



GRAD ROVINJ - ROVIGNO

CITTÀ DI ROVINJ - ROVIGNO

www.rovinj.hr

Upravni odjel za proračun, gospodarstvo i europske fondove
Odsjek za gospodarstvo i europske fondove

**INFORMACIJA O PLANIRANIM AKTIVNOSTIMA I MJERAMA ZA PRIPREMU
TURISTIČKE SEZONE 2011. GODINE**

Rovinj, travanj 2011.



SADRŽAJ:

	Str.
UVOD	3
1. HRVATSKI TURIZAM U 2010. GODINI, TE PREDVIĐANJA TURISTIČKE SEZONE U 2011. GODINI	3
1.1. <i>Mjere za 2011. godinu</i>	5
1.2. <i>Potpore glavnog ureda Hrvatske turističke zajednice u 2011. godini</i>	9
2. TURIZAM U ISTARSKOJ ŽUPANIJI	7
2.1. <i>Marketinški plan Istre za 2011. godinu</i>	10
3. RAZVOJNI PLAN TURIZMA GRADA ROVINJ – ROVIGNO ZA PERIOD DO 2020. GODINE	12
4. ULAGANJA U OBJEKTE NA PODRUČJU GRADA ROVINJA, TE OSTALE AKTIVNOSTI ZA PRIPREMU TURISTIČKE SEZONE 2011. GODINE	15
4.1. <i>Godišnji plan investicija za 2011. godinu: Maistra d.d.</i>	16
4.2. <i>Godišnji plan investicija za 2011. godinu: Valalta d.o.o.</i>	16
4.3. <i>Gradske investicije za razvoj i podršku turizmu</i>	16
4.4. <i>Plan aktivnosti Turističke zajednice grada Rovinja</i>	19
ZAKLJUČNA RAZMATRANJA	32

UVOD

Prema podacima Svjetske turističke organizacije (UNWTO), Hrvatska je 2009. godine prvi puta prešla udio od dva posto svih međunarodnih gostiju u Europi, što znači da je **svaki 50. turist u Europi doputovao u Hrvatsku**.

Uz spomenuto, na ljestvici konkurentnosti naša se zemlja u u razdoblju od 2007. do 2009. godine popela za četiri mjesta (s 38. na 34. mjesto) i time pretekla neke od zemalja u regiji, ali i dio konkurenata na Sredozemlju.

U zadržavanju konkurentnosti Hrvatskoj je pridonijelo **pravovremeno donošenje proaktivnih mjera, koje su Vlada RH i Ministarstvo turizma dogovorili u suradnji javnog i privatnog sektora**, što se već ranijih godina pokazalo uspješnim modelom u pripremi sezone, ali i cjelokupne turističke godine.

Na međunarodnom tržištu Hrvatska će se i u 2011. godini pozicionirati kao kvalitetno odredište životnog stila, s posebnim naglaskom na ekološku očuvanost, te kao jedna od vodećih turističkih zemalja na Sredozemlju i **buduća 28. članica Europske unije**.

Prema procjenama UNWTO-a, u 2011. godini europski će turistički sektor doživjeti tek minimalan oporavak. Stoga ne čudi što su upravo ove godine čelnici Europske unije po prvi puta najavili pripremu niza mjera za jačanje turističke konkurentnosti svojih zemalja-članica.

1. HRVATSKI TURIZAM U 2010. GODINI, TE PREDVIĐANJA TURISTIČKE SEZONE U 2011. GODINI

Turistička sezona 2010. godine je bila još uvijek značajno obilježena recesijom, rezultirala je boljom popunjenošću hotela u odnosu na proteklu godinu kada su hoteli obilježili značajniji pad broja gostiju, mada rezultatima još uvijek nije dostignuto popunjenje iz 2008. godine. Kampovi su u 2010. godini bili vrlo dobro popunjeni, a privatni smještaj, doduše sa sve većim porastom kapaciteta, i dalje bilježi najbolji trend porasta broja noćenja (5% više). Dobar promet 2010. godine zabilježen i u Lučkim kapetanijama (2% više) i u marinama (25% više).

Važno je napomenuti da se na nivou Hrvatske Rovinj nalazi na prvom mjestu po ostvarenom broju noćenja. Nakon Rovinja slijedi Poreč, a potom Dubrovnik.

Ostvareni turistički promet utjecao je na poboljšanje financijske realizacije za koju se procjenjuje da bi mogla biti viša za cca 400 milijuna eura u odnosu na 2009. kada je ostvareno 6,3 milijarde eura priliva i iznosi 6,7 milijardi €. To je još uvijek manje od ostvarenja iz 2008. , kad je ostvareno 7,4 milijardi € deviznog priliva.

Rezimirajući rezultate turističke 2010. godine, potvrđuje se stav turističkih djelatnika o hrvatskom turizmu. Naime, po njima, hrvatski turizam već cijeli niz godina stagnira što se ogleda u profilu gostiju, izvorišnim tržištima, te u fizičkim i financijskim ostvarenjima koja bilježe samo marginalne fluktuacije. Hotelijeri nastavljaju ostvarivati nisku razinu profitabilnosti i time se ograničava prostor za nove investicije što je i glavni uzrok stagnacije. Osim tržišnih utjecaja i visoke sezonalnosti , niskoj razini profitabilnosti i stagnaciji pridonose nepovoljne makroekonomske veličine

poput tečaja i PDV-a, zatim visoki troškovi rada zbog velikih poreza i doprinosa na plaće kao i brojna druga fiskalna i parafiskalna davanja koji opterećuju poslovanje i smanjuju konkurentnost turističkih subjekata na međunarodnom tržištu, te nedostatak poticajnih mjera za investicije u turističku infrastrukturu.

Slijedom navedenog će hotelijeri u Hrvatskoj u prosjeku bilježiti pad dobiti od čak 10% u odnosu na 2009. godinu, bez obzira na bolju popunjenost od 1% (37,7%) i više ostvarene prihode od prosječno 2% (u Istri smještaj i pansion +4%, van pansion +3% ; u Hrvatskoj smještaj i pansion +3%, van pansion -2%).

Još uvijek neriješena problematika turističkog zemljišta čiji je zakon donesen, ali ne i pravilnik koji je trebao definirati zakonske odredbe, također se spominje kao limitirajući faktor u poticanju investicija u turizmu.

Hrvatska se u 2011. godini na međunarodnom turističkom tržištu želi pozicionirati kao jedna od vodećih turističkih zemalja na Sredozemlju. U skladu sa time definirane su i mjere koje su sadržane u Akcijskom planu hrvatskog turizma u 2011. pod nazivom "Konkurentni i u 2011." koje je donijela hrvatska Vlada, a usklađene su s odredbama EU-a o potporama i tržišnom natjecanju.

Za 2011. u Akcijskom planu definirano je devet grupa mjera i tržišnih aktivnosti za međunarodno i domaće tržište koje će biti oslonjene na udružene tržišne aktivnosti s privatnim sektorom, a prvi se put u mjerama za domaće tržište nalazi pet mjera za tzv. socijalni turizam, odnosno za potpore programima za umirovljenike, školske skupine i slične.

Među mjerama za međunarodno tržište su one za poticanje cjelogodišnjih organiziranih programa u suradnji s domaćim i stranim tour operaterima kao i za financijsko podupiranje organiziranog zračnog prometa u glavnoj te pred i posezoni.

Promovirat će se i organizirani programi sa željezničkim i autobusnim prijevozom u pred i po sezoni.

Mjere za domaće tržište "**Ostani u Hrvatskoj**" usmjerene su na poticanje hrvatskih građana na odmor u vlastitoj zemlji uz paket aranžmane od najmanje četiri noćenja prilagođene kupovnoj moći domaćih turista.

Potpuno nov program je "**Upoznaj Hrvatsku**" kojim će se promovirati i podupirati ponuda turistički nerazvijenih područja u Hrvatskoj.

Nastavit će se i program "**On-line Hrvatska**" u sklopu kojeg se planira uspostavljanje središnjeg pretraživača hrvatske turističke ponude na internetu.

Nastavit će se i liberalizacija viznog režima, pa bi se tako iduće godine uz Kinu, Rusiju, Indiju i Ukrajinu, sezonski vize ukinule i za još neka tržišta.

Među mjerama se preporučuje i usklađivanje školskih praznika s potrebama turizma, lokalnoj upravi da smanji naknade i doprinose u svojoj nadležnosti, dok se privatnom sektoru preporučuje da cijene prilagodi tržišnim uvjetima.

1.1. MJERE ZA 2011. GODINU.

1. Mjere za međunarodno tržište – „Dođi u Hrvatsku“

a) Cjelogodišnji organizirani programi za Hrvatsku – *Turizam kroz godinu* Ministarstvo turizma i Hrvatska turistička zajednica (HTZ) će u 2011. godini nastaviti s provođenjem zajedničkih promotivnih aktivnosti s domaćim i stranim turoperatorima

kako bi kroz razne modele proveli politiku javno-privatnog partnerstva u organiziranom dovođenju turista.

b) Krila Hrvatske

HTZ će oglašavati hrvatski turizam s organizatorima putovanja čiji programi uključuju organizirani zračni prijevoz u glavnoj sezoni te u pred i posezoni. Također će financijski poduprijeti i oglasne kampanje sa sustavom TZ-a i nositeljima turističke ponude, u kampanjama zračnih prijevoznika za Hrvatsku.

c) Putuj Hrvatskom

HTZ će oglašavati hrvatsku turističku ponudu i u promotivnim kampanjama organizatora putovanja čiji programi obuhvaćaju organizirani autobusni ili željeznički prijevoz u pred i posezoni, odnosno koji imaju autobusne ture po našoj zemlji u spomenutim razdobljima

2. Domaće tržište – „Ostani u Hrvatskoj“

Poticanje građana na odmor u vlastitoj zemlji, odnosno promocija domaće turističke ponude i poticanje domaće potražnje za organizirane turističke programe u Hrvatskoj, bit će glavne aktivnosti na domaćem tržištu sljedeće godine. Glavni ciljevi će, uz spomenuto, biti i zadržavanje ostvarene razine ukupnog domaćeg turističkog prometa, povećanje prometa u pred i posezoni i stvaranje novih turističkih proizvoda prilagođenih, cjenovno i interesno, domaćem tržištu.

a) Kod kuće je najljepše

Novi proizvodi namijenjeni domaćem tržištu podrazumijevaju posebne programe, odnosno paket aranžmane s najmanje četiri noćenja, koji će biti prilagođeni kupovnoj moći i interesu domaćih turista. Pritom će nositelji ponude za nove proizvode biti destinacije / lokalne i regionalne samouprave i/ili hoteli te drugi smještajni objekti, putničke agencije, uredi turističkih zajednica.

b) Doživi Hrvatsku

„Doživi Hrvatsku“ naziv je programa kroz kojeg će HTZ oglašavati domaću turističku ponudu sa sustavom TZ-a i nositeljima turističke ponude u kampanjama domaćih putničkih agencija koje imaju programe školskih putovanja s četiri noćenja u pred i posezoni u Hrvatskoj.

c) Zlatne godine

Uz spomenuto, HTZ će oglašavati hrvatski turizam sa sustavom TZ-a i nositeljima turističke ponude u promotivnim kampanjama organizatora putovanja koji imaju programe putovanja za hrvatske umirovljenike s četiri noćenja u pred i posezoni u Hrvatskoj.

