



GRAD ROVINJ - ROVIGNO CITTÀ DI ROVINJ - ROVIGNO
UPRAVNI ODJEL ZA FINACIJE, RAZVOJ I GOSPODARSTVO
SETTORE AMMINISTRATIVO PER FINANZE, LO SVILUPPO E L'ECONOMIA
ODSJEK ZA RAZVOJ I GOSPODARSTVO
SEZIONE PER LO SVILUPPO E L'ECONOMIA

www.rovinj.hr

**INFORMACIJA O PLANIRANIM AKTIVNOSTIMA I MJERAMA ZA PRIPREMU
TURISTIČKE SEZONE 2010. GODINE**

Rovinj, travanj 2010.



SADRŽAJ :

	Str.
UVOD	3
1. HRVATSKI TURIZAM U 2010. GODINI	4
1.1. <i>Promidžbene aktivnosti udruženog javnog i privatnog sektora u 2010. godini</i>	6
1.2. <i>Potpore glavnog ureda Hrvatske turističke zajednice u 2010. godini</i>	6
2. TURIZAM U ISTARSKOJ ŽUPANIJI	7
2.1. <i>Mjere i aktivnosti na razini županija, lokalne smouprave i turističkih zajednica</i>	7
3. ULAGANJA U OBJEKTE NA PODRUČJU GRADA ROVINJA, TE OSTALE AKTIVNOSTI ZA PRIPREMU TURISTIČKE SEZONE 2010.	10
3.1. <i>Izrada master plana razvoja turizma grada Rovinja</i>	11
3.2. <i>Godišnji plan investicija: Maistra d.d.</i>	11
3.3. <i>Godišnji plan investicija: Valalta d.o.o.</i>	12
3.4. <i>Gradske investicije za razvoj i podršku turizmu</i>	12
3.5. <i>Projekti "TURISTIČKI CVIJET 2010. GODINE", VOLIM HRVATSKU, "NEKA MOJA ISTRABLISTA" te uređenje i opremanje biciklističkih staza, pješačkih zona i fasada.</i>	12
3.6. <i>Kulturno zabavni programi u gradu</i>	13
3.7. <i>Sportsko – rekreacijske manifestacije</i>	14
3.8. <i>Mjere sigurnosti</i>	15
ZAKLJUČNA RAZMATRANJA	16

Izvešće pripremio: **Robert Lešić**



Svjetska turistička organizacija (WTO) izašla je sa prvim procjenama za 2010. godinu, koje za sada prilično konzervativno špekuliraju s pretpostavkom blagog gospodarskog rasta te sukladno tome i određenim oporavkom turističkog sektora. Treba napomenuti da iako prognoze gospodarskih kretanja govore o laganom izlasku iz krize, valja ponoviti kako još uvijek nema govora o povratku na pred-recesijsku razinu gospodarske aktivnosti, kao niti o značajnijem smanjenju stopa nezaposlenosti. Problem leži i u činjenici da nije izgledan niti značajniji rast standarda građana, a samim tim niti rast turističke potrošnje. Globalno, u 2010. godini WTO predviđa blagi oporavak turističkog sektora, uz rast od 1% do 3%.

Grčka, sprema masovno sniženje turističkih aranžmana, te najavljuje kako će davati popuste i do 50 posto. Smanjivanje cijena prema prognozama očekuje se u većini europskih zemalja, od Španjolske do Turske, no za sada je u spuštanju cijena najkonkretnija bila Crna Gora. Pojeftinjenje u Grčkoj i Španjolskoj, moglo bi imati velik utjecaj na hrvatske planove, jer su te dvije zemlje u percepciji nekog prosječnog turista pozicionirane otprilike na našem nivou.

Iz **Udruge hotelijera i restoratera** svjesni su da će većina europskih, pa i domaćih kompanija rušiti svoje cijene. Ta ista udruga ne preporučuje snižavanje cijena, no svjesni su da će do toga doći kod nekih hotela, zbog financijske krize, ali i psihološkog efekta krize

Udruga hrvatskih putničkih agencija (UHPA) ne očekuje da će 2010. biti poslovno mnogo lakša od 2009. godine, ali za nju se spremaju ipak s većim optimizmom, kako zbog relativno dobrih ovogodišnjih rezultata, tako i zbog poticajnih mjera Ministarstva turizma te nešto boljih najava partnera sa stranih tržišta. Iz UHPA-e se nadaju kako će agencije u 2010. godini poslovati nešto bolje nego 2009. godine, unatoč tome što se cijene ne bi trebale znatnije povećavati, osim tamo gdje se povećava kvaliteta usluge i proizvoda.

