

# Turistička ponuda grada Rijeke

---

**Kadum, Maximilian**

**Undergraduate thesis / Završni rad**

**2022**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **University of Pula / Sveučilište Jurja Dobrile u Puli**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:137:290752>

*Rights / Prava:* [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-11-29**



*Repository / Repozitorij:*

[Digital Repository Juraj Dobrila University of Pula](#)



Sveučilište Jurja Dobrile u Puli  
Fakultet ekonomije i turizma  
„Dr. Mijo Mirković“

**MAKSIMILIAN KADUM**

**TURISTIČKA PONUDA GRADA RIJEKE**

Završni rad

Pula, 2022.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli  
Fakultet ekonomije i turizma  
„Dr. Mijo Mirković“

**MAKSIMILIAN KADUM**

## **TURISTIČKA PONUDA GRADA RIJEKE**

Završni rad

**JMBAG: 0303055170, izvanredni student**

**Studijski smjer: Kultura i turizam**

**Predmet: Ekonomija doživljaja**

**Znanstveno područje: Društvene znanosti**

**Znanstveno polje: Ekonomija**

**Znanstvena grana: Turizam**

**Mentor: izv. prof.dr.sc. Aljoša Vitasović**

Pula, svibanj 2022.



## IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisani Maksimilian Kadum, kandidat za prvostupnika Kulture i turizma izjavljujem da je ovaj Završni rad rezultat isključivo mojega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio Završnog rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz nekoga necitiranog rada, te da ikoji dio rada krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za neki drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Student \_\_\_\_\_

U Puli, \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_ godine



**IZJAVA**  
o korištenju autorskog djela

Ja, Maksimilian Kadum dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj završni rad pod nazivom „Turistička ponuda grada Rijeke“ koristi na način da gore navedeno autorsko djelo, kao cjeloviti tekst, trajno objavi u javnoj internetskoj bazi Sveučilišne knjižnice Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli te kopira u javnu internetsku bazu završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice (stavljanje na raspolaganje javnosti), sve u skladu s Zakonom o autorskom pravu i drugim srodnim pravima i dobrom akademskom praksom, a radi promicanja otvorenoga, slobodnoga pristupa znanstvenim informacijama.

Za korištenje autorskog djela na gore navedeni način ne potražujem naknadu.

U Puli, \_\_\_\_\_

Potpis

\_\_\_\_\_

# SADRŽAJ

1. UVOD .....	1
2. OBILJEŽJA TURIZMA GRADA RIJEKE .....	3
2.1. Grad Rijeka kroz povijest.....	4
2.2. Grad Rijeka danas .....	5
2.3. Turistički pokazatelji.....	6
3. TURISTIČKA PONUDA GRADA RIJEKE.....	8
3.1. Opće odrednice turističke ponude grada Rijeke.....	8
3.2. Smještajna ponuda.....	9
3.3. Gastronomska ponuda.....	12
3.4. Ponuda kulturno-povijesnih atrakcija.....	13
3.5. Sportsko-rekreacijska ponuda .....	16
4. SPECIFIČNI OBLICI TURIZMA GRADA RIJEKE.....	19
4.1. Vjerski turizam .....	19
4.2. Manifestacijski turizam.....	22
4.3. Gradski turizam.....	23
4.4. Kongresni turizam.....	25
4.5. Kulturni turizam.....	27
4.5.1. <i>Strategije razvoja turizma</i> .....	28
4.5.2. <i>SWOT analiza</i> .....	29
5. GRAD RIJEKA KAO EUROPSKA PRIJESTOLNICA KULTURE 2020.g. ....	31
6. PROMOTIVNE AKTIVNOSTI TURISTIČKE ZAJEDNICE RIJEKE.....	33
7. MOGUĆNOSTI BUDUĆEG RAZVOJA TURIZMA U GRADU RIJECI.....	34
8. ZAKLJUČAK.....	35
LITERATURA .....	36
POPIS SLIKA.....	40
POPIS TABLICA.....	41
POPIS GRAFOVA .....	42
SAŽETAK .....	43
SUMMERY .....	44

## 1.UVOD

Grad Rijeka je administrativno, poslovno, kulturno, obrazovno i industrijsko središte Primorsko-goranske županije. Iako mediteranski grad u Kvarnerskom zaljevu, Rijeka nije nikada bila klasična primorska turistička destinacija, a turizam nije bio prepoznat kao potencijal za razvoj grada. Kao najveća hrvatska luka zanimljiva je kao turističko odredište bila u kombinaciji sa zaleđem i Opatijom koja je među najvažnijim i najstarijim turističkim odredištima Hrvatske. Rijekom su putnici prolazili dugo ne zadržavajući se, a također je malo istraživanja o turizmu na području urbane regije Riječkog prstena.

Osnovni je predmet istraživanja ovoga rada analiza turističke ponude grada Rijeke temeljem specifičnih oblika turizma koji se razvijaju i potvrđuju sve bogatiju turističku ponudu. Zahvaljujući tituli Europske prijestolnice kulture 2020. godine, ponuda postaje sve bogatija, a potražnja za ovom destinacijom sve veća.

Turistička ponuda grada Rijeke zasniva se na nekoliko dominantnih i specifičnih tržišnih niša – kulturni, poslovni i vjerski turizam dok su drugi resursi ograničeni. Izgradnja umjetničkog i kulturnog identiteta temeljena je na bogatom kulturnom, umjetničkom i povijesnom tlu te grad nastoji ostvariti prepoznatljivost na europskoj razini.

Cilj rada je istražiti obilježja grada Rijeke kao turističke destinacije, uspješno ih analizirati i interpretirati te prikazati potencijal i dalji smjer razvoja grada kao turističke destinacije.

Svrha rada je predstaviti turističku ponudu grada Rijeke te potvrditi značaj i status koji stječe u Hrvatskoj i Europi posljednjih godina i na kojima intenzivno radi.

U radu su korištene induktivna i deduktivna metoda, metoda deskripcije, analize i sinteze, kritičkog promišljanja te metoda proučavanja stručne literature i internetskih izvora.

Strukturno je rad sastavljen od šest poglavlja, uvoda i zaključka. U prvom se poglavlju razmatraju obilježja turizma grada Rijeke do danas, a kratko su predstavljeni i turistički pokazatelji. Naredno poglavlje istražuje turističku ponudu grada Rijeke od općih

odrednica do ponude smještaja, hrane i turističkih atrakcija. Zatim slijedi analiza specifičnih oblika turizma koji čine osnovne turističke proizvode.

Nakon toga slijedi osvrt na Rijeku kao Europsku prijestolnicu kulture 2020. godine i promotivne aktivnosti Turističke zajednice Rijeke koje doprinose turističkoj ponudi i stvaraj novi *image* grada kao destinacije turizma. Primarni turistički potencijal razvoja Rijeke, kulturni turizam, ima snažno uporište u umjetnosti i stvaralaštvu, manifestacijama i događanjima, a trendovi urbanog turizma u fokusu su strategije razvoja Rijeke kao uspješne gradske destinacije. Na kraju se sagledavaju mogućnosti za budući razvoj turizma grada Rijeke.



## 2. OBILJEŽJA TURIZMA GRADA RIJEKE

Rijeka je jedna od najvećih luka na Jadranu, veliko urbano područje i regionalni centar Primorsko-goranske županije. Zbog svojeg je položaja oduvijek važna za povezivanje Srednje, Zapadne i Jugoistočne Europe sa Sredozemljem. Značajna je i zbog morskih puteva te je lučko, pomorsko i turističko središte na Kvarneru.

Riječki zaljev dubine je oko 60 metara i pogodan za uplovljavanje velikih brodova što je stvorilo mogućnost nastanka važne morske luke, a grad je položen i na ušću rijeke Rječine (Slika 1.). Ovdje počinju i dva važna prometna pravca koja povezuju Dinaride i istočno alpski prostor.

**Slika 1. Panorama grada Rijeke**



Izvor: Poslovni turistički vodič grada Rijeke (2020.). Dostupno na: <https://www.tourist-ad-guide.com/gradovi/grad-rijeka-2/> (05.05. 2022.)

Za razvoj turizma grada Rijeke zaslužne su dvije skupine faktora: prirodni i društveni resursi koji uz ostale faktore oblikuju turističke proizvode.

Rijeka je smještena u sjevernom umjerenom toplom pojasu s toplom kišnom klimom, toplim ljetima i blagim zimama što pogoduje kupališnom turizmu. Velik je broj sunčanih sati, oko 2100, najniža prosječna zimska temperatura u siječnju je 5,6°C, a najviša u srpnju 23,3°C. Padaline su malo veće nego u ostatku Hrvatske (oko 1529) prema podacima Državnog meteorološkog zavoda. Od vjetrova ovdje pušu bura, jugo i maestral sa svojim negativnim ili pozitivnim učincima na turizam. Bura na području

Rijeke puše oko 50 dana godišnje što može izazvati probleme u prometu, dok jugo donosi kišu i loše utjecaje na turizam. Pogodan je jedino maestral koji donosi osvježenje ljeti, pogodan je za jedrenje i ljudima donosi pozitivne zdravstvene učinke. Obala ima najveći značaj u turističkoj valorizaciji zbog atraktivnih plaža na gradskim rubovima, a sam pogled na Kvarnerski zaljev veoma je atraktivan pa možemo reći da reljef služi kao kulisa razvoju turizma zbog kontrasta obala-more-planine u zaleđu. Elementi prirodne osnove su prikazani u stručnoj literaturi, publikacijama i turističkim vodičima Primorsko-goranske županije.

Društveni atraktivni faktori su također prikazani u različitim turističkim vodičima i monografijama te u Registru kulturnih dobara RH. Rijetka su novija istraživanja o gradu Rijeci, a ne postoje ni radovi koji se bave turizmom ove urbane regije.

Društvene atraktivne faktore čine kulturno-povijesna baština, kulturne ustanove i događanja. Grad Rijeka ima bogatu i dugu povijest pa zato obiluje brojnim kulturno-povijesnim spomenicima iz antičkog i rimskog doba, sakralnim dobrima, a prema podacima Ministarstva kulture u Rijeci je 58 zaštićenih nepokretnih kulturnih dobara. Umjetnički kulturni resursi od velikog su značaja za razvoj turizma grada Rijeke, a to su kulturne ustanove, tj. galerije, zbirke, muzeji, kazališta i knjižnice. Manifestacijski društveni resursi uključuju brojne vrste organiziranih događanja kulturnog, vjerskog, sportskog, gospodarskog karaktera i sl. Grad Rijeka je skriveno blago zbog mnoštva resursa koji nisu dovoljno prepoznati na turističkom tržištu.

## **2.1. Grad Rijeka kroz povijest**

Za povijesni je pregled turizma grada dostupno nekoliko djela koja daju prikaz povijesti turizma od Drugog svjetskog rata nadalje, pregled riječkih hotela, kavana i kupališta od austro-ugarskog vremena do novijeg razdoblja.

Turizam u gradu Rijeci počinje sredinom 19. stoljeća, a 1844. godine jednom tjedno započinje prometovati prva parobrodska linija Trst – Rijeka. Izgradnjom željeznice Zagreb – Rijeka – Pivka 1873. godine, ubrzava se razvoj turizma u okolici Rijeke, a gradu je omogućila gradnju hotela i rast gospodarstva (Blažević, 1987).

Početak Prvog svjetskog rata u Rijeci je bilo 20 hotela, a zbog velike luke i industrije razvijali su se poslovni i tranzitni turizam. Godine 1924., Rijeka je priključena Italiji te počinje gospodarski nazadovati, a zatvaraju se i mnogi hoteli zbog pada turističkih dolazaka. Napredovao je Sušak koji je tada bio u sklopu Kraljevine SHS, gradili su se hoteli i postao je središte Saveza za unaprjeđenje turizma Gornjeg Jadrana. Izabran je za najljepše turističko mjesto, ali i tu se razvijao većinom tranzitni turizam (Žic, 2006).

Za vrijeme Drugog svjetskog rata hoteli su pretvarani u bolnice i mjesta rehabilitacije njemačkih časnika (Žic, 2000).

Ulaskom Rijeke u sastav Jugoslavije započinje nova faza turizma, obnavlja se infrastruktura, a nova vlast radi na poticanju domaćeg turizma uvodeći tako socijalni turizam za radnike koji plaćenim godišnjim odmorom postaju turisti većinom u radničkim odmaralištima. U Rijeci se 1952. godine osniva Turistički savez, obnavljaju se hoteli, ali se ne grade novi (Vukonić, 2005).

U zlatnom dobu hrvatskog turizma od 1965. do 1975. godine turizam postaje masovni fenomen te se povećava broj inozemnih dolazaka. Tome je doprinijelo i otvaranje Zračne luke Rijeka na Krku 1970. godine što je u regiju dovelo bogatije turiste. Zapčinje vrijeme različitih zabavnih manifestacije, sportskih događanja, otvaranja zabavnih klubova. Smanjenje broja turističkih dolazaka zapčinje u vrijeme recesije početkom 1980. godine, a domovinskim ratom dolazi do stagnacije turizma u Rijeci i okolici. Iako Rijeka nije bila direktno zahvaćena ratnim zbivanjima, nije bilo interesa stranih gostiju za dolazak, a hoteli su pretvoreni u izbjeglička prihvatilišta.