3. Domaće tržište – turistički nerazvijena područja – „Upoznaj Hrvatsku“

Kroz novi program „Upoznaj Hrvatsku“ glavni će zadatak turističkih djelatnika u turistički nerazvijenim područjima naše zemlje biti promocija turističke ponude, s naglaskom za programe u pred i post sezoni; poticanje potražnje za organizirane turističke programe; poticanje razvoja novih turističkih proizvoda; uključivanje novih nositelja ponude u nove programe i proizvode; jačanje djelovanja sustava TZ-a na

principima DMC-a (Destination management company) i DMO-a (Destination management organization) te stvaranje povoljnijih uvjeta boravka turista.

a) Hrvatski turizam HTZ će oglašavati i u promotivnim kampanjama organizatora putovanja koji će kao korisnici programa „Upoznaj Hrvatsku“ u svojoj ponudi sljedeće godine imati programe izleta/višednevnih putovanja / tura u Hrvatskoj.

b) Poticanje turističkih inicijativa i razvoja nove turističke ponude/proizvoda – poticaji gospodarstvenicima i turističkim zajednicama u manje razvijenim područjima za razvoj konkretnih turističkih proizvoda.

c) Potpora sustavu turističkih zajednica – s ciljem obogaćivanja turističke ponude odredišta razvojem novih proizvoda, organizacije događanja, stvaranja uvjeta za ugodniji boravak turista i sl.

4. Posebne tržišne aktivnosti:

a) U 2011. godini poseban naglasak će biti stavljen na aktivnosti vezane uz tržište Njemačke, Italije, Austrije, Slovenije i drugih te na pojačane promotivne aktivnosti na tržištu Poljske (kako bi hrvatska turistička ponuda mogla odgovoriti na izazov najnovijih mjera Europske unije, koje naglašavaju važnost ostanka gostiju u domicilnim zemljama te uz naglasak ulaska Hrvatske u EU kao 28. članice).

b) Pojačana promocija na tržištima Ukrajine i Turske (razlog tomu je povećan porast dolazaka i noćenja s tih tržišta, koja predstavljaju važna potencijalna tržišta u budućnosti).

c) Otvaranje predstavništva HTZ-a u Kini (u suradnji sa Slovenijom ili samostalno). Kina je, kao četvrto emitivno tržište na svijetu, izuzetno važno turističko tržište budućnosti na kojem je potrebno pravovremeno predstaviti/promovirati svoje turističke potencijale.

5. Online Hrvatska

S ciljem jednostavnije prilagodbe turističkog sektora razvoju tržišta pomoću novih informacijskih tehnologija te radi poboljšanja konkurentnosti, bit će pokrenuta uspostava središnjeg pretraživača hrvatske turističke ponude koji će omogućiti:

- jednostavan pregled turističke ponude u elektronskom okruženju svih ponuđača turističkih usluga.
- brže širenje turističke ponude u elektronskom okruženju sa smještaja na izlete, ture, pakete, prijevoz i dr.
- uspostavljanje neutralnog administratora iz neprofitnog sektora koji će uz minimalne naknade biti prihvatljiv javnom i privatnom sektoru.

6. Nastavak politike liberalizacije viznog režima

Daljnju liberalizaciju viznog režima za zemlje u kojima je izražena turistička potražnja za Hrvatskom. Uz zemlje poput Kine, Indije, Rusije i Ukrajine, za koje je u određenom razdoblju Hrvatska već prilagodila vizni režim, postoji mogućnost za proširenjem spomenutog režima i na nova potencijalna tržišta.

7. Preporuke

a) MZOŠ i Ministarstvo turizma će predložiti usklađivanje školskih praznika s potrebama turizma u zajednici, uz uvjet zadržavanja kvalitete izvođenja nastave.

b) Spomenuta će ministarstva preporučiti školama organizaciju maturálnih i ostalih putovanja u Hrvatskoj (uz pripremu kvalitetnih i atraktivnih programa putovanja po Hrvatskoj za školsku djecu i mladež).

8. Preporuke lokalnoj samoupravi

a) Vlada RH je provela smanjenje parafiskalnih naknada i doprinosa kroz smanjenje određenih komunalnih naknada (npr. vodnog/šumskog doprinosa, članarine za turističke zajednice, spomenička renta itd). Stoga se i lokalnoj samoupravi preporuča da primijeni istu politiku za ono što je u njezinoj nadležnosti.

b) Preporuke oko prilagodbe vremena izvođenja građevinskih radova tijekom turističke sezone te preporuke o radnom vremenu turističkih i ugostiteljskih objekata u vrijeme sezone.

9. Preporuka privatnom sektoru

Preporuke privatnom sektoru (hotelijerima, ugostiteljima) vezane uz politiku cijena – „vrijednost zanovac“. Mjera podrazumijeva prilagodbu cijena tržišnim uvjetima.

Za navedene aktivnosti promidžbe u 2011.godini utrošiti će se cca. 239,5 milijuna kuna , što je za 30 milijuna kuna više u odnosu na utrošeno u 2010. godini.

Za udruženo oglašavanje Hrvatske turističke zajednice u promotivnim kampanjama i/ili promotivno/prodajnim kanalima organizatora putovanja (tour operatori i turističke agencije) i zračnih prijevoznika u 2011. godini (mjere pod br. 1., 2., 3.) odvojiti će se cca 50% navedenih sredstava, a provoditi će se putem ukupno 12 modela:

1. **MODEL I** - Oglašavanje Hrvatske turističke zajednice sa sustavom turističkih zajednica u omjeru 50%:50%, u promotivnim kampanjama nositelja turističke ponude/proizvoda s iznosom do 50% ukupnih sredstava usuglašenog medija plana.

2. **MODEL II** - Oglašavanje Hrvatske turističke zajednice u promotivnim kampanjama sustava turističkih zajednica i/ili strukovnih udruga u turizmu (UPUHH, KUH, OMH, UHPA, UNPAH, TOP Kamping i dr.), do 50% sredstava usuglašenog medija plana.

3. **MODEL III** - Oglašavanje Hrvatske turističke zajednice u promotivnim kampanjama organizatora putovanja koji imaju cjelogodišnje programe za Hrvatsku u 2011. godini, do 50% sredstava usuglašenog medija plana.

4. **MODEL IV** - Oglašavanje Hrvatske turističke zajednice u promotivnim kampanjama organizatora putovanja koji imaju programe s organiziranim zračnim,

autobusnim ili željezničkim prijevozom u pred i posezoni za Hrvatsku u 2011. godini, do 50% sredstava usuglašenog medija plana.

5. **MODEL V** - Oglašavanje Hrvatske turističke zajednice u suradnji sa sustavom turističkih zajednica i nositeljima turističke ponude/proizvoda, u promotivnim kampanjama i/ili promotivnim/prodajnim kanalima zračnih prijevoznika za Hrvatsku u omjeru 50%:50%.

6. **MODEL VI** - Oglašavanje Hrvatske turističke zajednice u suradnji sa sustavom turističkih zajednica i nositeljima turističke ponude/proizvoda promotivnim/prodajnim kanalima organizatora putovanja koji za Hrvatsku imaju turističke programe s organiziranim zračnim prijevozom u pred i posezoni. HTZ će s ostalim subjektima oglašavati hrvatski turizam u omjeru 50%:50%.

7. **MODEL VII** - Oglašavanje Hrvatske turističke zajednice zajedno sa sustavom turističkih zajednica i nositeljima turističke ponude/proizvoda u promotivnim/prodajnim kanalima organizatora putovanja koji za Hrvatsku imaju turističke programe s organiziranim autobusnim ili željezničkim prijevozom u pred i posezoni za boravak od najmanje 4 noćenja po putniku i za najmanje 10 ukupno ostvarenih grupa. HTZ će s ostalim subjektima oglašavati hrvatski turizam u omjeru 50%:50%.

8. **MODEL VIII** - Oglašavanje Hrvatske turističke zajednice u promotivnim/prodajnim kanalima organizatora putovanja koji za Hrvatsku imaju programe za organizirane autobusne ture za boravak od najmanje 4 noćenja po putniku i za najmanje 10 ukupno ostvarenih grupa u Hrvatskoj u pred i posezoni u 2011. godini.

9. **MODEL IX** - Oglašavanje Hrvatske turističke zajednice sa sustavom turističkih zajednica i nositeljima turističke ponude u promotivnim kampanjama i/ili promotivnim/prodajnim kanalima domaćih turističkih agencija koje imaju programe putovanja/školskih putovanja s 4 noćenja za hrvatsku školsku djecu u pred i posezoni u Hrvatskoj. HTZ će s ostalim subjektima oglašavati hrvatski turizam u omjeru 75%:25%. Po jednom dovedenom putniku poticaj će iznositi 200,00 kuna.

10. **MODEL X** - Oglašavanje Hrvatske turističke zajednice sa sustavom turističkih zajednica u promotivnim kampanjama i/ili promotivnim/prodajnim kanalima organizatora putovanja koji imaju programe putovanja za hrvatske umirovljenike s 4 noćenja u pred i posezoni u Hrvatskoj. HTZ će s ostalim subjektima oglašavati hrvatski turizam u omjeru 75%:25%. Po jednom dovedenom putniku poticaj će iznositi 200,00 kuna.

11. **MODEL XI** - Oglašavanje Hrvatske turističke zajednice u promotivnim kampanjama/prodajnim kanalima nositelja novog proizvoda sa 75% ukupnog iznosa promocije (medijska promocija, plakatiranje, brošure i dr. tiskani materijali, oglašavanje na web. stranicama i posebne prezentacije). Za paket aranžmane od minimalno četiri noćenja isplatiti će se 8,00 kuna po putniku u glavnoj sezoni i 50,00 kuna van glavne sezone.

12. **MODEL XII** - Oglašavanje Hrvatske turističke zajednice turizam u promotivnim kampanjama i/ili promotivnim/prodajnim kanalima organizatora putovanja koji će kao

korisnici programa Ministarstva turizma „Upoznaj Hrvatsku“ u svojoj ponudi za 2011. imati programe izleta i/ili višednevnih putovanja i tura u Hrvatskoj. Poticaji će iznositi za jednodnevne izlete 50,00 kuna po putniku, za dvodnevne aranžmane 100,00 kuna po putniku i za višednevne aranžmane 200,00 kuna po putniku.

1.2. POTPORE GLAVNOG UREDA HRVATSKE TURISTIČKE ZAJEDNICE U 2011. GODINI

1. Potpore za turističke inicijative i proizvode na turistički nerazvijenim područjima

Potpore za turističke inicijative i proizvode na turistički nerazvijenim područjima, Hrvatska turistička zajednica dodjeljivat će za: Razvoj i unapređenje turističke infrastrukture; Razvoj novih turističkih proizvoda i unapređivanje turističke ponude destinacije; Tradicijske manifestacije i događanja; Edukaciju.

