

**REPUBLIKA HRVATSKA  
ISTARSKA ŽUPANIJA  
Upravni odjel za turizam**

KLASA: 334-01/08-01/09  
URBROJ: 2163/1-10-08-1  
Poreč, 03. ožujak 2008.

**POGLAVARSTVO  
ISTARSKE ŽUPANIJE  
n.r. Predsjednika**

PREDMET: "IZVJEŠĆE O RADU UPRAVNOG ODJELA ZA TURIZAM U GODINI:  
2007."

Poštovani,

u privitku Vam dostavljamo predmetni materijal, te Vas molimo da isti uvrstite u  
dnevni red naredne sjednice Županijskog poglavarstva Istarske županije.

S poštovanjem.

Pročelnik  
Denis Ivošević



## IZVJEŠĆE O RADU UPRAVNOG ODJELA ZA TURIZAM U GODINI: 2007.

### 1. OCJENA PROČELNIKA O RADU UPRAVNOG ODJELA

Upravni odjel za turizam Istarske županije je u okviru Programa rada za 2007. godinu izvršio postavljene odrednice i zadatke u okviru svoje nadležnosti. To su prije svega projektni zadaci koji imaju za cilj unapređenje postojećih razvojnih turističkih projekata ali i kreiranje novih, sukladno našem određenju o održivom i odgovornom razvoju. U skladu s time gotovo su sve pripremne aktivnosti i projekti izvršeni prema određenim kvalitativnim kriterijima, na vrijeme i bez većih odstupanja tako da je nastavljen kvalitativni kontinuitet iz prethodnih godina. Od značajnijih aktivnosti izdvajam prije svega projekt **Turizam maslinova ulja Istre** koji je po svom karakteru, značenju i važnosti pokrenuo novu kulturu i revalorizaciju maslinarstva u Istri, a po svojim učincima u inozemstvu nadilazi sve dosad realizirane projekte u Istri, jer smo uvrstili gotovo 29 maslinara i maslinovih ulja u jedini svjetski vodič najboljih maslinovih ulja s provjerenom kvalitetom na svijetu za izdanje 2008. godine.

**Implementacija projekata iz Master Plana razvoja turizma Istre 2004.-2012.** predstavlja dugoročan strateško-razvojni dokument, koji je na kraju prvog trogodišnjeg perioda implementacije te smo ove godine otpočeli s implementacijom drugog trogodišnjeg razdoblja 2007. - 2009. Izrađena je detaljna analiza implementacije nalaza, postavki i projekata te je ustanovljeno da proces implementacije, odnosno reorganiziranja i restrukturiranja Istre kao turističke destinacije teče izuzetno kvalitetno i u predviđenim rokovima. Želio bih također izdvojiti Program poticanja malog i srednjeg poduzetništva kroz projekt **Mali obiteljski hoteli i pansioni** koji su u 2007. afirmirali nekoliko kvalitetnih objekata, te **Sustav poticaja kvalitete** kao komplementarni projekt Master planu, a s osnovnim ciljem pokretanja novog razvojnog ciklusa te mnogobrojne razvojne turističke projekte.

Upravni odjel za turizam Istarske županije je zajedno s Turističkom zajednicom Istarske županije aktivno sudjelovao u pripremi, praćenju i odvijanju turističke sezone. Turističku 2007. temeljem planiranih zadataka i ostvarenih ciljeva, a u okviru djelokruga Upravnog odjela za turizam ocjenjujem izuzetno uspješnom turističkom sezonom. Ostvarili smo 2,75 milijuna registriranih dolazaka te gotovo 18,2 milijuna ostvarenih noćenja; što predstavlja za 5% bolji rezultat u dolascima te 3% u noćenjima u odnosu na prošlu godinu, dok su financijski učinci u privatnom sektoru još dodatno bolji u usporedbi s prošlom godinom.

Sveukupno na svim razinama turizma ostvarili smo bolje rezultate nego prethodne godine, no ono što daje posebnu težinu cijelom rezultatu jest činjenica da su se pripreme odvijale na izuzetno zahtjevnom i *konkurentnom* turističkom tržištu. Uz to većina nama konkurentskih destinacija ponovno se vraćaju na scenu sa konsolidiranim i pozitivnim rezultatima nakon nekoliko godina osjetnog pada ukupnog turističkog prometa. Istra je u tom smislu zadržala i učvrstila primat najrazvijenije turističke regije Hrvatske, kako u kvalitativnom tako i kvantitativnom smislu.

Nadležni član Županijskog poglavarstva: \_\_\_\_\_

Pročelnik: \_\_\_\_\_

## 2. ORGANIZACIJSKA I FUNKCIONALNA STRUKTURA UPRAVNOG ODJELA

Upravni odjel za turizam zapošljava 4 djelatnika:

Pročelnik - 1 djelatnik VSS

Stručni suradnik - 1 djelatnik VSS

Stručni suradnik(Pripravnik) - 1 djelatnica VSS

Stručna referentica - 1 djelatnica SSS

Organizacijsko-funkcionalna struktura Upravnog odjela za turizam je jednostavna, bez odsjeka ili pod-odsjeka.

Upravni odjel za turizam može se kontaktirati na sljedećoj adresi gdje je i sjedište Odjela:

Pionirska 1/a,  
52440 Poreč

Tel 052 / 452 500 i na

Fax 052 / 452 811,

e-mail: [turizam@istra-istria.hr](mailto:turizam@istra-istria.hr)

Url: <http://www.istra-istria.hr/index.php?id=30>

Url: <http://www.istria-gourmet.com>

Url: <http://www.istria-bike.com>

Također se djelatnici mogu kontaktirati na e-mail adrese:

[denis.ivosevic@istra-istria.hr](mailto:denis.ivosevic@istra-istria.hr)

[edi.akilic@istra-istria.hr](mailto:edi.akilic@istra-istria.hr)

[doris.velenik@istra-istria.hr](mailto:doris.velenik@istra-istria.hr)

<b>3. ADMINISTRATIVNI POKAZATELJI</b>		
<b>3.1. ZAPRIMLJENI PREDMETI, ARHIVIRANI I RIJEŠENI PREDMETI</b>		
<b>3.1.1. NEUPRAVNI PREDMETI</b>		
Klasifikacijska oznaka	Zaprimljeni predmeti	Arhivirani i riješeni
011-01	1	1
013-01	1	1
013-02	1	1
016-01	2	2
021-04	3	2
023-01	6	5
024-01	1	1
035-01	1	1
043-01	2	2
110-01	1	1
115-01	1	1
119-01	1	1
133-02	2	2
320-01	1	1
334-01	40	37
340-01	1	1
342-01	5	5
350-02	3	3
400-08	1	1
406-01	13	9
620-01	1	1
910-01	2	2
960-03	26	26
<b>UKUPNO</b>	<b>121</b>	<b>116</b>
<b>3.1.2. UP/ PREDMETI</b>		
Klasifikacijska oznaka	broj predmeta	Arhivirani i riješeni
112-06	3	3
133-02	2	2
<b>UKUPNO</b>	<b>5</b>	<b>5</b>

4. REALIZACIJA NEPOSREDNIH ZADATAKA/OCJENA PROVEDENIH PLANIRANIH AKTIVNOSTI			
ZADATAK		STUPANJ REALIZIRANOSTI	OBRAZLOŽENJE
<p>A. Proces preobrazbe Istre u kvalitetnu turističku regiju – destinacija od 3+4 zvjezdice</p>	<p>A.1. Sufinanciranje kreditnih linija za poticanje malog poduzetništva u turizmu</p>	<p>U sklopu projekta povodi se kontinuirano praćenje realizacije cijelog projekta putem anketnih upitnika i obilazaka gradilišta, a s ciljem verifikacije namjenskog korištenja subvencioniranih kreditnih sredstava te praćenja dinamike realizacije projekata.</p>	<p>U projekciji prostornog i gospodarskog razvoja Istre u narednom srednjoročnom razdoblju prevladava ocjena da postojeće turističke kapacitete treba kvalitetno podizati na viši nivo i da treba sadržajno obogaćivati turističku ponudu.</p> <p>Prema nalazima i postavkama iz Master plana do 2012. godine, predviđa se ukupan kapacitet od oko 254.000 smještajnih jedinica, što predstavlja povećanje za oko 30.000 ili (18%). Navedene promjene predviđene su u sklopu Razvojnog modela restrukturiranja i repozicioniranja Istre u visoko kvalitetnu turističku regiju Mediterana. Uz ulaganja u kvalitetu smještaja, planira se također pristupiti izmjeni strukture smještajnih kapaciteta.</p> <p>U tom smislu povećati će se udio kvalitetnih malih hotela te stanija i ruralnih kuća za odmor visoke kvalitete, nauštrb velikih zdanja niske kvalitete. Osim smanjenja kampova u apsolutnim vrijednostima, poticati će se razvoj malih butik kampova posebno onih koji su tematski određeni (obiteljski, sport, eko i dr.). Sve to otvara prostor i potvrđuje ispravnost naše teze oko poticanja razvoja kvalitetnih smještajnih kapaciteta koji mogu odgovoriti na nove trendove kao što su kvaliteta smještaja, kvaliteta odnosa prema gostu, te kvalitetni novi sadržaji.</p>

<p style="text-align: center;">A. Proces preobrazbe Istre u kvalitetnu turističku regiju – destinacija od 3+/4 zvjezdice</p>	<p style="text-align: center;">A.2. Implementacija i monitoring Master plana razvoja turizma Istre 2004.- 2012.</p>	<p><b>A.2.1.</b> U periodu siječanj-veljača izvršene su pripremne radnje oko prikupljanja relevantnih informacija vezanih za implementaciju MP,  <b>A.2.2.</b> U periodu ožujak - kolovoza izvršen je monitoring svih aktivnosti na realizaciji projekata u okviru Master plana,  <b>A.2.3.</b> U periodu rujan - studeni izvršeni su obilasci i sastanci sa koordinatorima provedbe Master plana po clusterima oko dinamike provedbe aktivnosti koje proizlaze iz Plana implementacije MP-a,  <b>A.2.4.</b> Temeljem dobivenih rezultata izrađena je komparativna usporedba plana realizacije i operativne realizacije posebno po raznim ključevima: (prema nositeljima, prema funkcijama/ulogama nositelja, prema projektnim zadacima, prema vremenskoj dinamici i postotku realizacije/implementacije,  <b>A.2.5.</b> Izrađena je detaljna analiza provedbe Master plana po clusterima i na regionalnoj razini (integrirani MP) s detaljnim prikazom udjela i stupnja realizacije po pojedinim nositeljima (JLS, lokalne i županijska TZ, Privatni sektor, ostali nositelji) za prve dvije godine,  <b>A.2.6.</b> Izrađena je komparativna analiza planiranih investicija s realiziranim po ključu: investicije u infrastrukturu, u smještaj, u konkurentnost, u atrakcije te njihovim postotkom realizacije,  <b>A.2.7.</b> Izrađena je komparativna analiza planiranih investicija po ključu: investicije JLS, privatni sektor, sustav TZ-a, malo i srednje poduzetništvo, obrtnici i ugostitelji, privatni iznajmljivači, ruralni turizam, kapitalne investicije, posebno za 2004. - 2007.  <b>A.2.8.</b> Ukupno je izrađeno 8 interaktivnih tablica s točno naznačenim aktivnostima i klasifikacijom: započeti projekti, realizirani projekti u cijelosti, projekti koji nisu započeti,  <b>A.2.9.</b> Izrađena je komparativna analiza s 8 interaktivnih tablica s točno naznačenim aktivnostima i klasifikacijom: započeti projekti, realizirani projekti u cijelosti, projekti koji nisu započeti te njihovim postotkom realizacije,  <b>A.2.10.</b> Izrađena je komparativna analiza s 8 interaktivnih tablica s točno naznačenim nositeljima aktivnosti te njihovim % realizacije  <b>A.2.11.</b> Popisani su i prezentirani svi realizirani projekti za prvo četverogodišnje razdoblje po ključu: investicije JLS, privatni sektor, sustav TZ, malo i srednje poduzetništvo, obrtnici i ugostitelji, privatni iznajmljivači, ruralni turizam, kapitalne investicije,</p>	<p>Sve aktivnosti u sklopu zadatka pod A.2. u potpunosti su izvršene u okviru zadanih odrednica prema Programu rada za 2007. godinu.</p>	<p>Krajem 2003. godine turistički djelatnici Istre su zajedno s renomiranim stručnjacima iz zemlje i inozemstva izradili te usvojili konačni dokument pod radnim nazivom <b>Master plan razvoja turizma Istre za period od 2004. - 2012. godine.</b> Kao što je poznato radi se o strateškom dokumentu za razvoj turizma u Istri koji se bazira na nekoliko temeljnih elemenata. Ti novi elementi razvojne strategije obuhvaćaju: novi razvojni model, model konkurentnosti, novi način komuniciranja s tržištem te sukladno prethodnim, investicijske potrebe i mogućnosti te implementacijski plan.</p> <p>U okviru ovog strateškog dokumenta predviđeno je da se Istra kao turistička destinacija repositionira i restrukturira. Radi se o izuzetno složenom i delikatnom procesu organiziranog postavljanja slike o samoj destinaciji u svijesti potrošača, a koje će se, prije svega, temeljiti na naslijeđenom i novostvorenom identitetu.</p> <p>Govorimo o jednom sustavnom i dobro promišljenom procesu oživljavanja Istre kao rezultat strateškog repositioniranja i željom da se Istra u narednom petogodišnjem periodu nametne kao prepoznatljiva, konkurentna i kvalitetna lifestyle destinacija. Naše su ambicije fokusirane isključivo na kvalitetu proizvoda i usluga, koja će biti u stanju našim gostima pružiti jedinstveni doživljaj, nezaboravna iskustva te pozitivne i tople emocije.</p>
--	---	---	--	--

<p style="text-align: center;"><b>A.</b> Proces preobrazbe Istre u kvalitetnu turističku regiju – destinacija od 3+/4 zvjezdice</p>	<p style="text-align: center;"><b>A.2.</b> Implementacija i monitoring Master plana razvoja turizma Istre 2004.- 2012.</p>	<p><b>A.2.12.</b> Popisani su i prezentirani svi realizirani projekti za prvo četverogodišnje razdoblje po ključu: investicije u infrastrukturu, u smještaj, u konkurentnost, u atrakcije,</p> <p><b>A.2.13.</b> Izrađena je interaktivna tablica s komparativnom metodom uspoređivanja planiranih i realiziranih projektnih zadataka po raznim ključevima,</p> <p><b>A.2.14.</b> Izrađena je interaktivna tablica: Projekcija implementacije i monitoring Master plana za naredno trogodišnje razdoblje 2007. - 09.,</p> <p><b>A.2.15.</b> Popisani su i prezentirani svi najavljeni projekti za drugo trogodišnje razdoblje po ključu: investicije JLS, privatni sektor, sustav TZ, malo i srednje poduzetništvo, obrtnici i ugostitelji, privatni iznajmljivači, ruralni turizam, kapitalne investicije,</p> <p><b>A.2.16.</b> Popisani su i prezentirani svi najavljeni projekti za drugo trogodišnje razdoblje po ključu: investicije u infrastrukturu, u smještaj, u konkurentnost, u atrakcije,</p> <p><b>A.2.17.</b> Izrađena je komparativna analiza s 8 interaktivnih tablica prema najavljenim projektima za drugo trogodišnje razdoblje s točno naznačenim aktivnostima i klasifikacijom: započeti projekti, najavljeni projekti, projekti koji nisu započeti te njihovom projekcijom moguće realizacije,</p> <p><b>A.2.18.</b> Izrađeno je nekoliko različitih modularnih power point prezentacija Master plana razvoja turizma Istre u nekoliko jezičnih mutacija koji su prilagodljivi i lako izmjenjivi obzirom na strukturu publike koja sluša, pa je tako u protekloj godini izvršeno:</p> <p><b>A.2.19.</b> Navedena finalna prezentacija za prvo četverogodišnje razdoblje prezentirana je dana 6. 12. povodom održavanja godišnje turističkog foruma Istarske županije u hotelu Diamant - Poreč.</p> <p><b>A.2.20.</b> Pripremljena je modularna tablica podijeljena prema gore navedenim segmentima praćenja implementacije Master plana razvoja turizma Istre</p> <p><b>A.2.21.</b> Izrađena je prva simulacija implementacije projekata iz Master plana razvoja turizma Istre za 2008. godinu.</p>	<p>Sve aktivnosti u sklopu zadatka pod A.2. u potpunosti su izvršene u okviru zadanih odrednica prema Programu rada za 2007. godinu.</p>	<p>Ta nova istarska realnost pokušava dostići kvalitetu naših etabliranih konkurenata, što znači da mi zapravo imamo posla sa definicijom branda/marke Istre, baziranom na iskustvima i emocijama. Marka po nama nije više samo garancija kvalitete, već skrojena priča koja u sebi sadržava i kvalitetu i funkcionalnost te nadilazi pojam uspješnosti, a koju želimo prvo nama samima prenijeti, usvojiti je kao dio našeg određenja, a nakon toga podijeliti je s našim gostima.</p> <p>Pored ideje da se Istra razvija na harmoničan način uz kreiranje sustava doživljaja i emocija, osjećaja blagostanja kako stanovništva tako i turista koji nas posjećuju, osnovna misija u novom promišljanju i razvoju turizma Istre je dugoročan i kvalitetan razvoj na principima održivog i odgovornog razvoja.</p> <p>U tom kontekstu jasno je da se ne radi o deklaratornim izjavama održivog i odgovornog razvoja, već o sasvim konkretnim projektima koji moraju biti sposobni dati odgovore i ugraditi odgovornost za upravljanje održivim razvojem turizma Istre.</p>
---	--	--	--	---



<p>A.</p> <p>Proces preobrazbe Istre u kvalitetnu turističku regiju – destinacija od 3+/4 zvjezdice</p>	<p>A.3.</p> <p>Projekt certifikacije malih hotela, pansiona i ruralnih kuća.</p>	<p><b>Projekt certifikacije malih hotela, pansiona i ruralnih kuća</b> radi neodobrenih sredstava u proračunu je preusmjeren na certifikaciju malih hotela, pansiona i ruralnih kuća u okviru projekta Bike&amp;Bed (vidi pod B.2. Razvoj cikloturizma)</p>	<p>realiziran je u sklopu odrednica prema programu rada za 2007. g. ali u stavci Bike &amp;Bed (vidi pod B.2. Razvoj cikloturizma)</p>	
---	--	---	--	--

