

Razvoj turizma u Istarskoj županiji

Grbac, Marina

Undergraduate thesis / Završni rad

2020

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:137:835049>

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»

MARINA GRBAC

RAZVOJ TURIZMA U ISTARSKOJ ŽUPANIJI

Završni rad

Pula, 2020.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet ekonomije i turizma
«Dr. Mijo Mirković»

MARINA GRBAC

RAZVOJ TURIZMA U ISTARSKOJ ŽUPANIJI

Završni rad

JMBAG: 0303058284

Studijski smjer: Turizam

Predmet: Ekonomija doživljaja

Znanstveno područje: društvena znanost

Znanstveno polje: ekonomija

Znanstvena grana: trgovina i turizam

Mentor / Mentorica: prof.dr.sc. Aljoša Vitasović

Pula, lipanj 2020.



IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisani _____, kandidat za prvostupnika ekonomije/poslovne ekonomije, smjera _____ovime izjavljujem da je ovaj Završni rad rezultat isključivo mogega 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 kojega necitiranog rada, te da ikoji dio rada krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Student

U Puli, _____, _____ godine



IZJAVA

o korištenju autorskog djela

Ja, _____ dajem odobrenje Sveučilištu
Jurja Dobrile

u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj završni rad pod nazivom

_____ 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, _____ (datum)

Potpis

SADRŽAJ

1. UVOD	Pogreška! Knjižna oznaka nije definirana.
2. TURIZAM ISTARSKJE ŽUPANIJE	3
2.1. Geografske odrednice	3
2.2. Pregled povijesnog razvoja turizma Istarske županije.....	3
2.3. Vizija i misija turizma Istarske županije	5
2.4. Aktualna turistička ponuda Istarske županije	6
2.5. Statistička analiza turizma Istarske županije prema aktualnim pokazateljima..	8
3. CILJEVI I MODEL RASTA TURIZMA ISTARSKJE ŽUPANIJE	12
3.1. Pozicioniranje turističkih klastera Istre	12
3.2. Ciljevi razvoja turizma Istre	12
3.3. Model rasta	13
4. RAZVOJ SMJEŠTAJNIH KAPACITETA ISTARSKJE ŽUPANIJE KAO FUNKCIONALNI PREDUVJET TURISTIČKE PONUDE	17
4.1. Hotelski smještaj	17
4.2. Kampovi	18
4.3. Privatni smještaj	19
4.4. Operativni ciljevi razvoja smještajnih objekata	20
5. RAZVOJ KULTURNOG TURIZMA	22
5.1. Potreba za drugačijim pristupom kulturnoj baštini	22
5.2. Spomenici kulture i muzeji.....	22
5.3. Ponuda kulturnih manifestacija	23
6. RAZVOJ GASTRO I VINSKOG TURIZMA	25
6.1. Preduvjeti za razvoj gastro i vinske ponude	25
6.2. Gastro i vinska ponuda	25
6.3. Gastro događanja.....	26
7. RAZVOJ SPORTSKOG I ZDRAVSTVENOG TURIZMA	27
7.1. Razvoj sportskog turizma	27

7.2. Razvoj zdravstvenog turizma	28
8. RAZVOJ RURALNOG TURIZMA	31
8.1. Razvoj ruralnog turizma u Istri.....	31
8.2. Smjernice za daljnji razvoj.....	32
9. RAZVOJ KONGRESNOG TURIZMA I TURIZMA DOGAĐAJA	33
9.1. Razvoj kongresnog turizma.....	33
9.2. Razvoj turizma događaja.....	33
10. ZAKLJUČAK.....	35
LITERATURA.....	36
POPIS TABLICA	39
SAŽETAK.....	40

1.UVOD

Ovaj završni rad analizira razvoj turizma u Istarskoj županiji. Cilj rada je analizirati postojeće stanje turizma, odnosno turističke ponude, istaknuti dobre strane ponude, kao i neke slabije koje treba dodatno razvijati, te istražiti i analizirati smjernice za budući razvoj turizma Istre.

Istra je jedna od najuspješnijih turističkih regija u Republici Hrvatskoj. Do toga statusa je došla kontinuiranim ulaganjem u razvoj turističke ponude, širenjem programa ponude te traženjem novih modela rasta i prilagodbe istima.

Završni rad je sistematiziran u osam glavnih poglavlja uz uvodne napomene i zaključak. Nakon kratkih uvodnih opaski, u drugom poglavlju rada analiziran je turizam Istarske županije. Definirane su geografske odrednice, odnosno položaj Istre, ukratko je prikazan povijesni pregled razvoja turizma Istarske županije, te je definirana vizija i misija daljnjeg razvoja turizma na ovim prostorima. Također, ukratko je prikazana trenutna turistička ponuda Istre u kratkim crtama, te statistička analiza turizma Istre prema aktualnim pokazateljima.

U trećem poglavlju analizirani su ciljevi i model rasta turizma Istarske županije. Definirano je pozicioniranje turističkih klastera Istre, navedeni su ciljevi razvoja turizma Istre, te je prikazan i pojašnjen model rasta, odnosno njegova planirana realizacija.

U četvrtom poglavlju prikazan je razvoj smještajnih kapaciteta Istarske županije kao funkcionalni preduvjet turističke ponude. Tu je analizirano stanje hotelskog smještaja, kampova i privatnog smještaja. Prikazani su i operativni ciljevi razvoja smještajnih objekata, odnosno smjernice za planirani razvoj.

U idućem, petom poglavlju, analiziran je razvoj kulturnog turizma u Istri. Istražena je potreba za drugačijim, novim pristupom kulturnoj baštini kao sastavnici ponude kulturnog turizma, te je prikazano stanje s ponudom spomenika kulture i muzeja, te kulturnih manifestacija.

U šestom poglavlju analiziran je razvoj gastro ponude i vinskog turizma Istre. Analizirani su preduvjeti za razvoj gastro i vinske ponude, te je prikazano stanje ove grane turizma u Istri kroz prikaz ponude raznih gastro festivala, manifestacija i sl.

U sedmom poglavlju analiziran je razvoj sportskog i zdravstvenog turizma. Istraženo je trenutno stanje u segmentu ove dvije vrste turizma u Istri, te su prikazane smjernice za daljnji razvoj sportskog i zdravstvenog turizma.

U osmom poglavlju istražen je razvoj ruralnog turizma u Istri. Prikazano je postojeće stanje, kako je tekao tijek razvoja, kako je Istra došla do uzornog modela po pitanju razvoja ruralnog turizma koji se izdvojio u zasebni turistički proizvod, te su definirane smjernice za daljnji razvoj.

U devetom poglavlju analiziran je razvoj turizma sastanaka i događaja. Turizam sastanaka danas postaje sve traženiji turistički proizvod, pa je prikazano postojeće stanje i smjernice prema daljnjem razvoju, kao i za turizam događaja. Nakon toga slijede zaključna razmatranja.

2. TURIZAM ISTARSKE ŽUPANIJE

Istra danas slovi za jednu od najpoželjnijih i najposjećenijih turističkih destinacija u Republici Hrvatskoj. Taj status duguje svojim prirodnim predispozicijama, ali i kvalitetnom sustavnom razvoju i stalnoj nadogradnji turističke ponude.

2.1. Geografske odrednice

Geografski gledano, Istra je najzapadnija županija Republike Hrvatske. Njezin teritorijalni ustroj je organiziran kroz 41 jedinicu lokalne samouprave, 10 gradova i 31 općinu, sa sjedištem u Pazinu.

Istra je hrvatski poluotok smješten u na sjeverozapadnom dijelu zemlje i zbog svoje geografske lociranosti i povijesnog razvoja turizma danas predstavlja najznačajniju turističku regiju Hrvatske. Uzimanjem u obzir svih administrativnih jedinica kojima takva granica prolazi, Istra obuhvaća 3558 km², od čega 3135 km² (88% površine) u Hrvatskoj, 385 km² u Sloveniji i 38 km² u Italiji. Najveći dio hrvatskog dijela poluotoka zauzima Istarska županija, koja obuhvaća 2815 km² s 208 055 st. (2011) ili 73,9 st./km.²¹

Povoljan geografski položaj Istre leži u blizini pomorskih i kopnenih putova središnje Europe. Pogodna je i sredozemna klima, blizina mora te prirodne ljepote. Sve te odrednice su bile izvrsne predispozicije za nastanak i razvoj turizma na ovim područjima.

2.2. Pregled povijesnog razvoja turizma Istarske županije

Gledajući dalju prošlost, razvoj turizma u Istri uočen je već u razdoblju rimskog imperija. Ipak, počeci današnjeg, suvremenog turizma, nalaze se početkom devetnaestog stoljeća. Tako su za vrijeme Austro-ugarske monarhije sve više bujali turistički sadržaji kao pansioni, hoteli, ugostiteljski lokali, termalna i morska kupališta.

Orijentirajući se na bliže vremensko razdoblje, 60ih godina prošlog stoljeća na prostoru zapdanog, južnog i manjim dijelom istočnog priobalja kreće intenzivnija turistifikacija koja se temelji na pozitivnom geografskom položaju, atraktivnoj

¹ Istra, <http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=28002> (pristupljeno 28. svibnja 2020.)

prirodnoj osnovi za razvoj kupališnog i drugih oblika priobalnog turizma i antropogenim turističkim atrakcijama.²

Ipak, tada su najveću ekspanziju ostvarile destinacije na zapadnoj istarskoj obali, najviše zbog značaja Pule koja se usporedno afirmirala kao destinacija kulturnog i kupališnog turizma, a sličan razvoj doživjela je i južna Istra.

Gledajući prijašnja razdoblja, vrhunac turističkog razvoja u destinacijama na zapadnoj i južnoj istarskoj obali dogodio se u razdoblju od 1985. do 1990. godine, kada je na tom području registriran najveći broj postelja, prihvaćeno najviše turista i ostvareno najviše noćenja. Iako se razdoblje u povijesti hrvatskog turizma od 1975. do 1991. godine, poznaje i imenuje kao razdoblje „novih znakova krize“, ipak je u to doba zabilježen najintenzivniji razvoj i postignuti najveći rezultati u broju turista i noćenja.³

Nakon toga slijedi razdoblje Domovinskog rata i poslijeratne obnove, a turistički razvoj Istre se znatno usporio. Iako nije na tom području rat donio neka veća ljudska stradanja i materijalna razaranja turističkih objekata i infrastrukture, ipak je značajno usporen dotadašnji intenzivan razvoj turizma

Nakon toga, ponovni procvat hrvatskog turizma započinje 2000ih godina kada su se istarske obalne destinacije, u znatno drukčijim okolnostima od onih prije Domovinskog rata, uključile i afirmirale na domaćem i međunarodnom turističkom tržištu.

