



LABELING- predstavljanje dobre prakse u drugim turističkim zemljama

Zagreb, 10. veljače 2015.

ZAŠTO JE LABELING VAŽAN?



HRVATSKA365

- **sve veća ponuda i zaoštrenija konkurencija**
- **u PPS razdoblju ponuda višestruko nadmašuje potražnju**
- **vidljivost i diferencijaciju u odnosu na konkurenciju**

KORISTI LABELINGA ZA POTROŠAČE/KUPCE



HRVATSKA365

- **Omogućava vidljivost specifične ponude za ciljane grupe potrošača/kupaca**
- **Osigurava diferencijaciju i razumijevanje ponude**
- **Garantira određene sadržaje i standarde kvalitete**

KORISTI LABELINGA ZA PONUDU



HRVATSKA365

- **Veća vidljivost ponude za poslovne partnere (tour operatore, zračne prijevoznike i dr.)**
- **Izdvajanje određene ponude u odnosu na konkurenciju**
- **Bolje strukturiranje, organizacija i prezentacija turističke ponude**
- **Bolje fokusiranje na one usluge, sadržaje i aktivnosti koji su relevantne za turiste i koje povećavaju percipiranu vrijednost ponude**
- **Lakša tržišna valorizacija/komercijalizacija ponude**

PRIMJERI LABELINGA

Francuska agencija za razvoj turizma Atout France



HRVATSKA365



PALACE

Oznaka za hotele s izuzetnom/premium ponudom - Palace Distinction



Oznaka za enoturizam (Vineyards & Excursions)



Oznaka kvalitete za uslugu u hotelima, smještaju kod domaćina, kampovima, restoranima, kafićima i pekarama, sezonskim agencijama za iznajmljivanje smještaja, turističkim uredima, turističkim atrakcijama i aktivnostima.



Oznaka za pristupačne turističke atrakcije i infrastrukturu "Turizam i pristupačnost osobama s tjelesnim ograničenjima"

PRIMJERI LABELINGA

Francuska



HRVATSKA365



Les Plus
Beaux Villages
de France®

Najljepša sela Francuske



Oznake 'zelenih' i snježnih odredišta



Oznake specifičnih vrsta smještaja –
iznajmljivanje kuća i smještaj na
farmama



Destination pour petits et grands



- Smještaj i turistički proizvodi namijenjeni obiteljima
- Dodatna podjela na morska i planinska odredišta

PRIMJERI LABELINGA

Primjer označavanja - Škotska nacionalna turistička organizacija



HRVATSKA365



Oznaka za kvalitetu smještaja – sustav 1-5 zvjezdica



Dodatni labelling

Gold awards



Welcome schemes – interesi, proizvodi...



Taste our best



Green Tourism Business Scheme



PRIMJERI LABELINGA

Primjer označavanja – Švicarska nacionalna turistička organizacija



HRVATSKA365



Oznaka kvalitete za pružatelje usluga (tvrtke i pojedinci)



Oznaka za odmorišne destinacije koje u svojoj ponudi imaju raznoliku ponudu wellness sadržaja visoke kvalitete



“Families Welcome” oznaka za smještaju koji je prilagođen djeci, uz organizirane aktivnosti, tematske staze, igrališta i netaknutu prirodu između ostalog.



Oznaka sigurnih sadržaja



Oznaka za gastro ponudu



Oznaka zimskih sadržaja - tradicija



Oznaka sportskih sadržaja



PRIMJERI LABELINGA

Eko i green označavanje



HRVATSKA365



- Općenito označavanje eko proizvoda i poslovnih subjekata
- Ciljano eko označavanje u okviru turističke industrije
- Najčešće se radi o međunarodnim oznakama

PRIMJERI LABELINGA – Najljepša sela Francuske



HRVATSKA365



NAJLJEPŠA SELA – primjer Francuske i drugih zemalja



HRVATSKA365

- **Koncept je uveden u Francuskoj početkom 1980-tih, a danas je primijenjen već u 10 zemalja/regija**
- **Koncept prenosi ideju „jedinственosti”**
- **Svaka zemlja ima sela/naselja koja može istaknuti**
- **Koncept se može uspješno primijeniti u različitim dijelovima svijeta**

KAKO JE SVE ZAPOČELO?



