

Naslov: ŠTEDNJA ENERGIJE JE STIL ŽIVOTA

Autor: Jozo Vrdoljak

Rubrika/Emisija: Intervju

Žanr: izvješće

Površina/Trajanje: 2.994,79

Naklada: 75.000,00

Ključne riječi: HOTEL SPLIT



INTERVJU

MLADEN TOMIĆ, VLASNIK HOTELA SPLIT, PODSTRANA

# ŠTEDNJA ENERGIJE JE STIL ŽIVOTA

Certifikat Nearly Zero Energy Hotels donosi **niz pogodnosti, od štednje energije do jedinstvene pozicije na tržištu. Gotovo nula energetska gradnja podrazumijeva minimalnu količinu potrošene energije, a energija koja se troši treba biti dobivena iz obnovljivih izvora energije.** Koliko sam upoznat, svaki novi hotel koji će biti izgrađen nakon 2025. godine morat će imati certifikat Nearly Zero Energy kao energetski standard

piše Jozo Vrdoljak vrdoljak@privredni.hr



## 6 mil €

uložila obitelj Tomić u gradnju  
Hotela Split



## 4 zvjezdice

kategorija tog hotela

## 1,5 mil kn

uložit će se u ugostiteljski  
objekt i uređenje plaže

**H**otel Split otvoren je u ljeto 2012. godine, a u njegovu gradnju je obitelj Tomić uložila šest milijuna eura. Kategoriziran je s četiri zvjezdice. Hotel Split se nalazi u Podstrani, devet kilometara od središta Splita i ima 40 soba. S Mladenom Tomićem, direktorom i vlasnikom Hotela Split, razgovarali smo o turističkoj sezoni, načinu upravljanja destinacijom, perspektivi turizma i razlozima zašto Hrvatska bilježi rast u ovoj destinaciji. Ponajviše smo razgovarali o projektima ovog mladog poduzetnika vezanima uz energiju i energetske učinkovitost Hotela Split. Naime, Hotel Split prvi je hrvatski hotel koji ima energetski certifikat A plus. Pored toga, taj hotel i Boutique Hotel Villa Adriatica iz Supetra, oba kategorije četiri zvjezdice, jedina su dva obiteljska hotela iz Hrvatske koji bi trebali dobiti certifikat Nearly Zero Energy Hotels - znak koji će isticati u svojim promotivnim materijalima, a koji donosi niz posebnosti, pod uvjetom da bude sve u redu.

### ■ Kakva je bila ovogodišnja sezona?

- Bila je i više nego dobra. Predsezona od koje smo donekle strahovali bila je dobra, glavna sezona uvijek je odlična i tu nema problema, dok se posezona stvarno produžila tako da smo zadovoljni ovom godinom. Imali smo lijepo vrijeme i nije bilo nikakvih incidenata, što je možda i najvažnije u ovom svemu. Potražnja je sve veća, hotel je postao atraktivan, a destinacija raste. Dakle, godinu ćemo završiti s oko 14.000 noćenja. Posebno nas veseli to što smo postigli prosječno veću cijenu što znači da ćemo, uz otprilike jednake ili malo veće troškove, imati veći prihod po smještajnoj jedinici.

### ■ Kakva je situacija u destinaciji što se tiče ponude, potražnje, cijena...?

- Pa mogu reći da se područje s kojeg dolaze iznajmljivači proširilo u unutrašnjost. Recimo, sasvim je normalno da se u Sitnu Gornjem ljudi have iznajmljivanjem soba. To donekle utje-

## TURIZAM NAM RASTE ZATO ŠTO SMO POŽELJNI I ZATO ŠTO NAŠI GOSTI ODLAZE ZADOVOLJNI. MI SMO JEDNOSTAVNO ATRAKTIVNI

če i na smanjenje prosječne cijene smještaja. Nije rijetkost da se smještajna četverokrevetna jedinica može u glavnoj sezoni pronaći za 15 eura po osobi.