Uspoređujući ostvareni turistički promet nakon 2001. godine s onim od 1981. do 1990. godine, vidljivo je da vodeće istarske obalne destinacije nisu ni približno dostigle razinu turističkih posjeta i noćenja koje su imale u prijeratnom razdoblju. Promjene koje su zahvatile turizam istarskoga priobalja u posljednjih dvadesetak godina svakako su utjecale na oblikovanje nove etape u životnim ciklusima turističkih destinacija.⁴

² Turizam, <http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=62763> (pristupljeno 28. svibnja 2020.)

³ Vukonić, B., „Smisao i objašnjenje pojma turistička destinacija“, *Turizam*, Vol. 43, No. 3-4, 1995., str. 67.

⁴ Vojnović, N., „Obilježja životnog ciklusa odabranih turističkih destinacija istarskoga priobalja“, *Ekonomska misao i praksa*, Vol. XXI, No. 2, 2012., str. 752.

U današnje doba, Istarsko gospodarstvo svakako se ubraja u najrazvijenije u Hrvatskoj, a turizam je glavna gospodarska grana. Važna su i emitivna tržišta u blizini, što pogoduje turističkom razvoju.

Istra već par godina redovno ostvaruje najbolje turističke rezultate. Također, i ove godine, usprkos trenutnoj situaciji s pandemijom COVID-19 i svim problemima koje takva situacija nosi, Istra je krajem srpnja uspjela ostvariti već polovicu prometa koju je imala prošle godine u istom razdoblju. Uzevši u obzir sve otežavajuće čimbenike ove situacije, to su zaista dobri rezultati.

2.3. Vizija i misija turizma Istarske županije

Kako bi se osigurao daljnji razvoj i napredak turizma Istarske županije donesen je Master plan turizma Istarske županije 2015.-2025. Na osnovu toga plana, vizija turizma Istre 2025. je *„globalno prepoznata turistička regija koja je svoje autentične vrijednosti uspješno integrirala u udoban i poželjan životni prostor. Istarski način života određuje njenu autentičnu regionalnost, koja na otvoren i pouzdan način razvija originalne, inovativne i konkurentne turističke proizvode kroz suradnju svih aktera“*⁵.

Uz viziju, veže se i misija koja ima za cilj Istru istaknuti njezinom autentičnoću, te na osnovu tradicije i prirodnih resursa razvijati i predstavljati nove ideje, te širiti ponudu uz prisutnost tradicije.

Istra je tolerantna regija s elementom multikulturalnosti koja se postavlja prema evoluirajućem globalnom tržištu istarskim vrijednostima življenja. Kvaliteta turističke usluge i inovacije su temelj dugoročnog promišljanja o turizmu. Gledajući dugoročno, Istra se orijentira na svoje ključne snage – regionalnu autentičnost, otvorenost i pouzdanost. Putem regionalne autentičnosti, otvorenosti i pouzdanosti želi preuzeti jednu od vodećih pozicija u inovativnom promišljanju turizma, te stvoriti jedinstveni istarski turistički model.

Spomenuti model sugerira određene razvojne procese u razdoblju između 2015. i 2025. godine kroz određene temeljne smjernice. Tako se sugerira usmjerenost na

⁵ Master plan turizma Istarske županije 2015-2025, Turistička zajednica Istarske županije, Poreč, 2014., str.115.

turiste koji odgovaraju profilu zapadnog potrošača s izgrađenim turističkim iskustvom i kulturom, zatim se predviđa unaprjeđenje kvalitete svih smještajnih kapaciteta, te rad na dodanoj vrijednosti kulturnim i prirodnim atrakcijama. Također, predlaže se zaštita urbanog sadržaja kontinentalnih mjesta.

Nadalje, želi se osnažiti globalni marketing, te se ciljaju segmenti više srednje i više kategorije potrošača. Predviđeno je i podizanje udjela hotela I resorta u smještajnoj strukturi kroz poticanje novih brown I green field investicija, što je u određenoj mjeri krenulo s realizacijom, jer su u 2019. godini otvoreni novih hoteli u Istri.

Također, predviđa se razvoj *mixed use* projekata unutar i izvan postojećih izgrađenih zona, te se ističe potreba za većim kapacitetom ljudskih resursa kroz ulaganje u obrazovanje djelatnika u turizmu.

2.4. Aktualna turistička ponuda Istarske županije

Gledajući današnju ponudu Istre ona obiluje mnoštvom raznih turističkih kapaciteta i sadržaja, na njezinom obalnom, primorskom dijelu, ali i u unutrašnjim ruralnim područjima. Uz poznati stacionarni turizam u mnogobrojnim hotelima, apartmanskim naseljima, kampovima, privatnom smještaju, danas se u Istri sve više razvija:

- kongresni turizam,
- nautički turizam,
- lovni turizam,
- ribolovni turizam,
- kulturni turizam,
- agroturizam,
- eno-gastronomski turizam,
- ronilački turizam,
- ekološki turizam te
- konjički turizam.⁶

Istra je sa svojim mnogobrojnim sportsko rekreativnim i rehabilitacijskim sadržajima, pogodna za festivalski i sportski turizam, kako radi priprema i rehabilitacije aktivnih sportaša tako i rekreativce. Istra je pogodna i za sportaše rekreativce, vožnju biciklom kroz biciklističke staze, planinarenje, šetnju pješačkim stazama, špiljarenje,

⁶ www.istra.hr (pristupljeno 28. svibnja 2020.)

slobodno penjanje, paragliding, tenis. U odnosu na aktivne sportaše, izvrsna je, kako je navedeno, za sportske pripreme kao i za rehabilitaciju, te za turiste-izletnike te njihovo edukativno upoznavanje s povijesnim, kulturološkim, prirodnim obilježjima regije.

Ljetna sezona u Istri svakako privlači ljubitelje mora, a počinje od petog mjeseca i traje do kraja mjeseca rujna. U tom razdoblju Istra ima najviše gostiju, jer se posjetitelji mogu okupati i prepustiti suncu na mnogim plažama u istarskim turističkim destinacijama. Također, gosti željni aktivnog odmora mogu se opustiti uz brojne atraktivne događaje, zabave i sportske aktivnosti.

Svakako je važno spomenuti široku ponudu raznih kulturnih događanja, npr. filmski festivali, kazališne predstave, koncerti europskih i svjetskih glazbenika, izložbe slika te ribarske ljetne fešte u priobalnim mjestima, uz glazbu, vino, ples i ribu i sl.⁷

Naravno, neizostavni dio ponude su ljepote ruralne Istre. Neke od ponuda u tom segmentu su izleti vinskim cestama koji posjetitelje dovode u dom istarskih vinara, gdje se mogu okrijepiti izvornim istarskim vinima, istarskim sirom i pršutom.

Uz tradicijsku gastro i enološke ponude te ponudu smještaja u autentičnim ruralnim ambijentima, u ponudi su raznovrsni rekreacijski sadržaji koji su mogući samo u ruralnim područjima. Istra zbog svojih hidrografskih i klimatskih uvjeta te biljnog pokrova, pogoduje za uzgoj i rast divljači te je moguće bavljenje lovnim turizmom, odnosno organiziranje lova, najčešće na pernatu divljač, nisku i visoku divljač.

Jedna od prednosti ruralnih područja je u tome da za razliku od maritimnih, pružaju više prilike za zabavu i razonodu. Uzevši u obzir sve moguće aktivnosti u ruralnim područjima, moguće je razvijati dvadesetak oblika turizma. Postoji zaista mnogo turističkih aktivnosti koje su svrstane po skupinama kao: ture, aktivnosti na vodi, aktivnosti u zraku, sportske aktivnosti, aktivnosti otkrivanja zanimljivosti, aktivnosti radnih procesa, kulturne aktivnosti, zdravstvene aktivnosti.⁸

Treba svakako spomenuti agroturističke punktove, koji su idealni izbor za turiste željne mira i prirodnog okruženja. Spomenuti punktovi su objekti tradicionalne istarske gradnje, nazivaju se i istarske konobe, te se uglavnom nalaze u osami.

⁷ Ibidem

⁸ Ružić, P., „Analiza posebnosti i percepcije ruralnog turizma Istre“, *Ekonomska misao i praksa*, Vol. XXI, No. 1, 2012., str. 219.

2.5. Statistička analiza turizma Istarske županije prema aktualni pokazateljima

Obzirom na trenutno vrlo nezahvalnu situaciju pandemije COVID-19, svjetska turistička tržišta su postala jedne od najvećih žrtava iste. Ipak, uzevši u obzir sve okolnosti, Republika Hrvatska, odnosno domaće turističko tržište donekle može biti i zadovoljno rezultatima, posebice u odnosu na ostale konkurentske zemlje. Istra u ovoj situaciji bilježi najbolje rezultate.

Tablica 1. Dolasci i noćenja turista u Istri po turističkim zajednicama, siječanj-srpanj 2020.

Turistička zajednica	Dolasci	Noćenja	Postotak
Bale	9.076	69.849	1,46
Barban	2.598	24.105	0,50
Brtonigla	12.306	120.805	2,52
Buje	4.429	26.141	0,55
Buzet	1.661	8.533	0,18
Fažana	25.722	201.051	4,20
Funtana	37.957	288.694	6,03
Grožnjan	924	5.263	0,11
Kanfanar	1.766	16.507	0,34
Kaštelir – Labinci	2.447	22.845	0,48
Kršan	1.769	15.538	0,32
Labin	21.373	153.392	3,20
Ližnjan	7.502	68.151	1,42
Marčana	10.117	86.845	1,81
Medulin	73.598	555.339	11,60
Motovun	2.150	7.242	0,15

Novigrad	35.334	239.38	5,00
Oprtalj	692	4.040	0,08
Pazin/Središnja Istra	8.481	73.938	1,54
Poreč	64.651	459.960	9,61
Pula	49.012	293.391	6,13
Raša	8.906	76.571	1,60
Rovinj	90.291	620.157	12,95
Sveta Nedelja	2.808	27.882	0,58
Svetvinčenat	4.056	37.635	0,79
Tar - Vabriga	32.794	297.650	6,22
Umag	64.370	456.052	9,53
Višnjan	2.440	21.225	0,44
Vižinada	1.420	12.907	0,27
Vodnjan	16.865	189.746	3,96
Vrsar	29.248	252.850	5,28
Žminj	2.331	20.462	0,43
Nautika	4.211	33.393	0,70
Ukupno	633.305	4.787.544	100,00

Izvor: Dolasci i noćenja turista u Istri, <https://www.istra.hr/hr/business-information/istra-u-medijima/statistika> (pristupljeno 22. kolovoza 2020.), str.

