



Hotel & Destination Consulting

# Strategija i operativni program rada TZ Južne Istre do 2027. godine

Svibanj 2021.

## Sadržaj

1. UVOD.....	3
2.1. O projektu .....	3
2.2. Metodologija rada savjetnika.....	3
2. ANALIZA TURISTIČKE POZICIJE KLASTERA JUŽNA ISTRA.....	5
2.1. Opći podaci.....	5
2.2. Resursna osnova za turizam.....	8
2.2.1. Plaže .....	8
2.2.2. Zaštićena i vrijedna područja prirode .....	10
2.2.3. Kulturno-povijesna baština i infrastruktura .....	11
2.2.4. Ostale atrakcije .....	12
2.2.5. Razvojni projekti i inicijative .....	12
2.3. Trendovi ponude i potražnje.....	14
2.3.1. Ponuda .....	14
2.3.2. Potražnja .....	15
2.4. Okruženje i dokumentacijska osnova.....	17
2.4.1. Nacionalno i EU okruženje .....	17
2.4.2. Smjernice dokumenata višeg reda (Master i marketing plan razvoja turizma Istarske županije do 2025. godine) .....	18
3. ANALIZA STAVOVA KLJUČNIH DIONIKA KLASTERA JUŽNE ISTRE.....	20
3.1. Uvod .....	20
3.2. Opći rezultati vezani uz klaster Južne Istre .....	20
3.3. Ostala opredjeljenja dionika .....	21
4. STRATEŠKI OKVIR RAZVOJA TURIZMA KLASTERA JUŽNA ISTRA .....	23
4.1. Polazišta za formiranje nove strategije .....	23
4.2. Evaluacija strateških osnova prethodne strategije .....	24
4.3. Strateški okvir razvoja turizma klastera Južne Istre do 2027. godine .....	27
4.3.1. Strategija i pozicioniranje Južne Istre.....	27
4.3.2. Ciljevi i vodeće strategije turističkog razvoja do 2027. godine .....	28
5. OPERATIVNI PROGRAM TURISTIČKOG RAZVOJA .....	29
5.1. Uvod .....	29
5.2. Plan razvoja ključnih turističkih proizvoda .....	29
5.2.1. Sunce i more .....	29
5.2.2. Kratki odmori .....	35
5.2.3. Sport, aktivnosti i turizam posebnih interesa .....	39
5.2.4. Ture .....	41
5.3. Ključni turistički projekti klastera Južna Istra do 2027. godine .....	44
5.4. Preporuke za sustav upravljanja turizmom Južne Istre.....	49
6. AKCIJSKI PLAN .....	51
DODATAK 1 – ANKETNI UPITNIK ZA DIONIKE.....	54
DODATAK 2 – POPIS PROJEKATA U TOKU, PROJEKTNIH IDEJA I INCIJATIVA PREMA EU I NACIONALNIM FONDOVIMA .....	57

## 1. UVOD

### 2.1. O projektu

Turističke zajednice područja Južne Istre (pod ovim se nazivom podrazumijeva Naručitelj – Turističke zajednice općina Fažana, Marčana, Ližnjan, i Medulin, odnosno turističke zajednice gradova Vodnjan i Pula) 2015. godine izradile su prvu strategiju turističkog klastera Južne Istre kao inicijalnu platformu integriranog razvoja i suradnji navedenih lokalnih i turističkih zajednica u razvoju turizma. Strategija je postavila karakter, glavne pravce i turističke projekte za razdoblje do 2020. godine. Motivirani istekom prethodne strategije te bitnim promjenama Zakona o turističkim zajednicama i promicanju turizma Republike Hrvatske koji je stupio na snagu 2020. (a dio odredbi 2021.) godine, predstavnici turističkog klastera Južne Istre obratili su se krajem 2020. godine društvu Hotelsko i destinacijsko savjetovanje d.o.o. (Izvođač, nadalje HDC) za izradom novog strateškog dokumenta s vremenskim obzorom od 2021. do 2027. godine. Sljedeći su sastavni elementi strategije:

- Analiza turističke pozicije klastera Južne Istre
- Prikaz dostupnih podataka o prioritetima i očekivanim programima EU i nacionalnih fondova u turizmu
- Usklađenje sa Strategijom rada Turističke zajednice Istarske županije u budućem razdoblju
- Intervjui s ključnim dionicima turizma područja Južne Istre (prema sugestiji Naručitelja) u cilju identifikacije vizija, potreba, ključnih turističkih projekata i proizvoda u sljedećem razdoblju
- Evaluacija i revizija strateških elemenata iz prethodne strategije do 2020. godine (vizija, pozicioniranje, ciljevi, proizvodi)
- Identifikacija ključnih projekata potrebnih za razvoj do 4 odabrana proizvoda
- Strategija i prioriteti rada upravljačke strukture turizmom Južne Istre do 2027.
- Akcijski plan implementacije ključnih projekata i aktivnosti s pozicije zaduženja i aktivnosti aktera u upravljačkom sustavu turizma Južne Istre.

Na izradi ovog projekta sudjelovali su dr.sc. Branko Bogunović (voditelj projekta), dipl.oec. Zoran Kasum, dipl.oec. Ivana Đurđić – Petrinić i dipl.oec. Ružica Herceg.

Završna verzija studije dovršena je 7. svibnja 2021. godine.

### 2.2. Metodologija rada savjetnika

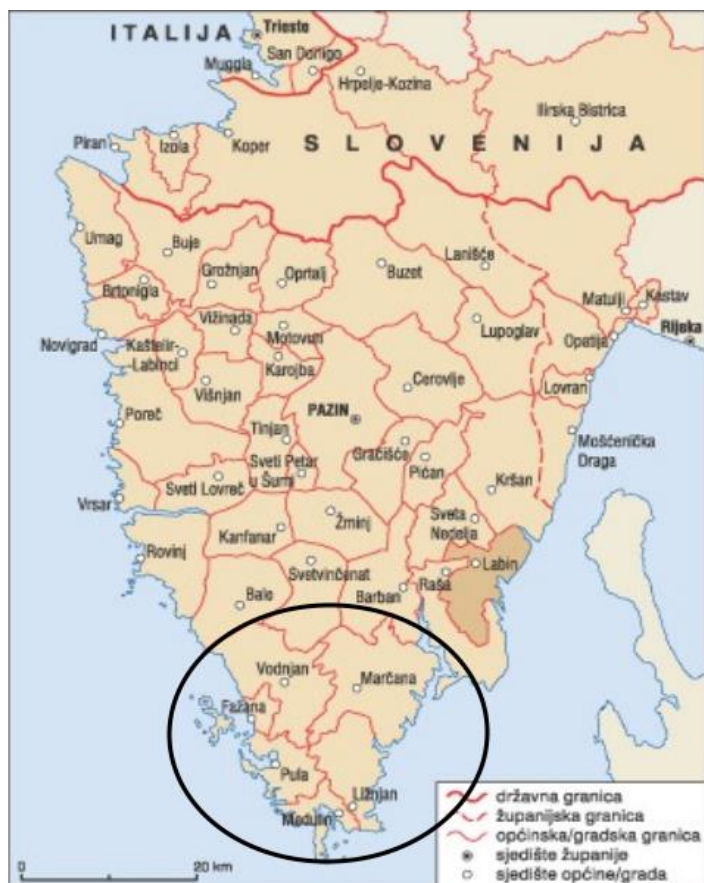
U izvršenju projektnog zadatka HDC primijenio je standardne procedure u turističkom savjetovanju prilikom provedbe svih potrebnih koraka u istraživanju, analizi i evaluacijskim tehnikama kako bi se pripremila ova studija. Procedure, analize i koraci koje smo primijenili u izradi studije su sljedeći:

- Inicijalni sastanak s timom Naručitelja;
- Sastanci s vodećim dionicima turizma klastera;
- Analiza dioničkih pozicija i interesa;
- Izrada pregleda resursne osnove klastera;
- Analiza tržišta i identifikacija ključnih tržišnih trendova;
- Istraživanje relevantnih nacionalnih institucija (Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova Europske unije, Ministarstvo turizma, Istarska županija);
- Identifikacija elemenata provedbe Strategije razvoja turizma Istarske županije u razdoblju 2021. – 2025. relevantnih za izradu strategije klastera;
- Revizija strateškog okvira klastera Južne Istre – polazišta vizije, vizija, karakteri područja (jedinice lokalne samouprave), ključni proizvodi i ciljevi;
- Razrada ključnih projekata u 4 prioriteta proizvoda klastera;

- Prijedlog raspodjele odgovornosti u elementima turističkog razvoja (klasteri/zajednički projekti i aktivnosti te aktivnosti koje ostaju u domeni lokalnih turističkih zajednica);
- Prijedlog razvoja marketinške infrastrukture;
- Razrada detaljnog akcijskog plana do 2025. koji uključuje termine, trajanje, odgovornosti i moguće budžetske izvore, te okvirnog plana za razdoblje 2025. - 2027.

## 2. ANALIZA TURISTIČKE POZICIJE KLASTERA JUŽNA ISTRA

### 2.1. Opći podaci



	površina (km <sup>2</sup> )	stanovništvo
Pula	52	57.460
Vodnjan	100	6.119
Medulin	32	6.481
Fažana	13	3.635
Marčana	134	4.253
Ližnjan	70	3.965
<b>Ukupno</b>	<b>401</b>	<b>81.913</b>

- Klaster Južne Istre zauzima 400 km<sup>2</sup> južnog dijela Istarskog poluotoka te zauzima 14% površine, a s nešto manje od 82.000 stanovnika, 40% stanovništva Istarske županije;
- Prevladava umjereno topla vlažna klima (tipologija Cfa) koju karakteriziraju umjerene do blage zime te topla vlažna ljeta. Ovakvu klimu u Europe imaju još i dijelovi sjeverne i središnje Italije. Dijelovi klastera

pokazuju i manje utjecaje toplije Sredozemne klime koja prevladava u Dalmaciji. Ipak, klimatski uvjeti uvjetuju nešto kraću sezonu proizvoda sunca i mora u odnosu na Dalmaciju (tipično 15 do 30 dana);

- Zahvaljujući prije svega urbanom kontinuitetu Pule koji se procjenjuje na 3.000 godina i sačuvanim povijesnim objektima (Amfiteatar, Augustov hram, Forum), ali i povijesnoj baštini drugih dijelova klastera, radi se o području najprepoznatijih povijesnih artefakata u regiji;
- Na području klastera nalaze se i Nacionalni park Brijuni, zaštićeno područje Kamenjaka te niz vrijednih prirodnih područja, prije svega na turistički bitno manje valoriziranoj istočnoj obali klastera.

## GOSPODARSTVO

Gospodarstvo klastera Južne Istre u 2019. godini				
	prihodi (mil. kuna)	zaposleni	prihod od turizma (mil. kuna)	zaposleni u turizmu
Pula	7.640	13.559	848	1.847
Vodnjan	759	1.616	9	49
Medulin	625	966	132	212
Fažana	576	638	102	135
Marčana	126	401	19	55
Ližnjan	218	447	8	33
<b>Ukupno</b>	<b>9.944</b>	<b>17.627</b>	<b>1.117</b>	<b>2.331</b>

Udjel turizma u prihodu	
Pula	11,1%
Vodnjan	1,1%
Medulin	21,1%
Fažana	17,7%
Marčana	15,1%
Ližnjan	3,7%

## UDJELI JUŽNE ISTRE U ŽUPANIJI:

14,2% površine  
 39,4% stanovništva  
 27,8% prihoda  
 32,0% zaposlenih  
 15,0% turističkog prihoda

