

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

KLASA: 334-01/07-01/16
URBROJ: 2163/1-10-07-1
Poreč, 22. ožujka 2007.

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

**PREDMET: "IZVJEŠĆE O RADU UPRAVNOG ODJELA ZA TURIZAM ISTARSKE
ŽUPANIJE U 2006. GODINI"**

Poštovani,

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

S poštovanjem.

Pročelnik
Denis Ivošević

Na temelju članka 59. i 77. Statuta Istarske županije ("Službene novine" Istarske
Županije br. 6/03-pročišćeni tekst), Županijsko poglavarstvo Istarske županije na
sjednici održanoj dana 2007. godine, donosi

ZAKLJUČAK

Prihvaća se "IZVJEŠĆE O RADU UPRAVNOG ODJELA ZA TURIZAM
ISTARSKE ŽUPANIJE U 2006. GODINI"

Klasa: Urbroj: od

Klasa:
Urbroj:
Pula:

**REPUBLIKA HRVATSKA
ISTARSKA ŽUPANIJA
ŽUPANIJSKO POGLAVARSTVO**

Predsjednik
Ivan Jakovčić

Dostaviti:

- 1.
- 2.
- 3.

IZVJEŠĆE O RADU UPRAVNOG ODJELA ZA TURIZAM U GODINI: 2006.

1. OCJENA PROČELNIKA O RADU UPRAVNOG ODJELA

Upravni odjel za turizam Istarske županije je u okviru Programa rada za 2006. godinu izvršio postavljene odrednice i zadatke u okviru svoje nadležnosti. To su prije svega projektni zadaci koji imaju za cilj unapređenje postojećih razvojnih turističkih projekata ali i kreiranje novih, sukladno našem određenju o održivom i odgovornom razvoju. U skladu s time gotovo su sve pripremne aktivnosti i projekti izvršeni prema određenim kvalitativnim kriterijima, na vrijeme i bez većih odstupanja tako da je nastavljen kvalitativni kontinuitet iz prethodnih godina. Od značajnijih aktivnosti izdvajam prije svega projekt **Turizam maslinova ulja Istre** koji je po svom karakteru, značenju i važnosti pokrenuo novu kulturu i revalorizaciju maslinarstva u Istri, a po svojim učincima u inozemstvu nadilazi sve dosad realizirane projekte u Istri, jer smo uvrstili gotovo 20 maslinara i maslinovih ulja u jedini svjetski vodič najboljih maslinovih ulja s provjerenom kvalitetom na svijetu za izdanje 2007. godine.

Implementacija projekata iz Master Plana razvoja turizma Istre 2004.-2012. predstavlja dugoročan strateško-razvojni dokument, koji je na kraju prvog trogodišnjeg perioda implementacije. Izrađena je detaljna analiza implementacije nalaza, postavki i projekata te je ustanovljeno da proces implementacije, odnosno reorganiziranja i restrukturiranja Istre kao turističke destinacije teče izuzetno kvalitetno i u predviđenim rokovima. U tom smislu, predviđeni projekti u MP realizirani su s 96,4% realizacije. Želio bih također izdvojiti Program poticanja malog i srednjeg poduzetništva kroz projekt **Mali obiteljski hoteli i pansioni** koji su u 2006. afirmirali nekoliko kvalitetnih objekata, te **Sustav poticaja kvalitete** kao komplementarni projekt Master planu, a s osnovnim ciljem pokretanja novog razvojnog ciklusa te mnogobrojne razvojne turističke projekte.

Upravni odjel za turizam Istarske županije je zajedno s Turističkom zajednicom Istarske županije aktivno sudjelovao u pripremi, praćenju i odvijanju turističke sezone. Turističku 2006. temeljem planiranih zadataka i ostvarenih ciljeva, a u okviru djelokruga Upravnog odjela za turizam ocjenjujem izuzetno uspješnom turističkom sezonom. Ostvarili smo 2,6 milijuna registriranih dolazaka te gotovo 17,6 milijuna ostvarenih noćenja; što predstavlja za 1% bolji rezultat u dolascima te 2% u noćenjima u odnosu na prošlu godinu, dok su financijski učinci u privatnom sektoru još dodatno bolji u usporedbi s prošlom godinom.

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

Nadležni član Županijskog poglavarstva: _____

Pročelnik: _____

2. ORGANIZACIJSKA I FUNKCIONALNA STRUKTURA UPRAVNOG ODJELA

Upravni odjel za turizam i trgovinu zapošljava 3 djelatnika:

v.d. Pročelnika - 1 djelatnik VSS
Stručni suradnik - 1 djelatnik VSS
Administrativni tajnik - 1 djelatnik SSS

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

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

Pionirska 1/a,
52440 Poreč

Tel 052 / 452 500 i na
Fax 052 / 452 811,
e-mail: turizam@istra-istria.hr
Url: <http://www.istra-istria.hr/index.php?id=30>

Također se djelatnici mogu kontaktirati na e-mail adrese:

denis.ivošević@istra-istria.hr
edi.akilic@istra-istria.hr
doris.velenik@istra-istria.hr

3. ADMINISTRATIVNI POKAZATELJI		
3.1. ZAPRIMLJENI PREDMETI, ARHIVIRANI I RIJEŠENI PREDMETI		
3.1.1. NEUPRAVNI PREDMETI		
Klasifikacijska oznaka	Zaprimljeni predmeti	Arhivirani i riješeni
021-04	18	13
023-01	16	14
030-01	1	1
030-02	1	1
032-05	2	-
035-01	4	1
035-02	1	1
112-01	2	2
112-06	1	-
115-01	1	1
119-01	2	2
120-01	1	1
320-01	1	-
324-01	2	2
334-01	27	11
340-01	1	1
342-01	3	-
351-01	1	-
400-05	2	1
400-06	1	1
406-01	3	2
620-01	6	2
910-01	3	1
960-03	35	32
UKUPNO	135	90
3.1.2. UP/I PREDMETI		
Klasifikacijska oznaka	broj predmeta	Arhivirani i riješeni
112-06	4	-
UKUPNO	4	-

4. REALIZACIJA NEPOSREDNIH ZADATAKA/OCJENA PROVEDENIH PLANIRANIH AKTIVNOSTI				
ZADATAK			STUPANJ REALIZIRANOSTI	OBRAZLOŽENJE
<p style="text-align: center;">A. Proces preobrazbe Istre u kvalitetnu turističku regiju – destinacija od 3+/4 zvjezdice</p>	<p style="text-align: center;">A.1.</p>	<p>Implementacija i monitoring Master plana razvoja turizma Istre 2004.-2012.</p>	<p>Sve aktivnosti u sklopu zadatka pod A.1. u potpunosti su izvršene u okviru zadanih odrednica.</p>	<p>A.1.1. U periodu siječanj - veljača izvršene su pripremne radnje oko prikupljanja svih relevantnih informacija vezanih za implementaciju MP, A.1.2. Izrađena je detaljna analiza provedbe Master plana po clusterima i na regionalnoj razini (integrirani MP) s detaljnim prikazom udjela i stupnja realizacije po pojedinim nositeljima (JLS, lokalne i županijska TZ, Privatni sektor, ostali nositelji) za prve dvije godine, A.1.3. Temeljem dobivenih rezultata izrađena je komparativna usporedba plana realizacije i operativne realizacije posebno po raznim ključevima: (prema nositeljima, prema funkcijama/ulogama nositelja, prema projektnim zadacima, prema vremenskoj dinamici i postotku realizacije/implementacije, A.1.4. Ukupno je izrađeno 8 interaktivnih tablica s točno naznačenim aktivnostima i klasifikacijom: započeti projekti, realizirani projekti u cijelosti, projekti koji nisu započeti, A.1.5. U periodu ožujka, travnja, svibnja, lipnja, srpnja i kolovoza izvršen je monitoring svih aktivnosti na realizaciji projekata u okviru Master plana, A.1.6. U periodu rujna, listopada i studenog izvršeni su obilasci i sastanci sa koordinatorima provedbe Master plana po clusterima oko dinamike provedbe aktivnosti koje proizlaze iz Plana implementacije MP-a, A.1.7. Temeljem prikupljenih informacija u proteklom razdoblju pristupili smo izradi finalne prezentacije i analize implementacije i monitoringa Master plana za prvo trogodišnje razdoblje 2004. - 2006., A.1.8. Izrađena je komparativna analiza planiranih investicija po ključu: investicije JLS, privatni sektor, sustav TZ-a, malo i srednje poduzetništvo, obrtnici i ugostitelji, privatni iznajmljivači, ruralni turizam, kapitalne investicije, posebno za 2004., 2005. i 2006., A.1.9. Izrađena je komparativna analiza planiranih investicija s realiziranim po ključu: investicije u infrastrukturu, u smještaj, u konkurentnost, u atrakcije te njihovim postotkom realizacije,</p>

				<p>A.1.10. Izrađena je komparativna analiza s 8 interaktivnih tablica s točno naznačenim aktivnostima i klasifikacijom: započeti projekti, realizirani projekti u cijelosti, projekti koji nisu započeti te njihovim postotkom realizacije,</p> <p>A.1.11. Izrađena je komparativna analiza s 8 interaktivnih tablica s točno naznačenim nositeljima aktivnosti te njihovim postotkom realizacije</p> <p>A.1.12. Popisani su i prezentirani svi realizirani projekti za prvo trogodišnje razdoblje po ključu: investicije JLS, privatni sektor, sustav TZ, malo i srednje poduzetništvo, obrtnici i ugostitelji, privatni iznajmljivači, ruralni turizam, kapitalne investicije,</p> <p>A.1.13. Popisani su i prezentirani svi realizirani projekti za prvo trogodišnje razdoblje po ključu: investicije u infrastrukturu, u smještaj, u konkurentnost, u atrakcije,</p> <p>A.1.14. Izrađena je interaktivna tablica s komparativnom metodom uspoređivanja planiranih i realiziranih projektnih zadataka po raznim ključevima,</p> <p>A.1.15. Izrađena je interaktivna tablica: Projekcija implementacije i monitoring Master plana za naredno trogodišnje razdoblje 2007. - 09.,</p> <p>A.1.16. Popisani su i prezentirani svi najavljeni projekti za drugo trogodišnje razdoblje po ključu: investicije JLS, privatni sektor, sustav TZ, malo i srednje poduzetništvo, obrtnici i ugostitelji, privatni iznajmljivači, ruralni turizam, kapitalne investicije,</p> <p>A.1.17. Popisani su i prezentirani svi najavljeni projekti za drugo trogodišnje razdoblje po ključu: investicije u infrastrukturu, u smještaj, u konkurentnost, u atrakcije,</p> <p>A.1.18. Izrađena je komparativna analiza s 8 interaktivnih tablica prema najavljenim projektima za drugo trogodišnje razdoblje s točno naznačenim aktivnostima i klasifikacijom: započeti projekti, najavljeni projekti, projekti koji nisu započeti te njihovom projekcijom moguće realizacije,</p> <p>A.1.19. Izrađeno je nekoliko različitih modularnih power point prezentacija Master plana razvoja turizma Istre u nekoliko jezičnih mutacija koji su prilagodljivi i lako izmjenjivi obzirom na strukturu publike koja sluša, pa je tako u protekloj godini izvršeno:</p> <p>A.1.20. Navedena finalna prezentacija za prvo trogodišnje razdoblje prezentirana je dana 19. 12. povodom održavanja godišnje konferencije turističkog sektora Istarske županije u hotelu Diamant - Poreč.</p>
--	--	--	--	--

				<p>Radi što kvalitetnije provedbe Master plana razvoja turizma Istre, Istarska županija osnovala je Savjet za turizam, strateško tijelo na regionalnoj razini koje sačinjavaju predstavnici Istarske županije na čelu sa Županom i resornim članovima Poglavarstva, Gradonačelnici i Načelnici najvećih gradova i općina Istre, Predsjednici uprava najvećih hotelско-turističkih kompanija Istre, kao i predstavnici TZIŽ, Obrtničke i Gospodarske komore te UHPA-e za područje Istre.</p> <p>U narednom periodu Savjet za turizam Istarske županije donijeti će plan prioriternih aktivnosti po pitanju provedbe Master plana u sljedećem trogodišnjem razdoblju. Osnova za definiranje navedenog plana aktivnosti nalazi se u dijelu Master plana pod nazivom Implementacija gdje su sadržani svi "zadaci" po vrsti, području provedbe, nositeljima, prioritetu, riziku, financijskoj vrijednosti, razdoblju i fazama provedbe i sl. Naše područje interesa posebno se odnosi na zadatke označene s "najvišim prioritetom", posebno po pojedinim turističkim mikro-područjima, tzv. Clusterima, te na one koji se odnose na kompletno područje Istre kao turističke destinacije.</p> <p>Povezivanje i suradnja privatnog i javnog sektora koji se isprepliću i prate u svim segmentima turističke ponude od kreiranja zabave, rekreativskih i hobističkih zona do napose definiranja prostornih planova koji će pratiti turističke potrebe područja, izgradnju kvalitetne infrastrukture i drugo ključne su i suštinske karike ovog dokumenta. Istodobno, ukupni razvoj privatnog sektora bez dogovora s javnim i obrnuto o ključnim pitanjima nije moguć.</p> <p>Sukladno Master planu, budući razvoj temeljiti će se prije svega na podizanju kvalitete postojećih objekata, odnosno na njihovom restrukturiranju, što ne znači da neće biti izgradnje novih objekata. Uz to svaki će se cluster opredijeliti za određene turističke sektore koji će biti dominantni u njegovoj turističkoj ponudi. Uz klasičnu ponudu "sunca i mora", svaka destinacija odabrat će određeni broj sektora u kojima će se specijalizirati i natjecati sa sličnim destinacijama na Mediteranu. Ovaj model razvoja posebnu pozornost posvećuje zaštiti okoliša i podizanju kvalitete života stanovništva pojedine destinacije.</p>
--	--	--	--	--

<p>A.2.</p>	<p>Sufinanciranje kreditnih linija za poticanje malog poduzetništva u turizmu</p>	<p>U sklopu projekta povodi se kontinuirano praćenje realizacije cijelog projekta putem anketnih upitnika i obilazaka gradilišta, a s ciljem verifikacije namjenskog korištenja subvencioniranih kreditnih sredstava te praćenja dinamike realizacije projekata.</p> <p>Aktivnosti u sklopu zadatka pod A.2. nastavljaju se provoditi i u sljedećoj 2007. godini.</p>	<p>U projekciji prostornog i gospodarskog razvoja Istre u narednom srednjoročnom razdoblju prevladava ocjena odnosno stav da postojeće turističke kapacitete treba kvalitetno podizati na viši nivo, da treba sadržajno obogaćivati turističku ponudu te se uglavnom ne predviđa veliki porast broja kapaciteta.</p> <p>Prema nalazima i postavkama iz Master plana do 2012. godine, predviđa se ukupan kapacitet od oko 254.000 smještajnih jedinica, što predstavlja povećanje za oko 30.000. Navedene promjene predviđene su u sklopu Razvojnog modela restrukturiranja i repozicioniranja Istre u visoko kvalitetnu turističku regiju Mediterana. Naime, uz ulaganja u kvalitetu smještaja, planira se također pristupiti izmjeni strukture smještajnih kapaciteta. Najvažniji aspekt u izmjeni strukture je da će se značajno povećati smještajne jedinice u osnovnim kapacitetima, te proporcionalno tome smanjiti iste u komplementarnim, prije svega u kampovima.</p> <p>U tom smislu povećati će se udio kvalitetnih malih hotela i pansiona, te stancija i ruralnih kuća za odmor visoke kvalitete, nauštrb velikih zdanja niske kvalitete. Osim smanjenja kampova u apsolutnim vrijednostima, poticati će se razvoj malih butik kampova posebno onih koji su tematski određeni (obiteljski, sport, eko i dr.). Sve to otvara prostor i potvrđuje ispravnost naše teze oko poticanja razvoja kvalitetnih smještajnih kapaciteta koji mogu odgovoriti na nove trendove kao što su kvaliteta smještaja, kvaliteta odnosa prema gostu, te kvalitetni novi sadržaji.</p> <p>U slučaju malih hotela i pansiona, sugerirana veličina koja je uobičajena za takav objekt je od 20-80 postelja, a tehnološki ga može voditi jedna ili dvije obitelji. U pogledu butik kampova, preporuča se da njihova veličina ne bude preko 100 parcela te da budu opremljeni raznovrsnim bazenima, te ponudom koja je prilagođen klijenteli koja u njemu boravi.</p> <p>Isto tako, ističemo našu preporuku da se posebna pažnja posveti selektivnim oblicima ponude; posebnim programima u okviru objekta koji će doprinijeti selektiranju i profiliranju imidža svakog objekta i programa posebno (bike, sport, wellness, obiteljski, poslovni i sl.).</p>
--------------------	--	---	--

		Kreditna linija "Sad je ura" (Hypo Alpe Adria banka; kta od 5,5 ili 7,5%)		<p>A.2.1. Uredno izvršavanje uplata sufinanciranih kamata, a po osnovi poticanja/kreditiranja obiteljskog turizma. Projekt započet 2000. g. Kreditna linija sa Hypo Alpe Adria Bank d.d. – Zagreb</p> <p>A.2. 2. Permanentna komunikacija s bankom u cilju pravovremene i učinkovite suradnje i djelovanja,</p> <p>A.2. 3. Obilazak gradilišta, foto-dokumentacija, snimka stanja te ocjena stanja na terenu,</p> <p>A.2.4. Verifikacija pridržavanja uvjeta o namjeni kredita, dinamika izvršavanja i realizacije projekta,</p> <p>A.2.5. Ponovni obilazak gradilišta kod onih korisnika kredita koji nisu kvalitetno odgovorili na upitnik o realizaciji kreditnih sredstava i njihovoj namjeni,</p> <p>A.2.6. Savjetodavna uloga u smislu pravne i stručne pomoći korisnicima kredita (Master plan, Sustav poticaja kvalitete).</p>
		Kreditna linija Malo poduzetništvo u turizmu u suradnji s IDA-om (Erste i OTP banka; kta 5,3%)		<p>A.2.7. Do kraja 2006 godine zaprimljeno je 70 zahtjeva u kojima se traži 59,5 milijuna kuna,</p> <p>A.2.8. Izvršeni su obilasci svih kandidata te je pripremljeno 10 izvješća za komisiju,</p> <p>A.2.9. Komisija se sastajala 6 puta te je podržala 50 projekata u visini od 60,3 milijuna kuna; ostali zahtjevi su odbijeni jer se ne uklapaju u osnovne kriterije ove kreditne linije,</p> <p>A.2.10. Od navedenih projekata; do sada je realiziran 21 projekt u iznosu od 23,3 milijuna kuna. Od ostalih: 5 zahtjeva je još u obradi (prikuplja dokumentaciju ili sl.), a 24 ih je odbijeno na kreditnim odborima banaka ili su u međuvremenu odustali.</p>
		Kreditna linija Poticaj za uspj u suradnji s IDA-om i Ministarstvom mora turizma prometa i razvitka RH (15-tak banaka s kamatama od 2,0 - 3,0%)		<p>A.2.11. Uslijed velikog broja pristiglih zahtjeva te odluke Povjerenstva u sklopu IDA-e d.o.o. po kojoj se kao kriteriji za odabir projekata utvrđuju: proizvodna djelatnost, izvozni karakter te novo zapošljavanje; dio zahtjeva po Kreditnoj liniji poduzetnik 3% koji se odnose na projekte u turizmu preusmjeren je na obradu u UO za turizam,</p> <p>A.2.12. Ukupan broj preuzetih zahtjeva bio je 56 a tražilo se 118,8 milijuna kuna; od toga; 20 je odbijeno, 1 je odustao, 27 je podržano i upućeno u banke na obradu po programu Poticaj za uspjeh (od čega 9 u program Pod stoljetnim krovovima te 18 u Male hotele i pansione), 8 ih je preusmjereno u kreditnu liniju za Malo poduzetništvo u turizmu u suradnji s IDA-om.</p>

