

BRENDIRANE REZIDENCije Brojne kritike na nova pravila etažiranja hotelskih objekata

Peruza: Zabrana etažiranja u T-zonama usporit će ulaganja u luksuzni turizam u Hrvatskoj

Članak 68. predloženog Zakona o prostornom planiranju odmah nakon svog potencijalnog usvojenja označio bi kraj velikom broju hotelskih greenfield projekata u Hrvatskoj koji su već u naprednijoj fazi planiranja. To bi također zadalo značajan udarac službeno propagiranoj želji za transformacijom hrvatskog turizma iz modela masovnog turizma u model usmjeren na kvalitetu, održivost i veću profitabilnost, zaključuje ovaj stručnjak

Alenka JURIČIĆ
BUKARICA

Prijedlogom Zakona o prostornom uređenju koji je na javnom savjetovanju bio do prošlog petka, 4. listopada, zakonodavac predlaže da se »ugostiteljsko-turističke građevine namijenjene smještaju i pratećim sadržajima trgovačke, uslužne, ugostiteljske, športske, rekreacijske, zabavne i slične namjene u građevinskim područjima ugostiteljsko-turističke namjene ne mogu etažirati«. Dakle, da u takozvanim turističkim T zonama nema etažiranja čime se želi stati na kraj apartmanizaciji.

Turističke dvojbe

To je očekivano u turističkim krugovima izazvalo brojne kritike i komentare što je i vidljivo po broju primjedbi koje su stigle na javno savjetovanje pa se tako, primjerice, ukazuje da se postojeće zakonodavstvo, koje odluku o dopuštenju etažiranja prepušta jedinicama lokalne i područne, odnosno regionalne, samouprave kroz prostorne planove, pokazalo znatno primjerenijim lokalnim uvjetima. Ili da bi se u okviru

ŠTO SU BRENDIRANE REZIDENCije?

Luksuzni stanovi ili vile unutar hotelskog kompleksa, pod upravljanjem i brendom svjetskih hotelskih lanaca, s hotelskim uslugama, koje se koriste za manji udio za privatni boravak individualnih vlasnika i ugovorom uvjetovano većinom za turistički najam

novog zakona trebalo odrediti stroge kriteriji za etažiranje u T zonama, primjerice da ono bude dopušteno isključivo za objekte s najmanje četiri zvjezdice, da se zadrži turistička namjena i uvede obveza jedinstvenog upravljanja i tržišnog predstavljanja.

Iz Hrvatske gospodarske komore (HGK) su, primjerice komentirali kako je stav članica da bi se etažiranje ugostiteljsko-turističkim građevinama trebalo dopustiti, ali isključivo uz jasno propisane i strogo kontrolirane uvjete kojima bi se zajamčilo očuvanje njihove turističke namjene. U tom smislu, kažu u HGK, ne bi smjela biti dopuštena prenamjena ugostiteljsko-turističkih objekata u stambene jedinice te prijava prebivališta. Hotelijeri ukazuju kako bi ustvari takva zabrana onemogućila razvoj kapitalno zahtjevnih hotela visoke kategorije koji se u većini europskih

i svjetskih destinacija financiraju kombinacijom institucionalnog i privatnog kapitala kroz modele suvlasništva, uz zadržavanje jedinstvene hotelske funkcije i upravljanja.

Pojašnjavajući o čemu je konkretno riječ Franco Peruza, međunarodni stručnjak za hotelske investicije PKF hospitality grupe, a koji je tijekom svoje bogate karijere, uz ostalo, obnašao funkciju predsjednika Uprave opatij-skih Magnum hotela, kao i splitskog Le Meridiana, navodi kako bi se ovime onemogućio hotelski proizvod najviših standarda.

Investicijski model

- To su brendirane rezidencije, odnosno luksuzni stanovi ili vile unutar hotelskog kompleksa, pod upravljanjem i brendom svjetskih hotelskih lanaca, s hotelskim uslugama, koje se koriste za manji udio za privatni boravak

individualnih vlasnika i ugovorom uvjetovano većinom za turistički najam. Također bi se onemogućio razvoj i realizacija velikog broja novih, dakle greenfield, hotelskih projekata u Hrvatskoj jer je povrat investicije jedino na bazi hotelskih poslovanja u većini slučajeva nemoguć. Naime, za razliku od unatrag nekoliko godina, investiranje je pod utjecajem inflacije, »eksplozije« troškova gradnje i operativnih troškova, kao i znatno više cijene kapitala postalo jako izazovno, kazao je Peruza. Pojasnio je kako brendirane rezidencije predstavljaju najkvalitetniji hotelski proizvod jer spajaju ekskluzivnost i prepoznatljiv brend sa striktnim standardima s jedne strane, s »dvostrukom« potrebom atraktivnosti, kako za turiste visoke i najviše platežne moći tako i za individualne investitore, odnosno kupce brendiranih rezidencija.