Iz podataka je vidljivo da Rovinj ima najbolje rezultate, tj. 12,95% prometa u cjelokupnoj Istri, dok najslabije rezultate ima Oprtalj sa 0,08%.

Nadalje, gledajući udio prometa u Istarskoj županiji u odnosu na ukupni turistički promet, Istra ima najbolje rezultate, što je prikazano u sljedećoj tablici.

Rezultati po klasterima u odnosu na sveukupan promet, noćenja siječanj-srpanj 2020.

	Domaći	Strani	Ukupno	Udjel u ukupnom prometu (%)
Istra	55,90	42,46	43,07	25,45
Kvarner	72,73	52,36	55,45	20,99
Zadarska	82,78	53,25	60,92	17,81
Splitsko-dalmatinska	86,25	36,39	39,71	16,06
Šibensko-kninska	74,50	45,84	51,21	7,22
Dubrovačko-neretvanska	81,97	22,43	25,51	4,76
Ličko-senjska	84,00	46,38	51,17	3,51
Kontinentalna Hrvatska	68,09	35,20	49,72	2,44
Grad Zagreb	60,58	26,88	32,40	1,75

Izvor: Informacije o statističkim pokazateljima – srpanj 2020., <https://www.htz.hr/sites/default/files/2020-08/Informacija%20o%20statistickim%20pokazateljima%20-%20srpanj%202020.pdf> (pristupljeno 22 kolovoza 2020.), str. 16.

Dakle, vidljivo je da je tijekom razdoblja siječanj – srpanj tekuće godine, Istra ostvarila najveći udjel u ukupnom broju noćenja, 25,45%, zatim slijedi Kvarner sa 21%, te Zadarska županija sa 17,8%.

U sljedećoj tablici prikazani su najaktualniji rezultati po klasterima u odnosu na sveukupan promet za noćenja u samom mjesecu srpnju tekuće godine.

Tablica 3. Rezultati po klasterima u odnosu na sveukupan promet, noćenja u srpnju 2020.

	Domaći	Strani	Ukupno	Udjel u ukupnom prometu (%)
Istra	76,67	59,63	60,10	25,7
Kvarner	78,81	67,28	68,98	21,0
Zadarska	80,35	66,78	70,59	18,7
Splitsko-dalmatinska	94,55	51,51	54,07	17,3
Šibensko-kninska	76,61	59,05	62,39	7,7
Dubrovačko-neretvanska	112,24	37,03	40,57	4,7
Ličko-senjska	80,88	59,78	62,62	3,7
Kontinentalna Hrvatska	69,38	41,76	48,42	0,8
Grad Zagreb	66,38	21,99	25,85	0,4

Izvor: Informacije o statističkim pokazateljima – srpanj 2020., <https://www.htz.hr/sites/default/files/2020-08/Informacija%20o%20statistickim%20pokazateljima%20-%20srpanj%202020.pdf> (pristupljeno 22 kolovoza 2020.), str. 6.

Dakle, Istra uvjerljivo ima najveći udjel u ukupnom turističkom prometu Hrvatske. Sa 25,7% udjela, nalazi se ispred drugoplasiranog Kvarnera koji za Istrom zaostaje nekih 4%, odnosno ostvaruje 21,0% udjela, te Zadarska županija sa 18,7% udjela.

3. CILJEVI I MODEL RASTA TURIZMA ISTARSKE ŽUPANIJE

Kako bi se ostvario planirani rast turizma, te vizija razvoja turizma Istre, potrebno je specificirati ciljeve i donijeti konkretne mjere kako bi se oni lakše realizirali i kako bi se njihova realizacija mogla lakše pratiti. Također, potrebno je napraviti pozicioniranje turističkih klastera Istre.

3.1. Pozicioniranje turističkih klastera Istre

Master planom turizma postavljene su osnove tržišnog pozicioniranja pet vodećih destinacija i njihovih gravitacijskih područja, tj. područja Središnje Istre kao šeste destinacije.

Klasteri su sljedeći:

- Umag/Novigrad - karakter: aktivna Istra (*active Istria*), dominantni proizvodi: sunce i more, sport i aktivnosti, enogastronomija;
- Poreč - karakter: živahna Istra (*lively Istria*), dominantni proizvodi: sunce i more, sport i aktivnosti, kratki odmori;
- Rovinj - karakter: istarski šik (*Istrian chique*), dominantni proizvodi: kratki odmori, sunce i more, touring / kultura;
- Pula - karakter: inspirirajuća Istra (*inspiring Istria*), dominantni proizvodi: sunce i more, kratki odmori, touring i kultura, sport i aktivnosti;
- Labin - karakter: ležerna Istra (*laidback Istria*), dominantni proizvodi: sunce i more, touring i kultura, događaji;
- Središnja Istra - karakter: skrivena/autentična Istra (*Hidden/Authentic Istria*), dominantni proizvodi: enogastronomija, kratki odmori, touring i kultura.⁹

Svrha definiranja klastera je mogućnost boljeg i konkretnijeg određivanja razvojnih ciljeva za svako područje, tj. klaster, a samim time i lakše praćenje realizacije rezultata.

3.2. Ciljevi razvoja turizma Istre

Turistička vizija i strategija razvoja turizma Istre do 2025. godine nameće određene ciljeve koje je potrebno realizirati do 2025. godine. Naglasak je na velikim

⁹ Master plan turizma Istarske županije 2015.-2025., op. cit. (bilj. 5), str. 119.

investicijama, te povećanju udjela određenih specificiranih smještajnih objekata i podizanju zauzetosti kreveta.

Prema Master planu turizma Istarske županije, definirani su određeni ciljevi sljedeći način:

- ostvariti 2,5 do 3 milijarde EUR novih investicija u turizam;
- podići udio hotela i turističkih naselja na 30% u smještajnoj strukturi;
- podići zauzetost kreveta na 30%, a hoteli i turistička naselja iznad 50%;
- doseći minimalno 100 EUR prosječne potrošnje po noćenju;
- ostvariti ukupan godišnji prihod od turizma u 2025. između 2,5 i 3 milijarde EUR¹⁰.

Ovo su dosta ambiciozni ciljevi, no uz sustavnu i kontinuiranu primjenu mjera koje su donesene za provedbu svakog cilja, isti se mogu realizirati u predviđenom razdoblju.

3.3. Model rasta

Na temelju provedene analitike i gornjih ciljeva, Horwath HTL je napravio projekciju osnovnih pokazatelja istarskog turizma za 2002. i 2014. godinu. Uz deklarirane ciljeve potrebno je zadovoljiti neke dodatne pretpostavke.

Shodno tome, pretpostavka je:

- da će se do 2025. godine na pojaviti 11.000 novih smještajnih jedinica u hotelima i turističkim naseljima na razini 4 i 5*,
- ukupna potrošnja gostiju hotela i turističkih naselja 4 i 5* i dalje će rasti (18-25%, i to više za goste 5*) zbog jačanja lanca vrijednosti,
- novim nacionalnim i regionalnim politikama, dio privatnog smještaja će se transformirati prema malim obiteljskim hotelima (koji su uključeni u gornju brojku), a dio izaći s tržišta kroz prodaju,
- kapacitet kampova će se na osnovu povećanja kvalitete i brownfield konverzija smanjiti za 10%.¹¹

Glavni cilj i smisao takvog modela je u povećanju turističkog prihoda izvan glavne sezone, što znatno pridonosi konkurentnosti Istre kao europske turističke regije. U

¹⁰ Ibidem, str. 120.

¹¹ Ibidem, str. 121.

sljedećoj tablici su prikazane projekcije performansi istarskog turizma do 2025. godine – model dodane vrijednosti.

Tablica 4. Projekcija performansi istarskog turizma do 2025. godine – model dodane vrijednosti.

2025. MODEL DODANE VRIJEDNOSTI						
	Jedinica	Kreveta	Noćenja	Zauzetost	Jedinična potrošnja u EUR	Ukupna potrošnja u EUR
Hoteli i turistička naselja	31.485	75.062	14.354.194	52%		1.991.431.699
5*	4.000	8.437	1.755.242	57%	220	386.153.330
4*	16.500	40.160	7.768.906	53%	160	1.243.024.994
Ostalo	10.985	26.466	4.830.045	50%	75	362.253.375
Kampovi		92.591	8.448.938	25%	66	557.629.900
Privatni smještaj		80.250	4.393.688	15%	70	307.558.125
Ostalo		10.996	1.003.385	25%	60	60.203.100
Ukupno		258.900	28.200.204	30%	103	2.916.822.824

Izvor: Master plan turizma Istarske županije 2015-2025, Turistička zajednica Istarske županije, Poreč, 2014., str. 121.

Dakle, ovaj model podrazumijeva gotovo udvostručenje turističkog prihoda uz deltu od nešto više od 4,5 milijuna noćenja u odnosu na 2014. godinu i to izvan glavne sezone. S prosječnom potrošnjom od 100 EUR, Istra se tako svrstava među najkonkurentnije europske turističke regije.

U suprotnom, ukoliko Istra ne zaustavi postojeće trendove rasta privatnog smještaja i kampova uz stagnaciju zauzetosti i potrošnje, slijedi joj ireverzibilna putanja modela turističkog razvoja s potencijalno opasnim posljedicama. U sljedećoj tablici je prikazana projekcija performansi istarskog turizma prema postojećem modelu.

Tablica 5. Projekcija performasni istarskog turizma do 2025. godine prema postojećem modelu.

2025. POSTOJEĆI MODEL						
	Jedinica	Kreveta	Noćenja	Zauzetost	jedinična potrošnja u EUR	ukupna potrošnja u EUR
Hoteli i turistička naselja	22.000	51.237	7.074.591	38%		761.115.42
5*	2.000	4.218	692.859	45%	175	121.250.298
4*	9.015	20.553	3.000.701	40%	140	420.098.075
Ostalo	10.985	26.466	3.381.032	35%	65	219.767.048
Kampovi		134.709	10.817.135	22%	50	540.856.763
Privatni smještaj		160.000	5.840.000	10%	55	321.200.000
Ostalo		10.996	1.003.385	25%	50	50.169.250
Ukupno		356.942	24.735.111	19%	67,7	1.673.341.434

Izvor: Master plan turizma Istarske županije 2015-2025, Turistička zajednica Istarske županije, Poreč, 2014., str. 122.