Udio Hrvatske u međunarodnim dolascima na nivou Europe porastao je od 1,91% (2007.), preko 1,92% (2008.) do 2,07% posto 2009. godine. U 2010. godini nastavit će se sa udruženje tržišne aktivnosti javnog i privatnog sektora kroz različite programe Ministarstva turizma i HTZ-a, čime će se nastojati još više konkurirati na europskom tržištu.



1. HRVATSKI TURIZAM U 2010. GODINI

Pripreme za 2010. godinu krenule su još u 2009. godini, a mjere su definirane kroz suradnju Svjetske turističke organizacije (UNWTO) i Ministarstva turizma. Predložene mjere su potom usuglašene s domaćim stručnjacima, koji su svoj doprinos dali i pri definiranju Akcijskog plana za turizam, i nakon toga se pristupilo daljnjem dogovoru s privatnim sektorom.

Glavna dva cilja hrvatskog turizma za 2010. godinu su zadržati postignuti povećani udio na međunarodnom tržištu u Europi, koji je premašio 2 posto i povećati ukupni udio domaćih gostiju posebnim promocijskim aktivnostima.

Na sjednici Turističkog vijeća, a poslije i Sabora HTZ-a u prosincu 2009. godine, usvojen je program rada Hrvatske turističke zajednice za 2010. godinu u kojemu su naznačeni glavni ciljevi i njihova operacionalizacija s očekivanjem ponavljanja dobrih rezultata iz protekle turističke godine.

Program rada HTZ-a za 2010. godinu, uz ostalo, temelji se na postavkama Strateškog marketinškog plana hrvatskog turizma 2010.-2014. godine, čime se Hrvatska počinje znatnije marketinški pozicionirati kao zemlja visoko vrijednog stila življenja s naglaskom na održivi razvoj i različitosti koje ima u odnosu na druge konkurentne zemlje. Za ostvarenje Programa rada za 2010. godinu, prema financijskom planu, potrebno je 278,5 milijuna kuna, što je 1% više od 2009. godine. Najveći dio sredstava od 112 milijuna kuna dolazi iz proračuna, od Ministarstva turizma, što je 6% više u odnosu na 2009. godinu, dok se 81 milijun kuna ili 7% više u odnosu na 2009. godinu očekuje od dijela prihoda boravišne pristojbe.

U 2010. godinu Hrvatska je ušla s očekivanjem nastavka kvalitetnog partnerstva javnog i privatnog sektora, te je već potkraj prošle godine objavljen natječaj za ukupno devet modela udruženih tržišnih aktivnosti. Temeljem udruženih tržišnih aktivnosti, koje se sastoje od udruženog oglašavanja i udruženih poticaja, potpisuju se ugovori sa sustavom turističkih zajednica, gospodarskim subjektima u Hrvatskoj i inozemnim turoperatorima u cilju poticanja organiziranih turističkih dolazaka u Hrvatsku i zajedničke promocije Hrvatske kao turističke destinacije. Ovim putem se inozemnim partnerima pruža neposredna prilika da ulažu u hrvatski turizam. Inicijativa Ministarstva turizma i Hrvatske turističke zajednice glede povećanja financijskih sredstava za čak 23% i uvođenja novih modela udruženih poticaja odlično je prihvaćena od strane inozemnih i domaćih partnera. Time se ujedno i slijedi najvažniji savjet Svjetske turističke organizacije, a to jest ostvarivanje što boljeg povezivanja s turoperatorima u vremenima ekonomske krize. Interes privatnog sektora nadmašio je očekivanja, a ispravnost ovakvog pristupa potvrđuju i ostvareni rezultati u protekloj godini.

Glavni ciljevi i ovogodišnje udružene promidžbe jesu zadržati strane turooperatore na hrvatskom tržištu, potaknuti ih da Hrvatsku i dalje promoviraju putem svojih kataloga i općenito poticati pojačanu promidžbu hrvatskih destinacija u svijetu.



Među brojnim stranim velikim turoperatorima koji će sudjelovati ove godine u ujedinjenoj promidžbi su: Thomson, Gruber Reisen, ID Riva Tours, Kompas Italija, Vitkovice Tours i drugi. Ove godine po prvi put sudjeluju tvrtke iz Bugarske, Srbije, Irske, Makedonije, Norveške i Ukrajine. Tržišta s najvećim udjelom u ukupnom iznosu zahtjeva u 2010. godini su Velika Britanija, Njemačka, Hrvatska, Austrija, Slovenija itd.

Mjere udružene promidžbe nisu jedine mjere za pripremu turističke 2010. godine, ali s njima Ministarstvo turizma izlazi u trenutku kada se sklapaju poslovi. Riječ je o usuglašenim mjerama javnog i privatnog sektora, što znači nastavak kvalitetne suradnje, pravovremenost i ciljanu provedbu dogovorenih mjera.

