

Mogućnosti otvaranja i razvoja malih kampova na kontinentu



Pušćine

15.11.2016.



Kamping
Udruženje
Hrvatske

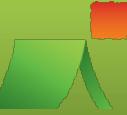


LOKALNA AKCIJSKA GRUPA
Medimurski dol i bregi



Ministarstvo turizma
REPUBLIKE HRVATSKE

Na koja ćemo pitanja pokušati odgovoriti ...



Kamping
Udruženje
Hrvatske

Ima li ih u Hrvatskoj ?

Što su to mali kampovi ?

Kakvi su mali kampovi ?

Omogućuju li uopće zakoni
njihovo otvaranje ?

Imaju li potencijala ?

Koje su im tržišne mogućnosti ?

Mogućnost ekonomskog
prosperiteta za hrvatske obitelji?

Mali kampovi ...

... pokušati ćemo odgovoriti na
najčešća pitanja koja nam upućuju
zainteresirane osobe i investitori u
segmentu malih kampova
... ali i na sva druga vaša pitanja koja
budete postavili ☺

Zakonske mogućnosti za otvaranje

1. Kamp
2. Kamp odmorište

PROSTORNO PLANSKOM
DOKUMENTACIJOM
DEFINIRANA ZONA ZA
KAMPOVE (T3)

ZONA ZA KAMPOVE (T3)/ ili
turističko – mješovita namjena

Objekti u domaćinstvu i seoskom domaćinstvu (OPG)

1. Kamp
2. Kamp odmorište

GRAĐEVINSKA I
UPORABNA DOZVOLA
ZA OBJEKTE

- Primorske županije čine 98% ukupnog kamping kapaciteta Hrvatske
- Većina kontinentalnih županija uopće nema ili ima tek samo 1 kamp, iako objektivne mogućnosti za to postoje



*... što je sa
kampovima na
kontinentu, u
unutrašnjosti ?*

Mali kampovi u kamping vodičima



Kamping
Udruženje
Hrvatske



ADAC Stellplatzführer 2015 - 4.600 kamp odmorišta u Europi

Njemačka 2.450	Slovenija 32
Italija 468	Hrvatska 23
Austrija 160	



Vizija i nova tržišna mogućnost

**Mali kampovi =
NEISKORIŠTENI
POTENCIJAL
hrvatskog turizma**



SUSTAV MALIH, OBITELJSKIH, BOUTIQUE KAMPOVA

*Vizija - NOVA TRŽIŠNA
MOGUĆNOST*

OPREZ !
MOGUĆNOST UZ
ODREĐENE PREDUVJETE



Ciljevi razvoja sektora malih kampova u RH

- 1. Stvaranje nove turističke ponude - razvoj obiteljskih gospodarstava i prepoznatljive tržišne niše**
- 2. Stvaranje predispozicija za otvaranje novih malih kampova – uz gradove, na otocima, u unutrašnjosti, uz važne prometne pravce**
- 3. Rast i razvoj postojećih malih kampova te produženje sezone – prilagodba zakonskih okvira, podizanje kvalitete, edukacija vlasnika, networking, privlačenje većeg broja kampista koji putuju kamperima izvan glavne sezone**
- 4. Profiliranje ponude kampova – selektivni oblici**
 - agroturizam/kušaone
 - sportski
 - wellness
 - eko
 - robinzonski
 - luksuzni - *glamping*
 - dječji kampovi ...



KUH

Kamping udruženje Hrvatske



CROATIA

Povijest Udruge - tradicija duža od 30 godina -

- ✓ 01.09. 1978. godine u hotelu Esplanade, Zagreb, pod nazivom: "Sekcija naturističkih kampova Hrvatske" koja je tada djelovala u okviru zajednice za razvitak turizma SR Hrvatske.
- ✓ Od 1982. godine sekcija postaje "Kamping udruženje Jugoslavije" pri PKJ
- ✓ 1992. registriran kao "Kamping udruženje Hrvatske"

**Danas: nacionalna hrvatska camping udruga čiji
članovi pokrivaju preko**

92% camping kapaciteta RH

KUH teritorijalno pokriva cijelu Hrvatsku



Broj članova KUH-a konstantno raste

- od 2006 do danas prosječni godišnji rast članstva +6%

Osim kroz redovna tijela, KUH djeluje i kroz razne sekcije

1. Sekcija kamp servisa i depoa
2. Sekcija zimskih kampova
3. *Sekcija malih kampova (OK mini camps)*
4. Sekcija velikih i srednjih kvalitetnih kampova – Best Croatia's Campsites

KUH JE ČLAN EFCO-a, EUROPSKOG UDRUŽENJA KAMPOVA, od 1995.godine

NAŠI GLAVNI PARTNERI U RADU:

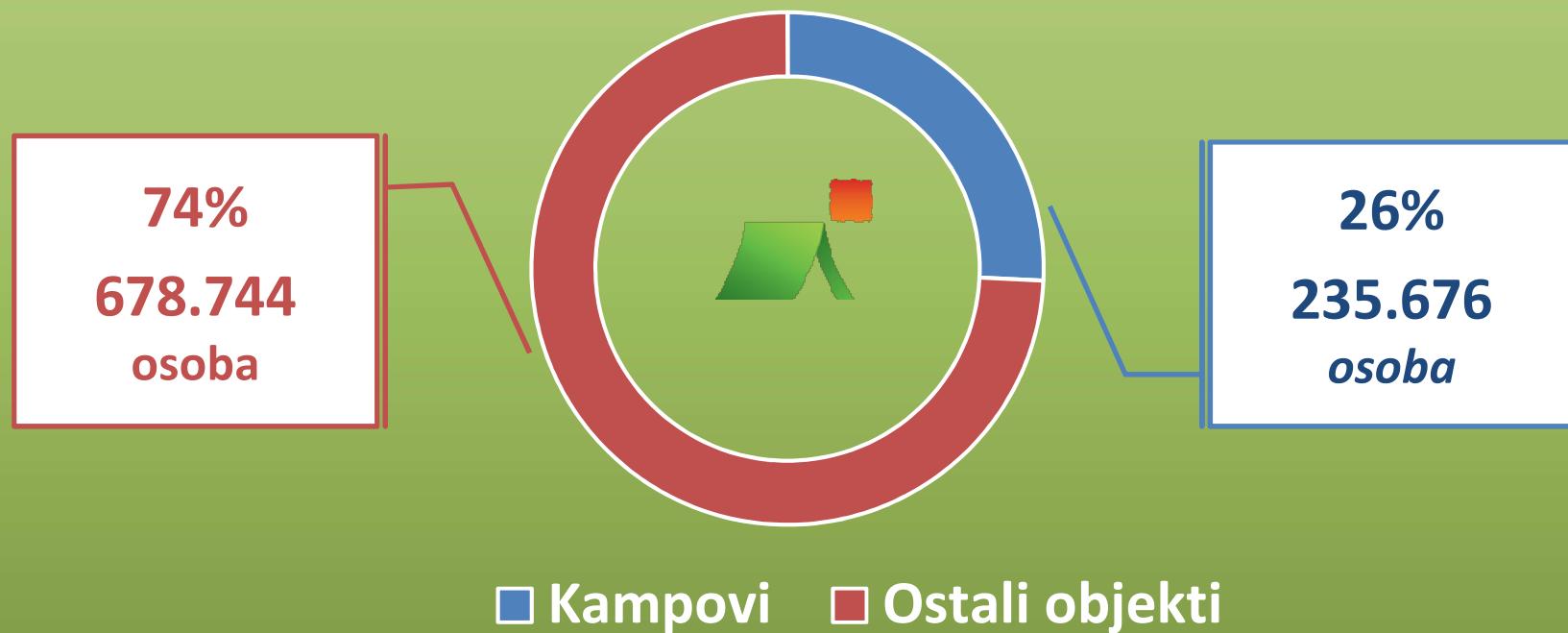
- HTZ - HRVATSKA TURISTIČKA ZAJEDNICA (promidžba)
- MINT - MINISTARSTVOM TURIZMA RH (kvaliteta i zakonodavstvo)
 - + na desetke sporazuma o suradnji (HGK, HUP, HAK, fakulteti ...)