<p align="center">B. Proces preobrazbe Istre u prepoznatljivu turističku destinaciju; produženje sezone</p>	<p align="center">B.1.</p>	<p>Razvoj vinskog turizma:</p> <p>Vinske ceste Istre</p>	<p>Projekt je u potpunosti izvršen prema zacrtanim smjericama projektnog zadatka, a koje su navedene u Programu rada za 2006. godinu.</p>	<p>B.1.1. Obilazak podruma uključenih u projekt (temeljem kriterija iz Pravilnika o vinskim cestama), a radi verifikacije pridržavanja i unaprjeđivanja kvalitete i kontinuiteta u projektu Vinskih cesta Istre</p> <p>B.1.2. Obilazak novih, potencijalnih podruma, (4 vinskih podruma s područja bujštine i 5 s poreštine) slanje uzoraka vina na organoleptičku analizu, preporuke i ocjena za uređenje sale za degustaciju te prodajnih punktova</p> <p>B.1.3. Pripremljen je nacrt prijedloga za kategorizaciju vinskih itinerera u Istri + isti je poslan na usuglašavanje s predstavnicima Vinistre</p> <p>B.1.4. Priprema teksta, foto-snimaka i korektura draft materijala za tisak Vinske karte Istre + objava Vinske karte Istre na Internet stranice</p> <p>B.1.5. Izvršena kvalitetna promocija (sajmovi, tiskovne konferencije, prezentacije, vođene degustacije) Sajmovi: Vinaustria – Salzburg; Vinitaly – Verona; Expo dei sapori – Milano; Meraner weinfestival, Vinistra – Poreč, Livade – Sajam poljoprivrednih proizvoda</p> <p>Prezentacije: Zagreb, London, Dublin, Beč</p> <p>B.1.6. Servisiranje i pratnja domaćih i inozemnih novinara u obilasku, posjetima i degustacijama istarskim vinskim cestama</p> <p>B.1.7. Savjetodavna uloga u smislu stručne pomoći vinarima i ugostiteljima (stručni časopisi, savjeti, trendovi u eno-gastronomiji itd.)</p> <p>B.1.8. Prisustvovanje na važnim inozemnim ali i domaćim kongresima odnosno seminarima iz područja vinarstva i marketinga u vinskom turizmu</p> <p>Cijeli projekt sastoji se u izboru 100 ponajboljih vinara diljem Istre. Osnovni kriterij pri izboru najboljih vinara temelji se na izrađenom Pravilniku o vinskim cestama Istre. Za pristupanje u projekt potrebno je zadovoljiti slijedeće kriterije: Vinski podrum - prema uputama iz Pravilnika o vinskim cestama Istre; Vino - organoleptička analiza; kriterij srebrne medalje; Vinar - upisnik u registar proizvođača vina</p> <p>Vinske ceste Istre predstavljaju prvi razvojni turistički projekt s kojim smo se odmaknuli od obale te pokušali turističke tijekom preusmjeriti u unutrašnjost Istre. Projekt je sada već dobro uhodan i kao takav prepoznatljiv gostima. U potpunosti je kompatibilan s ostalim razvojnim projektima u Istarskoj županiji tako čini integralnu cjelinu turističkog proizvoda Istre.</p>
---	-----------------------------------	--	---	---

				<p>Na temelju izrađenog pravilnika o vinskih cestama kreirali smo 6 vinskih cesta s ukupno 94 vinara, koje su objedinjene u Vinskom atlasu Istre. U navedenom vinskom atlasu jasno i mjerljivo je izvršena diversifikacija vinara na način da je njih pedeset označeno sa zastavicom što znači da predstavljaju kvalitetne vinare, dok je preostalih 44 označeno s bačvicom što označava da postoji još podosta segmenata u kojima vinari mogu unaprijediti svoj itinerer.</p> <p>Da je tome tako potvrđuje i činjenica da se iz svih vinorodnih dijelova Hrvatske javljaju vinari i stručnjaci iz sektora vinarstva kako bi se upoznali s učinjenim u Istri te na taj način pokušali slični ili isti model primijeniti i u njihovim regijama.</p>
	<p>Razvoj vinskog turizma:</p> <p>Dan vina / Wine day 2006.</p>	<p>Projekt je u potpunosti izvršen prema zacrtanim smjernicama projektnog zadatka, a koje su navedene u Programu rada za 2006. godinu.</p>	<p>B.2.1. Animiran je velik broj vinara da se uključe u projekt B.2.2. Izrađen prospekt odnosno promotivni letak B.2.3. Objavljen na Internet stranice www.istra.hr B.2.4. Izvršena kvalitetna promocija (sajmovi, tiskovne konferencije, prezentacije, mailing), Sajmovi: Vinaustria – Salzburg; Salone del vino – Torino; Vinitaly – Verona; Expo dei sapori – Milano B.2.5. Prezentacije: Zagreb, London, Beč B.2.6. Servisiranje i pratnja domaćih i inozemnih novinara</p> <p>Wine Day - dan otvorenih vinskih podruma je projekt koji se izravno veže i predstavlja logičan slijed razvoja vinskih cesta Istre. Datum obilježavanja svjetskog dana vina svake godine se mijenja, no uvijek je to posljednja nedjelja u mjesecu svibnju. Namjera projekta je da se vinski podrumi otvore za posjet našim gostima te time približi na neposredan način kulturno-povijesno nasljeđe i tradicija vinarstva u Istri.</p> <p>Osim toga navedeni dan ima također vrlo važnu ulogu promoviranja Istre kao kvalitetne vinske destinacije koja ima otvorene vinske podrumne i u pred i posezoni.</p>	

	<p>Razvoj vinskog turizma:</p> <p>Online</p>	<p>Projekt je u potpunosti izvršen prema zacrtanim smjernicama projektnog zadatka, a koje su navedene u Programu rada za 2006. godinu.</p>	<p>B.3.1. Selekcija ponajboljih istarskih vinara za potrebe prezentacije u novoj brošuri o vinskom turizmu u Istri</p> <p>B.3.2. Izrađene kompletno nove stranice vinskog turizma na web portalu istra-gourmet</p> <p>B.3.3. Priprema tekstova, lektura i korektura, njihov prijevod u pet jezičnih mutacija, izrada ilustracija te foto priloga za on line prospekt</p> <p>B.3.4. ispunjavanje osobne iskaznice pojedinog vinara i info kartona sa svim tehničko-kvalitativnim pokazateljima potrebnim za razumijevanje vinskog itinerera</p> <p>B.3.5. Proširenje web portala vinskog turizma dodatnim sadržajima, nagradnim igrama, forumom, natjecanjima</p> <p>B.3.6. Izvršena kvalitetna promocija/tiskovna konferencija sa svim vinarima povodom izlaska iz tiska prve takve brošure</p> <p>Brošura Birana istarska vina zamišljena je kao kvalitetan info materijal koji je usmjeren prema zahtjevnijoj ciljanoj publici koju trenutno ne zadovoljava publikacija Vinski atlas Istre. To su prije svega nakladnici, novinari, specijalisti iz sektora, opinion-makeri, uvoznici istarskih vina, te svi oni koji imaju kvalitetna znanja o vinu i gastronomiji uopće, a koji od nas traže kvalitetnije i učinkovitije informacije naspram puke turističke brošure poput Vinskog atlasa Istre.</p> <p>Materijal je zamišljen da na kvalitetan način predstavi dostignuća na području vinarstva u Istri, te da dodatno motivira vinare koji će ući u selekciju da nastoje na svom putu prema afirmaciji Istre u vinskom svijetu zajedno sa nama. Vinski atlas je i nadalje potrebna publikacija za dijeljenje i širu masu, sajmovi, međutim nema mogućnost kvalitetnijeg prikaza ili još bolje izdvajanja najznačajnijih itinerara - vinara.</p> <p>S tim u vezi publikacija se dijelila isključivo biranoj publici, od kojih bi naknadno image Istre kao vinske destinacije i sami vinari mogli realizirati višestruke učinke.</p>
--	--	--	---

	<p>B.2.</p>	<p>Razvoj gastro turizma:</p> <p>Novi gourmet portal www.istria-gourmet.com</p> <p>+ Gastro vodiči</p>	<p>Projekt je u potpunosti izvršen prema zacrtanim smjericama projektnog zadatka, a koje su navedene u Programu rada za 2006. godinu.</p>	<p>B.2.1. Izrađena je potpuno nova web stranica www.istria-gourmet.com koja objedinjuje sve turističke razvojne projekte iz domene eno-gastronomije u jedinstvenu i homogenu cjelinu</p> <p>B.2.2. Priprema tekstova, lektura i korektura, njihov prijevod u pet jezičnih mutacija, izrada ilustracija te foto priloga za on line aplikaciju</p> <p>B.2.3. Izrada potpuno novog dizajna s aplikacijom funkcionalnih modula brzog pretraživanja</p> <p>B.2.4. Uspostava organizacijske potpore i infrastrukture za korektno i permanentno punjenje potrebitim informacijama</p> <p>B.2.5. Za potrebe USAID izradili smo cjelovit program (4 dana) s itinererom i obilascima za studijsku grupu američkih i engleskih specijaliziranih tour-operatora upoznavanja s istarskim posebnostima</p> <p>B.2.6. Program je obuhvaćao stručno vođenje grupe + odrađivanje prezentacija razvojnih turističkih projekata</p> <p>B.2.7. Kvalitetno odrađen program potaknuo je inicijativu bratimljenja američke regije Napa Valley s Istrom</p> <p>B.2.8. Po prvi puta je jedan istarski gourmet paket ponuđen na internetu od strane US tour-operatora</p> <p>B.2.9. Obavljen prvi i drugi krug finalnih razgovora i pripremnih radnji oko uvrštavanja Istre u poznati gastro i hotelski vodič Veronelli 2007.</p> <p>B.2.10. Inspekcijski pregledi, obilazak, ocjenjivanje i selekcija ponajboljih istarskih restorana</p> <p>B.2.11. Ispunjavanje tipskih tablica za unos svih potrebnih podataka prema standardu Veronelli</p> <p>B.2.12. Odabir prema kriterijima Veronelli + najuži izbor od 30 istarskih restorana</p> <p>B.2.13. Obavljen prvi i drugi krug finalnih razgovora te obilazaka potencijalnih kvalitetnih istarskih ugostiteljskih objekata oko uvrštavanja u gastro vodič Gault Millau</p> <p>B.2.14. Inspekcijski pregledi, obilazak, ocjenjivanje i selekcija ponajboljih istarskih restorana</p> <p>B.2.15. Ispunjavanje tipskih tablica za unos svih potrebnih podataka prema standardu Gault Millau</p> <p>B.2.16. Odabir prema kriterijima Gault Millau + najuži izbor od 11 istarskih restorana</p> <p>B.2.17. Inspekcijski pregledi, obilazak, ocjenjivanje i selekcija ponajboljih istarskih restorana, hotela, vinarija, maslinarskih itinerara te specijaliziranih eno-gastro trgovina</p>
--	--------------------	---	---	--

				<p>B.2.18. Obavljen prvi i drugi krug pripremnih razgovora oko uvrštavanja Istre u gastro vodič Michelin 2007.</p> <p>B.2.19. Obavljen prvi krug pripremnih razgovora s Udruženjem mladih kuhara Europe (s Predsjednikom Moreno Cedroni) oko proširenja navedene institucije i na Istru/Hrvatsku</p> <p>B.2.20. Izrađen je cjelovit Press clipping book s objavljenim gastro reportažama u 2006. godini.</p> <p>B.2.21. Obilazak i ocjena postojećih i novih ugostiteljskih objekata za potrebe vodiča Gastro Istra</p> <p>B.2.22. Izvršena kvalitetna promocija (sajmovi, tiskovne konferencije, prezentacije, mailing)</p> <p>B.2.23. Savjetodavna uloga u smislu stručne pomoći ugostiteljima (stručni časopisi, savjeti, trendovi u gastronomiji te pod-projekti u okviru značajnih razvojnih projekata itd.)</p> <p>B.2.24. Servisiranje i pratnja domaćih i inozemnih novinara u izradi gastro reportaža: francuska nacionalna TF 1, francuska TV 5, francuska Voyages frances, ARD, BR, Washington post, NY Times, Food & Drink magazine, Suedeut. Zeitung, Kleine zeitung, Reuters, Papageno, Istrien Magazin, Mediterraneo, Playboy hr, slo, de.</p> <p>Obzirom na činjenicu da Istra već desetu godinu zaredom postiže kvalitativne pomake u razvoju i promociji autohtonih istarskih gastro proizvoda te konstantno unaprjeđuje ponudu, servis i cjelokupnu kvalitetu u ugostiteljstvu, vidljivi su značajni pomaci u ukupnom podizanju kvalitete eno-gastronomije Istre ali isto tako i u percepciji naših gostiju, koji Istru sve više prepoznaju kao kvalitetnu eno-gastro destinaciju.</p> <p>Ove smo godine potvrdili našu nazočnost po treći puta zaredom u uvaženom francusko-austrijskom gastro vodiču Gault Millau, kao i u vodiču Wo isst Oesterreich, čiji glavni urednik je jedan od najpoznatijih austrijskih stručnjaka i pisaca o gastronomiji, gosp. Christoph Wagner.</p> <p>Nakon jednogodišnje pripreme (preliminarni kontakti, pripremni razgovori i sama realizacija projekta urodila je po drugi puta uvrštenjem istarskih ponajboljih restorana u prestižni gastro vodič I</p>
--	--	--	--	--

				<p>Ristoranti di Veronelli (ukupno 30 restorana). Samo uvrštenje je utoliko značajnije imamo li na umu činjenicu da je Istra pored Canton Ticina iz Swiss jedina regija izvan Italije koja je uključena u projekt. Prema unaprijed određenom rasteru, upitniku i kriterijima uvrštenja, izvršili smo najužu selekciju i popisali kandidate koji su zadovoljili kriterije.</p> <p>Osim toga nastavili smo pregovore i s najeminentnijom izdavačkom kućom Michelin – guide rouge, gdje bi prema procjenama odgovornih u istoimenoj kući u 2006. godini mogli biti po prvi puta uvršteni. Osim toga ove je godine po prvi puta Hrvatska uvrštena u njihov turistički vodič; tzv. zeleni vodič.</p> <p>Isto tako po prvi puta Istra se predstavlja u poznatome turističko-gastronomskome vodiču Gallimard. Predstavljeno je izdanje najboljih malih, boutique hotela, tipičnih restorana, najznačajnijih vinarija, maslinarskih itinerera kao i specijaliziranih trgovina. Time je značajan dio aktivnosti usmjeren ka otvaranju novih tržišta, u ovom slučaju francuskog.</p> <p>Kao rezultat prošlogodišnjih aktivnosti u promicanju Istre kao značajne gastro destinacije, ove smo godili uspjeli realizirati nekoliko izuzetno značajnih gastro reportaža o Istri što je i navedeno pod točkom B.16., te pohranjeno u gastro press clippingu za 2006. godinu. Gastro vodič Istre predstavlja razvojni turistički projekt koji ima važnu ulogu u strateškom razvoju nove koncepcije turizma. Svojim razvojnim konceptom izvrsno se nadopunjuje s ostalim razvojnim projektima poput agroturizma, vinskih cesta, Wine daya, Dana tartufa itd.).</p> <p>Najtraženija publikacija te istodobno i najkvalitetnije odrađen projekt je u svakom slučaju gastro vodič Istre. Cijeli projekt sastoji se u izboru 80-ak ponajboljih ugostiteljskih objekata / restorana i konoba diljem Istre. Osnovni kriterij pri izboru najboljih restorana je da ugostiteljski objekti posluju tijekom cijele godine. Temeljem izrađenih kriterija (bodovi od 1 - 20) anonimna inspekcija obilazi ugostiteljske objekte te ocjenjuje slijedeće: hrana, izbor i način serviranja hrane, vino, izbor i način serviranja vina, gostoljubivost, urednost i čistoća sanitarija te opremljenost i uređenost ambijenta.</p>
--	--	--	--	---

		<p>Razvoj gastro turizma:</p> <p>Dani tartufa u Istri)</p>	<p>Projekt je u potpunosti izvršen prema zacrtanim smjericama projektnog zadatka, a koje su navedene u Programu rada za 2006. godinu.</p>	<p>B.2.25. Organizirana je tradicionalna gastro revija pod nazivom Hom-mage istarskom bijelom tartufu od strane jednog od najpoznatijih kuhara za tartufe gosp. Todd Humphries iz Californie predstavnicima medija iz HR Europe i USA</p> <p>B.2.26. Organizirano je tradicionalno gastro natjecanje Zlatni tartuf Tartufo d'oro – gastro festival u pripremi tartufa s ponajboljim restoranima iz (USA, Velike Britanije, Italije, Austrije, Slovenije, Istre),</p> <p>B.2.27. Izrada edukativnih kalendara o istarskim tartufima</p> <p>B.2.28. Obilazak, pregled i ocjena postojećih i novih ugostitelj objekata koji u svom poslovanju nude pretežito tartufe, isključivo svježje (bijele i crne),</p> <p>B.2.29. Priprema tekstova, ilustracija i foto priloga za prospekt Dani tartufa u Istri,</p> <p>B.2.30. Izrada kalendara manifestacija za vrijeme trajanja Dana tartufa u Istri 2006. s više od 30 posebnih manifestacija namijenjenih promociji tartufa,</p> <p>B.2.31. Tisak i objava prospekta Dani tartufa na Internet strane www.istra.hr,</p> <p>B.2.32. Izvršena kvalitetna promocija (sajmovi, tiskovne konferencije, prezentacije, mailing),</p> <p>B.2.33. Servisiranje i pratnja domaćih i inozemnih novinara u izradi gastro reportaža.</p> <p>Projekt je trajao tokom mjeseca rujna, listopada i studenog te je polučio značajan dolazak inozemnih gostiju u posezoni i to u središnjem dijelu Istre, čime je značajno i na kvalitetan način upotpunio boravak gostiju na priobalnom području Istre, koji su mnogobrojne manifestacije vezane za tartufe mogli iskoristiti kao jednodnevni izlet. Obzirom da je image Istre doista postao prepoznatljiv po tartufima i obzirom na činjenicu da se svake godine povećava broj gostiju kojima je interes tartuf u najširem smislu, želimo putem projekta Dani tartufa u Istri osigurati i primjerenu zaštitu tartufa što smo i učinili pokretanjem procesa zaštite geografskog podrijetla i zaštite branda, a u suradnji s talijanskim partnerima potaknuli smo dugoročni projekt zaštite bioraznolikosti bijelog istarskog tartufa – Tuber Magnatum Pico.</p>
--	--	--	---	---