## **2.2. Rijeka danas**

Do postepenog rasta turizma u Rijeci dolazi nakon oporavka od ratnih zbivanja. Uz izuzetak nekoliko slabijih godina, godine 2017. dolazi do ostvarenja vrhunca turističkih noćenja, a prevladaju ponovo dolasci stranih gostiju. Tome je doprinijela dobra prometna povezanost, turistička tradicija i atrakcijska osnova. Iako se bilježe trendovi povećanja turističkih dolazaka do razdoblja pandemije, nikada nije dosegnuta brojka iz 1985. godine.

U Rijeci je kao i u ostalim turističkim gradovima Hrvatske, izražena sezonalnost turizma, tj. dolasci gostiju su značajni u periodu od lipnja do rujna. Turisti se zadržavaju kraće u odnosu na vrijeme socijalističkog razdoblja turizma što je posljedica fragmentacije turističke ponude jer se uz turizam „sunca i mora“ razvijaju kongresni i kulturni turizam za koje je karakterističan kraći boravak gostiju. U Rijeku najviše dolaze turisti iz Italije, ali i iz tradicionalno netipičnih emitivnih područja.

U Rijeci dolazi do razvoja kulturnog turizma koji se veže uz kulturno-povijesnu baštinu, manifestacije i kulturne ustanove, a 2020. godine Rijeka je bila Europska prijestolnica kulture što je donijelo mnoge benefite i financijska ulaganja u razvoj kulture grada. Povećanje i poboljšanje kulturne ponude grada također utječe na dugoročan razvoj i povećanje ekonomske koristi.

Kongresni turizam je zastupljen u Rijeci i Opatiji s velikim brojem sala u hotelima za održavanje skupova i kongresa.

Za vjerski turizam je najvažnije marijansko svetište Majke Božje Trsatske i novijeg datuma Islamski centar Rijeka.

Manifestacijski turizam uključuje različite vrste događanja kojima je cilj privući što veći broj turista, a najznačajnija je manifestacija Riječki karneval. Cijela je regija bogata različitim kulturnim festivalima kao što su Ljeto na Gradini, Riječke ljetne noći i sl.

U Rijeci se organiziraju i različita sportska događanja, a među njima valja istaknuti jedriličarsku utrku *Fiumanku* koja je simbol prepoznatljivosti grada od 1999. godine i biciklističku utrku *Tour of Croatia* koja je međunarodnog karaktera i prolazi Rijekom.

Ključne karakteristike grada Rijeke u smislu njenog karaktera, atmosfere i vrste ponude formulirane su kao: hrabro, alternativno, educirano, interesantno i zabavno. Rijeka ima duh otvorenog i netradicionalnog lučkog grada s karnevalima, festivalima i rock scenom. Otvorena prema novim idejama i brojnim inicijativama čini ju fascinantnim i zanimljivim mjestom za posjet (Horwath Consulting, 2013).

### **2.3. Turistički pokazatelji**

Za analizu turističkih pokazatelja potrebno je koristiti podatke Državnog zavoda za statistiku o smještajnim kapacitetima, dolascima i noćenjima turista.

Prema statističkim pokazateljima Turističke zajednice grada Rijeka, u 2021. godini ostvareno je ukupno 109.932 dolaska, a ostvaren je promet od 371.942 noćenja. U usporedbi s 2020. godinom to je 78% više dolazaka, a 69% više noćenja nego prethodne 2019. godine. U ukupnom broju dolazaka domaći turisti sudjelovali su s 23%. Na području grada Rijeke najviše noćenje ostvarili su državljani Njemačke, a zatim slijede državljani Italije, BiH, Poljske, Češke, Srbije, Austrije, Mađarske, SAD-a i Francuske. Najveći je broj ostvarenih noćenja među turistima mlađe generacije od 19 do 30 godina, strani su turisti u prosjeku boravili 3,66 dana dok su domaći boravili 2,47 dana (Turistička zajednica grada Rijeke, 2022).

U tablici je prikazan statistički pregled noćenja i dolazaka stranih i domaćih gostiju za 2021. godinu i usporedba s 2020. i 2019. godinom. Možemo zaključiti da je najveći promet u 2019. godini, a najmanji 2020. godine, dok je 2021. povećan, ali nije dostigao razdoblje 2019. premda je Rijeka bila Europska prijestolnica kulture (Tablica 1.).

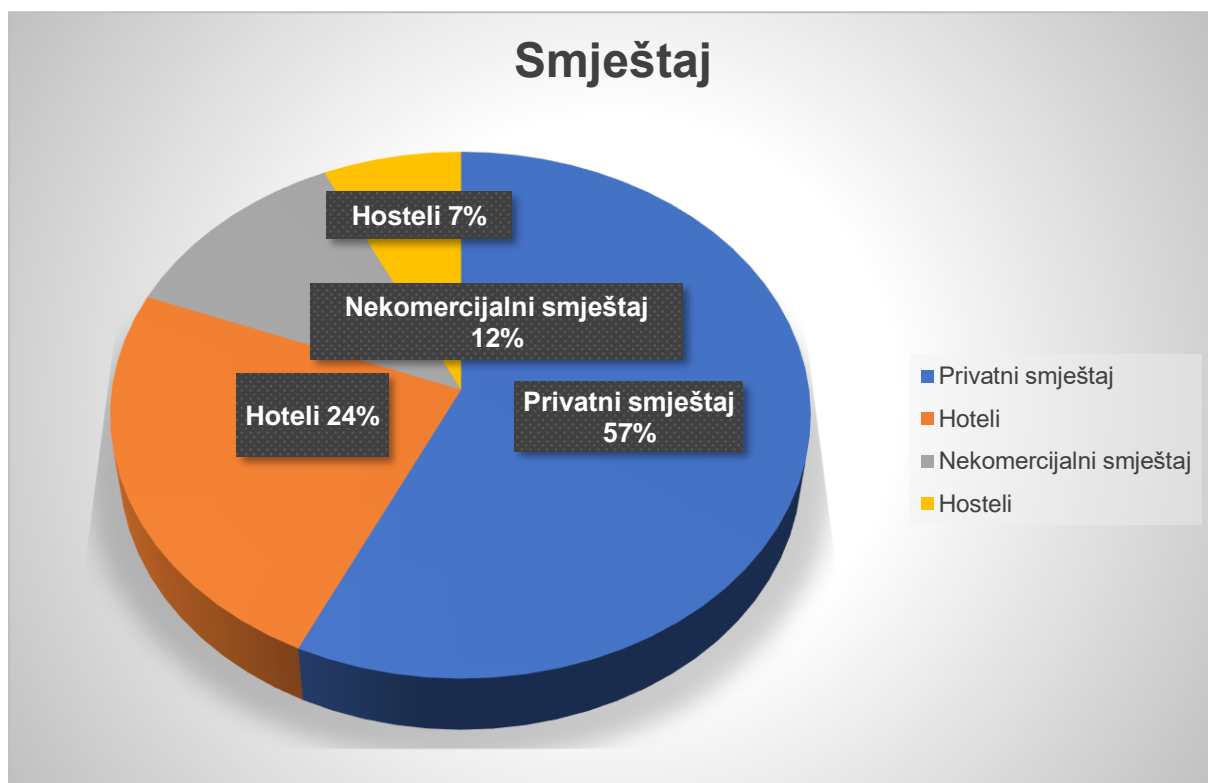
**Tablica 1. Dolasci i noćenja domaćih i stranih turista 2021. godine s usporedbom 2020. i 2019. godine**

Kategorija	Dolasci			Noćenja		
	Strani	Domaći	Ukupno	Strani	Domaći	Ukupno
2019.	135.191	31.377	166.568	387.947	79.773	467.720
2020.	42.143	19.538	61.681	163.683	55.996	219.679
2021.	84.358	25.574	109.932	308.701	63.248	371.949
Indeks 21./20.	200	131	178	189	113	169
Indeks 21./19.	62	82	66	80	79	80

Izvor: Izvještaj o turističkom prometu na području grada Rijeke za 2021. godinu (2022.). Dostupno na: <http://tz-rijeka.hr/statistika/> (06.05.2022.)

Najviše noćenja je ostvareno u privatnom smještaju, 212.311 odnosno 57%, zatim slijede hoteli s 87.655 noćenja ili 24%, nekomercijalni smještaj s 44.032 ili 12% noćenja i hosteli s 26.405 ili 7% noćenja. U grafikonu je statistički prikazan ostvareni promet noćenja gostiju u 2021. godini (Grafikon 1.).

**Grafikon.1. Ostvarena noćenja gostiju prema vrsti smještaja u 2021. godini**



Izvor: Prema podacima u Izvještaju o turističkom prometu na području grada Rijeke za 2021. godinu (2022.). Dostupno na: [http://tz-rijeka.hr/media/filer\\_public/06/ff/06ffa853-fb04-45c6-96f4-c244d2f866a2/izvjestaj\\_o\\_turistickom\\_prometu\\_grada\\_rijeka\\_za\\_2021\\_godinu.pdf](http://tz-rijeka.hr/media/filer_public/06/ff/06ffa853-fb04-45c6-96f4-c244d2f866a2/izvjestaj_o_turistickom_prometu_grada_rijeka_za_2021_godinu.pdf) (06.05.2022.)

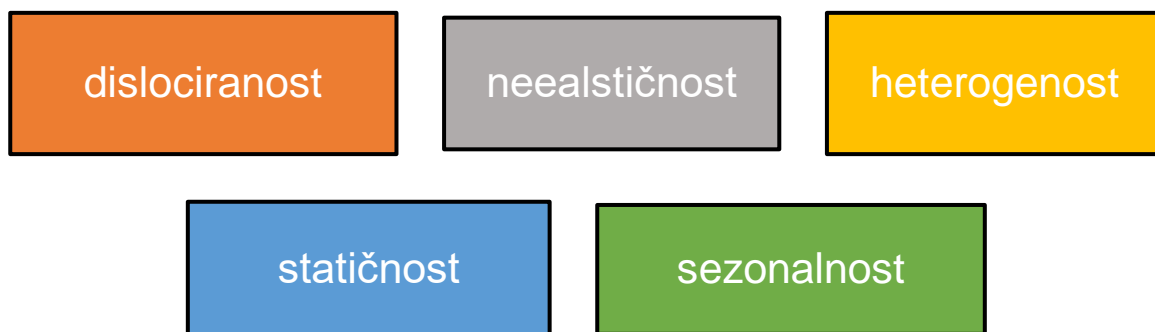
### 3.TURISTIČKA PONUDA GRADA RIJEKE

Turistička ponuda dio je turističkog tržišta na kojem se turistima nude i prodaju robe i usluge kojima zadovoljavaju svoje turističke potrebe. Obuhvaća tri osnovna elementa:

- privlačne ili atraktivne – biotropna i antropogena dobra o kojima ovisi turistička kvaliteta prostora, stupanj njegove privlačnosti i mogućnost turističke valorizacije
- prometne ili komunikacijske – prijevozna sredstva i prometna infrastruktura koja služi povezivanju turističke destinacije s potencijalnim tržištem
- prihvatne ili receptivne – mjerilo turističke razvijenosti - hotelijerstvo, restauraterstvo i svi dugi objekti i službe koji posredno služe turistima

Osnovne karakteristike turističke ponude su: dislociranost ponude od potražnje, neelastičnost, heterogenost, statičnost i sezonski karakter ponude (enciklopedija.hr).

#### Slika 2. Karakteristike turističke ponude



Izvor: Izrada autora prema HRVATSKA ENCIKLOPEDIJA, Turizam. Dostupno na:  
<https://enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=62763> (07.05.2022.)

Dislociranost ponude od potražnje znači da turist mora prijeći neku udaljenost do ponude koja mu se nudi, a neelastičnost znači da se ponuda ne može mijenjati i prilagođavati potražnji. Ponuda nije prenosiva i konzumira se samo na mjestu gdje se nudi. Heterogenost je jedan od uvjeta privlačenja gostiju koji žele zadovoljiti svoje potrebe u turizmu dok sezonalnost znači konzumaciju u određeno godišnje doba najčešće zbog klimatskih uvjeta (Slika 2.).

„Turistička ponuda je količina dobara i usluga koja se nudi turistima na određenom turističkom tržištu, u određeno vrijeme i po određenoj cijeni " (Pirjevec, 2008: 98).

Osnovni elementi od kojih se ponuda sastoji su smještaj, prehrana, prijevoz, posredovanje i ostali proizvodi i usluge.

### **3.1. Opće odrednice turističke ponude grada Rijeke**

Grad Rijeku su putnici i posjetitelji najčešće zaobilazili na svom putu prema nekom odredištu na Jadranu jer nisu bili upoznati s njenom turističkom ponudom. Moguće je da grad nije ulagao dovoljno u turistički promociju te je titula Europske prijestolnice kulture 2020. godine zasigurno poveznica koja je pomogla gradu u ostvarivanju svojih potencijala i povezala ju s Europom.

„Rijeka je svojom multikulturalnošću, prometnom povezanošću, infrastrukturom i geografskim položajem pogodno i kvalitetno mjesto za život, a isto i za nove investicije zbog uređene komunalne infrastrukture te usmjerenosti na nove tehnologije i inovacije. Rijeka je suvremeno regionalno i europsko središte kulturnog i urbanog turizma izgrađeno na multikulturalnim temeljima i bogatoj kulturi, industrijskoj i maritimnoj baštini iz koje izrastaju kreativne energije novog vremena – grad u kojem se svatko dobro osjeća“ (Institut za razvoj i međunarodne odnose – IRMO, Zagreb, 2015: 9). Rijeka je grad dolazaka i odlazaka, migracije stanovništva i ispreplitanja kultura.