Izvor: FINA, PP gradova i općina

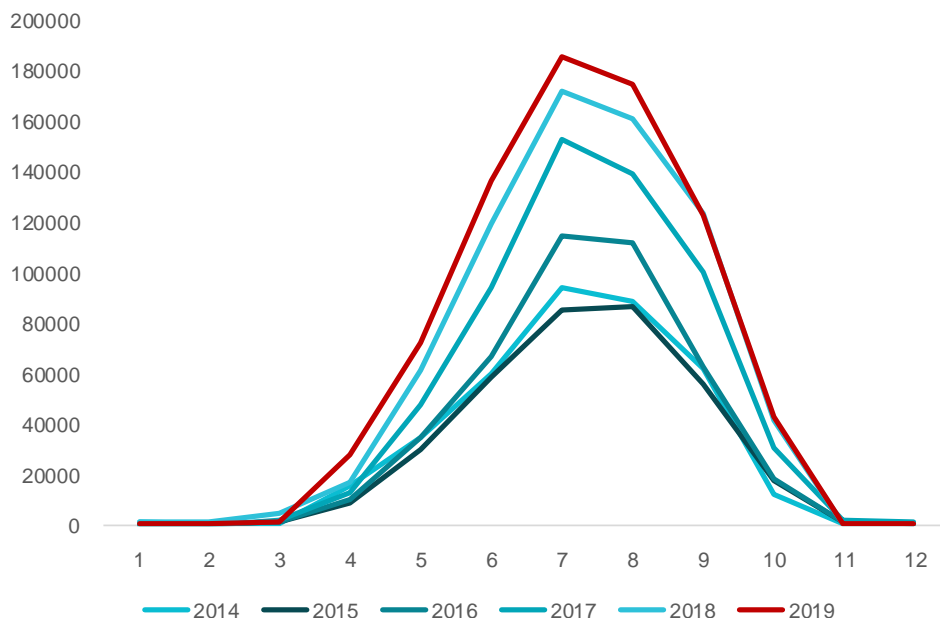
- Poduzetnici na području klastera su u 2019. godini ostvarili promet od nešto manje od 10 milijardi kuna i zapošljavali 17.627 osoba, od čega se oko 11% prihoda i 13% zaposlenih odnosi na turizam (djelatnost I prema nacionalnoj kategorizaciji djelatnosti);
- Pula je dominantna urbana i gospodarska cjelina klastera s više od 70% stanovnika i više od tri četvrtine ukupno registrirane ekonomske aktivnosti (poduzetnički prihodi i zaposleni);
- Udio turizma u gospodarstvu značajno varira među jedinicama lokalne samouprave - od 1,1% u poljoprivredi i preradi orijentiranom Vodnjanu do iznad 20% u Medulinu;

- Ako bi se ovim, direktnim, učincima turizma na gospodarstvo priključili indirektni i inducirani, te dodatno pribrojili učinci obrta i privatnih osoba koje strukturne statistike ne pokrivaju (što je vrlo važno prije svega zbog znatnog privatnog smještaja), moguće je pretpostaviti da turizam generira između četvrtine i trećine gospodarstva klastera, a da taj udio u Medulinu i Fažani prelazi polovinu ukupnog gospodarstva;
- Ipak, udio turizma u gospodarstvu klastera manji je od prosjeka Istarske županije (11% naprema 20% u Županiji), a klaster ostvaruje 28% ukupnog prihoda Istarske županije, dakle manje od udjela u stanovništvu;
- Zaključno (a to pokazuju i drugi sekundarni podaci), ovo je područje u cjelini (usprkos Puli) ponešto ispod županijskog prosjeka gospodarskog razvoja.