HRVATSKA365

- **Egzodus seoskog stanovništva početkom 1980-tih**
- **Nedostatak resursa za očuvanje i obnovu prirodne, kulturne i druge ruralne baštine**
- **Charles Ceyrac, gradonačelnik u Collonges la – Rouge**
- **"The Most Beautiful Villages of France", Reader's Digest**

OSNIVANJE UDRUGA?



HRVATSKA365

➤ 6. ožujka 1982, osnovana je udruga „Najljepša sela Francuske” sa 66 sela članova i Charles Ceyracom kao predsjednikom

- Wallonia (Belgija) 1994.
- Quebec (Kanada) 1998.
- Italija 2001.
- Japan 2005.
- Kreta (Grčka) 2010.
- Južna Koreja 2011.
- Rumunjska 2001.
- Saska (Njemačka) 2011.
- Španjolska 2011.





Poticanje sela na promociju arhitektonske, krajobrazne i druge baštine te ruralnog karaktera, kao i ostvarivanje kontroliranog ekonomskog razvoja usklađenog s njihovim ugledom i interesom stanovništva.

- Zaštita**
- Promocija**
- Razvoj najljepših sela Francuske**



- **Lokalne zajednice koje predstavlja gradonačelnik**
- **Osnivači – osobe koje su sudjelovale u osnivanju udruge**
- **Pridruženi članovi koji financijski ili na druge načine podupiru djelovanje udruge**
- **Pružatelji usluga lokalnim zajednicama**
- **Građani koji podupiru rad udruge**
- **Udruge stručnjaka**



➤ Labelling provode udruge koje imaju neprofitni karakter

	Francuska	Wallonia	Quebec	Italija	Japan
Status	Neprofitne udruge				
Ciljevi	<ul style="list-style-type: none">▪ Mreža ruralnih naselja▪ Zaštita/očuvanje baštine, krajolika i okoliša▪ Održivi razvoj				
Predsjednik	gradonačelnik	bivši izabrani osnivač	gradonačelnik	bivši gradonačelnik	gradonačelnik

➤ Tijela udruge

- Generalna skupština
- Izvršni odbor i/ili odbor direktora
- Tehnički odbor
- Predsjedništvo

PROCES SELEKCIJE



HRVATSKA365

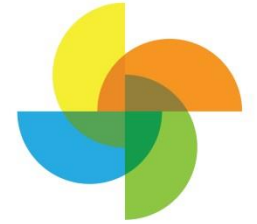
	Početna godina primjene oznake	Broj sela s oznakom u početnoj godini	Broj sela s oznakom 2012. godine	Ukupan broj sela u zemlji/regiji	Procijenjeni maksimalni broj sela u udruzi (max. 11% ukupnog broja)
Francuska	1982.	66	156	36.700	200-250
Wallonia	1994.	11	24	262	30
Quebec	1998.	18	35	1.476	50
Italija	2001.	51	208	8.092	220
Japan	2005.	7	44	1.719	70-100

KRITERIJI ZA UTVRĐIVANJE STATUSA RURALNOG PODRUČJA



HRVATSKA365

- **Maksimalni broj stanovnika**
 - Francuska, Kreta – do 2000 stanovnika
 - Kanada – do 1000 stanovnika
 - Španjolska, Italija – do 15 000 stanovnika
 - Japan - do 50 000 stanovnika
- **Gustoća stanovništva** (prema definiciji OECD-a ruralnim područjem smatra se naselje s manje od 150 stanovnika/m²)
- **Parcelacija prostora** – udaljenost građevina max 200 m
- **Japan** – pretežita djelatnost mora biti poljoprivreda i šumarstvo



- **Ruralni način života**
- **Iznimna kulturna, prirodna i druga baština (najmanje dva elementa pod određenim službenim stupnjem zaštite)**
- **Selo mora biti naseljeno**

UVJETI ZA DOBIVANJE OZNAKE – primjer Francuske



HRVATSKA365

- **1982.** – na listu je automatski uvršteno 66 sela koja su inicijalno iskazala interes
- **1982-1991.** – proces selekcije temeljem posjete tri člana Izvršnog odbora ili Odbora direktora
- **od 1991.** – temeljem ocjenjivanja kvalitativnih elemenata