2. Potpore manifestacijama

Hrvatska turistička zajednica će u 2011. godini financijski poduprijeti određeni broj zabavnih, sportskih, tradicijskih/etno i ostalih manifestacija koje doprinose unapređivanju/obogaćivanju turističkog proizvoda/ ponude pojedine destinacije i Hrvatske u cjelini; stvaranju prepoznatljivog imidža hrvatskog turizma; razvoju sadržaja koji omogućavaju produženje turističke sezone. Za potpore manifestacijama mogu se kandidirati sve pravne i fizičke osobe – trgovačka društva, obrti, ustanove, jedinice lokalne i regionalne uprave i samouprave i ostali pravne i fizičke osobe.

3. Potpore za poticanje razvoja kulturno-turističkih inicijativa (projekti, proizvodi, događanja, manifestacije)

Hrvatska turistička zajednica će i u 2011. godini financijski podržati određeni broj različitih kulturno-turističkih inicijativa - projekata, proizvoda ili događanja, kojima se podiže standard interpretacije, opremljenosti i kvalitete kulturno-turističkih proizvoda, a koji doprinose stvaranju kritične mase novih suvremeno interpretiranih kulturno-turističkih proizvoda, koji obogaćuju ponudu Hrvatske, odnosno, koji su od značenja za ukupni hrvatski turizam i njegovu promociju.

2. TURIZAM U ISTARSKOJ ŽUPANIJI

Jedini razvojni izlaz iz potrošenog proizvoda i tipa turizma koji je na tržištu definitivno out jest diverzifikacija ponude istarskih turističkih odredišta prema prirodnim i stečenim razvojnim predispozicijama te sukladno tome brzi razvoj novih proizvoda koji će na tržištu tražiti svoje ciljne skupine klijenata.

U **Master planu razvoja istarskog turizma** prepoznaju se različitosti pojedinih cjelina - clustera, čije će se datosti oblikovati u nove proizvode koji moraju biti konkurentni na tržištu i međusobno komplementarni. Nakon niza istraživanja, analiza, anketa, rasprava, radionica iskristalizirali su se obrisi nove istarske turističke budućnosti u šest obalnih clustera te cluster unutrašnjosti Istre.

Istra je najznačajnija i najveća turistička destinacija u Republici Hrvatskoj. Svojim kapacitetima ostvaruje 34% turističkog prometa cijele Hrvatske i ujedno iskazuje najbolju popunjenost kapaciteta.

Na području Istarske županije je u 2010. godini poslovalo 90 hotela, 2 aparthotela, 16 turističkih naselja, 17 turističkih apartmana sa sveukupno 20.636 SJ, 68 kampova sa 114.000 kamp mjesta (što čini više od 50% ukupnih kapaciteta kampova u Hrvatskoj), a u objektima privatnog smještaja kod 9.344 privatnih iznajmljivača registrirano je preko 63.000 kreveta (14% uč. u RH).

Kao svojevrsni predvodnik hrvatskog turizma, Istra je među prvim regijama u zemlji i širem okruženju koja svoj razvojni model prilagođava najsuvremenijim i inovativnim modelima upravljanja turističkom destinacijom. Osnovne postavke razvoja temeljem usvojenog strateškog dokumenta - Master plana razvoja turizma Istre su svakako odrednice konkurentnog, održivog i odgovornog razvoja istarske turističke regije. Time je Istra zahvaljujući izuzetno kvalitetnoj suradnji privatnog i javnog sektora dostigla poziciju gotovo 2/3 uspješne realizacije Master plana razvoja turizma Istre te je shodno izmijenjenim uvjetima na svjetskom turističkom tržištu, opterećenom recesijskim utjecajima, odlučila otvoriti novo poglavlje razvoja s pogledom na razdoblje od 2011. do 2020. godine.

2.1. MARKETINŠK PLAN ISTRE ZA 2011. GODINU,

Marketinškim planom Istre za 2011. godine, najavljuje se novo razdoblje istarskog turizma s dva nova izvedbena projekta - Revizijom Master plana razvoja turizma Istre i Projektom izrade novog destinacijskog web portala s e-marketingom. Navedeni projekti trebaju dati odgovore na konkurentnost i razvojne šanse turizma Istre u narednom desetogodišnjem razdoblju, ali isto tako i ponuditi rješenja za postojeće resurse koji se mogu kvalitetnije inkorporirati u istarski turistički sustav. Pored navedenih novosti, Marketinški plan Istre za 2011. godinu predstavlja kontinuitet strateškog pozicioniranja i jačanje branda Istre na inozemnom turističkom tržištu, dok će 'clusteri' predstavljati važnu kariku na lokalnoj 'mikro' razini putem diferenciranih iskustava i time obogatiti teksturu istarskih doživljaja.

Sve projektne aktivnosti navedene u Marketinškom planu Istre za 2011. godinu imaju za cilj omogućiti:

- Kontinuitet u procesu repozicioniranja i restrukturiranja destinacije
- Jačanje konkurentnosti i atraktivnosti proizvoda Istre
- Afirmaciju brenda Istre na postojećim tržištima te otvaranje novih tržišta
- Razvoj novih turističkih proizvoda Istre i njihovo pozicioniranje na tržištu
- Kvalitetan okvir za kvalitetnu suradnju privatnog i javnog sektora;

Smatra se da će aktivnosti navedene u Marketinškom planu Istre za 2011. godinu pridonijeti pozitivnom kontinuitetu repozicioniranja ali i pokazati potencijal jedne nove vizure Istre u turističkom smislu - da bude atraktivna, raznolika doživljajima te prepoznata svjetska turistička destinacija.

Vizija

Pozicionirati Istru u krug poznatih europskih turističkih destinacija kao jednu od poželjnijih destinacija za odmor, čija se ponuda temelji na doživljaju, u skladu s održivim i odgovornim razvojem.

Kratkoročni ciljevi

- Povećanje fizičkog obujma prometa za jedan posto u odnosu 2010. godinu
- Otvaranje novih zračnih linija na zračnu luku Pula
- Izrada revizije strateškog dokumenta: Master plan razvoja turizma Istre
- Pozicioniranje i jačanje upravljanja destinacijom:
 - (1) sadržajno oplemeniti postojeći destinacijski web portal multimedijalnim sadržajem te nadodati tri nove jezične mutacije
 - (2) izraditi dokument 'Izvedbeni plan za novi destinacijski portal Istre'
- Unaprjeđenje aktivnosti e-marketinga te jačanje pozicije IRTA-e
- Nastavak sustavnog organiziranja privatnog smještaja i marke Domus bonus
- Unaprjeđenje svih proizvoda Istre, jačanje njihove pozicije na tržištu i jačanje konkurentne prednosti.

Dugoročni ciljevi

- Kvalitetna i potpuna implementacija nalaza i postavki novog Master plana Istre (2012. - 2020.)
- Osigurati dotok sredstava iz EU fondova za projekte od strateškog značenja za razvoj turizma Istre
- Pozicionirati Istru u krug poznatih europskih turističkih destinacija
- Produženje turističke sezone; ojačati pred i posezonu; stvoriti uvjete za stabilno sedmomjesečno poslovanje
- Jačanje suradnje privatnog i javnog sektora;

Ukupna vrijednost marketing plana Istre za 2011. godinu uz participaciju od 8,4 milijuna kuna od strane HTZ-a za udruženo oglašavanje, te 11,1 milijuna kuna od strane lokalnih TZ-a i hotelijerskih kuća iznosi 29,3 milijuna kuna što je za 7% više od realiziranog u 2010 godini.

Financijsko učešće TZ grada Rovinja za realizaciju marketing plana Istre u 2011. godini iznosi 626.338,00 kuna, što je za 6% manje u odnosu na prošlu godinu (tablica u prilogu). Navedeno učešće odnosi se na udružene tržišne aktivnosti (kampanja udruženog oglašavanja sa aviokompanijama, turističkim tvrtkama, agencijama i touroperatorima), zatim za sajmove i prezentacije, razvoj e-marketinga, razvoj bike turizma, projekt Domus bonus, za izradu novog vizualnog identiteta Istre, bazu fotografija i filmova, te destinacijske brošure poput Enjoy Istra i Vacation planner.

3. RAZVOJNI PLAN TURIZMA GRADA ROVINJ-ROVIGNO ZA PERIOD DO 2020. GODINE

Novim **Razvojnim planom turizma grada Rovinj- Rovigno za period do 2020. godine**, koji je izrađen i usvojen u lipnju ove godine, utvrđena je nova definicija strateškog pozicioniranja destinacije i njenog daljnjeg razvoja. Izrada Master plana turizma destinacije Rovinj zajednička je inicijativa Grada Rovinja, Turističke zajednice i turističke privrede grada Rovinja, kao i svih ostalih stakeholdera s ciljem implementacije aktivnosti definiranih kako bi Rovinj iskoristio svoj potencijal, ciljano nadgradio svoju ponudu i nastavio razvijati turizam na održiv način i time kreirao novu vrijednost za zajednicu. Rovinj se, naime, u slijedećih 10 godina želi razviti u Upscale destinaciju koja će na održiv način produljiti sezonu i podignuti turističku potrošnju.

Definirane **propozicije vrijednosti destinacije** su slijedeće:

Kao elementi diferencijacije :

1. Najljepša starogradska jezgra na Mediteranu
2. Kultura, tradicija, priroda i običaji
3. Najbolji gastronomski doživljaj Mediterana u Europi

Kao kvalitativni elementi:

1. Otvorenost i sigurnost
2. Autentičnost
3. Doživljaji

Strateški okvir razvoja destinacije je dakle postići Upscale poziciju podizanjem kvalitete ponude poštujući okvire održivog turizma, sa ciljem smanjenja sezonalnosti, povećanja prosječne popunjenosti kapaciteta maksimalno koristeći vlastite resurse uz nadogradnju ponude adekvatnim sadržajima.

Strateški ciljevi su :

1. Produljenje sezone sa 94 na 180 dana unutar 10 godina – podizanje prosječne godišnje iskorištenosti kapaciteta sa 25% na 55%
2. Podizanje potrošnje po turistu za 30% temeljem podizanja kvalitete ponude
3. Postizanje prepoznatljivosti branda na europskoj razini

Koncept Master plana sadržan je u četiri cjeline:

1. Pozicioniranje destinacije:

- Prilagodba smještajnih kapaciteta (proširenje kapaciteta na 4* i 5*)
- Intervencija u prostoru (obnavljanje fasada, krovova, urbani ambijent i estetika, kreiranje i uređenje gradskih zona, uređenje pristupnih cesta gradu, uređenje sjeverne luke, biciklističkih staza, uređenje plaža i šetnica, neprometna signalizacija)
- Zračna povezanost
- Podizanje kvalitete (image grada kao ekološka destinacija, unapređenje i bolje korištenje kulturnih i prirodnih resursa, podizanje kvalitete usluge policije i HMP)

2. Pozicioniranje po sezoni i ciljnoj skupini:

- Ljeto: aktivni odmor za cijelu obitelj (obitelji s djecom, parovi)
- Proljeće/jesen: Sport, rekreacija i zdravlje (individualci, parovi, starije obitelji bez djece, umirovljenici, profesionalni sportaši)
- Zima: Wellness, kongresi i sport (MICE, umirovljenici, parovi, individualci)

3. Definiranje emitivnih tržišta:

- Strateško: Njemačka
- Ključna tržišta: Austrija, Italija, Nizozemska i Slovenija
- Tržišta s potencijalom: Skandinavske zemlje, Rusija, UK

4. Uvođenje novih proizvoda (strateški proizvodi)

1. Golf turizam (u iduće 3 godine)
2. Sportski sadržaji
3. Razvoj kongresnog – MICE turizma
4. Razvoj medicinskog turizma (u idućih 10 godina)
5. Razvoj nautičkog turizma
6. Razvoj gastronomije kao novog USP-a destinacije

Dinamika realizacije proizvoda:

2010. - 2012. - Zdravstveni turizam (zdravstveni sadržaji), Wellness, sportski turizam, lokalne specifičnosti (kultura, povijest, tradicija), MICE

2013. - 2017. - Golf, MICE, nastavak razvoja sportske infrastrukture, zabava

2018. - 2020. - Zdravstveni turizam – zdravstveni centar, Centar izvrsnosti za mediteransku kuhinju

Uvođenje novih proizvoda određenom dinamikom, u 2020. godini rezultiralo bi ostvarenjem četiri milijuna turističkih noćenja uz prosječnu godišnju popunjenost od 55%, ukupnom turističkom potrošnjom od 3,3 milijarde kuna i 1.368 novozaposlenih.