Navedene mjere udružene promidžbe čine dio tzv. ukupne promidžbe za 2010. godinu, za koju će se u cijelosti izdvojiti 30 milijuna eura, a to uključuje pored ostalog:

- Internetsku promidžbu s dvostruko većim iznosom u odnosu na 2009. godinu – za što će se izdvojiti 15,5 milijuna kuna u 2010. godini, a planira se povećanje Internetskog prometa na www.croatia.hr, bolji rang na Google-u, pojačana aktivnost na društvenim medijima (Facebook, Youtube, Twitter...) i intenzivno Internetsko oglašavanje po tržištima (Njemačka, Italija, Skandinavija...),
- kampanja za ciljana inozemna tržišta, kako tradicionalna (Njemačka, Italija, Austrija, Češka, Francuska, Nizozemska...) tako i tržišta iz našeg okruženja (Ukrajina, Makedonija, Bugarska, Rumunjska, Srbija, BiH), tj. ukupno 25 zemalja,
- globalnog TV oglašavanje i tv oglašavanja na primarnim i sekundarnim tržištima (Njemačka, Italija, Skandinavija, Austrija, Češka, Nizozemska, Poljska, Slovenija, Mađarska, Slovačka, Španjolska, Rusija, Belgija i Hrvatska), a globalno oglašavanje uključuje TV kanale CNN, BBC World, Eurosport i Euronews,
- kampanje za domaće tržište, koja je i 2009. godine pokazala dobre rezultate u povećanju broja domaćih gostiju,
- pojačane aktivnosti na afirmaciji proizvoda vina i gastronomije te kulture i touringa na području Hrvatske,
- stavljanja dodatnog naglaska na specijaliziranim sajmovima i aktivnostima sustava i gospodarstva u području sajamskih nastupa,
- mjera privremenog ukidanja viza, koja će pored Rusije i Ukrajine, ove godine vjerojatno obuhvatiti Kinu, Indiju

Trenutno, u udruženim tržišnim aktivnostima, su potpisani ugovori vrijedni 17 milijuna eura, zahvaljujući kojima se ove godine u našu zemlju planira dovesti oko 2,25 milijuna turista.



1.1. Promidžbene aktivnosti udruženog javnog i privatnog sektora u 2010. godini

Kao i prethodnih godina i u 2010. godini izdvojena su sredstva za promidžbene aktivnosti udruženog oglašavanja Hrvatske turističke zajednice sa predstavnicima javnog i privatnog sektora. Ukupna planirana sredstva u iznosu od 49,4 milijuna kuna utrošit će se na udruženo oglašavanje HTZ-a sa sustavom turističkih zajednica i gospodarskim subjektima, sa strukovnim udrugama, s organizatorima putovanja, sa gospodarskim subjektima za promidžbu regionalnih avio programa i turističke dolaske u javnom prijevozu, sa organizatorima dolazaka u autobusnom i željezničkom prijevozu, za turističke dolaske djece u pred i posezoni.

U ovoj godini počinje izrada strateškog dokumenta - Strategije i glavnog plana razvitka primorskog i kontinentalnog turizma, a planira se i dovršetak izrade Dubinske analize hrvatskog turizma. Što se zakonodavnih aktivnosti tiče donijet će se podzakonski akti za provedbu Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, Zakona o boravišnoj pristojbi te Zakona o članarinama u turističkim zajednicama, a utvrdit će se i dinamika, odnosno potreba donošenja posebnih propisa kojima bi se uredilo pružanje usluga i drugim posebnim oblicima turističke ponude (ronilački, kongresni, wellness, pustolovni i drugi).

U turističkoj 2010. godini, Ministarstvo turizma pomno će pratiti stanje globalnog turizma, ali i stanja na svim bitnim emitivnim tržištima za hrvatski turizam, dobivati informacije od svih najvažnijih organizacija (UNWTO, EU, WTTC...), diplomatskih predstavništava RH i predstavništava HTZ-a u svijetu, te poduzeti sve pripreme za adekvatan odgovor na eventualne izazove za hrvatski turizam. Osnovni je cilj očuvati odnosno povećati osvojene pozicije na međunarodnom tržištu i ostvariti turistički promet minimalno na razini 2009. godine.

1.2. Potpore glavnog ureda Hrvatske turističke zajednice u 2010. godini

- **POTPORE ZA POTICANJE RAZVOJA KULTURNO-TURISTIČKIH INICIJATIVA (projekti, proizvodi, događanja, manifestacije)**

Hrvatska turistička zajednica će i u 2010. 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 značaja za ukupni hrvatski turizam i njegovu promociju.

