



## **Wellness og økoturisme skal sælge Kroatien**

**På trods af finanskrisens negative effekt på turismen verden over klarede Kroatien sig pænt igennem 2009 med et fald på kun 1 pct. i besøgende turister. 77.698 danskere valgte i år at holde ferie i Kroatien – et fald på ca. 4,8 pct. siden sidste år. Det Kroatiske Turistråd ser dog lyst på fremtiden og har netop lagt sidste hånd på en strategi, der skal tiltrække endnu flere turister til landet de næste fire år.**

I de første 11 måneder af 2009 besøgte 9,3 mio. udenlandske turister Kroatien. Den lange sommer - der forlængende feriesæsonen helt ind i oktober måned - havde stor indvirkning på det forholdsvis lille fald i antallet af turister i landet.

### **Ny strategi skal tiltrække flere turister**

Kroatien har længe været kendt for sit milde middelhavsklima, sin skønne gastronomi og smukke øer - og for at være et lidt billigere sted at holde ferie sammenlignet med andre populære middelhavslande. Under det klassiske slogan "Middelhavet som det var engang" har Det Kroatiske Turistråd nu lagt en ny turismestrategi, der har fokus på regionale særpræg.

- Vores mål er et præsentere Kroatien som en livsstils-destination. Vi vil fokusere mere på landets autenticitet og mangfoldighed, hvor vi har en fordel i forhold til vores nærmeste konkurrenter. Vi har udvalgt 10 forskellige områder i Kroatien, som skal plejes og udvikles i forhold til deres forskellige kvaliteter, fortæller Kroatiens turismeminister Damir Bajs.

### **Romantik i Istrien – kultur i Dubrovnik**

Det Kroatiske Turistråd vil blandt andet fokusere på den romantiske og afslappende ferie i Istrien, mens Kvarner-området skal fremhæves for sin gode atmosfære og gode klima. Slavonien markedsføres som "the true joy of life", hvor turisterne kan nyde god gastronomi og flot natur i rolige, landlige omgivelser. Og hvis turisterne er til en elegant destination med spændende kulturelle og historiske oplevelser, foreslår Damir Bajs Dubrovnik.

Det Kroatiske Turistråd fortsætter arbejdet med at fremhæve landets største fordele, nemlig sol, hav, sejlads, kultur- og rundrejser, indlandsturisme og lokal gastronomi. I den nye strategi vil der dog også blive lagt særlig vægt på Kroatien som en wellness- og livsstilsdestination – og på det voksende fænomen økoturisme.

### **Tilbage til traditionerne**

- Wellness-industrien er forholdsvis ny i Kroatien, men den bygger på gamle traditioner. Opatijas klimatiske sanatorier har altid været et tilløbsstykke for konger og kejsere, og Kroatiens helbredende planterige og milde klima har lagt fundamentet for en stor investering i wellness-området, forklarer Damir Bajs.

Økoturismen følger tidens ånd i forhold til at kunne tilbyde en miljøvenlig ferieform, hvor man kommer væk fra hverdagens stress og jag og bor i tæt kontakt med naturen. Det er bl.a. muligt at bo på en lokal gård, hvor man får et indblik i bøndernes liv i Kroatiens indland.

- Det er blevet meget populært at tage på ferier, hvor man er helt tæt på lokalbefolkningen. I Kroatien er der flere muligheder for det. Man kan fx vælge at bo på en gård, hvor man deltager i produktionen af olivenolie eller hjælper med at passe geder og får. Hvis man hellere vil have helt ro omkring sig, kan man også tage en ferie i et traditionelt stenhus i Istrien-området, fortæller Damir Bajcs.

### **Om Kroatien**

Kroaterne kalder selv deres land "vores smukke fædreland" – ord som er taget fra den første strofe i den kroatiske nationalsang. Den kroatiske republik er en europæisk, demokratisk stat og en del af den europæiske politiske og kulturelle historie. Størrelsesmæssigt ligger landet i den europæiske mellemgruppe af lande sammen med Danmark, Irland, Slovakiet og Schweiz. Kroatien har 1.185 øer og rev med Krk og Cres som de to største - og en kystlinje på mere end 5.835 km.

Det Kroatiske Turistråd har en målsætning om, at Kroatien i 2020 skal kunne huse 17,6 mio. turister. Der bliver derfor investeret massivt i nye hoteller og campingpladser. Turistrådet forventer, at de samlede indtægter fra turisme i 2010 vil nå op på 19,8 billioner euro mod de nuværende 7,1 billioner euro.

### **Kontaktinformation:**

Det Kroatiske Turistråd

Presseansvarlig Mia Nielsen

E-mail: [info@altomkroatien.dk](mailto:info@altomkroatien.dk)

Telefon: 70 26 68 60