Planom razvoja Primorsko-goranske županije grad Rijeka je viđen kao „prepoznatljiva destinacija jedinstvenih događaja i doživljaja, ugone u spoju urbanog ritma i tradicijske kulture“ (Sveučilište u Rijeci, 2005: 242). Takva vizija grada je u skladu s kandidaturom za prijestolnicu turizma Europe 2020.g. sa sloganom, Rijeka – Luka različitost.

Nakon analize obilježja grada Rijeke kao turističke destinacije, turističkih pokazatelja i karakteristika turističkog prometa istražuje se turistička ponuda grada Rijeke, ponuda smještaja, gastronomska ponuda, ponuda kulturno-povijesnih atrakcija i sportsko-rekreativna ponuda. Istražuju se i specifični oblici turizma, gradski turizam, kongresni turizam, vjerski, manifestacijski i kulturni turizam koji predstavljaju zasebne turističke proizvode. Sve ovo rezultira na kraju objektiviziranom slikom razvojnih mogućnosti Rijeke kao turističke destinacije.



### 3.2. Smještajna ponuda

Grad Rijeka nudi posjetiteljima različite vrste smještajnih kapacitete. To su uglavnom hoteli, hosteli, privatni smještaj i prenoćišta. Svi su ovi smještaji bitna komponenta turističke ponude za pružanje osnovnih ugostiteljskih smještaja turista. U 2021. godini prema podacima Turističke zajednice grada Rijeke u Izvještaju o turističkom prometu na području grada Rijeke na dan 31.12.2021. u sustavu *eVisitor* u nekomercijalnom smještaju je registrirano 968 obveznika, 1.112 objekta s 2.822 smještajne jedinice i 7.144 kreveta. Od toga je 6 hotela s 524 smještajne jedinice i 3924 kreveta, 105 objekata u ostalim ugostiteljskim objektima za smještaj (Druge vrste – kampovi) s 1.046 smještajnih jedinica i 2.839 kreveta. U nekomercijalnom su smještaju registrirana 2.576 objekta s 2.622 smještajne jedinice i 9.426 kreveta.

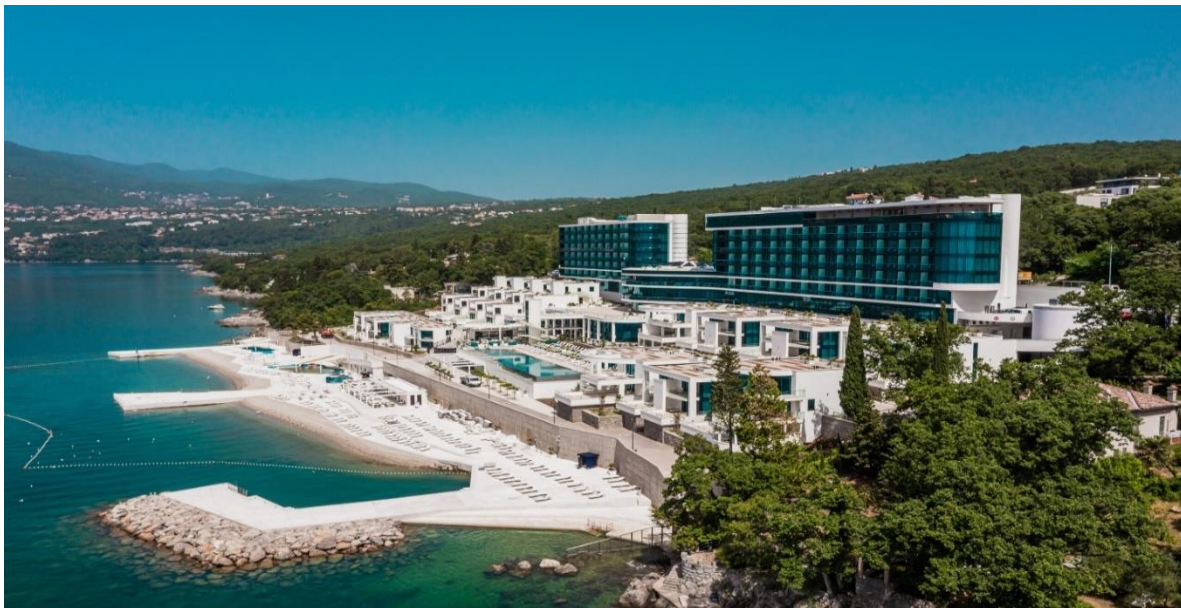
Većina se smještajnih objekata nalazi u samom gradu Rijeci, a hotelski smještaj čine hoteli: Hotel Bonavia, Hotel Jadran, Hotel Continental i Hotel Neboder.

- **Hotel Bonavia** sa 121 smještajnom jedinicom gradski je poslovni hotel sa 4 zvjezdice integriran u život grada, renoviran 2001. godine.
- **Hotel Jadran** smješten je na rubnom istočnom dijelu grada, kategorije 4 zvjezdice sa 69 smještajnih jedinica namijenjen poslovnim individualnim gostima i grupama. Smješten je na samoj obali pa ima plažu i pogodan je odmorišnim turizmu.
- U centru grada nalazi se **Hotel Continental** sa 69 smještajnih jedinica namijenjen poslovnim individualnim gostima i grupama. Sagrađen je još davne 1888., a renoviran 2008. godine.
- Na glavnoj cesti za ulazak u grad smješten je **Hotel Neboder** koji je integralni dio kompleksa Hrvatski dom kulture i u statusu je zaštićenog objekta. Ima 54 smještajne jedinice koje su relativno male i jednostavno uređene za poslovne goste i grupe.
- **Molo Longo** integralni je hotel, novi i jedini u Rijeci od 2018. godine koji čine 25 objekata u gradu sa zajedničkom recepcijom i uslugom doručka, a locirani su u samom centru grada. Prednost je integralnog hotela povećanje kvalitete i profesionalizacija obiteljskog smještaja te unaprjeđenje kvalitete turističke ponude. Rijeka je tranzitni grad, a 90% gostiju se zadržava u prosjeku 1,5 dana ovakva vrsta smještaja mijenja koncept boravka u destinaciji jer suvremeni

turisti žele u što kraćem roku doživjeti i posjetiti što veći broj destinacija (Novi list, 2018).

- **Hotel Hilton Rijeka Costabella Beach Resort & Spa** (Slika 3.), otvoren je 2021. godine na samoj obali između Rijeke i Opatije s privatnom plažom od 200 metara i privatnim sidrištem. Ovakav objekt s brojnim luksuznim sadržajima poput *wellnessa*, *fitnessa*, *fine-dining* restoranima, *lounge* barom pozicioniralo je destinaciju na viši nivo ponude turističkog smještaja (Fiuman.hr, 2021).

**Slika 3. Hotel Hilton Rijeka Costabella Beach & Spa Resort**



Izvor: Visit Rijeka (2021.). Dostupno na: <https://visitrijeka.hr/en/odmori-planiraj-i-istrazi/smjestaj/lista-objekata/57260/> (08.05.2022.)

„Iako je Rijeka bio grad koji je gostima služio samo kao prenoćište na putu u druga odredišta, situacija se pomalo počinje mijenjati, a grad postaje sve atraktivniji pogotovo u ljeto i proljeće kada se na ulicama može vidjeti dosta inozemnih turista koji proučavaju grad“ (Torpedo media, 2020).

Tome su zasigurno pridonijeli brojni riječki hosteli prepoznavši interes turista i porast broja noćenja. Rijeka je time povećala smještajne kapacitete i obogatila turističku ponudu. U gradu je smješteno 15 hostela, studentsko naselje Ivan Goran Kovačić koje u vrijeme školskih praznika stavlja na raspolaganje 116 kreveta te Studentski dom Trsat s 214 smještajnih jedinica.

Vrijeme Covida-19 donijelo je pad broja noćenja u turizmu, a pogotovo hostelima zbog specifičnog oblika smještaja u sobama i nedovoljne jasnoće propisanih mjera, pogotovo što je Rijeka bila 2020. prijestolnica kulture i očekivao se rekordan broj noćenja (RTL, 2020).

- Svakako treba istaknuti i **botel Marina** (brod-hotel), prvi takav otvoren u objektu Hrvatskoj s 35 soba, jedinstveni nagrađivani projekt hotela na brodu s cijelim nizom inovativnih rješenja i atraktivnim ponudom na izvrsnoj lokaciji u samom centru Rijeke (Botel Marina, 2022).
- **Prenočište Kantrida** u vlasništvu brodogradilišta 3.MAJ u ponudi ima smještaj trgovačkim društvima, prolaznim gostima i studentima još od 1987. godine, a raspolaže sa 144 soba. U blizini centra grada nalazi se i **prenočište Kala** s 18 kreveta.
- **Kamp na Preluku** duže je vrijeme bio devastiran i izvan funkcije, a 2020. godine Ministarstvo mora, prometa i infrastrukture preuzima i uređuje ovaj prostor smješten na atraktivnoj lokaciji s 300 metara namijenjenih kupanju, rekreaciji i sportovima na moru, ali više ne uključuje kamp kao sadržaj turističke djelatnosti (Torpedo media, 2021).
- **Privatni smještaj** su smještajni kapacitetu u vlasništvu fizičkih osoba, a obuhvaćaju apartmane, sobe i kuće za odmor. Turistička ponuda u 2021. godini sastoji se od prosječno 1252 smještajne jedinice. Kako se turizam u Rijeci sve više razvijao dolazi do naglog rasta i razvoja kapaciteta privatnog smještaja koji je u odnosu na 2014. godinu povećan sa 573 na 3895 ležaja. Prema kategorizaciji najveći je broj objekata s 3 zvjezdice, ali se bilježi i rast smještaja sa 4 i 5 zvjezdica koji mogu zadovoljiti i najviše standarde gostiju (Visit Rijeka, 2022).

Objekti s oznakom *Kvarner Family* pružaju provjerenu kvalitetu, standard i prepoznatljivost brendiranih apartmana i soba privatnih iznajmljivača s obiteljskim ugođajem i provjerenim gostoprimstvom.

### 3.3. Gastronomska ponuda

Turistička slika grada određena je geografskim položajem Rijeke u dnu Kvarnerskog zaljeva Jadranskog mora. Glavni turistički pečat daje geografski i prometni položaj što grad čini izrazito tranzitnim turističkim središtem. Prije izgradnje zaobilaznice gradom je u špicama turističkih smjena prolazilo i do 70 000 vozila na dan. Zbog svega toga ugostiteljstvo je rano postalo bitan oblik privređivanja u gradu koji danas ima mnoštvo specijaliziranih restorana, kavana, slastičarnica, gostionica, barova i drugih objekata potrebnih turistima, prolaznicima, izletnicima, ali i onima koji se u gradu dulje zadržavaju.

Na stranicama [Gastronauta.hr](http://Gastronauta.hr) kao najvećoj hrvatskoj bazi restorana i recepata prikazano je 109 objekata u Rijeci, od restorana i konoba, pizzerija, *buffeta* do objekata brze prehrane *fast food*, pivnica, zalogajnica, bistroa i *wine* barova.

Može se reći da su u gradu Rijeci dugo bili zastupljeni nekvalitetni ugostiteljski objekti, no njihova se struktura posljednjih nekoliko godina značajno promijenila. „Trendovi gastro ponude u svijetu usmjereni su prema ponudi prirodno zdrave hrane s manje kalorija i većim udjelom povrća i voća pristupačne na svakom mjestu gdje se gosti kreću i s povoljnim cijenama“ (Kombol, 1998: 13).

Na širem području grada postoji tradicionalna gastronomska ponuda koja je na visokom nivou s nagrađivanim restoranima lokalne i mediteranske kuhinje. U samom gradu Rijeci gastro ponuda je relativno ograničena s neodgovarajućim radnim vremenom objekata za lokalno stanovništvo i turističku potražnju.

Projekti *Kvarner gourmet* i *Kvarner food* pokrenuti su zbog poticanja ugostiteljske ponude i stvaranja gastronomske prepoznatljivosti i kvalitete, a tri riječka restorana, Riva's Trattoria, Belgijska pivnica i Restoran Morčić uvrštena su u *Kvarner food* brendove (Turistička zajednica Kvarnera, 2014).

„Riječke gastronomske luke“ najnoviji su projekt Turističke zajednice Grada Rijeke i partnera u kojem sudjeluje 25 restorana, a gastronomskim je lukama dodijeljeno 39 titula u devet glavnih kategorija, npr. Romantične luke, Obiteljske luke, Poslovne luke

već prema ponudi i ambijentu koje nude sa svrhom profiliranja ugostiteljskih objekata, povećanja kvalitete i prepoznatljivosti riječke ugostiteljske ponude (Glas Istre, 2022).