<p style="text-align: center;"><b>B.</b>  <b>Kreiranje i usavršavanje postojećih i novih razvojnih turističkih projekata  + produženje sezone</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>B.1.</b>  <b>Razvoj agroturizma</b></p>	<p>Projekt <b>Razvoj agroturizma</b> se prema ustaljenoj tradiciji zajednički planira i realizira s Turističkom zajednicom Istarske županije, koja je ujedno i nositelj projekta i najvećim dijelom sufinancira. U tekućoj godini namijenjena sredstva u Turističkoj zajednici Istarske županije predviđena za agroturizam (tisak brošure) preusmjerena su za druge projekte, obzirom da je postojala dovoljna količina promotivnih materijala i za 2007. godinu, tako da je i Upravni odjel za turizam također preusmjerio vlastita sredstva u druge projekte.</p>	<p>nije realiziran</p>	
---	---	---	------------------------	--

<p><b>B. Kreiranje i usavršavanje postojećih i novih razvojnih turističkih projekata + produženje sezone</b></p>	<p><b>B.2. Razvoj cikloturizma: Cjelovit bike portal s objedinjenom ponudom bike turizma</b></p>	<p><b>B.2.1.</b> Dodatno je nadograđen i kvalitetno opremljen glavni bike portal <a href="http://www.istria-bike.com">www.istria-bike.com</a> dodatnim sadržajima:  - 3 nove mountainbike dionice sa cjelokupnom infrastrukturom (tehnički opis staze, 5 jezičnih mutacija, grafički prikaz + Gps zapis)  - 2 nove cestovne dionice sa cjelokupnom infrastrukturom (tehnički opis staze, 5 jezičnih mutacija, grafički prikaz + Gps zapis)  - 3 nove trekking dionice sa cjelokupnom infrastrukturom (tehnički opis staze, 5 jezičnih mutacija, grafički prikaz + Gps zapis)  <b>B.2.2.</b> Izvršene preliminarne aktivnosti vezane za istraživanje tržišta cikloturizma posebno po target grupama (mtb, cesta, freeride...)  <b>B.2.3.</b> Izvršene konkretne aktivnosti vezane za iznalaženje najboljih partnera - PR agenata, za promociju cikloturizma Istre posebno za germansko i posebno za talijansko govorno područje  <b>B.2.4.</b> Identificirani su potencijalni opinion leaderi - PR agenti s kojima je izvršeno više pripremnih dogovora vezanih za buduću suradnju.  <b>B.2.6.</b> Poptpisan je ugovor o suradnji na promociji cikloturizma Istre s gosp. Traian Grigorianom za germansko govorno područje i Saurom Scagliarinijem za talijansko govorno područje; te su precizirane sve PR aktivnosti tijekom 2007. godine na promociji cikloturizma Istre  <b>B.2.7.</b> Izrađen je cjelovit marketing plan svih promotivnih aktivnosti za germansko i talijansko govorno područje za period 2007. godine uz pomoć partnera PR agenata/specijalista za navedena tržišta,  <b>B.2.8.</b> Postavljeni su kriteriji praćenja učinkovitosti navedenih PR partnera posebno za svako govorno područje, kao i kriteriji vezani za praćenje image-a i prepoznatljivosti Istre kao bike destinacije,  <b>B.2.9.</b> Postavljeni su kriteriji praćenja statističkih pokazatelja praćenja i posjećenosti novog web portala (posebno po segmentima ponude)  <b>B.2.10.</b> Izvršeno je više preliminarne dogovora s našim PR agentima vezanih za nadopunu, korektivne akcije i kvalitetniji protok informacija  <b>B.2.11.</b> Izvršene preliminarne aktivnosti vezane za istraživanje tržišta cikloturizma radi pregleda svih poduzetih aktivnosti na kreiranju Istre kao prepoznatljive bike destinacije; Mini Master plan  <b>B.2.12.</b> Izvršene preliminarne aktivnosti vezane za iznalaženje najboljih partnera kako bi se izradila kvalitetna procjena uspješnosti bike turizma Istre te odredile korektivne akcije na poboljšanju turističkog proizvoda</p>	<p>Projekt je u potpunosti izvršen prema zacrtanim smjernicama projektnog zadatka, a koje su navedene u Programu rada za 2007. godinu.</p>	<p>Biciklistički turizam je takva vrsta turizma koju turistički znalci popularno zovu meki turizam (ili prirodi bliski turizam), a temelji se na očuvanoj prirodnoj okolini, kulturno-povijesnoj baštini te visokom stupnju ekološke svijesti.</p> <p>Proizašao je kao logičan slijed ubrzanog razvoja urbanih i industrijskih sredina, koje su često u neposrednom konfliktu s najugroženijom vrstom našeg planeta - vrijednim prirodnim i kulturnim blagodatima.</p> <p>S druge strane rekreativni biciklizam je također dobio na važnosti i publicitetu uslijed općeg i sveprisutnog procesa podizanja svijesti o zdravom načinu življenja koje uključuje svakodnevnu tjelesnu aktivnost te zdrav način prehrane. U tom kontekstu je jasno da je najbolji kompromis za postizanje korisnog, zdravog i zabavnog bio upravo rekreativni biciklizam.</p> <p>Sve brojniji biciklisti, sve veći broj biciklističkih staza podrazumijeva nastavak ulaganja u ovaj važan program, stoga smo željeli nakon prošlogodišnje kreacije posebnog i specijaliziranog web portala za cikloturizam te ovogodišnjeg paralelnog nadograđivanja i usavršavanja postojećeg portala dodatno odraditi aktivnosti koje će u narednom razdoblju ojačati našu sposobnost konkurentnog natjecanja s najznačajnijim bike regijama na svijetu.</p>
--	--	---	--	---

<p style="text-align: center;"><b>B.</b> Kreiranje i usavršavanje postojećih i novih razvojnih turističkih projekata + produženje sezone</p>	<p style="text-align: center;"><b>B.2. Razvoj cikloturizma:</b> Cjelovit bike portal s objedinjenom ponudom bike turizma</p>	<p><b>B.2.13.</b> Stupili smo u kontakt s predstavnicima IMBA (International mtb association), te su nam predložili njihove partnere Hilride Progression Development Group, kao specijaliste za procjenu uspješnosti</p> <p><b>B.2.14.</b> Izvršeni su preliminarni dogovori te potpisan ugovor s HPDG o konzultantskom poslu izrade <b>MASTER PLANA RAZVOJA BIKE DESTINACIJE ISTRE</b>, koji je obuhvaćao slijedeće aktivnosti: pregled svih promotivnih materijala uključujući i web portal, pregled marketinških aktivnosti vezanih za promociju destinacije, pregled trasiranih mtb i cestovnih staza, pregled cjelokupne infrastrukture koja podržava bike turizam; servisi, trgovine, vodiči, pregled svih vrsta smještaja vezanih za bike projekt Istre</p> <p><b>B.2.15.</b> Odrađena je 1. radionica sa predstavnicima Odjela za turizam vezano za razvoj bike destinacije Istre</p> <p><b>B.2.16.</b> Odrađena je 2. radionica sa predstavnicima svih mtb klubova, predstavnicima servisa, trgovina, smještaja i vodiča te predstavnika medija koje aktivnosti poduzeti za sjeverno američko tržište</p> <p><b>B.2.17.</b> Odrađena je 3. radionica sa predstavnicima svih mtb klubova, predstavnicima servisa, trgovina, smještaja i vodiča te predstavnika medija, a povodom završne analize i konačnih nalaza bike turizma Istre</p> <p><b>B.2.18.</b> S predstavnicima HPDG potpisali smo i dogovorili dodatne aktivnosti vezane za održavanje specijalističkog, naprednog tečaja za certificiranje i osposobljavanje dizajnera mtb staza - freeride staza</p> <p><b>B.2.19.</b> Odrađena je dvodnevna radionica (teoretski i praktičan dio) na kojem je prisustvovali 30 polaznika iz cijele Istre.</p> <p><b>B.2.20.</b> S predstavnicima HPDG odradili smo dodatno trodnevno snimanje mtb staza po Istri te prikupili potrebnu foto dokumentaciju</p> <p><b>B.2.21.</b> S predstavnicima HPDG otpočeli smo preliminarne dogovore oko dovođenja najpoznatijih i najutjecajnijih mountainbikera iz USA kako bi snimili izuzetno popularnu emisiju New world disorder</p>	<p>Projekt je u potpunosti izvršen prema zacrtanim smjernicama projektnog zadatka, a koje su navedene u Programu rada za 2007. godinu.</p>	<p>Ostvarili smo kontakt s IMBA - International mountainbike association sa sjedištem u SAD-u koji su nam preporučili tvrtku Hilride Progression Development Group kao specijaliste za izradu Master plana razvoja bike turizma.</p> <p>Dogovorili smo zajedno s HPDG da dođu u Istru i da pregledaju sve ostvareno što smo dosada napravili. Obuhvat posla sastojao se je u detaljnoj analizi novog web site-a <a href="http://www.istria-bike.com">www.istria-bike.com</a>, analizi svih promotivnih bike materijala (biciklističke staze u on-line verziji i tiskovnoj verziji), analiza odabranih staza sa tehničkog, sportskog i turističkog aspekta, označavanje istih u prostoru (odabir materijala i funkcionalnost).</p> <p>Značajan dio analize sastoji se u procjeni logističke opremljenosti i osposobljenosti niza projekata koji su osnovni suport bike turizmu, a tiče se:</p> <p>opremljenost bike trgovina i stručnost kadra koji rade u njima, opremljenost bike servisa i stručnost kadra koji rade u njima, opremljenost bike agencija koje se bave transportom biciklista ali i njihove prtljage te stručnost kadra koji rade u njima, opremljenost bike smještaja u hotelima i ruralnim kućama te stručnost kadra koji rade u njima, zatim dodatne atraktivnosti u obliku bike natjecanja, bike parkova, bike izložbi itd.....</p>
--	--	---	--	--

<p style="text-align: center;"><b>B.</b> Kreiranje i usavršavanje postojećih i novih razvojnih turističkih projekata + produženje sezone</p>	<p style="text-align: center;"><b>B.2. Razvoj cikloturizma: Istra MTB Tartufi Tour – Parenzana 2007.</b></p>	<p><b>Istra MTB Tartufi Tour – Parenzana 2008.</b></p> <p><b>B.2.21.</b> Trasiranje etapnih dionica profesionalne MTB utrke uz prikaz visinskih, dužinskih i tehničkih parametara,  <b>B.2.22.</b> Objava na Internet stranice uz link naše adrese na nekoliko važnih Internet siteova,  <b>B.2.23.</b> Objava i promocija navedenih utrka na prijateljskim utrkama u Italiji i Austriji,  <b>B.2.24.</b> Uvrštenje u svjetski kalendar biciklističkih obaju utrka u najprestižnijoj 1 klasi s jakim fondom nagrada,  <b>B.2.25.</b> Uvrštenje <b>Istra MTB Tartufi Tour – Parenzana</b> u seriju od pet najpoznatijih biciklističkih utrka Europe – <b>Inter Mountain Series Cup.</b>  <b>B.2.26.</b> Izvršenje kvalitetne promocije (sajmovi, tiskovne konferencije, prezentacije, mailing),  <b>Sajmovi:</b> Eurobike – Friedrichshafen, Eicma – Milano,  <b>B.2.27.</b> Organizacija cijele sportske manifestacije: sektor: suci i tehnički delegati, kronometristi, priprema, uređenje i označavanje staza, osiguranje na stazama, organizacija okrijepnih stanica, ostala prateća logistika,  <b>B.2.28.</b> Koordinacija i pripomoć u organizaciji rekreativne i cestovne Parenzane dodatne dvije utrke),  <b>B.2.29.</b> Servisiranje i pratnja domaćih i inozemnih novinara  <b>B.2.30.</b> Realiziran prvi i drugi krug pregovora s eminentnim bike klubovima iz Austrije, Italije i Njemačke oko organiziranja pripremnih bike kampova u pred i posezoni.</p>	<p>Projekt je u potpunosti izvršen prema zacrtanim smjernicama projektnog zadatka, a koje su navedene u Programu rada za 2007. godinu.</p>	<p>Projekt Istra MTB Tartufi Tour - Parenzana je tradicionalna i dobro uhodana biciklistička manifestacija koja ima za cilj prezentirati Istru kao atraktivnu bike destinaciju.</p> <p>Osim toga namjera je također privući što veći broj natjecatelja i turista rekreativaca te približiti i promovirati bike sport među domicilnim stanovništvom s posebnim osvrtom na mlađi uzrast.</p> <p>Utrka je okupila na startu 380 vozača iz 11 zemalja među kojima je bilo tridesetak visokopozicioniranih biciklista u Europskom kupu. Ovogodišnje izdanje Istra MTB Tartufi Tour - Parenzana zabilježila je 10% pad učešća biciklista i to radi izuzetno nepogodnih vremenskih uvjeta koji su od tri dana održavanja utrke, čak dva bila jako kišna uz neugodan vjetar.</p> <p>Svi sudionici utrke, unatoč izuzetno lošim vremenskim prilikama pozitivno su pohvalili utrku što svakako pridonosi uspjehu i značaju ove sportsko - rekreativne turističke manifestacije.</p>
--	--	--	--	---

<p style="text-align: center;"><b>B.</b> Kreiranje i usavršavanje postojećih i novih razvojnih turističkih projekata + produženje sezone</p>	<p style="text-align: center;"><b>B.2. Razvoj cikloturizma: Istra Terra Magica Bike 2007.</b></p>	<p><b>Istra Terra Magica Bike 2007.</b></p> <p><b>B.2.31.</b> Trasiranje etapnih dionica profesionalne MTB utrke uz prikaz visinskih, dužinskih i tehničkih parametara,  <b>B.2.32.</b> Objava na Internet stranice uz link naše adrese na nekoliko važnih Internet siteova,  <b>B.2.33.</b> Objava i promocija navedenih utrka na prijateljskim utrkama u Italiji i Austriji,  <b>B.2.34.</b> Uvrštenje u svjetski kalendar biciklističkih obaju utrka u najprestižnijoj 1 klasi s jakim fondom nagrada,  <b>B.2.35.</b> Izvršenje kvalitetne promocije (sajmovi, tiskovne konferencije, prezentacije, mailing), <b>Sajmovi:</b> Eurobike – Friedrich, Eicma – Milano,  <b>B.2.36.</b> Organizacija cijele sportske manifestacije: sektor: suci i tehnički delegati, kronometristi, priprema, uređenje i označavanje staza, osiguranje na stazama, organizacija okrijepnih stanica, ostala prateća logistika,  <b>B.2.37.</b> Servisiranje i pratnja domaćih i inozemnih novinara</p>	<p>Projekt je u potpunosti izvršen prema zacrtanim smjernicama projektnog zadatka, a koje su navedene u Programu rada za 2007. godinu.</p>	<p>Biciklistička manifestacija <i>Istra Terra Magica Bike</i> postaje već tradicionalna utrka i svake se godine značajno povećava broj sudionika. Ove je godine održana 6. svibnja u Poreču. Navedena manifestacija je izuzetna prilika za promociju turističkih, prirodnih i kulturno-povijesnih ljepota i atrakcija Istre putem medija te promocija biciklističkog sporta.</p> <p>Istra se potvrdila kao istinska i nezaobilazna mountain bike regija. Sam događaj je bogatiji i interesantniji s obzirom na mogućnost spajanja biciklističke utrke sa višednevnim odmorom tj. godišnjim odmorom što pruža dodatno uživanje i otkrivanje netaknutih dijelova Istre.</p>
--	---	--	--	---

<p style="text-align: center;"><b>B.</b> <b>Kreiranje i usavršavanje postojećih i novih razvojnih turističkih projekata + produženje sezone</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>B.2. Razvoj cikloturizma: Projekt certifikacije malih hotela, pansiona i ruralnih kuća</b></p>	<p><b>Projekt certifikacije malih hotela, pansiona i ruralnih kuća</b></p> <p><b>B.2.38.</b> Priprema i izrada pravilnika za certifikaciju smještajnih objekata u Istarskoj županiji u okviru projekta, <b>Bike&amp;Bed i Bike hotels</b> zajedno s vanjskim suradnicima; u okviru Međunarodne udruge za Bike turizam,</p> <p><b>B.2.39.</b> Podjela pravilnika na osnovne i dodatne kriterije čime se vrši kvalitativna diversifikacija smještajnih objekata u okviru projekta,</p> <p><b>B.2.40.</b> Presentacija pravilnika u okviru prezentacije integralnog projekta razvoja biciklističkog turizma i tisak priručnog materijala s osnovnim uputama tj. kodeksom ponašanja prilikom ugošćavanja biciklista,</p> <p><b>B.2.41.</b> Izvršena serija obilazaka posebno za ruralne kuće (26 objekata) te posebno za hotele (6 objekata),</p> <p><b>B.2.42.</b> Ispunjavanje anketnog upitnika uz zabilješku s terena (svi opisi, sadašnje stanje, željeno stanje),</p> <p><b>B.2.43.</b> Analiza prikupljenih podataka, projekcija potencijalnih kandidata te izbor/selekcija smještajnih jedinica prema predodređenim kriterijima</p> <p><b>B.2.44.</b> Izdavanje obavijesti o provedenim rezultatima te o izvršenoj selekciji smještajnih jedinica,</p> <p><b>B.2.45.</b> Ponovni obilazak uz informativni razgovor s užim krugom predstavnika koji su zadovoljili kriterije i koji moraju biti spremni za sezonu 2007.,</p>	<p>Projekt je u potpunosti izvršen prema zacrtanim smjernicama projektnog zadatka, a koje su navedene u Programu rada za 2007. godinu.</p>	<p>Formirati novi turistički proizvod koji udovoljava potražnji biciklista prema kriterijima i standardima u zapadnoj Europi. Navedenu inicijativu pokrenuli smo temeljem izrađenog Pravilnika u okviru projekta Bike&amp;Bed i Bike hotels.</p> <p>Hotelski smještaji i seljačka domaćinstva kao ponuđači bike turizma prema pravilniku moraju nuditi sljedeće usluge, sadržaje i aktivnosti, koje su navedene kao</p> <p><b>osnovne usluge:</b> prihvata ciklo-turista i samo za jednu noć, sigurna prostorija pod ključem za besplatno ostavljanje bicikala preko noći, prostor za sušenje odjeće i putne opreme, ponuda bogatog doručka ili mogućnost korištenja kuhinje, dostupnost karata regije/ bike karata, stavljanje na raspolaganje seta za popravak koji sadrži najvažniji alat za jednostavnu popravku informacije o lokaciji, radnom vremenu i tel. najbližih mehaničara u slučaju većih kvarova, mogućnost pranja bicikala.</p> <p><b>Dodatne usluge:</b> iznajmljivanje kvalitetnih bicikala ili preporuka drugog iznajmljivača u određenoj mjestu, transfer prtljage iz prijašnjeg smještajnog objekta i/ili u sljedeći objekt, ponuda dnevnih bike izleta, posredovanje pri rezervaciji sljedećih noćenja u Bike &amp; Bed smještaju, stavljanje glavnih rezervnih dijelova na raspolaganje – u dogovoru s najbližim mehaničarom (zračnice, gume isl.)</p>
---	--	---	--	---