Turistička zajednica grada Rovinja- Rovigno svojim će aktivnostima definiranim kroz zakonski propisane zadaće pridonositi realizaciji definiranih strateških ciljeva, a obuhvaćati će slijedeće aktivnosti koje mogu doprinijeti boljem pozicioniranju i jačanju konkurentnosti Rovinja:

- Poticanje, unapređivanje i promicanje **izvornih vrijednosti** (tradicija, običaji, etnološko blago i dr.) stvaranje uvjeta za njezino gospodarsko korištenje, poticanje zaštite, održavanja i obnove kulturno - povijesnih spomenika i drugih materijalnih dobara od interesa za turizam i njihovo uključivanje u turističku ponudu, te obogaćivanje ponude destinacije osmišljavanjem i razvojem programa selektivnih oblika ponude poticanjem razvoja DMC, sa ciljem produženja turističke sezone i povećanje motiva dolaska gostiju u destinaciju.
- Unapređenje općih uvjeta boravka gostiju u destinaciji, poticanjem razvoja turističke infrastrukture, brige o zaštiti okoliša, organiziranja akcija u cilju očuvanja turističkog prostora, i zaštite čovjekova okoliša.
- Suradnja i koordinacija s pravnim i fizičkim osobama koji neposredno i posredno utječu na turizam destinacije radi zajedničkog dogovaranja, utvrđivanja i provedbe politike razvoja turizma i njegove promidžbe u okviru sveobuhvatne politike gospodarskog razvoja grada (sinergija javnog i privatnog sektora).
- Poticanje, koordinacija i organiziranje kulturnih, umjetničkih, gospodarskih, sportskih i drugih priredbi koje pridonose obogaćivanju turističke ponude, koji bi predstavljali povod za dolazak i omogućili veći priliv gostiju u periodu pred i posezone.
- Uključivanje u aktivnosti koordinacije i udruživanja sredstava za promotivne aktivnosti na svim nivoima ustroja turističkih zajednica (HTZ, TZIŽ) kako bi se racionalnim trošenjem sredstava i usklađenim ciljanim aktivnostima postigli veći efekti na tržištu (oglašavanje, razvoja novih proizvoda, marketinške infrastruktura, web stranice, tiskani materijali za promociju Istre, doživljaja i atraktivnosti unutar njenih lokalnih destinacija).
- Razvoj web stranice i e-bussinessa uz objedinjavanje i plasman ponude turističkih tvrtki, privatnih iznajmljivača, ugostitelja i agencija, uz isticanje kvalitete doživljaja destinacije.
- Provođenje promotivnih aktivnosti usmjerene na ciljana tržišta potražnje samostalnim i udruženim oglašavanjem, prezentacijama, aktivnostima u

domeni odnosa s javnošću, prijemom studijskih grupa , novinara.

- Promptno i kvalitetno informiranje gostiju o ponudi, događanjima, prirodnim, kulturno-povijesnim vrijednostima destinacije razvojem marketinške baze podataka, multimedijalnih i tiskanih promotivnih materijala.
- Organiziranje edukacija za potrebe stanovništva i gostiju iz domene turističke djelatnosti.
- Vođenje jedinstvenog popisa turista za područje grada radi praćenja i kontrole naplate boravišne pristojbe te članarine i stručne obrade podataka; dnevno prikupljanje, tjedna i mjesečna obrada podataka o turističkom prometu te prikupljanje i obrada svih drugih pokazatelja bitnih za praćenje, izvršenja postavljenih ciljeva i zadaća.

Sagledavajući globalnu gospodarsku situaciju, stanja na emitivnim tržištima i opredjeljenja turističke privrede o načinu nastupa na tržištu, trenutnu tržišnu pozicioniranost Rovinja kao turističke destinacije, trendove putovanja i zahtjeve gostiju, te raspoloživa financijska sredstva za provedbu svojih zadaća, naglasak aktivnosti Turističke zajednice grada u 2011. godini biti će usmjerene na:

- Poticanje javnog i privatnog sektora za inicijalizaciju provedbe novog Master plana turizma destinacije Rovinj do 2020 godine; podupiranje aktivnosti kreiranja diferencirane ponude, osmišljavanje novih turističkih sadržaja i proizvoda u skladu sa njegovim postavkama (npr. promicanje lokalnih specifičnosti, sportski događaji, kongresni turizam).
- Podupiranje aktivnosti definirane Marketing planom Istre, pojačanu promociju turističkog proizvoda u suradnji sa TZIŽ , turističkim tvrtkama, agencijama i samostalno pogotovo kod PR aktivnosti, suradnje s medijima, ugošćavanje turističkih novinara, studijskih grupa touroperatora i decision makera, sudjelovanje na prezentacijama i turističkim sajmovima.
- Daljnji razvoj web stranice i oblikovanje alata za razvoj e-bussinessa.
- Podržavanje kreiranja novih selektivnih oblika ponude poput novih pješačkih gastro staza, arheoloških atrakcija (Monkodonja, Mušego, Veštar), bike staze i njihove crkvice, projekt Kulturno-povijesni itinereri kao inicijalni projekt razvoja kulturnog turizma u Rovinju.
- Djelomičnu promjenu koncepcije manifestacija uvođenjem i podržavanjem novih kulturnih zbivanja koji će pojačati atraktivnost Rovinja kao kulturne destinacije.
- Jaču izdavačku djelatnost poput tiskane brošure sa selektivnom ponudom destinacije i pripadajućim multimedijalnim prikazom, ažuriranim turističkim informacijama, kartama grada, novim biciklističkim kartama, novim itinererima – lecima: što posjetiti u Rovinju/top 10 aktivnosti , novi promotivni film Rovinja, vodič kroz privatni smještaj i vodič kroz rovinjske restorane, poklon knjige sa prijevodima menija.
- Pružanje podrške aktivnostima Udruge privatnih iznajmljivača i daljnja edukacija privatnih iznajmljivača za prijavljivanje gostiju putem interneta.
- Redovnu administrativnu aktivnost naplate i kontrole boravišne pristojbe i turističke članarine, uz redovito evidentiranje gostiju za područje grada i izradu dnevnih i mjesečnih izvještaja.
- Pružanje turističkih informacija gostima pri info punktu ureda.

4. ULAGANJA U OBJEKTE NA PODRUČJU GRADA ROVINJA, TE OSTALE AKTIVNOSTI ZA PRIPREMU TURISTIČKE SEZONE 2011. GODINE.

Za naš je grad od iznimnog značenja razvojni ciklus jedne od vodećih hrvatskih turističkih tvrtki – **Maistra d.d.** koji je započeo 2005 godine i još uvijek traje. Maistra d.d. ima namjeru uložiti oko 2,2 milijarde kuna u svoje objekte. Strateškim planom ulaganja, uvodi izmjene u turistički proizvod, što će uvelike promijeniti turistički proizvod grada Rovinja i podići ga na razinu 4. i 5. zvjezdica.

4.1. Godišnji plan investicija za 2011. godinu: Maistra d.d.

- Nastavak izgradnje hotela Lone,
 - Ulaganje u infrastrukturu i krajobraz zone Monte Mulini,
 - Renoviranje dijela naselja Villas Rubin
 - Rekonstrukcija vanjskog bazena hotela Eden/Lone
 - Uređenje parcela u kampovima,
 - Ostala ulaganja za poboljšanje uvjeta poslovanja
-
- Ulaganja po zakonskim obavezama:
 - Izgradnja uređaja za pročišćavanje Amarin – Valdaliso

(Od Maistre nismo dobili podatak o visini investicije u ovoj godini, no procjena je da su ulaganja milijunska.)

4.2. Godišnji plan investicija za 2011. godinu: Valalta d.o.o.

- Vanjsko i unutarnje uređenje Valalta naselja – 7.000.000,00Kn.
- Sadnja maslina – 3.000.000,00Kn.
- Uređenje plaža – 500.000,00Kn.
- Tov junadi – 4.000.000,00Kn.

Ukupno se planira utrošiti – 14.500.000,00Kn

4.3. Gradske investicije za razvoj i podršku turizmu

Grad Rovinj će i ove godine kao i svake do sada, proračunom osigurati sredstva za niz aktivnosti i ulaganja kojima će se pridonijeti izgledu i ugođaju grada.

Uređenje parkova i zelenila

Poslovna jedinica Komunalnog servisa d.o.o. - Parkovi i zelenilo svake godine povećava broj zelenih površina pod svojim održavanjem. Ukupno se uređuje 855.445 m² površine od čega na travnate površine otpada 266.813 m².

Posebna pažnja usmjeravati će se na održavanje park šume Punta Corrente te područja Cuvi, uz sanaciju svih putova, čišćenje grmlja i niskog raslinja te pošumljavanje. Veći zahvati sukladno raspoloživim proračunskim sredstvima na uređenju park šume izvoditi će se prema postojećem projektu uređenja park šume kao i prema dodatnoj Studiji koja je započeta 2010.g. a biti će dovršena tijekom 2011.g.

Kao i u 2010.g. neće se izvoditi veći radovi na uređenju novih hortikulturnih površina. Znatno smanjenim sredstvima proračuna nastojati će se održati postojeći standardi održavanja i uređenja grada u ovom dijelu radova i djelovanja poduzeća. Osnovni cilj Komunalnog servisa tijekom 2011 biti će zadržati isti nivo uređenosti grada manjim izdacima i troškovima za hortikulturu te sa ukupnim manjim obimom radova gdje je to moguće.

Kod uređenja plaža u 2011. godini planira se redovno čišćenje plaža u periodu od 15. lipnja do 15. rujna svakodnevno, u predsezoni i posezoni 2-3 puta tjedno a ostali dio godine po nalogu komunalnog redarstva.

Radove na zelenilu tijekom 2011 obavljati će 20 radnika na zelenilu i 5 radnika na gradskim grobljima. Sezonska radna snaga neće se koristiti tijekom 2011. osim u iznimnim slučajevima.