				<p>Po šesti puta izrađen je prospekt Dani tartufa, koji se sastoji od geografskog prikaza dijela Istre gdje se tartufi nalaze, dat je osnovni opis istarskog tartufa, opisan je tipičan istarski menu na bazi tartufa, izrađen je kalendar manifestacija, promoviran je tekstualno i slikovito najveći tartuf na svijetu te ispisana lista ugostiteljskih objekata koji nude jela na bazi tartufa pod nazivom <i>Klub kvalitetnih ugostitelja</i>.</p> <p>Ovogodišnji kalendar manifestacija omogućio je doista širok izbor kvalitetnih događanja koja su se odvijala na području Buzeta, Motovuna i Livada. Posebno to vrijedi za tri vikenda u mjesecu listopadu kada smo organizirali sajam tipičnih, autohtonih gastro proizvoda Istre. Pored izuzetno dobre organizacije izdavam i izuzetno dobru posjećenost, dakle više od osam tisuća posjetitelja u navedena tri vikenda.</p>
		<p>Razvoj gastro turizma:</p> <p>Projekt Izvorni tartuf / Tartufo vero</p>	<p>Projekt je u potpunosti izvršen prema zacrtanim smjernicama projektnog zadatka, a koje su navedene u Programu rada za 2006. godinu.</p>	<p>B.2.34. Izvršeni su terenski obilasci ugostiteljskih objekata, koji nude tartufe (10 puta - anonimna inspekcija),</p> <p>B.2.35. Izrađena su izvješća na temelju obilazaka koja su dostavljena na uvid vlasnicima ugostiteljskih objekata kako bi u pripremljenoj fazi korigirali manjkavosti te dočekali spremni početak projekta,</p> <p>B.2.36. Izvršena je značajna promocija projekta vezanih za revalorizaciju istarskih tartufa, a posebice Istre kao nove gourmet destinacije za području USA u suradnji s PR agencijom Ensemble marketing group,</p> <p>B.2.37. Izrađen je cjelovit Press clipping book s PR agencijom Ensemble marketing group za područje USA objavljenim gastro reportažama u 2006. godini,</p> <p>B.2.38. Pomoć u suorganizaciji snimanja filma o Istri i posebnostima eno-gastronomije Istre uvažene medijske ličnosti; Lidie Bastianich iz New Yorka,</p> <p>B.2.39. Izrada 16 velikih edukacijskih panoa o istarskim tartufima za potrebe organiziranja edukacijskih izložbi,</p> <p>B.2.40. Odrađen tečaj za ocjenjivače tartufa u organizaciji s talijanskim Nacionalnim Institutom za tartufe iz Albe/ Piemonte te je nastavljena kvalitetna suradnja,</p> <p>B.2.41. Organiziran okrugli stol s uvažanim, inozemnim novinarima i stručnjacima koji su podržali projekt te se naknadno uključili u strukturu realizacije,</p>

			<p>B.2.42. Izvršena prezentacija projekta potencijalnim korisnicima (ožujak, travanj i svibanj 2006. godine),</p> <p>B.2.43. Izvršeni su terenski obilasci ugostiteljskih objekata koji nude tartufe (anonimna inspekcija - 10 puta), te su izrađena izvješća na temelju obilazaka koja su vlasnicima ugostiteljskih objekata dostavljena na uvid, kako bi u pripreмноj fazi korigirali manjkavosti te dočekali spremni početak projekta,</p> <p>B.2.44. Temeljem izrađenih kriterija te verifikacijskih obilazaka ugostiteljskih objekata, promoviran je Klub kvalitetnih ugostitelja u prospektu Dani tartufa te izvršena svečana promocija uz nazočnost inozemnih novinara,</p> <p>B.2.45. Izvršena je kvalitetna promocija projekta (sajmovi, tiskovne konferencije, prezentacije, mailing).</p> <p>Projekt Izvorni tartuf/Tartufo vero je projekt kojim želimo dodatno osnažiti projekt Dani tartufa u Istri te na stručnoj osnovi omogućiti kvalitetno upoznavanje različitih vrsta tartufa, kako bijelih tako i crnih, a s osnovnom namjerom da ugostitelji steknu potrebno znanje za kvalitetnu prezentaciju te gastro delicije, ali i znati pojasniti i/ili dočarati cijelu priču o tartufima.</p> <p>Jedan od operativnih zadataka u stjecanju stručnog i kvalitetnog znanja o tartufima je bio i specijalizirani tečaj za profesionalnog degustatora /sommelieria za tartufe, čime smo značajno pridonijeli da se znanja o bijelim i crnim tartufima dodatno potkrijepe i ojačaju na stručnoj odnosno znanstvenoj osnovi.</p> <p>Radi se o projektu koji ima za cilj diversificirati ugostiteljske objekte po načelu poštivanja kvalitete autohtonih gastro proizvoda. Istovremeno želimo ponuditi istinskim ljubiteljima tartufa kvalitetan itinerer, jer se uz pozitivan trend Istre kao prepoznatljive tartufarske destinacije kreirao prilično značajan broj ugostiteljskih objekata, kojima nije primaran cilj kvaliteta, već brza zarada uz minimalne napore u pružanju kvalitetne ponude tartufa.</p> <p>Certifikacijom, odnosno oznakom kvalitete vršimo kvalitativnu selekciju ugostiteljskih objekata koji će dostojno prezentirati tartufe te time stječu naziv Ambasada tartufa.</p>
--	--	--	---

	<p>B.3.</p>	<p>Razvojni projekt: maslinovo ulje:</p> <p>Ceste maslinova ulja Istre</p>	<p>Projekt je u svojem prvom polugodišnjem razvoju. Provođi se kontinuirano.</p> <p>U narednom periodu oćekujemo znaćajan pomak u razvoju cijelog projekta.</p>	<p>B.3.1. Organizirana je konferencija o maslinovom ulju u Krasici na kojoj su gostovali ponajbolji stručnjaci iz Italije iz područja: tehnologija skladištenja maslinova ulja, odabir, tehnologija i komparativna uspoređba razlićitih uljara i rezultati koje one postižu, bioraznolikost kultivara: autohtonih i alohtnosih, turizam maslinova ulja, primjena maslinova ulja u gastronomiji</p> <p>B.3.2. U suradnji s Udrugom senzornih analitićara maslinova ulja Istarske ųupanije organizirali smo i financirali edukaciju poznavanja maslinova ulja: 3 tećaja po 24 polaznika za degustatore maslinova ulja,</p> <p>B.3.3. Ugostili smo glavnog urednika jedinog svjetskog vodića najboljih maslinovih ulja; <i>I migliori oli mondiali extra vergine 2006</i>, gosp. Marca Oreggiu u trodnevnom obilasku istarskim maslinarskim itinererima,</p> <p>B.3.4. Obavljen prvi i drugi krug pripremnih razgovora s gosp. Marcom Oreggiom oko uvrštavanja Istre u prestiųni svjetski vodić maslinovih ulja <i>L'extravergine</i>, (uvršteno je 10 proizvođaća)</p> <p>B.3.5. Istarski maslinari prezentirani su u cijenjenom talijanskom vodiću za maslinova ulja <i>Slow food 2006</i>,</p> <p>B.3.6. Odradili smo (7) power point prezentacija projekta Ceste maslinova ulja Istre na području Istarske ųupanije, Kvarnera i ųire potencijalnim proizvođaćima koji se ųele ukljućiti u projekt,</p> <p>B.3.7. Realizirali smo i reprintali edukativnu knjiųicu <i>Upoznajmo Extra djevićansko maslinovo ulje</i>,</p> <p>B.3.8. Izvršili smo inspekcijske preglede kod 40 proizvođaća maslinova ulja, izradili njihove osobne iskaznice,</p> <p>B.3.9. Pripremili tekstove, ilustracije i prijedlog drugog prospekta Ceste maslinova ulja Iste,</p> <p>B.3.10. Izradili pomoćnu knjiųicu Kodeks ponašanja i prezentiranja maslinova ulja turistima za proizvođaće maslinova ulja,</p> <p>B.3.11. Izrađene su i postavljene oznake Ceste maslinova ulja na prometnicama diljem Istarske ųupanije,</p> <p>B.3.12. Izvršena kvalitetna promocija (sajmovi, tiskovne konferencije, prezentacije, mailing u tuzemstvu i inozemstvu), Sajmovi: Vinitaly i Sol – Verona; Salone del vino – Torino; Expo dei sapori – Milano; Vinistra,</p> <p>B.3.13. Potpomogli smo organizacijski i financijski tri smotre ulja Oleum Olivarum u Krasici, Smotra ulja Vodnjanųtine te Smotra ulja Novigrada.</p>
--	--------------------	--	---	--

				<p>Vrlo dobro odrađene pripremne radnje omogućile su nam da nakon inspekcijskih obilazaka i pregleda pojedinih maslinarskih itinerera, njih oko 160, vrlo učinkovito, a prema Pravilniku o Cestama maslinova ulja Istre izvršimo prvu kvalitetnu selekciju istarskih maslinara. Time smo dobili prvih 70 istarskih maslinara i 13 uljara koji su zadovoljili kriterije iz Pravilnika</p> <p>Osnovni kriterij pri izboru najboljih maslinara temelji se na izrađenom Pravilniku o Cestama maslinova ulja Istre. Za pristupanje u projekt potrebno je zadovoljiti slijedeće kriterije: Maslinar - upisnik u registar proizvođača maslinova ulja Maslinovo ulje – kemijska i organoleptička analiza</p> <p>U tom kontekstu revitalizacija i popularizacija kulture poznavanja maslinova ulja je jedna od formula uspjeha s time da je potrebno izgraditi, pridodati i umrežiti i druge razvojne turističke projekte (primjerice vino, pršuti, sir, med itd.) kako bi se kreirao uspješan turistički mozaik.</p> <p>Kada govorimo o Cesti maslinova ulja tu prvenstveno podrazumijevamo jedno zaokruženo maslinarsko područje koje u sklopu Ceste maslinova ulja ima maslinarske itinerere odnosno punktove. Osnovni zadatak svakog maslinarskog itinerera jest promocija maslina i maslinova ulja te njegova turistička prezentacija koja se sastoji u revalorizaciji, razvoju i njezi maslinarstva u Istri.</p> <p>Pridonosi punoj angažiranosti čovjeka s ruralnim prostorom uz očuvanje i obnovu izvornog ambijenta, tradicijskih naslijeđa u skladu s održivim razvojem turizma. Ujedinjuje prirodne, kulturološke, sociološke, demografske i proizvodne osobine pojedinog kraja u skladnu cjelinu.</p> <p>Revitalizacija sela i povratak kvalitetnijeg života u ruralni prostor. Omogućuje proizvod diversifikaciju, ekonomski razvoj, stvara nove vrijednosti, nova zapošljavanja. Promocija izvornog istarskog proizvoda koji ima izrazita kurativna svojstva kao i pozitivna svojstva za održavanje optimalnog zdravstvenog stanja, tzv. mediteranska dijeta.</p>
--	--	--	--	---

	<p>B.4.</p>	<p>Razvoj agroturizma:</p> <p>Prospekt agroturizma i izrada elaborata</p>	<p>Projekt u izuzetno velikom porastu. (preko 1.000 obitelji iskazalo zanimanje za bavljenje agroturizmom)</p>	<p>B.4.1. Uvrštenje kataloga agroturizma Istre u cijelosti u promotivni katalog „Agriturismo in Italia e all'estero“ – edizione 2006/2007,</p> <p>B.4.2. Internet stranice: cjelokupna ponuda istarskog agroturizma je obavljena na službenim stranicama Turističke zajednice Istarske županije gdje su zastupljena sva domaćinstva po selektiranim kategorijama: Agroturizam, Bed and breakfast, ekoturizam, odmor na vinskoj cesti, ruralna kuća za odmor, ruralni obiteljski hotel, sobe i apartmani i stancija,</p> <p>B.4.3. Turoperatori: U 2006. godini I.D. Riva Tours iz Münchena u svojoj brošuri ima zastupljenih 106 seoskih domaćinstava, Novasol – turoperatori iz Danske imaju 290 aktivnih ugovora, Villasforum iz Istre ima zastupljenih 38 vila a Kompas ima 20 vila. Za 2006. godinu agencije I.D. Riva tours (Njemačka), Novasol (Danska), Interchalet (Njemačka) i Villas Forum (Hrvatska) objavili su katalog vrhunski uređenih kuća Istre,</p> <p>B.4.4. Istarska domaćinstva u svoju su ponudu uključili i turoperatori Cottages to Castles (V. Britanija), Adriatica.net (HR), Kompas (HR), Generalturist (HR), Villas Forum (HR), Inter Chalet (Njemačka) i Simply Travel (V. Britanija), Vintage travel (V. Britanija) i dr. Osim prethodno spomenutih aktivnosti također je nužno spomenuti:</p> <p>B.4.5. Servisiranje i pratnja domaćih i inozemnih novinara u izradi reportaža o ruralnom turizmu Istre</p> <p>B.4.6. Izvršena kvalitetna promocija (sajmovi, tiskovne konferencije, prezentacije, mailing), Sajmovi: Vinaustria – Salzburg; Salone del vino – Torino; Vinitaly – Verona; Expo dei sapori – Milano</p> <p>B.4.7. Prezentacije: Zagreb, London, Beč</p> <p>B.4.8. Publiciran je katalog ruralnog turizma Istre za 2006. godinu s kvalitativnom podjelom i diversifikacijom na različite oblike smještaja</p> <p>Tijekom 2006. godine nastavilo se sa obilascima seoskih domaćinstava u cilju utvrđivanja potencijala za razvoj seoskog turizma. Na terenu je izvršen uvid u 20 domaćinstava, značajan je broj izravnih telefonskih konzultacija o prethodno spomenutoj tematici.</p> <p>U suradnji s „Ruralisom“ (konzorcij agroturizma i ruralnog turizma Istre) izrađena je standardizacija i klasifikacija domaćinstva u agroturizmu i ruralnom turizmu Istre. Kao podloga za standardizaciju poslužili su opći</p>
--	--------------------	---	--	---

				<p>standardi određeni od strane „Eurogitesa“ (Europske federacije ruralnog turizma), a respektirajući pritom ambijentalne specifičnosti Istre. Specifičnost proizvoda, strogo tradicionalni pristup organizaciji usluga, poštivanje ambijentalnih vrijednosti u prilagođavanju tradicijskih graditeljskih struktura za potrebe turizma, prepoznatljivost proizvoda, diversifikacija seoskih domaćinstava, zahtjeva i opravdava donošenje pravila interne, marketinške standardizacije i klasifikacije agroturističkog i ruralnog-turističkog proizvoda i domaćinstava Istre.</p> <p>Takva detaljna i proizvodu prilagođena standardizacija i klasifikacija ima prvenstveno za cilj još jače kvalitetno integrirati usluge u domaćinstvima ali i konačno detaljno informirati gosta, što može očekivati, odlučiti se za odmor u ruralnom području.</p>
	B.5.	Golf projekt	<p>Projekt u cjelini nije u visokoj fazi realizacije iako se nekoliko potencijalnih lokacija u Istri doista nalazi pred početkom realizacije.</p> <p>Obzirom na trenutnu situaciju nismo zadovoljni s dinamikom rješavanja vitalnih pitanja koja su neophodna potencijalnim investitorima za početak realizacije golf projekata.</p>	<p>B.5.1. Protekle godine krajem mjeseca listopada u novigradskom hotelu Nautica održana je 1. Golf konferencija u Istarskoj županiji uz odaziv od preko 120 particpanata iz zemlje i inozemstva,</p> <p>B.5.2. Predavanja su održala tri eminentna stručnjaka za golf business, svaki po dvije važne teme:</p> <ul style="list-style-type: none"> - gosp. Peter Walton - Predsjednik Udruženja Golf Tour-operatora; - gosp. Jeremy Pern - uvaženi golf arhitekt i suosnivač Instituta za održiv i odgovoran razvoj golfa, - gosp. Paolo Croce – stručnjak za agronomiju i za upravljanje zelenim površinama na golf terenima, <p>B.5.3. Golf konferencija tematski je podijeljena u tri ključna poglavlja:</p> <ol style="list-style-type: none"> (1) Utjecaj golfa kao generatora turističkog razvoja, (2) Održiv i odgovoran razvoj golfa - aspekt ekološki prihvatljivih normi u golf businessu, (3) Primjeri restrukturiranja napuštenih industrijskih i vojnih zona te konverzija u atraktivna golf igrališta, <p>B.5.4. Provedene su pripremne radnje za izradu Master plana razvoja golf projekata u Istarskoj županiji,</p> <p>B.5.5. Dopuna i ažuriranje materijala Golf projekti u Istarskoj županiji, kao trenutno jedini referentni materijal u kojem su prikupljeni podaci i aktivnosti vezane za svaki od potencijalnih projekata koji su uvršteni u Prostorni plan IŽ,</p>

				<p>B.5.6. Obilazak jedinica lokalne samouprave i lokacija koji su u dokumentu procijenjeni u naprednoj fazi provedbe,</p> <p>B.5.7. Odrađeno je desetak prezentacija potencijalnim investitorima iz inozemstva o mogućnostima razvoja golf projekta te zajedno s njima obilazak potencijalnih lokacija,</p> <p>B.5.8. U više navrata surađivali smo s predstavnicima Ministarstva turizma te nadležnima za golf projekte u samom Ministarstvu kako bi uputili potencijalne investitore i olakšali put realizacije golf projekata na području IŽ.</p> <p>Kao osnovne razloge nezadovoljavajuće dinamike rješavanja pretpostavki za ulaganje u golf, generalno je kod većine lokacija uočeno:</p> <ul style="list-style-type: none"> - neefikasno rješavanje prostorno planske dokumentacije od strane JLS-a (navedeno je djelom uvjetovano i pomanjkanjem financijskih sredstava za izradu prostornih planova, ali i česte izmjene zakona i propisa na tom području); - komplicirana procedura izrade i usvajanja pojedinih studija o utjecaju golfa na okoliš; - složeni imovinsko-pravni odnosi tj. vlasnička struktura na potencijalnim lokacijama te stoga i otežano definiranje vlasnika, posebno kada se ne radi o državnom vlasništvu <p>Navedene i druge okolnosti uzrokovale su da je tek nedavno odobreno nekoliko lokacijskih dozvola za golf te je raspisan međunarodni natječaj za odabir investitora. Uz potporu Ministarstva mora, turizma, prometa i razvitka RH, kao i drugih institucija na državnoj razini, te pojavom ozbiljnih ulagača, početak gradnje prvih golf igrališta u Istri očekujemo tijekom sljedeće 2007. godine. Lokacije koje su po našem sudu najizglednije za realizaciju u narednom periodu jesu: Crveni vrh kod Savudrije, Markocija kod Umaga, Praščarija kod Novigrada te Brkač kod Motovuna.</p> <p>Držimo da je od izuzetne važnosti za Istru kao turističku regiju da se čim prije izgradi 3-4 golf igrališta u rasponu do maksimalno 50-tak km među njima, kako bi se stvorio prvi golferski cluster u Hrvatskoj, što predstavlja nužni minimum za privlačenje golfera i stavljanje Istre i Hrvatske na svjetsku kartu golferskih regija.</p>
--	--	--	--	---