Dakle, prema postojećem modelu se predviđa jednak trend rasta kampova, uz tek 1,600 kvalitetnih hotelskih i resort soba u Istri. S više od 350 tisuća kreveta u smještaju Istra će imati tek nešto više od 2 milijuna noćenja više i oko 250 milijuna EUR turističkog prihoda više, a 100.000 kreveta više.

Promatrajući preferencije turista po vrsti smještaja, prema podacima 2017. godine, rezultati su sljedeći:

- hoteli – preferira ih 49.551 turista,
- kampovi – preferira ih 118.285 turista,
- nekomercijalni smještaj – preferira ga 75.698 turista,
- objekti na OPG-u – preferira ih 308 turista,
- objekti u domaćinstvu – preferira ih 86.072 turista,

- ostali ugostiteljski objekta za smještaj/druge vrste/skupni kampovi – preferira ih 26.340 turista,
- ostalo – preferira 2.364 turista.¹²

Dakle, u Istri dominiraju kampovi po preferencijama turista, i to vrlo značajno, dok se najmanje preferiraju objekti na OPG-ovima.

¹² Preferencija smještajnih kapaciteta u pojedinim klasterima prema ključnim emitivnim tržištima u 2017., <https://www.htz.hr/sites/default/files/2018-08/Preferencija%20smjestajnih%20kapaciteta%20u%20pojednim%20klasterima%202017.pdf> (pristupljeno 22. kolovoza 2020.)

4. RAZVOJ SMJEŠTAJNIH KAPACITETA ISTARSKE ŽUPANIJE KAO FUNKCIONALNI PREDUVJET TURISTIČKE PONUDE

Jedan od elemenata turističke ponude, ali i jedan od funkcionalnih preduvjeta su smještajni kapaciteti. Obzirom da većina turista dolazi na više dana, odnosno noćenja, nužno je osigurati odgovarajuće kapacitete. Uz to, smještaj je u globalnim razmjerima prihodovno najjača pojedina industrija u lancu turističke vrijednosti. Od ukupnih prihoda turizma, na različite oblike smještaja otpada oko 60%.

Uzevši u razmatranje period od 12 godina, tj. između 2002. i 2014. godine, ukupna smještajna struktura u Istarskoj županiji povećala se za 75%. Taj rast je većim dijelom proizašao iz rasta kapaciteta privatnog smještaja i kampova koji su doveli do 98% ukupnog rasta. Stoga je ukupni udio hotela i turističkih naselja pao sa oko trećine na manje od petine ukupnih kapaciteta.¹³

Kao jedan od razvojnih ciljeva turizma Istre, navodi se upravo porast hotelskog smještaja, a posebice hotela koji posluju u skladu s održivim i odgovornim poslovanjem. U nastavku poglavlja, biti će više riječi o tome.

Promatrajući aktualnu godinu, za sada je najviše dolazaka zabilježeno u kampovima, 16.795, što je na razini od 56 posto u odnosu na prošlu godinu u ovom razdoblju, a slijede objekti u domaćinstvu s brojkom od 11.648 dolazaka, ili 37 posto u odnosu na isto lanjsko razdoblje, te hoteli s 8.952 dolaska, što je na razini nešto većoj od 40 posto u odnosu na lani. Jedini porast u odnosu na lanjsko razdoblje bilježi nekomercijalni smještaj, u kojem je krajem srpnja zabilježeno 3.842 dolaska, a prošle godine u istom periodu tek 2.509 dolazaka. Dakle, ovi podaci potvrđuju Istru kao najjaču kamping regiju u Hrvatskoj.

4.1. Hotelski smještaj

U 2014. godini u Istri je bilo: 58 hotelskih objekata sa 13.360 soba, odnosno 27.840 kreveta i 36 turističkih naselja sa 7.041 soba i 21.717 kreveta. Danas smještajni kapaciteti visoke kategorije dominiraju hotelskom ponudom, dok je u slučaju turističkih naselja 75% ukupne ponude na razini 3*i 4*.

¹³Master plan turizma Istarske županije 2015.-2025., op. cit. (bilj. 5), str. 39.

Kao produkt masovnog turizma u Istri se i dalje radi na ulaganju u kvalitetu smještajnih kapaciteta, pa se bilježi rast hotela sa 4* i 5*. Hoteli u ponudi Istre s 5*: Kempinski hotel Adriatic u Umagu, Boutique hotel Villa Vulin u Puli, Monte Mulini i Lone u Rovinju, Valamar Isabella Miramare i Isabella Castle u Poreču, Melia Coral u Umagu.¹⁴

U novije vrijeme, odnosno u 2019. godini u Istri je otvoreno nekoliko novih hotela: Hotel Park u Rovinju, Valamar Collections Mare Suites u Poreču, Hotel Roxanich u Motovunu, te Hotel Paris u Opatiji. Dakle, vidljivo je da hotelska ponuda konstantno raste i da se ulaže u njezin daljnji razvoj.

Kako je ranije navedeno, da je jedan od ciljeva razvoja ponude porast hotela se zelenim certifikatom, ovdje se može napomenuti da je taj cilj u realizaciji, odnosno vidljivi su rezultati. Istra bilježi posljednjih godina rast hotela koji imaju tzv. zeleni certifikat, što podrazumijeva ekološku osviještenost. Kod takvih hotela princip poslovanja se zasniva na odgovornom upravljanju. Dakle, brine se da se ne zagađuje okoliš, pri procesu nabave robe zahtijevaju se isporuke s minimalnom ambalažom, koriste se organske posteljine, radi se na racionalizaciji potrošnje vode i energije i sl..

4.2. Kampovi

Kampovi su tradicionalni tip smještaja u Istri, te je upravo Istra najjača kamping destinacija Hrvatske. Kamping turizam sastoji se od kamperizma, *glampinga* i mobilnih kućica. Neki od najboljih kampova u Istri su: Aminess Maravea Camping resort u Novigradu, Aminess Sirena u Novigradu, Arena One 99 Glamping u Medulinu, Bi Village u Fažani, Istra Premium Camping Resort u Funtani, Lanterna Premium Camping Resort u Taru, Marina Camping Resort u Labinu, Polidor u Funtani, Santa Marina Boutique Kamp u Vabrigi.¹⁵

U 2014. godini u Istri je bilo 35 kampova sa 33.359 soba i 102.879 mjesta. Cjelokupna kvaliteta ponude kampova se diže, pa tako kampovi sa 3* i 4* čine 80% ukupnih kapaciteta. U 2014. godini bilo je 14.939 objekata za privatni smještaj s 107.381 kreveta. U tom razdoblju najveći je rast u klasterima Južna i Sjeverozapadna Istra koji zajedno čine 60% ukupnog rasta, a najmanji rast u klasteru Vrsar-Funata. U

¹⁴ www.istra.hr (pristupljeno 28. svibnja 2020.)

¹⁵ Kamping – Istra, <https://www.camping.hr/hr/hrvatski-kampovi/istra> (pristupljeno 29. svibnja 2020.)

klasterima Južna i Sjeverozapadna Istra smješteno je 59% ukupne ponude privatnog smještaja u Istri.

Danas Istra ima najveći broj kampova s 4 zvjezdice u Hrvatskoj uz savršeno očuvanu harmoniju s plavo-zelenim okolišem. Nedavno je otvoren jedan takav kamp, sa četiri zvjezdice, Arena Grand Kažela u Medulinu. Pokrenut je i projekt Mali kampovi Istre. Pokrenut je inicijativom Upravnog odjela za turizam Istarske županije i potpomognut od strane Ministarstva turizma, sa ciljem kreiranja sustava i otvaranja malih obiteljskih kampova i kamp odmorišta.

Kao neki nedostaci kampova u Istri navode se manjak *pet-friendly* destinacija kao i destinacija pogodnih za osobe s posebnim potrebama. Usprkos tome što postoje kampovi koji primaju kućne ljubimce, zamjera im se da su nedovoljno uređeni i da nema dovoljno označenih plaža za pse. Što se tiče osoba s posebnim potrebama, postoji vrlo malo smještajnih jedinica i plaža koje su im prilagođene. Stoga je potrebno riješiti ove nedostatke, kako bi se usavršila kamping ponuda Istre.

Dakle, važno je ponudu kampinga prilagoditi gostima. Gosti kampova uglavnom vole prirodu, atraktivnosti i udobnost. U kamping ponudi se javljaju i mobilne kućice, a to svakako dodatno privlači goste, jer su najkomotniji oblik smještaja. Može se spomenuti i nedavno otvorenje prvih nekoliko mještajnih jedinica apartmanskog naselja Arena Verudela Beach na poluotoku Punta Verudela u Puli.

4.3. Privatni smještaj

Ponuda privatnog smještaja danas sve više raste. Privatni se smještaj u posljednjih 10ak godina povećao za minimalno tri puta. Naime, s polovinom ukupnih smještajnih kapaciteta na državnoj razini on postaje prioritetno upravljačko pitanje turizma, pa se radi na promjenama regulacije i jačem nadzoru.

Uspoređujući 2018. s 2017. godinom, kapacitet u privatnom smještaju porastao je 11%, a uspoređujući 2017. godinu s 2010. godinom, kapacitet u privatnom smještaju porastao je za čak 50,6 posto. Trenutno privatni smještaj previše raste u odnosu na druge kategorije smještaja, a regulatorni i zakonodavni okviri pogoduju daljnjoj ekspanziji privatnih kapaciteta. Uz to, nekontroliran razvoj privatnog smještaja stvara

negativne konotacije prema turizmu što negativno utječe na imidž određene destinacije.¹⁶

Stoga je županijska Turistička zajednica naručila izradu studije "Privatni smještaj Istarske županije", sa ciljem identifikacije mogućih te potrebnih smjerova djelovanja da bi se mogli i dalje razvijati, te podići razinu konkurentnosti ovog turističkog proizvoda, pritom se rukovodeći načelima održivog razvoja.

4.4. Operativni ciljevi razvoja smještajnih objekata

Kako bi se rješila spomenuta problematika oko smještajnih kapaciteta, posebice oko privatnog smještaja i potrebe porasta hotela i turističkih naselja visoke kategorije na optimalni način, definirana su određena polazišta operativne strategije smještaja.

Polazišta spomenute strategije iznose glavne smjernice. Tako se predviđa porast porast udjela hotela i turističkih naselja visoke kategorije čije bi godišnje razdoblje otvorenosti trebalo povećati daljnje iskorake u kvaliteti kampinga, te kvalitativno sortiranje privatnog smještaja i povećati broj kvalitetnih i tematiziranih malih obiteljskih hotela. Nadalje, obzirom da daleko najveći broj hotelskog smještaja i smještaja u turističkim naseljima Istre drži samo šest velikih i jakih poduzeća, kroz uklanjanje barijera očekivati veliki razvojni koraci u marketingu i razvoju.