Značaj kampinga u Hrvatskoj



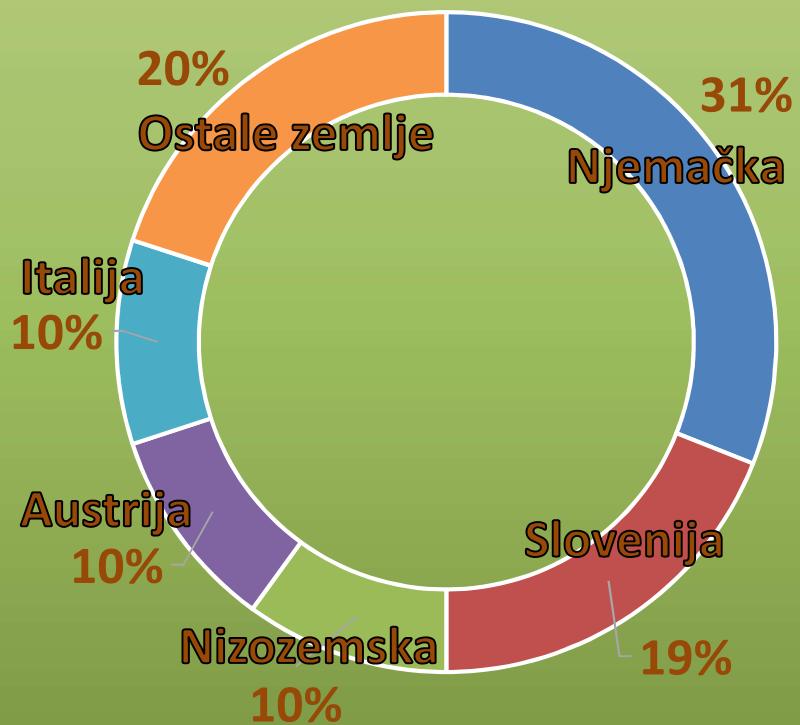
Značaj kampinga u Hrvatskoj

Smještajni kapaciteti RH (broj osoba), 31.8.2015.

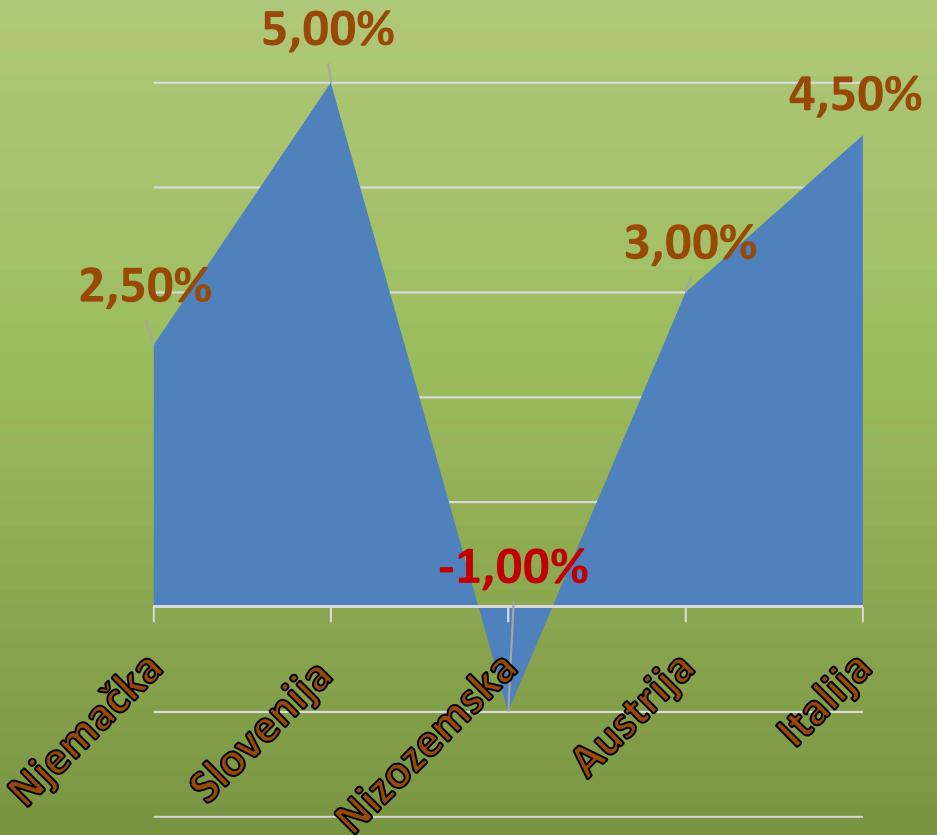


Zemlje porijekla gostiju

Zemlje porijekla I-VIII 2015.



Rast / pad u odnosu na 2014.



najznačajnija, najstabilnija i najbogatija tržišta Europe

Smještajni kapaciteti kampova u Hrvatskoj



Hrvatska ima:

213 kampova

(srednje-veliki objekti; kategoriziraju se sa 2-5*)

227.568 osoba

(njihov je smještajni kapacitet)

358 malih kampova

(kampovi u domaćinstvu, kamp odmorišta, kampirališta)

10.190 osoba

(njihov je smještajni kapacitet)

**Oni mogu postati baza hrvatskog malog turističkog poduzetništva
(pandan malim obiteljskim hotelima)**

Kapaciteti kampova (osobe)



Kapaciteti malih kampova (osobe)



Položaj HR kampinga u EU



Kamping
Udruženje
Hrvatske

Zemlja (redoslijed po broju osoba u kampingu)	Kapaciteti kampova		Udio u ukupnim smještajnim kapacitetima zemlje	
	Broj kampova	Broj osoba	Kampovi	Hoteli
1. Francuska	7.917	2.822.616	55%	25%
2. Velika Britanija	5.312	1.379.814	34%	50%
3. Italija	2.393	1.230.498	25%	46%
4. Njemačka	2.888	871.972	26%	53%
5. Nizozemska	3.130	775.006	56%	18%
6. Španjolska	1.248	770.609	22%	54%
7. Norveška	765	341.624	59%	32%
8. Danska	416	273.594	65%	22%
9. Hrvatska	571	235.676	26%	18%
...
EU	28.810	10.019.553	32%	44%

Prihodi i zauzetost u kampovima RH

Bruto prihod (promet sa PDV-om) po kamp mjestu iznosi = **2.337 eur**

Regionalne varijacije = **od 545 do 2.647 eur**



Izvor: DZS 2010

**Karlovačka, Ličko-senjska županija ...
imaju bolje prihode od Splita, Šibenika,
Dubrovnika ?!**

Razvojni trendovi u kampingu i specifičnosti malih kampova



Kamping danas predstavlja lifestyle i trend u turističkoj industriji općenito

U Hrvatskoj se tek u posljednjem desetljeću počela mijenjati percepcija o kampingu kao o pravom turističkom proizvodu. Nužno je shvatiti da kampovi nisu više "bezsadržajne livade" a kamping nije "jeftini" turizam.

Današnji kampovi imaju sve sadržaje kao i hoteli...



Kamping danas u EU predstavlja life-style i trend u turizmu

**Kampovi više NISU bezsadržajne livade,
a kamping više nije “jeftini” turizam**



sport & animacija, fitness



bazeni & wellness



marketi



zelene oaze



mobilhomovi

Sa strukturalnog stajališta postoji nekoliko modela razvoja:



Glavni način borbe sa globalnom konkurencijom je **INOVATIVNOST**:

svaki kamp mora odlučiti kakvu će poziciju na tržištu ciljati ... a da bi to napravio mora odabrati

PRAVI POSLOVNI MODEL KOJI MU OSIGURAVA RAZVOJ AKTIVNOSTI

Usklađivanje percepcije...

- **Veliki kampovi- komparacija s velikim hotelima**
- **Mali kampovi – komparacija s boutique hotelima**
- **Kampovi na kontinentu/unutrašnjosti – komparacija s agroturizmom**

Francuska (80%-20%)



Odmorišna kamping naselja

Neki od "europskih naziva" su camping resorts, holiday parks, camping village ...

U tu grupu spadaju uglavnom veći odmorišni kampovi / kampovi na moru ili uz jezero ...