	<p>B.6.</p>	<p>Razvoj bike turizma:</p> <p>Novi bike portal www.istria-bike.com</p>	<p>Projekt je u potpunosti izvršen prema zacrtanim smjernicama projektnog zadatka, a koje su navedene u Programu rada za 2006. godinu.</p>	<p>B.6.1. Izrađena je potpuno nova web stranica www.bike-istra.com, koja objedinjuje sve projekte iz domene trekkinga i bikinga u jedinstvenu i homogenu cjelinu,</p> <p>B.6.1.1. tehnički i grafički prikaz 34 staza (područje, dužina, visinska razlika, zahtjevnost,</p> <p>B.6.1.2. svaka staza je prikazana na sljedeći način i omogućuje – altimetriju, download karte, download GPS, karta staze, opis staze (roadbook), galerija slike, download karte u PDF formatu, pravila ponašanja na stazi, servisne informacije i sadržaji duž staze)</p> <p>B.6.1.3. GPS zapis svih staza (GPS uređaj koristi se za satelitsku navigaciju. Uređaj prima signale sa satelita i uz pomoć njih izračunava vaš točan položaj i omogućava vam da se što jednostavnije snalazite u prostoru)</p> <p>B.6.1.4. paket aranžmani – podjela u 4 kategorije (MTB, tematski, obiteljski i cestovni), 4-dnevni i 7-dnevni paketi, detaljan prikaz itinerara po danima, mogućnost on line rezervacije - dodatni kanal prodaje i distribucije turističkih proizvoda Istre</p> <p>B.6.1.5. kalendar biciklističkih manifestacija u svakom clusteru i cijeloj Istri – podjela na rekreativne biciklijade i profesionalne utrke</p> <p>B.6.1.6. smještaj – segmentacija smještajnih jedinica u 4 kategorije („Bike& Bed“, „Bike Hotels“, „Boutique Bike Hotels, „Wellness/Fitness“)</p> <p>B.6.1.7. real time interakcija sa tržištem – forum, newsletter</p> <p>B.6.1.8. popis svih agencija (domaće i inozemne) koje su specijalizirane za organizaciju bike tura</p> <p>B.6.1.9. popis svih postojećih usluga (bike trgovine, servis, pranje bicikala, prijevoz bicikala)</p> <p>B.6.1.10. dostupnost informacije (lokalne turističke zajednice, servisne informacije, važni telefonski brojevi, zdravstvena zaštita, o Istri)</p> <p>B.6.1.11. on line narudžba kataloga Istre (opći informativni i postojeće bike karte); on line narudžba Bike Atlasa Istre; prognoza vremena za period od tri dana; popis lokalnih manifestacija ; kontakt obrazac – omogućuje brzu, interaktivnu komunikaciju sa gostom i odgovaranje na stručna pitanja; važan segment turističke ponude na Internetu; turistički pretraživači, portali, katalogi informacija; „podjela“ regije u 7 turističkih mikro-destinacija/clustera; model po kojemu Istra može najkvalitetnije prezentirati svoju turističku ponudu na Internetu; podizanje razine konkurentnosti i atraktivnosti regije; novi proizvodi, nove tehnologije: ino-</p>
--	--------------------	--	--	--

				<p>vativni modeli komunikacije s tržištem; skraćivanje i pojednostavljenje distribucije informacija do konačnog korisnika/klijenta</p> <p>B.6.2. Priprema tekstova, lektura i korektura, njihov prijevod u šest jezičnih mutacija, izrada ilustracija te foto priloga za on line aplikaciju,</p> <p>B.6.3. Izrada potpuno novog dizajna s aplikacijom funkcionalnih modula brzog pretraživanja,</p> <p>B.6.4. Trasirano je ukupno 28 MTB staza GPS tehnologijom s mogućnošću "preuzimanja" GPS zapisa te unosom navedenih podataka omogućili satelitsku navigaciju,</p> <p>B.6.5. Izrađeno je šest bike i trekking paketa te ponuđeno na tržištu; putem novog bike portala,</p> <p>B.6.6. Izrađen je cjelovit marketing plan svih promotivnih aktivnosti za germansko i talijansko govorno područje za period 2007. godine uz pomoć partnera PR agenata/specijalista za navedena tržišta,</p> <p>B.6.7. Na novom portalu predstavljen je kalendar manifestacija te pregled smještajnih objekata prema bike kategorizaciji,</p> <p>B.6.8. Stavljena je u funkciju nova organizacijska potpora i infrastruktura za održavanje i punjenje bike portala potrebnim informacijama,</p> <p>B.6.9. Izvršenje kvalitetne promocije (sajmovi, tiskovne konferencije, prezentacije, mailing) Sajmovi: Eurobike – Friedrichshafen, Eicma – Milano,</p> <p>MTB staze Istre</p> <p>B.6.10. prostor Istarske županije cjelovito umrežiti u MTB staze. 80-ak MTB staza u dužini od preko 3.200 km. Struktura staza je 70% MTB i 30% cesta.</p> <p>Biciklizam u Istarskoj županiji je jedan od značajnih razvojnih turističkih projekata započet 1996. godine. Zamišljen je i kreiran da stvori novi turistički sadržaj. Sam projekt ima veliki značaj i u simboličnom smislu jer je označio zaokret i kvalitetniji, sadržajniji pristup u kreiranju turizma u cjelini. Po svemu sudeći upravo je bike turizam naznačio odmak od masovnog turizma u smislu uniformne, monotone i skromne turističke ponude te otvorio proces diversifikacije turističkog proizvoda.</p>
--	--	--	--	--

				<p>Bike turizam je takva vrsta turizma koju turistički znalci popularno zovu meki turizam (ili prirodni bliski turizam), a temelji se na očuvanoj prirodnoj okolini, kulturno-povijesnoj baštini te visokom stupnju ekološke svijesti. Proizašao je kao logičan slijed ubrzanog razvoja urbanih i industrijskih sredina, koje su često u neposrednom konfliktu s najugroženijom vrstom našeg planeta - vrijednim prirodnim i kulturnim blagodatima.</p> <p>S druge strane rekreativni biciklizam je također dobio na važnosti i publicitetu uslijed općeg i sveprisutnog procesa podizanja svijesti o zdravom načinu življenja koje uključuje svakodnevnu tjelesnu aktivnost te zdrav način prehrane. U tom kontekstu je jasno da je najbolji kompromis za postizanje korisnog, zdravog i zabavnog bio upravo rekreativni biciklizam.</p> <p>Sve brojniji biciklisti, sve veći broj biciklističkih staza podrazumjeva nastavak ulaganja u ovaj važan program. U proteklim su godinama najbrojniji gosti bike turizma u Istri bili Nijemci, Talijani Austrijanci, Slovenci, Mađari i Česi, nešto manje Slovaci, Nizozemci i Skandinavci, ali su dolazili i gosti iz dalekih zemalja (npr. Malta, Sjedinjene Američke Države, Južnoafrička Republika) što dokazuje da kod bike turizma udaljenost emitivnih tržišta nije od presudnog značaja.</p> <p>Posebno naglašavamo da je naša orijentacija prema bike turizmu samo jedan od kamenčića u mozaiku kojega sustavno gradimo i oblikujemo na putu do integralnog, prepoznatljivog i jasno definiranog turističkog proizvoda. Iz takvog postava je razvidno da bike rute nisu same sebi svrha, već su one u funkciji objedinjavanja svih razvojnih projekata.</p> <p>Uostalom pored kreiranja razvojnih turističkih projekata segment promocije istih u inozemstvu i tuzemstvu je naš temeljni razlog postojanja. MTB staze povezuju u integralni turistički proizvod 90-ak vinara na pet vinskih cesta, 90 ponajboljih restorana i tipičnih istarskih konoba, 300 kuća, tzv. agroturizama, velik broj kulturnih itinerera te pejzažnih posebnosti Istre. Sve nabrojeno govori o jednom sustavnom procesu kojeg želimo u što kraćem roku nadoknaditi i time priključiti se modernim svjetskim trendovima u turizmu.</p>
--	--	--	--	---

	<p>Razvoj bike turizma:</p> <p>Istra MTB Tartufi Tour – Parenzana</p>	<p>Projekt je u potpunosti izvršen prema zacrtanim smjericama projektnog zadatka, a koje su navedene u Programu rada za 2006. godinu.</p>	<p>B.6.12. Trasiranje etapnih dionica profesionalnih MTB utrke uz prikaz visinskih, dužinskih i tehničkih parametara, B.6.13. Tisak brošure te objava na Internet stranice uz link naše adrese na nekoliko važnih Internet siteova, B.6.14. Objava i promocija navedenih utrka na prijateljskim utrkama u Italiji i Austriji, B.6.15. Uvrštenje u svjetski kalendar biciklističkih obaju utrka u najprestižnijoj 1 klasi s jakim fondom nagrada, B.6.16. Izvršenje kvalitetne promocije (sajmovi, tiskovne konferencije, prezentacije, mailing), Sajmovi: Eurobike – Friedrichshafen, Eicma – Milano, B.6.17. Organizacija cijele sportske manifestacije: sektor: suci i tehnički delegati, kronometristi, priprema, uređenje i označavanje staza, osiguranje na stazama, organizacija okrijepnih stanica, ostala prateća logistika, B.6.18. Koordinacija i pripomoć u organizaciji rekreativne i cestovne Parenzane dodatne dvije utrke), B.6.19. Servisiranje i pratnja domaćih i inozemnih novinara B.6.20. Realiziran prvi i drugi krug pregovora s eminentnim bike klubovima iz Austrije, Italije i Njemačke oko organiziranja pripremnih bike kampova u pred i posezoni, B.6.21. Realiziran prvi i drugi krug pregovora oko uvrštavanja Istra MTB Tartufi Tour – Parenzana u seriju od pet najpoznatijih biciklističkih utrka Europe – Inter Mountain Series Cup.</p> <p>Projekt Istra MTB Tartufi Tour - Parenzana je tradicionalna i dobro uhodana biciklistička manifestacija koja ima za cilj prezentirati Istru kao atraktivnu bike destinaciju. Osim toga namjera je također privući što veći broj natjecatelja i turista rekreativaca te približiti i promovirati bike sport među domicilnim stanovništvom s posebnim osvrtom na mlađi uzrast.</p> <p>Utrka je okupila na startu 428 vozača iz 13 zemalja među kojima je bilo tridesetak visokopozicioniranih biciklista u Europskom kupu. Svi sudionici utrke pozitivno su pohvalili utrku što svakako pridonosi uspjehu i značaju ove sportsko - rekreativne turističke manifestacije.</p>
--	---	---	---

	<p>Razvoj bike turizma:</p> <p>Istra Terra Magica Bike</p>	<p>Projekt je u potpunosti izvršen prema zacrtanim smjericama projektnog zadatka, a koje su navedene u Programu rada za 2006. godinu.</p>	<p>B.6.22. Trasiranje etapnih dionica profesionalnih MTB utrke uz prikaz visinskih, dužinskih i tehničkih parametara, B.6.23. Tisak brošure te objava na Internet stranice uz link naše adrese na nekoliko važnih Internet siteova, B.6.24. Objava i promocija navedenih utrka na prijateljskim utrkama u Italiji i Austriji, B.6.25. Uvrštenje u svjetski kalendar biciklističkih obaju utrka u najprestižnijoj 1 klasi s jakim fondom nagrada, B.6.26. Izvršenje kvalitetne promocije (sajmovi, tiskovne konferencije, prezentacije, mailing), Sajmovi: Eurobike – Friedrichshafen, Eicma – Milano, B.6.27. Organizacija cijele sportske manifestacije: sektor: suci i tehnički delegati, kronometristi, priprema, uređenje i označavanje staza, osiguranje na stazama, organizacija okrijepnih stanica, ostala prateća logistika, B.6.28. Koordinacija i pripomoć u organizaciji rekreativne i cestovne Parenzane dodatne dvije utrke), B.6.29. Servisiranje i pratnja domaćih i inozemnih novinara B.6.30. Realiziran prvi i drugi krug pregovora s eminentnim bike klubovima iz Austrije, Italije i Njemačke oko organiziranja pripremnih bike kampova u pred i posezoni,</p> <p>Biciklistička manifestacija <i>Istra Terra Magica Bike</i> postaje već tradicionalna utrka krajem mjeseca travnja i svake se godine značajno povećava broj sudionika. Ove je godine održana 30. travnja u Poreču. Navedena manifestacija je izuzetna prilika za promociju turističkih, prirodnih i kulturno-povijesnih ljepota i atrakcija Istre putem medija te promocija biciklističkog sporta.</p> <p>Istra se potvrdila kao istinska i nezaobilazna mountain bike regija. Sam događaj je bogatiji i interesantniji s obzirom na mogućnost spajanja biciklističke utrke sa višednevnim odmorom tj. godišnjim odmorom što pruža dodatno uživanje i otkrivanje netaknutih djelova Istre.</p>
--	--	---	--

<p style="text-align: center;">C. Povećanje potrošnje naših gostiju i otvaranje novih tržišta</p>	<p style="text-align: center;">C.1.</p>	<p>Certifikacija hotela, pansiona i obiteljskih gospodarstava</p>	<p>Obzirom da se radi o dugoročnom projektu koji ima za cilj podizanje kvalitete smještajnih jedinica, a vezano za posebnu vrstu gostiju: biciklisti, mogu ustvrditi da smo u tekućoj 2006. godini odradili dva projekta certifikacije u skladu s predviđenim planom.</p>	<p>C.1.1. Priprema i izrada pravilnika za certifikaciju smještajnih objekata u Istarskoj županiji u okviru projekta, Bike&Bed i Bike hotels zajedno s vanjskim suradnicima; u okviru Međunarodne udruge za Bike turizam,</p> <p>C.1.2. Podjela pravilnika na osnovne i dodatne kriterije čime se vrši kvalitativna diversifikacija smještajnih objekata u okviru projekta,</p> <p>C.1.3. Presentacija pravilnika u okviru prezentacije integralnog projekta razvoja biciklističkog turizma i tisak priručnog materijala s osnovnim uputama tj. kodeksom ponašanja prilikom ugošćavanja biciklista,</p> <p>C.1.4. Izvršena serija obilazaka posebno za ruralne kuće (35 objekata) te posebno za hotele (12 objekata),</p> <p>C.1.5. Ispunjavanje anketnog upitnika uz zabilježku s terena (svi opisi, sadašnje stanje, željeno stanje),</p> <p>C.1.6. Analiza prikupljenih podataka, projekcija potencijalnih kandidata te izbor/selekcija smještajnih jedinica prema predodređenim kriterijima</p> <p>C.1.7. Nabava 40 pločica/tabela s oznakom pripadnosti međunarodnom projektu Bike & Bed i Bike hotels,</p> <p>C.1.8. Izdavanje obavijesti o provedenim rezultatima te o izvršenoj selekciji smještajnih jedinica,</p> <p>C.1.9. Ponovni obilazak uz informativni razgovor s užim krugom predstavnika koji su zadovoljili kriterije i koji moraju biti spremni za sezonu 2006.,</p> <p>C.1.10. Prikupljanje cijena te formiranje različitih bike paketa koji moraju biti spremni za sezonu 2006. godine.,</p> <p>Formirati novi turistički proizvod koji udovoljava potražnji biciklista prema kriterijima i standardima u zapadnoj Europi. Navedenu inicijativu pokrenuli smo temeljem izrađenog Pravilnika u okviru projekta Bike&Bed i Bike hotels.</p> <p>Hotelski smještaji i seljačka domaćinstva kao ponuđači bike turizma prema pravilniku moraju nuditi sljedeće usluge, sadržaje i aktivnosti, koje su navedene kao osnovne usluge:</p> <p>prihvataj ciklo-turiste i samo za jednu noć, sigurna prostorija pod ključem za besplatno ostavljanje bicikala preko noći, prostor za sušenje odjeće i putne opreme, ponuda bogatog doručka ili mogućnost korištenja kuhinje, dostupnost karata regije/ biciklističkih karata, stavljanje na</p>
--	--	--	---	---

				<p>raspolaganje seta za popravak koji sadrži najvažniji alat za jednostavne popravke informacije o lokaciji, radnom vremenu i telefonskom broju najbližih mehaničara u slučaju većih kvarova mogućnost pranja bicikala.</p> <p>Dodatne usluge: iznajmljivanje kvalitetnih bicikala ili preporuka drugog iznajmljivača u određitu (ponuda, telefonski broj), transfer prtljage iz prijašnjeg smještajnog objekta i/ili u sljedeći objekt, ponuda dnevnih biciklističkih ruta-izleta, posredovanje pri rezervaciji sljedećih noćenja u Bike & Bed smještaju, stavljanje glavnih rezervnih dijelova na raspolaganje – prema potrebi u dogovoru s najbližim mehaničarom (zračnice, gume i sl.), popis ostalih Bike & Bed smještaja u regiji knjiga gostiju za bicikliste.</p>
--	--	--	--	--

5. REALIZACIJA POSTAVLJENIH CILJEVA		
CILJ	OCJENA POSTIGNUĆA	OBRAZLOŽENJE
<p>A. Proces preobrazbe Istre u kvalitetnu turističku regiju – destinacija od 3+4 zvjezdice:</p> <p>Implementacija i monitoring Master plan razvoja turizma Istre</p>	<p>Temeljem razrađene detaljne analize implementacije zadataka iz Master plana razvoja turizma Istre za 1. trogodišnje razdoblje (2004. - 2006. godina) možemo ustvrditi da je proces implementacije izuzetno kvalitetan, da se odvija prema zacrtanoj dinamici te da je kvaliteta realiziranih projekata odlična.</p> <p>Za prvo trogodišnje razdoblje koje je ujedno i najdelikatnije radi kreiranja novih načina komuniciranja i suradnje, radi pozitivnog ozračja, potrebnog partnerstva i kreiranja sinergijskih učinaka, stanje je izuzetno dobro te najavljuje nadolazeće drugo trogodišnje razdoblje u pozitivnom i optimističnom svijetlu.</p> <p>Navedene konstatacije prije svega potvrđuje detaljna analiza koja je predočila realizirane brojke, odnosno investicije koje su realizirane s 96,4%. U nastavku dajem kratak pregled realizacije prema vrsti investicije te analitičku podjelu koja nam govori o slijedećoj realizaciji:</p> <p>INFRASTRUKTURA: 153% KONKURENTNOST: 108% SMJEŠTAJ: 86% ATRAKCIJE: 53%</p>	<p>Master plan razvoja turizma Istre je od samog početka pobudio veliki interes. Kao što svaki inovativni proces ima svoje pristaše, jednako tako ima i svoje protivnike koji su baš u slučaju Master plana bili glasni te bez prikrivanja izražavali nepovjerenje kako u njegovu važnost tako i u opravdanost. Još značajnije se je to odnosilo na samu implementaciju cijelog projekta jer se radi o doista složenom procesu u kojemu se isprepliću nadležnosti, obveze i odgovornosti privatnog i javnog sektora. Upravni odjel za turizam je od samih početaka uključen u izradu strateškog dokumenta te je također operativno zadužen za provođenje implementacije projekata ali i za ukupni monitoring svih aktivnosti po pitanju Master plana razvoja turizma Istre.</p> <p>Obzirom da su od početka implementacije projekata iz MP protekle više od tri godine, Upravni odjela za turizam je izradio detaljnu komparativnu analizu planiranih i realiziranih aktivnosti i projektnih zadataka po pitanju MP. Na svim razinama aktivnosti i projektni zadaci su izuzetno pozitivni jer se ambiciozan plan kvalitetno i u roku ispunjava. U nastavku dajem presjek implementacija zadataka i projekata iz Master plana za prvo trogodišnje razdoblje.</p> <p>INFRASTRUKTURA (indeks 153) realizirana je s 53%-tnim plusom, što znači da su realizirane kapitalne investicije značajne ne samo za razvoj turizma, već i za cijelo gospodarstvo Istarske županije. Naša je bojazan bila da će upravo u investicijama u infrastrukturu biti problema jer se radi o vrlo opsežnim i složenim radovima za koje je potrebno ishodovati opsežnu dokumentaciju koja ima svoje procedure i rokove ishodovanja. Na sreću u prvom trogodišnjem razdoblju razvidno je da je dokumentacija bila pripremljena na vrijeme, te su predviđene investicije realizirane s 53% plusom. Spomenuti ću one najvažnije: zapadni krak istarskog Y, produžetak Y od Vodnjana do Pule, pristupne ceste Y (Poreč, Novi-grad), kanalizacija + tretiranje otpadnih voda idr..... Ukupne inv. u infrastrukturu iznose 243 mil. Eura</p> <p>KONKURENTNOSTI (indeks 108) je također u plusu od 8%. Konkurentnost je jedan od vitalnih dijelova strategija repozicioniranja i restrukturiranja turističke destinacije Istre. Predstavlja temeljni element percepcije nove kvalitete koja se u Istri gradi. Podizanje razine konkurentnosti turističke destinacije na makro planu</p>