### 3.4. Ponuda kulturno-povijesnih atrakcija

Nova iskustva i novi doživljaji motiviraju turiste da posjete kulturno nasljeđe. Povijest, kultura i arhitektura često su jedan od glavnih motiva za dolazak u turističku destinaciju. Sve zahtjevniji turisti očekuju sve kvalitetniju ponudu, a kulturno nasljeđe daje destinaciji autentičnost i čini je prepoznatljivom na tržištu. Turisti motivirani kulturnim motivima u kontekstu putovanja identificiraju se u težnji za otkrivanjem i upoznavanjem drugih kultura, ljudi, glazbe, umjetnosti, folkloru i sl. Težnja za otkrivanjem autentičnog nasljeđa gotovo je uvijek na popisu motiva za putovanje. Nije dovoljno samo ponuditi kulturno-povijesne znamenitosti već kulturni resursi moraju biti za gosta izvor emocija i pružiti određeni doživljaj, potrebno je od resursa stvoriti atrakciju (Vrtiprah, 2006).

U Rijeci je velik broj kulturno-povijesnih spomenika koji pripadaju različitim razdobljima povijesti grada. Koliko je grad bogat kulturno-povijesnom baštinom najbolje svjedoči 58 kulturnih zaštićenih dobara na popisu Ministarstva kulture RH. Nažalost, nisu sva dobra uključena u turističku ponudu. Turistima su zanimljiva Stara vrata kao najstariji arhitektonski spomenik. U centru grada nalaze se Katedrala sv. Vida i Crkva Uznesenja Blažene Djevice Marije, a značajan je i gradski toranj te mnoge palače: Guvernerova, Adria, Modello, kazališta Ivana Zajca, Kalvarija i Gradsko kazalište lutaka Rijeka. Kulturnom dobru pripadaju i upravna zgrada bivše Rafinerije šećera kao jedna od najljepših baroknih palača, a obnovljena je i pretvorena u muzej 2020. godine. Zgrada bivšeg Lazareta na periferiji grada nekada pomorski zdravstveni objekt zdanje je kasnoga baroka, a danas je tu vatrogasno sjedište.

- **Trsat** je omiljeno mjesto Riječana, a prvi se puta spominje 799 godine. Trsatski kaštel jedna je od najstarijih fortifikacija i u početku je bio osmatračnica, no prestankom opasnosti od Turaka i Venecije izgubio je stratešku važnost. U okrugloj kuli grof Laval Nugent kao posljednji vlasnik uredio je muzej za arheološke iskopine. Jezgra Kaštela je danas obnovljena i prilagođena namjeni turističkog izletišta. Trsatska gradina je omiljeno izletišta, a i mjesto održavanja likovnih, glazbenih i dramskih priredbi tijekom ljetne sezone. Crkva Gospe

Trsatske, međunarodno je svetište koje posjećuju mnogi vjernici koji ovdje hodočaste kako bi se poklonili Majci Božjoj Trsatskoj (Slika 4.).

#### Slika 4. Trsat



Izvor: Visit Rijeka (2020.). Dostupno na: <https://visitrijeka.hr/vidi-i-dozivi/atrakcije/lista-atrakcija/481/> (11.05. 2022.)

- **Guvernerova palača** - Pomorski i povijesni muzej Hrvatskog primorja Rijeka, jedna je od najznačajnijih riječkih povijesnih palača građena kao poslovno-rezidencijsko središte riječkog guvernera koju je projektirao 1892/93. A. Hauszmann. Od 1948. djeluje kao muzej koji od 1964. prikazuje razvoj pomorstva Rijeka od početka do danas. Guvernerova je palača na listi zaštićenih nepokretnih kulturnih dobara kao spomenik profane graditeljske baštine (Riječka baština, 2022).
- **Katedrala svetog Vida** - izgradnja je trajala gotovo cijelo 17. stoljeće, a sveti Vid je zaštitnik grada Rijeka. Jedina je barokna rotunda monumentalnih proporcija u Hrvatskoj. Katedrala ima galeriju rijetkih umjetničkih slika, knjiga i grafika te ostalih sakralnih umjetnina (Visit Rijeka, 2022).
- **Gradski toranj** – nekoć ulaz u grad, a danas simbol Rijeka. Prepoznatljiv je po grbu dvoglavog orla i gradskom satu. Sagrađen je u srednjem vijeku i ima dominantnu poziciju na korzu u centru grada.

Kulturne ustanove u gradu Rijeci su Prirodoslovni muzej grada Rijeka, Pomorski i povijesni muzej hrvatskog primorja, Državni arhiv u Rijeci, Art-kino, Muzej grada Rijeka, Muzej moderne i suvremene umjetnosti, Hrvatsko narodno kazalište Ivana pl. Zajca, Gradsko kazalište lutaka i Gradska knjižnica Rijeka.

Muzejska ponuda u Rijeci nije previše atraktivna u turističkom smislu, tj. ne udovoljava osnovnim potrebama turističkog tržišta (radno vrijeme, vrijednost za novac) što znači da se povijest ne predstavlja na adekvatan način, a često je sama zgrada muzeja atraktivnija od muzejskog postava koje se nedovoljno promiču. Cijene ulaznica su također preskupe ako uzmemo u obzir postave i razinu doživljaja za posjetitelje te je potrebno unaprijediti ovaj dio turističke ponude (Horwath Consulting, 2013).

### 3.5. Sportsko-rekreacijska ponuda

Grad Rijeka ima bogati niz sportsko-rekreacijskih sadržaja koji su značajni za stanovnike grada kao i za turističku ponudu. U samom gradu i bližoj okolini postoji 29 sportsko-rekreacijskih objekata, bazena, igrališta, dvorana, stadiona, igrališta i streljana. Među njima možemo istaknuti nekoliko velikih i nagrađivanih zdanja.

- **Centar Zamet** – sportsko-rekreacijski javni kompleks za koncerte, kongrese i sport sagrađen 2009. godine. Služi organizaciji najzahtjevnijih sportskih natjecanja, društveni je i poslovni centar zapadnog dijela Rijeke (Grad Rijeka, 2022).
- **Bazeni Kantrida** – sportsko-rekreacijski urbani kompleks s pet bazene i popratnim ugostiteljskim sadržajima s najmom poslovnih prostora, konferencijskih dvorana i sala, trga i sunčališta, korištenjem bazena za sportske klubove, fitnessom i plažama (Slika 5.).
- **Stadion Kantrida** - dio sportsko-rekreacijsko centra namijenjen atletici i nogometu.
- **Atletska dvorana Kantrida** – namijenjena je treninzima atletičara kao i natjecanjima u sportskim i rekreativnim aktivnostima. U sklopu dvorane je i umjetna stijene za penjanje visoka 12 metara. Svi su objekti pokrivni internetom i prilagođeni osobama s invaliditetom.
- **Astronomski centar Rijeka** – edukacije o Svemiru uz filmove i interaktivne prezentacije u planetariju uz promatranja teleskopom, radionice i predavanja. Organiziraju se posjete za mlade istraživače i odrasle u grupama uz stručno vodstvo (Rijeka sport, 2022).

U Rijeci postoje različite mogućnosti rekreacije, u prirodi i na terenima u okviru programa rekreacije. Među njima možemo istaknuti **Riječke šetnice**, projekt kojim se

promiču aktivnosti kretanja u prirodi, a namjera je povezivanje jugoistoka i sjeverozapada grada za pješaćenje miješanjem prirodnog i urbanog dijela grada (Grad Rijeka, 2022.) Staze se nadovezuju na poznate planinarske staze Rijeke i okolice. Do sada su otvorene šetnice Plumbum-Trsat, Trsat-Orehovica-Maršić, Kroz kanjon Rječine, Costabella, a na području Rijeke i riječkog prstena zajedničkim projektom turističkih zajednica kroz projekt *Rijeka Trails* obuhvaćeno je 30 šetnica i planinarskih staza Rijeke i okolice.

Ljubitelji trčanja, brzog hodanja ili lagane šetnje doći će na svoje već u samom srcu grada – paralelno s riječkom rivom, proteže se lukobran dugačak 2 km s pogledom na Rijeku s morske strane. Na zapadnoj strani grada smještena je još jedna morska šetnica pogodna za slične aktivnosti – obalni put Kantridav- Costabella - Preluk, koja ima i fitness sprave na otvorenom (Visit Rijeka, 2022).

- **Bike Rijeka** - biciklističke staze Rijeke i okolice namijenjene ljubiteljima aktivnog odmora i rekreacije. Uz brošure i karte u ponudi je i mobilna aplikacija koja gostima omogućava pretraživanje četrdesetak staza na Google karti i navigaciju s opisima atrakcija, smještajem, servisima i sl. (Bike Rijeka, 2022).
- **Plažni sadržaji** - Rijeka u ponudi ima više gradskih plaža koje su na raspolaganju stanovnicima i posjetiteljima, a od 22 plaže nekoliko ih ima plavu zastavu, nekoliko ih je dobro infrastrukturno opremljeno, a sve su dostupne gradskim prijevozom. Rijeka je zbog razvedene obale atraktivna i ronjocima, a poznato je mjesto za *windsurfing* zbog vjetrova tramontane koji ovdje puše omogućavajući nezaboravno jedenje i surfanje.

### Slika 5. Bazeni Kantrida



Izvor: Visit Rijeka (2020.). Dostupno na: <https://visitrijeka.hr/vidi-i-doživi/aktivnosti-i-ideje-za-boravak/za-sportske-tipove/> (12.05.2022.)



## 4. SPECIFIČNI OBLICI TURIZMA GRADA RIJEKE

Kao protuteža masovnom obliku turizma razvijaju se specifični oblici turizma prilagođeni individualnim potrebama turista. Takvi se oblici turizma počinju razvijati 70-ih godina 20. stoljeća, a na putovanjima turista postoje ciljevi specifičnog interesa. Masovni turizam postaje neodrživ i neprihvatljiv te se razvijaju selektivni oblici turizma. Dolazi do individualizacije u turističkim tokovima, a turisti koji preferiraju selektivne oblike su obrazovaniji i odgovorniji od drugih turista. Turist je u centru turističkog proizvoda, a ponuda prilagođena manjim grupama turista. Individualne želje turista u sklopu selektivnih oblika turizma nametnule su potrebu kojim turizam nije više globalni proizvod već ima specijalizirani oblik prilagođen ciljanim skupinama.

U gradu Rijeci turistička se ponuda diverzificira s naglaskom na kulturni, vjerski, gradski, manifestacijski i kongresni turizam.

### 4.1. Vjerski turizam

Vjerski turizam u Hrvatskoj razvijao se većinom oko marijanskih svetišta, a povijesni izvori dokazuju sudjelovanje Hrvata u hodočašćima. Marijanska svetišta privlače do 80 posto svih vjerskih kretanja u kršćanstvu. Hodočašćenje, simbolizirajući čovjeka putnika, danas je univerzalni fenomen koji se očituje ne samo u višeslojnom iskustvu vjere već i u iskustvu promjene prebivališta i boravka u specifičnim odredištima. Hodočasnici se mogu smatrati turistima motiviranih vjerom, a hodočašća oblikom turizma (Čorak i Mikačić, 2006).

Grad Rijeka prepoznao je značaj vjerskog turizma i njegovih pozitivnih učinaka te donio Strategiju razvoja vjerskog turizma grada Rijeke do 2020. godine. Strateški ciljevi u skladu s misijom i vizijom razvoja vjerskog turizma u Rijeci jesu:

- Pozicioniranje Rijeke kao prepoznatljive destinacije vjerskog turizma valorizacijom sakralne baštine
- Unaprjeđenje integralnog turističkog proizvoda temeljenog na vjerskim motivima
- Povećanja turističkog prometa i zadovoljstvo turista i hodočasnika boravkom u gradu
- Razviti i primijeniti model upravljanja vjerskim turizmom u Rijeci

Za provedbu strategije određena su tri tijela i modela upravljanja: Turistička zajednica grada Rijeke, destinacijska menadžment kompanija i poseban klaster vjerskog turizma. Rijeka je još uvijek nedovoljno prepoznata kao odredište vjerskog turizma, a najveći broj turista dolazi zbog trsatskog svetišta.

„Među brojnim vjerskim objektima ističu se: Svetište Majke Božje i franjevački samostan na Trsatu, katedrala sv. Vida, crkva uznesenja Blažene Djevice Marije, crkva svetog Jeronima i dominikanski samostan, crkva Gospe Lurdske i kapucinski samostan, crkvice sv. Fabijana i Sebastijana, crkva sv. Nikole, džamija, baptistička crkva i sinagoga“ (Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci, 2015: 18).

Trsat je jedno od najpoznatijih marijanskih svetišta, a prijenosom Marijine kućice iz Nazareta na Trsat 1291. započinje povijest svetišta. Nakon prijenosa kućice u Anconu, na tom su mjestu 1453. godine izgrađeni crkva i franjevački samostan. Svetište Gospe trsatske je najstarije marijansko svetište u Hrvatskoj.

Resursi turističke ponude su čudotvorna slika Majke Milosti, sama Crkva Gospe Trsatske čija je izgradnja počela u 15. st., a danas je bazilika bidermajerskog stila, franjevački samostan s kapelom zavjetnih darova, knjižnicom i galerijom umjetnina, trsatske stube sa svojim kapelicama i Marijin perivoj koji služi kao križni put i otvorena pozornica (Horwath Consulting, 2013).

