La Croazia punta al mercato italiano, tra qualità e natura

La **Croazia** svela il suo piano di sviluppo per il turismo, un piano vede al centro il **mercato italiano**. “Attualmente in Italia arriva un milione di visitatori all’anno – dice **Radomir Ivicic**, direttore generale dell’Ente turistico croato – ma il flusso potenziale è notevolmente più alto”. Su un totale di 13 milioni di turisti, il terzo bacino (dopo i turisti tedeschi e gli sloveni, proprietari di tantissime seconde case) è infatti dato dai viaggiatori in arrivo dal nostro Paese, un mercato per il quale la Croazia sente di avere le carte giuste, soprattutto in termini di offerta **mare** e **natura**. «Le proposte per i turisti sono molto diversificate - sottolinea **Branko Curic**, direttore dell’ufficio italiano del Turismo croato con sede a Milano -. E se la parte principale è data da **campeggi** e case private, la situazione sta cambiando velocemente». Del resto, sta cambiando molto velocemente l’assetto e la gestione dell’intero comparto, soprattutto grazie alla privatizzazione delle strutture alberghiere che facevano capo a compagnie statali. Al momento nel Paese sono in corso investimenti per circa 450 milioni di euro, con lo sbarco di grandi **catene alberghiere** come **Sol Meliá** e l’atteso riposizionamento sulla fascia medio-alta del mercato, grazie all’apertura di diversi **4 stelle** a cui si aggiungono alberghi di categoria ancora superiore a **Rovigno, Brioni, Roscigno e Umago**. Ugualmente importante l’investimento in promozione. Come sottolinea Ivicic, “Il budget per gli investimenti promozionali è di 43 milioni di euro che derivano dalla tassa di soggiorno”.