- **POTPORE PROJEKTIMA I MANIFESTACIJAMA**

Hrvatska turistička zajednica će u 2010. godini financijski podržati određeni broj različitih turističkih, zabavnih, športskih te manifestacija i projekata kojima se evocira povijest i tradicija, a koji doprinose obogaćivanju turističke ponude Hrvatske, odnosno koji su od značaja za ukupni hrvatski turizam i njegovu promociju.



▪ SUFINANCIRANJE TURISTIČKE SIGNALIZACIJE

Hrvatska turistička zajednica, sukladno Programu rada, u 2010. godini će sufinancirati pripremu, izradu i postavljanje turističke i ostale signalizacije na cestama te interpretacijskih ploča povijesno-kulturnih znamenitosti. Sufinanciranje navedenih projekata odvijat će se po modelu:

- 50% od ukupne vrijednosti projekta za turističke zajednice kontinentalne Hrvatske i kontinentalnog dijela primorske Hrvatske,
- 25% od ukupne vrijednosti projekta za turističke zajednice obalnog dijela primorske Hrvatske i turističku zajednicu grada Zagreba

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 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.

2.1. *Mjere i aktivnosti na razini županija, lokalne samouprave i turističkih zajednica*

U odnosu na 2009. godinu, još uvijek su na snazi zajedničke aktivnosti na razini županija, jedinica lokalne samouprave i TZ-a. Od aktivnosti nabrajamo:

- jačanje suradnje između javnog i privatnog, javnog i javnog te privatnog i privatnog sektora radi stvaranja preduvjeta za kvalitetno upravljanje destinacijom,
- definiranje/profiliranje turističke ponude pojedinih destinacija
- donošenje prostornih planova kojima će se utvrditi turističke zone kako bi se osigurao dugoročno održivi razvoj, smanjila neplanska izgradnja te smanjio sukob interesa domaćeg stanovništva i turističkog razvoja,
- poboljšati lokalnu i komunalnu infrastrukturu
- poboljšati lokalni javni prijevoz,
- osigurati komunikaciju i koordinaciju županijskih uprava za ceste kod poteškoća u odvijanju prometa,
- pojačati ulogu autoklubova na županijskoj i lokalnoj razini u procesu informiranja i prihvata motoriziranih turista



- uskladiti dinamiku izvođenja građevinskih i komunalnih radova u turističkim mjestima vodeći računa o potrebama gostiju na način da svi radovi završe najkasnije do 01. lipnja
- uskladiti radno vrijeme i osigurati kontinuirano funkcioniranje različitih uslužnih i dr. djelatnosti s potrebama gostiju, posebice u vrijeme praznika, te trajanja turističke sezone,
- poboljšati preventivnu i protupožarnu zaštitu,
- intenzivnije uključiti komunalne redare u osiguranju komunalnog reda i mira,
- poduzeti mjere i aktivnosti u sprječavanju stvaranja buke u turističkim odredištima, poštivanjem odluka lokalne uprave,
- poduzeti mjere pripreme i poboljšati kvalitetu i sigurnost turističke ponude na prostorima izvan naselja i javnih prometnica na kojima se odvijaju pustolovni i drugi turistički sadržaji,
- urediti turistička mjesta, javne sadržaje i osigurati javne usluge namijenjene turistima,
- poticati razvoj i unapređenje dodatne ponude i sadržaja namijenjenih turistima kroz sustav turističkih zajednica kao aktivnih nositelja upravljanja destinacijom,
- na lokalnoj razini formirati Povjerenstva za koordinaciju aktivnosti i praćenje pripreme turističke godine,
- dodjelom koncesija i povoljnijih uvjeta poticati razvoj obrta i malog poduzetništva, posebice onih koji se bave proizvodnjom autohtonih i tradicijskih proizvoda,
- utvrđivanje naknada i doprinosa iz nadležnosti lokalne samouprave u skladu s realnim mogućnostima gospodarstva,
- utvrditi program otvaranja turističkih ambulanti i dodatnih timova hitne medicinske pomoći, u skladu s turističkim kapacitetima i očekivanim turističkim prometom,
- dodjelu koncesija za plaže uvjetovati standardima za «plavu zastavu» i dr.,
- pojačati suradnju s inspekcijskim službama na suzbijanju sive ekonomije i rada na crno,
- uvođenje i stavljanje u funkciju neiskorištenih smještajnih kapaciteta,
- prilagoditi dio plaža i ostalih javnih sadržaja potrebama invalidnih osoba,
- osigurati službu spašavanja na plažama

Marketinški plan Istre za 2010. godinu nastavlja s implementacijom postavki koje svoje uporište imaju u Master planu razvoja istarskog turizma i koje se kontinuirano provode od 2005. godine kao smjernice ukupnog razvoja istarske turističke ponude kojima se sustavno integrira cijeli niz aktivnosti neophodnih kako bi se odgovorilo trenutnim tržišnim potrebama.