<p style="text-align: center;"><b>B.</b> Kreiranje i usavršavanje postojećih i novih razvojnih turističkih projekata + produženje sezone</p>	<p style="text-align: center;"><b>B.3. Razvojni turistički projekti: Gastronomija Istre</b> Cjelovit gourmet portal</p>	<p><b>B.3.1.</b> Izrađena je potpuno nova web stranica <a href="http://www.istria-gourmet.com">www.istria-gourmet.com</a> koja objedinjuje sve turističke razvojne projekte iz domene eno-gastronomije u jedinstvenu i homogenu cjelinu</p> <p><b>B.3.2.</b> Izrada potpuno novog dizajna s aplikacijom funkcionalnih modula brzog pretraživanja i clusterskom podjelom</p> <p><b>B.3.3.</b> Izrada modula, odnosno velikih poglavlja VINO; MASLINOVO ULJE; TARTUFI; PRŠUT</p> <p><b>B.3.4.</b> Izrada modula, odnosno velikih poglavlja: INFORMACIJE O NAMA, GOURMET DOŽIVLJAJI, GOURMET VODIČI, GOURMET PAKET ARANŽMANI</p> <p><b>B.3.5.</b> Za svako od navedenih velikih poglavlja posebno su izrađeni fileovi u funkciji: eduteinment-a i infoteinmenta</p> <p><b>B.3.6.</b> Priprema tekstova, lektura i korektura, njihov prijevod u pet jezičnih mutacija, izrada ilustracija te foto priloga za on line aplikaciju</p> <p><b>B.3.7.</b> Izrada 25 pdf formata na pet jezičnih mutacija najznačajnijih reportaža o Istri iz eminentnih svjetskih specijaliziranih revija, apliciranih na naš web</p> <p><b>B.3.8.</b> Izrada 25 filmskih spotova (video clips) o gourmet temama Istre na pet jezičnih mutacija apliciranih na naš web</p> <p><b>B.3.9.</b> Izrada 25 pdf formata na pet jezičnih mutacija najznačajnijih istarskih reportaža u reviji PAPAGENO, apliciranih na naš web</p> <p><b>B.3.10.</b> Izrada press mape na pet jezičnih mutacija apliciranih na naš web</p> <p><b>B.3.11.</b> Nabava oko 300 fotografija za potrebe aplikacije na naš web</p> <p><b>B.3.12.</b> Nabava oko 100 ilustracija za potrebe aplikacije na naš web</p> <p><b>B.3.13.</b> Upućeno je u proceduru linkanje <a href="http://www.istria-gourmet.com">www.istria-gourmet.com</a> na sve najznačajnije turističke i gourmet siteove u tuzemstvu i inozemstvu</p> <p><b>B.3.14.</b> Izrađen je pravilnik praćenja i izvješćivanja posjećenosti web portala kako bi mogli promptno i primjereno reagirati na tržištu obzirom na ulazne podatke kojima ćemo raspolagati</p> <p><b>B.3.15.</b> Izrađen je pravilnik unapređenja kvalitete samog site-a, ali i posjećenosti putem prijedloga nacina i mehanizama za poboljšanje rejtinga web stranica na pretraživačima.</p>	<p>Projekt je u potpunosti izvršen prema zacrtanim smjernicama projektnog zadatka, a koje su navedene u Programu rada za 2007. godinu.</p>	<p>Posljednjih nekoliko godina informatička tehnologija doživjela je nagli razvoj te je današnje moderno poslovanje gotovo nemoguće zamisliti bez pomoći informatičke tehnologije. Internet ili World Wide Web (www) predstavlja najveću računalnu mrežu na svijetu a možemo ga definirati i pojmovima kao što su; globalan, virtualan, dinamičan, kompleksan, bogat informacijama, sofisticiran, interaktivan...</p> <p>Osnovna funkcija Interneta je pružanje informacija. Internet 24 sata dnevno nudi trenutčan pristup informacijama prodavačima, kupcima i proizvođačima te sve podatke o svima njima, čime se značajno mijenja način i brzina poslovanja kakve poznajemo. Globalna priroda Interneta znači mogućnost poslovanja s partnerima bez obzira gdje se oni nalazili u svijetu, te zbog toga i veliku konkurenciju.</p> <p>Zbog toga Internet sve više potiskuje tradicionalne posrednike i trgovce te pruža nove mogućnosti i poslovne prilike. Upotreba Interneta kao medija za promociju sve je značajnija, kako zbog velikog porasta broja ljudi koji upotrebljavaju Internet, tako i zbog interaktivnosti koju taj medij nudi. Logično je bilo da se i mi predstavimo globalnom, svjetskom tržištu.</p>
--	---	---	--	---



<p style="text-align: center;"><b>B.</b> <b>Kreiranje i usavršavanje postojećih i novih razvojnih turističkih projekata + produženje sezone</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>B.3. Razvojni turistički projekti:Gastronomija Istre</b> <b>Gourmet vodiči</b></p>	<p><b>Gourmet vodiči</b></p> <p><b>B.3.16.</b> Obavljen 1. i 2. krug finalnih razgovora i pripremnih radnji oko uvrštavanja Istre u poznati gourmet i hotelski vodič <b>Veronelli 2008.</b></p> <p><b>B.3.17.</b> Inspekcijski pregledi, obilazak, ocjenjivanje i selekcija ponajboljih istarskih restorana</p> <p><b>B.3.18.</b> . Ispunjavanje tipskih tablica za unos svih potrebnih podataka prema standardu <b>Veronelli</b>, odabir prema kriterijima <b>Veronelli + najuži izbor od 37 istarskih restorana</b></p> <p><b>B.3.19.</b> Obavljen prvi i drugi krug finalnih razgovora te obilazaka potencijalnih kvalitetnih istarskih ugostiteljskih objekata oko uvrštavanja u gourmet vodič <b>Gault Millau 2008.</b></p> <p><b>B.3.20.</b> Suradnja s gourmet inspektorima vodiča <b>Gault Millau</b></p> <p><b>B.3.21.</b> Obavljen prvi i drugi krug pripremnih razgovora oko uvrštavanja Istre u gourmet vodič <b>Michelin 2009.</b></p> <p><b>B.3.22.</b> Obavljen prvi krug pripremnih razgovora s Udruženjem mladih kuhara Europe (s Predsjednikom Marcom Bistarelli) oko proširenja navedene institucije i na Istru/Hrvatsku</p> <p><b>B.3.23.</b> Izrađen je cjelovit <b>Press clipping book</b> s objavljenim gastro reportažama u 2006. godini.</p> <p><b>B.3.24.</b> Obilazak i ocjena postojećih i novih ugostiteljskih objekata za potrebe vodiča <b>Gastro Istra</b></p> <p><b>B.3.25.</b> Izrada 4 velike reportaže o gourmet Istri u prestižnoj gourmet reviji Papageno, 3 reportaže u dnevnom listu Delo - posebno nedjeljno izdanje; 4 velike reportaže u NY Timesu; te 4 velike reportaže u specijaliziranim gourmet revijama na germanskom govornom području</p> <p><b>B.3.26.</b> Svi gourmet vodiči u kojima je Istra prisutna aplicirani su naš web portal <b><a href="http://www.istria-gourmet.com">www.istria-gourmet.com</a></b> (Veronelli, Gault Millau, Istra Gourmet, Papageno itd..)</p> <p><b>B.3.27.</b> Ugošćeno je više od pedesetak svjetski uvaženim novinara specijalizirani za gourmet teme s namjerom pisanja gourmet reportaža o Istri</p> <p><b>B.3.28.</b> Odrađena je svečana podjela vodiča Veronelli i Gault Millau za 2008. godinu svim vlasnicima istarskih restorana koji su zastupljeni u navedenim vodičima</p>	<p>Projekt je u potpunosti izvršen prema zacrtanim smjernicama projektnog zadatka, a koje su navedene u Programu rada za 2007. godinu.</p>	<p>Predstavlja turistički projekt, koji je u svom razvojnom procesu najpotpuniji turistički proizvod. Takvu konstataciju nam potvrđuju višegodišnja istraživanja (statistički podaci), koji govore da je gastro vodič Istre najtraženija publikacija naših gostiju od 1996. godine. Brojne reportaže o gourmet Istri utjecale su na razvoj vikend turizma i to prije svega u periodu pred i posezone.</p> <p>Gore navedenu konstataciju potvrđuju prije svega inozemni gourmet vodiči; u ovom slučaju Veronelli, Gault Millau, Gallimard i Wo isst Oesterreich koji već šestu godinu za redom uključuju i Istru. No još važnija činjenica je ta da su istarski restorani i konobe izuzetno kvalitetno ocijenjeni, nerijetko i sa toliko željenim zvijezdicama.</p> <p>Također velik doprinos promicanju istarskih autohtonih proizvoda ali i izuzetnih gourmet adresa potvrđuju i mnogobrojne gourmet reportaže u eminentnim svjetskim revijama. Ima važnu ulogu u strateškom razvoju nove koncepcije turizma. Svojim višestrukim učincima projekt je izvrsno nadovezao i prispojio ostale (kompatibilne) razvojne projekte poput agroturizma, vinskih cesta, Wine daya, Dana tartufa, bike staza itd u integralni turistički proizvod).</p> <p>Izuzetnu ulogu nalazimo i u tome što se velik broj ugostiteljskih objekata nalazi u središnjem dijelu Istre, čime se ostvaruju osnovne pretpostavke za lakši i kvalitetniji život u unutrašnjosti, te omogućava dodatni izvor zarade i obiteljske ekonomije</p>
---	--	---	--	---

<p style="text-align: center;"><b>B.</b> <b>Kreiranje i usavršavanje postojećih i novih razvojnih turističkih projekata + produženje sezone</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>B.3. Razvojni turistički projekti: Gastronomija Istre</b> <b>Dani tartufa u Istri</b></p>	<p><b>Dani tartufa u Istri</b></p> <p><b>B.3.29.</b> Organizirana je tradicionalna gourmet revija pod nazivom <b>Hommage istarskom bijelom tartufu</b> od strane jednog od najpoznatijih talijanskih kuhara gosp. <b>Gennaro Esposito iz Sorrenta</b> predstavnicima medija iz HR Europe i USA</p> <p><b>B.3.30.</b> Organizirano je tradicionalno gourmet natjecanje <b>Zlatni tartuf Tartufo d'oro</b> – gastro festival u pripremi tartufa s ponajboljim restoranima iz <b>(Italije, Francuske, Španjolske, Slovenije, Istre)</b>, predstavnicima medija iz HR Europe i USA</p> <p><b>B.3.31.</b> Na web portal <a href="http://www.istria-gourmet.com">www.istria-gourmet.com</a> apliciran je u potpunosti sadržaj vezan za Dane tartufa u Istri: kalendar manifestacija, prospekt Dani tartufa u Istri, ABC o tartufima, Glavne vrste tartufa; Zlatni tartuf, Hommage istarskom tartufu</p> <p><b>B.3.32.</b> Izrada edukativnih panela o istarskim tartufima</p> <p><b>B.3.33.</b> Obilazak, pregled i ocjena postojećih i novih ugostitelj objekata koji u svom poslovanju nude pretežito tartufe, isključivo svježe</p> <p><b>B.3.34.</b> Priprema tekstova, ilustracija i foto priloga za prospekt Dani tartufa u Istri u četiri jezične mutacije,</p> <p><b>B.3.35.</b> Izrada kalendara manifestacija za vrijeme trajanja Dana tartufa u Istri 2007. s više od 30 posebnih manifestacija namijenjenih promociji tartufa,</p> <p><b>B.3.36.</b> Tisak i objava prospekta Dani tartufa na Internet strane <a href="http://www.istra.hr">www.istra.hr</a>,</p> <p><b>B.3.37.</b> Izvršeni su terenski obilasci ugostiteljskih objekata, koji nude tartufe (10 puta - anonimna inspekcija) u okviru projekta Izvorni tartuf/Tartufo vero, te su isti obaviješteni o ishodu</p> <p><b>B.3.38.</b> Ugošćeno je više od dvadeset svjetski uvažanih novinara specijaliziranih za gourmet teme s namjerom pisanja gourmet reportaža o Istri</p> <p><b>B.3.39.</b> Pokrenuta je inicijativa da se izradi međunarodna manifestacija na kojoj bi nastupile jedine regije na svijetu koje imaju plemeniti bikeli tartuf: Toscana, Marche, Umbria, Abruzzo, Piemonte</p> <p><b>B.3.40.</b> Svečano je obilježena osma obljetnica pronalaska najvećeg tartufa na svijetu koji je uvršten u Guinnessovu knjigu rekorda</p>	<p>Projekt je u potpunosti izvršen prema zacrtanim smjernicama projektnog zadatka, a koje su navedene u Programu rada za 2007. godinu.</p>	<p>Projekt je trajao u periodu mjeseca rujna, listopada i studenog te je polučio značajan dolazak inozemnih gostiju u sezoni i to u središnjem dijelu Istre te je značajno i na kvalitetan način upotpunio boravak gostiju na priobalnom području Istre, koji su mnogobrojne manifestacije vezane za tartufe mogli iskoristiti kao jednodnevni izlet.</p> <p>Obzirom da je image Istre doista postao prepoznatljiv po tartufima i obzirom na činjenicu da se svake godine povećava broj gostiju kojima je interes u najširem smislu tartuf.</p> <p>Izrađen je prospekt Dani tartufa, koji se sastoji iz geografskog prikaza dijela Istre gdje se tartufi nalaze, dat je osnovni opis istarskog tartufa, opisan je tipičan istarski menu na bazi tartufa, izrađen je kalendar manifestacija, promoviran je tekstualno i slikovito najveći tartuf na svijetu te ispisana lista ugostiteljskih objekata koji nude jela na bazi tartufa pod nazivom <i>Klub kvalitetnih ugostitelja</i>.</p> <p>Projekt Izvorni tartuf/Tartufo vero je projekt kojim želimo dodatno osnažiti projekt <b>Dani tartufa u Istri</b> te na stručnoj osnovi omogućiti kvalitetno upoznavanje različitih vrsta tartufa, kako bijelih tako i crnih, a s osnovnom namjerom da ugostitelji steknu potrebno znanje za kvalitetnu prezentaciju te gastro delicije, ali i znati pojasniti i/ili dočarati cijelu priču o tartufima.</p>
---	---	--	--	--

<p style="text-align: center;"><b>B.</b> <b>Kreiranje i usavršavanje postojećih i novih razvojnih turističkih projekata + produženje sezone</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>B.3. Razvojni turistički projekti: Gastronomija Istre</b> <b>Vinski turizam</b></p>	<p><b>Vinski turizam</b></p> <p><b>B.3.41.</b> Obilazak podruma uključenih u projekt (temeljem kriterija iz Pravilnika o vinskim cestama), a radi verifikacije pridržavanja i unaprjeđivanja kvalitete i kontinuiteta u projektu Vinskih cesta Istre</p> <p><b>B.3.42.</b> Obilazak novih, potencijalnih podruma, (<b>3 vinskih podruma s područja bujštine, 8 s poreštine i 3 s pazinštine</b>) slanje uzoraka vina na organoleptičku analizu, preporuke i ocjena za uređenje sale za degustaciju te prodajnih punktova</p> <p><b>B.3.43.</b> Priprema teksta, foto-snimaka i korektura draft materijala za tisak Vinske karte Istre + objava Vinske karte Istre na Internet stranice</p> <p><b>B.3.44.</b> Na web portal <a href="http://www.istria-gourmet.com">www.istria-gourmet.com</a> apliciran je u potpunosti sadržaj vezan za vinski turizam: Birana istarska vina, IQ - Istarska kvaliteta, Glavne sorte vina u Istri, Vinski putokazi Istre, Wine Day</p> <p><b>B.3.45.</b> Izvršena kvalitetna promocija (sajmovi, tiskovne konferencije, prezentacije, vođene degustacije) <b>Sajmovi:</b> Vinaustria – Salzburg; Vinitaly – Verona; Expo dei sapori – Milano; Meraner weinfestival, Vinistra – Poreč, Livade – Sajam poljoprivrednih proizvoda</p> <p><b>B.3.46.</b> Ugošćeno je više od deset svjetski uvažениh novinara specijaliziranih za vinske teme s namjerom pisanja gourmet i vinskih reportaža o Istri</p> <p><b>B.3.47.</b> Priprema teksta, foto-snimaka i korektura draft materijala za tisak plakata i letka Wine Day+ objava karte Istre na Internet stranice</p> <p><b>B.3.48.</b> Odrađena je promocija Wine Day-a u Zagrebu - vinoteka Bornstein</p> <p><b>B.3.49.</b> Realizirana manifestacija Wine day - Dan otvorenih vinskih podruma u Istri</p> <p><b>B.3.50.</b></p>	<p>Projekt je u potpunosti izvršen prema zacrtanim smjernicama projektnog zadatka, a koje su navedene u Programu rada za 2007. godinu.</p>	<p>Cijeli projekt sastoji se u izboru 100 ponajboljih vinara diljem Istre. Osnovni kriterij pri izboru najboljih vinara temelji se na izrađenom Pravilniku o vinskim cestama Istre. Za pristupanje u projekt potrebno je zadovoljiti slijedeće kriterije: <b>Vinski podrum</b> - prema uputama iz Pravilnika o vinskim cestama Istre; <b>Vino</b> - organoleptička analiza; kriterij srebrne medalje; <b>Vinar</b> - upisnik u registar proizvođača vina</p> <p>Vinske ceste Istre predstavljaju prvi razvojni turistički projekt s kojim smo se odmaknuli od obale te pokušali turističke tijekove preusmjeriti u unutrašnjost Istre. Projekt je sada već dobro uhodan i kao takav prepoznatljiv gostima. U potpunosti je kompatibilan s ostalim razvojnim projektima u Istarskoj županiji tako čini integralnu cjelinu turističkog proizvoda Istre.</p> <p>Na temelju izrađenog pravilnika o vinskim cestama kreirali smo 6 vinskih cesta s ukupno 84 vinara, koje su objedinjene u <b>Vinskom atlasu Istre</b>. U navedenom atlasu jasno i mjerljivo je izvršena diversifikacija vinara: njih 40 označeno sa zastavicom što znači da predstavljaju kvalitetne vinare, dok je preostalih 44 označeno s bačvicom što označava da postoji još prostora u kojima vinari mogu unaprijediti svoj itinerer.</p> <p>Da je tome tako potvrđuje i činjenica da se iz svih vinorodnih dijelova Hrvatske javljaju vinari i stručnjaci iz sektora kako bi se upoznali s učinjenim u Istri te na taj način pokušali slični ili isti model primijeniti i u njihovim regijama.</p>
---	---	---	--	---

