj pripada, korištenjem komparativnih prednosti regije, baziranog na ponudi zdravog načina života, proizvedene i ponuđene zdrave autohtone hrane te aktivnog odmaranja u čistom i nezagađenom okolišu ruralnog prostora bogatog povijesnim i kulturnim naslijeđem.

previous year. There were 278,397 overnight stays in total, 32% more than previous year. From the total number of tourists in 2007, 18,680 (48%) were foreigners, generating a total of 120,296 overnight stays or 38% more compared with 2007.

At the same time there were 20,224 domestic tourists or 42% more than the year before, generating a total of 158,101 overnight stays or 28% more than in the previous year.

According to surveys, domestic tourists account for more than 90% of guests in continental health resorts. However, depending on the resort, foreign tourists constitute between 30% and 45% of all guests in seaside resorts, and the average stay lasts 14 days (source: CSB). The number of tourists in the first nine months of this year visiting Croatian health resorts increased to 16,629 compared with 15,668 in the first nine months in 2007, index being 106. Foreign tourists account for 13,485. The total number of tourists visiting Croatian health resorts from January to September 2008 amounts to 30,114.

The main potential and resources, both in the past and in the estimates for the future development of health tourism in Croatia, lies in the diversity of natural heritage, medicinal water, pristine sea, favourable climate, healthy food and, in particular, in the high environmental quality of Croatia's regions. With respect to the development of wellness tourism in Croatia, these properties are the country's comparative advantages.

Taken together, the wealth of natural heritage, diverse native oils, extracts from indigenous medicinal herbs, medicinal water, clean sea water and extracts from marine plants, combined with traditional local food, unique aromas and therapy inspired by exotic cultures provide great potential for turning wellness into a distinctive brand of Croatia as a destination country: "Croatian Wellness".

Wellness tourism, as a trend of international tourist offer and demand, is also recognised in Croatia through increasing demand for wellness services that are part of hotel facilities within independent hotel wellness centres or those outside the hotel.

Noteworthy is the growth trend of wellness services at "hotel wellness centres". End of 2005, a total of 28 were registered. Their number grew to 44 by the end of 2006. In late 2007 there were 65 „hotel wellness centres“.

## RURAL TOURISM

According to surveys registered tourist rural households in Croatia show a continuously increasing trend and constant development. In 2007 there were 379 tourist rural households registered in the Republic of Croatia with 933 beds, out of which 314 or 83% offered food and drink while 231 or 61% had brandy and wine tasting facilities. The largest number of registered tourist rural households can be found in the County of Dubrovnik-Neretva, almost 70 (18%).

The County of Istria is the second largest with a significantly larger number of beds registered in rural tourist households – 253 beds or 27% of the total number of beds in Croatian rural tourism industry.

Apart from those two counties the most significant increase in numbers of registered households may be found in the following counties: Osijek-Baranja, Šibenik-Knin, Zadar, Split-Dalmatia, Zagreb and Sisak-Moslavina.

Other counties with smaller number of registered households are: Međimurje, Krapina-Zagorje, Koprivnica-Križevci, Varaždin, Bjelovar-Bilogora and Vukovar-Srijem.

The development possibilities of rural tourist segment in Croatia are based on attractive natural tourist regions of continental and coastal Croatia as well as selective tourist activities that have not been sufficiently utilised until now, but have huge potential in cultural rural tourism, but also in wider cultural tourism, especially archaeological, speleological, adventure, hunting, trip, curative, wellness and gastronomic tourism, based on domestic food production and autochthonous cuisine of Croatian regions.

The basis for the development and operational orientation of each household that works in tourism as additional activity is the creation of a specific autochthonous tourist product of the region, that uses comparative regional advantages and is based on the concept of a healthy way of living as well as locally produced healthy autochthonous food and active rest in a clean and unpolluted environment, enriched by historical and cultural heritage.