Smjernice Marketinškog plana Istre rezultat su kontinuiranog koordiniranja privatnog i javnog sektora, odnosno sustava turističkih zajednica, od nacionalne do lokalnih, te vodećih turističkih subjekata u Istri.

Strateški marketinški plan hrvatskog turizma odredio je Istru kao model sustavnog i planskog razvoja turističke privrede te je eksplicitno navedeno da se Istra može promovirati kao samostalan brand u okviru hrvatskog branda. Kao glavne ciljeve u budućem razdoblju naznačio je povećanje broja dolazaka i noćenja u pred i posezoni, daljnji razvoj elektroničkog marketinga, potvrđivanje istarskog branda.



Glavna vizija marketinškog plana je pozicionirati Istru u krug poznatih europskih turističkih destinacija čija se ponuda temelji na doživljaju poput primjerice Provanse, Toskane ili Tirola.

CILJEVI:

- konsolidiranje tržišne pozicije - Istra kao fokus, destinacije/klasteri kao diferencirana iskustva,
- jačanje tržišne pozicije u pred i posezoni s tendencijom stvaranja uvjeta za cjelogodišnje poslovanje,
- odmak od imidža destinacije namijenjene nižem sloju potrošača i orijentacija ka višem srednjem sloju,
- zadržavanje fizičkog obujma prometa na razini 2009. godine,
- marketinškom komunikacijom nastaviti afirmaciju marke turističke destinacije Istra s naglaskom na glavne prodajne prednosti,
- unaprjeđenje aktivnosti e-marketinga,
- stabilizacija kamping segmenta,
- nastavak sustavnog organiziranja privatnog smještaja,
- unaprjeđenje proizvoda s kreiranjem uvjeta za komercijalizaciju projekata

Na osnovi kontinuiteta odrađenih aktivnosti tijekom posljednjih nekoliko godina, a vodeći računa o financijskoj ovisnosti o ključnim partnerima sudionicima Marketinškog plana moguće je pretpostaviti da će obujam i tehnologija izvođenja dijela programa udruženog oglašavanja biti vrlo slična aktivnostima iz prethodnih godina. To znači da se može računati na približnu participaciju Hrvatske turističke zajednice od oko 7 milijuna kuna što bi u konačnici dovelo do ukupno **19,2 milijuna kuna** raspoloživih sustavu turističkih zajednica i hotelskim kompanijama u Istri.

Gore navedeni iznos rasporedio bi se na sljedeći način:

- Marketinška potpora aviokompanijama 2.790.540
- Imidž kampanja destinacije Istra 8.147.694
 - Online imidž kampanja Istre (40%) 3.259.078
 - Offline imidž kampanja Istre (60%) 4.888.616
- Kampanje hotelskih kompanija 8.257.901

Kako bi se spriječilo daljnje smanjenje prometa ruskih gostiju, u 2010. godini planirane su dodatne aktivnosti na tom tržištu među kojima i sudjelovanje u dvije serije poslovnih radionica u organizaciji predstavništva HTZ-a u Moskvi. Na radionicama poseban će se naglasak dati prezentaciji Istre.

Turistička zajednica Istarske županije će u dogovoru s hotelskim kompanijama, sudionicama Marketing plana odrediti turooperatore s kojima će se organizirati roadshow prezentacije, studijska putovanja agenata i nastupi na sajmovima u Beču, Ljubljani i Berlinu kao najvažnija turistička tržišta ali i na ostalim ne manje važnim sajmovima. Na njemačkom, za Istru najvažnijem tržištu organizirat



će se roadshow prezentacija u svibnju 2010. godine, kao i studijsko putovanje agenata (prodavača) koji će posjetiti Istru.

U Info punktu u Zagrebu održat će se tradicionalna prezentacija za predstavnike medijima "Proljeće u Istri".