Sredstva za izvršenje radova predviđaju se u iznosu od **3.600.000,00 kn.**

Plan uređenja obuhvaća:

- a) redovno održavanje javnih zelenih površina
 - košnja trave, uklanjanje suhih grmova, granja, obrezivanje stabala,
 - obnova zelenila,
- b) uređenje parkova
 - sadnja sezonskog cvijeća i ukrasnog zelenila,
 - redovito zalijevanje,
 - postava mreža za otpatke i klupa u parkovima te na zelenim površinama,
- c) održavanje plaža (ljeti)
 - postava koševa za plaže,
 - redovito pražnjenje 165 koševa,
 - čišćenje i obnavljanje materijala na uređenim plažama ljeti (od svibnja do listopada) i to: Veštar, Borik, Cisterna, Cuvi i Zlatni rt/Punta Corrente.

Održavanje kamenog popločenja i suhozida

- a) poslovi na popločenju starih ulica prema programu i prioritetima,
- b) sanacija popločenja,
- c) zamjena tlakovca,
- d) održavanje suhozida,
- e) sanacija rubnjaka staza Park Šume Punta Corrente, Cuvi te ostalih gradskih parkova.

Za obavljanje navedenih poslova posebna grupa s poslovođom broji 6 radnika. Grupa ima na raspolaganju dva vozila, alat, opremu za rezanje i obradu kamena. Tijekom 2011. sanirati će se popločenja u ulicama A. Milosa, Vodnjanska, Casale, S. Croce te na drugim lokacijama u obimu koji će dopustiti raspoloživa financijska sredstva.

Sredstva za izvršenje radova predviđaju se u iznosu od **1.100.000,00 kn.**

Funkcioniranje elektro-vozila (posebna dostava)

Posebno dostavno vozilo uvedeno je nakon zatvaranja ulice Carera za promet, kako bi građanima bila omogućena dostava u navedenu ulicu. Više od 90 % poslova

vozila svedeno je na nekomercijalno poslovanje, besplatnu dostavu u ulici Carera.

Sredstva za izvršenje radova predviđaju se u iznosu od **280.000,00 kn.**

Čišćenje javnih površina

Redovno čišćenje javnih površina (trgova, pješačkih zona, javnih prometnih površina, javnih cesta koje prolaze kroz naselje) vrši se u slijedećim granicama:

- prema Marini – do kraja ul. V. Nazora,
 - prema Škarabi – Zagrebačka ul. do hotela Eden i Kuglane (ljeti do Škarabe),
 - prema Balama – do skretanja za Monfiorenzo,
 - prema Valalti – do skretanja za deponiju Basilica,
 - prema Monseni – do Bolnice i samoposluge Borik.
- a) Centar grada (do Trga na Lokvi)
- čišćenje devet mjeseci u zimskim mjesecima - 6 puta tjedno a nedjeljom i praznikom dvoje dežurnih održava trg M. Tita , obalu, Careru i Trg na Lokvi,
 - čišćenje u ljetnim mjesecima svakodnevno,
 - pranje grada tokom ljetnih mjeseci.
- b) Ostali dio grada
- čišćenje strojnom pometačicom zimi 1 put tjedno,
 - čišćenje strojnom pometačicom ljeti 2 puta tjedno.
- c) najfrekventniji dio starog grada čisti se u popodnevnim satima, zimi se to područje pokriva s 1 radnikom, ljeti sa 3 radnika
- d) pranje grada dva puta tjedno u periodu od 15. 06. do 15. 09.

Sredstva za izvršenje predviđaju se u iznosu od **2.300.000,00 kn.**

U poslovnoj jedinici čistoća zaposleno je 56 djelatnika.

Oprema za komunalne i sl. namjene – održavanje komunalne opreme (popravci, farbanje, montaža i održavanje opreme; košića, klupa, kandelabera, rukohvata i sl.) vrši se kao komunalna djelatnost i sukladno sklopljenom ugovoru za izvršenje potrebno je osigurati 200.000,00 kuna.

Pojačano čišćenje kamenog popločenja starogradske jezgre 40.000,00 kn;

Javna rasvjeta – sredstva za električnu energiju za rasvjetljavanje javnih površina, javnih cesta koje prolaze kroz naselje i nerazvrstanih cesta, predviđaju se u iznosu od 1.860.000,00 kn.

Održavanje prometnica - održavanje prometnica u zimskom periodu, sredstva za održavanje predviđaju se u iznosu od **152.000,00 kn.**

Za sigurnost gostiju proračunom je osiguran čitav niz mjera među kojima:

- ispitivanje kakvoće mora na plažama,
- ispitivanje hrane koja se prodaje na tržnici,
- osiguranje sredstava za dodatne timove hitne medicinske pomoći,
- pojačane veterinarske usluge u sezoni, osobito one vezane uz zbrinjavanje pasa,
- dezinfekcija i deratizacija za područje grada
- organiziranje rada službi spasioca na plažama,
- organiziranje čuvarske službe parka Punta Corrente,
- zapošljavanje vatrogasaca sezonaca zbog pojačanog nadzora,
- dodatno ekipiranje policijske postaje u ljetnim mjesecima

Kao svake godine i ove godine, Upravni odjel za društvene djelatnosti, financijski će podržati sljedeća događanja:

- Grisiu – 50.000 Kn.
- Likovnu koloniju – 25.000 Kn.
- Festival barokne glazbe – 15.000 Kn.
- Dani talijanskog filma – 15.000 Kn.
- Rovinjski ljetni festival – 80.000 Kn.
- Kulturno ljeto – 170. 000 Kn.
- Festival etnografskog filma – 8.000 Kn.
- Šoljanovi dani
- Artexchange
- Festival podvodnog filma
- Glazbeni poučak

4.4. Plan aktivnosti TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA ROVINJA

Turistička zajednica grada Rovinja i ove godine priprema niz aktivnosti, od eko akcija do sportskih i zabavnih manifestacija,

U sklopu **akcije «Neka moja Istra blista» i projekta « Volim Hrvatsku »** koja se provodi u cilju animiranja i edukacije stanovništva za održavanje čistoće i uređenosti destinacije, promicanja ekologije, zaštite objekata prirode, voda, šuma te stvaranja klime dobrodošlice za domaće i strane turiste i posjetitelje, odvijati će se i aktivnosti TZ-a. Dugogodišnje nagrade u sklopu akcije «Volim Hrvatsku» i proglašenje Rovinja višestrukim pobjednikom „Plavog cvijeta“ kao najuređenijeg grada na Jadranu, poticaji su za nastavak intenzivnih aktivnosti na tom polju u suradnji sa Gradom, turističkom privredom i svim stanovnicima grada.

Vrijeme realizacije: od sredine ožujka do kraja svibnja.

- **Akcije čišćenja priobalja i plaža**

provoditi će se u suradnji sa stanovnicima po zonama grada; akcije uređenja i čišćenja sportskih igrališta, bazena, terena u suradnji sa sportskim društvima; uređenje otoka Sv. Ivan i Figarola sa Lovačkim društvom Rovinj, sportsko ribolovnim društvom Meduza te udrugom Prijatelji grada Rovinja. Dječji vrtići se pridružuju akciji uređenjem svojih zelenih površina i tematskim literarnim i likovnim radovima očuvanja okoliša.

Za stanovnike grada izvršiti će se besplatna podjela 600 –tinjak sadnica malina, ogrozda, kupina, lavande, ružmarina i smokava.

- **Uređenje i opremanje biciklističkih staza, pješačkih staza**

Aktivnosti na uređenju i opremanju 3 biciklističke staze koje su trasirane 2007. godine nastaviti će se kroz redovno održavanje, a započeti će i projekt uređenja i označavanja crkvice lociranih na bike stazama, uz koje bi se trebalo urediti nekoliko punktova kao odmorišta. Ove godine započeti će se izradom projekta uređenja gastro pješačkih staza na sjevernom dijelu grada Valalta-Limski kanal.

DMC – Razvoj proizvoda (TZŽI)

U sklopu udruživanja sredstava za izradu programa i promociju Istre nalazi se i projekt DMC- razvoj proizvoda kojeg razvija TZIŽ. Tijekom 2011. godine nastaviti će se s razvojem proizvoda **Bike turizam** i **Istra Gourmet** (gastro, vino, masline), s intencijom da se ovi, na tržištu prepoznatljivi i prihvaćeni proizvodi komercijaliziraju odnosno prepuste DMC-ovima koji bi djelovali u partnerskom odnosu s TZIŽ . TZIŽ bi naime pružala marketinšku podršku razvoju proizvoda dok bi DMC partner prethodno spomenute proizvode plasirao na tržište.

U programu **bike turizma** za 2011. godinu naglasak je na sljedećim aktivnostima:

- Dovođenje buyera i specijalista za bike proizvod; organizacija workshopa za hotelijere s namjerom komercijalizacije bike proizvoda
- Organizacija biciklističkih manifestacija; (1) Istria Valamar Terra Magica (2) Ol Istria mtb tour – Parenzana Cannondale
- Promocija, PR aktivnosti, sajmovi i prezentacije,
- Održavanje internetskih stranica,
- Označavanje staza unificiranom signalizacijom za cijelu Istru,
- Unos novih biciklističkih staza na web,
- Izrada i distribucija unificiranih biciklističkih karata,
- Izrada unificirane biciklističke brošure,
- Nastavak projekta Bike & Bed Hotels.

Projekt **Istra Gourmet** objedinjava nekoliko projekata: izbor ponajboljih ugostiteljskih adresa u Istri, projekti u okviru vinskog turizma, projekti u okviru Turizam maslinova ulja, Dani Tartufa kao i mnogobrojne popratne manifestacije. U 2011. godini TZIŽ nastaviti će provoditi promotivne aktivnosti vezane uz istarsku gastronomiju, vinski turizam i turizam maslinova ulja u suradnji s Upravnim odjelom za turizam Istarske županije. Planira se kontrola i praćenje rada ugostiteljskih objekata, vinskih podruma, uljara i proizvođača maslinova ulja.

Program **ronjenja** - resursi koje Istra ima na raspolaganju (brodske olupine, broj ronilačkih centara, lokacije za ronjenje) i trendovi na tržištu upućuju kako je opravdano očekivati sve veću potražnju za ovom vrstom turističke ponude. To opravdava i daljnje ulaganje u ovaj proizvod, s posebnim naglaskom na potporu rada sudionika ponude putem promocijskih aktivnosti na internetu i putem tiskanih medija. Nakon dva izdanja kataloga Istra Diving – Adventure in Blue Istria planira se novo godišnje izdanje kataloga u dogovoru s predstavnikom ronilaca IŽ i ronilačkim centrima u Istri.

Novi projekt pod nazivom **Kulturni turizam** sadržavao bi najinteresantnije itinerere vezane uz povijesne, kulturne i tradicijske vrijednosti Istre. Turisti već posjećuju mnogobrojne spomenike kulture i kulturne manifestacije koje se odvijaju na području Istarske županije, međutim velika većina tih turista spada u kategoriju 'tercijarnih kulturnih turista', odnosno onih koji ne putuju u destinaciju radi njenih kulturnih sadržaja. Stoga bi trebalo poraditi na stvaranju novih sustava doživljaja koji se vežu za istarsku kulturnu tradiciju, a koji bi privukli onu publiku čija je primarna motivacija posjećivanje destinacije radi sudjelovanja u njenom kulturnom životu što bi doprinijelo i privlačenju većeg broja gostiju u pred i posezoni.