Oni nude najvišu zamislivu razinu kvalitete i ponude za veći broj gostiju, a neke od karakteristika jesu:

- Savršeno hortikultурно uređenje
- Cijene "sve uključeno" – luksuzan koncept pristupačan svakome
- Parcele sa vodom i odvodom, TV i bežični internet na parceli
- Potpuna ponuda: kućice – mobilhomovi - bungalowi
- Moderni sanitarni čvorovi
- Animacija – izložbe – izleti – događanja - sport
- Profesionalni tim i izvrsna organizacija
- Wellness & fitness, bazeni, sportski tereni
- Trgovine, supermarketi
- Raznovrsni restorani visoke kvalitete



Karakteristike malih kampova

- ✓ nisu konkurenčija velikima – druga tržišna niša i percepcija kvalitete
- ✓ sadržajno jednostavniji i cjenovno povoljniji
- ✓ istinski povezani s prirodom = oaze mira
- ✓ obiteljsko upravljanje = obiteljska atmosfera
- ✓ često su profilirani, usmjereni na određenu nišu (selektivni oblici))
- ✓ idealni za kraća zaustavljanja tijekom proputovanja (kamp odmorišta)



MALI KAMPOVI
=
POKRETAČ RAZVOJA OBITELJSKIH GOSPODARSTAVA

Što su mali kampovi

- **Kapacitet do max. 200 osoba** (70 kamp mjesta) – neka tržišta percipiraju male kampove do **max. 50 kamp mjesta**
- **Intimnija atmosfera**
- **Specifična ponuda** (berači gljiva, kajakaši, planinari, birdwatching...)
- **Mogu biti supstitut kamp odmorištima**
- **Novo tržište konzumenata tog proizvoda - potrebama usklađeno s specifičnim sustavom doživljaja**



15.11.2016.



Kamp odmorišta, mali kampovi, kampovi u (seoskom) domaćinstvu, avanturistički kampovi i sl.)

Ovdje spadaju manji do srednji, jednostavniji i jeftiniji kampovi, uglavnom namijenjeni kraćim boravcima ...

Ponuda za tranzitne goste, kraće boravke ili posebne interese (pecanje, planinarenje, biciklizam, šetnja, prirodne ljepote, kružne ture i sl.)

- Izolirane, ali veoma atraktivne lokacije – blizina nacionalnih parkova, rijeka, ostalih atrakcija
 - Jedan model: mali kampovi namijenjeni kamperima prolaznicima i potpuno opremljeni za njihovo servisiranje
 - Drugi model: mali-srednji kampovi, kamp mjesta velike površine; međutim, ipak su to najčešće samo kamp mjesta u prirodnom obliku tj. livade, bez razgraničenja parcela
- Smještaj: male parcele za kampere, najčešće šatori i (drveni) bungalowi za najam, manje mobilhomovi
- Jednostavni sanitarni čvorovi, neke su usluge na plaćanje
- Animacija potpuno usmjereni prirodi, povijesti, logorovanje i zajedničke aktivnosti sa vlasnicima (berba grožđa, izrada proizvoda i sl.), izletima u “izviđačkom stilu”,
- Veoma jednostavni manji bazeni
- Skromnija ponuda sadržaja

Manji kampovi i odmorišta



Kamping
Udruženje
Hrvatske

Posebne vrste takvih kampova jesu, npr.:

Gradski kampovi:

- dostupnost javnog prijevoza, često motel ili jednostavan hotel u kampu, veoma popularni kod mlade populacije koja kampira šatorima

Termalni kampovi:

- smješteni u toplicama/lječilišnim lokacijama

Bio-kampovi:

- u prirodnom okruženju, svrha razne aktivnosti poput branja voća, tečaj pripreme zimnice i dr.

... i mnogo drugih oblika



Manji kampovi i odmorišta



Kamping
Udruženje
Hrvatske



Kamp odmorišta



Kamping
Udruženje
Hrvatske



Kamp odmorište kao jedno od najjednostavnijih vrsta kampa

- 1. Parcela za parkiranje od 50 m² (10x5m)**
- 2. Uređeni glavni ulaz, prirodan ili postavljena ograda oko objekta, zeleni okoliš, blizina javnih prometnica**
- 3. Odgovarajuća rasvjeta i orijentacijski plan**
- 4. Slavina za opskrbu pitkom vodom i odvodnjom (1 na započetih 50 parcela)**
- 5. Priklučak na struju za najviše 25% parcela**
- 6. Kabina za pražnjenje kemijskog WC-a (min. 1 na 100 parcela) – trokadero, umivaonik T/H voda, rasvjeta**
- 7. Kamper servis – vanjski prostor za pražnjenje kemijskog WC-a direktno iz vozila (priklučak na odvod, slavina, produžno crijevo za ispiranje, podloga od kompaktnog materijala koji se lako čisti)**
- 8. Odgovarajuća cestovna signalizacija, putokazi**
- 9. Dodatna ponuda: planinarenje, pješačke i biciklističke staze , vinske ceste, izleti, suveniri, dućani i sl.**
- 10. Marketing i promocija; kamping vodiči, vlastiti web, vanjski web, sajmovi i sl.)**