## ● PUSTOLOVNI TURIZAM

Pustolovni turizam zasigurno je jedan od vrlo perspektivnih i atraktivnih oblika selektivnog turizma koji Hrvatska može ponuditi na domaćem i inozemnom tržištu. Broj sudionika u ovoj vrsti putovanja na inozemnom turističkom tržištu u stalnom je porastu. Hrvatska ima vrlo velike mogućnosti za razvoj pustolovnog turizma s obzirom na svoja prirodna bogatstva i sve komparativne prednosti koje pogoduju njegovom razvoju. To su prije svega zdrav okoliš i prirodni resursi pogodni za razne oblike aktivnog odmaranja. Pustolovni izleti i aranžmani sadrže različite oblike aktivnog odmaranja turista ponuđene kroz organiziranje društvenih aktivnosti u cilju izgradnje i unapređivanja odnosa u grupi (Team building) te pustolovna događanja i sportove organizirane u pustolovnim proizvodima: spuštanje gumenim čamcima niz rijeku (Rafting), slobodno penjanje (Free climbing), penjanje na neuređenim penjalištima (Big wall climbing), pješčačenje (Trekking), vožnja biciklom (Biking), vožnja brdskim biciklom (Mountainbiking), vožnja kajakom niz rijeku (River kayaking), vožnja kajakom po moru (Sea kayaking), šetnja kanjonima (Canyoning), vožnja kanuom (Canoeing), špiljarenje, putovanje (Trekking) na konjima, avanturističko ronjenje, letenje balonom, letenje zmajem (Paragliding), jedrenje na dasci (Wind surfing), skakanje padobranom (Sky diving), igre ratovanja bojama (Paint ball), organizirana vožnja džipom (Jeep safari) te pustolovne utrke kao novi oblik ekstremnih sportova.

## ● KAMPOVI

Hrvatska raspolaže sa 700 kampova duž cijele obale, od čega je 220 velikih kampova (iznad 120 mjesta) i 480 mini kampova. U 2007. bilo je ukupno, prema podacima DZS, 1,929.994 dolaska i ukupno 12,956.615 noćenja. Noćenja su u kampovima u odnosu na prethodnu godinu povećana 3% (u strukturi noćenja kampovi ostvaruju 23,1% ukupnog broja noćenja). U strukturi tržišta najzastupljenije su bile Njemačka, Slovenija, Italija, Češka i Austrija. S obzirom na europske standarde kamping turizma, Hrvatska je na sredini ljestvice, a najveći pomaci u kvaliteti usluga i sadržaja ostvareni su u Istri, regiji s najvećim kapacitetom kampova u Hrvatskoj i najvećim brojem ostvarenih noćenja u istim te rastu u kvaliteti od 3%. Prema ocjeni njemačkog ADAC-a, investicijska i razvojna komponenta hrvatskih kampova je u uzlaznoj liniji. Prosječna dnevna potrošnja u kampovima je 38 eura (Izvor: TOMAS 2007.).

## ● KULTURNI TURIZAM

Bogatstvo materijalne i nematerijalne kulturne baštine Hrvatske predstavlja resurs za razvoj hrvatskog kulturnog turizma u svim njegovim oblicima: od baštinskog turizma i UNESCO spomenika, muzejskog turizma, arheološkog turizma, kulturnog ruralnog turizma do eko- etno turizma. Broj posjetitelja svih turističkih atrakcija u Hrvatskoj u stalnom je porastu, te je 2007. bilo 7,9 milijuna posjetitelja. Prema broju posjetitelja u vodećoj su poziciji Dubrovačko-neretvanska županija sa 2,1 mil. posjeta, grad Zagreb sa 1,568 mil. posjeta, Krapinsko-zagorska sa 930.104 posjeta, te Istarska sa 843.923 posjeta.

U drugom tromjesečju 2008. istraživanjem o broju posjetitelja važnijih turističkih znamenitosti i atrakcija obuhvaćena su 139 muzeja i galerija. Ukupno ih je posjetilo 750.354 posjetitelja, od čega 46% domaćih i 54% stranih. Najveći broj posjeta u muzejima i galerijama zabilježen je u Dubrovačko-neretvanskoj županiji (391.102), zatim Gradu Zagrebu (111.239) i Krapinsko-zagorskoj županiji (44.427).

Najveći broj posjeta ostalim znamenitostima i atrakcijama ostvaren je u Gradu Zagrebu (418.214 posjeta) zatim u Krapinsko-zagorskoj županiji (384.247 posjeta), Osječko-baranjskoj županiji (288.270 posjeta), Dubrovačko-neretvanskoj županiji (266.382 posjeta) i Primorsko-goranskoj županiji (127.495 posjeta).

Najposjećeniji Nacionalni park bila su Plitvička jezera s 272.570 posjetitelja, od čega 15% domaćih i 85% stranih.