		<p>To znači da je proces realizacije zadataka iz Master plana usko povezan s shvaćanjem važnosti tog dokumenta od strane privatno/javnog sektora.</p> <p>U tom kontekstu mogu ustvrditi da je postotak realiziranih i/ili započetih projekata veća u onim sredinama gdje je javni sektor pokrenuo i/ili stvorio uvjete za njihovo ostvarenje, kao i u onim sredinama gdje je suradnja privatnog i javnog sektora dogovorna odnosno partnerska.</p> <p>Detaljnim pregledom tablica u kojima se da isčitati cijela dinamika, kvaliteta i uloga pojedinih subjekata u implementaciji projekata iz Master plana, mogu također izdvojiti da je u dva clustera situacija čak bolja od predviđenih terminskih rokova, da je u tri clustera dinamika u okvirima zadanog, a da je u dva clustera realizacija niža od predviđene dinamike.</p> <p>Navedena konstatacija samo potvrđuje gornju tezu da uspješnost svakog pojedinog clustera u implementaciji projekata iz Master plana ovisi o suradnji i partnerskom odnosu privatnog i javnog sektora.</p> <p>Važna činjenica u svemu tome je i ta da gotovo 90% svih zadataka započinje već s prvom godinom tako da je prvo trogodišnje razdoblje doista u velikoj mjeri prenatrpano projektima.</p>	<p>te pojedinih turističkih proizvoda na mikro planu je izuzetno zahtjevan proces jer je potrebno naš proizvod lansirati na međunarodno turističko tržište koje ima predodređena pravila ponašanja i standarde kvalitete. Utoliko je navedeni rezultat od plus 8% izuzetno važan. Nastavljen je kontinuitet u kreiranju inovativnih turističkih proizvoda, većina njih potvrđena je i na međunarodnom tržištu. Ukupne invest. u konkurentnost iznosi 45 mil Eura</p> <p>SMJEŠTAJ (indeks 86) je zabilježio mali manjak u odnosu na planirane iznose uglavnom radi velikih projekta repozicioniranja i restrukturiranja što će biti vidljivo i pozitivno se odraziti u drugom trogodišnjem razdoblju. U podizanje kvalitete smještaja investirano je najviše, gotovo 375 mil Eura, što je vidljivo u samoj strukturi smještajnih kapaciteta. Jednako su kvalitetno pridonijeli tom ostvarenju kako veliki hotelijeri, ali i predstavnici malog i srednjeg poduzetništva. U tri godine s 2 hotela i 880 postelja u hotelima 4 zvj. podigli smo se na 15 hotela i ukupno 6.500 postelja na kraju 1. trogodišnjeg razdoblja.</p> <p>Jedini segment implementacije MP s kojim ne možemo biti u potpunosti zadovoljni jesu:</p> <p>ATRAKCIJE, (indeks 53) koje se nalaze na 50% udjelu, što jasno ne zadovoljava naše ambicije, ali je potrebno naglasiti da navedeni segment implementacije projekata iz sektora atrakcija dolazi nakon konsolidiranog djela infrastrukture, smještaja i podizanja konkurentnosti.</p> <p>Jedan od važnih elemenata kvalitativne implementacije MP je činjenica da su Poglavarstvo i Skupština Istarske županije jednoglasno usvojile Integrirani dokument za Istru, kao i 7 dokumenata za pojedine clusterne, te je pokrenuta procedura ugradnje osnovnih nalaza koji proizlaze iz Master plana u Prostorni plan IŽ.</p> <p>Isto tako, Master planovi za pojedine clusterne prosljeđeni su svim jedinicama lokalne samouprave u Istri, te je predloženo njihovo usvajanje na Gradskim i Općinskim vijećima, kao i ugradnja u prostorne planove. Master plan za pojedine clusterne ustvari je osnovna podloga i program razvoja turizma na tom području i kao takav poslužit će za definiranje osnovnih postavki za izradu prostornih planova jedinica lokalne samouprave. Budući da je turizam u većini gradova i općina Istre najznačajnija djelatnosti, ovaj će dokument biti izuzetno značajan za izradu prostornih planova.</p>
--	--	--	---

		<p>Spomenuo bih da u tom prvom trogodišnjem razdoblju nisu realizirani samo manji projekti, već tu ima i značajnijih i opsežnijih projekata koji znatno utječu na proces restrukturiranja i repozicioniranja Istre sjedne strane dok s druge se komunicira novi image i stvara nova percepcija Istre.</p> <p>Obzirom da se radi o dugoročnom projektu gdje će se u narednih sedam godina izgrađivati novi imidž, odnosno mozaik turizma Istre, bitna činjenica je da smo uspjeli postići konsenzus sa svim glavnim subjektima koji su sufinancirali i provodili aktivnosti predviđene za podizanje kvalitete turizma Istre.</p> <p>Također izradili smo i simulaciju implementacije projekata iz Master plana za drugo trogodišnje razdoblje (2007. - 2009.), prema predviđenim projektima te ih stavili u korelaciju s najavljenim projektima.</p> <p>Navedena simulacija nam je pomogla kvalitetnije shvatiti dinamiku odvijanja procesa imlemenetacije te nam skrenula pozornost oko nekih kritičnih situacija, koje ćemo moći kvalitetnije nadgledati, a prigodom same implementacije kvalitetnije upravljati procesom implementacije.</p>	<p>Što se privatnog sektora tiče, predloženo je usvajanje Master plana na nadzornim odborima najvećih hotelsko-turističkih kompanija s područja Istre. Master plan sam po sebi ne može promijeniti ništa. Budućnost turizma u Istri mijenjat će sami interesni subjekti koji u njemu djeluju.</p> <p>Među tim subjektima, prije izrade Master plana nije bilo dogovora niti sinergije. Upravo stoga je ideja Master plana da bude kreativna i stručna podloga i okvir takvom dogovoru. I zato u njegovoj izradi svi sudjeluju sa svojim idejama. To je poduzetnički projekt za Istru i ako se kao takav prihvati na potpuno demokratskoj i javnoj osnovi, donijet će velike koristi i kvalitetno će promijeniti život. Provedba Master plana rezultirat će nizom konkretnih koristi. Dobit će se kvalitetniji turizam, veće zapošljavanje i više plaće. S obzirom na razvijanje novih usluga pojavit će se i potreba otvaranja novih radnih mjesta.</p> <p>Provedba Master plana kao što je to i prvo trogodišnje razdoblje implementacije potvrdilo, proizvesti će kvalitetniji život stanovnicima Istre. U tom pogledu nije svejedno živi li se u regiji koja prati svoj razvoj ili u onoj koja se o tome ne brine, posebice kada je riječ o zaštiti okoliša.</p> <p>Master plana jasno kaže da je okoliš element koji se ni pod koju cijenu ne smije žrtvovati u budućem razvoju koji prema tome mora biti održiv i, što posebno naglašavamo, odgovoran. Kako bi realizirali zadane ciljeve u drugom trogodišnjem periodu biti će potrebno dodatno pokrenuti sadašnju situaciju, posebno, za neutralizaciju prijetnji nadolazeće budućnosti. Stoga ćemo nastaviti istim intenzitetom, a kako bi se:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Implementirali projektni zadaci s jasnim ciljevima i strategijom istarskog turizma kao temelj za regionalni turistički razvitak • Unaprijedila istarska turistička ponuda, s razvojem novih proizvoda i unapređenjem kvalitete usluga, jačanjem konkurentnosti cjelokupne destinacije • Izvelo repozicioniranje Istre kao turističke destinacije definirajući jasniji image u svijesti potrošača • Ubrizgale značajnije investicije u turizam u privatnom i javnom sektoru • Ohrabрили kreativni i inovativni sustavi kooperacije javnog i privatnog sektora s ciljem jamstva dugoročnog održivog rasta.
--	--	--	---

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

<p>B.</p>	<p>Proces preobrazbe Istre u prepoznatljivu turističku destinaciju; produženje sezone:</p> <p>Razvoj vinskog turizma - Vinske ceste Istre</p>	<p>Vinski turizam u Istri je segment koji je u relativno kratkom roku pokazao sve raspoložive potencijale i mogućnosti s jedne strane ali je isto tako pokazao koliko je energije, znanja i financijskih sredstava potrebno izdvojiti da bi se u tom izuzetno delikatnom segmentu uspjelo.</p> <p>Danas nakon gotovo desetogodišnjeg razvoja vinskog turizma u Istri mogu slobodno ustvrditi da je to izuzetno uspješan turistički proizvod koji je stasao privatno-javnim partnerstvom te zahvaljujući umreženom djelovanju različitih, nadležnih institucija i upornosti pojedinih vinara/ vizionara koji su kvalitetno procijenili razvojni moment te značajnije krenuli kako u investicije tako i u usavršavanje.</p> <p>Upravo je proces edukacije i usavršavanja značajno utjecao na to da se proces kvalitetne proizvodnje vina pokrene i u Istri. Podsjetio bih da je taj proces prije krenuo u drugim područjima Hrvatske, primjerice u Dalmaciji i Slavoniji</p> <p>Podatak od gotovo 100.000 posjetitelja u vinskim podrumima Istre od čega polovica u svega 15 podruma jasno govori o razvojnem potencijalu koji stoji pred nama i kojeg je potrebno dodatno iskoristiti.</p>	<p>Projekt vinskog turizma predstavlja razvojni turistički projekt koji je u svom razvojnem procesu jedan od značajnijih turističkih proizvoda. Takvu konstataciju nam potvrđuju višegodišnja istraživanja a i sami rezultati koje postižu naši vinari na nacionalnim i regionalnim izložbama vina.</p> <p>Vinske ceste Istre danas možemo smatrati kao jedan prepoznatljiv i uobličen turistički proizvod koji se iz godine u godinu upotpunjuje i usavršava. U nepunih osam godina polučile su sasvim konkretne i mjerljive rezultate. Kada govorimo o vinskoj cesti, prvenstveno podrazumijevamo jedno zaokruženo vinsko područje koje u sklopu vinske ceste ima vinske itinerere odnosno punktove.</p> <p>Osnovni zadatak svakog vinskog itinerera jest promocija vina i njegova turistička prezentacija koja se sastoji u revalorizaciji razvoju i njezi vinarstva i vinogradarstva u Istri. Projekt vinskih cesta Istre razvijen je na cijelom vinorodnom području Istre, što znači da smo na 6 vinskih cesta u projekt uključili 80 vinara.</p> <p>Projekt vinskih cesta je i u 2006. godini pokazao da je izuzetno vitalan projekt i da ima još jako puno prostora za nadogradnju, prije svega jer smo uključili devet novih vinara u projekt te je naknadno pet vinara pridobilo kvalitetniju oznaku sa zastavicom.</p> <p>Dakako, glavni ciljevi projekta ostaju:</p> <ul style="list-style-type: none"> • proizvodnja kvalitetnog vina (komercijalni proboj i njegovo pozicioniranje na tržištu, kontinuirani rast izražen kvalitativno i kvantitativno, što bolji image, • proizvodnja vina s razlikovnim i prepoznatljivim osobinama (teritorij proizvodnje, proizvodni sustav-sortiment, pedološke osobine zemljišta, čuvanje odnosno starenje vina, prigodna ambalaža, organoleptička svojstva i plasman), • proizvodnja poznatih (prepoznatljivih) vina (konzistentnost proizvodnje i buteljiranja primjerena tržišna pozicija u kvalitativnom i kvantitativnom smislu i u regijama namtično teritorija, uvaženost medijska, cijenjenost među opinion-leadrima, stručnjaci, uvoznici, očuvanost i sljubljenost krajolika s vinogradarstvom (autohtona gastronomija, kulturološka i prirodna privlačnost teritorija), • uravnotežiti "vrijednost za novac" (butelja vina trebala bi koštati primjereno njegovoj kvaliteti, • promocija Istre kao prepoznatljive vinske destinacije i turistička valorizacija vina i proizvoda od grožđa, • potaknut je razvoj vinske kulture, • uključenje što većeg broja kvalitetnih vinara u projekt Vinskih cesta Istre, • produženje turističke sezone.
------------------	---	---	---

	<p>Proces preobrazbe Istre u prepoznatljivu turističku destinaciju:</p> <p>Razvoj vinskog turizma - Dan vina / Wine day</p>	<p>Projekt se svake godine kvalitativno nadopunjuje, te sa sigurnošću možemo ustvrditi i sagledati sve efekte projekta čiji se učinci najviše uočavaju u vinskim podrumima diljem Istre. Ovogodišnji rezultati zorno prikazuju uzlazni trend kvalitativnog napretka</p> <p>1999. g. = 37 podruma 2000. g. = 53 podruma 2001. g. = 65 podruma 2002. g. = 68 podruma 2003. g. = 76 podruma 2004. g. = 78 podruma 2005. g. = 82 podruma 2006. g. = 76 podruma</p> <p>1999. g. = 800 posjetitelja 2000. g. = 3.200 posjetitelja 2001. g. = 4.200 posjetitelja 2002. g. = 4.600 posjetitelja 2003. g. = 8.000 posjetitelja 2004. g. = 10.000 posjetitelja 2005. g. = 10.800 posjetitelja 2006. g. = 11.800 posjetitelja</p>	<p>Projekt je u kratkom roku pokazao izuzetan rast u kvalitativnom i kvantitativnom smislu. Dan otvorenih vinskih podruma predstavlja razvojni projekt u okviru vinskih cesta Istre. Kako bi što kvalitetnije pripremili navedeni projekt, izradili smo tzv. Priručnik za vinske ceste gdje smo temeljem prošlogodišnjih rezultata prikupili osnovna znanja te ih u pisanom obliku pripremili i dostavili vinarima na upotrebu. Izradili smo također i Anketni upitnik koji je sa svojih (pedesetak pitanja) ustvari poslužilo kao podsjetnik da se dovedu u red i najmanje sitnice, a posebno gostoljubivost, urednost i čistoća podruma. Anketni upitnik sadržao je i priručnik za vođenje statističke evidencije o posjetima, koja će uvelike pripomoći praćenju projekta.</p> <p>Rezultat toga su vrlo dobro odrađene pripremne radnje, koje su u velikoj mjeri pripomogle uspjehu. U narednom periodu slijedi blagi porast posjetitelja i prodanih butelja, dok je broj otvorenih podruma dostigao svoj optimum i nešto je manji jer je naše opredjeljenje da se standardi kvalitete vjerodostojno primjenjuju i usavršavaju, stoga je to razlog zašto smo u 2006. godini smanjili broj vinskih podruma u projektu Dana otvorenih vinskih podruma.</p> <p>Dakako, glavni ciljevi projekta ostaju:</p> <ul style="list-style-type: none"> • promocija Istre kao prepoznatljive vinske destinacije te promocija vina i njegova turistička valorizacija. • uključenje svih vinara na području Istarske županije u projekt otvorenih podruma • potaknut razvoj vinske kulture kod domicilnog stanovništva, što se očituje u rezultatima prodanih vinskih butelja na taj dan • potaknut je interes kod naših gostiju za što većom posjetom otvorenim podrumima • priprema vinara da što bolje prezentiraju Istru i svoje vinske podrumne čime smo povećali prodaju vina u Istri • pratiti svjetske trendove u turizmu te priključiti se međunarodnim projektima • preusmjeravanje turističkih tokova u središnji dio Istre uz produženje turističke sezone • očuvanje tradicijskog nasljeđa, revalorizacija starih, izvornih istarskih vinskih sorti.
--	---	--	--

<p>Proces preobrazbe Istre u prepoznatljivu turističku destinaciju:</p> <p>Razvoj gastro turizma – Online</p>	<p>Pozitivna ostvarenja u pogledu razvoja gourmet-turizma kao specifičnog i selektivnog oblika turizma ogleda se u činjenici da je za kvalitetan pomak i zadržavanje kontinuiteta u tom sektoru neophodno poštivati inozemne stroge kriterije. Radi se o sektoru koji ima najzahtjevniju konkurenciju pa je samim time izuzetno teško i zahtjevno mjeriti se s najjačim gastronomskim regijama u svijetu.</p> <p>S posebnim zadovoljstvom ističem da je upravo na tako zahtjevnom turističkom tržištu istarski proizvod gourmet-turizma najkvalitetniji, najuspješniji i najprepoznatljiviji.</p> <p>Tu činjenicu potvrđuju mnogobrojni gosti koji nam se javljaju putem Interneta. Poglavitno značajan podatak je taj da je Gastro vodič Istra najtraženija turistička publikacija već devet godina za redom.</p> <p>Uz navedeno podatak koji govori u prilog prethodnoj tezi je i činjenica da smo nakon dugog niza godina praćenja od strane inozemnih novinara specijalista i opinion-makera iz svijeta gastronomije, potvrdili kvalitativan uspon i kontinuitet u promociji i revalorizaciji regionalne gastronomije.</p> <p>Trenutno niti jedan restoran izvan Istre nije dobio povjerenje uvaženih inozemnih gastro kritičara te zadovoljio kriterije za ulazak u takve publikacije.</p>	<p>Predstavlja razvojni turistički projekt, koji je u svom razvojnem procesu zasigurno najpotpuniji turistički proizvod. Takvu konstataciju nam potvrđuju višegodišnja istraživanja (stavovi i mišljenja novinara, opinion-makera, statistički podaci), koji govore da je gastro vodič Istre najtraženija publikacija naših gostiju od 1996. godine pa sve do danas. Projekt je relativno brzo rastao jer je bogatstvo autohtonih, tipičnih eno i gastro proizvoda u Istri doista bogata i raznolika, pa je to osnovna komparativna prednost, koju smo mudro iskoristili.</p> <p>Dodatna okolnost koja je rezultirala mudrim odabirom je i naš poslovni koncept kreiranja razvojnih turističkih projekata koji se je odvijao paralelno, pa smo na taj način brže, kvalitetnije i učinkovitije kreirali prepoznatljivost Istre umrežavanjem međusobno kompatibilnih razvojnih projekata poput agroturizma, vinskih cesta, cesta maslinova ulja, tartufi itd u integralno prepoznatljiv turistički proizvod.</p> <p>Gastro vodič Istre u tom je smislu bio velika prekretnica jer je prvi puta stvorena atmosfera koja je uvažavala različitost, kreativnost, sposobnost i znanje. U početku je to jasno stvorilo nepovjerenje radi drukčije optike vrednovanja ugostiteljskih objekata, ali je ubrzo shvaćena poruka koja je odaslana svim ugostiteljima na način da je Gastro vodič odigrao važnu ulogu u strateškom razvoju nove koncepcije turizma.</p> <p>Izuzetnu ulogu nalazim i u tome što se velik broj ugostiteljskih objekata nalazi u središnjem dijelu Istre. Na taj način ostvaruju se osnovne pretpostavke za lakši i kvalitetniji život u unutrašnjosti, zaustavio je trend raseljavanja središnjeg dijela Istre, omogućio produženje turističke sezone te kreirao pozitivno radno ozračje za dodatni izvor prihoda.</p> <p>Projekt gastro turizma potaknuo je izrazito pozitivnu, kompetitivnu atmosferu. To se očituje posebno među ugostiteljskim objektima koji su uvršteni u vodič te posebno među onim koji se nadmeću da budu u narednoj godini uvršteni. Rezultat toga su sve veći bodovi i ujednačavanje po kvaliteti gotovo svih ugostitelja uključenih u projekt.</p> <p>Brojne reportaže o gastronomiji Istre utjecale su na razvoj vikend turizma i to prije svega u periodu pred i posezone, tako da je Istra prva uspjela produžiti turističku sezonu. Zasluge u tome ima prije svega stvoreni turistički proizvod i podizanje razine usluge.</p>
---	---	--