POSTUPAK ZA DOBIVANJE OZNAKE



HRVATSKA365

	Francuska	Wallonia	Quebec	Italija	Japan
Prijava	<ul style="list-style-type: none"> • po odluci lokalne zajednice • podnošenje zahtjeva na propisanom obrascu 				
Postupak ocjenjivanja/vrednovanja	<ul style="list-style-type: none"> • provodi se interno (osim u Valoniji) • Kriteriji za ocjenjivanje • Razgovor s gradonačelnikom • Foto i / ili video izvještaj (osim u Quebecu) 				
Odluka	Odbor za kvalitetu	Generalna skupština		Odbor direktora	
Reevaluacija	Svakih 6 godina	Nije određena učestalost	Svakih 5 godina	3 do 5 sela na godinu	Svakih 5 godina

POSTUPAK OCJENJIVANJA ZA DOBIVANJE OZNAKE

– primjer Francuske



HRVATSKA365

- **Podnošenje zahtjeva temeljem odluke lokalne samouprave**
- **Neposredni očevid u selu (razgovor s gradonačelnikom, foto i video prezentacija, obrazac za evaluaciju) – provodi ga izvršni direktor, članovi Odbora za kvalitetu ili konzultanti**
- **Ocjenjivanje provodi „Odbor za kvalitetu” - tijelo sastavljeno od 30 izabranih dužnosnika i stručnjaka koji se sastaje dva puta godišnje**
- **predsjednik udruge i gradonačelnik novoprimitljene lokalne zajednice potpisuju Povelju o kvaliteti**

PRIMJERI OZNAKA



HRVATSKA365





- **interni newsletter za članove i partnere (odluke, sastanci, događaji, najbolja praksa) – mjesečno ili kvartalno**
- **Extranet – online resursni centar/baze podataka za gradonačelnike, članove, partnere i zaposlenike udruga**
- **potpora i savjetovanje za sela (edukacija i trening za izabrane predstavnike i lokalne dionike, tehnička potpora, usluge eksperata i konzultanata za prostorno planiranje i dr.)**



- **Znakovi na ulazu u selo**
- **Oznake na poslovnim dokumentima (zaglavlja dokumenata, koverte, posjetnice i dr.)**
- **Tiskani promotivni materijal (turistički vodiči, letci i dr.)**
- **Internet stranica**
- **SEO i SEM promocija**
- **Društvene mreže (Twitter, Facebook)**
- **Aplikacije za mobilne telefone**
- **Suradnja s medijima**

UNAPREĐENJE PONUDE



HRVATSKA365

- dostupnost za segmente s posebnim potrebama (audio vodiči, info materijal na Braillovom pismu i dr.)
- razvoj dodatne ponude (gastro i dr.)
- Organizacija događanja s ciljem zarade (sajmovi lokalnih obrtnika, festivali i dr.)
- Edukacija za unapređenje gostoljubivosti
- Loyalty programi (popusti, pokloni i dr.) i dr.

KLJUČNI FAKTORI USPJEHA



HRVATSKA365

- **Očuvana baština**
- **Usvajanje strogih kriterija odabira koji jamče visoke standarde kvalitete**
- **Definiranje uvjeta ocjenjivanja/vrednovanja i kvalitetno upravljanje mrežom**
- **Oslanjanje na lokalne dionike u selima članicama**

SAVEZ NACIONALNIH I REGIONALNIH UDRUGA „NAJLJEPŠIH SELA SVIJETA”



HRVATSKA365

- **2012. održan sastanak međunarodne mreže „Najljepših sela”**
- **osnivanje Saveza „Najljepših sela svijeta” – članice saveza su nacionalne mreže koje imaju najmanje pet godina iskustva u razvoju (Francuska, Wallonia, Quebec, Italija i Japan)**
- **razmjena iskustava i ključnih faktora uspjeha**
- **objavljena studija/vodič kao pomoć zainteresiranim lokalnim zajednicama kandidatima za razvoj oznake**



- **Definiranje projekta – I. kvartal 2015.**
- **Izrada i usvajanje pravila za oznaku „Najljepša mala ruralna naselja Hrvatske“ – I. kvartal 2015.**
- **Dodjela oznaka – II. kvartal 2015.**
- **Komunikacijska kampanja – III. i IV. kvartal 2015.**





HRVATSKA365

HVALA NA PAŽNJI!

