

# Hvar



## Tržište

Prozvan jednim od najljepših otoka na svijetu, Hvar svoju ljepotu doživljava kao komparativnu prednost na tržištu turizma. Titulom koju je dobio od struke zaokružuju se impresije posjetitelja skupljane godinama.

Na tržištu se Hvar predstavlja kvalitetama svog branda kao dio izvorne mediteranske tradicije i mjesto punine iskustva odmora. Tradicija hvarskog ugostiteljstva i turizma, utkana u hvarski brand, omogućila je emitivnim tržištima da ostanu tradicionalni posjetitelji grada i otoka prepoznajući kompetitivne prednosti te specifičnosti koje se ovdje nude smanjujući rizike turista u odabiranju idealnog odredišta za svoj odmor.

U ciljne grupe se ubrajaju mladi koji prepoznaju grad i otok dvostrukog života: onog dnevnog, opuštenog, usmjerenog na uživanje u suncu i moru te konzumiranje bogate kulturne i arhitektonske tradicije koju grad nudi; do noćnog života koji svojim bogatstvom pretvara grad u veliki plesni podij.

Kao jedan od najvažnijih razloga zbog čega se vraćaju Hvaru turisti u anketama često navode mnogobrojne skrivene uvale na otoku i paklenim otocima koje im pružaju osjećaj ekskluzivnog robinzonskog turizma u jednom od najpopularnijih i najposjećenijih turističkih odredišta u regiji. Zato naše prednosti tog tipa prepoznaju i mnogobrojne svjetski poznate osobe, svjetska poslovna elita, kao i obitelji koje ne mare za pretrpane turističke kapacitete u ljetnom razdoblju. Vezana uz takvu



ponudu jest i ekološka posvećenost lokalne poljoprivredne proizvodnje proizvodima poput lavandina ulja.

Usprkos tome Hvar tržištu treba tek predstaviti svoju zimsku ponudu na kojoj je i nastao Hvar kao turističko odredište prije 139 godina.

## Dostignuća

Hvar je područje velikih ulaganja u svoj brand. Osnovni prioritet velikih ulaganja u turističke kapacitete treba biti održivost koja će omogućiti zadržavanje svih kvaliteta branda. Takva vizija budućnosti se očekuje od svih ulagača u dodanu vrijednost grada i otoka. Od takvog pristupa

očekuje se nastavak tradicije uzastopnog osvajanja velikih turističkih nagrada.

Isto tako bolja kontrola lokalne samouprave nad resursima ulijeva nadu da će zajedničkim naporima sviju koji žive od turizma i ovisnih djelatnosti vrijednost branda samo rasti.

Obnova najstarijeg javnog kazališta u Europi je u punom zamahu i jedan je od najvećih projekata tog tipa u Hrvatskoj.

## Povijest

Bogatstvo povijesti Hvara rezultat su navedenih komparativnih prednosti kao i brojnih povijesnih okolnosti od kojih kao najvažniju treba istaknuti nautički položaj hvarske luke čineći je u prošlosti jednom od najbogatijih otočkih zajednica na Jadranu. Isto tako je Hvar bio svjedokom jednog od najznačajnijih buna pučana protiv plemića 1510. u Europi.

Tijek povijesti u novije doba mijenja se 1868. godine kada je grupa uglednih Hvarana osnovala profesionalno turističko udruženje pod nazivom „Higijeničko društvo Hvar“ kojemu je cilj bio promicanje i razvoj ugostiteljske ponude u gradu. Ova se godina uzima kao početak organiziranog bavljenja turizmom u Hvaru.

## Proizvod

Hvar je popularno odredište elitnog turizma, mediteranske tradicije, skrovitih uvala, noćnog života, izvornih i kvalitetnih ekoloških proizvoda i hrane. Isto je tako spomenik vrijednih ruku svojih žitelja kroz stoljeća. Izaziva veliku preferenciju i lojalnost svojih posjetitelja.

Predstavlja se širokoj publici i privlači istu. Hvar je odredište koje ima najveći broj sunčanih sati u Europi. Brojne uvale kojima je bogat otok i obližnji otočići garantiraju ugodnu osamljenost i nesmetano uživanje u blagodatima sunca i mora i u



srcu sezone. Hvar je Grad bogate kulturne tradicije koje se diči najstarijim javnim kazalištem u Europi.

## Nedavni razvoj

Početak organiziranog turizma u Hvaru 1868. godine značio je, po podacima povjesničara, prekretnicu u razvitku suvremenog europskog turizma, jer se po prvi put govori o ugostiteljstvu s osnovom na javnoj brizi, potpori i nadzoru a da slično udruženje u Europi u to vrijeme nije postojalo. Turizam je tada bio temeljen na klimatološkim istraživanjima Hvarana Grgura Bučića i Fra Bonagracija Maroevića koji su prokazali izvrsna svojstva hvarskog podneblja za liječenje dišnih organa.