		<p>Istarski ponajbolji restorani i taverne su sada već četvrtu godinu zaredom uvršteni u ponajbolje inozemne gastro vodiče. Osim samog uvrštenja posebno važna činjenica je i ta da je srazmjerno maloj regiji kao što je to Istra, doista velik broj ugostiteljskih objekata iz Istre koji su u tim vodičima ocijenjeni doista na kvalitetan način te ponosno ističu svoje zvjezdice.</p> <p>Godišnje Istru posjeti više od pedesetak uvaženih i svjetski poznatih gourmet novinara. Rezultat tih inspekcijskih obilazaka nalazimo u kvalitetnim gourmet reportažama koje su pohranjene u press-clippingu za svaku godinu pojedinačno.</p> <p>Domaći stručnjaci, novinari i opinion-makeri suglasni su s činjenicom i ocjenom da je Istra doista učinila ogroman napredak i predstavlja ogledni model razvoja s kojim se tek trebaju suočiti preostale regije u Hrvatskoj. Potvrda tome je i podatak da prema neovisnom nacionalnom gastro vodiču od deset najboljih restorana u Hrvatskoj čak njih sedam pripada Istri.</p>	<p>Ostvareni rezultati:</p> <ul style="list-style-type: none"> • uvrštenje i kvalitativan kontinuitet istarskih restorana u prestižnim inozemnim gastro vodičima u kojima svake godine nalazi mjesto sve više istarskih ugostiteljskih objekata: Gault Millau 2006. (16 objekata), Veronelli 2006.; (30 restorana i 20 hotela), Wo isst Oesterreich 2006.; (32restorana), Gallimard 2006. (18 objekata), • Suradnja s međunarodnim udruženjem Slow food Italia koji je organizirao jedinstveni Univerzitet za gastronomske znanosti s kojima je dogovorena suradnja i mogućnost pohađanja istarskih studenata u tu prestižnu Akademij • Suradnja s europskim udruženjem mladih kuhara Jeunes restaurateurs d'Europe s kojima smo u pregovoru oko uvrštenja istarskih mladih kuhara u navedeno udruženje, • Suradnja s tvrtkom Corymbus iz Siene koja je organizator prestižnog natjecanja za mlade kuhare gdje je tema maslinovo ulje i na kojem je dogovorena naredna participacija istarskih restorana • Gore navedene institucije su nam omogućile da stupimo u kontakt s predstavnicima prestižnog hotelskog lanca Relais &Chateau, a u svezi uvrštenja istarskih objekata, • Istra se afirmira kao prepoznatljiva i kvalitetna gastronomska destinacija (temeljem kvalitetne edukacije ugostitelja i kvalitetne komunikacije s novinarima, opinion-makerima i trend-setterima, time je potaknut razvoj kulture dobrog stola i kuhinje te promocije i turističke valorizacije tipičnih i autohtonih gastro proizvoda – što se u praksi pokazuje kao motiv dolaska u Istru, • rezultat toga je produženje i obogaćenje turističke sezone, čime Istra postaje - vikend gastro turistička destinacija, a potvrdu tome nalazimo u povećanju broja dolazaka naših gostiju i ostvarenih noćenja u pred i posezoni, • praćenje svjetskih trendova u turizmu te priključenje međunarodnim projektima, diversifikacija turističkog proizvoda, očuvanje tradicijskog nasljeđa, revalorizacija izvornih istarskih recepta i načina kuhanja, • preusmjeravanje turističkih tokova u središnji dio Istre na način uključivanja što većeg broja kvalitetnih ugostitelja u projekt – kompetitivnost, • predstavlja izuzetno važan vid nadopunjavanja obiteljske ekonomije ukoliko se radi o sporednoj djelatnosti ili kao što je to pretežiti slučaj o sasvim profesionalnoj djelatnosti , • predstavlja vid novog lifestyla i zdrave prehrane.
--	--	---	---

	<p>Proces preobrazbe Istre u prepoznatljivu turističku destinaciju:</p> <p>Razvoj gastro turizma – Novi gourmet portal www.istria-gourmet.com + Gastro vodiči</p>	<p>Već cijelo desetljeće Istra postiže kvalitativne pomake u razvoju i promociji autohtonih istarskih gastro proizvoda te konstantno unapređuje ponudu, uslugu i cjelokupnu kvalitetu u ugostiteljstvu. Navedeni pomaci u ukupnom podizanju kvalitete eno-gastronomije Istre uzrokovali su i drugačiju percepciju Istre od strane gostiju, koji Istru sve više prepoznaju kao kvalitetnu eno-gastronomsku destinaciju.</p> <p>Uzevši u obzir navedeno, tijekom protekle 2006. godine pokrenuta je izrada sveobuhvatnog Internet portala koji će na primjeren način objediniti i prezentirati ukupnu eno-gastronomsku ponudu Istre. Njegovo službeno predstavljanje planira se na proljeće 2007. godine.</p>	<p>Akcija Istra gastro u 2006. godini doživjela je svoje 10 izdanje. Tijekom mjeseca ožujka započelo je ažuriranje podataka svih objekata koji su bili uvršteni u web izdanje Istra Gastro za 2005. godinu. Istovremeno u suradnji s tvrtkom Petko d.o.o. iz Pule izvršen je obilazak više od 130 ugostiteljskih objekata (restorani, gostionice, konobe i agroturizmi) koji rade tijekom cijele godine. Ocjenjivani su objekti koji posluju tijekom cijele godine obzirom na naša nastojanja da se produži turistička sezona..</p> <p>Konobe i agroturizmi nisu ocjenjivani ali kao relevantan se uzimao njihov opći dojam u smislu da moraju imati ognjište i pripremati hranu na tradicionalan način. Objekti su ocjenjivani na način da mogu prikupiti maksimalno 100 bodova. Hrana se ocjenjivala u rasponu od 0 do 40 bodova, a piće, ambijent i usluga od 0 do 20 mogućih bodova. U izbor najkvalitetnijih ušli su objekti koji su sakupili barem 80 bodova. Restorani koji su skupili više od 90 bodova i posebno dobre konobe označeni su kao objekti TOP 2006.</p> <p>Oznaku kvalitete TOP 2006 dobilo je 8 restorana i 4 konobe. U odnosu na prethodno izdanje u konkurenciju najkvalitetnijih restorana i konoba ušlo je dvadeset novih objekata što čini jednu šestinu objekata i što potvrđuje dinamiku u razvoju gastronomske scene na području Istarske županije.</p> <p>U Momjanu je 31. svibnja 2006. organizirana manifestacija povodom dodjele nagrada najboljim restoranima i konobama u akciji „Istra Gastro 2006.“ Priznanja su dodijeljena restoranima i konobama koji su proglašeni kao TOP 2006 objekti u dvije različite kategorije.</p>
--	---	---	---

<p>Proces preobrazbe Istre u prepoznatljivu turističku destinaciju:</p> <p>Razvoj gastro turizma – Dani tartufa u Istri)</p>	<p>Istra je u relativno kratkom roku od svega nekoliko godina učinila ogroman kvalitativan pomak u kojem je kvalitetno prezentirala svoje potencijale u vidu revalorizacije tartufa i stavljanja istih u turističku promociju jer je dugogodišnja negativna praksa krijumčarenja tartufa iz Istre u Italiju rezultirala da su se istarski tartufi prodavali pod brandom tartufa iz Piemonta.</p> <p>U tim okolnostima Istra nije profitirala već je služila drugima, što istodobno degradira Istru. Činjenica da se ist. ugostitelji sve više usavršavaju i specijaliziraju u nuđenju tartufa govori nam da su efekti promocije tartufa izuzetno uspješni, pa je omjer potražnje u odnosu na ponudu daleko veći, što nije bio slučaj prije samo nekoliko godina.</p> <p> Svake se godine smanjuje izvoz tartufa, a povećava potrošnja u ist. restoranima. Velik broj kvalitetnih reportaža u specijaliziranim revijama, doprinosi mijenjanju imidža Istre kao gastro destinacije.</p> <p>Aktivnosti koje su promišljeno poduzimane u proteklih pet do šest godina omogućile su medijsku uvažnost. Time smo stekli kompetitivnu poziciju da Istra postane važan čimbenik u svjetskim okvirima.</p>	<p>Projekt Dani tartufa u Istri tradicionalno se održava nakon glavne turističke sezone u periodu tri jesenska mjeseca, u mjesecu rujnu, listopadu i studenom. Predstavlja razvojni turistički projekt, koji se kvalitativno nadovezuje na projekt gastro-turizma. Uz sebe veže jedinstven, rijedak i vrhunski gastro proizvod - tartuf (bijeli i crni), kojeg smo intenzivnije uključili u promociju.</p> <p>Projekt je utoliko značajniji jer je priča oko bijelog tartufa medijski izuzetno zahvalna i atraktivna radi jedinstvenosti i cijenjenosti bijelog tartufa u svijetu, no ujedno nismo dovoljno iskoristili činjenicu da u Istri ima i izuzetno kvalitetnih crnih tartufa, što smo upravo projektom Dani tartufa u Istri to promijenili.</p> <p>Projekt se svake godine kvalitativno nadopunjuje, te sa sigurnošću možemo ustvrditi i sagledati sve efekte projekta čiji se učinci najviše uočavaju u malim istarskim konobama i restoranima gdje se tartuf i konzumira. Projekt je sasvim sigurno potpomognuo otvorenju nekoliko specijaliziranih trgovina za prodaju tartufa, gljiva i tipičnih istarskih proizvoda (Buje, Buzet, Livade i Pula). Paralelno s navedenim promotivnim aktivnostima namjera nam je cijeli projekt razvijati na održiv i odgovoran način što podrazumijeva dugoročnost cijelog projekta.</p> <p>Uz tradicionalno predstavljanje ponajboljih svjetskih kuhara u spravljanju tartufa koji je ove godine izborio poznati kuhar Luigi Ciciriello; vlasnik restorana Truffe noire iz Bruxellesa, posebnu težinu je ove godine imalo natjecanje Zlatni tartuf/Tartufo d'oro - troboj nacija u gastronomiji koji je ove godine vrlo uspješno održan u hotelu Eden u Rovinju.</p> <p>Posebnu pažnju želim izdvojiti na ovogodišnji kalendar manifestacija koji je omogućio doista širok izbor kvalitetnih događanja koja su se odvijala na području Buzeta, Motovuna i Livada te je polučio značajan dolazak inozemnih gostiju u posezoni. Osim gostiju koji tu ciljano dolaze iz svojih prebivališta (Trst, Kopar, Rijeka, Ljubljana, München i sl) projekt je utoliko atraktivniji jer svim gostima koji borave u istarskom priobalju omogućava jedan dodatni sadržaj i upotpunjuje doživljaj boravka u Istri.</p> <p>Pokazno traženje tartufa je najtraženija i najspektakularnija manifestacija, koju ćemo od naredne godine izmijeniti i pretvoriti u pravi turistički proizvod; avantura traženja tartufa. Temeljem višegodišnjih iskustva i uigravanja tima koji je sposoban barem na dva svjetska jezika pojasniti kako funkcionira komunikacija između čovjeka i psa, a koji zajedno surađuju kako bi pronašli taj istarski dragulj skriven ispod zemlje.</p>
--	---	---

		<p>Ogroman utjecaj takvom ugledu najviše je pridonijela edukacija ljudi u Istri po pitanju tartufa jer je jedino mjerilo uvažnosti na inozemnom tržištu znanje i sposobnost da se to znanje marketinški oplemeni i ugradi u temelje održivog i odgovornog razvoja što je preduvjet svakog kvalitativnog i dugoročnog razvoja.</p> <p>To je uostalom i temeljna odrednica razvoja turizma EU naznačena u dokumentu AGENDA 21.</p> <p>Potvrde o stečenom ugledu i medijskoj uvažnosti najbolje svjedoče brojne i kvalitetne reportaže o istarskim tartufima što se može jasno i mjerljivo ocijeniti iz Press clipping book-a za 2006. godinu u kojemu su pohranjena sva emitiranja u službi promocije Istre.</p>	<p>Ostvareni rezultati:</p> <ul style="list-style-type: none"> • promovirali smo po prvi puta 20 osoba koje su položile tečaj za službene ocjenjivače tartufa, koji će imati za cilj verificirati kvalitetu i ispravnost tartufa na narednim lokalnim sajmovima tartufa • Manifestacije Zlatni taruf te Hommage istarskom tartufu dostigle su zavidne kriterije kvalitete koji su nam omogućile da se na navedene manifestacije odazovu najvažniji glavni urednici europskih gastro vodiča, osim toga pridobili smo i dva ponajbolja svjetska kuhara u spravljanju tartufa; gosp. Bruno Clement i gosp. Luigi Ciciriello kao najeminentnijih trend-settera na području tartufa da promoviraju i promiču istarski tartuf u svijetu • Izrada 26 minutnog filma o istarskom tartufu s najuvažnijim svjetskim kuharom za tartufe; gosp. Bruno' Clementom iz Provance polučio je izuzetan promotivni učinak za Istru i Hrvatsku. Rezultati navedenog projekta su: emitiranje filma na nekoliko svjetskih TV postaja: francuski TV5, francuski TV Voyage, belgijski nacionalni kanal, TV2 Denmark; te je film prikazan na svim preoceanskim letovima avionskih kompanija Air France, United airlinesa, te na božićnom domjenku za Diplomatski kor RH u organizaciji Istarske županije i MVP I EI, • izrađeni edukacijski paneli o tartufima značajno doprinose širenju znanja o tartufima, a kao jedan od važnijih rezultata je: sve veća osviještenost istarskih ugostitelja o važnosti tog jedinstvenog gastro proizvoda te potreba da se znanje o njemu još dodatno pojača. U nastavku navodim i ostale ne manje važne realizirane ciljeve, a koje doprinose kvalitativnom i dugoročnom repozicioniranju i restrukturiranju Istre kao prepoznatljive turističke destinacije, • aktiviranje medijske atrakcije obzirom da je na tlu Istre 1999. g. pronađen mega tartuf koji je bio težak (1,31 kg), te su ga djelatnici Upravnog odjela za turizam i trgovinu uvrstili u Guinnessovu knjigu rekorda, • valorizacija tipičnih i autohtonih gastro proizvoda u funkciji turizma, • diversifikacija turističkog proizvoda; proširenje i obogaćenje turističke ponude Istre, • produženje i obogaćenje turističke sezone s jasnim obrisima pred i posezone • promocija vikend turizma, • upotpunjavanje postojećeg projekta gastro turizma, • animacija kvalitetnih gastro novinara s napisanim reportažama o Istri.
--	--	--	--

	<p>Proces preobrazbe Istre u prepoznatljivu turističku destinaciju:</p> <p>Razvoj gastro turizma – Projekt Izvorni tartuf / Tartufo vero</p>	<p>Projekt je nakon prve dvije godine uhodavanja opravdao idejne smjernice koje su postavljene u samom začetku, ali je isto tako pokazao da se u kvalitetnu nadogradnju projekta može ići samo i isključivo poštujući zadane kriterije.</p> <p>OBRAZLOŽENJE:</p> <p>To podrazumijeva da će Klub kvalitetnih ugostitelja u narednoj godini biti smanjen s 11 objekata na cca 7 ili 8. S jedne strane je to dobro jer se poštuju strogi kriteriji i daje signal da je projekt ozbiljan dok je s druge strane šteta jer nema dovoljno kvalitetnih ugostitelja u zoni tartufa koji bi mogli pojačati image tartufa.</p> <p>Ove je godine bilo ekstremno malo tartufa, prije svega radi dugotrajne suše, koja je u velikoj mjeri pridonijela nestašicu, a samim time i podignula cijenu po kg tartufa tako da je ona ove godine kao i prošle dostizala cijenu do 4.000 Eura/kg.</p> <p>Sve te činjenice govore nam da smo usprkos tome što je upravo ova godina bila u negativnom smislu rekordna i po malim količinama i po visini cijene, na kraju smo ipak u velikoj mjeri zadovoljni, jer je postojala realna opasnost da cijeli projekt ne uspije jer je povezan za isključivo svježi proizvod, a taj je ove godine nadmašio i najpesimističnija predviđanja.</p>	<p>Kriteriji za pristupanje projektu:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Ugostiteljski objekt radi cijelu godinu (ne sezonski, ne vikendom), 2) Ugostiteljski objekt nalazi se u zoni rasta tartufa ili na rubnom području gdje je već godinama formiran image o kvalitetnoj ponudi tartufa, 3) Nudi se svježi bijeli i crni tartuf (ne zaleđen, ne tartufate, ne ulja s okusom tartufa i ne maslac s okusom tartufa), 4) Prezentacija tartufa za stolom; mogućnost da si gosti sami ribaju, da im konobar riba ili klasična varijanta, nariban svježi tartuf u kuhinji, 5) Nabava primjerenih posuda za prezentaciju tartufa, ribeža i vaga, 6) Kreirati mini menu' degustazione na bazi tartufa/sezonski menu' 7) Pažljivo odabrati vina i sljubljivati s predloženim jelima na meniju (poželjno servirati vina i na čaše), 8) Prigodan kutak sa slikama, fotografijama, dokumentacijom o tartufu, 9) Potpis diplome Pravi tartuf/Tartufo vero koju će svaki ugostiteljski objekt vidno istaknuti radi isticanja kvalitete i radi pridržavanja gore navedenih kriterija, zaštita principa kvalitete. <p>Glavni ciljevi projekta:</p> <ul style="list-style-type: none"> • kreirati prepoznatljivu grupu; klub kvalitetnih restorana i konoba, koji će temeljem razrađenih kriterija ponuditi izuzetnu kvalitetu i time umanjiti negativan image da se u Istri umjesto svježih tartufa često serviraju oni dorađeni raznim umjetnim preparatima ili zaleđeni ili konzervirani tartufi, • kreirati image Istre kao kvalitetne tartufarske destinacije, koja će biti prepoznatljiva i po bijelom ali i po crnom tartufu te na taj način omogućiti 10-mjesečnu sezonu tartufa, • upotpunjavanje postojećeg projekta gastro turizma uz promociju i turističku valorizaciju jedinstvenog i rijetkog gastro proizvoda, • promocija vikend turizma te opće produženje i obogaćenje turističke (pred i posezona), • animacija kvalitetnih gastro novinara s napisanim reportažama o istarskim tartufima (vidi press clipping), • sve veća osviještenost istarskih ugostitelja o važnosti tog jedinstvenog gastro proizvoda te potreba da se znanje o njemu još dodatno pojača što smo ostvarili organizacijom tečaja senzorne analitike i prepoznavanja tartufa u suradnji s talijanskim nacionalnim Institutom za tartufe • animacija kvalitetnijih gostiju koji će pohoditi najkvalitetnije itinerere u Istri s (novi turistički proizvodi i usluge).
--	--	--	---