Od ostalih aktivnosti važno je napomenuti kako će TZ Istre u suradnji s Upravnim odjelom za turizam Istarske županije i u 2010. godini nastaviti sustavni razvoj aktivnosti kao što su:

- Bike turizam - *razvoj bike turizma kao selektivnog oblika turističke ponude Istre,*
- Istra Gourmet - *aktivnosti vezane uz istarsku gastronomiju, enologiju i maslinarstvo,*
- Istra Diving - Adventure in Blue Istria - *ronilačke ponude,*
- Kulturni turizam,
- Istra Countryside - *turizam u zelenoj Istri,*
- Domus bonus - *program kojim se kreirao novi brand kvalitetnog privatnog smještaja u Istri,*
- Izdavanje brošura poput: *Enjoy Istra, Vacation planner, Time out Istra*

3. ULAGANJA U OBJEKTE NA PODRUČJU GRADA ROVINJA, TE OSTALE AKTIVNOSTI ZA PRIPREMU TURISTIČKE SEZONE 2010.

Politika Grada Rovinja je razvoj održivog turizma, te će sve poduzete aktivnosti biti u skladu sa time. Naglasak našeg turističkog razvoja je u kvaliteti, a nikako u kvantiteti, pa se stoga ne namjerava povećavati broj kreveta, već se događaju velike promjene u repozicioniranju postojećih objekata, tj. podizanju kategorizacije, a samim time mijenja se i ciljana skupina gostiju koja se želi privući u naš grad. Tendencija našeg Grada je unaprijediti turističku ponudu Rovinja čime bi se omogućilo produljenje turističke sezone.

Kako bi ispunili ove ciljeve kao jedna od glavnih aktivnosti treba napomenuti početak izrade Master plana turizma u Rovinju koji će bolje definirati aktivnosti kako bi Rovinj postao što bolja turistička destinacija.

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. Predstoji veliki marketinški posao repozicioniranja Rovinja kao turističke destinacije na turističkom tržištu.



3.1. Izrada master plana razvoja turizma grada Rovinja

Početak ove godine započela je izrada novog master plana razvoja turizma Rovinja koji se nastavlja na postojeći master plan razvoja turizma Istre, a uklopit će se i u budući master plan Istre, čiji se početak izrade očekuje sredinom godine. Putem master plana Rovinj će ostati destinacija koja spaja turizam s tradicijom.

Tako koncipiran plan sadržat će razvoj Rovinja u idućih pet godina, s definiranim proizvodima i atrakcijama. Novi master plan dat će odgovor na mogućnosti produženja turističke sezone. U plan će ući i glavni investicijski projekti s modelima financiranja. Izračunat će se gospodarski učinak turizma na Grad, od otvaranja novih radnih mjesta do novih prihoda za gradski proračun i turističku zajednicu. Izradit će se modeli privlačenja investitora te definirati marketing i komunikacijske strategije, posebno za brendiranje grada.

I dalje će se odgovorno gospodariti prostorom i poštovati izazovni scenarij jedinstvene turističke destinacije u koju se uklapaju povijesna jezgra, Park šuma Punta Corrente - Zlatni rt i otoci. Glavni cilj ovog projekta je zadržavanje sadašnjih gostiju i ciljano privući one s boljom platežnom moći. Uz to namjera je Grada uključivanje poljoprivrednika i njihovih autohtonih proizvoda u turističku ponudu.

Za izradu master plana izabrana je tvrtka Roland Berger Strategy Consultants iz Zagreba. U izradu su uključeni i predstavnici javnog i privatnog turističkog sektora te gradski vijećnici.

Očekuje se da će dokument biti dovršen sredinom travnja. Master plan je strukturiran u nekoliko dijelova pa će se, uz analizu usporedivih grupa turističkih gradova, izraditi i razvoj koncepta za konkurentnost Rovinja kao mediteranske turističke destinacije.

Uz procjenu okruženja, faktora koji utječu na turizam, sličnih europskih destinacija i daljnje konkurentnosti, utvrdit će se i ciljevi za strateško pozicioniranje Rovinja na međunarodnoj turističkoj sceni.

3.2. Godišnji plan investicija: Maistra d.d.

Plan investicija za 2010. godinu obuhvaća:

- nastavak izgradnje hotela Lone,
- izgradnja infrastrukture i krajobraza zone Monte Mulini,
- izgradnja kolektora i crpne stanice otpadnih voda AC Veštar – AC Polari,
- spajanje na gradsku kanalizaciju i izgradnja hidrantske mreže – otok Katarina,
- izgradnja uređaja za pročišćavanje TN Amarini – Valdaliso,
- investicije nužne za funkcioniranje objekata,
- uređenje zone TDR-a za potrebe održavanja evenata



3.3. Godišnji plan investicija: Valalta d.o.o.

Kao i u prethodnim godinama tvrtka Valalta d.o.o. i dalje će ulagati u bungalove i apartmane sa ciljem uređenja i rekonstrukcija. Uložit će se i u kamp, uređenje plaža, okoliša i dr. U ove svrhe uložiti će se oko 10 milijuna kuna.

