



Izvješ e medijskih objava

27.08.2015

Muzeji Hrvatskog zagorja

28.8.2015

Lider

Stranica/Termin: 58

Hrvatska

Naslov: Stranci prepoznali hrvatsku ponudu

Sadržaj: STRANE TVRTKE DANE ZA OPUŠTANJE SVE VIŠE ISKORIŠTAVAJU NA ODREDIŠTIMA U HRVATSKOJ KOJA NUDE DOBRU GASTRONOMSKU PONUDU I REKREATIVNE SADRŽAJE

Autor: TIN BAŠI

Rubrika, Emisija: Team building

Žanr: izvješ e

Naklada: 15.000,00

Ključne riječi: DVOR VELIKI TABOR

Naslov: Stranci prepoznali hrvatsku ponudu

Autor: TIN BAŠI

Rubrika/Emisija: Team building

Žanr: izvješće

Površina/Trajanje: 641,52

Naklada: 15.000,00

Ključne riječi: DVOR VELIKI TABOR



Stranci prepoznali hrvatsku ponudu

STRANE TVRTKE DANE ZA OPUŠTANJE SVE VIŠE
ISKORIŠTAVAJU NA ODREDIŠTIMA U HRVATSKOJ KOJA NUDE
DOBRU GASTRONOMSKU PONUDU I REKREATIVNE SADRŽAJE

PIŠE TIN BAŠIĆ
tin.basic@liderpress.hr



Prekrasna priroda velika je prednost Hrvatske



Istra nudi mnogo jahačkih i biciklističkih staza



Dobra hrana i sjajna vina jaki su aduti ponude

Od prije prije petnaestak godina, kad su ga Hrvati otkrili, do danas teambuilding brzo je postao sjajan način da se zaposlenici odmore baveći se rekreativnim sadržajima, a ne samo okupljajući se oko stola ili roštilja. Interes je pratila i odgovarajuća ponuda, no onda je izbila kriza i nastupilo rezanje troškova. Kako je danas, koliko često hrvatski poslodavci svoje zaposlenike počaste s nekoliko dana zajedničkog druženja? Privlače li domaća ruralna i urbana odredišta timove tvrtki iz inozemstva bar jednako kao što ona prekogranična pokušavaju prizvati skupine iz Hrvatske?

Popularne lokacije – Kad govorimo o teambuildingu, moramo jasno definirati taj pojam, dakle je li riječ o odlasku poslovnih suradnika i kolega na obiteljsko gospodarstvo s ugostiteljskim sadržajem, turističkim aranžmanima kao što su gradske ture ili aktivnim sadržajima kao grupnim aktivnostima. Domaće tvrtke najradije odlaze na domaće lokalitete, posebno zbog blizine jer je najčešće riječ o jednodnevnim sadržajima, iako ima i trodnevnih aranžmana, pogotovo zbog platežne moći. K nama dolazi više stranih posjetitelja – kaže **Korpar Lemac**, osnivač online servisa za bukiranje Charterbuscroatia.com (CBC). Najpopu-

larnije su i najposjećenije lokacije Zagreb, Dubrovnik, Opatija, odnosno istarska regija, uvijek atraktivna zbog izrazito kvalitetne gastroponude. Zagrebačko područje, kaže Korpar Lemac, ima mnogo sadržaja kao što su vinski putovi nadomak Zagrebu (npr. Plešivica, Sveti Ivan Zelina) te veliki broj OPG-ova (Kezele, Trajbar, Lojzekova hiža, Vuglec breg itd.). Svakako se ne smiju zaboraviti ni Samobor, Trakošćan ili **Tabor**. – Govorimo o gastronomskom sadržaju, s time da, kao što i dolikuje glavnom gradu, Zagreb ima atraktivniju ponudu na području Parka prirode Medvednica, primjerice paintball i adrenalinske parkove. U Dalmaciji bih spomenuo uvijek atraktivne sadržaje poput raftinga, kajakarenja te canyoninga po ušćima rijeka Zrmanje i Cetine te nadasve popularni NP Paklenica, iako je ponuda mnogo veća. Lika pak ima uvijek atraktivne NP Plitvička jezera, Velebit, a posebno bih izdvojio adrenalinski park Rizvan City kraj Gospića. Slavonija i Baranja, Kopački rit, Karanac, Zmajevac itd., sve su to izvrsna odredišta s mnogo vinsko-gastromskih sadržaja. Istra je možda i najbogatija, ali izdvojio bih PP Učku i Brijune te niz obiteljskih gospodarstava koja se zbog međusobne blizine lijepo dopunjuju. Ti su lokaliteti jednako zanimljivi i našim i stranim tvrtkama – objašnjava Korpar Lemac.

Kad je riječ o odlasku naših tvrtki na teambuilding u inozemstvo, susjedne su države, naravno, u prednosti.

– Popularna su odredišta u Sloveniji Bled i Bohinj, u BiH se često odlazi na rafting na Unu i Taru, a često i na neka popularna odredišta u Mađarskoj – kaže Korpar Lemac.

Regija u prednosti Veoma je teško zaključiti što je od spomenutih aktivnosti, sadržaja i lokacija najzastupljenije.

– Zbog nepovoljnih ekonomskih prilika hrvatske tvrtke stagniraju s grupnim aktivnostima, što, naravno, ne znači da odustaju od sadržaja za opuštanje. Aktivnosti se biraju prema blizini lokaliteta i katkad prema tvrtkinoj djelatnosti. Najzastupljeniji je i najpopularniji rafting, vjerojatno najlakši način homogeniziranja radnih kolega jer najlakše ćete prebroditi neugodnu i hladnu rijeku ako svi djelujete kao cjelina. Možda treba spomenuti novi trend – pojedine tvrtke odlučuju se na grupne humanitarne ili društveno korisne aktivnosti. Primjerice, prošle godine nekoliko smo puta organizirali prijevoz na poplavljena područja u istočnoj Hrvatskoj i prije toga sanaciju, odnosno akcije čišćenja smeća na pojedinim područjima, što tvrtkama i ljudima daje osjećaj da rade nešto korisno – zaključuje Korpar Lemac. ●