<p style="text-align: center;"><b>B.</b> Kreiranje i usavršavanje postojećih i novih razvojnih turističkih projekata + produženje sezone</p>	<p style="text-align: center;"><b>B.3. Razvojni turistički projekti: Gastronomija Istre</b> Turizam maslinova ulja</p>	<p><b>Turizam maslinova ulja</b></p> <p><b>B.3.51.</b> Odrađena je svečana podjela vodiča L'Extravergine za 2007. godinu svim proizvođačima maslinova ulja koji su zastupljeni u navedenom vodiču za tekuću godinu</p> <p><b>B.3.52.</b> Obavljen prvi i drugi krug pripremnih razgovora s gosp. Marcom Oreggiom oko uvrštavanja Istre u prestižni svjetski vodič maslinovih ulja <i><b>L'extravergine, 2008.</b></i></p> <p><b>B.3.53.</b> Odradili smo prikupljanje uzoraka extra djevičanskog maslinovog ulja, ukupno 50 uzoraka, prikupili ispunjene obrasce te poslali sve skupa u Rim na testnu degustaciju za izdanje 2008. godine</p> <p><b>B.3.54.</b> Na web portal <a href="http://www.istria-gourmet.com">www.istria-gourmet.com</a> apliciran je u potpunosti sadržaj vezan za turizam maslinova ulja: Birana istarska maslinova ulja, Vodič L'Extravergine; ABC maslinovog ulja, Ceste maslinova ulja Istre, Glavne sorte maslina</p> <p><b>B.3.55.</b> Realizirali smo i reprintali edukativnu knjižicu <i><b>Upoznajmo Extra djevičansko maslinovo ulje,</b></i></p> <p><b>B.3.56.</b> Pripremili tekstove, ilustracije i prijedlog drugog prospekta Ceste maslinova ulja Iste,</p> <p><b>B.3.57.</b> Izvršili smo inspekcijske preglede kod 20 proizvođača maslinova ulja, izradili njihove osobne iskaznice,</p> <p><b>B.3.58.</b> Odradili smo (7) power point prezentacija projekta <b>Ceste maslinova ulja Istre</b> na području Istarske županije, Kvarnera i šire potencijalnim proizvođačima koji se žele uključiti u projekt,</p> <p><b>B.3.59.</b> Izvršena kvalitetna promocija (sajmovi, tiskovne konferencije, prezentacije, mailing u tuzemstvu i inozemstvu), <b>Sajmovi:</b> Vinitaly i Sol – Verona; Expo dei sapori – Milano; Vinistra</p> <p><b>B.3.60.</b> Izrađene su i postavljene oznake Ceste maslinova ulja na prometnicama diljem Istarske županije,</p> <p><b>B.3.61.</b> Koordinirali smo inicijativu nastupa istarskih maslinara na međunarodnom natjecanju ponajboljih maslinovih ulja u Spoletu pod nazivom ALMA - ARMONIA</p> <p><b>B.3.62.</b> Sufinancirali nastup istarskih malinara na međunarodnom sajmu u Trstu - OLIOCAPITALE</p> <p><b>B.3.63.</b> Istarski maslinari prezentirani su u cijenjenom talijanskom vodiču za maslinova ulja <i><b>Slow food 2007.,</b></i></p>	<p>Projekt je u potpunosti izvršen prema zacrtanim smjernicama projektnog zadatka, a koje su navedene u Programu rada za 2007. godinu.</p>	<p>Ideja o razvoju projekta Ceste maslinova ulja Istre proizašla je kao logičan slijed prethodno kreiranih i uspješno realiziranih razvojnih turističkih projekata poput agroturizma, gourmet turizma te vinskog turizma u spoju s bogatim kulturno-povijesnim nasljeđem i prekrasnim pejzažnim vizurama istarskog krajolika.</p> <p>Osnovna misija i ideja vodilja bila nam je revitalizirati naše najatraktivnije resurse u maslinarstvu, oplemeniti ih te staviti u funkciju razvoja turizma.</p> <p>Projekt Ceste maslinova ulja je definitivno uspješan projekt koji je u izuzetno kratkom roku (nepune četiri godine) polučio iznimno pozitivne rezultate sa jasnim i mjerljivim pokazateljima. Kad govorim o jasnim i mjerljivim rezultatima onda želim skrenuti pozornost na činjenicu da je projekt Cesta maslinova ulja Istre; danas prepoznatljiv turistički proizvod koji se odlikuje konkurentnom sposobnošću na vrlo zahtjevnom međunarodnom turističkom tržištu.</p> <p>Danas u Istri imamo oko 90-ak maslinara uključenih u projekt Ceste maslinova ulja Istre temeljem izrađenog Pravilnika o cestama maslinova ulja Istre. Posebno bih želio istaknuti da većina njih posjeduje više od 500 stabala s tendencijom rasta na 1.000 do 1.200, dok se barem 20 ozbiljnih proizvođača namjerava proširiti na 3.000 – 5000 stabala.</p>
--	--	--	--	---

<p style="text-align: center;"><b>C.</b> <b>Percepcija Istre kao prepoznatljive turističke destinacije</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>C.1.</b> <b>Promidžba turističke destinacije Istre</b></p>	<p><b>C.1.1. SURADNJA S IRSKIM NISKOTARIFNIM AVIO-PRIJEVOZNIKOM RYAN AIROM</b></p> <p><b>C.1.1.1.</b> Pregovori Istarske županije sa predstavnicima Ryanaira oko uvođenja direktnih avionskih letova iz engleskih i irskih zračnih luka u pulsku zračnu luku</p> <p><b>C.1.1.2.</b> Koordinacija pregovora između Ryanaira i najvećih istarskih hotelsko-turističkih kompanija te Turističke zajednice Istarske županije i Zračne luke Pula</p> <p><b>C.1.1.3.</b> Uvođenje novih letova London-Pula-London (Stansted) (tri puta tjedno)</p> <p><b>C.1.1.4.</b> Uvođenje novih letova Dublin-Pula-Dublin (tri puta tjedno, utorkom, četvrtkom i subotom)</p> <p><b>C.1.1.5.</b> Marketinška suradnja najvećih istarskih hotelsko-turističkih kompanija i Turističke zajednice Istarske županije s Ryanairom na promociji Istre kao turističke destinacije putem web portala <a href="http://www.ryanair.com">www.ryanair.com</a> koji bilježi prosječno 20 milijuna posjeta dnevno</p> <p><b>C.1.1.6.</b> Presentacija Istre u Dublinu u suradnji s Hrvatskim Veleposlanstvom u Irskoj</p> <p><b>C.1.1.7.</b> Praćenje direktnih i indirektnih utjecaja uvođenja novih letova na nacionalnu strukturu gostiju, posebno što se tiče britanskog tržišta, kao i na produženje turističke sezone u Istri</p>	<p>Projekt je u potpunosti izvršen prema zacrtanim smjernicama projektnog zadatka, a koje su navedene u Programu rada za 2007. godinu.</p>	<p>Ryanair je utemeljen 1985. godine, kada je zapošljavao 25 djelatnika. Prva linija tvrtke povezivala je londonsku zračnu luku Gatwick i Waterford na jugoistoku Irske. Ryanair je danas najveća Europska zrakoplovna kompanija za niskobudžetne letove s 180 sjedišta i 627 zračnih veza u 26 zemalja.</p> <p>Kompanija upravlja flotom od 163 zrakoplova Boeing 737-800 sa fiksnim narudžbama za novih 99 zrakoplova koji će biti dostavljeni u narednih 5 godina.</p> <p>Ryanair trenutno zapošljava preko 5.000 osoba iz 25 različitih zemalja, a tijekom tekuće godine očekuje se da njegove usluge koristi preko 52 milijuna putnika (prošle godine je ostvaren promet od 42,5 milijuna).</p> <p>Niskotarifna avionska kompanija (eng. low-fare airline) je vrsta avionske kompanije čiji su troškovi poslovanja izuzetno niski, a samim time i cijene njihovih usluga. To se najčešće postiže tako što te kompanije svoje karte prodaju isključivo preko Interneta, u svojim flotama imaju avione samo jednog tipa, lete sa aerodroma na kojima su niske takse i na najprofitabilnijim linijama, na svojim letovima ne služe besplatna jela i pića, imaju minimalno potreban broj zaposlenih (ali u propisanim granicama sigurnosti) i sl.</p>
--	--	--	--	--

<p style="text-align: center;"><b>C.</b> Percepcija Istre kao prepoznatljive turističke destinacije</p>	<p style="text-align: center;"><b>C.2.</b> Projekt Parenzana - Pruga zdravlja i prijateljstva</p>	<p><b>C.2.1. INFRASTRUKTURNI RADOVİ</b></p> <p><b>C.2.1.1.</b> Nakon provedene natječajne procedure po PRAG pravilima, krajem prosinca 2006.g. započeli su radovi raskrčivanja (probijanja trase), čišćenja, posipanja i završnih radova na trasi Parenzane od Livada do GP Plovanija koji je bio potpuno zarašten vegetacijom u posljednjih 70 godina. Rok za izvedbu radova je bio 240 dana. Radovi su završeni prije ugovorenog roka, a nadzor nad izvođenjem radova izvršen je od strane nadzornog inženjera i projektnog koordinatora.</p> <p><b>C.2.1.2.</b> Dobivena su dodatna sredstva od strane EU koja nisu bila predviđena originalnim projektom za izradu i postavljanje ograda na vijadukt Krvar.</p> <p><b>C.2.1.3.</b> Pokrenut je postupak imenovanja evaluacijske komisije, imenovanjem iste odlukom poglavarstva IŽ za odabir najpovoljnijeg ponuditelja za izradu i postavljanje ograda.</p> <p><b>C.2.1.4.</b> Pripremljena je natječajna dokumentacija za ugovaranje izrade i postavljanje ograda na vijadukt Krvar po PRAG pravilima.</p> <p><b>C.2.1.5.</b> Provedena je natječajna procedura, odabran je najpovoljniji ponuditelj, ugovor je potpisan i započeto je sa realizacijom.</p> <p><b>C.2.1.6.</b> Radovi su u tijeku, a rok za završetak radova je 1.2. 2008.g.</p> <p><b>C.2.2. INFO SIGNALIZACIJA</b></p> <p><b>C.2.2.1.</b> Pokrenut je postupak imenovanja evaluacijske komisije, imenovanjem iste odlukom poglavarstva IŽ.</p> <p><b>C.2.2.2.</b> Pripremljena je natječajna dokumentacija za ugovaranje izrade i postavljanja info tabli po PRAG pravilima; 39 malih i 6 velikih</p> <p><b>C.2.2.3.</b> Provedena je natječajna procedura, odabran je najpovoljniji ponuditelj, ugovor je potpisan i započeto je sa realizacijom.</p> <p><b>C.2.2.4.</b> Određene su sve pozicije, sadržaj svake pojedine table, kao i vizualni identitet prema Visibility kriterijima EU. Info table su izrađene i postavljene na unaprijed predviđena mjesta u zadanom roku.</p>	<p>Do kraja 2007 realizirano je preko 95% aktivnosti iz projekta, te utrošeno nešto manje od 90% sredstava. IŽ, kao nositelj projekta provele je 6 natječajnih procedura po PRAG pravilima za ugovaranje usluga i radova, te cijeli niz ugovaranja usluga, radova, te nabavke opreme po pojednostavljen oj PRAG proceduri, tražila promjenu ugovora zbog prenamjene sredstava iz jedne budžetske kategorije u drugu koja je veća od 15%.</p>	<p>Projekt «Parenzana – The route of health and friendship» kandidiran je i odobren u okviru INTERREG IIIA programa za susjedstvo Slovenija - Mađarska - Hrvatska od strane partnera prijavitelja: Općine Kopar i Istarske županije i projektnih partnera: biciklističkog kluba MTB Istra-Pazin, Općine Izole i Piran.</p> <p>Projekt traje 23 mjeseca i s implementacijom je započeo 03. travnja 2006. godine potpisivanjem ugovora o bespovratnim sredstvima. Ukupna vrijednost projekta iznosi sa slovenske strane 740.000 EUR, a s hrvatske strane 174.170 EUR, od čega 10% predstavlja udio sufinanciranja Istarske županije.</p> <p>Projekt je odobren unutar prioriteta:</p> <p><i>1. Ekonomsko-socijalna kohezija i razvoj ljudskih resursa, te mjere</i></p> <p><i>1.3 Zajednički kulturni i turistički prostor.</i></p> <p><b>Glavi cilj projekta</b> je revitalizacija trase stare željezničke pruge Parenzane putem integrirane turističke ponude i dugoročne prekogranične suradnje, te povećanje sportskih događanja u Istri.</p> <p>Osim ciljnih grupa i krajnjih korisnika u provedbi projekta surađivali smo i s ostalim dionicima na institucionalnoj razini u okviru proceduralne provedbe projekta (nadležne institucije;</p>
---	---	---	--	---

<p style="text-align: center;"><b>C.</b> Percepcija Istre kao prepoznatljive turističke destinacije</p>	<p style="text-align: center;"><b>C.2.</b> Projekt Parenzana - Pruga zdravlja i prijateljstva</p>	<p><b>C.2.3. PROMO MATERIJALI</b></p> <p><b>C.2.3.1.</b> Izrađena je brošura o Parenzani; namjena edukacija osnovnoškolske djece o Parenzani, sportu, biciklizmu i zdravom načinu života.</p> <p><b>C.2.3.2.</b> Odabran je najpovoljniji ponuditelj za osmišljavanje Parenzana Code Kit-a (samonavodećeg enigmatskog turističkog vodiča).</p> <p><b>C.2.3.3.</b> Nakon što je osmišljen Parenzana Code Kit, te nakon što je testiran na terenu, krenulo se u oblikovanje i izradu 100 kom istih</p> <p><b>C.2.3.4.</b> Pokrenut je postupak imenovanja evaluacijske komisije za odabir najpovoljnijih ponuditelja za izradu promo materijala (800 letaka, 1000 brošura, 400 bike karata) i DVDa s 3D efektima, imenovanjem iste odlukom poglavarstva IŽ.</p> <p><b>C.2.3.5.</b> Pripremljena je natječajna dokumentacija za ugovaranje izrade promo materijala i DVDa po PRAG pravilima.</p> <p><b>C.2.3.6.</b> Provedena je natječajna procedura, odabrani su najpovoljniji ponuditelji, ugovori su potpisani i započeto je sa realizacijom.</p> <p><b>C.2.3.7.</b> Određeni su sadržaji promo materijala, kao i vizualni identitet koji je na prvom mjestu morao zadovoljiti Visibility kriterije EU. Promo materijali i DVD-i (300 kom duplih dvd-a o Parenzani) izrađeni su u zadanom roku u četiri jezične mutacije (HR, SLO, I, GB)</p> <p><b>C.2.4. STUDIJE</b></p> <p><b>C.2.4.1.</b> Izrađena je studija o daljnjem razvoju Parenzane s arhitektonsko-prostorno-planskog aspekta. Studija uključuje 20-ak karata i DOF snimaka postojećeg stanja, te prijedloga za daljnji razvoj s projekcijama koštanja dodatnog uređenja po fazama. Studiju je izradila tvrtka koja je odabrana kao najpovoljnija i najkompetentnija temeljem prikupljene 3 ponude.</p> <p><b>C.2.4.2.</b> Izrađena je studija o daljnjem razvoju Parenzane s marketinškog aspekta za petogodišnje razdoblje. Studija uključuje analizu postojećeg stanja, te prijedloga za daljnji razvoj s projekcijama koštanja dodatnog uređenja po fazama. Studiju je izradila tvrtka koja je odabrana kao najpovoljnija i najkompetentnija temeljem prikupljene 3 ponude – za provedbu iste odgovoran je bio slovenski partner.</p>	<p>Delegacija EK u RH, nadležna ministarstva i institucije, teh.-nička pomoć, ured za javnu nabavu, državna riznica,</p> <p>središnji državni ured za razvojnu strategiju i koordinaciju EU fondova itd), te ostali dionici u samoj provedbi projekta:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- općine i gradovi na području kojih prolazi trasa Parenzana</li> <li>- lok. TZ</li> <li>- sportske udruge i klubovi, te ostale udruge</li> <li>- mediji (domaći &amp; strani)</li> <li>- tour operateri</li> <li>- turističke agencije &amp; turistički vodiči</li> <li>- ugostiteljski subjekti i ostali subjekti u turizmu</li> </ul>	<p><b>Specifični ciljevi projekta:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- zaštita trase stare željezničke pruge Parenzane i uspostava nove biciklističke staze u svrhu turističkog razvoja</li> <li>- povezivanje postojećeg kulturnog i tehnološkog naslijeđa, te turističkih događaja u jedinstveni turistički proizvod</li> <li>- promocija i marketing integriranog turističkog proizvoda za ljubitelje prirode i bicikliste kroz organizaciju i promociju kulturnih događanja na području Istre</li> <li>- podizanje razine javne svijesti o važnosti - povećanje znanja i kvalitete u turizmu i ostalim uslužnim djelatnostima</li> </ul> <p><b>Navedeni ciljevi projekta ostvariti će se kroz 5 integriranih komponenti projekta:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- efikasno upravljanje projektom konstrukcija novih dijelova trase, raskršćivanje od raslinja, posipanje i postavljanje signalizacije informativnim tablama</li> <li>- otvaranje Parenzana muzeja u Livadama i Izoli, organizacija Parenzana i etnološke radionice, te održavanje Parenzana Code Eventa</li> <li>- izrada zajedničkih studija o daljnjem razvoju Parenzane</li> <li>- promocija i obavještanje javnosti</li> </ul>
---	---	--	--	--