## PROMET

- Južna Istra je na mrežu nacionalnih, i dalje europskih, autocesta spojena istarskim ipsilonom (autoceste A8 i A9). U tijeku je dovršetak izgradnje punog profila dijela autoceste A8 (Matulji-Kanfanar) te se očekuje dovršetak dionice Cerovlje – Tunel Učka do ljeta 2021. godine, odnosno punog profila dionice od tunela Učka do Matulja do 2023. godine;
- Glavne državne ceste koje spajaju jedinice lokalne samouprave i naselja Južne Istre su D66 (Pula-Labin-Opatija-Matulji), te D75 (Savudrija–Pula);
- Cestovni pristup od je i dalje visoko dominantan za potrebe turizma te prema istraživanju TOMAS 2019, više od 90% turista u Istarsku županiju dolazi cestovnim putem;
- Južna Istra ima razmjerno povoljan smještaj prema tržištima Srednje i dijela Zapadne Europe, oko 8 milijuna ljudi živi na udaljenosti 5 sati vožnje od Južne Istre, a iznad 50 milijuna ljudi živi na udaljenosti 10 sati vožnje, pri čemu će se ove brojke dodatno podizati dovršetkom preostalih dionica autocesta;
- Prema statistici HAC-a, u 2017. godini je tijekom ljetne sezone na čvoru Pula zabilježeno 1,18 milijuna vozila, a u 2018. 1,26 milijuna vozila (porast od oko 8%).

### Sezonalnost prometa putnika u Zračnoj luci Pula 2014. - 2019.



Izvor: Zračna luka Pula

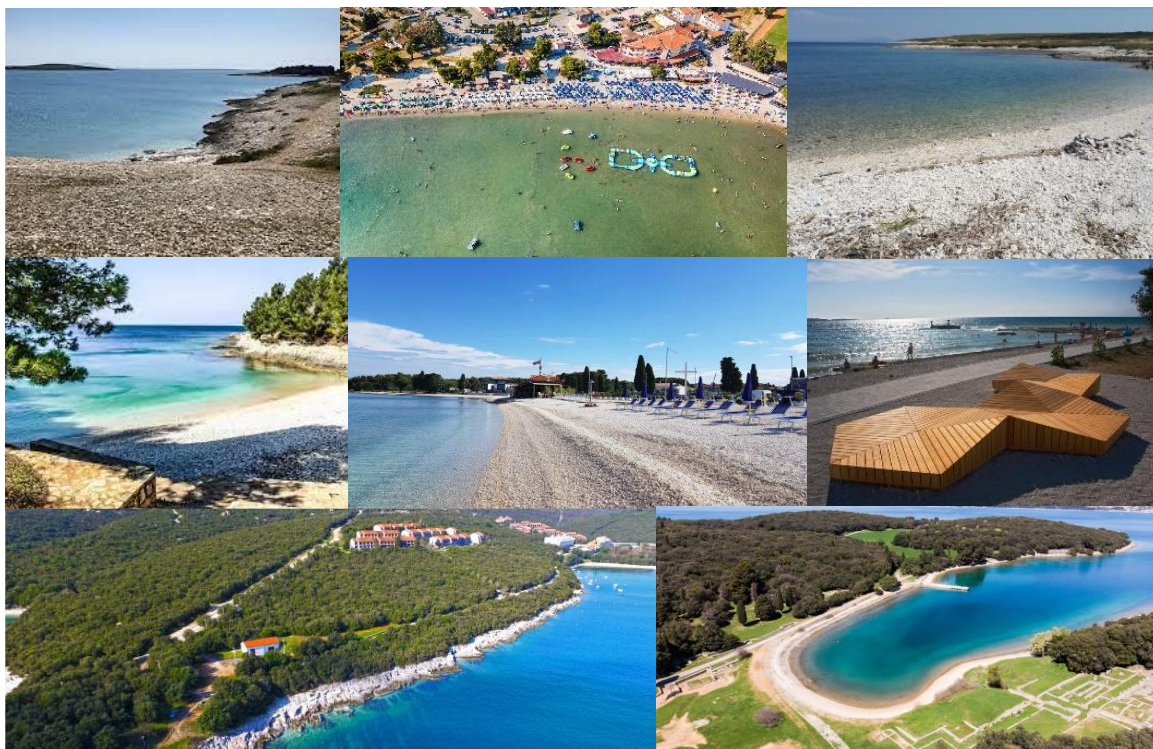
- Zračna luka Pula zabilježila je značajan rast u razdoblju od 2014. više nego udvostručivši broj putnika na 775 tisuća u 2019. godini;