Podlogu za izradu budućeg promotivnog materijala kulturnog turizma čini brošura Kulturni itinereri Istre čije je izdanje prije desetak godina dalo presjek glavnih kulturnih odrednica istarske kulturne baštine. Razrada novog materijala odnosila bi se prvenstveno na njegovo uporabu na destinacijskom web portalu s ciljem

predstavljanja imidža Istre kao kulturno-turističke destinacije, a u njega bi se integrirali sadržaji projekata kao što su Heart of Istria i Revitas koji na specifičan način razrađuju pojedine kulturne cjeline te, sukladno smjernicama Master plana razvoja istarskog turizma, razradili opći kulturni itinereri. Tako prikupljeni sadržaji činili bi i okosnicu izrade buduće brošure kulturne ponude Istre.

TZ Istarske županije u 2011. godini nastavlja provođenje **projekta Revitas** u suradnji s partnerskim institucijama Istarskom županijom, Gradovima Porečom, Vodnjanom, Buzetom, Općinom Svetvinčenat, Zavodom za zaštitu kulturne baštine Slovenije, Gradskom općinom Koper te Općinama Izolom i Piranom. Projekt je financiran bespovratnim sredstvima iz Operativnog programa IPA Slovenija-Hrvatska 2007. - 2013. s ciljem razvoja integriranih turističkih proizvoda: prekograničnih turističkih itinerera i prekograničnih turističkih ruta po prirodnoj i kulturnoj baštini Slovenske i Hrvatske Istre.

Novi projekt 'Istra.mobi' prvenstveno podrazumijeva prilagodbu destinacijskog web portala za upotrebu putem mobilnih uređaja (iPhone, android). Tako prilagođene stranice imati će ekstenziju '.mobi' zbog čega je i projekt tako nazvan. Zbog obima destinacijskog portala, Istra.mobi bit će prilagođen s informacijama koje su gostu/korisniku potrebne u trenutku kada se već nalazi u destinaciji. Korisnik će ih moći koristiti putem 'downloada' aplikacije prije dolaska u destinaciju ili putem QR kodova kada je već u destinaciji. QR (*quick response*) kod dvodimenzionalni je kod koji svojom funkcionalnošću nalikuje standardnim bar kodovima, s jednom ključnom razlikom – može ga se čitati putem mobitela. Tehnologija QR kodova zbog praktičnosti i pristupačnosti danas je prisutna u svim krajevima svijeta te su je prihvatili svi veliki globalni brendovi. U rasteru kvadratića koji tvore kod krije se tekstualna poruka. Najčešće je to web adresa, a u našem slučaju to će biti prilagođena web stranica za mobilne uređaje na kojoj će posjetitelj moći naći informacije o događanjima (what to do?) i informacije o eno-gastro ponudi Istre (where to eat?), kao i ostale servisne informacije. QR kodovi aplicirat će se na sve tiskane materijale (plakati, brošure, letci, media oglasi) te na tabele, city light sustave, billboarda na svim frekventnijim mjestima u destinaciji.

Projekt započet u 2009. godini **Turizam u zelenoj Istri** biti će usmjeren na pripremu tiskane publikacije Istra Countryside u kojem će biti navedeno oko 200 seoskih domaćinstava Istre. Uz nekoliko dopuna vezanih prvenstveno uz nove servisne informacije, brošura će nuditi podatke o specifičnosti svakog seoskog domaćinstva te dodatnim uslugama. Za razliku od prethodnih godina, katalog Istra Countryside uključit će seoska domaćinstva koja ne nude samo smještajne kapacitete, već sa svojom specifičnom ponudom mogu biti interesantna za jednodnevne izlete. Opći će naglasak biti na autentičnosti ponude i usluga svakog seoskog domaćinstva, a biti će raspoređeni u sljedeće kategorije: agroturizam, ruralne kuće za odmor, ruralni B&B, ruralni obiteljski hoteli, odmor na vinskoj cesti. Projekti podrazumijevaju financiranje od strane TZIŽ i lokalnih TZ prema unaprijed definiranom ključu.

DMC – Razvoj proizvoda (TZŽI)

Slijedeći postavke novog Master plana turizma grada Rovinja, TZ će nastojati svojim idejama i prijedlozima, baziranim na komparativnim prednostima i mogućnostima razvoja selektivnih oblika ponude lokalne destinacije kao i na sadržajima i resursima Istre, poticati kreiranje programa i usluga koje bi predstavljale dodatnu ponudu i nove doživljaje, a njihovom promocijom u suradnji sa turističkom privredom utjecati na poboljšanje prometa gostiju. Također će nastojati potaknuti inicijativu svih nosilaca turističke i kulturne ponude grada za kreiranje programa koji će uz financijsku podršku saživjeti kao autohtoni, turistički proizvod Rovinja.

Program „povorka batana sa večerima u Spaciu“ kojim se dočarava stara ribarska tradicija Rovinjaca, a uključuje posjet muzeju Kuća o batani, vožnju batanama na vesla uz starogradsku jezgru do «Spacia» (dolazak s morske strane) u kojoj se nudi ribarska gastro ponuda uz izvođenje bitinada i starih rovinjskih pjesama, primjer je dobro osmišljenog autohtonog tradicijskog turističkog proizvoda destinacije koji je i nagrađen nagradom za najatraktivniji turistički proizvod na Jadranu a ujedno je i dobitnik nagrade Zlatne kože - Capra d'oro. Taj se program uvrstio u redovnu turističku ponudu grada, uvršten je u prodajne aranžmane turističkih tvrtki te je postao nezaobilazni dio programa boravka studijskih grupa i novinara. Taj će se program u svojim novim elementima ponude i dalje pratiti i sufinancirati.

U okviru programa održavanja kulturne baštine podržati će se daljnja faza uređenja arheološkog nalazišta Monkodonja – Mušego u cilju njegove turističke eksploatacije i realizacije projekta «Monkodonja-arheološki park». Također, nastaviti će se sa sufinanciranjem projekta arheološkog istraživanja nalazišta **Vile rustice kod Veštra** u organizaciji Hrvatskog restauratorskog zavoda.

Nastaviti će se sa projektom «Bike staze i njihove crkvice» što podrazumijeva njihovo označavanje i uređenje, a zajedno sa Naturom Historicom će se razvijati projekt jače turističke eksploatacije «ornitološkog parka Palud».

Kulturno - povijesni turistički itinereri kao inicijalni projekt razvoja kulturnog turizma Rovinja sadržavao bi najinteresantnije itinerere vezane uz povijesne, kulturne i tradicijske vrijednosti Rovinja i okolice. Navedeno bi podrazumijevalo izradu kulturnog vodiča u suradnji sa Centrom za povijesna istraživanja i Zavičajnim muzejom grada. Uz razvoj kulturnog turizma, vezuje se i novi projekt Rovinj – kulturna destinacija koja sadržava prijedloge glazbenih događanja, kazališnih predstava, filmskih projekcija, književnih programa.

Kao i na nivou Istre, u Rovinju će se također započeti sa uvođenjem **QR (quick response) koda**. I u našem slučaju kod će biti prilagođena web stranica za mobilne uređaje na kojoj će posjetitelj moći naći informacije o događanjima, ponudi i ostalim informacijama. QR kodovi aplicirat će se na izabrane punktove - tiskane materijale (plakati, brošure, letci, media oglasi) te na tabele, billboarda i sl. i postupno će se proširivati u primjeni.

Nadalje, u okviru razvoja turističkog proizvoda, nastaviti će se sa razmatranjima mogućnosti razvoja proizvoda slijedećih detektiranih specijalnih interesa koji se povezuju sa našom destinacijom, a obuhvaćeni su i novim Master planom razvoja turizma Rovinja: zdravlje i zdravstveni turizam; pripreme sportaša, pješačenje, ribolov, ronjenje, jedenje sportski event; kultura i umjetnost, običaji i tradicija, stari zanati i tradicionalni obrti; gastronomski užici - okusi, boje i mirisi istarskog kraja; vinarstvo (od grožđa do vina), masline i maslinovo ulje, proizvodnja autohtonih prirodnih likera, biologija mora, prirodne vrijednosti; mogućnosti

organizacije susreta: Rovinj za korporativne susrete i kongrese, obuka na otvorenom, incentive susreti, team building ; izleti: vinske ceste, ceste maslinovog ulja, zelene ceste Istre, foto ture –istarski motivi, istarske gradine, ostavština rimljana, rovinjski otoci.

Privatni smještaj – Domus Bonus (TZŽI)

Domus Bonus – projekt za kvalitetniji privatni smještaj, pokrenula je Turistička zajednica Istarske županije početkom 2006. godine s ciljem motiviranja privatnih iznajmljivača za poboljšanjem kvalitete privatnog smještaja u Istri. Program je namijenjen svim registriranim privatnim iznajmljivačima apartmana na području Istarske županije. Cilj ovog projekta jest izdvojiti kvalitetan smještaj od onog koji to nije, poslati poruku tržištu o kvaliteti, kreirati novu marku u koju će gosti moći imati povjerenja i stimulirati povećanje broja kvalitetnog privatnog smještaja.

Standardi Domus Bonus ukazuju privatnim iznajmljivačima na promjene koje je potrebno izvršiti ne bi li unaprijedili svoje objekte, dok je za goste koji dolaze u Hrvatsku bitno postojanje jasno definiranih standarda kako bi mogli prepoznati kvalitetu smještaja koju traže. Osim apartmana, u standarde Domus Bonus uključeni su i studio-apartmani, a tijekom 2011. godine uključiti će se i kuće za odmor.

Prednosti i pogodnosti certifikata Domus Bonus za privatne iznajmljivače su:

- TZIŽ jamči za kvalitetu smještaja koja se nudi u objektima s oznakom Domus Bonus
- Kvalitetnija promocija
- Bolja popunjenost kapaciteta
- Smjernice za ulaganja – na osnovi Domus Bonus standarda iznajmljivači mogu znati kako ispravno usmjeriti ulaganja u unaprjeđenje kvalitete i tako poboljšati isplativost investicije;

Prednosti koje gosti imaju od ovog projekta jesu:

- Preporuka smještaja kojeg certificira Turistička zajednica
- Zajamčena kvaliteta smještaja;

Aktivnosti na projektu Domus Bonus u 2011. godini usmjerit će se na definiranje i kontrolu standarda, edukativne radionice, promotivne i prodajne aktivnosti te na povećanje suradnje s turističkim agencijama. Nadalje, aktivnosti će se usmjerit na daljnje pridobivanje novih privatnih iznajmljivača kao i na promotivne aktivnosti koje započinju distribucijom novog kataloga po svim većim turističkim sajmovima, predstavništvima HTZ-a i lokalnim turističkim zajednicama. Osvježavati će se podaci na web stranicama, organizirati edukacije kontrolora koordinatora te će se zajedno s djelatnicima lokalnih turističkih zajednica raditi na promociji projekta prema iznajmljivačima i turističkim agencijama na njihovom području.

Projekt podrazumijeva financiranje od strane TZIŽ i lokalnih TZ prema unaprijed definiranom ključu.