### ■ Pa je li to dobar trend i kako u takvim uvjetima upravljati destinacijom?

- Teško je reći tko kod nas upravlja razvojem destinacije. Bliže sam ocjeni da se sve to nekako razvija samo po sebi. Moje je mišljenje da se ponuda destinacije može unaprijediti tako da se odabere tema te da se mi privatnici u nju uklopimo. To bi imalo smisla. Recimo, manifestacija Dani Dioklecijana u Splitu bi trebala trajati 10 dana i trebala bi se održavati u listopadu. Bez uključivanja lokalnog stanovništva ona sama po sebi nema smisla, a potrebno je ▶



**Valja naglasiti da su poticaji, osim što podižu konkurentnost poduzetnika, vrlo važni stoga što ih dobivaju tvrtke koje potpuno legalno posluju.**



## INTERVJU



Teško je reći tko kod nas upravlja razvojem destinacije. Bliže sam ocjeni da se sve to nekako razvija samo po sebi. Moje je mišljenje da se ponuda destinacije može unaprijediti tako da se odabere tema te da se mi privatnici u nju uklopimo. To bi imalo smisla.

► još postići da ona bude motiv dolaska turista. To je ozbiljan posao koji treba kvalitetno odraditi. Ja možda ne razumijem kako funkcionira uprava, ali mi je ipak nejasno zašto RERA - razvojna agencija Splitsko-dalmatinske županije nema ni jednu zaposlenu osobu koja se bavi turizmom. Recimo, povezivanje splitske Rive s Podstranom šetnicom svi iščekujemo kao kišu, a to nikako da se dogodi. Nemamo informaciju hoće li se ona graditi, a hoteli imaju potpisane ugovore za iduću godinu. I što ako se dogodine započne raskopavati obala ispred hotela, a mi primimo turiste?

#### ■ Koji je onda razlog da nam turizam raste?

- Zato što smo poželjni i zato što naši gosti odlaze zadovoljni. Istina je da nam je destinacija postala malo i skuplja negoli prije. Postali smo svjesni da imamo prekrasno more, plažu, planine, odličnu ribu i meso, odnosno, gastronomiju. Neke turističke zemlje to nemaju. Stanovnici primorskih mjesta su otvoreni i šarmantni. Cijene turista i čuvaju ih. Nitko se prema gostu kod nas loše ne odnosi, no nedostaje nam organizacija i upravljanje. Mi smo jednostavno atraktivni što, primjerice, Turska više nije, bez obzira na to što je uložila ogroman novac kako bi privukla ruske turiste. Destinacija nam je prekrasna i imamo odlične resurse. Rast ćemo godinama. Samo da bude mira. Trebamo se samo posložiti. Tvrdim da gost kod nas još uvijek ne potroši koliko bi mogao. Kod nas je niz stvari besplatno, što u drugim zemljama nije. Uostalom i sami se go-

sti iznenade kad vide da dobiju dosta toga besplatno.

#### ■ Koliko radnika zapošljavate i na koji način posluje Hotel Split?

- U punoj sezoni u hotelu radi više od 40 radnika. Hotel je otvoren čitavu godinu tako da se taj broj u zimskim mjesecima smanji. Imamo niz planova kako bolje posloovati zimi. Razvijamo ugostiteljstvo kako bismo čitavu godinu imali dodatne prihode. Opredijelili smo se za domaće namirnice malih proizvođača iz naše okoline. U ugostiteljski objekt i uređenje plaže uložiti ćemo 1,5 milijuna kuna. Ove godine smo dobili i poticaje Ministarstva turizma za podizanje kvalitete usluge od 100.000 kuna. Hotel

## GOSTI VIŠE NEGO ŠTO SE MISLI PREPOZNAJU SOCIJALNU, OKOLIŠNU I EKONOMSKU ODRŽIVOST

treba stalno doradivati, a to zahtijeva ulaganja. Valja naglasiti da su poticaji, osim što podižu konkurentnost poduzetnika, vrlo važni stoga što ih dobivaju tvrtke koje potpuno legalno posluju. Zato ih barem simbolično treba nastaviti dodjeljivati.