Po pitanju kapitalnog problema oko turističkog zemljišta, koji dovode kvalitativnog restrukturiranja kampova, Istra se nalazi u situaciji da ono što je s poduzetničkog aspekta atraktivno, za Istru nije strateški poželjno, stoga to treba riješiti na optimalan način. Nadalje, treba ojačati marketing i marketinške kanale, kako bi se dodatno turiste usmjerilo na poduzetnike iznajmljivače.¹⁷

Također, treba raditi na daljnjem razvoju ponude u smislu podrške vinarima, maslinarima, a posebice malih hotelijerima, jer oni izvrsno odražavaju lokalni identitet i imaju veliki značaj.

¹⁶ Županijski TZ naručio izradu studije „Privatni smještaj Istarske županije“; Istra prva u Hrvatskoj definira smjernice razvoja privatnog smještaja, <https://www.glasistre.hr/pula/zupanijski-tz-narucio-izradu-studije-privatni-smjestaj-istarske-zupanijeistra-prva-u-hrvatskoj-definira-smjernice-razvoja-privatnog-smjestaja-581218> (pristupljeno 29. svibnja 2020.)

¹⁷ Master plan turizma Istarske županije 2015.-2025., op. cit. (bilj. 5), str. 143

Straegijom smještaja želi se postići novih 6.000 smještajnih jedinica u kategoriji 4* i 5* u hotelima i turističkim naseljima, te 4.000 jedinica u novim *greenfield/brownfield* investicijama.

Po pitanju kampova potrebna je regulacija smještaja na obali, a pritom je potrebno postojeće podići na minimalno 4*. Također, treba dati mogućnost malim obiteljskim kampovima u Središnjoj Istri, a uz rješenje problema zemljišta, može se očekivati smanjenje kapaciteta kampova za 10%.

Nadalje, putem inventarizacije i poticajnijih mjera treba se konsolidirati kategorija privatnog smještaja s posljedicama smanjenja ukupnog kapaciteta od 25%, uz porast jedinične potrošnje gostiju od 33% za preostale kroz podizanje kvalitete. Nadalje, želi se novih 50 tematiziranih malih hotela u Istri do 2025. godine. Nastavno na to teži se smanjenju ili stagnaciji broja ukupnih kreveta uz porast kapaciteta hotela i naselja u ukupnoj strukturi na minimalno 28%, te smanjenje svake od kategorija kampova i privatnog smještaja u udjelu za oko 3-5%.¹⁸

Dakle, ovim modelom i strategijom se želi utjecati na razvoj smještajnih kapaciteta, koji će se temeljiti na povećanju kapaciteta u hotelima i turističkim naseljima uz podizanje kvalitete, a na smanjenju kampova i privatnog smještaja.

¹⁸ Ibidem, str. 144.

5. RAZVOJ KULTURNOG TURIZMA

Kulturni turizam polako postaje sve traženiji turistički proizvod. Kulturni turizam se definira kao „putovanje koje je motivirano primarno kulturom, poput: studijskih putovanja, posjeta kulturnim manifestacijama, posjeta festivalima i drugim kulturnim događanjima, posjeta spomenicima“¹⁹.

Vidljiv je porast zainteresiranosti turista za taj oblik turizma, no još uvijek se uglavnom definira kao usputna aktivnost, odnosno nešto što će turisti posjetiti ako im ostane vremena. Vrlo malo gostiju posjećuje Istru samo radi kulturne ponude.

5.1. Potreba za drugačijim pristupom kulturnoj baštini

Istarski kulturni turizam još nije zaživio u punom svjetlu. Potreba kvalitetnog razvoja novih proizvoda na visokoj konkurentskoj razini zahtijeva integraciju i stvaranje dodane vrijednosti na kulturnoj baštini. Za dugoročnu će konkurentnost proizvoda touringa/kulture i kratkih odmora za više ili visoke segmente turističke potrošnje biti potreban drugačiji pristup kulturnoj baštini od fizičkog označavanja i održavanja.²⁰

Istarska prirodna i kulturna baština u manjoj mjeri je uvezana u sustav turističkih proizvoda, modelom manje dodane vrijednosti. Usprkos tome da su brojne barijere posljedica zakonskih rješenja, uključivanje institucija nadležnih za prirodna područja i kulturnu baštinu u proces razvoja turističkih proizvoda neophodno je za nužne pomake. Kao cilj operativne strategije navodi se pomak zastupljenosti kulturnog turizma sa udjela u ukupnom fizičkom prometu sa 2% u 2014. godini na 5% u 2025. godini.

5.2. Spomenici kulture i muzeji

Istra je iznimno bogata spomenicima kulture, pa postoji ogromni potencijal za razvoj kulturnog turizma zahvaljujući rimskoj ostavštini, mnogobrojnim kaštelima, srednjovjekovnoj baštini i sl.

¹⁹ Sinković, G., *Istra u kontekstu jadranskih kultura i tradicija*, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula, 2008., str. 8.

²⁰ Master plan turizma Istarske županije 2015-2025., op. cit. (bilj. 5), str. 198.

Kao primjer može se uzeti grad Pula koji ima najveći broj rimskih spomenika u cijeloj Hrvatskoj i svakako može privući goste koji vole rimsku povijest. Tu ne treba govoriti o važnosti amfiteatra u Puli, no svakako treba poraditi na njegovoj promociji izvan granice države, pa i izvan granica Europe. Također, u Istri postoji mnoštvo crkvice koje imaju zanimljive freske koje mogu oblikovati zanimljivu ponudu. Upravo zahvaljujući aplikaciji „Istra Culutre“ turisti mogu lako dobiti sve informacije o kulturnoj ponudi Istre.

Ista nema mnogo muzeja. Naime, muzeji su zaista slabo posjećeni, malo turista zna za njih, te se vrlo rijetko organiziraju nekakve izložbe ili radionice. No, svakako treba iskoristiti bogato kulturno naslijeđe koje se nalazi u muzejima. Kao jedan od većih problema javlja se slaba prepoznatljivost, a vrlo malo muzeja govori o gradovima i običajima koje bi trebali predstavljati. Tako primjerice, Pazinski muzej ne govori previše o povijesti grada Pazina i građanima, a slična situacija je i s muzejima u Umagu i Buzetu.²¹

S druge strane, trebalo bi se poraditi na modernizaciji ponude. U Povijesnom muzeju u Puli i Etnografskom muzeju u Pazinu prevladava zastarjeli način komunikacije. Također, izložbe uglavnom nisu prevedene na engleski ili neki drugi strani jezik, a angažiranje turista u radionicama je minimalno. Stoga je potrebno modernizirati ponudu i animirati goste.

5.3. Ponuda kulturnih manifestacija

Nasuprot manjku muzeja, Istra ima za ponuditi mnoge kulturne manifestacije, od tradicijskih seoskih fešta koje se održavaju u čast zaštitnicama tih malih mjesta preko raznih tematskih sajмова, do velikih glazbenih i filmskih festivala.

Filmski festivali u Istri igraju značajnu ulogu u turizmu jer privlače mnoge posjetitelje iz svijeta filma i kazališta, a koji se inače da nema festivala filma ne bi zaputili u Istru na ljetovanje. Tom prilikom oni mogu spojiti ugodno s korisnim te produžiti svoj boravak u Istri i nakon što filmski festival završi. Najpoznatiji filmski festivali u Istri su „Pula film festival“ te „Motovun film festival“, koji se održavaju u ljetnim mjesecima.

„Pula film festival“ je utemeljen 1954. godine te je nazvan Filmskim festivalom. Održava se u srpnju. Na „Pula film festival“ nikada ne zaostaju ni popratni filmski

²¹ www.istra.hr (pristupljeno 28. svibnja 2020.)

programi: Pulica – program za djecu i mlade, Pustolovni laboratorij profesora Baltazara, Pulska filmska tvornica, izložba Cinemaniac, doFuraj svoj film i filmovi na Portarati.²²

„Motovun film festival“ danas je prepoznatljiv festival, te je postao svojevrsni brend. pokrenut 1999. godine, a osnovala ga je skupina filmskih redatelja, profesionalaca, producenata i studenata filma, kao odgovor na tadašnju dominaciju hollywoodskog filma u hrvatskim kinima. Također se održava u srpnju.

Nadalje, i glazbeni festivali u Istri svakako su atraktivna turistička ponuda. Cjelokupni imidž Hrvatske kao destinacije se promjenio zahvaljujući glazbeno-festivalskom turizmu, a dio toga pripada i festivalima koji se održavaju upravo u Istri.

Istra je uvrštena u vrh svjetskih odredišta glazbenog festivalskog turizma, pa postoji vrlo veliki potencijal za razvoj ovog segmenta turizma. Vrlo važan je festival „Adria Summer Festival“, odnosno zabavni festival u Istri koji se održava u Medulinu tijekom ljeta uz nastupe regionalnih i europskih zvijezda. Važno je napomenuti da je organizacija ovakvog festivala potaknula uređenje rive, a sam festivalski događaj Medulin diže na ljestivici koncertne ponude tijekom ljetne sezone u Istri.

Također, poznati glazbeni festivali u Istri su „Liburnia Jazz festival“, festival "Jazz is back", te „San Pellegrino Beach festival“. Liburnia Jazz organizira međunarodni „Liburnia Jazz Festival & Workshops“ u Lovranu i Opatiji, a od 2005. godine i „Liburnia Jazz Ex Tempore“ u Opatiji. Treba spomenuti i koncerte klasične i zabavne glazbe u sklopu manifestacija „Medulinsko koncertno ljeto“ i „Premantura open air“ koji u sezoni pružaju gostima priliku uživati u svim glazbenim žanrovima.²³

Spomenuti „San Pellegrino Beach festival“, kao jedan od najvećih open air festivala u Istri, a to je festival koji je tzv. *freestyle* festival, te se održava u okolici Umaga. Dakle, ponuda raznih filmskih i glazbenih manifestacija je bogata. Kao zamjerka moglo bi se navesti to je što je ponuda sezonska, pa bi trebalo nastojati više poraditi na organiziranju festivala i u predsezoni i postsezoni.

²² Pulski filmski festival, <https://pulafilmfestival.hr/hr> (pristupljeno 30. svibnja 2020)

²³ Liburnia Jazz, <https://www.liburniajazz.hr/> (pristupljeno 30. svibnja 2020.)