Time je, za razliku od drugih mediteranskih zemalja gdje se razvija mondeni turizam vezan uz povijesnu baštinu, u Hvaru zacrtan put turizmu baziranom na blagoj mediteranskoj klimi što je i do danas osnova većine turističkih migracija. Uz profesionalno vođenje tog projekta čak po najmodernijim standardima i svesrdnu financijsku pomoć tadašnje austrijske carice Elizabete to se i ostvaruje tako da Hvar u 20. stoljeće ulazi otvaranjem svojih vrata turistima u lječilišni hotel Carice Elizabete nastalog na temeljima Kneževe palače - današnji hotel Palace.

Društvo je pokrenulo i raznovrsne turističke inicijative kako u Hvaru tako i na Hvaru, što je rezultiralo izgradnjom novih hotela, izradom promidžbenog materijala, uređenjem mjesta, ali i poboljšanjem brodskih veza, pošumljavanjem, osnutkom društva za uljepšavanje grada, donošenjem općinskih odluka o redu i miru.

Između dva svjetska rata proširuju se hotelski kapaciteti i ostali sadržaji, širenje kruga turističkih poduzetnika te uposlenika. Dolaskom sve većeg broja gostiju iz različitih društvenih slojeva zdravstveni-zimski turizam proširuje se i na kupališni-ljetni.

Hvar 1930. godine ima 4 hotela i 44 registrirana iznajmljivača te ostvaruje 30.000 noćenja. Osobnim zalaganjem dr. Josipa Avelinija i velikim trudom lokalne zajednice osiguravaju se sredstva za razvoj turističkih usluga i ponude kao i veliku promidžbu Hvara. Tada je izgrađeno i gradsko kupalište koje se u ono vrijeme spominjalo kao



najljepše na Jadranu.

Poslije drugog svjetskog rata turizam u Hvaru i Hrvatskoj postaje državna briga što otvara put odmoru radnika i njihovih obitelji. Krajem pedesetih godina prošlog stoljeća - otvaranjem prema zapadnom turističkom tržištu - turizam u Hvaru dobiva ponovni zalet osnivanjem Hotelskog poduzeća Hvar koje upravlja s tri hotela. Ovako uspješan povratak Hvara na turističku scenu te povoljniji uvjeti u idućim godinama daju pretpostavku velikoj turističkoj ekspanziji što rezultira masovnim ljetnim rekreativnim turizmom.

Hvar je tada postao poznata europska turistička destinacija te doživljava procvat privatne inicijative - kulturnih sadržaja, privatnih

iznajmljivača, restorana, barkarijula, kafića, prodavača suvenira i nakita, samostalnih umjetnika te ostalih turističkih sadržaja.

Takva slika Hvara dočekuje demokratske promjene u našoj zemlji krajem osamdesetih te kasnije agresiju na Hrvatsku i Domovinski rat kada je Hvar bio domaćin mnogim prognanicima i njihovim obiteljima. To vrijeme, teško za čitavu zemlju, građane Hvara je pogodilo zamrlošću svih turističkih djelatnosti.



Smirivanjem ratnih događanja užurbano se provode razne promidžbene aktivnosti po svijetu koje rezultiraju postepenim povratkom gostiju. Užurbano se susižu standardi struke koja je u međuvremenu jako napredovala.

Hvar se brže od ostalih sredina vraća predratnim brojkama posjetitelja. Hvar postaje in odredište mladih turista Europe koji svojom brojnošću stimuliraju izgradnju novih, mahom privatnih kapaciteta.

## Promocija

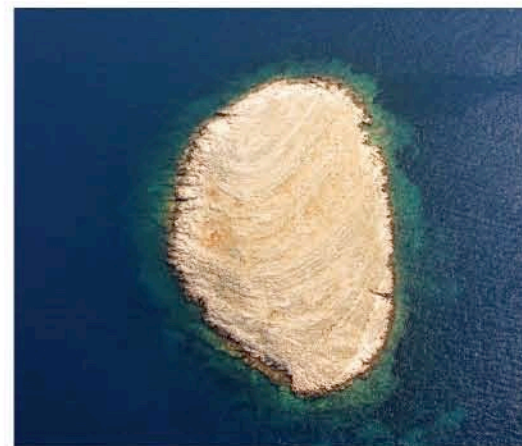
Iskorištavanjem znanja struke i dobrih običaja tržišta Hvar želi osigurati svoje mjesto u srcu onih koji su bili njegovi gosti i onih koji će to postati svojom prisutnošću na svojim tradicionalnim tržištima održavanjem manifestacija u sredinama odakle dolazi najveći dio gostiju.

Ciljevi promotivnih aktivnosti su definiranje Hvara kao ekskluzivnog turističkog odredišta i zaštita prostora.

## Vrijednosti robne marke

Vrijednosti robne marke su: velika turistička tradicija i gostoljubivost, svjetska destinacija mladih, popularna destinacija poslovne elite, ekološka proizvodnja, skrivene uvale, mediteranske vrijednosti, bogata povijest i tradicija.

[www.tzhvar.hr](http://www.tzhvar.hr)



JESTE LI ZNALI...

## Hvar

- Prema izboru Magazina Traveller Hvar je uvršten među 10 najljepših otoka na svijetu.
- U Hvaru se nalazi najstarije javno kazalište u Europi.
- Hvar je jedan od mjesta s najvećim brojem sunčanih sati u Europi.