Manji kampovi i odmorišta



Kamping
Udruženje
Hrvatske



Manji kampovi i odmorišta



Kamping
Udruženje
Hrvatske



Manji kampovi i odmorišta



Kamping
Udruženje
Hrvatske



Manji kampovi i odmorišta



Kamping
Udruženje
Hrvatske



Manji kampovi i odmorišta



Kamping
Udruženje
Hrvatske



Manji kampovi i odmorišta



Kamping
Udruženje
Hrvatske



Manji kampovi i odmorišta



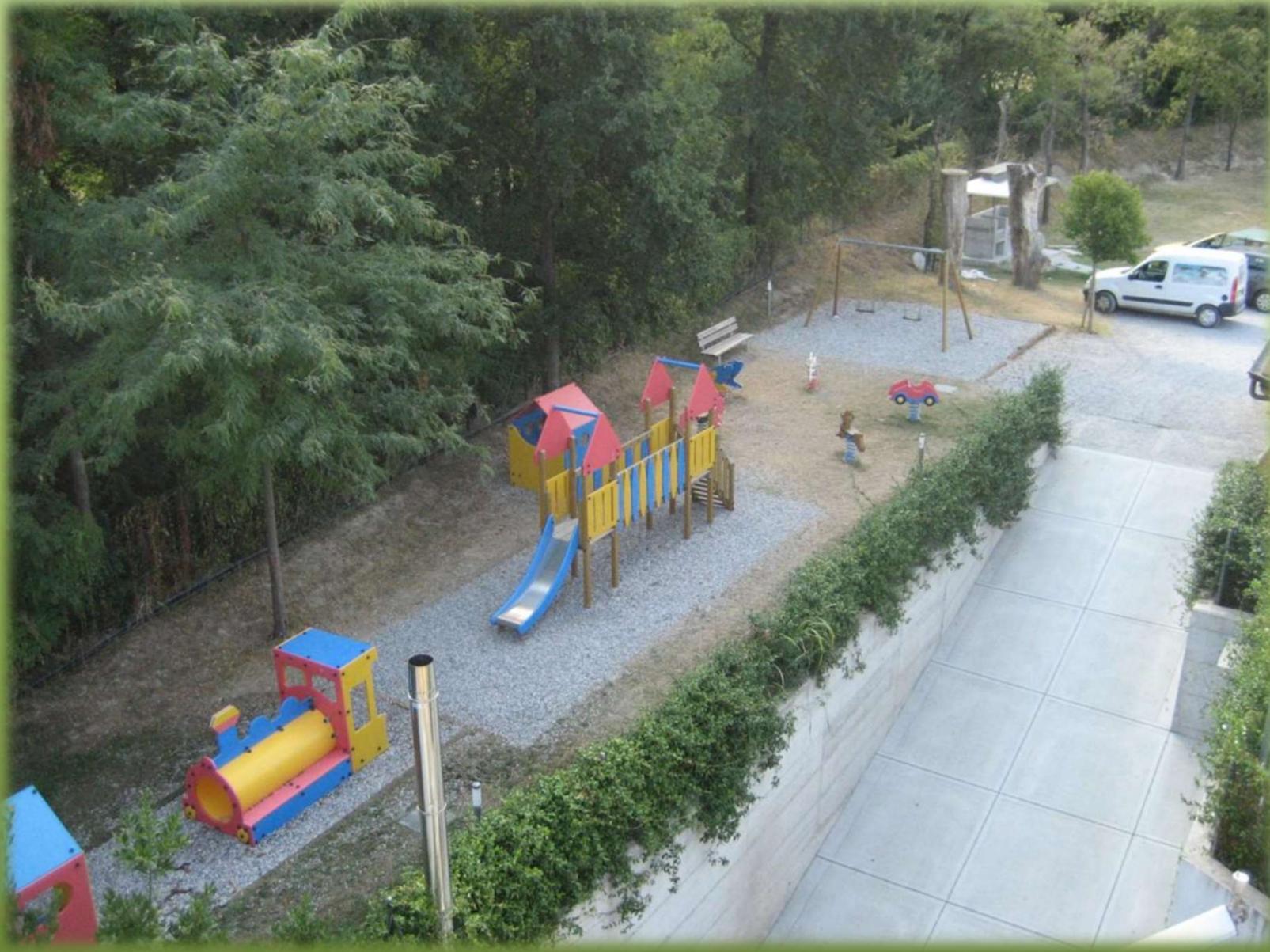
Kamping
Udruženje
Hrvatske



Manji kampovi i odmorišta



Kamping
Udruženje
Hrvatske



Manji kampovi i odmorišta



Manji kampovi i odmorišta



Kamping
Udruženje
Hrvatske



Manji kampovi i odmorišta



Kamping
Udruženje
Hrvatske



Nešto drugačije ...

Kamp Bled



Cijena s doručkom: 108 eur

Najbrojniji "glamping" gosti: Slovenci

Nešto drugačije ...



Kamping
Udruženje
Hrvatske

Natura Eko Kamp, Kranjska Gora



Glamping šator:
Cijena ≈ 50 eur/dan

Nešto drugačije ...

Alpencamp Kaernten

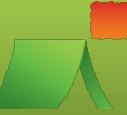


Automatizirani Wellness



Solarni paneli + biomasa =
energetska neovisnost

Nešto drugačije ...



Kamping
Udruženje
Hrvatske

Gelindo dei Magredi, Vivaro



**Radionice mozaika,
farma, jahanje,
vinoteka, bazeni, uzgoj
voća i povrća, domaći
proizvodi...**

Nešto drugačije ...



Burgstaller, Dobriach (*500 parcela)



Sanitarni čvor od 2,5 mil.€ ?!?

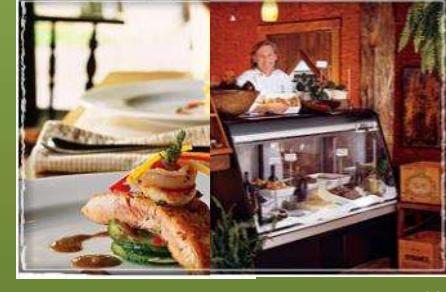
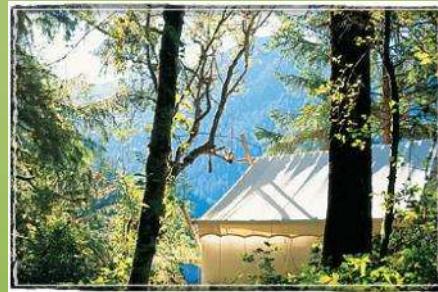
Glamping ...



Kamping
Udruženje
Hrvatske

Novi inovativni trend u kampingu ...

Glamour camping: namijenjen je svakome tko u životu cjeni (i spreman je platiti) za camping-ekskluzivu i visoku razinu doživljaja – potrebno je samo “znati što želite” i uživati u avanturi i finim stvarima u životu.



Glamping ...



Kamping
Udruženje
Hrvatske



Glamping ...



Kamping
Udruženje
Hrvatske



Glamping ...



Kamping
Udruženje
Hrvatske



Glamping ...



Kamping
Udruženje
Hrvatske



Glamping ...



Kamping
Udruženje
Hrvatske



Glamping ...



Kamping
Udruženje
Hrvatske



Glamping ...



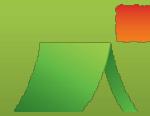
Kamping
Udruženje
Hrvatske



Glamping ...



Glamping ...



Kamping
Udruženje
Hrvatske



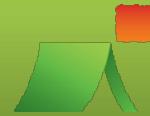
Glamping ...



Kamping
Udruženje
Hrvatske



Glamping ...



Kamping
Udruženje
Hrvatske



Glamping ...



Kamping
Udruženje
Hrvatske



Glamping ...



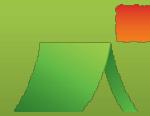
Glamping ...



Kamping
Udruženje
Hrvatske



Glamping ...



Kamping
Udruženje
Hrvatske



Zakonske mogućnosti ...



Zakonske mogućnosti za otvaranje

1. Kamp
2. Kamp odmorište

PROSTORNO PLANSKOM
DOKUMENTACIJOM
DEFINIRANA ZONA ZA
KAMPOVE (T3)

ZONA ZA KAMPOVE (T3)/ ili
turističko – mješovita namjena

Objekti u domaćinstvu i seoskom domaćinstvu (OPG)

1. Kamp
2. Kamp odmorište

GRAĐEVINSKA I
UPORABNA DOZVOLA
ZA OBJEKTE

Zakonska regulativa



- Zakon o ugostiteljskoj djelatnosti (**krovni zakon**)
- Pravilnik o razvrstavanju, minimalnim uvjetima i kategorizaciji ugostiteljskih objekata kampova iz skupine "kampovi i druge vrste ugostiteljskih objekata za smještaj" (**kampovi, kamp odmorišta**)
- Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji objekata u kojima se pružaju ugostiteljske usluge u domaćinstvu (**danas kampovi, kamp odmorišta – nekad „kamp u domaćinstvu“**)
- Pravilnik o pružanju ugostiteljskih usluga u seljačkom domaćinstvu (**danas kampovi, kamp odmorišta, - nekad „kamp u seljačkom domaćinstvu“**)

SVI SE NALAZE NA:

1. **www.camping.hr** (hrvatska verzija)
2. **www.mint.hr**
3. **www.istra-istria/malikampovi**

Što treba za otvoriti bilo koji vid malog kampa

- Detaljni prostorni planovi (lokalna uprava, općina i grad)
- Idejno rješenje izgradnje i uređenja
- Lokacijska dozvola
- Izvedbeni projekt i građevinska dozvola
- Minimalni tehnički uvjeti, nadzor
- Uporabna dozvola te rješenje o djelatnosti

POSTUPAK KOD POKRETANJA REGISTRACIJE MALIH KAMPOVA

PRVI KONTAKT JE: ODJEL ZA PROSTORNO PLANIRANJE I GRADITELJSTVO GRADA/OPĆINE

Vrste malih kampova	Prostorna planska dokumentacija	Pravno-poslovni status investitora	Lokacijska dozvola	Građevna dozvola	Uporabna dozvola
Kamp	T3	Obrt, doo, jdoo	1.Zahtjev za izdavanje lokacijske informacije, 2. Idejni projekt, projektant 3. Postupak ishođenja lokacijske dozvole	1. Izrada glavnog projekta, projektant, 2. Građevna dozvola 3. Tehnički pregled 4.Uporabna dozvola	1. Minimalno tehnički uvjeti, Ministerstvo Turizma 2. Kategorizacija 3. Rješenje o radu objektu
Kamp odmorište	T3, građevinska zona u naselju ili u servisnoj zoni	Obrt, doo, jdoo	1.Zahtjev za izdavanje lokacijske informacije, 2. Idejni projekt, projektant 3. Postupak ishođenja lokacijske dozvole	1. Izrada glavnog projekta, projektant 2. Građevna dozvola 3. Tehnički pregled 4.Uporabna dozvola	1. Minimalno tehnički uvjeti, Ured za gospodarstvo 2. Rješenje o radu objektu
Kamp ili kamp odmorište (domaćinstvo)	građevinska zona	Fizička osoba	1.Zahtjev za izdavanje lokacijske informacije, 2. Idejni projekt, projektant 3. Postupak ishođenja lokacijske dozvole	1. Izrada glavnog projekta, projektant 2. Građevna dozvola 3. Tehnički pregled 4.Uporabna dozvola	1. Minimalno tehnički uvjeti, Ured za gospodarstvo 2. Kategorizacija 3. Rješenje o radu objektu
Kamp ili kamp odmorište (seosko domaćinstvo)	registriran OPG, objekt u funkciji	OPG, registrirana djelatnost proizvodnje i pripreme hrane	1.Zahtjev za izdavanje lokacijske informacije, 2. Idejni projekt, projektant 3. Postupak ishođenja lokacijske dozvole	1. Izrada glavnog projekta, projektant 2. Građevna dozvola 3. Tehnički pregled 4.Uporabna dozvola	1. Minimalno tehnički uvjeti, Ured za gospodarstvo 2. Kategorizacija 3. Rješenje o radu objektu



