

Buzet, 9. kolovoza 2017.

DEMISTIFIKACIJA HTZ-OVIH POTPORA MANIFESTACIJAMA ili kome koristi potpora?

Nakon objave rezultata HTZ-ovog Javnog natječaja za potpore manifestacijama, opet sam se neugodno iznenadio vidjevši da ni ove godine manifestacija čiji sam direktor – Ultratrail utrka 100 Milja Istre, nije dobila potporu. Da apsurd bude veći, Ministarstvo turizma je od 2016. godine pokrovitelj utrke 100 Milja Istre. Pametnom dosta.

Sada mogu sa sigurnošću reći **da smo dvije godine zaredom brutalno oštećeni te da zahtijevam reviziju rezultata i poništenje rezultata Javnog natječaja.**

Ova stav nije formiran ishitreno. Nakon prvog neugodnog iznenađenja rezultatima, bio je to dobar poticaj da analiziram koncept koji HTZ prakticira u ovom natječaju, ali i mnogim drugim. Ovom prilikom želim da se jasno definiraju nedostaci u aktualnom sustavu i praksi te da to iskoristimo za dobivanje novih, kvalitetnijih kriterija. Svi podaci prikupljeni su iz javno dostupne arhive HTZ-a i Ministarstva turizma, a analizirani su objektivno i trezveno kako bi dali realnu sliku situacije.

I da se razumijemo, ne smatram da su ovi rezultati manifestacija (isključivo) neznanja ili nekompetencije jer sam lani na sastanku u HTZ-u detaljno objasnio čime se bavimo, što želimo, koji nam je doseg i potencijal te na kraju najbitnije - koji su nam ostvareni rezultati. Očito nemamo nikoga tko će lobirati za nas. Međutim, ovo je javni novac i potrebno ga je transparentno trošiti. Ne samo zbog pravednosti nego i zbog samog sadržaja i ciljanog, razvojnog trošenja tog novca.

O SAMOM KONCEPTU NATJEČAJA

Potpore manifestacijama je jedan od tradicionalnih programa Hrvatske turističke zajednice kojima dodjeljuje bespovratna sredstva putem programa potpora s ciljem unapređenja proizvoda, stvaranjem prepoznatljivog imidža hrvatskog turizma i zemlje u cjelini te obogaćivanja ponude u pred i posezoni. Tako stoji na web stranici centralnog nam turističkog ureda, no da li je to zaista i istina?

Analizom programa potpore manifestacijama u periodu od 2012. do 2017. godine došao sam do vrlo zanimljivih podataka koji su uglavnom u koliziji s temeljnim postavkama programa i zadaće HTZ-a općenito. Postavlja se nekoliko vrlo bitnih pitanja koja ću pokušati približiti u daljnjoj analizi koristeći isključivo podatke Hrvatske turističke zajednice i Ministarstva turizma.



1. TERMIN OBJAVE I ODLUKE

Prva problematična stvar kod ovog programa je termin objave Javnog poziva te Odluke o potpori događanjima u 2017. godini. Naime, Javni poziv je objavljen 31. ožujka 2017., a Odluka o potpori je donesena 27. srpnja 2017. Ništa od toga ne bi bilo sporno da se Javni natječaj ne odnosi na manifestacije u 2017. godini!

Budući da se veliki dio sufinanciranih manifestacija odvija u prvom dijelu godine (siječanj – srpanj), postavlja se pitanje kako će organizatori manifestacija planirati sredstva dobivena kroz Javni natječaj? Svaka udruga mora u godini prije organizacije donijeti plan rada i financijski plan te to potvrditi na skupštini što apsolutno isključuje udruge iz bilo kakvog legalnog trošenja sredstava. Osim toga, tvrtke organizatori, kao i udruge moraju imati poslovni plan, zar ne?

Dakle, dva su scenarija, oba podjednako pogubna za organizatore manifestacija. Prvi je da organizator ne planira ta sredstva, a dobije sufinanciranje. Ne postoji legalni način da se retroaktivno potroši taj novac u poslovnoj godini. Drugi je da organizator planira ta sredstva i potroši ih, a od HTZ-a ne dobije ni kune što je direktna ugroza opstojnosti organizatora manifestacije, što sve manifestacije prije srpnja stavlja u nemoguću poziciju.

Indikativno je međutim da neki organizatori ističu logo HTZ-a i prije objave službenih rezultata što otvara mogućnost malverzacijama i prethodnim dogovorima. Ne želim reći da je tome tako, ali indikacije su jasne.

Rješenje je da se Javni poziv za potpore manifestacija objavi i provede u godini prije održavanja sufinanciranih manifestacija. Imajući na umu da se plan svakog društva mora izglasati do sredine prosinca, a uzimajući u obzir cjelokupnu proceduru, ispada da MinT i HTZ natječaj moraju raspisati u srpnju, a rezultate objaviti najkasnije početkom studenog. Apsurdno je da je to samo koji mjesec kasnije od onoga što se sada čini za – tekuću godinu!

Rečeno je jedini način na koji organizatori manifestacija mogu kvalitetno planirati proračune i dobiveno sufinanciranje uložiti transparentno i prema donesenim planovima - dakle, biti u skladu sa zakonima RH. Ovo je također jedini način da se ulaganje izvrši ciljano i efikasno, a to je, pored administrativne ispravnosti procedura – jedini i konačni cilj cijelog natječaja, dakle premisa za pokretanje natječaja za sufinanciranje manifestacija! Nije za odbaciti činjenicu kako je ovo najispravniji način da se uklone insinuacije o malverzacijama.