- Radi se o izuzetno sofisticiranom modelu unapređenja hotelske ponude, odnosno o turističkim objektima usmjerenim na najvišu kategoriju turista, a individualni vlasnici-kupci ulaze u jasno definirani komercijalni sistem. Staviti to u isti koš s apartmanizacijom nema nikakvog smisla,

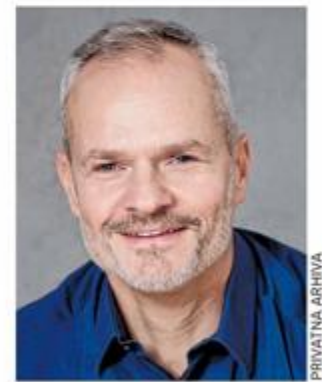
ukazuje Peruza dodajući kako je ustvari u jadranskoj regiji, Hrvatska prva počela uvoditi ovakav koncept, pa su tu primjerice projekti u okviru Falkensteiner Punta Skale, Dubrovačkih Vrtova Sunca, Kempinskog u Savudriji, Hotela Novi, ali i kako je posljednjih desetak godina daleko više aktivnosti bilo u Crnoj Gori, koja je postala regionalno središte i pretekla Hrvatsku u broju takvih projekata.

- Brendirane rezidencije su bile ključne za razvoj visokokvalitetnih odmarališta u Crnoj Gori i podizanje položaja destinacije. Čak i Albanija je sve bliža da pretekne Hrvatsku u kratkom roku glede broja projekata brendiranih rezidencija unutar hotelskih kompleksa, ukazuje ovaj turistički stručnjak.

Europski modeli

Na pitanje kako druge zemlje sprečavaju poplavu apartmanizacije u takvim slučajevima, naveo je kako od konkurenata na Mediteranu, primjerice, Portugal, Španjolska, Crna Gora i Italija imaju ograničenja u pogledu stambenih jedinica u T zonama.

U praksi to znači da investitor može prodati jedinice, a vlasnici mogu registrirati



FRANCO PERUZA

„Radi se o izuzetno sofisticiranom modelu unapređenja hotelske ponude, odnosno o turističkim objektima usmjerenim na najvišu kategoriju turista, a individualni vlasnici-kupci ulaze u jasno definirani komercijalni sistem. Staviti to u isti koš s apartmanizacijom nema nikakvog smisla

Franco Peruza

punopravno vlasništvo što dopušta bankovne hipoteke i slično. Međutim, postoje ograničenja u pogledu korištenja koja se nameću vlasniku, a kupac ih priznaje u trenutku kupoprodaje. To su obično nemogućnost registracije stalnog boravka u jedinici, zahtjev da jedinicom upravlja hotelski operater i da se iznajmljuje turistima.

- U osnovi, to je obvezni program iznajmljivanja. Etažiranje nije loša stvar sve dok postoji robustan okvir koji ograničava osobnu upotrebu vlasnika, ukazuje Peruza. Dodajmo kako je na jučer u Rovinju završenom MBF kongresu Peruza vodio stručni panel upravo na temu brendiranih rezidencija.

- Svi prisutni hrvatski i međunarodni eksperti su se složili da bi članak 68. predloženog Zakona o prostornom planiranju odmah nakon svog potencijalnog usvojenja označio kraj velikom broju hotelskih greenfield projekata u Hrvatskoj koji su već u naprednijoj fazi planiranja. To bi također zadalo značajan udarac konstantno službeno propagiranoj želji za transformacijom hrvatskog turizma iz modela masovnog turizma u model usmjeren na kvalitetu, održivost i veću profitabilnost, zaključuje.



Hrvatska prva počela uvoditi ovakav koncept, a jedan od projekata bio je i u okviru Falkensteiner Punta Skale