<p style="text-align: center;"><b>C.</b> Percepcija Istre kao prepoznatljive turističke destinacije</p>	<p style="text-align: center;"><b>C.2.</b> Projekt Parenzana - Pruga zdravlja i prijateljstva</p>	<p><b>C.2.5. EVENTI</b></p> <p><b>C.2.5.1.</b> Održan je Parenzana Code Team building na kojem je testiran Parenazna Code Kit. Na team-buildingu sudjelovali su načelnici i djelatnici općina na području kojih Parenzana prolazi, te predstavnici medija i predstavnici lokalnih TZ-a.</p> <p><b>C.2.5.2.</b> Organizirana je rekreativna utrka po Parenzani.</p> <p><b>C.2.5.3.</b> Uređen je i opremljen mali muzej Parenzane u Livadama. Općina Opatalj dala je na raspolaganje malu prostoriju koja je bilo potrebno obojiti, postaviti rasvjetna tijela, te osmisliti koncept i vizualni identitet muzeja. Muzej je svečano otvoren 04. listopada 2007. g.</p> <p><b>C.2.6. OSTALO</b></p> <p><b>C.2.6.1.</b> Zatražena su i dobivena bespovratna sredstva od strane MMTPR u okviru javnog poziva za dodjelu bespovratnih sredstava turističkim projektima koji su financirani od strane EU za postavljanje ograda na vijaduktu Freski (125.000kn)</p> <p><b>C.2.6.2.</b> Izdvojena su sredstva rebalansom proračuna za postavljanje ograda na preostalim vijaduktima, te za dodatne radove uređenja</p> <p><b>C.2.6.3.</b> Pripremljeni su svi financijski i narativni izvještaji (tromjesečni Progress Report-i, te INTERIM report) prema EU na koje EU nije imala zamjerke, te su svi odobreni.</p> <p><b>C.2.6.4.</b> Predstavljen je projekt na Konferenciji o prekograničnoj suradnji RH u Opatiji kao jedan od najboljih primjera INTERREG projekta</p>	<p>Revitalizacija Parenzane kroz sam projekt osmišljena je u dva smjera: kroz infrastrukturne radove čišćenja trase od vegetacije koja je zadnjih 70 godina progutala Parenzanu, postavljanja signalizacijskih tabli i postavljanje sigurnosnih ograda na vijadukte na što je utrošeno nešto više od 100.000 eura,</p> <p>te kroz promotivne i edukacijske aktivnosti u svrhu oživljavanja trase i podizanja nivoa svijesti o njezinoj važnosti.</p> <p>U tom smislu izrađena je interaktivna internet stranica, DVD dokumentarac s 3D efektima vlaka, te cijeli niz promotivnog materijala, od bike karata, letaka i brošura, sve do otvaranja malog muzeja Parenzane. Izrađene su dvije studije o daljnjem razvoju Parenzane, i to s marketinškog i arhitekturno-prostorno-planskog aspekta s ciljem davanja osnovnih smjernice za njezin razvoj i daljnje kandidiranje ovog projekta na fondove EU.</p>
---	---	--	--



5. REALIZACIJA POSTAVLJENIH CILJEVA		
CILJ	OCJENA POSTIGNUĆA	OBRAZLOŽENJE
<p>A. Proces preobrazbe Istre u kvalitetnu turističku regiju – destinacija od 3+/4 zvjezdice</p> <p>A.1. Sufinanciranje kreditnih linija za poticanje malog poduzetništva u turizmu</p>	<p>Uvidom u dinamiku korištenja kreditnih sredstava, možemo utvrditi kako je po svim kreditnim linijama <b>do sada realizirano</b>:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Kreditna linija "Sad je ura" (HAAB; kta od 5,5 i 7,5%): <b>33 projekta</b>, 30 mio kn</li> <li>▪ Kreditna linija Malo poduzetništvo u turizmu u suradnji s IDA-om (Erste i OTP banka; kta 5,3%): <b>21 projekt</b>, 23,3 mio kn</li> <li>▪ Kreditna linija Poticaj za uspjeh u suradnji s IDA-om i Ministarstvom mora turizma prometa i razvitka RH (15-tak banaka s kamatama od 1,0 ili 2,0%): Poticaj za uspjeh; <b>27 projekata</b>, 94 mio kn</li> </ul> <p><b>UKUPNO: 81 projekt, 147,3 mio kn</b></p> <p>Kontinuiranim praćenjem realizacije projekata koji su subvencionirani ovim programom, ocjenjujemo da smo u proteklom razdoblju na području Istre dobili nekoliko visokokvalitetnih smještajnih objekata u vlasništvu malog i srednjeg poduzetništva.</p> <p>Temeljem obilazaka na terenu, možemo utvrditi da je u narednim godinama moguća realizacija brojnih novih kvalitetnih kapaciteta, stvaranje nove turističke ponude, produženje turističke sezone, zapošljavanje nove radne snage, značajno podizanje kvalitete usluga, te kreiranje multiplikativnih efekata u širem okruženju.</p> <p>Na taj se način uspješno provodi proces preobrazbe Istre u kvalitetnu turističku destinaciju.</p>	<p>Hotelske postelje i one u apartmanima koncentrirane su pretežito u okviru velikih hotela i apartmanskim naselja u istarskom priobalju sa u prosjeku 300 do 500 mjesta, pretežno u vlasništvu desetak velikih turističkih kompanija. Uz kampove koji čine polovicu kapaciteta u Istri, glavninu preostalog smještaja čine kapaciteti u privatnom smještaju koji su uglavnom niske kvalitete, bez dodatnih sadržaja te su pretežno koncentrirani u priobalju.</p> <p>Osim izgradnje novih objekata te podizanja kvalitete postojećeg privatnog smještaja, postoji potreba izgradnje objekata ovakve vrste u starogradskim jezgrama koje u načelu nemaju takvu ponudu, a postoje mnoge zapuštene ruševine, kako u samim središtima priobalnih gradova tako i manjih mjesta središnje Istre. Osim uvođenja novih kvalitetnih sadržaja, time se postiže i oživljavanje navedenih zona. Sve navedeno u stvari potvrđuje opravdanost i realnu potrebu pokretanja subvencioniranih kreditnih linija za malo poduzetništvo u turizmu, s tim da uvijek ističemo potrebu definiranja i pridržavanja striktnim kriterijima kvalitete projekta (minimalno 4 zvjezdice, sadržaji, inovativnost, specijalizacija i dr.). Navedene smjernice sadržane su i u Master planu razvoja turizma Istre do 2012. godine koji predviđa restrukturiranje i repozicioniranje Istre u visokokvalitetnu turističku regiju koja će biti atraktivna i konkurentna u odnosu na druge slične Mediteranske regije. A u taj kontekst uklapa se jedino kvalitetan smještaj s odlikama autohtonosti/posebnosti, topline/ljubaznosti, kao i personaliziranog odnosa s gostima uz primjenu visokih standarda posluživanja, raznovrsnosti ponude, određene ekskluzivnosti te u svakom trenutnu spremnosti i raspoloživosti zadovoljenju i najzahtjevnijih potreba gosta.</p> <p>U okviru 81 do sada realiziranog projekta na području Istre dobili smo veliki broj novih kvalitetnih smještajnih objekata. Između ostalih, možemo izdvojiti 10-tak butik hotela (Villa Annette i Adoral - Rabac, Makin i Cittar - Novigrad, Filipini - Poreč, Istarske toplice - Opatalj, Dva baladura - Kanfanar, Villa Callusovo - Labin, Casa Romantica Parenzana - Buje i dr.) kao i bezbroj ruralnih kuća za odmor, posebno u unutrašnjosti Istre. Većina navedenih objekata opremljena je klima uređajima, TV SAT prijemnikom, telefonskom linijom s Internet vezom, vlastitim parkingom, kvalitete s visokih 3 do 4 zvjezdice.</p>

<p style="text-align: center;"><b>A.</b> Proces preobrazbe Istre u kvalitetnu turističku regiju – destinacija od 3+/4 zvjezdice:</p>	<p style="text-align: center;"><b>A.2.</b> Implementacija i monitoring Master plan razvoja turizma Istre</p>	<p>Temeljem razrađene detaljne analize implementacije zadataka iz Master plana razvoja turizma Istre 2007. g. možemo ustvrditi da je proces implementacije izuzetno kvalitetan, da se odvija prema zacrtanoj dinamici te da je kvaliteta realiziranih projekata odlična.</p> <p>Za prvo četverogodišnje razdoblje koje je ujedno i najdelikatnije radi kreiranja novih načina komuniciranja i suradnje, radi pozitivnog ozračja, potrebnog partnerstva i kreiranja sinergijskih učinaka, stanje je izuzetno dobro te najavljuje naredno drugo trogodišnje razdoblje u pozitivnom i optimističnom svijetlu.</p> <p>U nastavku dajem presjek implementacije zadataka i projekata iz Master plana za 2007. godinu posebno po clusterima. Ukupne investicije u turizam Istre realizirane u 2007. godini iznosile su impozantnih <b>372 mil. Eura</b>.</p> <p>To je doista impozantan iznos, no dobrim dijelom je to uglavnom utrošeno u clusteru Umag - Novigrad u kojem je investirano ukupno 55% svih investicija realiziranih u Istri u 2007. g.</p> <p><b>Cluster Umag - Ngd - 207 mil. Eura,</b>  <b>Cluster Poreč - Tar - 50 mil. Eura,</b>  <b>Cluster Vrsar - Funt - 20 mil. Eura,</b>  <b>Cluster Rovinj . Bale - 30 mil. Eura,</b>  <b>Cluster Pula, Med... - 35 mil. Eura,</b>  <b>Cluster Labin, Rabac- 11 mil. Eura,</b>  <b>Cluster Unutrašnja Ist- 16 mil. Eura,</b></p> <hr style="width: 20%; margin-left: auto; margin-right: auto;"/> <p style="text-align: center;"><b>372 mil Eura</b></p>	<p>Master plan razvoja turizma Istre je od samog početka pobudio veliki interes. Kao što svaki inovativni proces ima svoje pristaše, jednako tako ima i svoje protivnike koji su baš u slučaju Master plana bili glasni te bez prikrivanja izražavali nepovjerenje kako u njegovu važnost tako i u opravdanost. Još značajnije se je to odnosilo na samu implementaciju cijelog projekta jer se radi o doista složenom procesu u kojemu se isprepliću nadležnosti, obveze i odgovornosti privatnog i javnog sektora. Upravni odjel za turizam je od samih početaka uključen u izradu strateškog dokumenta te je također operativno zadužen za provođenje implementacije projekata ali i za ukupni monitoring svih aktivnosti po pitanju Master plana razvoja turizma Istre.</p> <p>Obzirom da su od početka implementacije projekata iz MP protekle više od četiri godine, Upravni odjela za turizam je izradio detaljnu komparativnu analizu planiranih i realiziranih aktivnosti i projektnih zadataka po pitanju MP. Na svim razinama aktivnosti i projektni zadaci su izuzetno pozitivni jer se ambiciozan plan kvalitetno i u roku ispunjava. Međutim proces realizacije zadataka iz Master plana je usko povezan s shvaćanjem važnosti tog dokumenta od strane privatnog i javnog sektora te posebno njihove međusobne suradnje oko planiranja, projektiranja i same realizacije svakog pojedinog projekta.</p> <p>U tom kontekstu mogu ustvrditi da je postotak realiziranih i/ili započetih projekata veća u onim sredinama gdje je javni sektor pokrenuo i/ili stvorio uvjete za njihovo ostvarenje, kao i u onim sredinama gdje je suradnja privatnog i javnog sektora dogovorna odnosno partnerska.</p> <p>Detaljnim pregledom tablica u kojima se da isčitati cijela dinamika, kvaliteta i uloga pojedinih subjekata u implementaciji projekata iz Master plana, mogu također izdvojiti da je u dva clustera situacija čak bolja od predviđenih terminskih rokova. Tu prije svega mislim na cluster Poreč - Tar i cluste Labin - Rabac koji jedini imaju realizaciju implementacije iznad 30% s time da je cluster labin - Rabac već vrlo blizu 40% realizaciji. U tri clustera dinamika se odvija u okvirima zadanog, a u dva clustera realizacija niža od predviđene dinamike. Navedena konstatacija samo potvrđuje gornju tezu da uspješnost svakog pojedinog clustera u implementaciji projekata iz Master plana ovisi o suradnji i partnerskom odnosu privatnog i javnog sektora.</p>
--	--	---	--

<p style="text-align: center;"><b>A.</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Proces preobrazbe Istre u kvalitetnu turističku regiju – destinacija od 3+/4 zvjezdice:</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>A.2.</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Implementacija i monitoring Master plan razvoja turizma Istre</b></p>	<p>Cluster Umag - Ngd - udio u Istri 55%  Cluster Poreč - Tar - udio u Istri 13%  Cluster Vrsar - Funt - udio u Istri 6%  Cluster Rovinj . Bale - udio u Istri 8%  Cluster Pula, Med... - udio u Istri 10%  Cluster Labin, Rabac- udio u Istri 3%  Cluster Unutrašnja Ist- udio u Istri 5%</p> <p>Realizacija zadataka i projekata prema Master planu posebno po svakom clusteru u odnosu na izvršenje 100% iznosi:</p> <p style="text-align: center;"><u>Realizirano/Započeta Realizacija</u></p> <table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td><b>Cluster U-N</b></td> <td style="text-align: right;"><b>29% / 50%</b></td> </tr> <tr> <td><b>Cluster P-T</b></td> <td style="text-align: right;"><b>32% / 47%</b></td> </tr> <tr> <td><b>Cluster V-F</b></td> <td style="text-align: right;"><b>26% / 54%</b></td> </tr> <tr> <td><b>Cluster R-B</b></td> <td style="text-align: right;"><b>27% / 57%</b></td> </tr> <tr> <td><b>Cluster P-M</b></td> <td style="text-align: right;"><b>8% / 88%</b></td> </tr> <tr> <td><b>Cluster L-R</b></td> <td style="text-align: right;"><b>38% / 42%</b></td> </tr> <tr> <td><b>Cluster U-I</b></td> <td style="text-align: right;"><b>24% / 53%</b></td> </tr> </table> <p>Dinamika implementacije projekata iz Master plana razvoja turizma Istre odvija se prema predviđenom ritmu po svim parametrima mjerenja: po clusterskoj podjeli, po investicijama, po projektima, ali i po kriteriju tko je dužan financirati projekte.</p>	<b>Cluster U-N</b>	<b>29% / 50%</b>	<b>Cluster P-T</b>	<b>32% / 47%</b>	<b>Cluster V-F</b>	<b>26% / 54%</b>	<b>Cluster R-B</b>	<b>27% / 57%</b>	<b>Cluster P-M</b>	<b>8% / 88%</b>	<b>Cluster L-R</b>	<b>38% / 42%</b>	<b>Cluster U-I</b>	<b>24% / 53%</b>	<p>Obzirom da se radi o dugoročnom projektu gdje će se u narednih sedam godina izgrađivati novi imidž, odnosno mozaik turizma Istre, bitna činjenica je da smo uspjeli postići konsenzus sa svim glavnim subjektima koji su sufinancirali i provodili aktivnosti predviđene za podizanje kvalitete turizma Istre. Također izradili smo i simulaciju implementacije projekata iz Master plana za drugo trogodišnje razdoblje (2007. - 2009.), prema predviđenim projektima te ih stavili u korelaciju s najavljenim projektima.</p> <p>Navedena simulacija nam je pomogla kvalitetnije shvatiti dinamiku odvijanja procesa implementacije te nam skrenula pozornost oko nekih kritičnih situacija, koje ćemo moći kvalitetnije nadgledati, a prigodom same implementacije kvalitetnije upravljati procesom implementacije. Provedba Master plana kao što je to i prvo trogodišnje razdoblje implementacije potvrdilo, proizvesti će kvalitetniji život stanovnicima Istre. U tom pogledu nije svejedno živi li se u regiji koja prati svoj razvoj ili u onoj koja se o tome ne brine, posebice kada je riječ o zaštiti okoliša.</p> <p>Master plana jasno kaže da je okoliš element koji se ni pod koju cijenu ne smije žrtvovati u budućem razvoju koji prema tome mora biti održiv i, što posebno naglašavamo, odgovoran. Kako bi realizirali zadane ciljeve u drugom trogodišnjem periodu biti će potrebno dodatno pokrenuti sadašnju situaciju, posebno, za neutralizaciju prijetnji nadolazeće budućnosti. Stoga ćemo nastaviti s istim intenzitetom, a kako bi se:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Implementirali projektni zadaci s jasnim ciljevima i strategijom istarskog turizma kao temelj za regionalni turistički razvitak</li> <li>• Unaprijedila istarska turistička ponuda, s razvojem novih proizvoda i unapređenjem kvalitete usluga, jačanjem konkurentnosti cjelokupne destinacije</li> <li>• Izvelo repozicioniranje Istre kao turističke destinacije definirajući jasniji image u svijesti potrošača</li> <li>• Ubrizgale značajnije investicije u turizam u privatnom i javnom sektoru</li> <li>• Ohrabрили kreativni i inovativni sustavi kooperacije javnog i privatnog sektora s ciljem jamstva dugoročnog održivog rasta.</li> </ul>
<b>Cluster U-N</b>	<b>29% / 50%</b>																
<b>Cluster P-T</b>	<b>32% / 47%</b>																
<b>Cluster V-F</b>	<b>26% / 54%</b>																
<b>Cluster R-B</b>	<b>27% / 57%</b>																
<b>Cluster P-M</b>	<b>8% / 88%</b>																
<b>Cluster L-R</b>	<b>38% / 42%</b>																
<b>Cluster U-I</b>	<b>24% / 53%</b>																

<p><b>A.</b> <b>Proces preobrazbe Istre u kvalitetnu turističku regiju – destinacija od 3+/4 zvjezdice:</b></p>	<p><b>Projekt certifikacije malih hotela, pansiona i ruralnih kuća</b></p>		<p><b>Projekt certifikacije malih hotela, pansiona i ruralnih kuća</b> radi neodobrenih sredstava u proračunu je preusmjeren na certifikaciju malih hotela, pansiona i ruralnih kuća u okviru projekta Bike&amp;Bed (vidi pod B.2. Razvoj cikloturizma)</p>
---	--	--	---

<p><b>B.</b> <b>Kreiranje i usavršavanje postojećih i novih razvojnih turističkih projekata + produženje sezone</b></p>		<p>Projekt <b>Razvoj agroturizma</b> se prema ustaljenoj tradiciji zajednički planira i realizira s Turističkom zajednicom Istarske županije, koja je ujedno i nositelj projekta i najvećim dijelom sufinancira. U tekućoj godini namijenjena sredstva u Turističkoj zajednici Istarske županije predviđena za agroturizam (tisak brošure) preusmjerena su za druge projekte, obzirom da je postojala dovoljna količina promotivnih materijala i za 2007. godinu, tako da je i Upravni odjel za turizam također preusmjerio vlastita sredstva u druge projekte.</p>
---	--	---