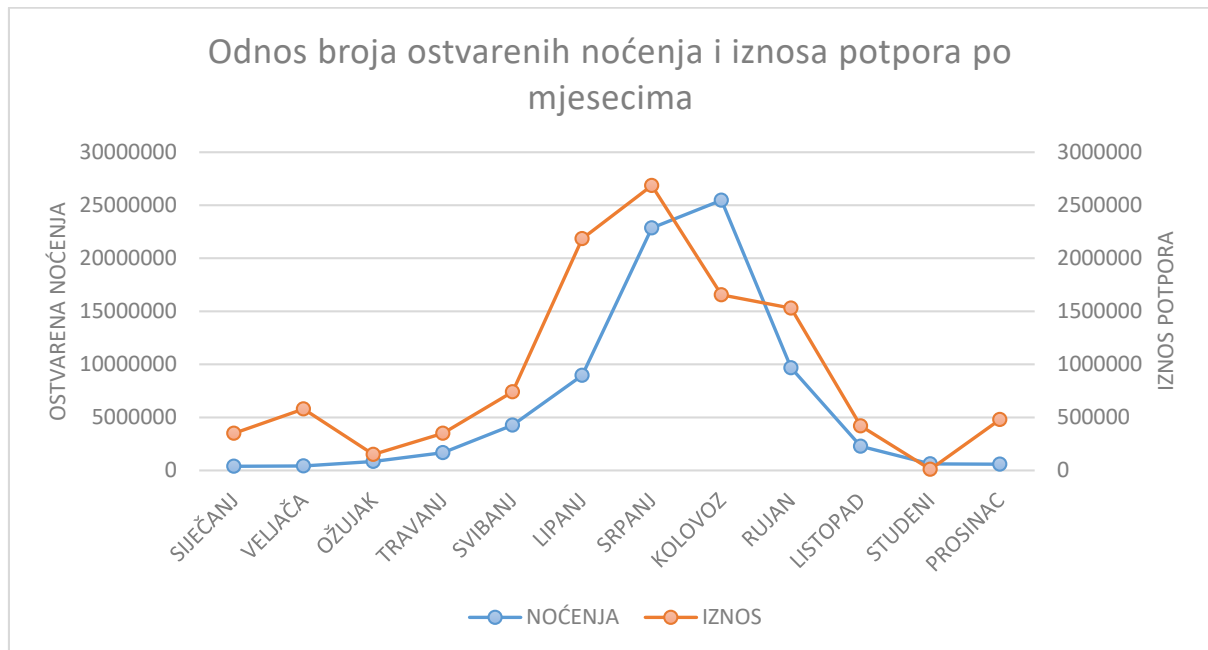
2. POVEĆANJE NOĆENJA U PRED I POSEZONI. KOGA ZAVARAVAMO?

„Strateški cilj Ministarstva turizma i Hrvatske turističke zajednice je razviti i pozicionirati Hrvatsku kao aviodestinaciju i to posebice u razdobljima pred i posezone jer ćemo na taj način moći govoriti o potpunoj turističkoj godini, a ne samo o sezoni“ – riječi su resornog ministra, g. Garija Cappellija.

Ako izolirano gledamo samo ovaj Javni natječaj u svjetlu ove izjave i de facto Strategije turizma u RH, dolazimo do zaključka da je u pred i posezoni potrebno privući čim više gostiju. Međutim, raspodjela sufinanciranja po mjesecima ne prati ovu ministrovu ideju. Po definiciji HTZ-a, PPS (pred i posezona) traje od 1. siječnja do 15. lipnja te od 16. rujna do 31. prosinca. U tom se periodu rezultatima Javnog natječaja sufinanciralo 66 manifestacija s



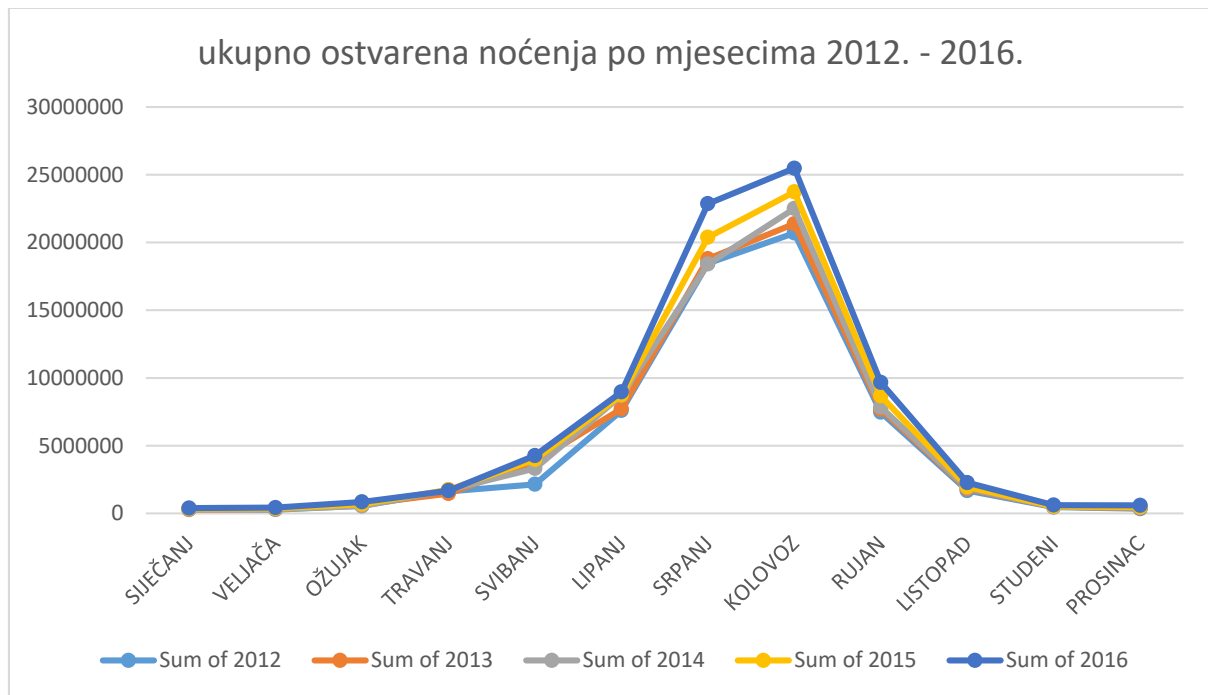
27,7% ukupnih sredstava (19,5% u predsezoni, 8,2% u posezoni) dok je čak 107 manifestacija sufinancirano u glavnoj sezoni s 72,3% sredstava.



Ovo se u narodu zove „bacanje soli u more“ ili „nošenje drva u šumu“. Postavlja se pitanje da li sufinanciramo manifestacije koji su direktni motiv dolaska ili zabavljamo već pristigle goste?

Rješenje je da se konačno oslobodi više sredstava za manifestacije u pred i posezoni koje će biti jaki motiv dolaska, a neće se uklopiti u ovu našu ofucanu mantru „sunce i more“. Takvi nam gosti nose povećanje broja noćenja ali sasvim je jasno da je njihova potrošnja vrlo mala. Prema istraživanju Instituta za turizam, prosječna potrošnja turista u HR je 66 Eura na dnevnoj bazi. Osim toga, u glavnoj sezoni jednostavno nemamo dovoljno kreveta, zaista mi nije jasno zbog čega pumpamo sezonu kad smo na granici overbookinga?

Ako ste mislili da se stanje mijenja u odnosu na proteklih 5 godina, sljedeći grafikon će vas razuvjeriti. Čak štoviše, sve više se noćenja ostvaruje u „glavnoj sezoni“ što je direktan rezultat mantre „sunce i more“.