**Trsatsko Svetište Majke Božje** najposjećenije je vjersko odredište s oko 100 000 hodočasnika godišnje, u njemu se održava Festival hrvatskih katoličkih filmova, a boravak Svetog oca Ivana Pavla II 2003. godine potvrđuje značaj svetišta i njegovu znamenitu povijest. „Ukupan broj svih posjetitelja je prema podacima Franjevačkog samostana u Rijeci na Trsatu oko 300 000 te ga opravdano nazivaju Hrvatskim Nazaretom. Smještajna ponuda samog svetišta nije dovoljno razvijena te gosti najčešće nalaze smještaj u gradu Rijeci i okolnim mjestima koja su dobro prometno povezana i nisu previše udaljena“ (Hegeduš i Koščak, 2014: 4).

Virtualni vodič u razgledu svetišta iz 2021. godine obogatio je turističku ponudu panoramom od 50 ključnih točaka s interaktivnim sadržajem što će dodatno doprinijeti

imidžu grada, promidžbi sakralne baštine i biti dodatan motiv dolaska u destinaciju (Grad Rijeka, 2021).

Trsatsko svetište okuplja najveći broj posjetitelja, a oblikovanju identiteta grada Rijeke u vjerskom smislu pridonose i mnogi drugi objekti i događaji svih vjerskih zajednica koje djeluju u Rijeci (Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci, 2015).

**Islamski kulturni centar** kulturno je središte islamske zajednice, a džamija na Hostovom bregu kao njegov središnji dio jedinstven arhitektonski objekt, proglašena je najljepšom u Europi (Slika 6.). Sastoji se od četiri razine, molitvenog dijela, galerije za žene, ugostiteljskih sadržaja za sve posjetitelje te polivalentne dvorane za kulturna i društvena okupljanja. (Grad Rijeka, 2015).

#### **Slika 6. Islamski centar i džamija u Rijeci**



Izvor: Visit Rijeka (2020.). Dostupno na: <https://visitrijeka.hr/vidi-i-dozivi/atrakcije/lista-atrakcija/513/> (14.05.2022.)

U Gradu Rijeci obilježavaju se blagdani mnogih vjerskih zajednica, a to su događaji koji privlače brojne posjetitelje i najveći su turistički potencijal vjerskog turizma: blagdan sv. Vida, blagdan Velike Gospe, blagdan Male Gospe, Trsatski Marijini dani, blagdan sv. Jurja, blagdan sv. Nikole i dr.

Mnoštvo sakralnih objekata i vjerskih zajednica bogata su resursna osnova za razvoj vjerskog turizma na području grada, a pripadajuće vjerske manifestacije su značajna nadogradnja unaprjeđenja turističkih proizvoda temeljenih na vjerskim motivima.

## 4.2. Manifestacijski turizam

Manifestacije i turizam su usko povezani pošto su manifestacije često dio turističke ponude neke destinacije. Manifestacijama se promovira autentičnost i tradicija nekog kraja, oživljavaju događaji iz prošlosti ili stvaraju novi u svrhu zabave u raznim aktivnostima. Mogu biti kulturnog, sportskog, znanstvenog, zabavnog ili poslovnog karaktera. Na području grada Rijeke održava se velik broj događaja/manifestacija što stvara veliku ulogu u kreiranju turističke ponude od povijesnih i religioznih do kulturnih manifestacija i festivala.

Riječki karneval je zasigurno najpoznatija manifestacija i izvan granica Hrvatske, a ističu se i brojne druge manifestacije među kojima su Riječke ljetne noći, Dani sv. Vida ili Dani grada Rijeke, Riječki advent, festival popularne duhovne glazbe Vidfest, Međunarodni festival malih scena Rijeka, Revija lutkarskih kazališta u Rijeci, Ljeto na Gradini, Međunarodni festival Jazz Time, Ri Rock, Matetićevi dani, Spajalica, Impulse festival, STIFF, Zoom festival, Sailor festival, Vrisak-književna manifestacija i drugi.

- **Riječki karneval** izrastao na mesopusnoj tradiciji, obnovljen je 1982. godine u cilju promidžbe i očuvanja višestoljetne tradicije, a centralni je događaj karnevalska povorka kroz uži centar grada (Slika 7.). Jak je turistički adut grada Rijeke, zabavno-sportska i kulturna manifestacija. Zahvaljujući raznovrsnom i atraktivnom programu, pruža jedinstvenu ponudu i nezaboravan doživljaj brojnim posjetiteljima te je uvršten u mega-projekt hrvatskog turizma kao izuzetan turistički proizvod (Visit Rijeka, 2021).

### Slika 7. Riječki karneval



Izvor: Putovnica.net (2019.). Dostupno na: <https://www.putovnica.net/files/foto/rijecki-karneval-povorka.jpg> (16.05.2022.)

- **Riječki advent** – blagdansko raspoloženje na Trsatskom kaštelu i riječkom korzu uz bogatu ponudu na štandovima u adventskim kućicama, a odnedavna i kod riječkog kazališta. Uz kulturno-zabavni program tu je i ponuda riječkih ugostitelja na Ri Gastro Adventu, a za turiste koji borave u gradu dva ili više noćenja TZK Rijeke omogućila je *Winter Pass* za besplatno razgledavanje gradskih atrakcija.
- **Riječke ljetne noći** – program manifestacija scenskih i glazbenih izvedbi domaćih i stranih umjetnika koji se održava tijekom lipnja i srpnja na više lokacija u gradu, a Rijeku je uvrstio u europske gradove prepoznatljive po ljetnim kulturnim programima.
- **Ljeto na Gradini** – glazbeno-scenska manifestacija na Trsatskoj gradini s nastupima poznatih hrvatskih i međunarodnih umjetnika koju je proteklih godina posjetilo više od 100 000 posjetitelja tijekom ljetnih mjeseci.
- **Festival popularne duhovne glazbe „Vidfest“** u organizaciji mladih Riječke nadbiskupije s ciljem popularizacije i promocije duhovne glazbe i humanitarnog karaktera uz pjevanje i muziciranje solista i zborova riječke nadbiskupije, ali i iz cijele Hrvatske.
- **Dani sv. Vida ili Dani grada Rijeke** - manifestacija u organizaciji Riječke nadbiskupije i Grada Rijeke te brojnih partnera tijekom lipnja uz sportska, vjerska, kulturna i zabavna događanja koji kulminiraju procesijom 15. lipnja na sam Dan sv. Vida, zaštitnika grada.

### 4.3. Gradski turizam

Gradski ili urbani turizam možemo definirati kao boravak turista u nekom gradu ili turističko događanje u gradskom dinamičnom i složenom socioekonomskom sustavu čiji je turizam samo jedan manji dio. U gradovima dolazi do transformacije obnovom, proširenjem kulturno-povijesnog nasljeđa i gradskih jezgri.

„Tržište “gradskog odmora” počelo je rasti od sredine 1980-ih godina. Rast ovog tržišta dešavao se bez fluktuacija koje su zabilježene u mnogim drugim dijelovima turističke industrije. Jedan od važnijih trendova u svjetskom turizmu, posljednjih godina je porast kratkih putovanja (short break). Proizvod Gradski odmor ili „City break“ je kratki gradski

odmor koji obično traje između 1 – 4 dana, ponekad i duže, a predstavlja drugi, treći ili četvrti odmor u godini “(Milošević, 2011: 67).

„Gradski turizam oblik je turizma koji se odvija u urbanim sredinama čije se gospodarstvo temelji na upravi, industriji, trgovini i uslugama te predstavljaju prometna čvorišta. Gradske destinacije nude široku i raznoliku paletu kulturnih, arhitektonskih, tehnoloških, društvenih i prirodnih doživljaja i proizvoda za razonodu i poslovne aktivnosti “(Institut za turizam, 2018: 11).

Prema nalazima studije Ključni elementi u razvoju i planiranju turizma grada Rijeke (Horwath Consulting, 2013), Rijeka se u svom osnovnom proizvodu fokusira na urbani turizam.

„Grad je osnovna pozornica svih turističkih događanja Rijeke koja onda objedinjuje i kulturnu ponudu/proizvodnju grada, vjeru kao sub-proizvod, aktivnosti i sve ostalo što Rijeka trenutno nudi i što može nuditi u budućnosti. Urbani turizam na globalnoj sceni bilježi značajan rast“. Za Rijeku je ovaj trend obećavajući obzirom na četiri relevantna turistička proizvoda koja se uklapaju u razvoj urbanog turizma: kulturni turizam, vjerski turizam, MICE turizam i *city break* turizam. Svi navedeni proizvodi imaju snažnu kulturnu komponentu i dijelom su kulturnog turizma te su okosnica urbanog turizma u Rijeci (Institut za razvoj i međunarodne odnose – IRMO, Zagreb, 2015: 36).

Proces gradskog turizma mijenja ekonomsku bazu grada, urbanističku strukturu i kulturu urbanog života stanovnika grada, a uvjetovan je političkim procesom donošenja odluka i liderskim kapacitetima, tj. partnerstvom između javnog i privatnog sektora kao i programima konkurentnosti za jačanje turističkih proizvoda (Horwath consulting, 2013).

U fokusu funkcioniranja uspješnih gradskih destinacija nalazimo nezaboravno okruženje u samom centru grada, konkurentnost termina festivala i događaja, promociju kao važnu strategiju oglašavanja, poslovni turizam, obalu, prijevoz kao potporu turizma, obrazovanu radnu snagu u turizmu, program održivosti i suradnju.

Turisti raznim Internet alatima stvaraju imidž destinacije koristeći blogove, društvene mreže, čitače, foto i video dijeljenje, *peer-to-peer* vijesti, u novije vrijeme i Airbnb, a dinamični razvoj turizma u Rijeci povećao je privlačnost i stvorio reputaciju pametne turističke destinacije koja olakšava pristup turističkim sadržajima putem ICT alata.

U Planu razvoja Grada za razdoblje od 2021.- 2027.godine, Rijeka bi trebala postati grad održivih i inovativnih rješenja u turizmu. Prometnula bi se iz tranzitne destinacije u destinaciju koje je turistu osnovni motiv za dolazak. Ulaganja u digitalne alate, proizvode i usluge, jednake mogućnosti i pristup za sve, održivi razvoj lokalnog područja te podrška kreativnim industrijama, lokalnim resursima i nasljeđu, posljedično bi dovela do kandidature za titulu *SmartTourismCapital EU* do 2030. godine. Rijeka ne bi ovisila o sezoni već bi se turistička ponuda temeljila na prirodnim i kulturnim resursima unaprijeđenim inovativnim rješenjima i digitalnim tehnologijama.

#### 4.4. Kongresni turizam

„Poslovni turizam oblik je turizma u kojem posjetitelji putuju iz profesionalnih i/ili poslovnih razloga do odredišta izvan mjesta rada i boravka, s ciljem sudjelovanja na sastanku, poslovnoj aktivnosti, ili događanju. Ključne sastavnice poslovnog turizma su sastanci, incentive/poticajna putovanja, stručni skupovi i izložbe. U poslovnom turizmu pojam 'industrija skupova' objedinjava objekte i usluge koji se koriste u djelatnosti organiziranja skupova. Poslovni turizam može se spojiti s bilo kojim drugom vrstom turizma tijekom istog putovanja“ (Institut za turizam, 2018: 10).

Za kongresni ili poslovni turizam danas se često koristi izraz MICE (*Meeting, Incentives, Confefences & Exhibitions*), a jedna je od najbrže rastućih grana turizma posljednja dva desetljeća u svijetu. Analiza kretanja u kongresnom turizmu ukazuje na klimatske elemente pri odabiru lokacije održavanja nekog poslovnog sastanka, ali najveći utjecaj imaju kongresne mogućnosti nekog mjesta.

Jedan od zastupljenijih oblika turizma u Rijeci je poslovni turizam. Grad trenutno raspolaže s kongresnim kapacitetom za više od 3.500 sudionika. Zbog nastojanja da se Rijeka pozicionira kao kongresna destinacija, 2008. godine pri Turističkoj zajednici grada Rijeke osnovan je Kongresni ured. Primarna funkcija tog ureda bila je promidžba i osmišljavanje kongresne ponude sa svrhom privlačenja raznih kongresa. Godine 2012., novom sistematizacijom radnih mjesta aktivnosti Kongresnog ureda preraspoređene su i preuzeo ih je voditelj marketinga. Unatoč tome, Rijeka je domaćin raznim kongresima, simpozijima i gospodarskim priredbama kao što su Rijeka Nautic show, Crovespa, Sajam automobila, Mineralexpo, Međunarodni sajam dragog i

poludragog kamenja, Magifest, Festival najboljih mađioničara Hrvatske itd. (Institut za razvoj i međunarodne odnose – IRMO, Zagreb, 2015).

Rijeka ima bogatu ponudu sadržaja za konferencije i sastanke, a generatori događanja u okviru MICE ponude su sportske institucije, Sveučilište u Rijeci i farmaceutske kompanije. U Rijeci su većinom zadovoljeni uvjeti razvoja kongresnog turizma, a to su prometna dostupnost destinacije, kvaliteta infrastrukture, raspoloživost i kvaliteta objekata, hotelska ponuda, sigurnost i sadržajnost destinacije, atraktivnost i imidž te dostupnost tehnologije. Kongresni turizam donosi gradu produženje sezone i veću potrošnju gostiju te je 2016. godine stvoren Nacionalni program – Akcijski plan razvoja kongresnog turizma.