Manifestacije, eventi, kulturni i sportski događaji

Jedan od najznačajnijih zadataka i instrumenata promicanja turističkih vrijednosti Rovinja su manifestacije, događanja i eventi koji čine dio autentičnog doživljaja destinacije.

Njihova organizacija ili podržavanje i suorganizacija istih u inicijaciji i organizaciji drugih (turistički subjekti, udruge, institucije) sa naglaskom na periode

van sezone, predstavlja instrument jačanja konkurentnosti destinacije i većeg priliva gostiju.

Tim stručnih ljudi iz turističke i kulturne branše izvršili su zajedničku procjenu ponuđenih programa i definirali one koje s obzirom na raspoloživa financijska sredstva na najbolji način promoviraju destinacijske vrijednosti i približavaju ih gostima. Definiran je program i raspored manifestacija i događanja tijekom čitavog perioda dolaska gostiju u destinaciju, kako bi se izbjegla koncentracija izvođenja u ljetnim mjesecima i realizacija programa sličnih tematika. Koncept svake manifestacije dodatno će se razraditi uz definiranje njegovog scenarija, troškovnog aspekta, sa jasno podijeljenim zadacima po nosiocima svakog segmenta od organizacije do izvora financiranja. Učešće financiranja ovisi o direktnim interesima i mogućnostima pojedinih nosioca turističke ponude destinacije i lokalne uprave, kao i o uključivanju financiranja sa viših nivoa ustrojstva TZ-a ili državnih institucija, te zainteresiranosti sponzora iz gospodarstva.

Kao podrška organizaciji i financiranju događanja (kao suorganizator i sponzor) čiji su inicijatori institucije Grada, sklopiti će se ugovori o poslovnoj suradnji sa Gradom Rovinj, POU, Udrugom Kuća o batani, Zavičajnim muzejom i turističkim subjektima.

Na temelju raspoloživog budžeta, ocjene kvalitete održanih manifestacija u 2010. te prijedloga novih događanja, za 2011. godinu izvršen je izbor manifestacija koje će se organizirati samostalno ili u suradnji sa drugim subjektima. Novi projekt koji će se implementirati tijekom 2011. godine pod nazivom Rovinj-kulturna destinacija, sadrži novine u promicanju kulturnog aspekta grada, a sastoji se od gostovanja svjetski poznatih umjetnika glazbenika, književnika, filmskih znalaca i sl. Logističku, organizacijsku i financijsku podršku projektu pružiti će institucije grada, TZ i Maistra.

Kulturno - zabavne manifestacije

• Karneval i Valentinovo

Zabavni program za Karneval i Valentinovo održati će se drugu godinu dva dana za redom u MMC-u na kojem će nastupati rovinjski mladi muzičari sa prigodnim repertoarom. Tako će se za Karneval birati i najljepše maske uz bogati muzički program, a slijedeći dan za Valentinovo će se izvoditi prigodne ljubavne balade i romantične melodije.

Vrijeme realizacije: 13. i 14. veljače

• Glazbeni poučak

Ciklus od 5 edukativnih koncerata koji se temelji na stvaralaštvu istarskih kreativnih snaga. Na koncertima se predstavljaju odabrani glazbeni pojmovi, stilska razdoblja, instrumenti, skladatelji. Među izvođačima su: Goran Benevrkić, Svetlana Lučka Joksić, Samanta Stell, Oriana Vozila, Ronald Braus, Giorgio Sugar, Aleksandra Golojka, Big band GŠ I.M. Ronjgova iz Pule, Goran Farkaš.

Organizator: Hrvatsko društvo glazbenih umjetnika –A.Golojka; N. Dragun

Vrijeme realizacije: jednom mjesečno počevši od veljače do svibnja i u listopadu.

• Uskrсни program

Povodom uskršnjih praznika održati će se prigodni muzički program uz uskrсни doručak na gradskom trgu uz hotel Adriatic.

Vrijeme realizacije: 23.-25. travanj

- **Fotografski festival Rovinj Photodays**

Stručni i natjecateljski trodnevni skup koji okuplja najbolje fotografe iz Hrvatske i Europe održao bi se četvrti put za redom. U sklopu službenog programa i ove godine planirane su brojne fotografske izložbe, tradicionalna nagrada foto ruta koja je postala prava kulturno-turistička atrakcija za sve posjetitelje, kao i stručna predavanja, radionice te pregled portfolija za fotografe.

Planirane su i izložbe finalista ovogodišnjeg Photodays natječaja u Multimedijalnom centru, izložba fotografa dobitnika nagrade za životno djelo u crkvi sv. Tome, zatim postava koja uključuje najbolje novinske fotografije iz prethodne godine. Sadržaji poput izložbi, raznih stručnih predavanja i panela, za zainteresirane posjetitelje su besplatni. Posjetitelji koji tijekom subote, 9. lipnja, budu prisustvovali nagradnoj foto-ruti, biti će nagrađeni vrijednim nagradama sponzora.

Organizatori: časopis Livingstone

Vrijeme održavanja: 09. i 10. lipanj

- **Salsa festival**

Tradicionalni event pokrenut 2005. godine odnosi se na višednevni zabavni program sa muzičkim izvedbama i plesnim nastupima salse, te plesnim radionicama koji se održavaju u smještajnim objektima Maistre i na gradskom trgu.

Organizator: Los Mamberos, Zagreb

Vrijeme realizacije: 21-26. lipanj

- **Rovinjski ljetni festival**

Koncerti ozbiljne glazbe pod nazivom Rovinjski ljetni festival 16.godinu za redom održati će se u crkvi sv. Franje i u crkvi sv. Eufemije (12 koncerata) pod vodstvom direktorice festivala mezosopranistice Katje Markotić.

Organizacija: Ljetni festival Rovinj d.o.o.

Vrijeme realizacije: od srpnja do rujna

- **BaRoMus - festival barokne glazbe**

Program se sastoji od tematskih ciklusa koncerata koji će se izvoditi u crkvi sv. Eufemije i crkvi sv. Franje. Raspored koncerata odabran je upravo radi doprinosa ove kulturne manifestacije produženju turističke sezone.

Organizator: Europski centar za kulturu –Domagoj Terzić

Vrijeme realizacije: lipanj-kolovoz

- **Ljetni kulturni program -POU**

U organizaciji Pučkog otvorenog učilišta pod nazivom Ljetni kulturni program, organiziraju se razna kulturno- umjetnička događanja, koncerti, muzičke priredbe. Sa POU će se sklopiti sporazum o sufinanciranju dijela programa.

Vrijeme realizacije: od lipnja do rujna

- **Festival 7 sunca 7 mjeseca (Sete Sois Sete Luas)**

Po principu kulturne i umjetničke razmjene ovaj se festival pod jedinstvenim nazivom tijekom godine po etapama odvija u zemljama Mediterana, a okuplja umjetnike izvođače tradicionalne glazbe iz Portugala, Andaluzije, Kanarskih otoke, Cape verde, Francuske, Toskane, Sicilije, Grčke, Izraela, Maroka. U Rovinju će se održati po četvrti put a u dvodnevnoj manifestaciji nastupiti će umjetnici triju mediteranskih zemalja. Program je sufinanciran iz sredstava Europske unije.

Organizator: TZ, Grad Rovinj, Županija Istarska

Vrijeme realizacije: 21-23. srpanj

- **Koncert na otoku Sv. Andrija (Ronald Braus)**

16. tradicionalni koncert baritona sa gostima uz izvođenje klasične i zabavne glazbe te dramskih točaka uz enogastronomsku ponudu.

Organizator : Međunarodni kulturni centar (Ronald Braus) ;

Vrijeme održavanja: 15. kolovoza

- **Mundial fotofestival « Rovinj 2011 Rovigno »**

Tradicionalna međunarodna izložba fotografije tradicionalno se održava u Centru vizualnih umjetnosti Batana.

Organizator: Centar vizualne umjetnosti Batana;

Vrijeme realizacije: kontinuirano

- **Festival argentinskog tanga**

Međunarodni plesni tjedan argentinskog tanga uz školu plesa i plesne nastupe uz angažman poznatih domaćih i internacionalnih plesnih studija iz Njemačke.

Organizacija: Maistra

Vrijeme realizacije: listopad

- **Obilježavanje božićnih i novogodišnjih praznika**

Manifestaciju u organizaciji Grada Rovinja redovno podržava TZ , a radi se o zabavnim i kulturnim događanjima na gradskom trgu (RMF- Rovinj music festival) , u kazalištu i crkvi Sv. Eufemije u periodu od 20.-31.12.

Sportsko – rekreacijske manifestacije

- **Projekt sporta**

Navedeni projekt podrazumijeva angažman TZ-a u promociji i komercijalizaciji sportskih sadržaja kojima raspolažu grad i turističke tvrtke u obliku privlačenja sportskih evenata, natjecanja, okupljanja rekreativaca, domaćih i međunarodnih rekreativnih i sportskih susreta. Projekt je u skladu sa postavkama novog master plana razvoja turizma destinacije kojim se sport definira jednim od glavnih turističkih proizvoda destinacije. Budući da je ove godine predviđeno gostovanje rovinjskih rekreativaca u lipnju na sportskoj manifestaciji „Europski festival sportske rekreacije“ koje se ove godine održava u Hamburgu, a čiji smo mi bili domaćini 2009. godine, TZ će sufinancirati troškove putovanja rekreativaca.

Vrijeme realizacije: kontinuirano

- **Tenis turnir «Istarska Riviera»**

Međunarodni turnir u Rovinju iz serije ITF „ Futures“ 39. po redu, jedan je od tri iz ciklusa turnira u kojem učestvuju mladi tenisači. Natjecanje će se odvijati na teniskim terenima Maistre.

Organizator: Top Spin –Zagreb, sufinanciranje TZ , Maistra, ostali sponzori

Vrijeme održavanja: travanj

- **Međunarodni judo kamp**

U 2011. godini održavati će se 4. međunarodni judo kamp u organizaciji judo kluba iz Rovinja sa 250 sudionika – polaznika kampa za uzrast od 9- 20 godina. Program

se sastoji od treninga po disciplinama sa 20-tak vrhunskih trenera judo-a. Za učesnike i pratnju biti će organizirani obilasci destinacije i prigodni zabavni programi.

Organizacija: judo klub Rovinj; *Vrijeme održavanja: travanj*

- Memorijalni nogometni turnir «Filippo Cafolla»

Vrijeme održavanja: travanj

- **Popolana - sportsko zabavna manifestacija „Sportom s ulica i trgova do prirode i turizma“**

Trodnevna manifestacija koja se sastoji od sportskog dijela, zabavnog programa i ponude kulinarskih specijaliteta sve više njeguje i humanitarni karakter. Na manifestaciji se prikupljaju sredstva prodajom majica ili cvijeća, a novac se donira Udrugama za osobe sa posebnim potrebama. Uz pješaćenje penzionerki i djece sa posebnim potrebama na dionici Rovinjsko Selo – Rovinj, organizirati će se sportska natjecanja za djecu vrtića i škola i rekreativce –građane i turiste u disciplinama: sportsko penjanje na umjetnoj stijeni, na veslačkim simulatorima, šahovski turnir, aerobik, košarka, električni pikado, nordic walking parade, biciklijada «Popolana 2011.», rovinjski polumaraton (22km) , rekreativno trčanje na 5 km, sportski i podvodni ribolov. Održati će se i izložba old timera, a sa ulovljenom ribom iz natjecateljskog dijela pripremiti će se gastronomske delicije za sudionike „Popolane“. Na natjecanju se očekuje 1.500 sudionika, a cilj manifestacije je organizacija sportsko- rekreativno-zabavnih sadržaja koji bi privukli goste i sudionike u predsezonskom razdoblju povodom prvomajskih praznika.