6. RAZVOJ GASTRO I VINSKOG TURIZMA

Turisti prilikom posjeta određenoj turističkoj destinaciji žele kušati i lokalnu autohtonu hranu i piće. Stoga je vrlo važna pametno osmišljena gastro ponuda.

6.1. Preuvjeti za razvoj gastro i vinske ponude

Istra ima relativno dobro razvijenu gastro ponudu, a posebno je zamjetan razvoj i bogaćenje vinske ponude. Kao cilj operativne strategije želi se napraviti pomak sa udjela zastupljenosti gastro ponude u ukupnom fizičkom prometu sa 1% u 2014. godini na 4% u 2025. godini.

Neke od mjera kojima se želi ostvariti taj cilj su: projekt analize dostupnosti i preporuke kako doći do pojedinog objekta, osmišljavanje dvosatnih programa za interaktivne radionice na temu gastronomije, predlaganje i osmišljavanje novih kratkih gastro odmora, program 50-tak autohtonih proizvoda na web stranici gastronomije na online trgovina autohtonim proizvodima i sl.²⁴

Ove mjere imaju za cilj omogućiti brži razvoj gastro i vinske ponude, privući veću pažnju turista na istu, educirati ih, te im s tehničke strane omogućiti lakše snalaženje u toj ponudi putem raznih digitalnih sadržaja i aplikacija.

6.2. Gastro i vinska ponuda

Istra zaista ima što za ponuditi u gastro segmentu jer obiluje delicijama. Neke od istarskih delicija su: Istarski tartufi, Istarski pršut, Istarska manešta, šparuga i sl. Sva ova jela se nude u istarskim restoranima kao dio autohtone gastro ponude. Nadalje, Istarsko maslinovo ulje je danas prepoznatljivo po svojoj kvaliteti. Istarski maslinari su prepoznali priliku, te žele privući turiste u posjete svojim maslinicima. Tu turisti mogu vidjeti kako se radi maslinovo ulje, kušati proizvod, kupiti ga te ponjeti kao suvenir.

Ne treba posebno napominjati da je Istra prepoznata kao vrsna vinska regija. Poznata je po svojim vinima i vinogradima, te danas uživa status priznate vinske regije. Autohtone istarske vrste vina su: malvazija, teran i muškati.

²⁴ Master plan turizma Istarske županije 2015-2025., op. cit. (bilj. 5), str. 138-139.

Vinska ponuda se stalno usavršava i obogaćuje, pa tako turisti imaju priliku kao dio vinske ponude vidjeti i obići vinograde, kušati vina, te ih kupiti. Tu se otvara i potencijal za širu ponudu, odnosno nastoji se privući i sommeliere i ostale vrsne poznavatelje vina. Tako primjerice, pod imenom „Kozlović Wine Experience“ vinarija Kozlović gostima nudi zaista jedinstven doživljaj kroz posjet njihovom imanju Postoji devet programa obilaska podruma, vinograda te degustacija njihovih vina.²⁵

Kako je tehnologija i digitalizacija postala neizostavni dio turističke ponude, turistička zajednica Istarske županije je razvila mobilnu aplikaciju naziva *Gourmet & Wine Lovers* koja svojim korisnicima omogućuje da pronađu najbolje restorane, konobe, vinarije, maslinare i sl. u svojoj blizini.

6.3. Gastro događanja

Istra ima bogat program gastro manifestacija, odnosno festivala na kojima se odvijaju razne aktivnosti vezane uz gastronomiju, od kuhanja i izmjena recepata, do radionica, zabave u kuhanju, učenja kuharstvu i sl. Tu vodeći proizvođači hrane, vinari, udruge, županije i organizacije promoviraju izvornu hranu i vina na gastronomskom događanju. Ti festivali se najčešće održavaju jednom godišnje, uglavnom u proljetnim ili ljetnim mjesecima kada ima navište turista, no neki festivali se održavaju i izvan sezone.

Najpoznatiji gastro festivali u Istri su „Istria Gourmet festival“, „Dani školjaka“, „Festival čokolade i vina“, „Dani istarskih šparoga Šparogada“ i dr. Primjerice, „Istria Gourmet Festival“ se odvija se kroz nekoliko tematskih cjelina. Pod imenom "Naša kužina", nekoliko najboljih restorana sjeverozapadne Istre za posjetitelje ATP-ja svakog dana pripremaju istarske specijalitete, uz partnerstvo maslinara i vinara istarskog mjesta.²⁶

„Dani školjaka“ se održavaju u veljači i ožujku. Užitak u slasnom morskom zalogaju gurmani imaju prigodu iskusiti na „Danima školjaka“, a organiziraju ih turističke zajednice Novigrada, Umaga, Buja i Brtonigle. Važan festival je i „Choco & Wine Fest“ gdje se prezentiraju čokoladne delicije, vina i raznovrsni čokoladni proizvodi, a održava se u veljači na glavnom trgu u Brtonigli.

²⁵ Vinarija Kozlović, <https://www.kozlovic.hr/> (pristupljeno 30. svibnja 2020.)

²⁶<https://www.coloursofistria.com/hr/> (pristupljeno 30. svibnja 2020.)

7. RAZVOJ SPORTSKOG I ZDRAVSTVENOG TURIZMA

Istra ima ponudu bogatu sportskim i rekreativnim sadržajima. Posebice se ističe ponuda biciklističkog turizma. Također, vrlo je važan zdravstveni turizma.

7.1. Razvoj sportskog turizma

Istra ima dobre prirodne predispozicije za razvoj sportskog turizma, posebice nekih vrsta, kao npr. biciklizam, stoga se znatno ulaže u cikloturizam. Značajne su i predispozicije za razvoj surfanja, pa je tako primjerice Ližnjan poznato surfersko odredište tijekom cijele godine.

Daljnji razvoj sportskog turizma se želi postići kroz inventarizaciju 30-tak objekata koji imaju predispozicije za sportsko rekreacijske aktivnosti, kroz osnivanje profesionalnih sportskih centara za timske i individualne sportove sa potrebom opremom i rekreacijsko amaterskih centara sa sustavom iznajmljivanja opreme, uređenje staza za trčanje, fitness i sl.

Turističku infrastrukturu treba razvijati uređenjem profesionalnih sportskih centara za timske i individualne sportove sa svom potrebnom sportskom opremom. Uz to trebaju se urediti rekreacijski centri sa organiziranim sustavom iznajmljivanja potrebne opreme. Za rekreativce koji se bave trčanjem i biciklizmom potrebno je urediti i sustavno označiti staze, te razraditi sustav GPS mapa.

Sve ove aktivnosti bi trebale dovesti do toga da se sezona produži. Istarska županija nudi mnogobrojne rekreacijske i sportske sadržaje kao što su tereni za tenis, odbojku, mini-golf, nogomet, košarku i sl. Osim toga moguće su sportske aktivnosti kao što su jedrenje, ronjenje, skijanje na vodi, surfing, jet-skiing i sl. Također, duž istarske obale, u svim turističkim središtima Istre smješteno je 15 marina koje rade tijekom cijele godine, kapaciteta od oko 3.400 vozova, s ponudom svih potrebnih sadržaja za nautičare, od servisa, opskrbe gorivom, trgovine do gastro ponude u restoranima.²⁷

Također je u ponudi promatranje ptica. Tako močvara Palud nedaleko Rovinja koja je omnitološki rezervat nudi promatranje ptica koje bilježi sve veću potražnju. Sve veća

²⁷ Turizam u Istri, <http://historica.com/hr/g/turizam/> (pristupljeno 30. svibnja 2020.)

važnost se pridaje biciklističkom turizmu, pa su uređene mnoge staze, iako ih je i dalje premalo.

Vrlo je važan događaj ATP turnir u Umagu koji svake godine privuče mnošto turista. Tradicionaini ekipni sportovi poput košarke, nogometa, odbojke, rukometa te malog nogometa nisu izgubili na značaju, a sve češći sadržaj turističkih destinacija postaje i odbojka na pijesku. Fittnes centri te centri za bodybuilding manje su prisutni u ponudi, dok sportovi poput jahanja i letenja dobivaju na popularnosti.²⁸

Također, postoje i objekti u kojima se iznajmljuje sportsko-rekreacijska oprema i to bicikli, jedrilice i brojna druga sportsko-rekreacijska oprema, zatim aquagani i sl. Tako se u Istri nalazi zdravstveni rekreacijski centar, razna uređena penjališta, ucrtane biciklističke staze, stotine kilometara uređenih staza za pješaćenje, lokacije za paintball, nekoliko ronilačkih klubova i centara. Dakle, sve ovo pokazuje da Istra kontinuirano radi na ulaganju u razvoj sportskog turizma.

7.2. Razvoj zdravstvenog turizma

Zdravstveni turizam kao grana turističke djelatnosti podrazumijeva korištenje prirodnih ljekovitih činitelja, te fizikalnu medicine i rehabilitaciju sa svrhom očuvanja zdravlja, te općenito poboljšanja kvalitete života. Sve ove benefite zdravstveni turizam spaja sa turističkim ambijentom, odnosno atraktivnim turističim destinacijama.

Istra ima najrazvijeniji zdravstveni turizam u Republici Hrvatskoj, a on je prepoznat kao vrlo tražen proizvod u inozemstvu, pa se svake godine bilježi porast inozemnih klijenata, posebice u dentalnoj medicini.

Cilj operativne strategije je pomak zastupljenosti zdravstvenog turizma sa udjela u ukupnom fizičkom prometu sa 1% u 2014. godini na 3% u 2025. godini. Neke od mjera za provedbu istoga su: osnivanja zdravstvenih centara – poliklinika, stvarati specijalizirane zdravstvene proizvode, riješiti problem identificiranja međunarodnog osiguravajućeg društva koje šalje u Istru svoje klijente i sl.²⁹

²⁸ Škorić, S., „Sportski turizam i njegovi učinci na turističke destinacije – primjer Istre“, *Acta turistica*, Vol. 20., No. 1, 2008., str. 80.

²⁹ Master plan turizma Istarske županije 2015-2025., op. cit. (bilj. 5), str. 139.

Tijekom cijele godine Istra brine o svojim turistima i pacijentima, pa se ustanove razvijaju i posluju po visokim europskim standardima da bi klijentima mogle pružiti maksimalnu njegu i zaštitu. Istra je bogata visokokvalitetnim lječilištima, a neka od najboljih su:

- Histria Medic u Poreču,
- Dentalni centra Rident u Poreču,
- Valsabbion u Pješčanoj Uvali.³⁰

Master plan turizma Istarske županije prepoznaje srž proizvoda zdravlje i wellness kroz wellness u hotelima, dvije do tri polivalentne institucije odnosno poliklinike, te specijalizaciju Istre kroz male i neinvazivne zdravstvene zahvate. Također, tu je prepoznato i tržište zdravstvenog osiguranja, no u potpunosti je zanemaren potencijal lječilišnog turizma i prirodnih ljekovitih činitelja na kojima bi isti trebao počivati.