3. KOLIKO SE SUFINANCIRA I KOLIKO SU MANIFESTACIJE OZBILJNE?

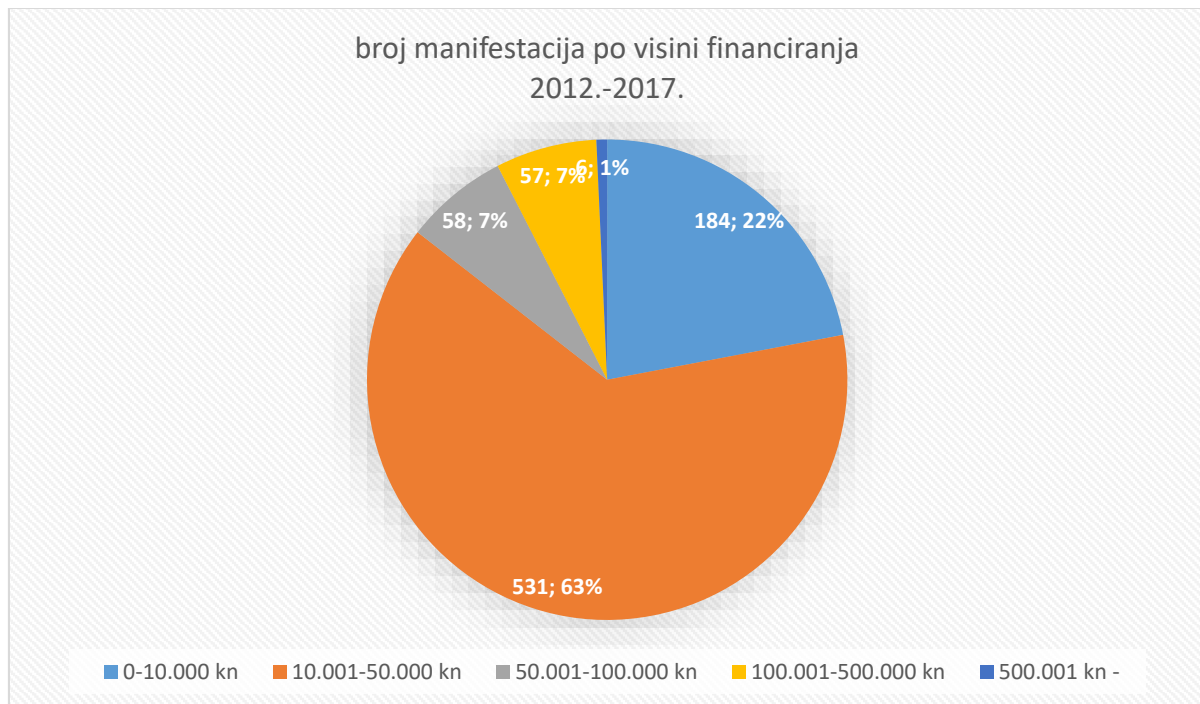
Kad sam na jedno mjesto zbrojio sve sufinancirane manifestacije iz ovog Javnog poziva od 2012. do 2017. došao sam do činjenice da je ukupno sufinancirano 836 manifestacija od čega 470 različitih (neke su dobivale više puta, neke i svaki put), a u tu svrhu se potrošilo 38.480.500,00 kn.

Međutim, daljnjom razradom ustanovio sam sljedeće:

iznos sufinanciranja	broj sufinanciranih manifestacija	ukupni iznos sufinanciranja
2.000 - 10.000 kn	184	1.491.500,00 kn
10.001 - 20.000 kn	319	6.104.000,00 kn
20.001 - 30.000 kn	120	3.547.000,00 kn
30.001 - 50.000 kn	92	4.176.000,00 kn
50.001 - 100.000 kn	58	4.712.000,00 kn
100.001 - 300.000 kn	51	10.650.000,00 kn
300.001 - 500.000 kn	6	2.400.000,00 kn
500.001 - 1.000.000 kn	5	3.900.000,00 kn
više od 1.000.001 kn	1	1.500.000,00 kn

Kad se navedene manifestacije grupira u nekakve smislene financijske raspone sufinanciranja, još se jasnije vidi koliko je mnogo beznačajnog, ili gotovo beznačajnog, sufinanciranja dodijeljeno. Dakle, 623 puta su se sufinancirale manifestacije s iznosom manjim od 30.000 kn na što se potrošilo 11.142.500,00 kn ili ukupno 28,96% raspoloživih sredstava.





S obzirom na bogato iskustvo u organizaciji sportskih manifestacija svih razina, pitam se koliko 10.000 ili 30.000 kn može pomoći ozbiljnoj manifestaciji? Konkretno, budžet utrke 100 Milja Istre je probio iznos od 1,5 milijuna kuna s ozbiljnim trendom porasta. S druge strane, vidljivo je da se „veliki igrači“ pažljivo darivaju do granica de minimisa.

Međutim, pored same „tehničke“ činjenice da dodijeljena sredstva ne utječu značajnije na kvalitetu održavanja tih manifestacija, ovaj koncept raspodjele sredstava („ponovo) dovodi u pitanje sam temelj dodjeljivanja financijske pomoći, a koji je, ponavljam: unaprjeđenje proizvoda, stvaranje prepoznatljivog imidža hrvatskog turizma i zemlje u cjelini, te obogaćivanja ponude u pred i posezoni. Ako određeno sufinanciranje gotovo uopće ne pomaže organizaciji manifestacije, nije li onda upravo u suprotnosti s proklamiranim načelima i ciljevima davati beznačajno sufinanciranje jednim manifestacijama, a utoliko zakidati one manifestacije koje realiziraju proklamirana načela kvalitete, pred i posezone, promocije? Ukratko, HTZ neprimjerenim dodjeljivanjem financijskih potpora potkopava vlastita načela, i načela cijele zemlje, u razvoju i promociji turizma i Hrvatske!

Sljedeće pitanje koje se treba postaviti je: s koliko novca i koliko puta morate sufinancirati manifestaciju dok ne stane na svoje noge i postane samoodrživa? Što nas dovodi do apsolutnih dobitnika programa sufinanciranja manifestacija u proteklih pet godina. A to je redom 11 manifestacija.

manifestacija	dobivena sredstva	koliko puta su sredstva dobivena (2012.- 2017.)
Red Bull Air race	1.500.000 kn	1
Ultra Split	1.500.000 kn	2
Swatch beach volley major Poreč	1.400.000 kn	3
ATP Croatia Open Umag	1.250.000 kn	4
InMusic Festival	1.150.000 kn	5
Fresh Island Festival Novalja	1.105.000 kn	5
Riječki festival	1.070.000 kn	5
Musikantenstadl	900.000 kn	1
Dimension & Outlook	880.000 kn	4
Špancirfest	872.000 kn	5
Sonus Festival	735.000 kn	3
UKUPNO	12.362.000 kn	32,12% od ukupno sufinanciranih sredstava od 2012. do 2017.