3.4. 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. Kao i do sada, Grad će izdvojiti sredstva za urbanu opremu; klupe, kante za smeće na plažama i šetnicama, te održavanje i čišćenje istih, pojačati će se signalizacija, sanirati će se sve prometnice u gradu neposredno prije početka turističke sezone, te izgraditi nove, sanirati će se nogostupi na različitim lokacijama, te izgraditi novi, zamijenit će se dotrajala rasvjetna tijela.

Posebna pažnja će se i dalje posvetiti uređenju park šume Punta Corrente – Zlatni rt, planiranju sanacija divljih deponija, odvoz automobilskih olupina, pojačati će se čišćenje kamenog popločenja starogradske jezgre, u ljetnim se mjesecima pojačava čišćenje fontane, pojačava se i tekuće održavanje, te odvoz otpada.

3.5. Projekti "TURISTIČKI CVIJET 2010. GODINE", "VOLIM HRVATSKU", "NEKA MOJA ISTRABLISTA", te uređenje i opremanje biciklističkih staza, pješačkih zona i fasada

Rovinj je već tradicionalno postao grad koji veliki naglasak stavlja na čistoću i uređenje grada, pa će i ove godine biti pokrenuto niz aktivnosti iz gradskog programa u sklopu projekta „Turistički cvijet“, a koji obuhvaća niz manjih zahvata na uređenju grada, osobito starogradske jezgre. I ove će se godine izdvojiti sredstva za uređenje zelenih površina i parkova, za održavanje kamenih suhozida, te za uređenje najvrjednijih fasada u gradu.

Djeca predškolske i školske dobi sudjelovat će svojim likovnim i literarnim radovima u ovogodišnjem projektu "Volim Hrvatsku" u organizaciji glavnog ureda Hrvatske turističke zajednice koji će ove godine imati za temu "Bogatstvo Hrvatske u kapljici vode". Turistička će zajednica i ove godine dijeliti sadnice nara, te cvijeća za uređenje vrtova, balkona i terasa.

Grad Rovinj bio je domaćin prve u nizu ekoakcija pod nazivom "Z bicikleton po Istri", koju tradicionalno provodi istarska Turistička zajednica u sklopu projekta "Neka moja Istra blista". Osnovni cilj ove akcije, je uključivanje što većeg broja sudionika – počevši od onih najmlađih preko jedinica lokalne samouprave, turističkih zajednica i poduzeća te svih ekološki osviještenih građana. Uz tradicionalne aktivnosti čišćenja okoliša, zbrinjavanja otpada, uređenja okućnica i terasa, sadnje stabala, čišćenje i uređenje podmorja i priobalja, naglasak će ove godine biti na zdravom životu i boravku u prirodi, odnosno što češćem korištenju bicikla. U tu svrhu TZ Istarske županije u suradnji s IRTA-om izradila je unificiranu biciklističku signalizaciju za cijelu Istru, a započelo se i s izradom unificiranih biciklističkih karata.



Nove karte ovog će proljeća dobiti Umag, Buzet i Rovinj, a lokalne turističke zajednice uređivat će nove staze te održavati i čistiti postojeće. Za promociju akcije pripremljen je razni promotivni materijal - jumbo plakati, naljepnice, snimljen je i novi ekosong.

Želja, da se svake godine turistima, a i građanima grada Rovinja ponudi nešto novo, rezultirala je ostvarenjem različitih kulturnih sadržaja. Nastavit će se sa projektom izgradnje batane uživo. Uz daljnja ulaganja Lučke uprave Rovinj u suradnji sa TZ Rovinj, nastavit će se sa privlačenjem cruisera u naš grad.

Nastavit će se i unaprjeđenje rada info-punkta na obali Valdibora.

3.6. Kulturno zabavni programi u gradu

Ove je godine, kao i u prethodnim godinama, u ljetnim mjesecima predviđen bogati kulturni i zabavni program od kojih treba svakako izdvojiti:

- šesti međunarodni Salsa festival – i ove godine grad će biti domaćin Salsa festivala koji iz godine u godinu privlači sve veći broj sudionika iz zemlje i inozemstva,
- Art Exchange – trodnevni međunarodni sajam umjetnina,
- BaRoMus 5 godina za redom – tematski ciklus koncerata koji će se održavati u prostorima Zavičajnog muzeja, u crkvi Sv. Franje i u crkvi Sv. Eufemije
- Ljetni kulturni program - POU - u organizaciji otvornog učilišta pod nazivom
- Rovinjski ljetni festival – koncerti ozbiljne glazbe koji se održavaju u crkvi Sv. Franje i u crkvi Sv. Eufemije, pod vodstvom mezosopranistice Katje Markotić
- Kulturno ljeto – organiziraju se razna kulturnoumjetnička događanja, koncerti i muzičke priredbe
- Mundial fotofestival – tradicionalna izložba fotografije koja se održava u Centru vizualnih umjetnosti Batana.
- Festival argentinskog tanga – međunarodni plesni tjedan argentinskog tanga uz školu plesa i nastupe.
- Festival 7 Sois 7 Luas – trodnevni festival sa nastupima umjetnika mediteranskih zemalja.
- Rovinj Photo days – stručni i natjecateljski trodnevni skup koji okuplja fotografe iz Hrvatske i Europe
- Večeri ribarske tradicije - u kojima je predložen život rovinjskih ribara i njihovih običaja i vještina, rovinjske pjesme – bitinade, ponuđeni ribarski gastro specijaliteti,
- Noć Sv. Lovre – od MMC-a do Sv.Eufemije paljenje baklji, te svijeća po ugostiteljskim objektima; izvođenje romantičnih melodija na više pozornica rovinjske rive,
- Grisia i izložbe u postavi Zavičajnog muzeja - Škola dizajna,
- Rovinjska noć - dugogodišnja tradicionalna proslava,
- Proslava dana Grada Sv. Eufemija,
- Festival cvijeća,
- Eko muzej "Kuća o batani", koji će biti otvoren tijekom cijele godine,
- Predstave na ljetnoj pozornici Monte - kazalište na ulici,



- Razne tematske večeri u organizaciji Maistre d.d.,
- Ostale manifestacije

Raznolikosti zbivanja uvelike doprinosi i MMC – multimedijalni centar prilagođen za sve vrste manifestacija od kongresnih, koncerata, učionica, radionica do onih zabavnog tipa. U suradnji sa raznim 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.

3.7. Sportsko – rekreacijske manifestacije

- Popolana – sportsko zabavna manifestacija „Sportom s ulica i trgova do prirode i turizma“ – trodnevna manifestacija
- “Istarska Riviera“ – tradicionalni međunarodni teniski turnir
- Biciklistička utrka Limas
- Nogometni turnir „Filippo Cafolla“
- Međunarodni judo kamp
- 17. Regata Chioggia-Rovinj-Chioggia – tradicionalna regata na kojoj sudjeluje 30 tak brodova
- 26. Regata krstaša i optimista Rovinj-Pesaro-Rovinj – međunarodna navigaciona jedriličarska regata – sudjeluje 80 - tak brodova sa posadama iz zemlje i inozemstva.
- Regata brodica sa latinskim jedrom – regata povijesnih plovila.
- Turnir VIP beach volley – međunarodni turnir
- 6. ljetni sportski tjedan škole Alpe – Jadran, Treff – teniski turnir rekreativaca
- Veslačka regata Ronhill Cup, Regata Cup Rovinj“
- 8. Biciklijada Dana grada Rovinja
- “Od punte do punte“ manifestacija sportsko-edukativnog karaktera u kojoj će učestovati plivači i batane na jedra sa morskog dijela obale, a trkači i biciklisti duž kopnenog dijela obale,
- Ostali sportsko-rekreativni programi



3.8. Mjere sigurnosti

U današnjem vremenu terorističkih napada, jedan od vrlo bitnih kriterija pri odabiru odredišta putovanja postao je epitet mirne i sigurne destinacije. Za sigurnost gostiju proračunom je osiguran čitav niz mjera među kojima:

- ispitivanje kakvoće mora na plažama,
- ispitivanje hrane koja se prodaje na tržnici i u ribarnici,
- 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 spasioaca na plažama,
- organiziranje čuvarske službe parka Punta Corrente,
- zapošljavanje vatrogasaca sezonaca zbog pojačanog nadzora,
- dodatno ekipiranje policijske postaje u ljetnim mjesecima

Planirana ulaganja su:

- Uređenje parkova, zelenila i plaža – 3.600.000,00 kn.
- prometnice – 3.842.000,00 kn.
- javna rasvjeta – 1.570.000,00 kn.
- priprema turističke sezone – 120.000,00 kn.
- poticanje razvoja poduzetništva i turizma – 580.000,00 kn.
- fasade – 1.030.000,00 kn.
- kameno popločenje – 1.150.000,00 kn.
- čišćenje javnih površina – 2.370.000,00 kn.
- odvoz i likvidacija otpada – 500.000,00 kn.
- izgradnja i sanacija odlagališta – 3.500.000,00 kn.



ZAKLJUČNA RAZMATRANJA

Činjenica je da gospodarska kriza i sve veća nezaposlenost u emitivnim zemljama, ne ulijevaju veliki optimizam kako u svjetski, tako i 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 zadržati barem prošlogodišnje brojke. 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 blagodat, 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, bez povećanja broja kreveta, a turističke zone su vidno smanjene.

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.