Također, uz zdravstveni turizam se veže i wellness ponuda, a Istra ima dugu tradiciju wellness ponude, koju simbolizira otvorenost objekata tijekom cijele godine, blizina mora, uređene šetnice i sl. Stoga je prepoznata kao idealna destinacija za spajanje odmora sa blagodatima ove ponude.

Kako bi se wellness ponuda uspješno realizirala potrebno je imati odgovarajuće smještajne objekte i infrastrukturu. U Istri je to dobro realizirano. Najviše wellness hotela zastupljeno je na području grada Poreča, devet njih, dok se u Rovinju nalazi šest wellness hotela. U Umagu ih ima pet, Pula i Rabac četiri, a Novigrad tri, dok ostala mjesta po jedan, što je detaljnije prikazano u sljedećoj tablici.

Tablica 6. Raspodjela wellness hotela u Istri

Gradovi i općine	Broj wellness hotela
Poreč	9
Rovinj	5
Umag	5
Pula, Rabac	4
Novigrad	3

³⁰ Zdravstveni turizam – ponuda zdravstvenog turizma u Istri, <http://www.istriatransfer.com/hr/tips/hrv-zdravstveni-turizam-ponuda-zdravstvenog-turizma-u-istri/> (pristupljeno 30. svibnja 2020.)

Bale, Livade	2
Barban, Brtonigla, Buje, Buzet, Fažana, Medulin, Motovun, Savudrija	1
UKUPNO	43

Izvor: <https://www.booking.com/> (pristupljeno 23. kolovoza 2020)

Kako bi se unaprijedila wellness ponuda, radi se na proširenju ponude, kao npr. wellness a la carte, predloženi su i online planeri wellnesa koji bi trebali okupiti sve programe i ponude, razne wellness radionice itd.

Dakle, neupitna je važnost Istre kao zdravstvene i wellness turističke destinacije. Uzevši u obzir stalni porast gostiju koji dolaze radi ovih vrsta turizma, Istra će održati svoj položaj najjače hrvatske zdravstvene turističke destinacije, ali ima vrlo dobre predispozicije da taj položaj ojača i na europskom turističkom tržištu.

8. RAZVOJ RURALNOG TURIZMA

U središnjoj Istri, odnosno u tzv. zelenoj Istri razvio se seoski turizam. Boravak na selu, u prirodi postaje apsolutni turistički hit u svijetu sa sve više pobornika željnih bijega iz urbanih sredina i gužvi. Tu je posebno atraktivna Središnja Istra kao ruralno područje u blizini mora sa mnoštvom sela, koja ima bogato povijesno i kulturno naslijeđe u ruralnom krajoliku.

8.1. Razvoj ruralnog turizma u Istri

Ovaj segment turističke ponude u Istri prerastao je u poseban proizvod, a ne više prateći segment, odnosno nadopuna maritimnom turizmu, produžavajući sezonu s dosadašnjih dva do tri mjeseca sunca i mora na punih pola godine.³¹

Seoski se turizam u Istri počeo se razvijati od 1996. godine kada je javni sektor odnosno Istarska županija, Odjel za turizam i Turistička zajednica Istarske županije u razvoju poticao privatni sektor i financijski i idejno i marketinški. Danas sveukupni kapacitet u 200-tinjak domaćinstava prelazi 1.500 postelja raznih kategorija i to od pravog agroturizma gdje se mogu kušati tradicionalni specijaliteta spravljeni na izvoran, domaći način proizvodima vlastite proizvodnje, do ruralnih kuća za odmor, ruralnih obiteljskih hotela, soba i apartmana i dr.

Seoskim turizmom Istra je podigla vrijednost destinacije, a posebno ruralnih područja. Vrijednost destinacije se odražava u ljubaznosti domaćina, originalnosti ponude, položaju smještaja, dobroj usluzi i sl.

Ponuda seoskog turizma u Istri je vrlo bogata i raznolika:

- agroturizam je turizam na domaćinstvu gdje postoji poljoprivredna proizvodnja; a uz usluge smještaja ova domaćinstva nude mogućnost dolaska na jednodnevni izlet i uživanja u gastronomskim delicijama,
- ruralne kuće za odmor tradicionalne su istarske kuće, potpuno adaptirane, a gostima se iznajmljuje cjelokupna kuća s pripadajućim prostorom, a iako imaju potpunu privatnost, kontakt s domaćinom ipak postoji.;

³¹ Turizam u ruralnom (središnjem) dijelu Istre, <http://istra-istria.hr/index.php?id=321> (pristupljeno 31. svibnja 2020.)

- ruralni B & B (*bed & breakfast*) - domaćinstva koje uz noćenje nude i doručak spravljen od vlastitih proizvoda; domaćin tu živi a gost je smješten u njegovoj kući, ali su prostori domaćina i prostor gosta odvojeni, pa privatnost postoji;
- ruralni obiteljski hoteli mali su intimni hoteli, organizirani u starim zdanjima, a njihov kapacitet nije veći od 35 kreveta; vode ga vlasnici i tu postoji interakcija gost – domaćin, a usluge su personalizirane, postoje i brojni dodatni sadržaji; gost je, osim usluga u hotelu, upućen i na destinaciju;
- odmor na vinskoj cesti - domaćinstva specijalizirana za proizvodnju vina; gostu je omogućeno upoznavanje s proizvodnjom i sama konzumacija vina.³²

Ruralni turizam Istre uz boravak u obnovljenim tradicionalnim kamenim kućama za odmor u seoskom okruženju, nudi i druženje s domaćim životinjama, sudjelovanje u seoskim poslovima, pješačenje, jahanje, vožnju biciklom i sl. Također, nudi brojne mogućnosti za bavljenje adrenalinskim sportovima npr. paragliding, špiljarenje i sl.

8.2. Smjernice za daljnji razvoj

Ruralni turizam ima veliki utjecaj na kvalitetu procesa brendiranja Istre na međunarodnom turističkom tržištu i na njezino konkurentsko pozicioniranje. Pri tome je potrebno brinuti o kvaliteti brendiranja ovoga turizma, a u okviru ovoga procesa važno je kontinuirano štiti, osiguravati i promovirati autentičnost kao vodeći generator konačnog turističkog iskustva i doživljaja.

Kako bi se osigurao daljnji razvoj potrebna je cjelokupna realizacija strategije ruralnog turizma koja se zasniva na kompromisu između područja različitih interesa, tj. javne vlasti svih razina, vlasnika obiteljskih poljoprivrednih gospodarstva agroturizama i njihovih udruženja turističkih organizacija, poduzetnika u turizmu, domicilnog stanovništva, te svih ostalih institucija i organizacija izravno ili neizravno uključenih u razvoj ruralnog turizma.³³

Dakle, vrlo je važno definirati konkretnu razvojnu strategiju ruralnog turizma i dizajnirati optimalnu razvojnu politiku.

³² Ibidem

³³ Krajnović, A., Čičin-Šain, A., Predovan, A., „Strateško upravljanje razvojem ruralnog turizma – problemi i smjernice“, *Oeconomica Jadertina*, Vol. 4, No. 1, 2011., str. 43-44.

9. RAZVOJ KONGRESNOG TURIZMA I TURIZMA DOGAĐAJA

Kongresni turizam danas postaje sve traženiji turistički proizvod, kada se želi uz održavanje sastanaka sa poslovnim partnerima ujedno ponuditi i odmor u turistički atraktivnim lokacijama. Također, turizam događaja je vrlo važan segment turističke ponude. Događaj predstavlja određeni trenutak u koji je uloženi veliki napor i organizacija kako bi događaj po svojoj formi zadovoljavao sve potrebne odrednice.

9.1. Razvoj kongresnog turizma

Sastanci odnosno kongresi kao segment poslovnog turizma danas se sve više održavaju na atraktivnim lokacijama. Kako bi se oni mogli kvalitetno održati potrebno je imati odgovarajuću infrastrukturu i ponudu. Kao cilj razvoja ovog segmenta ponude navodi se povećanje udjela zastupljenosti u ukupnom fizičkom prometu. Kongresni turizam obuhvaća i sve boravke sa poslovnom svrhom.

Neke od mjera kojima se želi cilj realizirati su: opremanje hotela sa adekvatnim MICE sadržajima, vile za VIP sastanke za što je potrebna verifikacija sadržaja iznajmljivača i provjera standarda na godišnjoj razini, istaknuti shopping arcade, te komunikacijski potrebno naglasiti mogućnosti i opcije shopping, istaknuti suvenirnice/ autohtone trgovine lokalnim proizvodima kroz bazu koja se komunicira PCO-ima I sl.³⁴

U ovom segmentu najviše mogu dati hoteli, koji su opremljeni sa svim potrebnim za sastanke. Dobar primjer je Hotel Brioni u Puli, koji je izvrsno opremljen konferencijskim dvoranama, te svim potrebnim popratnim sadržajem za sastanke, uz naravno svoju atraktivnu lokaciju i ambijent.

9.2. Razvoj turizma događaja

Događanja su posebno atraktivna kao mogućnost produljenja turističke sezone tijekom cijele godine, oživljavanja povijesnih lokaliteta i destinacija koje nisu uz more, te u tom smislu nisu atraktivne kao ljetovališta.

Ponuđeni događaji dio su ukupnog aranžmana turističkog putovanja, obično „paket aranžmana“, ponuđenog sa ostalim uslugama putovanja. Organizator putovanja ga ugrađuje u plan putovanja, cjelokupna organizacija je dio ukupnog programa

³⁴ Master plan turizma Istarske županije 2015-2025., op. cit. (bilj. 5), str. 134-135.

putovanja i ponude organizatora, tj. turističke (putničke agencije). Program je cjelovit i čini cjelinu.³⁵

Za Istru je značajan "Istra Inspirit", projekt nastao s ciljem obogaćivanja turističke ponude, poglavito u pred i postsezoni te u unutrašnjosti Istre, uz valorizaciju kulturno-povijesnih, eno-gastronomskih, prirodnih i drugih resursa Istre. To je ljetni program koji pruža uvid u istarsku povijest gdje se različitim događanjima oživljavaju mitovi i legende iz povijesti ovog dijela Hrvatske. Od 2012. godine do danas kada je "Istra Inspirit" krenula s pričanjem priča, Istru je kroz drugačije oči upoznalo preko 20.000 turista, koji su bili na svim autohtonim lokacijama u sklopu 12 programa.³⁶

Kako bi se turizam događaja unaprijedio, radi se na raznim poboljšanjima. Tako se primjerice radi na sve većoj zastupljenosti hotelskoj smještaja koji je *event friendly*, vidljiv je i porast prigodnih programa kratkih izleta po Istri. Važno je online povezivanje događaja s online prodavačima karata, što je posebice velike benefit kod mlađih turista. Tako se želi osigurati daljnji napredak turizma događaja u Istri, koji je značajan za produženje sezone.