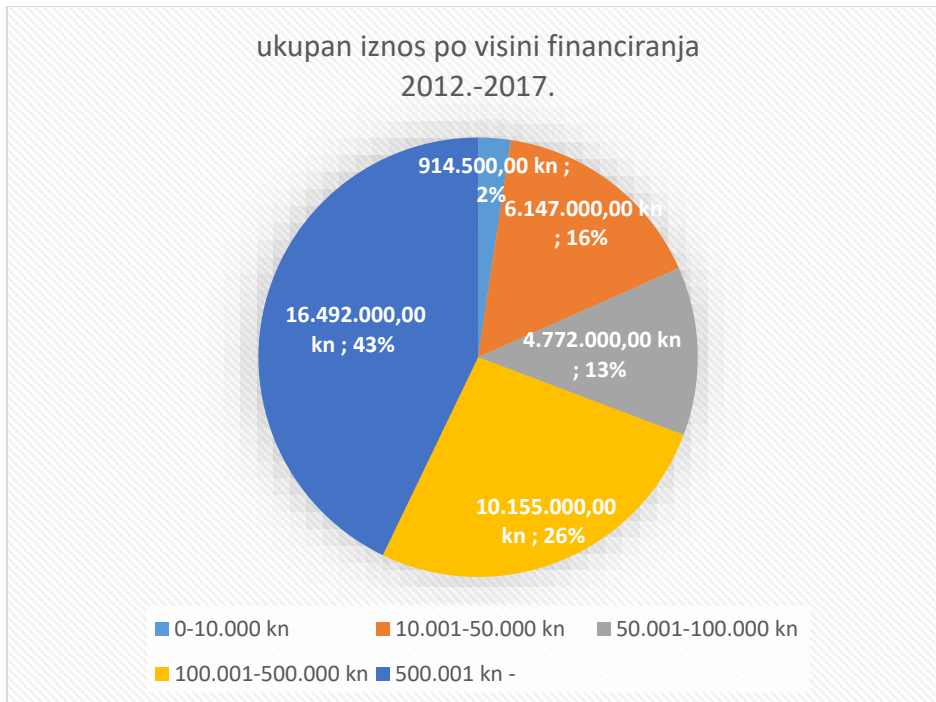
Letimičnim pregledom ustanovili smo da se mahom radi o komercijalnim projektima, štoviše projektima koji daju velike novčane nagrade (ATP 482.000 €, Swatch Major 800.000 \$) dok u isto vrijeme neki ni ne naplaćuju ulaznice nego besplatnim ulazom privlače goste pa se diče posjetom od preko 60.000 gledatelja. Usred glavne turističke sezone. Bravo.

Ako sagledamo dostupne podatke iz jednog drugog kuta, ako zanemarimo činjenicu da se mnoge manifestacije održavaju u ljetnoj sezoni, dolazimo do sljedećeg prikaza koji u sebi nosi dva velika problema:

- ogroman dio cjelokupnog financiranja „uzima“ svega nekoliko top događanja;
- ukupno ogroman broj manifestacija dobiva značajan dio sufinanciranja.

No, realno, svaka manifestacija dobiva smiješno mali iznos sufinanciranja (u prosjeku oko 8.000 kn odnosno 28.000 kuna) pri čemu ono ne čini nikakav pozitivan utjecaj na kvalitetu održavanja, profil posjetitelja, poboljšanje promocije. Dakle, sufinanciranje bez kojega bi stvari ostale iste, sufinanciranje koje bi se trebalo puno smislenije investirati.

Treba razlučiti činjenicu da nije potrebno sufinancirati veliki broj manifestacija i projekata nejasne svrshodnosti, već kvalitetne manifestacije. Jednako tako preveliko izdvajanje za manifestacije velikog budžeta, profitnog tipa i inače samoodržive, nerijetko s upitnim zadovoljavanjem kriterija natječaja, je jednako tako štetno jer se troši budžet koji bi u slučaju manifestacija s jasnim ciljevima i efektima dao puno bolji učinak i bio u potpunosti u skladu s kriterijima natječaja i načelima funkcioniranja HTZ-a.



4. DA LI JE TO DOVOLJNO I ŠTO USTVARI ŽELIMO?

Hrvatska od turizma ostvaruje oko 78 milijuna noćenja (podaci iz 2016.) što je prevedeno u novac oko 64 milijarde kuna ili 18,9% BDP-a. Postavlja se pitanje što mi, kao destinacija, želimo dobiti sufinanciranjem manifestacija? Da li dovoljno ulažemo, imamo li kvalitetne manifestacije, da li su te manifestacije motivi dolaska ili zabava gostiju koji su već stigli u RH, koji je utjecaj sufinanciranja na broj noćenja i potrošnju, kakvi su rezultati? Mnogo je pitanja, odgovora nema. Nema zato jer ne postoji ozbiljna analiza ni strategija sufinanciranja manifestacija. Jer da postoji ozbiljna analiza, u istom natječaju se ni u kojem slučaju ne bi mogli naći velike kompanije kao Red Bull, mega eventi kao Ultra Europe ili Swatch Major i udruge koje organiziraju male lokalne evente kao što je na primjer, vjerovali ili ne, Svjetsko prvenstvo u branju maslina. Ovo nije šala.

Dakle, kao destinacija moramo se odlučiti što želimo sufinancirati, što će nam sufinanciranjem donijeti veću vidljivost, veći broj noćenja i potrošnje (pogotovo u PPS periodu) te generirati veću zaradu i ujednačiti sezonalnost. Potrebno je detektirati nositelje kvalitete u zasebnim nišama i jako ih pomagati dok se ne stvore uvjeti za samoodržanje. Turizam je prevažna djelatnost da bi ga shvaćali olako. Iz ovogodišnjih rezultata nije točno jasno koji nam je fokus, financira se sve i svašta bez reda i poretka.

I da, ako ste mislili da je nešto manje od 12 milijuna kuna sufinanciranja dovoljno za državu čiji je turizam 19% BDP-a, niste baš u pravu. Ostale destinacije se brendiraju kroz jake i prepoznatljive manifestacije u koje se ulaže jako puno novca. Nama tu jednostavno nedostaju milijuni kuna koji će se ciljano uložiti da daju najveći mogući efekt. Jedina svijetla točka je ugovor s utrkom Tour of Croatia koja je od HTZ-a, posve zaslužno, dobila financiranje od 4 milijuna kuna.

Zaključak je da se trebamo odmaknuti od mediokriteta i baviti se ozbiljnim projektima, a ne rasipati novac da bi se zadovoljila moljakanja lokalnih političara.