<p style="text-align: center;"><b>B.</b> <b>Kreiranje i usavršavanje postojećih i novih razvojnih turističkih projekata + produženje sezone</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>B.2. Razvoj cikloturizma.</b> <b>Cjelovit bike portal s objedinjenom ponudom bike turizma</b></p>	<p>Obzirom da smo u drugoj polovici 2006. godine otpočeli s kreiranjem no-vog bike portala, a u 2007. nastavili s istim, jedan od značajnijih zadataka u tekućoj 2007. g. bila nam je promocija samog portala. Stoga smo potpisali ugovor s dva PR agenta, posebno za germansko i posebno za talijansko govorno područje.</p> <p>Navedenim ugovorima omogućili smo da broj posjetitelja na našim web stranicama značajno poraste već u prvoj godini, zahvaljujući upravo mnogobrojnim reportažama naših PR agenata. U protekloj godini smo tako dostigli brojku od gotovo 1.000 posjetitelja dnevno što je doista jako dobar rezultat.</p> <p>Osim toga razradili smo također sustav za dnevno i mjesečno praćenje statistike posjećenosti našeg portala čime ćemo dodatno dobiti kvalitetne informacije u kojem pravcu kvalitativno poboljšati naš web portal.</p> <p>Također jedna od značajnijih aktivnosti bila je i angažiranje specijalizirane agencije iz SAD-a koji su zajedno s našim predstavnicima iz turističkog sektora Istre izradili Master plan razvoja turizma Istre. Odrađene su tri velike edukativne radionice na kojima smo okupili sve najvažnije institucije, udruge, klubove i tvrtke koje se na izravan ili neizravan način bave razvojem bike turizma.</p> <p>Odmah nakon izrade Master plana razvoja bike turizma Istre odradili smo i dodatno trodnevnu radionicu tečaj za dizajnere bike staza. Time smo dodatno educirali gotovo 35 polaznika iz Istre koji su uspješno savladali tečaj projektiranja i dizajniranja bike staza.</p>	<p>Nova web stranica <b>www.bike-istra.com</b>, je u 2007. godini nadograđena novim sadržajima ali i tehničko-informacijskim mogućnostima. U informatičko-inovativnom smislu portal je karakterističan po slijedećemu: ugrađenom mehanizmu optimizacije stranica za tražilice kojega je moguće fino podešavati (tražilice poput google-a mogu indeksirati svaku kategoriju kao posebnu stranicu). Elipsa cms sustav koji pored kompletne multijezične administracije svih sadržaja i podatkovnih struktura (bike staze, smještaj, servisi i trgovine, novosti, manifestacije i najave, gps staze, paket aranžmani, galerije slika, itinerari idr.) omogućava i izmjenu strukture i izgleda.</p> <p>Sustav perspektive: stranice su dizajnom i tematski tako koncipirane da omogućavaju surfanje po portalu ovisno o različitim interesima korisnika- ESSE (elipsa smart search engine) tražilica koja olakšava pretraživanje i vrši kategorizaciju pronađenih pojmova clusterski prikaz Istre i clustersko pretraživanje Newsletter i mogućnost downloada brošura idr. dokumenata Paket aranžmani: naručivanja i prijave. Dinamička site mapa (mapa se generira automatski ovisno o izmjenama u strukturi stranica) primjerice, klikom na biciklističku stazu automatski dobivamo informacije o mjestima, servisima, smještaju, uslugama, događanjima i drugim što je vezano na stazu.</p> <p>Related content: informacije su međusobno povezane, Stavljena je u funkciju nova organizacijska potpora i infrastruktura za održavanje i punjenje bike portala potrebnim informacijama. Time smo u tehničkom smislu odradili prvu razvojnu fazu podizanja novog bike portala, a u naredne dvije godine prema planu morali odraditi i drugu razvojnu fazu web portala <b>www.bike-istra.com</b>. <b>Projekt bike turizma</b> temelji se na očuvanoj prirodnoj okolini, kulturno-povijesnoj baštini te visokom stupnju ekološke svijesti. Upravo se na ovim pretpostavkama bazira današnji moderni turizam odnosno potrebe turista za alternativnim aktivnostima. Kako bi se povećale ekonomske koristi od turizma, neophodno je usvojiti i implementirati nove projekte kao što je i cikloturizam na održivi razvoj sa orijentacijom na one oblike turizma koji će stvarati koristi svim sudionicima.</p> <p>Biciklizam je najmasovniji sport u Europi. Procjenjuje se da se tim vidom sporta odnosno rekreacije aktivno bavi više od 600 milijuna ljudi diljem svijeta. Tako bilježimo da u Njemačkoj broj registriranih biciklista premašuje brojku od 20 mil., što profesionalnih što rekreativnih ljubitelja biciklizma. Tako izuzetno velike vrijednosti i brojke vrijede i u ostalim europskim zemljama, a poglavito u nama interesantnim emitivnim turističkim destinacijama poput zemalja Beneluxa i Skandinavije.</p>
---	---	--	---

<p><b>B.</b> <b>Kreiranje i usavršavanje postojećih i novih razvojnih turističkih projekata + produženje sezone</b></p>	<p><b>B.2. Razvoj cikloturizma: Istra MTB Tartufi Tour – Parenzana 2007.</b></p>	<p>Ove godine se je Istria MTB Tartufi Tour - Parenzana, odvijala po izuzetno lošim vremenskim uvjetima tako da je ove godine po prvi puta zabilježen pad broja učesnika. Istria MTB Tartufi Tour - Parenzana je etapna biciklistička utrka koja traje tri dana, stoga je složenost organizacije dodatno otežana ukoliko vremenski uvjeti ne zadovoljavaju najosnovnije kriterije za održavanje same utrke.</p> <p>Vrijeme je gotovo tjedan dana prije same utrke bilo izuzetno loše tako da je to osnovni motiv koji je utjecao da se u desetogodišnjoj tradiciji po prvi puta desi manji broj natjecatelja nego što je to bilo prethodne godine. I pored dva kišna dana organizacija trodnevne manifestacije protekla je dobro, bez ozljeda i teških padova, što je u lošim vremenskim uvjetima gotovo normalna stvar.</p> <p>U odnosu na prošlu godinu povećan je broj natjecatelja za 10%; prema strukturi nacionalnosti za 20%, te broj posjetitelja za 15%. Sve gore nave-deno je samo poticaj da prijavimo kandidaturu za svjetski kup, te se nadamo da bi 2009. mogli ugostiti po prvi puta u Hrvatskoj utрку za svjetski kup u klasi Cross Country.</p> <p>Jasno da je za naš izbor potrebna potpora svih subjekata kako bi se iz Svjetske biciklističke federacije doista uvjerali da smo sposobni organizirati manifestaciju na tom nivou.</p>	<p><b>Istria MTB Tartufi Tour - Parenzana</b> predstavlja razvojni turistički projekt, koji je u svom razvojnom procesu jedan od značajnijih turističkih proizvoda. Takvu konstataciju nam potvrđuju višegodišnja iskustva, a i sami rezultati koje postizemo u orga-niziranju važnih bike natjecanja uz uspješno uključivanje i povezivanje privatnog i javnog sektora.</p> <p>Projekt Istria MTB Tour - Parenzana 2007. g. u svom jubilarnom desetom izdanju (profesionalne MTB utrke), odnosno jedanaestom kada smo dionicu od Vižinade do Motovuna svečano otvorili, doživjela je svoje najbolje izdanje. Velikim dijelom je to rezultat višegodišnjeg iskustva kao i izuzetno dobro odrađenim pripremnim radnjama za samu organizaciju manifestacije.</p> <p>U tom kontekstu Istra koristi svoje klimatske izvanredne uvjete na način da se predstavi kao idealna destinacija za sve potencijalne bike klubove, koji svoje zimske pripreme odrađuju svake godine. Time želimo i Istru staviti u red poželjnih destinacija za svoje zimske pripreme i početak nove natjecateljske sezone. Cilj ovog projekta je stvoriti okvir za razvoj kvalitetne, suvremene i inovativne turističke ponude koja će povećati konkurentnost istarskog turizma na tržištima turističke potražnje i kapitalnih investicija. Istra je ove godine bila domaćin međunarodnog kupa <u>Inter-Mountain-Series</u> u brdskom biciklizmu koji je u svoj kalendar, osim dviju austrijskih i mađarskih etapa, uvrstio upravo i našu atraktivnu maraton utрку Parenzanu.</p> <p>Glavni ciljevi projekta ostaju:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- promocija Istre kao prepoznatljive bike destinacije,</li> <li>- produženje turističke sezone,</li> <li>- upotpunjavanje postojećeg projekta sportskog turizma,</li> <li>- proširenje i obogaćenje turističke ponude Istre,</li> <li>- animacija što većeg broja kvalitetnih novinara da pišu o bike stazama Istre</li> <li>- preusmjeravanje turističkih tokova u središnji dio Istre,</li> </ul>
---	--	---	--

<p style="text-align: center;"><b>B.</b> Kreiranje i usavršavanje postojećih i novih razvojnih turističkih projekata + produženje sezone</p>	<p style="text-align: center;"><b>B.2. Razvoj cikloturizma:</b> Projekt certifikacije malih hotela, panstona i ruralnih kuća</p>	<p>Biciklistička manifestacija <i>Istra Terra Magica Bike</i> postaje već tradicionalna utrka i svake se godine značajno povećava broj sudionika. Ove je godine održana 6. svibnja u Poreču. Navedena manifestacija je izuzetna prilika za promociju turističkih, prirodnih i kulturno-povijesnih ljepota i atrakcija Istre putem medija te promocija biciklističkog sporta.</p> <p>Istra se potvrdila kao istinska i nezaobilazna mountain bike regija. Sam događaj je bogatiji i interesantniji s obzirom na mogućnost spajanja biciklističke utrke sa višednevnim odmorom tj. godišnjim odmorom što pruža dodatno uživanje i otkrivanje netaknutih dijelova Istre.</p> <p>U okviru projekta certificiranja smještajnih jedinica u 2007. godini izvršili smo slijedeće aktivnosti:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) obišli smo 25 objekata i zabilježili postojeće stanje</li> <li>2) naručili smo izradu oznaka Bike and Bed (40 kom.)</li> <li>3) izradili smo idejno rješenje / nacrt za objekte (bike garaže) uz odgovarajuće informacije o uslugama servisiranja i održavanja bicikala</li> <li>4) izvršili smo selekciju objekata koji zadovoljavaju potrebne kriterije i uvjete</li> <li>5) poslali smo info dopis hotelskim tvrtkama za projekt „Bike Hotels“</li> <li>6) obišli smo 12 objekata (hoteli i kampovi) i zabilježili postojeće stanje</li> </ol>	<p>Projekt <b>Istra Terra Magica Bike</b> je doživio svoje treće izdanje. Iako se ne radi o izuzetno složenoj manifestaciji poput Parenzane, ipak je učinak utrke izuzetno važan jer se dešava krajem travnja, odnosno početkom svibnja kada u Europi tek počinju prave utrke, tako da im Istra posluži kao važno prednatjecanje za provjeru forme.</p> <p>Predstavlja razvojni turistički projekt, koji je u svom razvojnom procesu jedan od značajnijih turističkih proizvoda. Takvu konstataciju nam potvrđuju višegodišnja iskustva, a i sami rezultati koje postižemo u organiziranju važnih bike natjecanja uz uspješno uključivanje i povezivanje privatnog i javnog sektora.</p> <p>U tom kontekstu Istra koristi svoje klimatske izvanredne uvjete na način da se predstavi kao idealna destinacija za sve potencijalne bike clubove, koji svoje zimske pripreme odrađuju svake godine. Time želimo i Istru staviti u red poželjnih destinacija za svoje zimske pripreme i početak nove natjecateljske sezone.</p> <p>Pored dobro razvijene infrastrukture staza kako onih MTB tako i onih cestovnih, presudni element za uspješan razvoj bike turizma jesu smještajni objekti koji moraju biti prilagođeni potrebama biciklista. To podrazumijeva da smještajni objekti moraju ispunjavati osnovne i dodatne kriterije kako bi boravak biciklista bio udoban.</p> <p><b>Projekt certificiranja smještajnih jedinica</b> u okviru razvoja bike turizma je projekt kojim želimo kreirati tržišnu prednost temeljenu na diferencijaciji (različitosti ponude); tj. da skrenemo pozornost bike klijenteli da je u Istri moguće odabrati više vrsta različitih tipova smještaja koji su usto i označeni posebnim oznakama Bike&amp;Bed. Na taj način želimo povećati broj dolazaka, broj noćenja i prihoda od turizma, nudeći kvalitetnu ponudu uz konkurentne cijene, stvaranje prepoznatljive marke turističkog proizvoda, usklađivanje tržišnog ugleda proizvoda s potražnjom</p>
--	--	--	---



<p style="text-align: center;"><b>B.</b> <b>Kreiranje i usavršavanje postojećih i novih razvojnih turističkih projekata + produženje sezone</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>B.3. Razvojni turistički projekt - Cjelovit gourmet portal</b></p>	<p>U 2007. godini uspjeli smo postaviti na noge izuzetno značajan projekt publiciranja svih gourmet projekata Istre na novi i specijalizirani web portal <b>www.istria-gourmet.com</b> kao temeljni suport portalu <b>www.istra.hr</b> Turističke zajednice Istarske županije.</p> <p>Na taj način držimo korak s najrazvijenijim turističkim destinacijama Europe jer je način prikupljanja informacija potrebnih za putovanje sve više baziran na on-line informacijama. Navedeni portal je organiziran tako da može poslužiti i kao infoteinment ali i eduteinment, što će reći da se na zabavan način mogu prikupiti najrazličitije informacije o Istri kao i to da se na zabavan način može i naučiti o pojedinim posebnostima Istre.</p> <p>U 2007. godini završili smo s prvom operativnom fazom kreiranja samog sajta, a u narednoj 2008. godini glavni zadatak će nam biti podići reiting navedenih stranica kao i značajno povećati broj posjetitelja na našim stranicama. Cijeli portal je izuzetno bogat informacijama gdje se na jednom mjestu nalaze gotovi svi razvojni projekti koji su povezani s enogastronomijom Istre.</p> <p>Pozitivna ostvarenja u pogledu razvoja gourmet-turizma kao specifičnog i selektivnog oblika turizma ogleda se u činjenici da je za kvalitetan pomak i zadržavanje kontinuiteta u tom sektoru neophodno poštivati inozemne stroge kriterije. Radi se o sektoru koji ima najzahtjevniju konkurenciju pa je samim time izuzetno teško i zahtjevno mjeriti se s najjačim gourmet regijama u svijetu. Uz navedeno podatak koji govori u prilog prethodnoj tezi je i činjenica da smo nakon dugog niza godina praćenja od strane inozemnih novinara specijalista i opinion-makera iz svijeta gastronomije, potvrdili kvalitativan uspon i kontinuitet u promociji i revalorizaciji regionalne gastronomije.</p>	<p>Kao i ostali sektori, tako je i turistička industrija pojavom Interneta doživjela značajne promjene u pogledu funkcioniranja, a posebno interakcije tj. komunikacije između ponude i potražnje. Tu valja naglasiti jedan važan moment koji se pojavljuje, a to je da turistički konzumenti imaju u svojim rukama sve više "alata" i informacija kojima se mogu služiti kod odabira svoje buduće destinacije za putovanje, i to mogu učiniti trenutak prije polaska! To je uvelike <b>povećalo "pregovaračke" moći klijentele u odnosu na ponudu.</b></p> <p>Elementi kao što su bogatstvo informacijama, dizajn, preglednost, raznovrsnost, funkcionalnost, brzina i dostupnost Internet stranica mogu biti presudni kod konačne odluke o odabiru destinacije, a portali konkurentskih regija udaljeni su od našeg 'samo jedan "klik" mišem'. Kao najbolje portale naših konkurenata izdvajamo <a href="http://www.visitportugal.com">www.visitportugal.com</a>, <a href="http://www.spain.info">www.spain.info</a>, <a href="http://www.austria.at">www.austria.at</a>, <a href="http://www.france.com">www.france.com</a>, <a href="http://www.italiantourism.com">www.italiantourism.com</a> i dr. Kod odabira svoje destinacije za godišnji odmor gost mora prije svega biti svjestan postojanja Istre na turističkoj karti Mediterana (i svijeta). Nadalje, važno je gostu komunicirati turističko iskustvo koje Istra nudi. Bilo da se radi o ekskluzivnom ili skromnijem smještaju, aktivnom, tematskom ili edukativnom odmorom, <b>važno je to prezentirati i ponuditi na što privlačniji, konkretniji i razumljiviji način.</b> Turistički web sustav Istre treba stoga biti orijentiran prema komuniciranju Istre kao destinacije pogodne za provođenje godišnjih odmora po mjeri gosta, kao i na pojednostavljenju procesa upoznavanja i kupovine godišnjih odmora u Istri.</p> <p>S druge strane, navedeni elementi nisu uvijek dovoljni da bi se privuklo kupce. <b>Percepcija destinacije a naposljetku i odluka o odabiru destinacije uvjetovana je sve više imidžem i renomeom jedne destinacije, tj. načinom na koji se želi da je potrošači percipiraju.</b> Imidž se mora pomno odabrati i sustavno provoditi tj. promovirati. Od odabranog imidža, tj. koliko se on približava realnom stanju i potencijalu same destinacije ovisi i njegov daljnji razvoj, te diversifikacija i proširenje.</p>
---	--	---	---