³⁵ Cerović, Z., *Animacija u turizmu*, Fakultet za menadžment u turizmu i hotelijerstvu, Opatija, 2008., str. 67.

³⁶ Rihelj, G., „Svi volimo priče zar ne?“, <http://hrturizam.hr/storytelling-upravom-smislu-istra-inspirit/> (pristupljeno 31. svibnja 2020.)

10. ZAKLJUČAK

Istra ima status jedne od najpoželjnijih i najposjećenijih turističkih destinacija u Republici Hrvatskoj. Taj status može zahvaliti svojim prirodnim predispozicijama, kao i kvalitetnom sustavnom razvoju i širenju turističke ponude, stoga se posljednjih godina bilježi sve veća raznolikost turističke ponude Istarske županije.

Istra dobro slijedi primjer europskih destinacija, a posebice po pitanju specijalizacije turističke ponude kao trenda na turističkom tržištu. Naime, u tom modelu identitet neke destinacije temelji se na zajedničkim elementima poput umjetničke, povijesne tradicije povezane zajedničkim Jadranskim more, mediteranskim podnebljem i sl.

Naravno, postoje neki segmenti koje treba dodatno razviti poput kulturnog turizma. U odnosu na neke druga turistička područja Hrvatske, Istra ima relativni manjak muzeja, ali bi tome trebala doskočiti podizanjem kvalitete muzejske ponude i modernizacijom ponude. Treba više isticati i implementirati u turističku ponudu razne spomenike kulturne baštine. Također, poželjno je uključivanje institucija nadležnih za prirodna područja i kulturnu baštinu u proces razvoja turističkih proizvoda kako bi se ostvario pomak.

S druge strane, neki segmenti ponude su vrlo dobro razvijeni, poput ruralnog turizma koji se danas u Istri razvio u zasebni turistički proizvod i može poslužiti kao primjer za razvoj ruralnog turizma u cijeloj Hrvatskoj.

Sveukupno gledajući, može se zaključiti da Istra zasad kvalitetno radi na razvoju selektivnih oblika turizma koji omogućuju produženje turističke sezone, pa tako ima dobru ponudu kulturnog turizma, gastro turizma, sportskog i zdravstvenog turizma, te ruralnog turizma.

Kao temeljne konkurentske prednosti istarskog turističkog proizvoda navode se krajolik, ekološka očuvanost, čistoća, gostoljubivost. S druge strane kao nedostaci u odnosu na konkurente, javljaju se manjak zabave, sport i trgovina.

Da bi se ponuda i dalje širila te razvijala potrebno je slijediti viziju i misiju razvoja turizma Istre, te kontinuirano i sustavno raditi na ostvarenju strateških ciljeva razvoja turizma Istre.

LITERATURA

Knjige:

1. Cerović, Z., *Animacija u turizmu*, Fakultet za menažment u turizmu i hotelijerstvu, Opatija, 2008.
2. Gržinić, J., *Novi trendovi u hrvatskom hotelijerstvu* (ur.) Gržinić, J. i Bevanda, V., *Suvremeni trendovi u turizmu*, Sveučilište Jurja Dobrile: Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“, Pula, 2014.
3. Sinković, G., *Istra u kontekstu jadranskih kultura i tradicija*, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula, 2008.

Stručni časopisi:

4. Krajnović, A., Čičin-Šain, A., Predovan, A., „Strateško upravljanje razvojem ruralnog turizma – problemi i smjernice“, *Oeconomica Jadertina*, Vol. 4, No. 1, 2011.
5. Ružić, P. „Analiza posebnosti i percepcije ruralnog turizma Istre“, *Ekonomska misao i praksa*, Vol. XXI, No. 1, 2012.
6. Škorić, S., „Sportski turizam i njegovi učinci na turističke destinacije – primjer Istre“, *Acta turistica*, Vol. 20., No. 1, 2008.
7. Vojnović, N., „Obilježja životnog ciklusa odabranih turističkih destinacija istarskoga priobalja“, *Ekonomska misao i praksa*, Vol. XXI, No. 2, 2012.
8. Vukonić, B., „Smisao i objašnjenje pojma turistička destinacija“, *Turizam*, Vol. 43, No. 3-4, 1995.

Publikacije:

9. Master plan turizma Istarske županije 2015-2025, Turistička zajednica Istarske županije, Poreč, 2014.

Internet izvori:

10. Agroturizam u Istri, <http://www.rural-koncept.hr/hr/destinacije/istra/ruralna-istra/> (pristupljeno 31. svibnja 2020.)
11. <https://www.booking.com/> (pristupljeno 23. kolovoza 2020)
12. Dolasci i noćenja turista u Istri, <https://www.istra.hr/hr/business-information/istra-u-medijima/statistika> (pristupljeno 22. kolovoza 2020.)
13. <https://www.coloursofistria.com/hr/> (pristupljeno 30. svibnja 2020.)
14. Istra, <http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=28002> (pristupljeno 28. svibnja 2020.)
15. www.istra.hr (pristupljeno 28. svibnja 2020.)
16. Informacije o statističkim pokazateljima – srpanj 2020., <https://www.htz.hr/sites/default/files/2020-08/Informacija%20o%20statistickim%20pokazateljima%20-%20srpanj%202020.pdf> (pristupljeno 22 kolovoza 2020.),
17. Kamping – Istra, <https://www.camping.hr/hr/hrvatski-kampovi/istra> (pristupljeno 29. svibnja 2020.)
18. Liburnia Jazz, <https://www.liburniajazz.hr/> (pristupljeno 30. svibnja 2020.)
19. Motovun film festival, <https://motovunfilmfestival.com/> (pristupljeno 30. svibnja 2020.)
20. Preferencija smještajnih kapaciteta u pojedinim klasterima prema ključnim emitivnim tržištima u 2017., <https://www.htz.hr/sites/default/files/2018-08/Preferencija%20smjestajnih%20kapaciteta%20u%20pojedinim%20klasterima%202017.pdf> (pristupljeno 22. kolovoza 2020.)
21. Pulski filmski festival, <https://pulafilmfestival.hr/hr> (pristupljeno 30. svibnja 2020)
22. Rihelj, G., „Svi volimo priče zar ne?“, <http://hrturizam.hr/storytelling-upravom-smislu-istra-inspirit/> (pristupljeno 31. svibnja 2020.)
23. Turizam, <http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=62763> (pristupljeno 28. svibnja 2020.)
24. Turizam u Istri, <http://histricea.com/hr/g/turizam/> (pristupljeno 30. svibnja 2020.)

25. Turizam u ruralnom (središnjem) dijelu Istre, <http://istra-istria.hr/index.php?id=321> (pristupljeno 31. svibnja 2020.)
26. Vinarija Kozlović, <https://www.kozlovic.hr/> (pristupljeno 30. svibnja 2020.)
27. Zdravstveni turizam – ponuda zdravstvenog turizma u Istri, <http://www.istriatransfer.com/hr/tips/hrv-zdravstveni-turizam-ponuda-zdravstvenog-turizma-u-istri/> (pristupljeno 30. svibnja 2020.)
28. Županijski TZ naručio izradu studije „Privatni smještaj Istarske županije“; Istra prva u Hrvatskoj definira smjernice razvoja privatnog smještaja, <https://www.glasistre.hr/pula/zupanijski-tz-narucio-izradu-studije-privatni-smjestaj-istarske-zupanijeistra-prva-u-hrvatskoj-definira-smjernice-razvoja-privatnog-smjestaja-581218> (pristupljeno 29. svibnja 2020.)

POPIS TABLICA

Tablica 1. Dolasci i noćenja turista u Istri po turističkim zajednicama, siječanj – srpanj 2020.	8
Tablica 2. Rezultati po klasterima u odnosu na sveukupna promet, noćenja siječanj – srpanj 2020.	10
Tablica 3. Rezultati po klasterima u odnosu na sveukupan promet, noćenja u srpnju 2020.	11
Tablica 4. Projekcija performansi istarskog turizma do 2025. godine – model dodane vrijednosti.....	14
Tablica 5. Projekcija performansi istarskog turizma do 2025. godine prema postojećem modelu.....	15

SAŽETAK

Istra kao turistička destinacija posljednjih godina je znatno proširila svoju ponudu, iako se na nekim elementima ponude još može poraditi. Glavni problem, kao i većine ostalih domaćih destinacija je sezonalnost. Stoga je cilj produžiti sezonu, ponuditi raznovrsniju i veću ponudu u predsezoni i postsezoni kako bi koristi od turizma bile još veće. Aktualna turistička ponuda Istre obiluje mnoštvom raznih turističkih kapaciteta i sadržaja, na njezinom obalnom, primorskom dijelu, ali i u unutrašnjim ruralnim područjima. Dakle, vidljivo je da Istra kvalitetno razvija selektivne oblike turizma koji produžuju turističku sezonu. Kako bi se unaprijedio turistički razvoj Istre, donesen je Master plan razvoja turizma Istarske županije koji stavlja naglasak na velike investicije, te povećanje udjela određenih specificiranih smještajnih objekata i podizanje zauzetosti kreveta.

Ključne riječi: Istra, turizam, ponuda, sezonalnost, razvoj

SUMMARY

Istria as a tourist destination has significantly expanded its offer in recent years, although some elements may be improved. The main problem, like most other domestic destinations, is seasonality. Therefore, the goal is to extend the season, to offer a more diverse and larger offer in the pre-season and sub-season in order to make the benefits of tourism even greater. The current tourist offer of Istria have many different tourist capacities and contents on coastal, coastal part, and in inner rural areas. Therefore, it is evident that Istria is developing selective forms of tourism which can extend the tourist season. In order to improve the tourist development of Istria, it was adopted the Master Plan for the Development of Istrian County Tourism, which emphasizes certain specified accommodation facilities and raising the occupancy of beds.

Keywords: Istria, tourism, offer, seasonality, development