<p>Proces preobrazbe Istre u prepoznatljivu turističku destinaciju:</p> <p>Razvojni projekt: maslinovo ulje – Ceste maslinova ulja Istre</p>	<p>Projekt Ceste maslinova ulja Istre je definitivno uspješan projekt koji je u izuzetno kratkom roku (nepune tri godine) polučio iznimno pozitivne rezultate sa jasnim i mjerljivim pokazateljima.</p> <p>Kad ogovorim o jasnim i mjerljivim rezultatima onda želim skrenuti pozornost na činjenicu da je projekt Ceste maslinova ulja Istre; danas prepoznatljiv turistički proizvod koji se odlikuje konkurentnom sposobnošću na vrlo zahtjevnom međunarodnom turističkom tržištu.</p> <p>Izuzetno velikim postignućem držimo da je u samo nekoliko mjeseci (pred i posezona) pet najkvalitetnijih istarskih maslinarskih itinerera; (oni koji su se kvalitetno organizirali i pripremili za prihvat gostiju), ophodilo više od 20.000 tisuće posjetitelja. Među njima, većina je imala u programu vođenu degustaciju maslinova ulja i nakon toga kupnju istih proizvoda.</p> <p>To je također izuzetan dokaz kako se od kvalitetnog gastro proizvoda može učiniti atrakcija, turistički proizvod i što je najvažnije odrediti trend kvalitete. razlog tomu je što smo kvalitetnom gastro proizvodu pridodali turističku dimenziju u smislu priče tako da na taj način možemo kreirati nove doživljaje i emocije.</p>	<p>Ideja o razvoju projekta Ceste maslinova ulja Istre proizašla je kao logičan slijed prethodno kreiranih i uspješno realiziranih razvojnih turističkih projekata poput ruralnog turizma, gourmet turizma, vinskog turizma u spoju s bogatim kulturno-povijesnim nasljeđem i prekrasnim pejzažnim vizurama istarskog krajolika. Projekt je započeo power point prezentacijama diljem Istre u kojima smo prezentirali mnogobrojne komparativne prednosti i značajne resurse u turizmu i maslinarstvu koji nisu bili međusobno usklađeni i nisu bili u funkciji postizanja sinergijskog učinka.</p> <p>Dakle, smisao prezentacije bio je motivirati proizvođače maslinova ulja da shvate da je zacrtana vizija i misija projekta dostižna te da svatko može imati koristi od projekta ukoliko unese dio svog znanja, iskustva, strasti. U tom kontekstu revitalizacija i popularizacija kulture poznavanja maslinova ulja bila je jedna od formula uspjeha. U suradnji s talijanskom asocijacijom Slow food oorganizirali smo tri tečaja pod radnim nazivom: <i>Osnove senzorne analize i prepoznavanja kvalitetnih svojstva maslinova ulja</i> za ukupno 90 polaznika, nakon čega smo u suradnji s USAMU - Udruga senzornih analitičara maslinova ulja Istre potpomogli održavanje još tri takva tečaja, koje su uvelike doprinjeli širenju kulture poznavanja maslinova ulja.</p> <p>Publicirali smo također priručnik Upoznajmo extra djevičansko maslinovo ulje, koji je poslužio da na jednostavan način i duhovitim prikazima/skicama što lakše prikažemo i učinimo dostupnim osnovna znanja o maslinovom ulju. U tom kontekstu revitalizacija i popularizacija kulture poznavanja maslinova ulja je jedna od formula uspjeha s time da je potrebno izgraditi, pridodati i umrežiti i druge razvojne turističke projekte (primjerice vino, pršuti, sir, med itd.) kako bi se kreirao uspješan turistički mozaik.</p> <p>Ceste maslinova ulja Istre, već danas možemo smatrati jednim prepoznatljivim i uobičajenim turističkim proizvodom koji se u relativno kratkom roku nametnuo s puno potencijala i već prepoznatih i realiziranih komparativnih prednosti. Projekt je u nepune dvije godine polučio sasvim konkretne i mjerljive rezultate. U Istri postoje sedam Cesta maslinova ulja s ukupno uključenih više od sedamdesetak maslinara i uljara.</p> <p>Već u prvom promotivnom materijalu smo na geografskoj karti jasno izdvojili one maslinare koji imaju cjelovito izgrađen maslinarski itinerer (označeni su sa zastavicom). To podrazumijeva da maslinovo ulje mora biti svake godine na</p>
--	--	--

		<p>Ogromno postignuće vidimo i u edukaciji maslinara, ugostitelja i drugih ljubitelja maslinarstva, koji su u tekućoj godini položili tečaj senzorne analitike i prepoznavanja maslinovih ulja.</p> <p>U 4 organizirana tečaja ukupno njih 120 je pohađalo i uspješno položilo tečaj čime značajno povećavamo kritičnu masu poznavatelja i ljubitelja maslinova ulja što je izuzetno važno u kontekstu kreiranja konkurentnosti turističkog proizvoda na zahtjevnom inozemnom tržištu.</p> <p>Potvrde o stečenom ugledu i medijskoj uvažnosti najbolje svjedoče brojne i kvalitetne reportaže o maslinovom ulju što se može jasno i mjerljivo ocijeniti iz Press clipping book-a za 2006. godinu.</p> <p>Cijeli projekt se kontinuirano oplemenjuje novim sadržajima, tako da u prosjeku svake godine niknu barem dvije nove sale za degustaciju. Ta teza nam potvrđuje da postoji veliko zanimanje za maslinovo ulje, ali ne samo kao kvalitetan proizvod, već kao proizvod koji ima turističku dimenziju/priču i koji je od strane naših gostiju izuzetno dobro prihvaćen. Dakle, maslinarski itinerer može biti jednako interesantan, atraktivan i unosan, poput posjeta muzeju, vinskog itinereru, konobi ili posjeta nekakvom sportskom natjecanju.</p>	<p>visokoj kvalitativnoj razini, da se marketinški i dizajnerski uredi i oplemeni flaširani asortiman (izbor boca, dizajnirana etiketa, korisne informacije za prepoznavanje kvalitete maslinova ulja, mini prostor za degustaciju, prodaju te eventualno za održavanje edukacijskih radionica.</p> <p>Projekt Cesta maslinova ulja je i u 2006. godini pokazao da je izuzetno vitalan projekt i da ima još jako puno prostora za nadogradnju, prije svega jer smo kao najvažniji element u razvoju cijelog projekta pridali edukaciji, koja je značajno izmijenila ustaljene navike i načine prepoznavanja i razlikovanja korektnih od nekorektnih maslinovih ulja u Istri.</p> <p>Jedna od velikih zasluga projekta je stvaranje pozitivne klime i vjeru da će maslinovo ulje u relativnom kratkom roku biti statusni simbol zdravlja i način življenja pa je sama filozofija projekta potaknula flaširanje maslinova ulja što prije nije bio slučaj. Osim toga flašira se u manjim bočicama od 2,5 dl kako bi ambalaža bila prigodna za ugostiteljske objekte. Velika pažnja posvećuje se dizajnu etikete i posebno ambalažama za poklon pakete, a samo prije dvije godine maslinovo ulje se je prodavalo na cesti i u plastičnim bocama od vode. U nastavku navodim i ostale ne manje važne realizirane ciljeve koje doprinose kvalitativnom i dugoročnom repozicioniranju i restrukturiranju Istre kao prepoznatljivije turističke destinacije:</p> <ul style="list-style-type: none"> • proizvodnja kvalitetnog maslinova ulja (podizanje kvalitete proizvodnje komercijalni proboj i njegovo pozicioniranje na tržištu, kontinuirani rast izražen kvalitativno i kvantitativno, što bolji image među opinion-leaderima, stručnjaci, • proizvodnja maslinova ulja s razlikovnim i prepoznatljivim osobinama (teritorij proizvodnje, proizvodni sustav- sortiment, pedološke osobine zemljišta, prigodna ambalaža, organoleptička svojstva i plasman, • proizvodnja prepoznatljivih poznatih maslinovih ulja (konzistentnost proizvodnje i buteljiranja, primjerena tržišna pozicija u kvalitativnom i kvantitativnom smislu uvaženost medijska, • proizvodnja maslinova ulja na bazi (mono-kultivara) - time ćemo unaprijediti autohtone istarske sorte; dati im autentičnost i izvornost izražene putem posebnih flavora i organoleptičkih svojstava omogućiti veću kontrolu u preradi maslina i kvaliteti finalnog proizvoda, • modernizacija/ mini uljare promocija kvalitetnih mini uljara kapaciteta 100-300 kg na sat po izuzetno povoljnim cijenama može uvelike izmijeniti postojeću formulu (produktivnost- učinkovitost-isplativost) uključenje što većeg broja kvalitetnih maslinara u projekt.
--	--	--	--

Proces preobrazbe Istre u prepoznatljivu turističku destinaciju:

Razvoj agroturizma – Prospekt agroturizma i izrada elaborata

Sva nova domaćinstva koja su dostavila Rješenje o kategorizaciji smještajnih kapaciteta i ispunila upitnik Turističke zajednice Istarske županije uvrštena su na internet stranice www.istra.hr. Tijekom 2006. godine u ponudu ruralnog turizma Istre uključeno je 43 nova domaćinstava od kojih jedan spada u kategoriju „ruralni obiteljski hotel“. Najzastupljeniji tipovi smještajnih kapaciteta u pravilu su: ruralne kuće i ruralne vile, agroturizmi, noćenje s doručkom.

Uvidom u podatke o ostvarenom fizičkom prometu turističkih agencija koje prodaju smještajne kapacitete u unutrašnjosti Istre primjetno je povećanje u odnosu na prošlu godinu od 22% u broju dolazaka i 33% u broju noćenja.

Razvojnim programom agroturizma i ruralnog turizma Istra je definitivno postala integralna turistička maritimna i ruralna destinacija s konkretnom ponudom turističkih usluga kako na morskoj obali tako i u unutrašnjosti, tj. ruralnom području. Agroturizam i ruralni turizam nisu pojave masovnog oblika turističke ponude, već selekcionirana i posve individualizirana ponuda snažno povezana s izvornim ambijentom, načinom života kraja, običajima, kulturnim i prirodnim vrijednostima i nadasve interakcija i komunikacija gosta s vlasnikom te lokalnim stanovnicima.

Osnovni ciljevi razvoja agroturizma:

- Promoviranje Istre kao raznovrsne turističke destinacije,
- Zaštita ambijentalne stare arhitekture i tradicionalnog kulturnog naslijeđa, valorizacija prostora i promocija turizma u unutrašnjosti poluotoka,
- Sprječavanje osipanja sela i depopulacije ruralnih područja,
- Produžetak turističke sezone,
- Praćenje svjetskih trendova u turizmu te priključivanje međunarodnim projektima.

U nastavku je prikazan ukupan broj smještajnih kapaciteta u unutrašnjosti Istre: Stanje na dan 15.12.2006.

Tip smj. kapaciteta	Ukupan broj	Broj kreveta
Agroturizam	26	170
Bed and breakfast	25	221
Ekoturizam	2	-
Odmor na vinskoj cesti	5	28
Ruralna kuća za odmor	138	960
Ruralni obiteljski hotel	10	247
Sobe i apartmani	40	345
Stancija / Villa	45	400
UKUPNO	291	2.371

Turističke agencije – broj dolazaka i noćenja u 2006. godini (unutrašnjost Istre)

Turistička agencija	Dolazaka 2006.	Noćenja 2006.
ID Riva Tours(DE)	3.896	40.820
Novasol (DK)	2.750	38.500
Kompas (HR)	1.000	7.000
Villasforum (HR)	1.150	2.793
Adriatica.net (HR)	400	1.600
Tag Travel (HR)	102	1.225
Ostalo (procjena)	600	3.000
UKUPNO	9.898	94.938

	<p>Proces preobrazbe Istre u prepoznatljivu turističku destinaciju:</p> <p>Golf projekt</p>	<p>Obzirom da se radi o dugoročnom projektu koji je započet već prije 7-8 godina, te obzirom da u Istri još uvijek nije izgrađeno niti jedno golf igralište, ocjena postignuća ovog projekta ne može biti pozitivna.</p> <p>S tim u vezi, držimo da razloge takvog neuspjeha u prvom redu možemo potražiti u sporoj administraciji i neriješenim pitanjima, kako na državnoj razini i njenih perifernih službi i ureda, tako i na lokalnom nivou (JLS), te u kompliciranim i ponekad nejasnim propisima koji uzrokuju daljnje produljenje administrativnih procedura.</p> <p>Možemo zaključiti kako projekt u velikoj mjeri ovisi o odlukama na državnoj razini, ali i o zainteresiranosti i kooperativnosti općina i gradova na čijem području je predviđena izgradnja.</p>	<p>Proteklih godina Vlada RH je usvojila Program razvitka golfa i predložila nekoliko značajnih zakonskih okvira koji su usvojeni i koji će bitno pojednostaviti i olakšati proces izgradnje golf igrališta.</p> <p>Istarska županija je u svoj prostorni plan uvrstila 22 potencijalne lokacije za izgradnju golf igrališta.</p> <p>Općine i gradovi na čijem području su predviđene potencijalne lokacije također izrađuju svoje prostorne planove (u skladu sa županijskim) u koje će biti uvrštene navedene lokacije za golf,.</p> <p>U narednom periodu se očekuje dovršetak izrade većine prostornih planova, te izrada i odobrenje studija o utjecaju na okoliš. Nakon ishodovanja prvih građevnih dozvola i provođenja natječaja za odabir investitora te ustupanje zemljišta investitoru po već poznatim povoljnim i stimulirajućim uvjetima.</p> <p>Do kraja 2007. godine, početak izgradnje prvih golf igrališta u istarskoj županiji (do sada su izdate lokacijske dozvole za tri potencijalne lokacije (Marlera, Crveni vrh i Dragonera).</p> <p>Razvojem golfa žele se postići sljedeći ciljevi koji proizlaze iz odabranog razvojnog modela:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ restrukturiranje postojeće smještajne ponude – podizanje kvalitete i izmjena strukture kapaciteta; ▪ repozicioniranje Istre i njezinih mikro-destinacija – kreiranje i promocija specifičnog imidža i identiteta; ▪ kreiranje i ponuda inovativnih turističkih doživljaja temeljenih na specifičnostima Istre; ▪ produženje turističke sezone na 7-8 mjeseci; ▪ izmjena postojeće strukture gostiju - privlačenju gostiju veće platežne moći; ▪ ponuda dodanih vrijednosti – sofisticirani proizvodi za nova tržišta, primjena suvremenih tehnologija, kvalitetna infrastruktura, efikasnost i kvaliteta usluga, upravljanje odnosima s gostima (CRM) i sl. <p>Edukacija (dodatne aktivnosti koje su nužne u funkciji razvoja golfa):</p> <ul style="list-style-type: none"> – osnivanje novih golf klubova na području Istarske županije. – provođenje golf tečajeva, posebno sa mlađim uzrastima, promocija golfa putem medija i sl. – educiranje golf trenera i uopće domaćeg kadra za buduća golf igrališta (greenkeeperi i sl.) kao i sustavno rješavanje obrazovanja takvog profila stručnjaka (uvođenje smjera za greenkeepere pri srednjim poljoprivrednim školama).
--	---	--	--

<p>Proces preobrazbe Istre u prepoznatljivu turističku destinaciju:</p> <p>Razvoj bike turizma - Novi bike portal www.istria-bike.com</p>	<p>U nepunih sedam mjeseci postavljen je kompletno novi Bike portal s inovativnim rješenjima te ogromnim komparativnim prednostima u odnosu na naše konkurente u inozemstvu. U tehnološko - informatičkom i inovativnom smislu portal je karakterističan po slijedećemu:</p> <p>*ugrađenom mehanizmu optimizacije stranica za tražilice kojega je moguće fino podešavati "fine tuning"; (tražilice poput google-a mogu indeksirati svaku kategoriju kao posebnu stranicu).</p> <p>*Elipsa cms sustav koji pored cjelovite multijezične administracije svih sadržaja i podatkovnih struktura (bike staze, smještajni kapaciteti, servisi, novosti, gps, bike hoteli) omogućava i izmjenu strukture i izgled stranica prema novonastalim potrebama.</p> <p>*related content; informacije su međusobno povezane, primjerice, klikom na biciklističku stazu dobivamo informaciju o mjestima, servisima, smještaju, uslugama, događajima i svim ostalim informacijama koje su vezane uz biciklističku stazu</p> <p>*Sustav perspektive: stranice su dizajnom i tematski tako koncipirane da omogućavaju surfanje po portalu ovisno o različitim interesima korisnika</p> <p>*ESSE (elipsa smart search engine) tražilica koja olakšava pretraživanje i vrši kategorizaciju pronađenih pojmova</p>	<p>Biciklizam u Istarskoj županiji je jedan od značajnih razvojnih turističkih projekata započet 1996. godine. Zamišljen je i kreiran da stvori novi turistički sadržaj. Sam projekt ima veliki značaj i u simboličnom smislu jer je označio zaokret i kvalitetniji, sadržajni pristup u kreiranju turizma u cjelini. Po svemu sudeći upravo je bike turizam naznačio odmak od masovnog turizma u smislu uniformne, monotone i skromne turističke ponude te otvorio proces diversifikacije turističkog proizvoda.</p> <p>Bike turizam je takva vrsta turizma koju turistički znalci popularno zovu meki turizam (ili prirodni bliski turizam), a temelji se na očuvanoj prirodnoj okolini, kulturno-povijesnoj baštini te visokom stupnju ekološke svijesti. Proizašao je kao logičan slijed ubrzanog razvoja urbanih i industrijskih sredina, koje su često u neposrednom konfliktu s najugroženijom vrstom našeg planeta - vrijednim prirodnim i kulturnim blagodatima.</p> <p>S druge strane rekreativni biciklizam je također dobio na važnosti i publicitetu uslijed općeg i sveprisutnog procesa podizanja svijesti o zdravom načinu življenja koje uključuje svakodnevnu tjelesnu aktivnost te zdrav način prehrane. U tom kontekstu je jasno da je najbolji kompromis za postizanje korisnog, zdravog i zabavnog bio upravo rekreativni biciklizam.</p> <p>Sve brojniji biciklisti, sve veći broj biciklističkih staza podrazumjeva nastavak ulaganja u ovaj važan program. U proteklim su godinama najbrojniji gosti bike turizma u Istri bili Nijemci, Talijani Austrijanci, Slovenci, Mađari i Česi, nešto manje Slovaci, Nizozemci i Skandinavci, ali su dolazili i gosti iz dalekih zemalja (npr. Malta, Sjedinjene Američke Države, Južnoafrička Republika) što dokazuje da kod bike turizma udaljenost emitivnih tržišta nije od presudnog značaja.</p> <p>Posebno naglašavamo da je naša orijentacija prema bike turizmu samo jedan od kamenčića u mozaiku kojega sustavno gradimo i oblikujemo na putu do integralnog, prepoznatljivog i jasno definiranog turističkog proizvoda. Iz takvog postava je razvidno da bike rute nisu same sebi svrha, već su one u funkciji objedinjavana svih razvojnih projekata.</p> <p>Uostalom pored kreiranja razvojnih turističkih projekata segment promocije istih u inozemstvu i tuzemstvu je naš temeljni razlog postojanja. MTB staze povezuju u integralni turistički proizvod 90-ak vinara na pet vinskih cesta, 90 ponajboljih restorana i tipičnih istarskih konoba, 300 kuća, tzv. agroturizama, velik broj kulturnih</p>
--	--	---