Turizam na području Grada Rijeke, prema svim pokazateljima, u velikom je porastu. No, promatrajući podatke, uočljiva je činjenica da unatoč povećanju većine turističkih performansi postotak popunjenosti smještajnih kapaciteta bilježi konstantni pad uspoređan s povećanjem broja smještajnih kapaciteta. Kao veliki problem nameće se porast kapaciteta privatnoga smještaja dok porast kapaciteta hotelskoga smještaja izostaje.

Hotelski smještaj važan je faktor "ozbiljnosti" destinacije okarakterizirane kao turističke, jer privlači turiste visoke platežne moći te poslovne turiste. Recimo, primjerice, da na području grada za organizaciju većih događanja, hotelski smještaj nema dovoljno kapaciteta te nije u stanju primiti veći broj ljudi (npr. u okviru kongresnog turizma). Stoga je od iznimnog značaja novoizgrađeni hotelski kompleks Hilton Rijeka Costabella Beach Resort&Spa. Uz svjetski poznati lanac koji nudi kvalitetnu uslugu, radi se o kompleksu sa 132 sobe, 66 vila i spa-zoni na 3.000 m<sup>2</sup>. Također su adaptirani Hotel Park i Hotela Neboder, sastavnica Jadran hotela te je njihova kategorizacija podignuta na razinu 4 zvjezdice. Ostale smještajne objekte za potrebe poslovnoga turizma nije potrebno niti naglašavati, jer takva vrsta turista u velikoj većini slučajeva odabire hotel kao smještajni objekt.

Plan razvoja grada Rijeke za razdoblje od 2021.- 2027. g ističe da je „trenutna popunjenost smještajnih kapaciteta nezadovoljavajuća što ukazuje na nedovoljnu suradnju gospodarskih, obrazovnih, kulturnih i turističkih subjekata kao i nedovoljnu prepoznatljivost Rijeke kao turističke destinacije. Kao drugi problem nameće se duljina



trajanja boravka turista u destinaciji. Iako se u posljednjih nekoliko godina povećala, i dalje je, za grad koji želi biti okarakteriziran kao turistička destinacija, nizak. Navedeno i u strateškim dokumentima usmjerenima razvoju turizma Grada Rijeke, potrebno je ostvariti kvalitetniju suradnju s turističkim posrednicima kako bi se osmislili novi turistički programi te potakla prodaja u samoj destinaciji. Osim posrednika, potreban je veliki angažman ostalih turističkih subjekata (činitelja turističke ponude) s povećanjem ponude te jačanjem promocije Rijeke kao turističke destinacije“ (Grad Rijeka, 2021: 48).

Na području grada Rijeke prema podacima Poslovnog turizma, specijalizirane Internet stranice za kongresni i poslovni turizam, Rijeka raspolaže s 12 kongresnih prostora.

#### **4.5. Kulturni turizam**

„Kulturni turizam je za razliku od ostalih turizma specijalnih interesa vrlo kompleksan jer podrazumijeva široku paletu aktivnosti, od posjeta kulturno-povijesnim spomenicima preko obilaska muzeja i galerija, prisustvovanja koncertima, sve do upoznavanja lokalne kulture i običaja. Kvalitetna ponuda u kulturnom turizmu podrazumijeva suradnju kulturnog i turističkog sektora koji su vrlo različiti“ (Čorak, D., Mikačić, V., 2006: 121).

Postoje brojne definicije kulturnog turizma pa možemo reći da „kulturni turizam označava kretanje ljudi koje je uzrokovano kulturnim atrakcijama izvan njihovog uobičajenog mjesta stanovanja, s namjerom prikupljanja novih informacija i iskustava kako bi zadovoljili svoje kulturne potrebe“ (Richards, 1999: 17).

„Neki ga nazivaju kulturnim turizmom, neki turizmom baštine, neki turizmom kulturne baštine. Svi ipak dijele istu odgovornost: upoznavanje turista s onim što naš grad, regiju ili državu čini različitim ili zanimljivim, bez obzira je li to umjetnost, kultura, povijest ili sve zajedno“ (Jelinčić, 2008: 41-42).

Konačno, vezanost turizma uz kulturu dovodi do složene tipologije kulturnih turista, nekad teško objašnjive. Naime, kompleksnost definicije pojma kulturnog turizma odražava se i na kompleksnost poimanja kulturnih turista (Dadić, 2014).

Najveći je značaj kulturnog turizma u ekonomskom smislu jer su kulturni turisti većeg platežnog potencijala. Istovremeno su obrazovani, potaknuti kulturom i informirani pa je Vlada RH u Strategiji razvoja kulturnog turizma podijelila kulturne turiste u tri kategorije:

- turisti motivirani kulturom - elitna kulturna događanja i turistički paketi,
- turisti inspirirani kulturom – poznati lokaliteti i atrakcije, koncerti i manifestacije,
- turisti privučeni kulturom – ležerni, posjet atrakcijama ako su u ponudi

(Institut za turizam, 2003).

Danas korisnike u kulturnom turizmu gledamo iz mnogo šire perspektive, a svakodnevni je izazov izazvati, zaokupiti i potaknuti emocije posjetitelja. Turistički se stručnjaci u visoko konkurentnom okruženju okreću kreativnim industrijama, pa tako i kulturnoj industriji, kako bi posjetiteljima pružili ne samo sigurnu i kvalitetnu materijalnu okolinu nego i bogat, neponovljiv, intrigantan i osvježavajući emocionalni doživljaj i zabavu (Gajski, A. i sur., 2011).

#### *4.5.1. Strategije razvoja turizma*

**Strategija razvoja turizma RH do 2020.** izdvaja kulturni turizam kao jedno od posebno važnih grupa proizvoda pri čemu se Rijeka osobito uklapa u prijedlogu „nove izgradnje objekata namijenjenih kulturnom turizmu koji se odnose na prenamjenu i/ili adaptaciju različitih trenutačno neiskorištenih industrijskih objekata“ (Institut za turizam, 2013: 40).

Prema dokumentu **Kvarner, strateški marketinški plan turizma 2009.-2015.**, područje Rijeke, u koje je uključena gradska jezgra Rijeke, Trsat, riječki muzeji, riječki karneval i druga brojna događanja u Rijeci (2009: 7), smatraju se razvijenim proizvodom kulturnog turizma kojega treba dalje razvijati i zbog izvrsnih potencijala, oblikovati kao inovativni proizvod turizma (gradskog, vjerskog i proizvoda događanja, festivala i manifestacija (2009: 8-9). Kao posebna mogućnost ističe se daljnji razvoj tzv. doživljajnog aspekta svih proizvoda kulturnog turizma kroz poticanje inovacija postojećih i razvoj novih kulturnih atrakcija u smislu jačanja kulturnog identiteta Rijeke ili brendiranja grada.

**Strategija kulturnog razvitka grada Rijeke 2013.- 2020.** ima za cilj izgradnju kulturnog i umjetničkog identiteta grada. Kulturna ponuda grada bila bi zanimljiva turistima, ali i stanovnicima Rijeke koji bi uživali u brojnim kulturnim i umjetničkim programima. Strategija kao jedan od općih strateških ciljeva navodi i „unaprjeđenje razvoja kulturnog turizma“ (2013: 19) s obzirom da je detektirano da je taj segment kulturnog razvitka Rijeke bio neopravdano zanemaren. U tom smislu, a prepoznajući učinke turizma, očekuje se veća aktivnost kulturnih ustanova u osmišljavanju sadržaja i planiranju događanja koja će za cilj imati privlačenje domaćih i stranih turista. Osim kulturnih ustanova, kulturne i turističke organizacije, kao i nadležne gradske službe, imaju zadatak osmišljavati kulturne sadržaje koji imaju potencijala postati turističke atrakcije, te poboljšati međusobnu suradnju čime se želi postići profesionalnije upravljanje postojećim resursima. Također, naglašava se nužna interdisciplinarnost i multidisciplinarnost kroz povezivanje kulturnog, turističkog, urbanističkog, gospodarskog i drugih sektora, kao i intenzivna međusektorska suradnja.

**Strategija razvoja kulturnog turizma grada Rijeke 2015.- 2020.** ističe da je prepoznavanje kulture temelj za razvoj kulturnog turizma, a Rijeka europsko središte u okruženju koja između ostalog predstavlja i bitan okvir Strategiji razvoja kulturnog turizma grada Rijeke s ciljem stvaranja sveobuhvatne kulturno-turističke destinacije, s Rijekom kao prepoznatim kulturnim i urbanim središtem (Institut za razvoj i međunarodne odnose – IRMO, Zagreb, 2015: 19).

#### *4.5.2. SWOT analiza*

SWOT analiza predstavlja metodu pomoću koje se u određenom vremenu ocjenjuju strategije i situacije neke organizacije. Analiziraju se snage i slabosti kao unutarnji čimbenici te prijetnje i prilike kao vanjski strateški čimbenici. SWOT analiza je snažan okvir koji pomaže usmjeravanju snaga, smanjivanju prijetnji i najboljoj upotrebi prednosti kao bi se osigurala konkurentna prednost.

Cilj analize stanja kulturnog turizma u gradu Rijeci jest pronaći koje su snage i prednosti koje se mogu iskoristiti u razvoju turističke ponude, a koje slabosti mogu umanjiti ili zaustaviti razvoj te što treba izbjegavati (Tablica 2.).

**Tablica 2. SWOT analiza kulturnog turizma grada Rijeke**

SNAGE	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Geografski položaj</li> <li>• Geografska raznolikost</li> <li>• Prometna povezanost</li> <li>• Multikulturalnost, otvorenost</li> <li>• Bogata kulturno-povijesna baština</li> <li>• Kulturni sadržaji, manifestacije</li> <li>• Muzeji, kazališta</li> <li>• Kulturno-turističke rute</li> <li>• Prenamjena industrijskih objekata za potrebe kulture</li> <li>• Baze podataka kulturne baštine</li> <li>• <i>Start-up</i> inkubatori za razvoj kulturnih/kreativnih industrija</li> <li>• Europska prijestolnica kulture 2020.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nedovoljni smještajni kapaciteti</li> <li>• Nedovoljno poduzeća iz kulture, turizma, kreativnih industrija</li> <li>• Izostanak brenda grada Rijeke</li> <li>• Nezadovoljavajuća infrastruktura</li> <li>• Nedovoljna vidljivost kulturnih djelatnosti</li> <li>• Nedovoljna promocija izvan granica RH</li> <li>• Nedovoljna znanja djelatnika u kulturi</li> <li>• Nedovoljna suradnja ustanova u kulturi sa turističkim sektorom</li> <li>• Izvori financiranja iz Grada Rijeke</li> <li>• Neusklađenost termina kulturne ponude s turističkim promotivnim aktivnostima</li> <li>• Neodgovarajuće radno vrijeme kulturnih institucija</li> </ul>
PRILIKE	PRIJETNJE
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Blizina jakih turističkih regija</li> <li>• Razvoj zračne luke i niskobudžetni avioprijevoznici</li> <li>• Razvoj tematskih programa</li> <li>• Mogućnost razvoja specifične turističke ponude</li> <li>• Edukacija za kulturni turizam</li> <li>• Porast mogućnosti financiranja iz EU fondova</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nedovoljan razvoj u odnosu na druge gradove u okruženju</li> <li>• Odjev kvalitetnih kadrova</li> <li>• Financijska kriza</li> <li>• Covid-19 kriza</li> <li>• Sporo rješavanje infrastrukturnih problema pojedinih ustanova</li> <li>• Nedostupnost atrakcija industrijske baštine</li> </ul>

Izvor: Samostalna izrada autora prema: Strategija razvoja kulturnog turizma grada Rijeke 2015.-2020.  
 Dostupno na:  
[http://press.visitrijeka.hr/strateskiDokumenti/strategija\\_razvoja\\_kulturnog\\_turizma\\_grada\\_Rijeka.pdf](http://press.visitrijeka.hr/strateskiDokumenti/strategija_razvoja_kulturnog_turizma_grada_Rijeka.pdf)  
 (22.05.2022.)

## 5. GRAD RIJEKA KAO EUROPSKA PRIJESTOLNICA KULTURE 2020.g.

Titulu za Europsku prijestolnicu kulture dodjeljuje Europska komisija gradovima koji u procesu kandidature moraju pokazati da kulturu vide kao važno područje svojeg razvoja i svoje preobrazbe. Stoga je važno kulturu u Rijeci promatrati kao ključni generator razvoja i novih vrijednosti.

Rijeka je prvi grad u Hrvatskoj koji je ponio titulu prijestolnice kulture te je dobio priliku svoju posebnost, kulturno nasljeđe i tradiciju prezentirati mnoštvom događaja, kulturnih i umjetničkih programa te ponuditi kao jedinstveno iskustvo stanovnicima i gostima.

Projekt *EPK 2020 - Luka različitosti* (Slika 8.), omogućio je Rijeci znatno poboljšanje opsega i raznolikosti kulturne ponude u gradu, širenje pristupa i sudjelovanje u kulturi, jačanje kapaciteta kulturnog sektora i razvoj publike. Titula Europske prijestolnice kulture povećala je međunarodnu vidljivost grada i regije.