Kulturno-turističku ponudu Hrvatske kao destinacija čini: autohtono okruženje specifičnih mediteranskih obalnih gradova i jedinstvenost neotkrivenih zaobalnih, te atraktivnost kontinentalnih urbanih središta i tradicijskih ruralnih područja. Raznolikost prirodne i kulturne baštine, kao i impresivni spomenici pod zaštitom UNESCO-a (Plitvička jezera, Šibenska katedrala, kompleks Eufrazijane u Poreču, stari gradovi Trogir, Dubrovnik i Split s Dioklecijanovom palačom) pružaju bogatu nematerijalnu kulturnu

## ● ADVENTURE TOURISM

Adventure tourism is a very promising and attractive form of selective tourism, which Croatia can offer to domestic and foreign markets. In the foreign market, a constant increase can be noticed in the number of participants in this form of tourism.

Croatia has great possibilities for the development of adventure tourism due to its natural resources and all requisite comparative advantages. Primarily, this means a healthy environment and natural resources that could be used in different forms of activity holidays.

Adventure excursions consist of different types of active holidays for tourists, for example team building (organising social activities in order to improve relationships among group members) as well as all adventure events and sports organised as part of adventure products – rafting, free climbing, big wall climbing, trekking, biking, mountain biking, river kayaking, sea kayaking, canyoning, canoeing, cave exploring, horse trekking, adventure diving, balloon flying, paragliding, wind surfing, sky diving, paint ball, jeep safari and adventure races as a new form of extreme sports.

## ● CAMPS

Croatia has 700 camps along the coast, of which 220 are large (more than 120 camping places) and 480 are mini camps. In 2007, there were 1,929,994 visits, and the number of overnight stays totalled 12,956,615 (source: CBS). In comparison with 2006, in 2007 the number of overnight stays in camps increased by 3% (camps account for 23.1% of all overnight stays in Croatia). The most prominent nationalities among campers come from Germany, Slovenia, Italy, the Czech Republic and Austria. In terms of European standards of camping tourism, Croatia is in the middle of the ranking list, while the biggest improvements in services and contents can be noticed in Istria, the region with the highest number of camps in Croatia and the highest number of overnight stays, as well as 3% quality increase. According to the German ADAC, investment and development in Croatian camps have an upward trend. The average daily spending in camps is 38 euro (source: TOMAS 2007).

## ● CULTURAL TOURISM

The wealth of Croatian material and non-material heritage is a resource for the development of Croatian culture tourism in all its aspects: from heritage tourism and visits to UNESCO sites, museums and archaeological sites, and rural cultural tourism to eco-ethno tourism.

The number of visitors to all tourist attractions in Croatia is continuing to rise. In 2007, it amounted to 7.9 million. The absolute leader by the number of visitors is County of Dubrovnik Neretva (2.1 million visits), followed by the City of Zagreb (1,568 million visits), County of Krapina Zagorje (930,104 visits) and County of Istria (843,923 visits).

The research on the number of visitors visiting the most important sights and attractions done in the second quarter included 139 museums and galleries. They mark a total of 750,354 visitors, 46% domestic and 54% of foreign. The highest number of visitors has been recorded in Dubrovnik-Neretva County (391,102), City of Zagreb (112,239) and Krapina-Zagorje County (44,427). City of Zagreb marked the most visitors sightseeing other sights and attractions (418,214), followed by Krapina-Zagorje County (384,247), Osijek-Baranja (288,270), Dubrovnik-Neretva County (266,382) and Primorje-Gorski Kotar (127,495).

The most visited National park was the Plitvice Lakes with 272,570 visitors (15% domestic and 85% foreign).

Culture and tourism offering of Croatia consist of: autochthonous atmosphere of Mediterranean coastal towns and the uniqueness of an as-yet-undiscovered hinterland and attractions inland urban centres and traditional rural areas. The diversity of natural and cultural heritage, and impressive sites and monuments protected by the UNESCO (Plitvice Lakes, Šibenik Cathedral, Euphrasian Basilica in Poreč, the old towns of Trogir, Dubrovnik and Split with its Diocletian's Palace) provide for a rich non-material cultural Croatian heritage. In addition, Croatia has 190 museums and collections that have an exceptional inventory of domestic and world heritage visited by 2,6 million people annually.