Vrste malih kampova	Pravilnici ?	Veličina ?	Prostorni plan ?	Pravni oblik ?	Kategorizira ?
Kamp ili kamp odmorište	Pravilnik za kampove	Najmanje 10 parcela (30 osoba)	T3 ili za odmorišta gospodarsko-turistička-mješovito-servisna namjena	Firma, obrt	MINT
Kamp ili kamp odmorište (domaćinstvo)	Pravilnik za domaćinstva	Najviše 10 parcela (30 osoba)	Građevinski teren ili izdvojeno područje naselja ako je planirano u prostornom planu	Fizička osoba (NE obrt)	Lokalni (županijski) odjel za gospodarstvo
Kamp ili kamp odmorište (seosko domaćinstvo)	Pravilnik za seoska domaćinstva	Najviše 20 parcela (60 osoba)		OPG	Lokalni (županijski) odjel za gospodarstvo

Odabratи razvojni pravac



Profil gostiju kampova

(istr. KUH & Tomas)



- ✓ Prosječna dob gostiju = **43 godina (34% starijih od 50)**
- ✓ Viša ili visoka stručna sprema = **34% fakultetsko obrazovanje**
- ✓ Mjesečna primanja **2.000-3.000 eura = 39%**
- ✓ Mjesečna primanja > **3.000 eura = 29%**
- ✓ Dnevna potrošnja po članu obitelji (prosj. obitelj 3,6 člana) = **48 eura**
- ✓ Prosječna vrijednost kamp opreme = **11.752 eur**
- ✓ Šator = **20,5%**, kamp kućica = **58%**, kamper = **20,6 %**, ostalo = **0,9%**
- ✓ Procijenjeni godišnji prihodi sektora (na bazi potrošnje) = **750 milijuna eur**



Motivacija dolaska



Kamping
Udruženje
Hrvatske

	HR	KAMP
	%	%
1. Pasivni odmor, opuštanje	75	80
2. Zabava	43	42
3. Nova iskustva i doživljaji	30	32
4. Gastronomija	26	22
5. Upoznavanje prirodnih ljepota	20	20
6. Sport, rekreacija	7	8
7. Kulturne znamenitosti/događanja	7	6
8. Zdravstveni razlozi, wellness	5	6

Zabava

- HR, F, CZ
- P-G i Zadarska
- Gosti u šatoru

Gastronomija

- F, H

Nova iskustva

- NL, F
- Gosti u šatoru

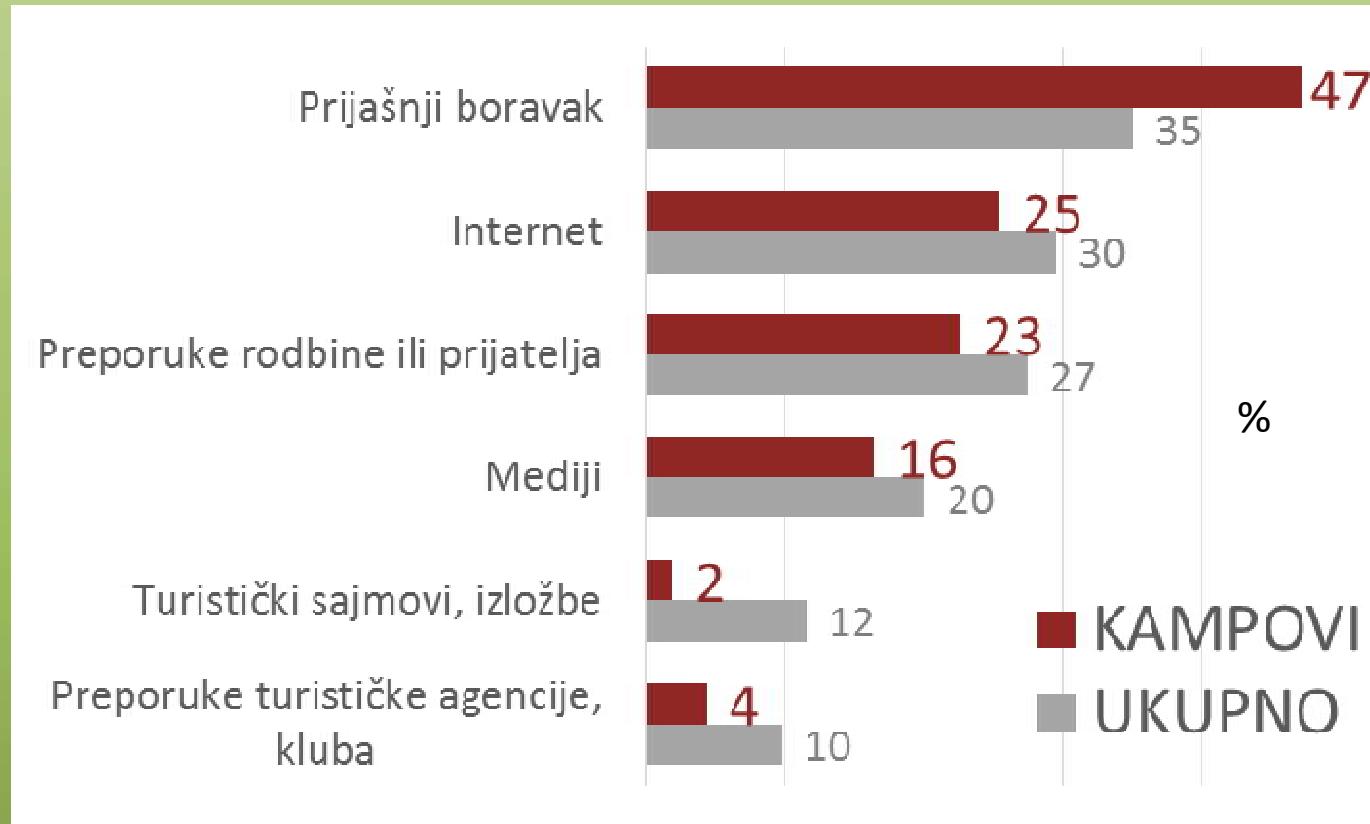
Prirodne ljepote

- F, PL, D
- Š-K, S-D, D-N

Sport

- CZ, PL
- Zadarska,
Š-K, S-D, D-N

Izvori informacija



- Raste važnost vlastitog iskustva
- Internet i preporuke veoma važni
- Pad važnosti medija (brošure, članci, TV)

...što ponuditi gostu?

1. pitanje:

Tko je moj gost i zašto je odabrao
upravo moj kamp?



- **Gost je svime zasićen – pridobivanje njegove pažnje je težak zadatak**
- **Gost traži personalizirani proizvod prilagođen svojim potrebama**
- **VLASNIK KAMPA mora voditi brigu o slobodnom vremenu svojih gostiju, unutar i izvan kampa**

Što gosti traže



Kamping
Udruženje
Hrvatske

...na koji način?

- Spoznavanje i razrada vlastitih potencijala
- Korištenje prednosti lokacije (blizina rijeke, šume, jezera, planine, objekti sportskih klubova, lječilišna ponuda, kvalitetna gastro ponuda...)
- Ponuda autohtonih sadržaja (spravljanje sira, traženje gljiva (tartufa), izrada čipke, pučke fešte, berba grožđa, lokalni običaji, ribarenje ...)

Gost traži
**NESVAKIDAŠNJOST i
PROMJENU**



Što gosti traže

- ✓ **Raznolikost** – gosti se sve više diferenciraju i imaju različite potrebe i želje
- ✓ **Identitet kampa** - dobiva na dodatnoj važnosti (posebice kod destinacija s više kampova)
- ✓ **Veza destinacije i kampa** - tipični proizvodi, upoznavanje običaja, doživljaj destinacije, izleti, suveniri, gastronomija...



Suradnja i povezivanje

Kamp ne može opstati sam...