Izbor Rijeke za Europsku prijestolnicu kulture 2020. godine doprinio je razvoju ne samo kulturne scene, već i rastu ekonomskih performansi grada, a ponajviše u turizmu i s turizmom povezanim djelatnostima. Osim navedenog, nakon isteka titule, obnovljene zgrade i objekti kulture, manifestacije, postavi u muzejima te studijski i ostali programi Rijeci ostaju kao trajno dobro, namijenjeno građanima i posjetiteljima Rijeke te daljnjem razvoju turističke ponude u gradu i okolici.

„Kulturni program Europi predstavlja Rijeku i njezine specifičnosti te istodobno u središte pozornosti postavlja aktualna europska kulturno-društvena pitanja. Tri glavne programske teme izabrane su kao simboli isprepletanja identiteta Rijeke i suvremene Europe: voda, rad i migracije. Te se teme u programu pojavljuju na najrazličitije načine - na izložbama, predstavama, operama, na konferencijama, koncertima i festivalima, gostovanjem svjetskih i hrvatskih umjetnika, u projektima lokalnih udruga, u uređenjima prostora, u postavljanju skulptura, predstavljanjem knjiga, u susretima i druženju građana Rijeke, regije, Hrvatske i Europe“ (Rijeka 2020, 2020).

U 2020. godini, u sklopu projekta Europske prijestolnice kulture, Rijeka gradi i otvara nove zgrade i objekte kulture sufinancirane sredstvima EU fondova te donosi više od 600 kulturno-umjetničkih i ostalih događanja, u čijem stvaranju sudjeluje preko 250 kulturnih ustanova i organizacija iz Hrvatske i 40 drugih zemalja Europe i svijeta.

Službeni program započeo je svečanim otvorenjem 1. veljače 2020., a trajao je sve do kraja siječnja 2021. godine. Kulturni program obuhvaćao je sedam pojedinačnih

pravaca, tj. tematskih cjelina s porukama svijetu i Europi, a razvijen je u suradnji mnogih domaćih i stranih partnera:

- **Slatko i slano** – aktivacija zona u kojima se susreću rijeka i more velikom međunarodnom izložbom o gradu i susretu arhitekture i umjetnosti, stvaranju novih mjesta za okupljanje i druženja građana
- **Kuhinja različitosti** – teme iseljenika i doseljenika u grad i neobičnih spojeva kulinarstva, glazbe i umjetnosti s porukom prihvaćanja različitosti
- **Dopolavoro** – nakon posla, novi oblici rada koji nisu postojali unazad desetak godina, a priroda posla se mijenja utjecajem nove tehnologije
- **Doba moći** – programska cjelina predstavljanja grada različitim oblicima i odnosima moći kroz izložbe, predstave i druga događanja
- **Lungomare Art** – jedanaest trajnih ilustracija suvremene umjetnosti inspiriranih Kvarnerom koje su postavljene na deset mjesta duž obale i na otocima
- **Dječja kuća** – dječja kreativnost u prvom planu uz mnoštvo programa za interaktivno učenje, druženje i igru te razvoj kreativnosti
- **27 susjedstva** – programska cjelina koja objedinjuje ljude i spaja naselja na otocima, gorju i u zaleđu s Rijekom te ih povezuje sa susjedstvima 27 zemalja Europske unije kroz povijest i nasljeđe te različite aspekte svakodnevice

Ovakvom bogatom kulturnom ponudom Rijeka je trebala ostvariti pozitivan turistički rast i povećan broj dolazaka stranih i domaćih turista kao i privremenih posjetitelja. Također je trebalo doći do ravnomjerne distribucije turističkog prometa cijele godine, povećane turističke potrošnje, investicija u turističku ponudu te uključivanja ostalih usluga u turizmu kao npr. suveniri, taksni službe, autohtoni proizvodi jela i pića, a u konačnici bi sve rezultiralo poboljšanjem kvalitete života stanovnika grada.

### Slika 8. Logo Rijeka 2020. EKP - Luka različitosti



Izvor: Rijeka 2020, (2020.). Dostupno na: <https://rijeka2020.eu/> (24.05.2022.)

## 6. PROMOTIVNE AKTIVNOSTI TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA RIJEKE

Prema Godišnjem programu rada Turističke zajednice grada Rijeke za 2022. godinu, planiraju se sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice na kojima će se prezentirati destinacija sa svojim turističkim proizvodima s ciljem bolje vidljivosti, informiranja gostiju te pomaganju gospodarskim objektima u turizmu. Aktivnosti se provode samostalno i u suradnji sa sustavom kroz različite medije distribucije, promotivne materijale, sajmove i posebne prezentacije te mrežne stranice.

Suradujući s organizatorima putovanja, TZ Rijeka pruža podršku novinarima, turističkim agentima, blogerima i svim turističkim djelatnicima koji mogu doprinijeti promociji grada. Posjeti rezultiraju objavama, reportažama o manifestacijama, ponudi i povijesti grada. Cilj ovih objava u medijima je dovođenje gostiju i postizanje većeg medijskog i financijskog efekta od direktnog marketinga.

„Kreiranje promotivnog materijala provodi se s ciljem distribucije informacija o ponudi, a to su letci, brošure, planovi i drugi tiskani materijali. Planiran je tisak sljedećih promotivnih materijala: Rijeka *in your pocket*, novi prospekt Riječkih plaža, štampanje brošure o gradu, štampanje mapa za iznajmljivače i novinare, dotisak letka Riječki tunel, u ovisnosti o uspješnosti predsezone i sezone. Tijekom godine ovisno o sezoni, manifestacijama i projektu Riječke turističke kartice, tiskat će se promotivni letci raznih formata i 27 naklada te svi materijali potrebni za realizaciju pojedinih manifestacija, akreditacije, narukvice, zahvalnice, ulaznice“ (TZ grada Rijeke, 2021: 26).

Kvalitetno upravljanje internetskim stranicama omogućeno je ODIS, vlastitom bankom podataka, a kreiraju se uvijek novi aktualni sadržaji o turističkim proizvodima i destinaciji. Stalnim unaprjeđenjem sadržaja na mrežnim stranicama ostvaruje se kvalitetna promidžba destinacije, a objavljuju se tematske fotografije i promotivni filmovi koji doprinose promociji Rijeke kao cjelogodišnje turističke destinacije.

U sklopu TZ Rijeka djeluju i dva informativna centra: TIC-turistički informativni centar u samom centru grada dostupan svim turistima osobno i Interpretacijski centar prirodne baštine na Trsatu.

S ciljem boljeg snalaženja, u gradu je postavljena turistička signalizacija i *Info City light* vitrine s plakatima kulturno-povijesno-informativnog sadržaja.

## 7. MOGUĆNOSTI BUDUĆEG RAZVOJA TURIZMA GRADA RIJEKE

Grad Rijeka poduzima mnoge aktivnosti s ciljem povezivanja dionika na tržištu turizma te promociji grada Rijeke kao turističke destinacije. U suradnji s TZ Rijeke nastoji se unaprijediti turističku ponudu aktivnostima u kojima sudjeluju građani i poduzetnici.

Na snazi su dva aktualna dokumenta usmjerena direktno razvoju turizma, Strategija razvoja vjerskog turizma do 2020. godine i Strategija razvoja kulturnog turizma grada Rijeke do 2020. godine.

Na području grada Rijeke ukupno je 16.570 raspoloživih ležajeva te je vidljiv konstantan rast smještajnih kapaciteta, no vidljiv je i nesrazmjer u njihovoj popunjenosti. U strukturi smještajnih kapaciteta ističe se porast u privatnom smještaju.

Gosti se kratko zadržavaju što je drugi problem za grad koji želi biti turistička destinacija. Potrebno je osmisliti nove turističke programe i jačati promociju Rijeke s ciljem privlačenja novih turista, produljenja boravka i potrošnje u destinaciji.

Pozitivan trend kretanja specifičnih oblika turizma bilježi nautički turizam s najvećim porastom broja jedrenjaka, kruzera i putnika te bi u budućnosti mogao biti jedan od stupova riječkog turizma.

### Slika 9. Ključni pokazatelji uspješnosti grada Rijeke u turizmu do 2030. g.

KLJUČNI POKAZATELJI USPJEŠNOSTI
● Rijeka je do 2030. kandidat za SmartTourismCapital EU
● broj noćenja u smještajnim objektima registriranim na području grada Rijeke
● prosječna duljina boravka turista u Rijeci
● broj programa za edukaciju djelatnika u turizmu (godišnje)

Izvor: Plan razvoja grada Rijeke 2021.-2027., (2021.). Dostupno na: <https://www.rijeka.hr/wp-content/uploads/2021/03/Plan-razvoja-Grada-Rijeke-za-razdoblje-2021.-2027..pdf> (25.05.2022.)

U Planu razvoja grada Rijeke 2021.-2027., Rijeka je grad čije turističke ponuda ne ovisi o sezoni već se temelji na prirodnim u kulturnim resursima s inovativnim rješenjima i digitalnim tehnologijama. Kako bi se cilj ostvario, potrebno je uvesti inovacije i održivost u turizmu, brendiranje destinacije i veći broj programa za turističke djelatnike (Slika 9.).



## 8. ZAKLJUČAK

U prošlosti Rijeka nije bila usmjerena ka turizmu već je bila industrijsko i lučko središte Primorsko-goranske županije. No, s obzirom na resursne potencijale, dobru prometnu povezanost i geostrateški položaj, bogatu kulturno-povijesnu baštinu, ponudu smještaja, hrane i manifestacija te uvažavajući trendove u turizmu kao i činjenicu da je Europska kulturna prijestolnica 2020. godine, načinjen je iskorak na turističkom tržištu.

To je bila prilika prikazati kulturni život grada i unaprijediti turističku ponudu kao i socioekonomski razvoj grada. Projekt je donio obnovu mnogih objekata koji predstavljaju infrastrukturu u području kulture te rast u turističkom i poduzetničkom sektoru kao i mnoge građanske inicijative. Planirani su veći prihodi, ali je nažalost epidemija Covid-19 znatno utjecala na turističke dolaske i dio predviđenog programa je morao biti obustavljen, ali to ipak nije spriječilo grad da realizira pomno i dugotrajno planirani projekt na drugačiji način i u drugo vrijeme.

Naglasak na razvoju turizma u gradu Rijeci trebao bi diverzificirati turističku ponudu i razvijati specifične cjelogodišnje oblike turizma – kongresni, vjerski, gradski, sportsko-rekreacijski, kulturni, manifestacijski turizam. Povećavaju se smještajni i drugi turistički kapaciteti te podiže kvaliteta turističke ponude posebice izgradnjom novog Hilton hotela i uključivanja u prestižni hotelski lanac. Ponuda ugostiteljskih objekata profilirana je dobrobitima gastronomskih luka prema ponudi i ambijentu koji nude.

U Rijeci se odvijaju brojna turistička događanja no ona su još uvijek lokalnog karaktera i nisu dovoljno turistički iskorištena. Riječki karneval kao najznačajnija manifestacija u gradu ima još prostora za napredak i značajan potencijal za razvoj kulturnog turizma. Trend povećanja broja posjetitelja zadnjih godina i projekt EKP 2020. bili su prilika za pozicioniranjem Rijeke kao poželjne destinacije kulturnog turizma.

Izgradnjom Astronomskog centra Rijeka obogaćena je sportsko-rekreacijska i kongresna ponuda grada, a sa svojim je Planetarijem prvorazredna turistička atrakcija. Uz Trsatsko Svetište Majke Božje kao najznačajnijim odredištem vjerskog turizma, izgradnjom Islamskog centra s najljepšom džamijom obogaćena je turistička ponuda, a Rijeka potvrdila da je grad poznat po svojoj multikulturalnosti.

Rijeka je moderna i otvorena sredina u kojoj nije moguće osjećati se strancem.

## LITERATURA

### Knjige:

1. Blažević, I. (1975.), *Povijest turizma istre i Kvarnera*, Otokar Keršovani, Opatija.
2. Čorak, D., Mikačić, V. ur. (2006.), *Hrvatski turizam: plavo, bijelo, zeleno*, Institut za turizam, Zagreb.
3. Dadić, M. (2014.), *Istraživanja kulturnog turizma*, Redak, Split.
4. Dušević, M.L. (2021.), *Pozdrav iz Rijeke*, Muzej grada Rijeke, Rijeka.
5. Gajski, A. i sur. (2011.), *Muzeji i turizam*, Globtour Event, Zagreb.
6. Jelinčić, D.A. (2008.), *Abeceda Kulturnog Turizma*, Meandarmedia, Zagreb.
7. Kombol, T.P. (1998.), *Tranzicijski procesi u hrvatskom turizmu*, Hotelijerski fakultet u Opatiji, Opatija.
8. Pirjevec, B. (2008.), *Turizam-jučer, danas...*Veleučilište u Karlovcu, Karlovac.
9. Richards, G. (1999.), *European Cultural Tourism: U Patterns and Prospects. Planning Cultural Tourism in Europe*, Boekman Foundation, Amsterdam.
10. Vukonić, B. (2005.), *Povijest hrvatskog turizma*, Prometej, Zagreb.
11. Žic, I. (2000.), *Riječka gostoljubivost*, Adamić, Rijeka.
12. Žic, I. (2006.), *Kratka povijest grada Rijeke*, Adamić, Rijeka.