Traces of practically all European and many Asian peoples have remained in the ground. This makes Croatia one of the richest archaeological areas in the world. The potential of archaeological tourism lies in the multitude

baštinu hrvatskog podneblja. U Hrvatskoj uz to brojimo i 190 muzeja i zbirki s reprezentativnim fondusom domaće, ali i svjetske baštine, sa 2,6 milijuna posjetitelja godišnje.

Potencijali arheološkog turizma leže u velikom broju arheoloških muzeja i arheoloških lokaliteta koji se mogu razviti u prvorazredne turističke atrakcije kao što su primjerice Vukovar (nalazište Vučedol), Vinkovci (nalazište Sopot), Varaždinske Toplice (nalazište Aquae Iassae), Krapina (nalazište Hušnjakovo), Šćitarjevo (nalazište Andautonia), Pula, Brijuni, Vizače – Nezakcij, Sisak, Topusko, Otočac (nalazišta Avendo i Arupium), Benkovac (nalazište Asseria), Solin (nalazište Salona), Metković (nalazište Narona) te Burnum, uz činjenicu da su na tlu Hrvatske ostavili trag gotovo svi europski i mnogi azijski narodi, što Hrvatsku svrstava među svjetski najbogatija arheološka područja. U razdoblju od siječnja do lipnja 2008. godine, ukupno 1.529 osoba je posjetilo arheološka nalazišta u Istarskoj županiji te ukupno 7.801 osoba arheološka nalazišta u Splitsko-dalmatinskoj županiji.

Kulturna baština Hrvatske iznimno je vrijedan resurs u ponudi hrvatskog turizma, što potvrđuje i podatak da čak 69% turista u toku svojeg boravka posjeti neki od kulturnih događaja ili sadržaja premda su glavni motiv njihova dolaska u Hrvatsku more i sunce.

## HRVATSKI TURIZAM U SVJETSKOJ TURISTIČKOJ INDUSTRIJI

Međunarodni turizam spada u najekspanzivnije grane svjetskoga gospodarstva.

Europa, a posebice Sredozemlje, i dalje ostaje najvažnija turistička destinacija i glavno turističko tržište.

Svjetska turistička organizacija predviđa za Sredozemlje godišnju stopu rasta 3%, pri čemu se ističe Hrvatska kao zemlja s jednom od potencijalno najvećih stopa rasta međunarodnih turističkih dolazaka (7%).

## HRVATSKA GOSPODARSKA KOMORA

U Hrvatskoj gospodarskoj komori unutar Sektora za turizam djeluju udruženja s pripadajućim grupacijama i strukovnim grupacijama. Svrha udruživanja gospodarskih subjekata u pripadajuće organizacijske oblike udruženja HGK jest strukovno povezivanje članica u cilju rješavanja aktualne problematike te prezentiranja i zastupanja usuglašenih stajališta članica prema tijelima i institucijama, kao i ostvarivanje različitih zajedničkih interesa članica te organiziranje njihovih zajedničkih promidžbenih aktivnosti na nacionalnoj razini u cilju unapređivanja kvalitete promicanja hrvatskog turizma.

Udruženja, grupacije i zajednice Sektora za turizam HGK:

- Turističko Poslovno Vijeće pri HGK
- Udruženje hotelijera i ugostitelja
  - Strukovne grupacije hotelijera
  - Strukovne grupacije kampista
- Hrvatsko udruženje putničkih agencija (HUPA)
  - Strukovne grupacije putničkih agencija
- Udruženje hrvatskih marina
- Udruženje pružatelja usluga smještaja na plovilima (UPUSP) - charter
- Udruženje turističkih brodara
- Zajednica ronjenja u gospodarstvu:
  - Sekcija ronilačkog turizma
- Zajednica zdravstvenog turizma
- Zajednica pustolovnog (adventure) turizma
- Udruženje selektivnih oblika turizma:
  - Grupacija wellness turizma
- Zajednica kulturnog turizma
  - Sekcija putničkih agencija za baštinski i kulturni turizam
  - Sekcija baštinskog turizma: Muzejski turizam, Arheološki turizam (arheološki parkovi, ceste i putevi), Povijesni turizam (povijesni gradovi, UNESCO spomenici i povijesni lokaliteti)
    - Sekcija za interpretaciju baštine
- Zajednica ruralnog turizma:
  - Sekcija turističkih seljačkih obiteljskih gospodarstava
  - Sekcija agroturizma
  - Sekcija eko-etno turizma

of archaeological sites and museums that can develop into top tourist attractions, such as Vukovar (Vučedol), Vinkovci (Sopot), Varaždinske Toplice (Aquae Iassae), Krapina (Hušnjakovo), Šćitarjevo (Andautonia), Pula, Brijuni, Vizače-Nesactium, Sisak Topusko, Otočac (Avendo and Arupium), Benkovac (Asseria), Solin (Salona), Metković (Narona) and Burnum. A total of 1,529 people visited archaeological sites in Istria County during the period from January to June 2008, 7,801 in Split-Dalmatia County.