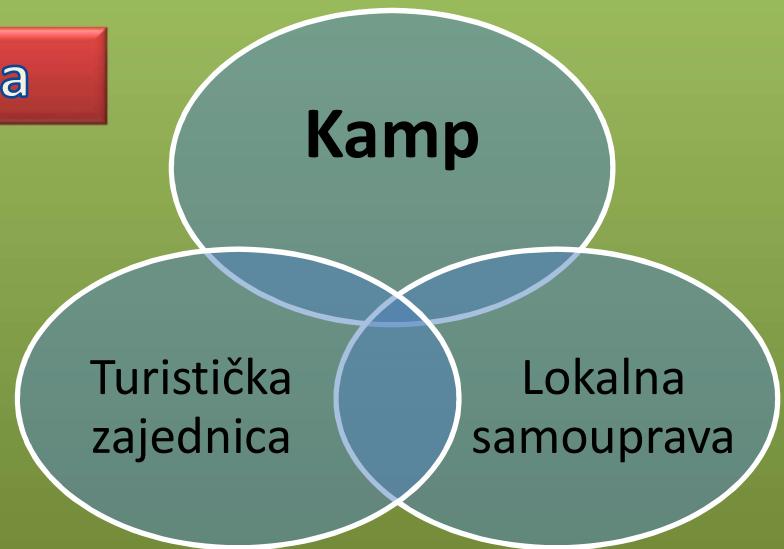
Povezivanje usluge smještaja i izvanpansionske ponude



Umrežavanje na lokalnoj i regionalnoj razini
(između srodnih i komplementarnih djelatnosti)

Destinacija = glavni razlog dolaska gosta

- ✓ prepoznavanje vlastitih prednosti
- ✓ definiranje identiteta i kreiranje sustava iskustava
- ✓ komunikacija prema krajnjim potrošačima



Gost bira odredište

Razvoj održive
turističke
ponude u
odredištu

Razgranata
mreža suradnje

Napredak čitave
zajednice

**Odredište/destinacija mora prihvati kamp kao svoj sastavni
dio i prepoznati njegov gospodarski utjecaj**

Primjer malog kampa



Osnovni elementi uređenja

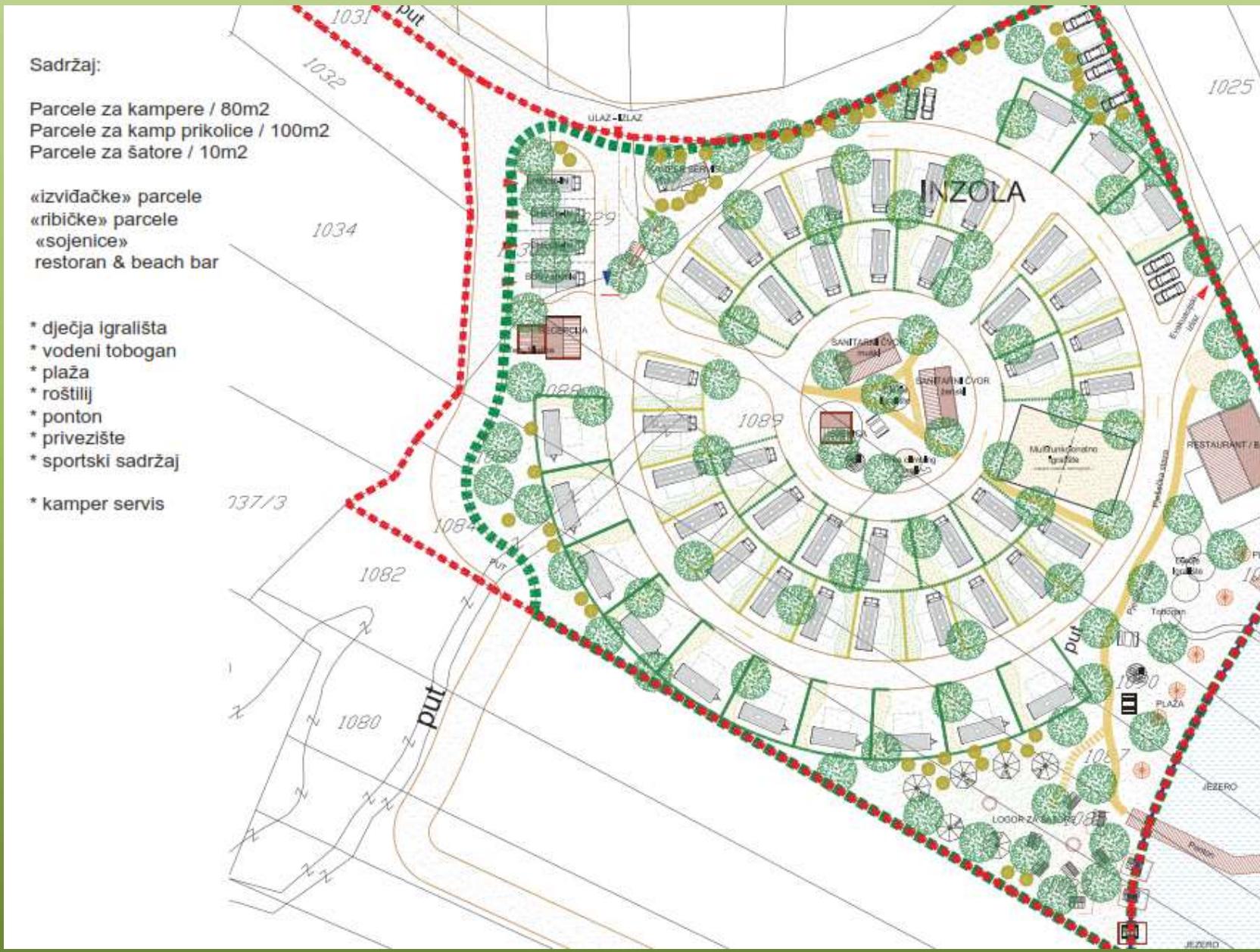


Kamping
Udruženje
Hrvatske



Ministarstvo turizma
REPUBLIKE HRVATSKE

Osnovni elementi uređenja



Osnovni elementi uređenja



1. Definirati orientaciju kampa; gradski, tranzitni, odmorišni, ...
2. Veličina: manji kamp može opstati samo ako se radi o obiteljskom poslu – bez dodatnog zapošljavanja
3. Radna snaga: u pravilu jedan zaposlenik na 50-70 parcela
4. Okvirni broj parcela: u HR je prosjek 120 do 280m² BRUTO za parcelu (parcela + svi ostali sadržaji u kampu)
5. Okvirni prihod u HR: većina kontinentalnih kampova u RH zarađuje između 540 i 950 eur bruto po parceli godišnje