### Članci:

1. Hegeduš, I. i Koščak, I. (2014.), *Vjerski turizam u Republici Hrvatskoj*. Zbornik radova Međimurskog veleučilišta u Čakovcu, 5 (2), 17-23. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/130241> (13.05.2022.)
2. Milošević, S (2011.), *Tendencije u urbanom turizmu*, *TIMS Acta*, (5) 61-69. Dostupno na: [https://www.tims.edu.rs/wp-content/uploads/2012/05/No.3\\_Milosevic\\_TENDENCIJE\\_U\\_URBANOM\\_TURIZMU.pdf](https://www.tims.edu.rs/wp-content/uploads/2012/05/No.3_Milosevic_TENDENCIJE_U_URBANOM_TURIZMU.pdf) (17.05.2022.)
3. Vrtiprah, V. (2006.), *Kulturni resursi kao činitelji turističke ponude u 21. stoljeću*, *Ekonomski misao i praksa* 15(2), 279-296. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/file/16373> (10.05.2022.)

## Internetski izvori:

1. BIKERIJEKA, *Biciklističke staze Rijeke i prstena*. Dostupno na: <https://bikerijeka.com/> (12.05.2022.)
2. DRŽAVNI HIDROMETEOROLOŠKI ZAVOD, *Klima Hrvatske*. Dostupno na: <https://meteo.hr/index.php> (04.05.2022.)
3. E VISITOR, *Informacijski sustav za prijavu i odjavu turista*, Dostupno na: <https://www.evisitor.hr/info/hr-HR/> (05.05.2022.)
4. FAKULTET ZA MENADŽMENTU TURIZMU I UGOSTITELJSTVU SVEUČILIŠTA U RIJECI, *Strategija razvoja vjerskog turizma grada Rijeke do 2020.godine*. Dostupno na: <http://press.visitrijeka.hr/strateskiDokumenti/Strategija+razvoja+vjerskog+turizma+grada+Rijeke+do+2020.+godine.pdf> (13.05.2022.)
5. FIUMAN, *Otvoren novi resort Hilton Rijeka Costabella Beach Resort and Spa*. Dostupno na: <https://www.fiuman.hr/otvoren-novi-resort-hilton-rijeka-costabella-beach-resort-and-spa/> (10.05.2022.)
6. GASTRONAUT.HR, *Najveća hrvatska baza restorana i recepata*. Dostupno na: <https://www.gastronaut.hr/trazi/?f=restorani&q=Rijeka&submit=> (10.05.2022.)
7. GLAS ISTRE, *Proglašene prve gastronomske luke*. Dostupno na: <https://www.glasistre.hr/gospodarstvo/proglasene-prve-rijecke-gastronomske-luke-792979> (11.05.2022.)
8. GRAD RIJEKA, *Plan razvoja grada Rijeke za razdoblje 2021.-2027*. Dostupno na: <https://www.rijeka.hr/wp-content/uploads/2021/03/Plan-razvoja-Grada-Rijeke-za-razdoblje-2021.-2027..pdf>
9. GRAD RIJEKA, *Svetište Majke Božje Trsatske dobilo virtualni vodič*. Dostupno na: <https://www.rijeka.hr/svetiste-majke-bozje-trsatske-dobilo-virtualni-vodic/> (12.05.2022.)
10. HORWATH CONSULTING, *Tržišni okvir funkcioniranja grada Rijeke kao turističke destinacije*, 2013. Dostupno na: <http://press.visitrijeka.hr/strateskiDokumenti/Trzisni+okvir+funkcioniranja+Rijeke+kao+turisticke+destinacije.pdf> (05.05.2022.)
11. HRVATSKA ENCIKLOPEDIJA, *Turizam*. Dostupno na: <https://enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=62763>, (07.05.2022.)

12. INSTITUT ZA RAZVOJ I MEĐUNARODNE ODNOSI – IRMO, *Strategija razvoja kulturnog turizma grada Rijeke 2015.-2020.* Dostupno na: [http://press.visitrijeka.hr/strateskiDokumenti/strategija\\_razvoja\\_kulturnog\\_turizma\\_grada\\_Rijeka.pdf](http://press.visitrijeka.hr/strateskiDokumenti/strategija_razvoja_kulturnog_turizma_grada_Rijeka.pdf) (08.05.2022.)
13. INSTITUT ZA TURIZAM, *Konkurentnost turističke destinacije i vrste turizma.* Dostupno na: [https://mint.gov.hr/UserDocsImages/AA\\_2018\\_cdokumenti/180926\\_unwto\\_de\\_finicije.pdf](https://mint.gov.hr/UserDocsImages/AA_2018_cdokumenti/180926_unwto_de_finicije.pdf), (17.05.2022.)
14. INSTITUT ZA TURIZAM, *Strategija razvoja kulturnog turizma*, 2013. Dostupno na: <http://arhiva.rera.hr/Portals/0/docs/eu-turizam/Strategij-Razvoja-Kulturnog-Turizma.pdf> (19.05.2022.)
15. MARINA BOTEL, *Botel Marina.* Dostupno na: <https://www.botel-marina.com/botel/> (10.05.2022.)
16. NOVI LIST, *Prvi integralni hotel U Molo Longo na check-in i po ključeve...* Dostupno na: <https://www.novilist.hr/rijeka-regija/rijeka/prvi-integralni-hotel-u-molo-longo-na-check-in-i-po-kljuceve-pa-u-brojne-rijecke-sobe-ili-apartmane/> (10.05.2022.)
17. RIJEČKA BAŠTINA, *Guvernerova palača.* Dostupno na: <https://rijekaheritage.org/hr/kj/guvernerovapalaca> (12.05.2022.)
18. RIJEKA 2020, *Rijeka 2020. grad kandidat za Europsku prijestolnicu kulture-prijavna knjiga*, 2016. Dostupno na: [https://rijeka2020.eu/wp-content/uploads/2017/05/Rijeka-2020\\_Knjiga-prijave.pdf](https://rijeka2020.eu/wp-content/uploads/2017/05/Rijeka-2020_Knjiga-prijave.pdf) (09.05.2022.)
19. RIJEKA SPORT, *Objekti tehničke kulture.* Dostupno na: <https://www.rijekasport.hr/hr/objekti/> (12.05.2022.)
20. RIJEKA 2020, *PROGRAM RIJEKA 2020 EUROPSKA PRIJESTOLNICA KULTURE 2. prošireno izdanje.* Dostupno na: <https://rijeka2020.eu/wp-content/uploads/2020/01/Brosura-HR.pdf> (22.05.2022.)
21. RTL, *Hrvatski hosteli zjape prazni, a vlasnici upozoravaju na zbunjujuća pravila.* Dostupno na: <https://www.rtl.hr/vijesti/hrvatska/hrvatski-hosteli-su-prazni-imamo-upute-za-privatne-iznajmljivace-upute-za-hotele-za-hostele-ne-6d07739a-b9f3-11ec-899b-0242ac120022> (10.05.2022.)

22. SVEUČILIŠTE U RIJECI, *Glavni plan razvoja turizma Primorsko-goranske županije*, 2005. Dostupno na: [https://visitviskovo.hr/wp-content/uploads/2019/08/GLAVNI\\_PLAN.pdf](https://visitviskovo.hr/wp-content/uploads/2019/08/GLAVNI_PLAN.pdf) ( 25.05.2022.)
23. TORPEDO MEDIA, *Mlade turiste osvajaju uređenjem, ponudom i – cijenama*. Dostupno na: <https://torpedo.media/foto-dir-po-rijeckim-hostelima-mlade-turiste-osvajaju-uredjenjem-ponudom-i-cijenama/>(10.05.2022.)
24. TORPEDO MEDIA, *Oživio kamp Preluk – Sve više građana posjećuje nekadašnje ruglo grada*. Dostupno na: <https://torpedo.media/foto-ozivio-kamp-preluk-sve-vise-gradana-posjecuje-nekadasnje-ruglo-grada/> (10.05.2022.)
25. TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA RIJEKE, *Izveštaj o turističkom prometu grada Rijeke*,2013.Dostupno na: [http://tz-rijeka.hr/media/filer\\_public/06/ff/06ffa853-fb04-45c6-96f4-c244d2f866a2/izvjestaj\\_o\\_turistickom\\_prometu\\_grada\\_rijeka\\_za\\_2021\\_godinu.pdf](http://tz-rijeka.hr/media/filer_public/06/ff/06ffa853-fb04-45c6-96f4-c244d2f866a2/izvjestaj_o_turistickom_prometu_grada_rijeka_za_2021_godinu.pdf) (06.05.2022.)
26. TURISTIČKA ZAJEDNICA KVARNERA, *Kvarner Gourmet & Food*. Dostupno na:<http://www.kvarner.hr/brosure/gourmet/files/assets/common/downloads/publication.pdf> (11.05.2022.)
27. VISIT RIJEKA, *Katedrala sv. Vida*. Dostupno na: <https://visitrijeka.hr/vidi-i-dozivi/atrakcije/lista-atrakcija/15007/> (11.05.2022.).
28. VISIT RIJEKA, *Program rada i financijski plan turističke zajednice grada Rijeka za 2021. godinu*. Dostupno na: [http://tz-rijeka.hr/media/filer\\_public/63/33/6333bdab-3a08-4048-8a76-1012ca7731ae/program\\_rada\\_i\\_financijski\\_plan\\_za\\_2021.pdf](http://tz-rijeka.hr/media/filer_public/63/33/6333bdab-3a08-4048-8a76-1012ca7731ae/program_rada_i_financijski_plan_za_2021.pdf) (15.05.2022.)

## POPIS SLIKA

Slika 1. Panorama grada Rijeke .....	3
Slika 2. Karakteristike turističke ponude .....	9
Slika 3. Hotel Hilton Rijeka Costabella Beach & Spa Resort.....	12
Slika 4. Trsat.....	16
Slika 5. Bazeni Kantrida.....	18
Slika 6. Islamski centar i džamija u Rijeci .....	21
Slika 7. Riječki karneval.....	22
Slika 8. Logo Rijeka 2020. EKP - Luka različitosti .....	32
Slika 9. Ključni pokazatelji uspješnosti grada Rijeke u turizmu do 2030. g. ....	34

## POPIS TABLICA

Tablica 1. Dolasci i noćenja domaćih i stranih turista 2021. godine s usporedbom 2020. i 2019. godine .....	7
Tablica 2. SWOT analiza kulturnog turizma grada Rijeke.....	30

## POPIS GRAFOVA

Grafikon.1. Noćenja gostiju prema vrsti smještaja u 2021. godini.....8



## SAŽETAK

Grad Rijeka administrativno je središte Primorsko-goranske županije, a zbog povoljnog geografskog položaja razvila se u jednu od najvećih europskih luka i postala industrijsko središte. Početak razvoja turizma u gradu nazire se sredinom 19. stoljeća, a već prije Prvog svjetskog rata izgradnjom hotela razvijaju se poslovni i tranzitni turizam.

Izražena sezonalnost u turizmu zahtijevala je određene promjene u turističkoj ponudi. Masovni turizam „sunca i mora“ upotpunjen je različitim zabavnim manifestacijama, sportskim događanjima i otvaranjem zabavnih klubova, no Rijeka je i dalje bila grad koji su gosti kratko posjećivali u tranzitu prema drugim odredištima.

Grad bogate kulturno-povijesne baštine, povećanjem smještajnih kapaciteta u privatnom smještaju, obogaćivanjem gastronomske ponude, izgradnjom sportsko-rekreativnih centara te ponude manifestacija, prerastao je u turističko središte koje razvija specifične oblike turizma.

Razvoj vjerskog, kongresnog, gradskog, manifestacijskog i kulturnog turizma usklađen je sa strategijama razvoja grada Rijeke, a nominacija za Europsku prijestolnicu kulture 2020. godine donijela je pravi procvat kulturnog turizma koji je oduvijek imao osnovu za razvoj zahvaljujući bogatoj povijesti, geografskom položaju i ostalim relevantnim čimbenicima.

Breždiranjem destinacije i uvođenjem inovativnih tehnologija i održivosti, grad Rijeka bi trebao postati destinacija s turističkom ponudom temeljenom na prirodnim i kulturnim resursima koji ne ovise o sezoni.

*Ključne riječi: grad Rijeka, turistička ponuda, specifični oblici, kulturni turizam*

## SUMMERY

The City of Rijeka is the administrative center of the Primorje-Gorski Kotar County and due to its favorable geographical position it has developed into one of the largest European ports and has become an industrial center. The beginning of the development of tourism in the city can be seen in the middle of the 19th century and even before the First World War the construction of hotels developed business and transit tourism.

The pronounced seasonality in tourism required certain changes in the tourist offer. Mass tourism "sun and sea" is complemented by various entertainment events, sporting events and the opening of entertainment clubs but Rijeka was still a city that guests briefly visited in transit to other destinations.

The city of rich cultural and historical heritage, by increasing accommodation capacity in private accommodation, enriching the gastronomic offer, building sports and recreational centers and events, has grown into a tourist center that develops specific forms of tourism.

The development of religious, congress, city, event and cultural tourism is in line with the development strategies of the City of Rijeka and the nomination for the European Capital of Culture in 2020 which brought a real boom in cultural tourism that has always had a basis for development factors.

By branding the destination and introducing innovative technologies and sustainability the City of Rijeka should become a destination with a tourist offer based on natural and cultural resources that do not depend on the season.

Keywords: *the city of Rijeka, tourist offer, specific forms, cultural tourism*