Cultural heritage is an exceptionally valuable resource for the supply side of Croatian tourism. The fact that, notwithstanding sun and sea being the primary motivation for coming to Croatia, as many as 69% of tourists attend some of the cultural events or visit cultural sites is a testimony to this.

## CROATIAN TOURISM IN THE WORLD TOURISM INDUSTRY

International tourism is one of the most expanding fields of the world economy. Europe, and particularly the Mediterranean, still remains the most important tourist destination and major tourist market.

The World Tourism Organisation predicts a 3% annual growth rate for the Mediterranean, where Croatia is emphasised as one of the countries with the highest growth rates in terms of international tourist arrivals (7%).

## CROATIAN CHAMBER OF ECONOMY

Within the Tourism and Catering Industry Department of the Croatian Chamber of Economy, there operate several associations and their affiliated groups and professional associations. Gathering business entities into appropriate organisations within the CCE creates links between its members that facilitate problem solution as well as the representation of co-ordinated views before bodies and institutions. Further, it also facilitates the accomplishment of common interests and organisation of joint promotional activities at a national level for the benefit of Croatian tourism.

Croatian professional associations are the following:

- CCE Tourism Business Council
- Hoteliers' and Caterers' Association
  - Hoteliers' Group
  - Camping Group
- Croatian Association of Travel Agencies (HUPA)
  - Travel Agencies' Group
- Croatian Marinas Association
- Association of Waterborne Accommodation Providers – Charter (UPUSP)
- Tourist Ship Owners Association
- Commercial Diving Association
  - Diving Tourism Group
- Health Tourism Affiliation
- Adventure Tourism Association
- Specialised Tourism Association
  - Wellness Tourism Group
- Croatian Cultural Tourism Affiliation
  - Travel Agencies' Group for Heritage Tourism and Cultural Tourism
    - Heritage Tourism Group: museums, archaeology (archaeological parks, roads and paths), history (historical towns, UNESCO monuments and sites)
      - Heritage Interpretation Group
- Rural Tourism Affiliation
  - Tourist Affiliation on country (family) households
  - Agro Tourism Group
  - Eco-ethno Tourism Group

**HRVATSKA GOSPODARSKA KOMORA  
SREDIŠNJICA**

Rooseveltov trg 2  
HR-10000 ZAGREB

p.p. 630

Tel.: +385 (0)1 4561-555

Fax: +385 (0)1 4828-380

E-mail: [hgk@hgk.hr](mailto:hgk@hgk.hr)

[www.hgk.hr](http://www.hgk.hr)

**CROATIAN CHAMBER OF ECONOMY  
HEADQUARTERS**

Rooseveltov trg 2  
HR-10000 ZAGREB, CROATIA

p.p. 630

Tel.: +385 (0)1 4561-555

Fax: +385 (0)1 4828-380

E-mail: [hgk@hgk.hr](mailto:hgk@hgk.hr)

[www.hgk.hr](http://www.hgk.hr)

HRVATSKA GOSPODARSKA KOMORA  
SEKTOR ZA TURIZAM  
Direktor: Ondina Šegvić, dipl. oec.

Rooseveltov trg 2  
HR-10000 ZAGREB  
Tel.: +385 (0)1 4561-570, 4561-660  
Fax: +385 (0)1 4828-499  
E-mail: [turizam@hgk.hr](mailto:turizam@hgk.hr)

CROATIAN CHAMBER OF ECONOMY  
TOURISM DEPARTMENT  
Managing Director: Ondina Šegvić, B.Sc.Oec.

Rooseveltov trg 2  
HR-10000 ZAGREB, CROATIA  
Tel.: +385 (0)1 4561-570, 4561-660  
Fax: +385 (0)1 4828-499  
E-mail: [turizam@hgk.hr](mailto:turizam@hgk.hr)