<p style="text-align: center;"><b>B.</b> <b>Kreiranje i usavršavanje postojećih i novih razvojnih turističkih projekata + produženje sezone</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>B.3. Razvojni turistički projekt - Gourmet vodiči</b></p>	<p>Trenutno niti jedan restoran izvan Istre nije dobio povjerenje uvažanih inozemnih gastro kritičara te zadovoljio kriterije za ulazak u takve publikacije.</p> <p>Godišnje Istru posjeti više od pedesetak uvažanih i svjetski poznatih gourmet novinara. Rezultat tih inspeksijskih obilazaka nalazimo u kvalitetnim gourmet reportažama koje su pohranjene u press-clippingu za svaku godinu pojedinačno.</p> <p>Istra je u relativno kratkom roku od svega nekoliko godina učinila ogroman kvalitativan pomak u kojem je kvalitetno prezentirala svoje potencijale u vidu revalorizacije tartufa i stavljanja istih u turističku promociju jer je dugogodišnja negativna praksa krijumčarenja tartufa iz Istre u Italiju rezultirala da su se istarski tartufi prodavali pod brandom tartufa iz Albe.</p> <p>U tim okolnostima Istra nije profitirala već je služila drugima, što istodobno degradira Istru. Činjenica da se istarski ugostitelji sve više usavršavaju i specijaliziraju u nuđenju tartufa govori nam da su efekti promocije tartufa izuzetno uspješni, pa je omjer potražnje u odnosu na ponudu daleko veći, što nije bio slučaj prije samo nekoliko godina.</p>	<p>Predstavlja razvojni turistički projekt, koji je u svom razvojnom procesu zasigurno najpotpuniji turistički proizvod. Takvu konstataciju nam potvrđuju višegodišnja istraživanja (stavovi i mišljenja novinara, opinion-maker, statistički podaci), koji govore da je gourmet vodič Istre najtraženija publikacija naših gostiju od 1996. godine pa sve do danas. Projekt je relativno brzo rastao jer je bogatstvo autohtonih, tipičnih eno i gourmet proizvoda u Istri doista bogata i raznolika, pa je to osnovna komparativna prednost, koju smo mudro iskoristili.</p> <p>Dodatna okolnost koja je rezultirala mudrim odabirom je i naš poslovni koncept kreiranja razvojnih turističkih projekata koji se je odvijao paralelno, pa smo na taj način brže, kvalitetnije i učinkovitije kreirali prepoznatljivost Istre umrežavanjem međusobno kompatibilnih razvojnih projekata poput agroturizma, vinskih cesta, cesta maslinova ulja, tartufi itd u integralno prepoznatljiv turistički proizvod.</p> <p>Istarski ponajbolji restorani i taverne su sada već petu godinu zaredom uvršteni u ponajbolje inozemne gourmet vodiče. Osim samog uvrštenja posebno važna činjenica je i ta da je srazmjerno maloj regiji kao što je to Istra, doista velik broj ugostiteljskih objekata iz Istre koji su u tim vodičima ocijenjeni doista na kvalitetan način te ponosno ističu svoje zvjezdice.</p> <p>Projekt gourmet turizma potaknuo je izrazito pozitivnu, kompetitivnu atmosferu. To se očituje posebno među ugostiteljskim objektima koji su uvršteni u vodič te posebno među onim koji se nadmeću da budu u narednoj godini uvršteni. Rezultat toga su sve veći bodovi i ujednačavanje po kvaliteti gotovo svih ugostitelja uključenih u projekt.</p> <p>Gourmet vodič Istre u tom je smislu bio velika prekretnica jer je prvi puta stvorena atmosfera koja je uvažavala različitost, kreativnost, sposobnost i znanje. U početku je to jasno stvorilo nepovjerenje radi drukčije optike vrednovanja ugostiteljskih objekata, ali je ubrzo shvaćena poruka koja je odaslana svim ugostiteljima na način da je Gourmet vodič odigrao važnu ulogu u strateškom razvoju nove koncepcije turizma.</p> <p>Izuzetnu ulogu nalazim i u tome što se velik broj ugostiteljskih objekata nalazi u središnjem dijelu Istre. Na taj način ostvaruju se osnovne pretpostavke za lakši i kvalitetniji život u unutrašnjosti, zaustavio je trend raseljavanja središnjeg dijela Istre, omogućio produženje turističke sezone te kreirao pozitivno radno ozračje za dodatni izvor prihoda.</p>
---	---	--	---

<p style="text-align: center;"><b>B.</b> <b>Kreiranje i usavršavanje postojećih i novih razvojnih turističkih projekata + produženje sezone</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>B.3. Razvojni turistički projekt - Dani tartufa u Istri</b></p>	<p>Istra je u relativno kratkom roku od svega nekoliko godina učinila ogroman kvalitativan pomak u kojem je kvalitetno prezentirala svoje potencijale u vidu revalorizacije tartufa i stavljanja istih u turističku promociju jer je dugogodišnja negativna praksa krijumčarenja tartufa iz Istre u Italiju rezultirala da su se istarski tartufi prodavali pod brandom tartufa iz Albe.</p> <p>U tim okolnostima Istra nije profitirala već je služila drugima, što istodobno degradira Istru. Činjenica da se ist. ugostitelji sve više usavršavaju i specijaliziraju u nuđenju tartufa govori nam da su efekti promocije tartufa izuzetno uspješni, pa je omjer potražnje u odnosu na ponudu daleko veći, što nije bio slučaj prije samo nekoliko godina.</p> <p>Svake se godine smanjuje izvoz tartufa, a povećava potrošnja u istarskim restoranima. Aktivnosti koje su promišljeno poduzimane u proteklih pet do šest godina omogućile su medijsku uvažnost. Time smo stekli kompetitivnu poziciju da Istra postane važan čimbenik u svjetskim okvirima.</p> <p>Ogroman utjecaj takvom ugledu najviše je pridonijela edukacija ljudi u Istri po pitanju tartufa jer je jedino mjerilo uvažnosti na inozemnom tržištu znanje i sposobnost da se to znanje marketinški oplemeni i ugradi u temelje održivog i odgovornog razvoja što je preduvjet svakog kvalitativnog i dugoročnog razvoja.</p>	<p>Projekt <b>Dani tartufa u Istri</b> tradicionalno se održava nakon glavne turističke sezone u periodu tri jesenska mjeseca, u mjesecu rujnu, listopadu i studenom. Predstavlja razvojni turistički projekt, koji se kvalitativno nadovezuje na projekt gourmet-turizma. Uz sebe veže jedinstven, rijedak i vrhunski gastro proizvod - tartuf (bijeli i crni), kojeg smo intenzivnije uključili u promociju. Projekt je utoliko značajniji jer je priča oko bijelog tartufa medijski izuzetno zahvalna i atraktivna radi jedinstvenosti i cijenenosti bijelog tartufa u svijetu, no ujedno nismo dovoljno iskoristili činjenicu da u Istri ima i izuzetno kvalitetnih crnih tartufa, što smo upravo projektom Dani tartufa u Istri to promijenili.</p> <p>Projekt se svake godine kvalitativno nadopunjuje, te sa sigurnošću možemo ustvrditi i sagledati sve efekte projekta čiji se učinci najviše uočavaju u malim istarskim konobama i restoranima gdje se tartuf i konzumira. Projekt je sasvim sigurno potpomognuo otvorenju nekoliko specijaliziranih trgovina za prodaju tartufa, gljiva i tipičnih istarskih proizvoda (Buje, Buzet, Livade i Pula). Paralelno s navedenim promotivnim aktivnostima namjera nam je cijeli projekt razvijati na održiv i odgovoran način što podrazumijeva dugoročnost cijelog projekta.</p> <p>Uz tradicionalno predstavljanje ponajboljih svjetskih kuhara u spravljanju tartufa koji je ove godine izbio poznati kuhar <b>Gennaro Esposito</b>; vlasnik restorana La Torre del Saracino, posebnu težinu je ove godine imalo natjecanje <b>Zlatni tartuf/Tartufo d'oro</b> - peteroboj nacija u gastronomiji koji je ove godine vrlo uspješno održan u hotelu Garden Istra u Umagu.</p> <p>Posebnu pažnju želim izdvojiti na ovogodišnji kalendar manifestacija koji je omogućio doista širok izbor kvalitetnih događanja koja su se odvijala na području Buzeta, Motovuna i Livada te je polučio značajan dolazak inozemnih gostiju u posezoni. Osim gostiju koji tu ciljano dolaze iz svojih prebivališta, projekt je utoliko atraktivniji jer svim gostima koji borave u istarskom priobalju omogućava jedan dodatni sadržaj i upotpunjuje doživljaj boravka u Istri.</p> <p>Pokazno traženje tartufa je najtraženija i najspektakularnija manifestacija, koju ćemo od naredne godine izmijeniti i pretvoriti u pravi turistički proizvod; avantura traženja tartufa. Temeljem višegodišnjih iskustva i uigravanja tima koji je sposoban barem na dva svjetska jezika pojasniti kako funkcionira komunikacija između čovjeka i psa, a koji zajedno surađuju kako bi pronašli taj istarski dragulj skriven ispod zemlje.</p>
---	---	--	--

<p style="text-align: center;"><b>B.</b> <b>Kreiranje i usavršavanje postojećih i novih razvojnih turističkih projekata + produženje sezone</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>B.3. Razvojni turistički projekt - Vinski turizam</b></p>	<p>Vinski turizam u Istri je segment koji je u relativno kratkom roku pokazao sve raspoložive potencijale i mogućnosti s jedne strane ali je isto tako pokazao koliko je energije, znanja i finansijskih sredstava potrebno izdvojiti da bi se u tom izuzetno delikatnom segmentu uspjelo.</p> <p>Danas nakon gotovo desetogodišnjeg razvoja vinskog turizma u Istri mogu slobodno ustvrditi da je to izuzetno uspješan turistički proizvod koji je stasao privatno-javnim partnerstvom te zahvaljujući umreženom djelovanju različitih, nadležnih institucija i upornosti pojedinih vinara/ vizionara koji su kvalitetno procijenili razvojni moment te značajnije krenuli kako u investicije tako i u usavršavanje.</p> <p>Upravo je proces edukacije i usavršavanja značajno utjecao na to da se proces kvalitetne proizvodnje vina pokrene i u Istri. Podsjetio bih da je taj proces prije krenuo u drugim područjima Hrvatske, primjerice u Dalmaciji i Slavoniji.</p> <p>Podatak od gotovo 100.000 posjetitelja u vinskim podrumima Istre od čega polovica u svega 15 podruma jasno govori o razvojnom potencijalu koji stoji pred nama i kojeg je potrebno dodatno iskoristiti.</p>	<p>Vinske ceste Istre danas možemo smatrati kao jedan prepoznatljiv i uobličen turistički proizvod koji se iz godine u godinu upotpunjuje i usavršava. U nepunih deset godina polučile su sasvim konkretne i mjerljive rezultate. Kada govorimo o vinskoj cesti, prvenstveno podrazumijevamo jedno zaokruženo vinsko područje koje u sklopu vinske ceste ima vinske itinerere odnosno punktove.</p> <p>Osnovni zadatak svakog vinskog itinerera jest promocija vina i njegova turistička prezentacija koja se sastoji u revalorizaciji razvoju i njezi vinarstva i vinogradarstva u Istri. Projekt vinskih cesta Istre razvijen je na cijelom vinorodnom području Istre, što znači da smo na 6 vinskih cesta u projekt uključili 84 vinara.</p> <p>Projekt vinskih cesta je i u 2007. godini pokazao da je izuzetno vitalan projekt i da ima još jako puno prostora za nadogradnju, prije svega jer smo uključili devet novih vinara u projekt te je naknadno pet vinara pridobilo kvalitetniju oznaku sa zastavicom.</p> <p>Dakako, glavni ciljevi projekta ostaju:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>proizvodnja kvalitetnog vina</b> (komercijalni proboj i njegovo pozicioniranje na tržištu, kontinuirani rast izražen kvalitativno i kvantitativno, što bolji image,</li> <li>• <b>proizvodnja vina s razlikovnim i prepoznatljivim osobinama</b> (teritorij proizvodnje, proizvodni sustav-sortiment, pedološke osobine zemljišta, čuvanje odnosno starenje vina, prigodna ambalaža, organoleptička svojstva i plasman),</li> <li>• <b>proizvodnja poznatih (prepoznatljivih) vina</b> (konzistentnost proizvodnje i buteljiranja primjerena tržišna pozicija u kvalitativnom i kvantitativnom smislu i u regijama namtično teritorija, uvažnost medijska, cijenjenost među opinion-leadrima, stručnjaci, uvoznici, <b>očuvanost i sljubljenost krajolika s vinogradarstvom</b> ( autohtona gastronomija, kulturološka i prirodna privlačnost teritorija),</li> <li>• <b>uravnotežiti "vrijednost za novac"</b> (butelja vina trebala bi koštati primjereno njegovoj kvaliteti,</li> <li>• promocija Istre kao prepoznatljive vinske destinacije i turistička valorizacija vina i proizvoda od grožđa,</li> <li>• potaknut je razvoj vinske kulture,</li> <li>• uključenje što većeg broja kvalitetnih vinara u projekt Vinskih cesta Istre,</li> <li>• produženje turističke sezone</li> </ul>
---	---	--	--

<p style="text-align: center;"><b>B.</b> <b>Kreiranje i usavršavanje postojećih i novih razvojnih turističkih projekata + produženje sezone</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>B.3. Razvojni turistički projekt - Turizam maslinova ulja</b></p>	<p>Projekt Ceste maslinova ulja Istre je definitivno uspješan projekt koji je u izuzetno kratkom roku (nepune četiri godine) polučio iznimno pozitivne rezultate sa jasnim i mjerljivim pokazateljima.</p> <p>Kad ogovorim o jasnim i mjerljivim rezultatima onda želim skrenuti pozornost na činjenicu da je projekt Ceste maslinova ulja Istre; danas prepoznatljiv turistički proizvod koji se odlikuje konkurentnom sposobnošću na vrlo zahtjevnom međunarodnom turističkom tržištu.</p> <p>Izuzetno velikim postignućem držimo da je u samo nekoliko mjeseci (pred i posezona) pet najkvalitetnijih istarskih maslinarskih itinerera; (oni koji su se kvalitetno organizirali i pripremili za prihvata gostiju), ophodilo više od 20.000 tisuće posjetitelja. Među njima, većina je imala u programu vođenu degustaciju maslinova ulja i nakon toga kupnju istih proizvoda.</p> <p>Učinci dosadašnje promocije projekta su više nego odlični. Već smo u prvoj godini postojanja projekta zapaženi od eminentnih stručnjaka i novinara, koji su uvrstili istarske maslinare u jedini svjetski vodič za maslinova ulja pod nazivom <b>L'Extravergine</b>; guida dei migliori oli mondiali di qualita' accertata. Ove smo godine imali gotovo dvadesetdevet uključenih maslinara što predstavlja izuzetan rezultat. Koliko vrijedi navedeni rezultat dovoljno je spomenuti da da smo u svijetu ukupno treća regija po broju uvrštenih ulja u sam vodič, a daleko više od Kalifornije, , cijele Francuske, Grčke, Turske i Portugala koje su tradicionalno bogate maslinarskom tradicijom, a po količinama neusporedivo veći i od naše države, a kamoli same Istre.</p>	<p>Ideja o razvoju projekta Ceste maslinova ulja Istre proizašla je kao logičan slijed prethodno kreiranih i uspješno realiziranih razvojnih turističkih projekata poput ruralnog turizma, gourmet turizma, vinskog turizma u spoju s bogatim kulturno-povijesnim nasljeđem i prekrasnim pejzažnim vizurama istarskog krajolika. Projekt je započeo power point prezentacijama diljem Istre u kojima smo prezentirali mnogobrojne komparativne prednosti i značajne resurse u turizmu i maslinarstvu koji nisu bili međusobno usklađeni i nisu bili u funkciji postizanja sinergijskog učinka.</p> <p>Dakle, smisao prezentacije bio je motivirati proizvođače maslinova ulja da shvate da je zacrtana vizija i misija projekta dostižna te da svatko može imati koristi od projekta ukoliko unese dio svog znanja, iskustva, strasti. U tom kontekstu revitalizacija i popularizacija kulture poznavanja maslinova ulja bila je jedna od formula uspjeha. U suradnji s talijanskom asocijacijom <b>Slow food</b> oorganizirali smo tri tečaja pod radnim nazivom: <i>Osnove senzorne analize i prepoznavanja kvalitetnih svojstva maslinova ulja</i> za ukupno 90 polaznika, nakon čega smo u suradnji s USAMU - Udruga senzornih analitičara maslinova ulja Istre potpomogli održavanje još tri takva tečaja, koje su uvelike doprinjeli širenju kulture poznavanja maslinova ulja.</p> <p>Publicirali smo također priručnik <b>Upoznajmo extra djevičansko maslinovo ulje</b>, koji je poslužio da na jednostavan način i duhovitim prikazima/skicama što lakše prikažemo i učinimo dostupnim osnovna znanja o maslinovom ulju. U tom kontekstu revitalizacija i popularizacija kulture poznavanja maslinova ulja je jedna od formula uspjeha s time da je potrebno izgraditi, pridodati i umrežiti i druge razvojne turističke projekte (primjerice vino, pršuti, sir, med itd.) kako bi se kreirao uspješan turistički mozaik.</p> <p>Ceste maslinova ulja Istre, već danas možemo smatrati jednim prepoznatljivim i uobličnim turističkim proizvodom koji se u relativno kratkom roku nametnuo s puno potencijala i već prepoznatih i realiziranih komparativnih prednosti. Projekt je u nepune dvije godine polučio sasvim konkretne i mjerljive rezultate. U Istri postoje sedam Cesta maslinova ulja s ukupno uključenih više od sedamdesetak maslinara i uljara.</p>
---	---	--	--