		<p>*Clusterski prikaz Istre i clustersko pretraživanje</p> <p>* Newsletter i mogućnost downloada brošura i drugih dokumenata</p> <p>*Dinamička site mapa (mapa se generira automatski ovisno o izmjenama u strukturi stranica); paket aranžmani naručivanja i prijave</p> <p>Pojednostavljeno, web stranice portala istria-bike.com obiluju informacijama, svježeg su i prozračnog dizajna, a tematski tako koncipirane da omogućavaju surfanje po portalu ovisno o različitim interesima posjetitelja. Site mapa i specijalna tražilica te clustersko pretraživanje olakšavaju snalaženje i omogućavaju direktan pristup do traženih informacija.</p> <p>U protekloj godini postignuti su sljedeći rezultati:objava Internet stranica www.istria-bike.com</p> <ul style="list-style-type: none"> - trasiranje novih MTB i cestovni staza - umreženo je 60 bike staza u dužini većoj od 3.200 km. - prema statistikama/ anketama svaki 4. auto koji ulazi u Istru ima gotovo 2 bicikle - brojne reportaže i oglasi koji promoviraju Istru i njene bike profesionalne utrke povećali su upite o bike turizmu Istre za 20% u odnosu na prošlu god. - brojne reportaže i oglasi koji promoviraju Istru produžili su turističku sezonu i na taj način omogućili bolje poslovanje u središnjem dijelu Istre 	<p>itinerera te pejzažnih posebnosti Istre.</p> <p>Projekt se temelji na očuvanoj prirodnoj okolini, kulturno-povijesnoj baštini te visokom stupnju ekološke svijesti. Upravo se na ovim pretpostavkama bazira današnji moderni turizam odnosno potrebe turista za alternativnim aktivnostima. Kako bi se povećale ekonomske koristi od turizma, neophodno je usvojiti i implementirati nove projekte kao što je i ciklo-turizam na održivi razvoj sa orijentacijom na one oblike turizma koji će stvarati koristi svim sudionicima.</p> <p>Biciklizam je najmasovniji sport u Europi. Procjenjuje se da se tim vidom sporta odnosno rekreacije aktivno bavi više od 600 milijuna ljudi diljem svijeta. Tako bilježimo da npr. u Njemačkoj broj registriranih biciklista naveliko premašuje brojku od 20 milijuna, što profesionalnih što rekreativnih ljubitelja biciklizma. Tako izuzetno velike vrijednosti i brojke vrijede i u ostalim europskim zemljama, a poglavito u nama interesantnim emitivnim turističkim destinacijama poput zemalja beneluxa i Skandinavije.</p> <p>Posljednjih godina na tržištu potražnje raste preferencija turista za specifičnim vrstama turizma. Povijesna baština, predivna priroda i ugodna klima okvir su koji će omogućiti Istri da bude privlačna za suvremene turiste željne aktivnog odmora. Istra u postojećim kapacitetima već sadrži obalu i različit teren u unutrašnjosti; razgranatu cestovnu mrežu; mnoštvo manje prometnih lokalnih cesta; hoteli i usluge smještaja različitih tipova i potreba; autohtoni agroturizam, proizvodnja hrane; tržišna prepoznatljivost; biciklističke utrke i trening pripreme; biciklističke klubove.</p> <p>Glavni ciljevi projekta ostaju: Promocija Istre kao bike destinacije, produženje turističke sezone, upotpunjavanje postojećeg projekta sportskog turizma, proširenje i obogaćenje turističke ponude Istre, animacija što većeg broja kvalitetnih novinara da pišu o bike stazama Istre preusmjeravanje tur. tokova u središnji dio Istre,</p> <p>Promocija Istre kao poznate bike destinacije koja će se moći mjeriti s najznačajnijim bike regijama u Europi, produženje turističke sezone na način da se u periodu pred i posezone organiziraju značajne profesionalne bike manifestacije, zatim sportsko rekreativne za ciklo-turiste, ali i bike kampovi za pripremu prije početka bike sezone, proširenje i obogaćenje turističke ponude Istre, tzv. mekim, odnosno prirodi bliskim turizmom koji u prostoru ne ostavlja tragove.</p>
--	--	--	---

<p>Proces preobrazbe Istre u prepoznatljivu turističku destinaciju:</p> <p>Razvoj bike turizma - Istra MTB Tartufi Tour – Parenzana</p>	<p>U odnosu na prošlu godinu povećan je broj natjecatelja za 30%; prema strukturi nacionalnosti za 35%, te broj posjetitelja za 25%.</p> <p>U organizacijskom smislu utrka je prošla u najboljem mogućem redu, to znači bez bilo kakvih propusta, bez zastoja u dinamici odvijanja same utrke i bez ozljeda koje su u takvim brdsko-planinskim disciplinama česte. Time je opravdano povjerenje naših stalnih natjecatelja, ali i sponzora koji su uložili trud u organizacijskom i financijskom smislu što je rezultiralo službenim pohvalama manifestacije.</p>	<p>Predstavlja razvojni turistički projekt, koji je u svom razvojnem procesu jedan od značajnijih turističkih proizvoda. Takvu konstataciju nam potvrđuju višegodišnja iskustva, a i sami rezultati koje postižemo u organiziranju važnih bike natjecanja uz uspješno uključivanje i povezivanje privatnog i javnog sektora.</p> <p>Projekt Istria MTB Tour - Parenzana 2006. g. u svom jubilarnom desetom izdanju (profesionalne MTB utrke), odnosno jedanaestom kada smo dionicu od Vižinade do Motovuna svečano otvorili, doživjela je svoje najbolje izdanje. Velikim dijelom je to rezultat višegodišnjeg iskustva kao i izuzetno dobro odrađenim pripremnim radnjama za samu organizaciju manifestacije.</p> <p>U tom kontekstu Istra koristi svoje klimatske izvanredne uvjete na način da se predstavi kao idealna destinacija za sve potencijalne bike klubove, koji svoje zimske pripreme odrađuju svake godine. Time želimo i Istru staviti u red poželjnih destinacija za svoje zimske pripreme i početak nove natjecateljske sezone.</p> <p>Cilj ovog projekta je stvoriti okvir za razvoj kvalitetne, suvremene i inovativne turističke ponude koja će povećati konkurentnost istarskog turizma na tržištima turističke potražnje i kapitalnih investicija. Istra je ove godine bila domaćin međunarodnog kupa <u>Intern-Mountain-Series</u> u brdskom biciklizmu koji je u svoj kalendar, osim dviju austrijskih i mađarskih etapa, uvrstio upravo i našu atraktivnu maraton utрку Parenzanu.</p>
<p>Proces preobrazbe Istre u prepoznatljivu turističku destinaciju:</p> <p>Razvoj bike turizma - Istra Terra Magica Bike</p>	<p>U odnosu na prošlu godinu povećan je broj natjecatelja za 10%; prema strukturi nacionalnosti za 20%, te broj posjetitelja za 15%.</p> <p>Sve gore navedeno je samo poticaj da prijavimo kandidaturu za svjetski kup, te se nadamo da bi 2009. g. mogli ugostiti po prvi puta u Hrvatskoj utрку za svjetski kup u klasi Cross Country. Jasno da je za naš izbor potrebna potpora svih subjekata kako bi se iz Svjetske biciklističke federacije doista uvjerali da smo sposobni organizirati manifestaciju na tom nivou.</p>	<p>Projekt Istra Terra Magica Bike je doživio svoje drugo izdanje. Iako se ne radi o izuzetno složenoj manifestaciji poput Parenzane, ipak je učinak utrke izuzetno važan jer se dešava krajem travnja, odnosno početkom svibnja kada u Europi tek počinju prave utrke, tako da im Istra posluži kao važno prednatjecanje za provjeru forme.</p> <p>Predstavlja razvojni turistički projekt, koji je u svom razvojnem procesu jedan od značajnijih turističkih proizvoda. Takvu konstataciju nam potvrđuju višegodišnja iskustva, a i sami rezultati koje postižemo u organiziranju važnih bike natjecanja uz uspješno uključivanje i povezivanje privatnog i javnog sektora.</p> <p>U tom kontekstu Istra koristi svoje klimatske izvanredne uvjete na način da se predstavi kao idealna destinacija za sve potencijalne bike klubove, koji svoje zimske pripreme odrađuju svake godine. Time želimo i Istru staviti u red poželjnih destinacija za svoje zimske pripreme i početak nove natjecateljske sezone.</p>

<p>C.</p>	<p>Povećanje potrošnje naših gostiju i otvaranje novih tržišta:</p> <p>Certifikacija hotela, pansiona i obiteljskih gospodarstava</p>	<p>Po prvi puta je pokrenut i izrađen projekt certifikacije smještajnih jedinica kako u priobalnom tako i u ruralnom prostoru tematskog oblika prema pravilima i kriterijima međunarodne organizacije za razvoj biciklističkog turizma.</p> <p>Prema prvim pokazateljima u organizacijsko-pripremnoj fazi izgradnje samog projekta, opći je dojam da su se vlasnici smještajnih objekata relativno bez značajnijih poteškoća prilagodili novim tržišnim uvjetima te prihvatili strože kriterije, koji zahtijevaju dodatni angažman i složeniju organizaciju prihvata gostiju.</p> <p>Prvi testni period koji će biti najbolji pokazatelj uspješnosti projekta Bike & Bed i Bike hotels biti će upravo sezona 2007. godine s početkom u travnju mjesecu.</p>	<p>Pored dobro razvijene infrastrukture staza kako onih MTB tako i onih cestovnih, presudni element za uspješan razvoj bike turizma jesu smještajni objekti koji moraju biti prilagođeni potrebama biciklista. To podrazumijeva da smještajni objekti moraju ispunjavati osnovne i dodatne kriterije kako bi boravak biciklista bio udoban.</p> <p>To podrazumijeva konkretne izmjene u poslovanju svakog smještajnog objekta na način da se udovolji barem osnovnim kriterijima, a jasno je da za uspješnost cijelog projekta treba težiti ispunjavanju i dodatnih uvjeta. Hotelski smještaji i kuće u ruralnom prostoru kao ponuđači smještaja bike turistima trebaju zadovoljiti slijedeće osnovne uvjete:</p> <ul style="list-style-type: none"> • prihvata ciklo-turista i samo za jednu noć, • prostor za sušenje odjeće i putne opreme, mogućnost pranja bicikala, • stavljanje na raspolaganje seta za popravak koji sadrži najvažniji alat za jednostavne popravke, sigurna prostorija za besplatno ostavljanje bicikala preko noći, dostupnost karata regije/ biciklističkih karata, • ponuda bogatog doručka prilagođen načinu ishrane za sportaše bicikliste ili mogućnost korištenja kuhinje, • informacije o lokaciji, radnom vremenu i telefonskom broju najbližih mehaničara u slučaju većih kvarova. <p>Najznačajniji ciljevi projekta ostaju:</p> <ul style="list-style-type: none"> • kreirati prepoznatljivost bike destinacije /Product destination brand, • kreirati dobro ustrojen i organiziran turistički proizvod Product quality brand, • pružiti raznorodnu paletu proizvoda na temu bike-a; diversifikacija turističkog proizvoda/ Diversification tourism product, • certifikacija kvalitete/Quality labels, • osiguranje osnovnih infrastrukturnih uvjeta za potrebe biciklista • poticanje razvitka svih uslužnih djelatnosti koje obogaćuju sadržaj, • organizaciju biciklističke mreže i označavanja biciklističke mreže, • valorizacija povijesno-turističkih značajki, upravljanje i održavanje bie mreže, • kvalitetna prezentacija urbanih i ruralnih sredina, • kontinuirano poticanje razvoja kapaciteta, širenja portfelja i ustrajanje na prepoznatljivoj kvaliteti proizvoda i usluga utemeljenog na tržišnoj marki i kombinaciji izletničkog i boravišnog turizma, • povećati broj dolazaka, broj noćenja i prihoda od turizma, nudeći kvalitetnu ponudu uz konkurentne cijene,
------------------	---	---	---

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

<p>6.2.</p>	<p>Prijedlog reguliranja enduro i off road vožnji u Istri</p>	<p>Pored hrvatskih zakonskih propisa, u izradi Prijedloga korištena su iskustva nekih europskih zemalja, Aut, Ita, Swis, Rum, Češke i dr. Namjera je da se na nivou IŽ donese</p> <p>Odluka o organiziranom korištenju šumskih, poljskih i svih ostalih putova i staza za vožnju enduro i moto-kros motocikala, te da se iste stavi pod nadzor registriranih društva (vodiča) i time spriječi nekontrolirano uništavanje privatne i društvene imovine.</p> <p>Aktivnosti u 2006.</p> <ul style="list-style-type: none"> - razmatranje predloženog proj. - prethodna rasprava sa članovima Inicijative za reguliranje enduro i off road vožnju - utvrđivanje staza namijenjenih za enduro i off road vožnje - ishodovanje suglasnosti JLS - izrada Prijedloga Odluke o reguliranju off road vožnji - posebno poligoni za održavanje sportskih natjecanja - posebno staze za rekreativne turističko-izletničke vožnje. 	<p>Predložili smo da moto klubovi i agencije koje su zainteresirane za promicanje takvog vida turizma, postanu nositelji prava i obaveza (godišnje odobrenje) na području lokalne zajednice ili na području cijele Istre, te da se u dogovoru sa lokalnim vlastima utvrde putevi koji će se moći koristiti u sportske i turističke svrhe, te da s time u vezi dogovore i uvjeti korištenja tih puteva i staza.</p> <p>Takav model je već prihvaćen u ostalim zemljama zapadne Europe gdje se vožnja u prirodi može ostvariti jedino posredstvom moto kluba, što je i jedan od načina na koji se klubovi financiraju, pa nisu na teret zajednice.</p> <p>Uvođenjem dnevnih, tjednih i mjesečnih naknada za dozvolu, jedan dio prihoda bi se usmjeravao u unapređenje takvih aktivnosti, čišćenje staza, sanaciju šteta počinjenih od nepoznatih počinitelja, organizaciju ekoloških akcija i ostalih prezentacija projekta jedinicama lokalne samouprave, manifestacija.</p> <p>Cilj je obuzdati već spomenute neodgovorne vozače koji nelegalno, bez nadzora ili ovlaštenih vodiča voze bez ikakvog reda i poštivanja prirodnog okoliša, na način da se sankcioniraju propisanim kaznama od strane nadležnih institucija koje brinu o provođenju zakonskih normi. Cilj je također ograničiti broj motorista na najviše 50 dnevno i to na cijelom području županije.</p> <p>Prijedlog organiziranja: Specijalizirane agencije i klubovi stvaraju i oblikuju turističke proizvode i aktivnosti na osnovu resursa i atrakcija. One su također odgovorne za promociju, izravno korisnicima, neizravno pomoću posrednika. Njihova važnost je bitna zbog razvoja novih turističkih područja i specijaliziranih enduro i off road proizvoda.</p> <p>Ciljevi: licencirati vodiče sa ovjerenom iskaznicom; kontrolirati vožnje uz prisustvo vodiča agencije ili kluba; sve najavljene vožnje prosljediti svim jedinicama lokalne samouprave na čijem području prolazi vožnja; stvaranje baze podataka domaćih organizatora enduro i off road vožnji kako bi sve zainteresirane za takvu vrstu sporta usmjerili na specijalizirane agencije i klubove; legalizacija aktivnosti enduro i off road vožnji poštujući zakone i propise; propisati pravila ponašanja – organizatori moraju ispuniti propisane uvjete; utvrditi način provođenja nadzora i sankcije za prekršitelje u suradnji sa nadležnim institucijama (MUP, PU).</p>
--------------------	--	---	--

7. OCJENA FINANCIJSKOG POSLOVANJA - PO PROGRAMIMA I AKTIVNOSTIMA		
PLANIRANA SREDSTVA	UTROŠENA SREDSTVA	OBRAZLOŽENJE
<p>Planirana sredstva predviđena za provedbu svih aktivnosti u 2006. godini bila su predviđena u iznosu od 3.635.386,00 kn.</p> <p>Nenamjenska sredstva iznosila su 2.489.298,00 kn Namjenska sredstva iznosila su 1.146.088,00 kn</p>	<p>Proračun je u svom nenamjenskom djelu izvršen u visini 91,66%, dok je namjenski dio proračuna realiziran s 2,20%.</p>	<p>Na temelju opisanih provedenih i realiziranih aktivnosti u protekloj 2006. godini, vidljivo je da je pozicija proračuna, razdjel 5, u svom nenamjenskom djelu realizirana s 91,66%. Posebno želim istaknuti da su gotovo svi jednogodišnji projekti realizirani gotovo u 100%-nom obimu što je razvidno iz analitike pozicija Proračuna; razdjel 5.</p> <p>Razlog radi kojeg pozicija Proračuna, razdjel 5 nije realizirana u cjelosti, nalazi se na poziciji Poticanje i razvoj agroturizma, koja je realizirana s 73,28% iz razloga jer su određeni krediti otplaćeni prije roka tako da su se proporcionalno smanjile i naše subvencije.</p> <p>Želim također naglasiti da su sredstva s pozicije namjenskih sredstava ostala neutrošena. Radi se o namjenskim sredstvi-ma Europske komisije namijenjenih realizaciji projekta Parenzana - put zdravlja i prijateljstva. U nastavku navodim više objektivnih razloga radi kojih se sredstva nisu utrošila:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Za implementaciju projekta Parenzana - put zdravlja i prijateljstva bilo je potrebno zaposliti vježbenika pa je sukladno izrečenome raspisan javni natječaj, te je cijela procedura zahtijevala propisanu proceduru. Odabrana vježbenica se je zaposlila u IŽ s datumom 1. lipnja 2006. godine. 2) Obzirom da se radi o prvim projektima sufinanciranim iz Europske komisije, postojala su određena pravila koja je bilo potrebno usvojiti kako bi se moglo otpočeti s realizacijom. Sukladno navedenome morali smo zadovoljiti precizne administrativno-tehničke uvjete prema nadležnim institucijama kako bi došli u poziciju korištenja namjenskih sredstava. 3) Obzirom da projekt traje 23 mjeseca, navedena sredstva prenesena u Proračun za 2007. godinu.

8. ZAKLJUČAK/REZIME

Upravni odjel za turizam Istarske županije je tijekom protekle godine obavio niz administrativnih, protokolarnih, stručnih i projektnih poslova u okviru svoje nadležnosti te je u značajnom dijelu ispunio programske postavke koje su bile predviđene Programom rada za 2006. godinu. Nastavljen je kontinuitet u kreiranju i kvalitativnom unapređenju turističkih razvojnih projekata čime smo uvelike doprinijeli podizanju image-a Istre, njenoj kvalitetnoj diversifikaciji turističkih proizvoda, te potpomogli da se ostvare zavidni ekonomski rezultati. Projekti su kreirani, koordinirani i vođeni po načelu zajedničkog djelovanja privatnog i javnog sektora te oplemenjivanja turističke ponude Istre, a posebno s ciljem realizacije osnovnih postavki iz Programa rada:

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

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

Turistička 2006. godina opravdala je očekivanja te potvrdila naše razvojne potencijale. Iz takvih konstatacija je razvidno da se turizam Istre nalazi pred ključnim izazovima sustavnog i koordiniranog razvoja, stoga će se u slijedećem programskom periodu posvetiti posebna pažnja strukturnim promjenama u turizmu Istre. To podrazumijeva izuzetno delikatnu fazu početka implementacije strateškog dokumenta tzv. Master plan turizma Istre, te njegova dosljedna primjena u praksi, koji nam ima dati konkretne odgovore na pitanja budućeg razvoja turizma u Istri. Master plan predviđa pet osnovnih elemenata razvoja: 1) Razvojni model turizma, 2) Plan konkurentnosti, 3) Investicijske potrebe i mogućnosti, 4) Novi marketing plan, 5) Plan implementacije

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