Organizatori i sponzori: TZ , Grad Rovinj, Maistra

Vrijeme realizacije: 29. travnja do 01.svibnja

- Regata Chiogga-Rovinj-Chiogga

tradicionalna regata na kojoj sudjeluje 30 brodova sa 200 jedriličara , u organizaciji jedriličarskog kluba «Maestral».

Vrijeme održavanja: krajem travnja

- 27. Regata krstaša i optimista Pesaro – Rovinj - Pesaro međunarodna navigaciona jedriličarska regata tradicionalna regata na kojoj sudjeluje 80 brodova sa posadama iz Hrvatske, Italije, Slovenije, Austrije i Njemačke.

Vrijeme održavanja: krajem travnja/početak svibnja

- **Splash line (Spring break Europe)**

Na međunarodnom susretu mladih Europe u Rovinju okupiti će se oko 2.000 studenata koji će biti smješteni u objektima Maistre i za koje će biti pripremljen poseban muzički i sportski program.

Vrijeme realizacije: 2.-6. lipanj

- **Regata brodica sa latinskim jedrom**

Tradicionalna Regata povijesnih plovila po uzoru na «Regatu storicu» u Veneciji održava se u rovinjskom akvatoriju sa učešćem cca 20 barki iz Venecije i Hrvatske u kategoriji batane-pasare, barke venecijanskog tipa , velike barke.

Vrijeme održavanja:12. lipanj

- **Turnir beach volley, biciklijade**

Podrazumijeva održavanje međunarodnog turnira u odbojci sa 150 učesnika iz Austrije, Italije i Hrvatske, te održavanje manjih turnira nacionalnog nivoa. U ovoj stavci predviđeni su i troškovi održavanja tradicionalnih biciklijada u organizaciji TZ-a.

Vrijeme održavanja : svibanj/lipanj /rujan

- **Rovinj Eurotreff**

- nova manifestacija koja je ušla u redovni kalendar EFCG-a (Europske federacije rekreativaca). U suradnji sa Hrvatskim savezom sportske rekreacije (HSSR) u Rovinju će se organizirati europski susreti rekreativaca u tenisu, stolnom tenisu i beach volleyu, a očekuje se odaziv 1.000 sudionika.

Vrijeme održavanja: rujan

- **Veslačka regata «LIM 2011.»**, Regata Ronhill Cup, Regata Cup Rovinj

Vrijeme održavanja: ožujak, kolovoz, rujan

Manifestacije i događaji koji promoviraju izvorne vrijednosti

Očuvanje i promicanje tradicije, kulturne baštine i prirodnih ljepota destinacije Rovinj i njihovo predstavljanje gostima jedan je od značajnijih zadataka TZ-a. U suradnji sa udrugama i institucijama koje njeguju tradiciju, kulturno i prirodno nasljeđe, organizirati će se manifestacije, događanja, prezentacije koje će predstaviti Rovinj i njegov mediteranski i romantični duh. Takva događanja trebala bi predstavljati komparativnu prednost u odnosu na ostale turističke destinacije.

Večeri ribarske tradicije

U cilju vrednovanja i promocije tradicijskih vrijednosti i običaja destinacije, tradicionalno će se realizirati «Večeri ribarske tradicije» kojima se predstavlja život rovinjskih ribara i njihovih običaja i vještina, bitinade- rovinjske pjesme i vrši demonstracija gradnje batane – rovinjske brodice na otvorenom.

Manifestacija je uz obilježavanje početka gradnje i porinuća batane , 2007. godine proglašena najatraktivnijim turističkim proizvodom na Jadranu u okviru nacionalnog natječaja «Plavi cvijet», a dio projekta pod nazivom Povorka batana sa večerima u Spaciu, donijela je iste godine TZ- u Rovinj priznanje Zlatna koza- Capra d'oro. Manifestacija koja je popraćena i bogatim zabavnim programom i gastro ponudom će se *održati dva puta tijekom sezone* kad će se obilježiti početak gradnje batane i njeno porinuće.

Organizacija: TZ, Grad , Udruga Kuća o batani

Vrijeme realizacije: 08.srpanj. , 26.kolovoza

- **Projekt kuće o batani /Izrada batane sa latinskim jedrom**

Podrazumijeva podršku novim projektima Eko muzeja «Kuća o batani» uz već postojeći projekt gradnje batane tijekom sezone na gradskom velikom molu u cilju promoviranja batane kao jedinstvenog simbola grada Rovinja, a čini dio manifestacije «Večeri ribarske tradicije».

Vrijeme realizacije: srpanj- rujan

- **Pomoć u organizaciji «Jakovljeve» , «Antonje» , „Seljanske maškare“**

Radi se o tradicionalnim manifestacijama koje se organiziraju u okolnim mjestima Rovinja (Rovinjsko selo, Kanfanar), a sufinanciraju od strane TZ Rovinj

- **Noć Sv. Lovre**

Kroz Noć Sv. Lovre naglašen je romantični duh Rovinja, čime je gašenjem gradske rasvjete od MMC-a do crkve Sv. Eufemije i paljenjem baklji, uz ugostiteljske objekte koji posebnu atmosferu romantike naglašavaju upaljenim svijećama, muzičke izvođače i plesače koji izvode romantične melodije, arije i plesne korake na više pozornica rovinjske rive, Rovinj dobio manifestaciju koja ga diferencira od ostalih destinacija i koja mu s obzirom na njegov romantični duh i najbolje pristaje. Program koji će se održati već petu godinu, uz nezaobilazno promatranje svemira na brdu Monte sa popratnim predavanjima gosp. Korlevića iz Zvezdarnice Višnjan, biti će obogaćen izvedbama predstava na ulicama staroga grada, te muzičkim programima i svjetlosnim efektima na trgovima.

Organizacija: TZ Rovinj

Vrijeme održavanja: 12. kolovoza

- **Grisia i izložbe u postavi Zavičajnog muzeja**

Odnosi se na sufinanciranje tradicionalne kulturne manifestacije- likovne galerije na otvorenom u ulici Grisia i dijela izložbi u postavi Zavičajnog muzeja.

Vrijeme realizacije: Grisia - kolovoz, ostalo kontinuirano

- **Rovinjska noć**

Dugogodišnja tradicionalna proslava - fešta turizma koja se održava krajem sezone kao centralni događaj u cilju promocije turizma i turističkih vrijednosti naše destinacije. Osim zabavno- muzičkog karaktera manifestacije, proslava će biti obogaćena kulturno –umjetničkim programima na više lokacija u gradu uz održavanje «najljepšeg vatrometa na Jadranu».

Organizacija: TZ Rovinj;

Vrijeme događanja: 27. kolovoza

- **Proslava dana Grada Sv. Eufemija**

Program proslava Dana grada sadržava brojne izložbe, koncerte ozbiljne glazbe, susrete pjevačkih zborova, folklorne nastupe, plesne predstave, sportske susrete, smotre istarskih vina Rovino, večernji zabavni program.

Organizator : Grad Rovinj

Vrijeme realizacije: 13. – 16. rujna

- Ostale manifestacije i muzički programi

Pod ostale manifestacije i programe podrazumijeva se sufinanciranje manifestacija u organizaciji drugih subjekata u manjim iznosima poput:

Spring jazz festival

Etnofilm

Artexchange

Basket tour 2010

Zlatni ribon

i druge manje manifestacije i događaji

- **Rovinj- kulturna destinacija**

Novi projekt koji će se implementirati tijekom 2011. godine pod nazivom Rovinj- kulturna destinacija „Rovinjsko kulturno ljeto“, sadrži novine u promicanju kulturnog

aspekta grada, a sastoji se od gostovanja svjetski poznatih umjetnika glazbenika, književnika, filmskih znalaca i sl. Logističku, organizacijsku i financijsku podršku projektu pružiti će institucije grada, TZ i Maistra.

Vrijeme realizacije: kontinuirano

ZAKLJUČNA RAZMATRANJA

Za gore napisanu „Informaciju o planiranim aktivnostima i mjerama za pripremu turističke sezone 2011. godine“, odsjek za gospodarstvo i europske fondove dobio je informacije od Turističke zajednice grada Rovinja, Ministarstva turizma, Maistre, Valalte, Komunalnog servisa grada Rovinja, te Upravnog odjela za komunalne djelatnosti i opće poslove Grada Rovinja-Rovigno.

Činjenica je da gospodarska kriza i sve veća nezaposlenost u emitivnim zemljama, ne uljevaju veliki optimizam kako u svjetski, tako ni u hrvatski turizam.

Pred nama je godina u kojoj nam ne preostaje drugo, nego da se svim svojim snagama izborimo za svakoga gosta, te da u ovoj godini pokušamo ostvariti postavljene ciljeve pozicioniranja Hrvatske kao jedne od vodećih turističkih zemalja na Sredozemlju.

Osim prirodnih ljepota koje Hrvatska posjeduje, a Rovinj je nadaleko poznat kao „biser hrvatskog Jadrana“, u moru današnjih (jeftinih) turističkih destinacija i agresivnih promocija, moramo postići da nam se gost vraća iz godine u godinu, a za to nije dovoljna samo prirodna blagodan, već zajedničkim snagama moramo kreirati zanimljive i privlačne sadržaje koje će vrijeme boravka sve zahtjevnijem gostu učiniti što atraktivnijim.

Turizam, na naš grad ima jedan od najjačih gospodarskih efekata, direktnih a isto tako i vrlo jakih indirektnih, stoga je njegov održivi razvoj od presudnog značaja za naš grad danas, a i za godine koje dolaze.

Na razvoj i strukturu gospodarstva utječe niz faktora a u prvom redu zakon tržišta, odnosno ponuda i potražnja, no jedan od tih faktora je svakako i politika i to kako ona na državnom tako i ona na lokalnom nivou. U Hrvatskoj se formiraju nove razvojne vizije turizma, one idu uglavnom u pravcu povećanja kvalitete. U našem je gradu takav stav već duboko usađen u sve strateške dokumente i usuglašen sa turističkim gospodarstvom.

PPUG, GUP, DPU turističkih zona, Master plan turizma, svi ti dokumenti predviđaju repozicioniranje postojećih turističkih kapaciteta na nivo 4* i 5* zvjezdica.

Cilj je da se u Rovinju turističkim kapacitetima ne zaposjedaju novi hektari zemljišta, da se prirodne i kulturne vrijednosti bolje valoriziraju, da se smanji ovisnost o vrlo osjetljivom turističkom gospodarstvu, da se formiraju gospodarske zone za razvoj drugih djelatnosti radi povećanja heterogenosti gospodarstva i osiguranja kvalitetnijih radnih mjesta. Takva politika ničim ne umanjuje značaj turizma koji ostaje djelatnost od najvećeg značaja za grad, ona služi samo kao korektivni faktor, radi pravilnijeg usmjerenja gospodarskog razvoja.