5. TKO PROIZVODI I KOME SE VRAĆA?

Dolazimo do pitanja da li je HTZ karitativna institucija ili institucija koja se a priori bavi razvojem i promocijom turizma? Jer gledajući distribuciju noćenja/novca kroz županije dolazimo do sljedećih podataka:

ŽUPANIJA	UDIO SUFINANCIRANJA ZA MANIFESTACIJE IZ ŽUPANIJE	UDIO U UKUPNOM BROJU OSTVARENIH NOĆENJA U RH	RAZLIKA	POTENCIJAL (BROJ POSTELJA)
Bjelovarsko-bilogorska	0,74%	0,09%	0,65%	730
Brodsko-posavska	1,05%	0,06%	0,99%	995
Dubrovačko-neretvanska	4,89%	8,75%	-3,86%	85985
Zagreb	13,61%	2,58%	11,03%	15109
Istarska	18,19%	29,63%	-11,44%	294339
Karlovačka	0,52%	0,60%	-0,07%	7457
Koprivničko-križevačka	3,80%	0,05%	3,74%	730
Krapinsko-zagorska	0,79%	0,36%	0,42%	2633
Ličko-senjska	6,46%	2,98%	3,48%	41057
Međimurska	1,05%	0,14%	0,91%	1359
Osječko-baranjska	6,37%	0,22%	6,15%	2661
Požeško-slavonska	0,79%	0,03%	0,75%	479
Primorsko-goranska	9,03%	17,92%	-8,89%	194126
Sisačko-moslavačka	0,70%	0,11%	0,59%	1073
Splitsko-dalmatinska	7,64%	19,07%	-11,43%	239329
Šibensko-kninska	3,66%	6,39%	-2,73%	92480
Varaždinska	3,40%	0,16%	3,24%	2309
Virovitičko-podravska	1,57%	0,04%	1,53%	609
Vukovarsko-srijemska	4,45%	0,13%	4,32%	1463
Zadarska	6,85%	10,52%	-3,67%	147102
Zagrebačka	1,57%	0,16%	1,41%	1726

Dakle, najveći generatori turizma su ovom preraspodjelom sredstava definitivno oštećeni. Poglavitito tu mislim na Istarsku, Splitsko-dalmatinsku i Primorsko-goransku županiju, dok su jako favorizirani Grad Zagreb, Osječko-baranjska i Vukovarsko-srijemska županija.

Na jednom od sastanaka mi je rečeno kako HTZ mora djelovati za sve županije isto. Slažem se, ali onda, dragi moji HTZ-ovci, raspišite više programa i uspostavite mehanizme za pomoć nerazvijenima te mehanizam za daljnji razvoj razvijenih. U čemu je problem, pitali ste? Pa u tome da u Javnom pozivu potpuno iste manifestacije iz različitih županija budu potpuno različito ocijenjene, pa čak i izostavljene - o čemu ću pisati na kraju.

Ali, pokušajte se upitati, zar je zaista uputno potrošiti 24,43% (oko 3 milijuna kuna) sufinanciranja za destinacije koje zajedno imaju potencijal manji od 20 tisuća ležaja? Meni se čini da je to isključivo financiranje manifestacija koje imaju cilj zabavljati lokalno stanovništvo, ali to sam samo ja jer - možda postoji neki viši cilj. Sumnjam.



6. ŠTO JE TO TOP DOGAĐANJE?

Javni poziv podijeljen je u tri programa:

- | | |
|---|-----------------|
| • manifestacije u PPS razdoblju na turistički nerazvijenim područjima | 1.140.000,00 kn |
| • Potpore nacionalnim i regionalnim događanjima | 5.710.000,00 kn |
| • TOP događanja | 4.650.000,00 kn |

Posebno nam je zanimljiv program TOP događanja. Naime, prema uvjetima Javnog poziva, to su međunarodna događanja za koja se procjenjuje da su motiv dolaska najmanje 10.000 posjetitelja.

Da, dobro ste pročitali – posjetitelja umjesto noćenja. Hipotetski, svaka veća nogometna utakmica može kandidirati za TOP događanje. Ili svaki veći koncert. Ili recimo Swatch Major za koji se ne kupuju ulaznice. I svako drugo okupljanje građana. Potpuno promašeni kriterij koji otvara vrata sufinanciranju raznih zanimljivih manifestacija kao što je na primjer Svjetsko minigolf prvenstvo u Zadru.

Kad se jednom uđe u program TOP događanja, vrlo se teško iz njega ispada. Česti dobitnici sufinanciranja za TOP manifestacije su sljedeće manifestacije:

- | | |
|--|-----------------------------|
| • Fresh Island Festival Novalja | 4 puta neprekinuto od 2014. |
| • InMusic Festival Zagreb | 4 puta neprekinuto od 2014. |
| • Riječki festival Rijeka | 4 puta neprekinuto od 2014. |
| • Špancirfest Varaždin | 4 puta neprekinuto od 2014. |
| • Sonus Festival Novalja | 3 puta neprekinuto od 2015. |
| • Vinkovačke jeseni | 3 puta neprekinuto od 2015. |
| • Swatch beach volley Major series Poreč | 3 puta neprekinuto od 2015. |
| • Renesansni festival Koprivnica | 3 puta neprekinuto od 2015. |
| • ATP Croatia Open Umag | 3 puta (2014./2016./2017.) |

Očito postoji jaka potreba za sufinanciranjem tih manifestacija pa predlažem da se ove manifestacije izuzmu iz javnog natječaja za 2018. budući da je njihovo sufinanciranje praktički zagarantirano te da se za njih otvori ili poseban program ili se dogovara direktnom pogodbom.

Zanimljivo je da je Ironman Pula u 2016. godini, kao TOP događanje, dobio 100.000 kn, dok je u 2017. prebačen u program potpore nacionalnim i regionalnim događanjima i tu je dobio 50.000 kn. Što to ustvari znači? Da je HTZ financirao Ironman lani kao TOP događaj pa da nije opravdao očekivanja? Nije li i dalje Ironman TOP događanje? Sve ovo otvara pitanje evaluacije i analize sufinanciranih manifestacija. I tu pitam HTZ vrlo jasno: pokažite mi opravdanost ulaganja, dajte mi analizu na koji način se povećao broj noćenja i potrošnja. Koliki je doseg promocije na emitivnim i inim tržištima? Siguran sam da ozbiljna institucija poput HTZ-a ima vrlo jasne kriterije i odrađenu evaluaciju opravdanosti uloženog novca, dakle to ne bi trebao biti problem.



7. ŠTO SE TOČNO SUFINANCIRA?