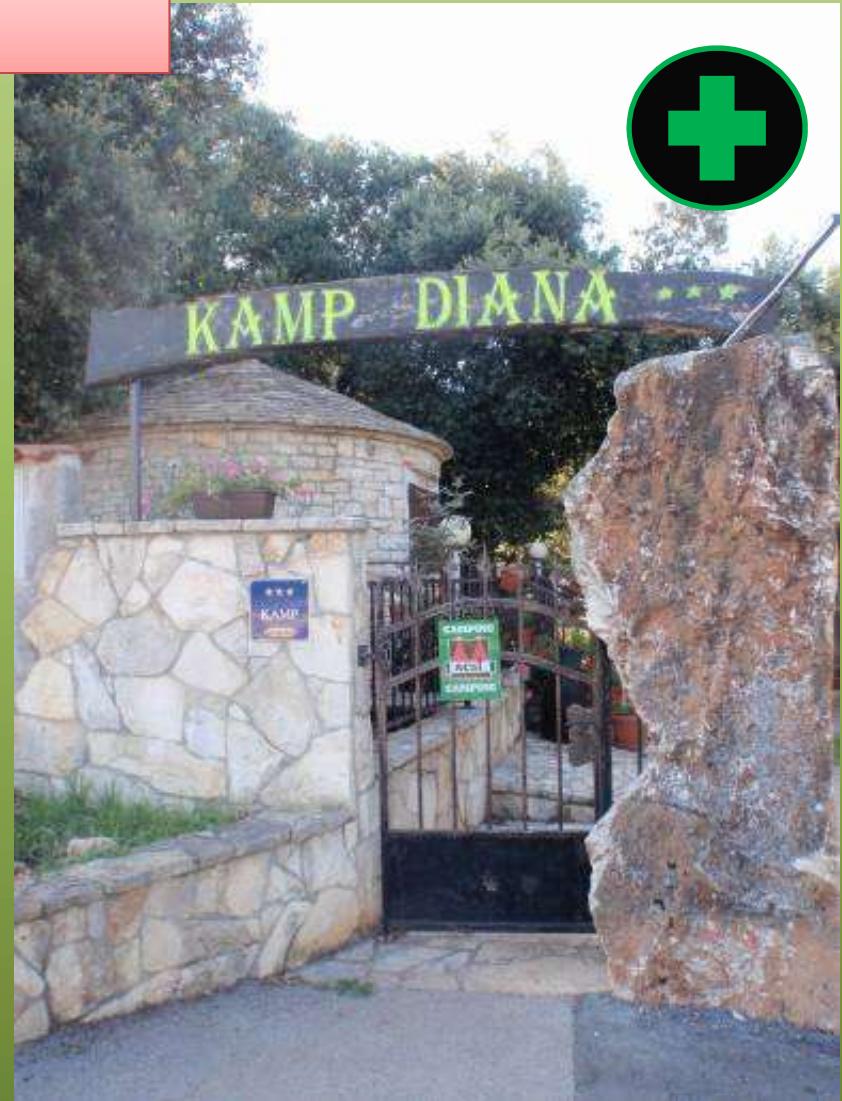
Greške koje se ne smiju desiti



Osnovni elementi uređenja malog kampa



ULAZ



Osnovni elementi uređenja malog kampa

RECEPCIJA



Osnovni elementi uređenja malog kampa



HORTIKULTURA



Osnovni elementi uređenja malog kampa

SANITARIJE



Osnovni elementi uređenja malog kampa

OPĆI DOJAM



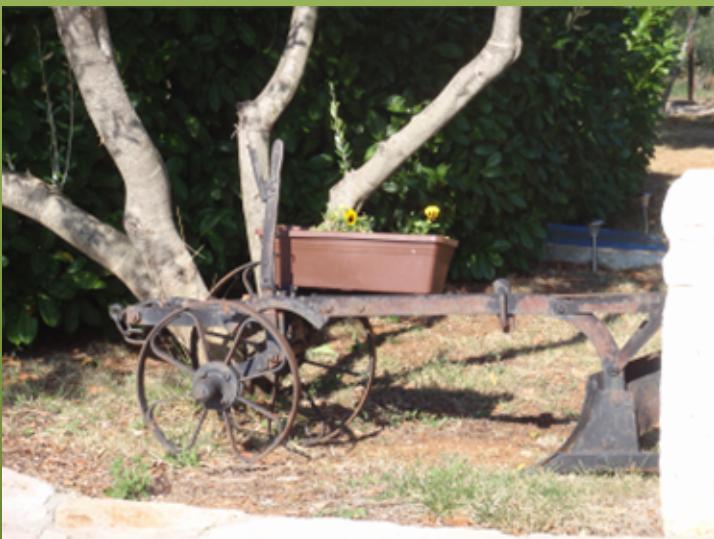
Osnovni elementi uređenja malog kampa

SADRŽAJ I FORMA



Osnovni elementi uređenja malog kampa

DETALJI



Glavni elementi uspjeha



Kamping
Udruženje
Hrvatske

Možda za neke banalni, ali često zanemarivani glavni elementi uspjeha jednog kampa jesu:

1. Dobra lokacija, turistička resursna osnova (sustav atrakcija) i infrastruktura
2. Blizina prirodnih ljepota, značajno čvorište ili dodatna ponuda: rijeka, jezera, planine, grad kulture, planinarenje, pješačenje, biciklizam ili sl.
3. Uredna lokacija i uređenje kampa
4. Izvrsno hortikultурно uređenje i prirodan ambijent
5. Parcele: veličina i opremljenost
6. Sanitarije: čistoća i urednost, dovoljan broj i raznovrsnost sadržaja, zaštita privatnosti
7. Trgovačka i ugostiteljska ponuda
8. Sport i animacija
9. Wellness, fitness, beauty i zdravstvena ponuda
10. Ostalo: bežični Internet, kvalitetna web stranica, i sl.

Razvoj i financije



Business plan...

- Investicija
- Mogući prihodi
- Što treba napraviti da se ti prihodi ostvare
 - Lokacija - sustav doživljaja destinacije
 - Dizajn kampa
 - Promocija

Investicija ...

- **Zemljište (u vlasništvu)**
- Projektna dokumentacija i dozvole
- Građevinski radovi
- Ograda, prometnice, hortikultura
- Recepција,
- Sanitarni čvor s opremom
- Ostalo (rashladni pretinci, perilica, glačalo, roštilj, otpad, praonici za posuđe i rublje...)
- Informacije i promocija (table, promo materijal, web...)

Procjena investicije... (osoba A)

- Površina kampa u domaćinstvu minimalno cca 2.000 m²
- Površina kampa u seoskom domaćinstvu minimalno cca 4.000 m²

Projektna dokumentacija i dozvole	1.000 €
Ograda, prometnice, struja i voda	2.000 €
Recepcija / može biti na poziv	2.000 €
Sanitarni čvor s opremom	20.000 €
Ostalo (rashladni pretinci, perilica, glačalo, roštilj, otpad, praonici za posuđe i rublje...)	1.500 €
Informacije i promocija (table, promo materijal, web...)	500 €
UKUPNO	27.000 €

Procjena investicije... (osoba B)

- Kamp odmorište
- 20 parcela

SAŽETAK INVESTICIJE U KAMP ODMORIŠTE KAP. 20 PARCELA	
	KN
Zemljište - površina od 2.000 m ² *	
Projektna dokumentacija	18.000,00
Građevinski radovi i materijal	180.000,00
Infrastruktura (vodo-, elektro-,odvodna inst.)	30.000,00
Hortikultura	17.000,00
Signalizacija (tabele i smjerokazi)	10.000,00
Marketing i promocija	15.000,00
UKUPNO	270.000,00

Primjer novog kampa Zagreb

- 1 ha (10.000 m)
- 50 parcela (80-100 m²) + 4 bungalova
 - Zgrada: recepcija, 2x sanitari, restoran
 - Uređenje parcela (travnate rešetke + šljunak), prilazne ceste, unutarnje ceste (drvo), struja, voda

- Investicije:
 - 1.000.000 eura
 - + 200.000 eura zemljište
 - (napomena: da se skromnije uređivalo, može biti mnogo jeftinije – ovisi o željama i zahtjevima investitora)
- Očekivani povrat 8-10 godina

Moguće projekcije prihoda



Kamping
Udruženje
Hrvatske

Financijski plan prihoda ... SAMO KAO PRIMJER ... (A)

1

KAMP U DOMAĆINSTVU	TRAVANJ	SVIBANJ	LIPANJ	SRPANJ	KOLOVOZ	RUJAN	UKUPNO
DANA	30	31	30	31	31	30	
POPUNJENOST %	10%	20%	25%	80%	85%	25%	
POPUNJENOST DANA	3	6	8	25	26	8	75
KAPACITET	12	12	12	12	12	12	
CIJENA/ DAN -PARCELA	18,00 €	20,00 €	20,00 €	20,00 €	20,00 €	20,00 €	
	648,00 €	1.488,00 €	1.800,00 €	5.952,00 €	6.324,00 €	1.800,00 €	18.012,00 €

2

KAMP U SEOSKOM DOMAĆINSTVU	TRAVANJ	SVIBANJ	LIPANJ	SRPANJ	KOLOVOZ	RUJAN	UKUPNO
DANA	30	31	30	31	31	30	
POPUNJENOST %	10%	20%	25%	80%	85%	25%	
POPUNJENOST DANA	3	6	8	25	26	8	75
KAPACITET	24	24	24	24	24	24	
CIJENA/ DAN -PARCELA	18,00 €	20,00 €	20,00 €	20,00 €	20,00 €	20,00 €	
	1.296,00 €	2.976,00 €	3.600,00 €	11.904,00 €	12.648,00 €	3.600,00 €	36.024,00 €

Moguće projekcije prihoda

Financijski plan prihoda ... SAMO KAO PRIMJER ... (B)