## Troškovi energije su nam 40 posto manji nego u sličnim hotelima

### ■ Kakve uštede ostvarujete?

- Hotel Split ima troškove energije manje za 40 posto od hotela slične veličine. Kompletna priprema tople vode izvodi se pomoću sunčeve energije. Rasvjeta objekta je projektirana u LED tehnologiji. Objekt ima središnje upravljanje klimatizacijom, ventilacijom i rasvjetom, ima rekuperaciju zraka te instaliranu solarnu elektranu kapaciteta 9,9 kW. Osim toga imamo rezervoar za sakupljanje kišnice koja se koristi za zalijevanje zelenih površina, pranje parkinga, ceste, okoliša i šetnice. Sve kupaonice u hotelu imaju

prirodno svjetlo jer su staklenom stijenom odvojene od prostora sobe. Svi zaposlenici hotela su educirani o energetske efikasnom ponašanju. Kante za recikliranje nalaze se u hodnicima. Sva sredstva za čišćenje i deterdženti su biorazgradivi. Šamponi i sapuni u sobama i zajedničkim sanitarijama su pH neutralni te imaju eko certifikate. Gosti imaju opciju ponovnog korištenja ručnika i posteljine kako bi smanjili potrošnju vode. Također preporučujemo osoblju i gostima da koriste stepenice kao oblik vježbe kako bi smanjili potrošnju energije dizala.



### ■ Što će vam donijeti certifikat Nearly Zero Energy Hotels?

- Niz je pogodnosti koje on donosi, od štednje energije do jedinstvene pozicije na tržištu. Gosti vas u tom slučaju doživljavaju bolje, a hoteli imaju pristup novom marketinškom segmentu. Naime, gosti više nego što se misli prepoznaju socijalnu, okolišnu i ekonomsku održivost. Gotovo nula energetska gradnja podrazumijeva minimalnu količinu potrošene energije, a energija koja se troši treba biti dobivena iz obnovljivih izvora energije. Stoga smo surađivali s Institutom Hrvoje Požar čija su nam dva inženjera pregledala svaki detalj kako bismo imali uvjete za dobivanje tog certifikata. Projekt Nearly Zero Energy Hotels uključen je u Europsku direktivu o energetske učinkovitosti zgrada, odnosno njenim ciljevima do 2050. godine. U projekt je uključeno 10 ugovorenih partnera iz sedam zemalja članica EU-a te dvije europske udruge i jedna specijalizirana agencije UN-a.

### ■ Hoće li taj projekt nakon nekog vremena postati standard?

- Da, u tome je i bit ovakvih projekata. Koliko sam upoznat, svaki novi hotel koji će biti izgrađen nakon 2025. godine morat će imati certifikat Nearly Zero Energy kao energetske standard. Eto, mi smo se u to puno prije uključili.

### ■ Koliko ovakav hotel kakav je Vaš troši električne energije godišnje?

- Potroši sigurno oko 150.000 kuna godišnje. A da nismo energetske učinkoviti, onda bi taj iznos bio mnogo veći. Znam samo da studenti splitskog Ekonomskog fakulteta rade uspored-

be potrošnje električne energije našeg hotela sa starijim hotelima slične veličine. Doći će vrijeme kada će se energetske učinkovitost puno bolje valorizirati. Isto kao i kod automobila. Da-

## TVRDIM DA GOST KOD NAS JOŠ UVIJEK NE POTROŠI KOLIKO BI MOGAO

nas se više uopće ne prodaju automobili koji troše recimo 20 litara goriva na 100 kilometara. A potrošnja goriva jedna je od najbitnijih stvari na koje gledaju kupci. Jedan gospodin mi je prije nekoliko godina rekao da se više ne trguje novcem, nego s CO<sub>2</sub>.

### ■ Što Vama osobno znači odgovorno upravljanje energijom?

- Štednja energije i vođenje računa o njoj uštedi stil je života i, mogu reći, postignuta razina kulturnog ponašanja svakog čovjeka. Zar nije normalno da se svjetlo gasi kada se izlazi iz sobe? Ili da se vodu u kojoj smo oprali ruke koristi za zalijevanje. Lijepo je kada na kraju godine usporedite tablice koje vam izrade stručnjaci s Instituta Hrvoje Požar i vidite da imate uštedu energije od 40 posto. I vidite gdje još možete unaprijediti poslovanje kako biste bili još učinkovitiji. ■



*Danas se više uopće ne prodaju automobili koji troše recimo 20 litara goriva na 100 kilometara. A potrošnja goriva jedna je od najbitnijih stvari na koje gledaju kupci. Jedan gospodin mi je prije nekoliko godina rekao da se više ne trguje novcem, nego s CO<sub>2</sub>.*