Znate onu izreku „od igle do lokomotive“? Upravo je to slučaj sa sufinanciranjem. Od mega projekata do lokalnih mini događanja, od međunarodnih spektakala do lokalnih zabava za građane. Međutim, koje grane kumulativno financiramo?

KATEGORIJA	BROJ SUFINANCIRANIH MANIFESTACIJA	IZNOS SUFINANCIRANJA	PROSJEČNI IZNOS PO MANIFESTACIJI
? – NIJE POZNATO	2	30.000,00 kn	15.000,00 kn
ANTIKA	5	360.000,00 kn	72.000,00 kn
AUTO MOTO	4	230.000,00 kn	57.500,00 kn
BRANJE MASLINA	1	10.000,00 kn	10.000,00 kn
COUNTRY	1	15.000,00 kn	15.000,00 kn
ENO GASTRO	22	640.000,00 kn	29.090,91 kn
ETNO	17	815.000,00 kn	47.941,18 kn
PUČKA FEŠTA	5	80.000,00 kn	16.000,00 kn
FILM	10	395.000,00 kn	39.500,00 kn
GLAZBA	15	1.500.000,00 kn	100.000,00 kn
KARNEVAL	4	400.000,00 kn	100.000,00 kn
KONGRES	6	90.000,00 kn	15.000,00 kn
KULTURA	45	1.930.000,00 kn	42.888,89 kn
MORE	3	60.000,00 kn	20.000,00 kn
MULTI	14	535.000,00 kn	38.214,29 kn
OUTDOOR	4	110.000,00 kn	27.500,00 kn
SAJAM	4	110.000,00 kn	27.500,00 kn
SKULPTURE U PIJESKU	1	20.000,00 kn	20.000,00 kn
SPORT	32	2.640.000,00 kn	82.500,00 kn
SREDNJI VIJEK	12	580.000,00 kn	48.333,33 kn
BIG GAME FISHING	3	300.000,00 kn	100.000,00 kn
ADVENT	4	360.000,00 kn	90.000,00 kn
MINIGOLF	1	250.000,00 kn	250.000,00 kn

Ukoliko se bavite organizacijom glazbenih manifestacija, karnevala, izlovom tune, organizacijom Adventa ili kojem slučaju minigolfom, skoro je sigurno da vas čeka barem 90.000 kn. Zanimljiva je činjenica da Grad Zagreb uporno prijavljuje izložbe u program nacionalnih i regionalnih događanja. Tako su za dvije izložbe (Nikola Tesla – mind from the future i Izložba slavni umjetnici iz slavne fundacije Maeght) dobili sufinanciranje u iznosu od 60.000 kn. Ne znam koliki je efekt te dvije izložbe na ukupna noćenja i potrošnju, ali valjda HTZ zna.

Generalno, u RH postoji nekoliko razina sufinanciranja manifestacija, navedeno od lokalne do državne razine:

- jedinica lokalne samouprave
- lokalna turistička zajednica
- županija
- županijska turistička zajednica

- hrvatska turistička zajednica
- država

Na papiru ova vertikalna ingerencija djeluje sjajno međutim na koji način funkcioniraju ove razine i jesu li zaista vertikalne? Sudeći po rezultatima raznih natječaja u 2017. godini – nisu. Čovjek bi očekivao da će se svaka razina baviti svojom ingerencijom, a da će razina iznad imati informaciju koliko je razina ispod sufinancirala manifestacije, to bi bilo logično, ne?

Za ovu problematiku imam ograničeni set podataka, ali vjerujem da se problematika ponavlja u svim sredinama. Iz podataka koje sam uspio iskopati u Istri došao sam do sljedeće tablice. Naime, neke manifestacije se financiraju na svim razinama ingerencije. U tablici nedostaju financiranja sa najniže razine, znači nisu navedena financiranja lokalne samouprave i lokalnih turističkih zajednica.

MANIFESTACIJA	KARAKTER	SUFINANCIRANJE HTZ	TERMIN	SUFINANCIRANJE TZIŽ	SUFINANCIRANJE IŽ
ATP Croatia Open Umag	SPORT	350.000,00 kn	SRPANJ	150.000,00 kn	
Sea Star Festival	GLAZBA	140.000,00 kn	SVIBANJ	40.000,00 kn	500.000,00 kn
Dimensions & Outlook događanja	GLAZBA	110.000,00 kn	RUJAN	40.000,00 kn	
Ironman Pula	SPORT	50.000,00 kn	RUJAN	40.000,00 kn	
Istra Inspirit	KULTURA	30.000,00 kn	GODINA	15.000,00 kn	210.000,00 kn
Festival igranog filma, Pula	FILM	95.000,00 kn	SRPANJ	15.000,00 kn	200.000,00 kn
Festival plesa i neverbalnog kazališta, Svetvinčenat	KULTURA	30.000,00 kn	SRPANJ	15.000,00 kn	200.000,00 kn
Festival Visualia	KULTURA	90.000,00 kn	RUJAN	15.000,00 kn	30.000,00 kn
ITF teniski turniri, Istarska rivijera	SPORT	20.000,00 kn	OŽUJAK	15.000,00 kn	
San(j)am knjige u Istri	KULTURA	20.000,00 kn	PROSINAC	10.000,00 kn	295.000,00 kn
Dani antike-Pula Superiorvm	ANTIKA	40.000,00 kn	LIPANJ	10.000,00 kn	



ISAP	ENO GASTRO	30.000,00 kn	LISTOPAD	10.000,00 kn	
Labin Art Republika	KULTURA	30.000,00 kn	KOLOVOZ	10.000,00 kn	
Rabac Open Air	MULTI	20.000,00 kn	SRPANJ	10.000,00 kn	
Veli Jože	KULTURA	20.000,00 kn	LIPANJ	5.000,00 kn	10.000,00 kn
Dani komunikacija	KONGRES	20.000,00 kn	OŽUJAK	5.000,00 kn	
Jazz is back!	KULTURA	10.000,00 kn	SRPANJ	5.000,00 kn	
Nikola Tesla EV Rally Croatia	AUTO MOTO	100.000,00 kn	LIPANJ	5.000,00 kn	
Offshore World Challenge Poreč	TUNE	100.000,00 kn	RUJAN	5.000,00 kn	
Subotina po starinski	KULTURA	10.000,00 kn	RUJAN	5.000,00 kn	
LEGENDFEST - festival priča, mitova i legendi Istre, Općina Pićan	KULTURA	20.000,00 kn	SRPANJ	3.000,00 kn	15.000,00 kn
Istria Wine&Walk	ENO GASTRO	10.000,00 kn	SVIBANJ	3.000,00 kn	10.000,00 kn
Gnam Gnam Fest, Novigrad	ENO GASTRO	10.000,00 kn	SVIBANJ	3.000,00 kn	
Srednjevjekovni festival Svetvinčent	SREDNJI VIJEK	20.000,00 kn	KOLOVOZ	1.000,00 kn	30.000,00 kn
Rekreativni biciklistički maraton Parenzana	SPORT	20.000,00 kn	RUJAN	1.000,00 kn	7.000,00 kn
Motovun film festival	FILM	80.000,00 kn	SRPANJ		370.000,00 kn
Brijunsko ljetno kazalište Ulysses	KULTURA	50.000,00 kn	KOLOVOZ		20.000,00 kn