KAMP ODMORIŠTE - 20 PARCELA, Kamp odmorište „More“

Plan prihoda od smještaja i ostalih usluga za period 2015.-2019. godine

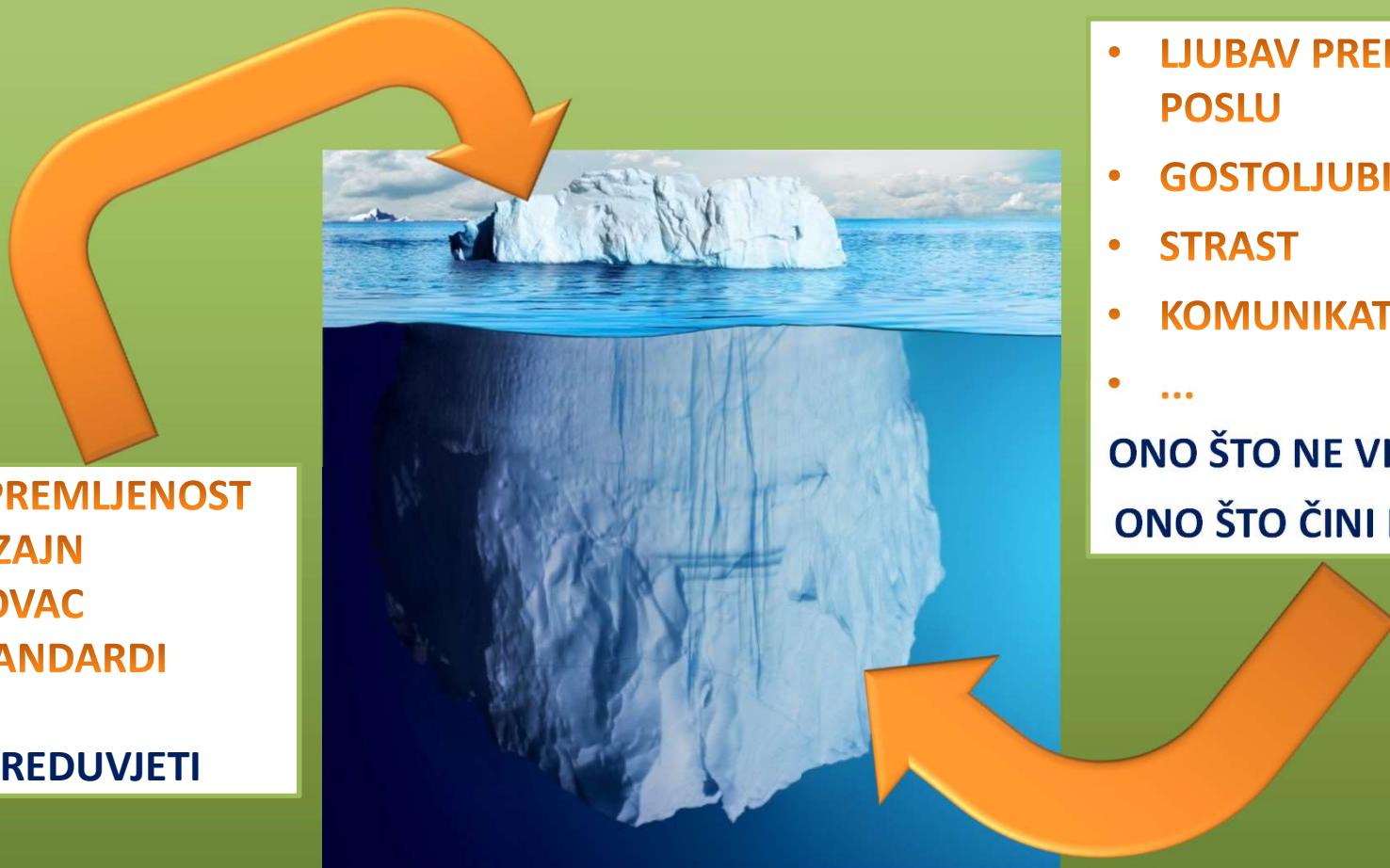
Godina	1. godina	2. godina
Prodane parcele	1460	2190			
Broj noćenja	2.920	4.380			
Prosječna cijena parcele/dan u kn*	120	130			
Popunjenošt parcela	20%	30%			
Prihod od prodaje smještaja u kn	175.200	284.700			
Prihod od prodaje usluga hrane i pića (20 kn po parceli)	29.200	43.800			
Prihod od prodaje autohtonih proizvoda na na prodajnom mjestu (50 kn po prodanoj parceli)	73.000	109.500			
UKUPAN PRIHOD	277.400	438.000			
Godišnji prihod od smještaja po parceli u kn	8.760	14.235			
Godišnji ukupan prihod po parceli u kn	13.870	21.900			

Umjesto zaključka



ZAMISLITE DA JE USLUGA (proizvod) KOJU NUDITE ... ledenjak

- OPREMIJENOST
 - DIZAJN
 - NOVAC
 - STANDARDI
 - ...
- PREDUVJETI**



- LJUBAV PREMA POSLU
- GOSTOLJUBIVOST
- STRAST
- KOMUNIKATIVNOST
- ...

**ONO ŠTO NE VIDIMO JE
ONO ŠTO ČINI RAZLIKU**

ŠTO ZAPRAVO PRODAJEMO ?



Kamping
Udruženje
Hrvatske

DOŽIVLJAJE



ŠTO ZAPRAVO PRODAJEMO ?



Kamping
Udruženje
Hrvatske

EMOCIJE



<http://ao-funnycihi.com>

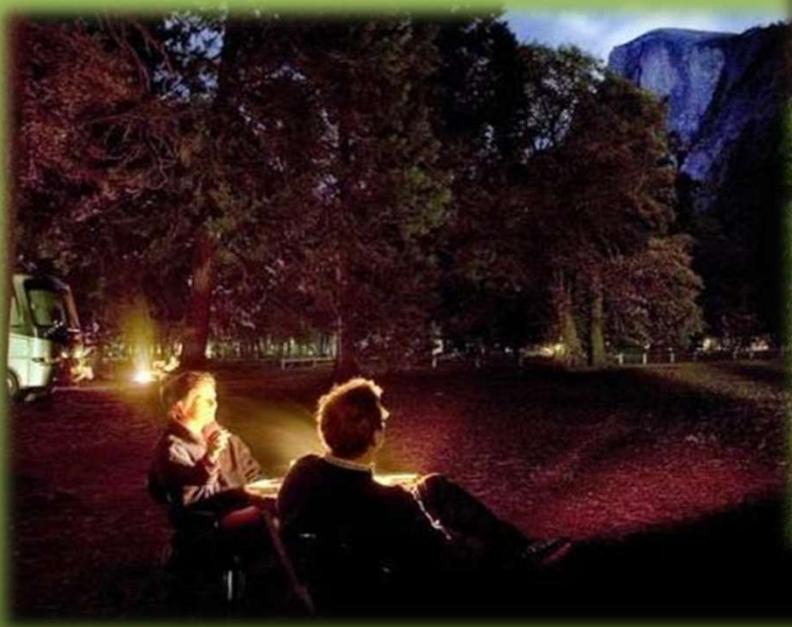
ŠTO ZAPRAVO PRODAJEMO ?

ODNOSE



NEOPHODNO JE DIZAJNIRATI PROIZVOD NA NAČIN DA GOSTU PRUŽI POZITIVNO EMOCIONALNO STANJE

Nemojmo
zaboraviti !!!



Mali kampovi

ZAJEDNIČKI CILJ:

- 1. Zadovoljan gost**
- 2. Zadovoljan vlasnik**
- 3. Gospodatski razvoj lokalne zajednice**

➤ *Poticanje zapošljavanja i obiteljskog poduzetništva kroz razvoj ponude malih kampova*

➤ *Aktiviranje potencijala turistički nerazvijenih zona, posebice u unutrašnjosti*

➤ *Poticanje lokalnog razvoja, poljoprivrede i obrta (prodaja domaćih proizvoda gostima)*

Hvala na pažnji !



Ministarstvo turizma
REPUBLIKE HRVATSKE



Za sva dodatna pitanja:

Kamping udruženje Hrvatske

Mail: info@camping.hr

Web: www.camping.hr

- Adriano Palman, direktor ureda
- Oliver Lulić, voditelj projekata



HRVATSKA
**- najkonkurentnija zemlja u
kampingu
na Mediteranu -**