<p style="text-align: center;"><b>B.</b> <b>Kreiranje i usavršavanje postojećih i novih razvojnih turističkih projekata + produženje sezone</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>B.3. Razvojni turistički projekt - Turizam maslinova ulja</b></p>	<p>To je također izuzetan dokaz kako se od kvalitetnog gourmet proizvoda može učiniti atrakcija, turistički proizvod i što je najvažnije odrediti trend kvalitete. razlog tomu je što smo kvalitetnom gourmet proizvodu pridodali turističku dimenziju u smislu priče tako da na taj način možemo kreirati nove doživljaje i emocije.</p> <p>Ogromno postignuće vidimo i u edukaciji maslinara, ugostitelja i drugih ljubitelja maslinarstva, koji su u tekućoj godini položili tečaj senzorne analitike i prepoznavanja maslinovih ulja.</p> <p>U 4 organizirana tečaja ukupno njih 120 je pohađalo i uspješno položilo tečaj čime značajno povećavamo kritičnu masu poznavatelja i ljubitelja maslinova ulja što je izuzetno važno u kontekstu kreiranja konkurentnosti turističkog proizvoda na zahtjevnom inozemnom tržištu.</p> <p>Potvrde o stečenom ugledu i medijskoj uvažnosti najbolje svjedoče brojne i kvalitetne reportaže o maslinovom ulju što se može jasno i mjerljivo ocijeniti iz Press clipping book-a za 2007. godinu.</p> <p>Cijeli projekt se kontinuirano oplemenjuje novim sadržajima, tako da u prosjeku svake godine niknu barem dvije nove sale za degustaciju. Ta teza nam potvrđuje da postoji veliko zanimanje za maslinovo ulje, ali ne samo kao kvalitetan proizvod, već kao proizvod koji ima turističku dimenziju/priču i koji je od strane naših gostiju izuzetno dobro prihvaćen.</p> <p>Dakle, maslinarski itinerer može biti jednako interesantan, atraktivan i unosan, poput posjeta muzeju, vinskom itinereru, konobi ili posjeta nekakvom sportskom natjecanju.</p>	<p>Projekt Cesta maslinova ulja je i u 2007. godini pokazao da je izuzetno vitalan projekt i da ima još jako puno prostora za nadogradnju, prije svega jer smo kao najvažniji element u razvoju cijelog projekta pridali edukaciji, koja je značajno izmijenila ustaljene navike i načine prepoznavanja i razlikovanja korektnih od nekorektnih maslinovih ulja u Istri.</p> <p>Jedna od velikih zasluga projekta je stvaranje pozitivne klime i vjeru da će maslinovo ulje u relativnom kratkom roku biti statusni simbol zdravlja i način življenja pa je sama filozofija projekta potaknula flaširanje maslinova ulja što prije nije bio slučaj. Osim toga flašira se u manjim bočicama od 2,5 dl kako bi ambalaža bila prigodna za ugostiteljske objekte. Velika pažnja posvećuje se dizajnu etikete i posebno ambalažama za poklon pakete, a samo prije dvije godine maslinovo ulje se je prodavalo na cesti i u plastičnim bocama od vode. U nastavku navodim i ostale ne manje važne realizirane ciljeve koje doprinose kvalitativnom i dugoročnom repositioniranju i restrukturiranju Istre kao prepoznatljive turističke destinacije:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>proizvodnja kvalitetnog maslinova ulja</b> (podizanje kvalitete proizvodnje komercijalni proboj i njegovo pozicioniranje na tržištu, kontinuirani rast izražen kvalitativno i kvantitativno, što bolji image među opinion-leaderima, stručnjaci,</li> <li>• <b>proizvodnja maslinova ulja s razlikovnim i prepoznatljivim osobinama</b> (teritorij proizvodnje, proizvodni sustav- sortiment, pedološke osobine zemljišta, prigodna ambalaža, organoleptička svojstva i plasman,</li> <li>• <b>proizvodnja prepoznatljivih poznatih maslinovih ulja</b> (konzistentnost proizvodnje i buteljiranja, primjerena tržišna pozicija u kvalitativnom i kvantitativnom smislu uvažnost medijska,</li> <li>• <b>proizvodnja maslinova ulja na bazi (mono-kultivara)</b> - time ćemo unaprijediti autohtone istarske sorte; dati im autentičnost i izvornost izražene putem posebnih flavora i organoleptičkih svojstava omogućiti veću kontrolu u preradi maslina i kvaliteti finalnog proizvoda,</li> <li>• <b>modernizacija/ mini uljare</b> promocija kvalitetnih mini uljara kapaciteta 100-300 kg na sat po izuzetno povoljnim cijenama može uvelike izmijeniti postojeću formulu (produktivnost- učinkovitost-isplativost) uključenje što većeg broja kvalitetnih maslinara u projekt.</li> </ul>
---	---	---	---

<p style="text-align: center;"><b>C.</b> <b>Percepcija Istre kao prepoznatljive turističke destinacije</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>C.1.</b> <b>Promidžba turističke destinacije Istre</b></p> <p>Sve predviđene aktivnosti realizirane su u okviru predviđene dinamike i obima. Tu posebno mislimo na promotivne aktivnosti istarskih hotelijera i Turističke zajednice Istarske županije.</p> <p>Istra je tijekom 2007. godine konstantno bila zastupljena na vrlo posjećenom web portalu Ryanaira, i to na ulaznoj stranici (homepage) i u raznim tražilicama (preporučene destinacije, TOP 5 stvari koje treba učiniti i dr.).</p> <p>Isto tako, kontinuiranom komunikacijom sa Zračnom lukom Pula, prikupljeni su podaci o broju letova i trendovima u pogledu strukture putnika u korelaciji sa promjenom nacionalne strukture gostiju u smještajnim objektima na području Istre, a koji se mogu dovesti u direktnu vezu s navedenim promotivnim aktivnostima na britanskom tržištu.</p> <p>Zračni letovi koji su Pulu tri puta tjedno povezivali sa dvije Europske prijestolnice, Londonom i Dublinom, redovito su održavani, tako da je prema podacima ZL Pula u prvih 9 mjeseci protekle godine zabilježeno 2.400 zrakoplova koji su u dolasku i odlasku prevezli preko 55.400 putnika.</p> <p>Od ove je inicijative profitirala i sama zračna luka Pula, koja je u odnosu na godinu ranije povećala svoj putnički promet za 32 posto, a broj zrakoplova za 10 posto.</p> <p>Od preko 7.200 letova i 352.000 putnika u Zračnoj luci Pula u prvih 9 mjeseci 2007. Od tog broja Britanci predstavljaju 28% posto a Irci 9% svih putnika. Kada budu raspoloživi rezultati za cijel 2007. godinu očekuje se ukupan promet od preko 400 tisuća putnika.</p>	<p>Prema službenim rezultatima Turističke zajednice Istarske županije, u 2007. godini zabilježeno je 7.765 gostiju iz Irske koji su ostvarili 35.830 noćenja. U odnosu na godinu ranije (2.458 gostiju sa 14.866 noćenja), zabilježeno je povećanje od preko 5.300 gostiju ili 21.000 noćenja (indeksi 316 i 241).</p> <p>Uz ovaj odličan rezultat, istovremeno imamo i lagano smanjenje gostiju iz Velike Britanije, ali to tumačimo kao posljedicu smanjenog interesa turoperatora za Istrom uslijed novih niskotarifnih letova. A znamo da Britanci većinom u Istru dolaze putem posrednika, radije negoli individualno.</p> <p>Većina Irskih i Britanskih državljana koji su putem Ryanaira boravili u Istri, boravilo je u istarskim hotelima, tako da analizom nacionalne strukture gostiju koji su koristili tu vrstu smještaja vidimo da je primjetno značajno povećanje broja noćenja u istima. Isto tako, prema informacijama najvećih hotelskih kompanija i prošlogodišnji financijski rezultati su u porastu, što se također može dovesti u izravnu vezu s uvođenjem novih avionskih letova iz tih zemalja.</p> <p>Nadalje, ostvaren je i cilj o produženju turističke sezone, pošto su navedeni letovi počeli još u 12. mjesecu 2006. godine, dakle usred prošle zime, i trajali su do u kasnu jesen ove godine. Na taj način, primjetno je povećanje noćenja, kako u pred- tako i u posezoni.</p> <p>Sa svojom politikom intenzivnog širenja i povezivanja sve više Europskih destinacija, Ryanair trenutno pokriva 24 zemlje i leti na 385 ruta, uključujući i šest letova za Pulu.</p> <p>Ryanair je posebno popularan među mlađom populacijom Europljana (60% ih je između 18 i 44 godine starosti) srednje-visokih primanja (64% ih godišnje prijavljuje više od 40.000 Eura), uz prosječnu potrošnju po putovanju od 150 Eura. Daljnje analize pokazati će kako među gostima koji su posjetili Istru putem Ryanaira prevladava upravo navedena populacija, što se u potpunosti uklapa u strateški cilj koji proizlazi iz Master plana turizma Istre o nužnoj promjeni strukture gostiju koji dolaze u Istru, u smislu podizanja njihove prosječne platežne moći.</p>
--	---	---

<p style="text-align: center;"><b>C.</b> <b>Percepcija Istre kao prepozatljive turističke destinacije</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>C.2.</b> <b>Parenzana – Put zdravlja i prijateljstva</b></p>	<p>Proces implementacije EU projekta: Parenzana – Put zdravlja i prijateljstva odvija se prema zacrtanoj dinamici unatoč brojnim problemima koji su se javili na institucionalnoj razini, a to su:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• problemi koji proizlaze iz nedovoljno dobro pripremljene projektne dokumentacije – prvi puta financijski aktivni</li> <li>• problemi na institucionalnoj razini; kada je korisnik bespovratnih sredstava JLS</li> <li>• problemi s parterima (SLO); terminska neusklađenost, različiti oblik izvještavanja o napretku proj.</li> <li>• problemi s dobavljačima – prilikom ispunjavanja natječajne dokumentacije (PRAG), PDV.</li> </ul> <p>Sva financijska i narativna izvješća prema EU su odobrena bez ijedne zamjerke, a projekt će se realizirati 100% od zadanih aktivnosti u zadanom roku. Projekt je naišao na velik interes stranih i domaćih medija, tour-operatera, udruga, sportskih klubova. Revitalizacija trase potaknula je cijeli niz aktivnosti, što kulturnih, što sportskih, što turističkih koje su vezane za projekt. Zahvaljujući projektu kojim je Parenzana revitalizirana, kreiramo novi brand koji je potrebno u budućnosti što bolje iskoristiti. U organizacijskom smislu provedbe projekta zaposlen je vježbenik, stručni suradnik za provedbu međunarodnih projekata u funkciji projektnog koordinatora, dok je pročelnik za područje u kojem je odobren projekt proj. Manager, imenovane su i osobe iz pravne i financijske službe koje će pratiti sve EU projekte s pravnog i financijskog aspekta, kako one čija je provedba u tijeku tako i onih koji su u fazi kandidiranja.</p> <p>Bitno je naglasiti probleme koje u provedbi projekata imaju korisnici koji su JLS i PRS s obzirom na to da pojedine odluke vezane za provedbu projekta donose poglavarstva, odnosno skupštine ili vijeća, što je veliki problem u smislu rokova provedbe.</p>	<p>Istarska županija iako je i prije sudjelovala u projektima INTERREG III A, B i C, ali nikad kao financijski aktivni parter ili nositelj sve do odobrenja projekata Parenzana i Heart of Istria, u provedbi kojih je naišla na cijeli niz problema, s obzirom na činjenicu da kao jedinica regionalne samouprave podliježe zakonu o jedinicama regionalne i lokalne samouprave, zakonu o proračunu, zakonu o javnoj nabavi, uredbi o uredskom poslovanju itd. što je usporilo implementaciju projekta za 3 do 4 mjeseca.</p> <p>Uz navedene probleme na institucionalnoj razini, veliki problem za implementaciju projekta Parenzana kao zajedničkog (JOINT) projekta u kojemu su većina aktivnosti zajedničke i pokazatelji uspješnosti zajednički je predstavljala činjenica da su slovenski parteri ugovor o provođenju projekta potpisali 6 mjeseci ranije i shodno tome i završili projekt ranije za 6 mjeseci tj. 31/08/2007 kada se i program INTERREG zatvara. Još jedan problem na razini odnosa hrvatske i slovenske strane je različiti oblik izvještavanja (različiti obrasci i princip) o napretku projekta.</p> <p>Treći veliki problem bio je sa izvođačima radova, odnosno pružateljima usluga prilikom ispunjavanja natječajne dokumentacije, oslobođanja od plaćanja PDV-a, što je posebno došlo do izražaja kod ustupanja radova i nabavke opreme, jer dobavljači na građevinski materijal i opremu moraju platiti pdv, a mi kao korisnici ne plaćamo PDV, tu se stvara jaz od 22% koji ide ili na štetu dobavljača ili na štetu nas korisnika.</p> <p><b>Kako se Istarska županija organizirala u tom smislu?</b></p> <p>Potpisivanjem ugovora o bespovratnim sredstvima započelo je pravno definiranje provedbe projekta i načina trošenja sredstava. Od nadležnih institucija: Ministarstva financija, Državne riznice te Ministarstva europskih integracija tražili smo i dobili suglasnost za otvaranje deviznog računa – podračuna Ministarstva financija, kao i suglasnost za trošenje sredstava, te proširenu suglasnost za trošenje sredstava. Shodno dobivenim suglasnostima otvoren je devizni račun.</p> <p>Isto tako utvrđeno je da smo kao korisnici bespovratnih sredstava ne podliježu Zakonu o javnoj nabavi temeljem članka 6., kao i pristiglo tumačenje Ureda za javnu nabavu čime je potvrđeno da procedure nabave za provođenje projekta moraju biti sukladne s PRAG-pravilima, odnosno s Praktičnim vodičem za vanjske aktivnosti Europske Unije.</p>
---	--	--	---



6. NEPLANIRANE, A REALIZIRANE AKTIVNOSTI						
AKTIVNOSTI		OCJENA POSTIGNUĆA	OBRAZLOŽENJE			
6.1.	Izvršene prezentacije / ugošćavanje novinara i studijskih grupa:	Sve prezentacije kao i ugošćavanja novinara i studijskih grupa obavljena su na stručan i profesionalan način	DATUM	MJESTO	PREZENTACIJA / NOVINARI / STUDIJSKA GRUPA	TEMA
			siječanj	Vodnjan	Izložba maslinovih ulja	Ceste maslinova ulja Istre
			veljača	Vodnjan	Predstavljanje vodiča l'Etravergine	Ceste maslinova ulja Istre
			3.ožu	Rijeka	Interreg projekt SLO-HR-A	Turizam Istre
			4.ožu	Krasica	Konferencija o maslinovom ulju	Ceste maslinova ulja Istre
			12.ožu	Krasica	Izložba maslinovih ulja	Ceste maslinova ulja Istre
			15.ožu	Umag	Sastanak u Istraturistu	Bike hotels
			21.ožu	Beč (Aut)	Prezentacija i press konferencija bike utrke	Parenzana 2006
			28.ožu	Poreč	Vlasnici malih obiteljskih hotela	Bike turizam - paket aranžmani
			29.ožu	Vukovar	Pokretanje projekta: Turistički razvoj istočne Slavonije - Podunavlja; Vukovarsko-srijemska županija	Vinski turizam
			10.tra	Pula	Sastanak u Arenaturistu	Bike hotels
			18.tra	Poreč	Direktori TZ-a i Marketinga, Turoperatori	Bike turizam
			23.tra	Split	Seminar Udruge malih obiteljskih hotela Hrvatske	Marketing malih obiteljskih hotela
			25.tra	Središnja Istra	Američki turoperator Sacca tours	Ruralni turizam
			27.tra	Umag	Predstavnici turoperatora iz Latvije	Master plan turizma Istre
			28.tra	Rovinj	Predsjednik turoperatora iz Velike Britanije	Master plan turizma Istre
			18.svi	Rovinj	Delegacija općine Šolta	Razvojni projekti
			30.svi	Pula	USAID i Američki turoperatori	Bike turizam
			9.lis	Brtonigla	Interreg IIIA projekt MAHLDE	Vinske ceste Istre

7. OCJENA FINANCIJSKOG POSLOVANJA - PO PROGRAMIMA I AKTIVNOSTIMA		
PLANIRANA SREDSTVA	UTROŠENA SREDSTVA	OBRAZLOŽENJE
<p>Planirana sredstva predviđena za provedbu svih aktivnosti u 2007. godini bila su predviđena u iznosu od <b>4.461.462,00 kn.</b></p> <p>Nenamjenska sredstva iznosila su 3.143.648,00 kn Namjenska sredstva iznosila su 1.317.814,00 kn</p>	<p>Proračun je u svom nenamjenskom djelu izvršen u visini 77,46%, dok je namjenski dio proračuna realiziran s 73,59%.</p>	<p>Na temelju opisanih, provedenih i realiziranih aktivnosti u protekloj 2007. godini, vidljivo je da je pozicija proračuna, razdjel 5, u svom nenamjenskom djelu realizirana s 77,46%, Taj bi postotak bio gotovo u cijelosti izvršen da nismo morali predvidjeti pri kraju protekle godine dodatna sredstva za dovršenje projekta Parenzana - Put zdravlja i prijateljstva, što je razvidno na poziciji 2391 i 2392 (Parenzana - dodatna sredstva). Cijeli projekt traje do 1. lipnja 2008. godine tako da će sva predviđena sredstva biti utrošena.</p> <p>U tom istom dijelu nenamjenskih sredstava, posebno želim istaknuti da su gotovo svi jednogodišnji razvojni turistički projekti (selektivni oblici turizma) realizirani gotovo u <b>100%-nom</b> obimu što je razvidno iz analitike pozicija Proračuna; <b>razdjel 5.</b></p>

## 8. ZAKLJUČAK/REZIME

Upravni odjel za turizam Istarske županije je tijekom protekle godine obavio niz administrativnih, protokolarnih, stručnih i projektnih poslova u okviru svoje nadležnosti te je u značajnom dijelu ispunio programske postavke koje su bile predviđene Programom rada za 2007. godinu. Nastavljen je kontinuitet u kreiranju i kvalitativnom unapređenju turističkih razvojnih projekata čime smo uvelike doprinijeli podizanju image-a Istre, njenoj kvalitetnoj diversifikaciji turističkih proizvoda, te potpomogli da se ostvare zavidni ekonomski rezultati. Projekti su kreirani, koordinirani i vođeni po načelu zajedničkog djelovanja privatnog i javnog sektora te oplemenjivanja turističke ponude Istre, a posebno s ciljem realizacije osnovnih postavki iz Programa rada:

- 1) nastavak procesa preobrazbe Istre u kvalitetnu destinaciju na razini 3 plus do 4 zvjezdice
- 2) nastavak procesa preobrazbe Istre u prepoznatljivu turističku destinaciju - produženje turističke sezone
- 3) povećanje ukupne potrošnje naših gostiju

Želim posebno istaknuti i izuzetno kvalitetnu suradnju s Turističkom zajednicom Istarske županije s kojom zajednički osmišljavamo, kreiramo i operativno provodimo realizaciju kvalitativnog unapređenja postojećih razvojnih projekata ali i uvođenja inovativnih turističkih projekata i proizvoda.

Turistička 2007. godina opravdala je očekivanja te potvrdila naše razvojne potencijale. Iz takvih konstatacija je razvidno da se turizam Istre vrlo dobro uključio u proces reorganiziranja i restrukturiranja turističke destinacije. Nalazi pred ključnim izazovima sustavnog i koordiniranog razvoja, stoga će se u slijedećem programskom periodu posvetiti posebna pažnja strukturnim promjenama u turizmu Istre. To podrazumijeva izuzetno delikatnu fazu početka implementacije strateškog dokumenta tzv. Master plan razvoja turizma Istre, te njegova dosljedna primjena u praksi, koji nam ima dati konkretne odgovore na pitanja budućeg razvoja turizma u Istri. Master plan predviđa pet osnovnih elemenata razvoja: 1) Razvojni model turizma, 2) Plan konkurentnosti, 3) Investicijske potrebe i mogućnosti, 4) Novi marketing plan, 5) Plan implementacije

Osim toga paralelno s implementacijom Master plana pokušati ćemo uspostaviti Sustav poticaja kvalitete čime želimo pojednostaviti i ubrzati razvojni ciklus poticanjem novih investicija u turizmu te podizanjem kvalitete smještaja i usluga. Kompatibilno prethodnim projektima biti će kreiranje tzv. Destination management Companies - lokalnih turističkih agencija koje će predstavljati nov pristup u kreiranju odnosa privatnog i javnog sektora na dobrobit turizma. Četvrti segment u narednom periodu biti će problem edukacije i usavršavanja turističkih djelatnika. Držimo da je takav pristup jedini mogući put približavanja standardima i kriterijima EU, kao i praćenja svjetskih trendova u turizmu.