Što nam je činiti po tom pitanju? Pa, za početak bilo bi dobro detektirati razine ingerencije prema sljedećem prijedlogu:

razina	jedinice lokalne samouprave i lokalne turističke zajednice	županije i županijske turističke zajednice	država i centralni ured HTZ-a
lokalne manifestacije	DA	NE	NE
regionalne manifestacije	DA	DA	NE
nacionalne manifestacije	DA	DA	DA
međunarodne manifestacije	DA	DA	DA

Na ovaj način bi se istakla kvaliteta, i svaka bi razina djelovala na svoje manifestacije daleko jače i kvalitetnije, a i efekt bi bio veći, kako promotivni, tako kvantitativni te na kraju kvalitativni.

8. DA LI JE ZAISTA SVE PREMA PRAVILIMA?

Dobro pitanje na koje ne možemo dati jasan odgovor jer su rezultati Javnog natječaja objavljeni na izrazito netransparentan način. Naime, ne vidi se kolike su se i koje manifestacije prijavile, ne vidi se tko nije zadovoljio uvjete natječaja i zašto, ne vidi se tko je organizator manifestacija koje su dobile sufinanciranje i na kraju vrlo važno – ne vidi se bodovanje prema kriterijima Javnog natječaja. Dovoljno nedostataka da se upitamo postoji li osnova za malverzacije i korupciju. Opet, ne kažem da postoji išta od toga, ali ne postoje ni jasne indicije da toga nema.

9. I KONAČNO PITANJE SVIH PITANJA – ZAŠTO 100 MILJA ISTRE NIJE DOBILU POTPORU?

Nakon opširne analize i pokušaja razumijevanja strategije sufinanciranja HTZ-a, ovo se pitanje jednostavno ne može izbjeći. Dakle, kriteriji u Javnom pozivu su vrlo jasni, i taksativno su navedeni u tablici (žutim je označen razred primjenjiv na manifestaciju **100 Milja Istre**):

Kriterij	Broj bodova
1. Karakter događanja	
a) Međunarodni – izvođači iz Republike Hrvatske, susjednih i drugih zemalja	20
b) Regionalni – izvođači iz Republike Hrvatske i susjednih zemalja	10
c) Nacionalni – bez inozemnih izvođača	5



2. Sadržaj i kvaliteta događanja	
a) Iznimna kvaliteta sadržaja i sudionika programa, velik broj sudionika, usmjerenost na ciljne skupine	30
b) Kvalitetan sadržaj s fokusom na jednu ili više ciljnih skupina	15
c) Jednostavan sadržaj, manji broj sudionika	5
3. Značaj događanja za stvaranje motiva dolaska u destinaciju	
a) Iznimno visok	15
b) Visok	10
c) Srednji	5
d) Nizak	0
4. Značaj događanja za obogaćivanje i razvoj turističke ponude u destinaciji	
a) Iznimno visok	15
b) Visok	10
c) Srednji	5
d) Nizak	0
5. Razdoblje održavanja događanja	
a) PPS razdoblje (1.1.-14.6. i 16.9.-31.12.)	15
b) Razdoblje od 15.6. do 15.9.	5
6. Trajanje događanja	
a) Jedanaest i više dana	5
b) Četiri do deset dana	3
c) Jedan do tri dana	1
7. Sudjelovanje drugih subjekata javnog i/ili privatnog sektora	
a) Financijski sudjeluje tri ili više subjekata javnog i privatnog sektora (općina, grad ili županija i gospodarski i/ili drugi subjekt /ili TZ)	10
b) Financijski sudjeluju jedan ili dva druga subjekta javnog i privatnog sektora	5
c) Projekt nema nikakvu podršku drugih subjekata javnog i privatnog sektora	0
8. Oglašavanje događanja (media plan)	
a) Oglašavanje u medijima u RH i u medijima na stranim tržištima te na društvenim mrežama, ali u većem udjelu u inozemstvu	15
b) Oglašavanje u medijima u RH i u medijima na stranim tržištima te na društvenim mrežama, ali u većem udjelu u RH	10
c) Oglašavanje u regionalnim i nacionalnim medijima u RH te na društvenim mrežama	5
e) Oglašavanje u hrvatskim regionalnim /županijskim medijima te na društvenim mrežama	1
9. Medijska pokrivenost događanja (procjena ekvivalenta marketinške vrijednosti ukupnih promotivnih aktivnosti)	
a) Prijenos na međunarodnim TV postajama i/ili TV postajama na značajnim emitivnim tržištima	20

b) Reportaže i vijesti na značajnim emitivnim tržištima	15
c) Prijenos na nacionalnim TV postajama	5
d) Reportaže ili vijesti u nacionalnim i regionalnim medijima	3
UKUPAN MOGUĆI BROJ BODOVA	145

Uvjet za dodjelu potpore je da prijavljeni programi ostvare najmanje 90 bodova.

Pa krenimo onda, koliko bi 100 Milja Istre osvojilo bodova prema kriterijima HTZ-a?

1. a/	realno	20
2. b/	konzervativno*	15
3. b/	konzervativno*	10
4. b/	realno	10
5. a/	realno	15
6. b/	realno	3
7. a/	realno	10
8. a/	realno	15
9. d/	nije primjenjivo **	3
	UKUPNO	101

*konzervativno znači da se slobodno može primijeniti i veći razred bodova

**nije primjenjivo znači da ne postoji kategorija za medijsku pokrivenost događaja – uzet najmanji razred /realno se medijski prati u svim državama koje organiziraju utrke UTWT-a, na Francuskoj televiziji u obliku reportaže te na socijalnim mrežama dijeljenjem visoko kvalitetnog foto i video sadržaja/

Dakle, osvojeni bodovi prema kriterijima zadovoljavaju temeljni uvjet za sufinanciranje, međutim sufinanciranje nije dodijeljeno. Vrlo jasno pitam - **ZAŠTO?**

Da sam apsolutno u pravu kad kažem da smo brutalno oštećeni, dokazuju barem još četiri manifestacije koje su dobile sufinanciranje, a bave se istom ili vrlo sličnom aktivnošću. Da analiziramo:

Manifestacija	Dalmacija Ultra Trail /podaci iz 2016./	Škrapinj Pašman /podaci iz 2017./	Pag IslandTrail /podaci iz 2017./	Ironman Pula /podaci iz 2016./	100 milja Istre /podaci iz 2017./
organizator	udrugica	komunalno poduzeće	udrugica	d.o.o.	d.o.o. + udrugica
da li se plaća PDV na kotizaciju	NE	DA	NE	DA	DA
sufinanciranje od HTZ u 2017.	30.000,00	40.000,00	20.000,00	50.000,00	0
sufinanciranje od HTZ u 2016.	20.000,00	30.000,00	nije se održavao prije	100.000,00	0
datum održavanja	listopad 2017	ožujak 2017	travanj 2017	rujan 2017	travanj 2017
broj dana	3	2	1	2	4
broj natjecatelja (u 2016)	349	1209	843	1655	1512
broj država	27	9	5	57	37
broj noćenja	<1.000*	1.000-2.000*	1.000-1.500*	>10.000*	5.000
potrošnja tijekom manifestacije	1.000.000*	600.000*	350.000*	20.000.000*	7.000.000
Facebook followeri	3.939	4.485	nema FB page	7.134	13.000

*procjena

Da bude još gore, ne znam da li su u HTZ-u svjesni da se ovakvom politikom sufinanciranja stvara neravnoteža na tržištu i bitno se narušava jednakost tržišnog poslovanja! Prvo, sufinanciraju se manifestacije koje kroz PDV ništa ne vraćaju državi, a drugo radi se o manifestacijama koje se obraćaju istoj populaciji kao i utrka 100 Milja Istre.

10. ŠTO SAD SA SVIME?

Na kraju navodim sažete stavke rečene u tekstu.

- a) Problemi trenutnog sustava
 - Sustav natječaja HTZ-a ne slijedi ideju vodilju rada HTZ-a;
 - Natječaji se raspisuju s nejasnim kriterijima, odluke su nejasne te ne slijede pravila definirana u samim natječajima;
 - potiču se manifestacije koje nemaju turistički značaj, manifestacije koje ne bi trebale dobiti poticaje iz turističke „kase“ te manifestacije koje nemaju jasnu poslovnu politiku (bar iz aspekta turizma);
 - koncept distribucije novca, dakle sustav vrijednost i poticaja nije usmjeren na kvalitetu i izvrsnost nego na uprosječivanje, na socijalnu i političku komponentu te na zadovoljavanje čim većeg broja ljudi umjesto onih koji razvijaju kvalitetu i pridonose hrvatskom turizmu;



- nastavno na prethodnu stavku, tome pridonosi i način dijeljenja sredstava po županijama;
- razlozi za podjelu poticaja su nejasni te otvaraju sumnju na nezakonita i nemoralna odlučivanja;
- raspis natječaja i rezultati (dakle i sufinanciranje) donose se otprilike godinu dana prekasno;
- rezultati Javnog natječaja se objavljuju na izrazito netransparentan način bez vidljive liste ostvarenih bodova.

b) Prijedlozi za buduće unaprjeđenje sustava

- povećanje ukupno raspoloživih sredstava za potpore;
- pravovremeno raspisivanje natječaja i donošenje odluka o dodjeli sredstava;
- transparentno bodovanje i objava rezultata;
- kriteriji natječaja koji djeluju u skladu s općom poslovnom politikom HTZ-a i hrvatskog turizma;
- poticanje kvalitete i fokusiranje na značajne evente (koji donose značaj hrvatskom turizmu), što se direktno reflektira kroz sljedeću stavku...
- ukinuti simbolične poticaje (uvesti minimalni iznos sufinanciranja), pojačati srednje i veće manifestacije;
- dati STVARNI naglasak na pred i posezonu te bodovati noćenja i sudionike umjesto isključivo posjetitelja, a dodati i neke druge pozitivne kriterije (medijska prisutnost, doprinos brendiranju Hrvatske u smjeru zacrtanom dokumentima HTZ-a i MinT-a);
- ne rušenje tržišnog natjecanja;
- svi primatelji poticaja moraju djelovati u skladu sa zakonima RH.

S poštovanjem,

Alen Paliska

direktor utrke „100 Milja Istre“

dostavljeno:

- Glavni ured Hrvatske Turističke Zajednice
- Ministarstvo Turizma
- Turistička zajednica Istarske županije
- Istarska županija – Upravni odjel za turizam
- Portal hrturizam.hr

Izvori podataka:

Ministarstvo turizma

- Turizam u brojkama
 - 2012. http://www.mint.hr/UserDocslimages/htz-turizam-br012_HR.pdf
 - 2013. http://www.mint.hr/UserDocslimages/140624_HTZ-TURIZAM-2013_HR.pdf
 - 2014. http://www.mint.hr/UserDocslimages/150701_Turizam014.pdf
 - 2015. <http://www.mint.hr/UserDocslimages/TUB2015HR.pdf>

Hrvatska turistička zajednica

- Javni poziv za potpore događanjima
 - 2017. <http://www.htz.hr/sites/default/files/2017-03/JAVNI%20POZIV%20za%20potpore%20doga%C4%91anjima%20u%202017.%20godini.docx>
- Odluke o potpori događanjima
 - 2017. <http://www.htz.hr/sites/default/files/2017-07/Odluka%20o%20potpori%20DOGA%C4%90ANJA.docx>
 - 2016. <http://www.htz.hr/sites/default/files/2016-11/Odluka-o-potporama-dogadanjima-2016.pdf>
 - 2015. <http://www.htz.hr/sites/default/files/2016-11/Odluka-Potpore-dogadanjima-2015.pdf>
 - 2014./1 <http://www.htz.hr/sites/default/files/2016-11/Odluka-o-dodjeli-potpore-za-nacionalna-i-regionalna-dogadanja-2014.pdf>
 - 2014./2 <http://www.htz.hr/sites/default/files/2016-11/Rezultati-TOP-dogadanja-2014.pdf>
 - 2013. <http://www.htz.hr/sites/default/files/2016-11/Odluka-o-dodjeli-potpore-manifestacijama-2013-.pdf>
 - 2012. <http://www.htz.hr/sites/default/files/2016-11/ODLUKA-SAVJETA-ZA-MANIFESTACIJE-2012-.docx>

Turistička zajednica Istarske županije

- Odobrene potpore
 - 2017. http://istra.hr/.app/download.php?file=Odluka_TopDogadjanja_2017.pdf

Istarska županija

- Popis preostalih sklopljenih ugovora u IŽ

- 2017 https://www.istra-istria.hr/uploads/media/170724_Preostali_ugovori_do_07_2017.pdf