- Sezonska pokrivenost linijama uključivala je gotovo sve države EU i Rusiju, uz najbolju pokrivenost njemačkih i britanskih destinacija;
- Osim samog rasta fizičkog prometa, valja napomenuti i kontinuiran trend smanjenja sezonalnosti prometa Zračne luke gdje se udio putnika između lipnja i rujna polako približava udjelu od 80%, što je značajno manje od udjela ostvarenih noćenja. Također, udio putnika u srpnju i kolovozu je u 2019. pao ispod 47%, što je najmanje u novijoj povijesti;
- Rast i općenito povoljniju poziciju vezanu uz Zračni promet može se promatrati i u činjenici da se udio putnika koji su u Istru došli zrakoplovom prema istraživanjima TOMAS ljeta 2017. i TOMAS 2019. u dvije godine povećao sa 7,5% na gotovo 9%;
- Istra je faktički odsječena od ostatka nacionalne i kontinentalne mreže željeznica pa taj vid prometa nije relevantan, usprkos županijskim inicijativama za rješavanjem ovog problema s obzirom da ima veliku razvojnu perspektivu;
- Pomorski promet na području klastera nije relevantan za dolazak gostiju, a osim brodske linije Fažana – NP Brijuni nema kontinuiranih javnih brodskih linija koje spajaju destinacije unutar klastera. Privatne pomorske linije općenito nisu standardizirane i funkcioniraju uglavnom sezonalno s mjesnih privezišta;
- Javni prijevoz dostatno funkcionira unutar jedinica lokalne samouprave u dnevnom vremenu, dok se za putovanje između jedinica lokalne samouprave klastera koristi javni autobusni prijevoz koji je usklađen s mogućnostima JLS, no za turističke upotrebe nije optimalan po pitanju gustoće linija, udobnosti, ni praktičnosti putovanja.

## 2.2. Resursna osnova za turizam

### 2.2.1. Plaže





Površina i kapacitet plaža Istarske županije		
	Površina plaža u m <sup>2</sup>	Kapacitet (kupača)
Vodnjan	60.950	8.389
Fažana	57.859	9.947
NP Brijuni	15.370	1.123
Pula	75.061	11.036
Medulin	74.863	9.534
PP Kamenjak	45.000	2.250
Ližnjan	101.215	6.080
Marčana	13.550	1.199
UKUPNO	443.868	49.558

Izvor: Regionalni program uređenja i upravljanja morskim plažama Istarske županije, Institut za turizam, 2015.

- S obzirom na proizvodnu orijentaciju područja Južne Istre, plaže su jedan od najvažnijih turističkih resursa područja;
- Konfiguracija obale nije jednolika – zapadni dio klastera (prije svega obale grada Vodnjana i općine Fažana) ima pristupačnije i uređenije plaže prikladne za obitelji s razmjerno velikom iskorištenosti (odnosom broja kupača i površine);
- Plaže pulskog akvatorija mahom su urbane i plaže turističkih kompleksa, iako već od ovog područja počinje dominacija stjenovitih plaža;
- Područje Općine Medulin i Kamenjaka imaju značajne površine, od kojih su one van područja PP raznolikih konfiguracija, a unutar parka prirode dominiraju stjenovite plaže. Na ovom se području nalaze najatraktivniji plažni prostori Južne Istre;
- Ovakva situacija uvjetuje i intenzivne transfere gostiju među jedinicama lokalne samouprave u visokoj sezoni (prije svega Pula – Medulin/Kamenjak) koji na lokalnim prometnicama uzrokuju intenzivan promet i česte gužve;
- Područje Općine Ližnjan također ima značajne plažne površine, nešto slabije pristupačnosti, dok je na području Općine Marčana ta karakteristika najizraženija s obzirom da konfiguracija obale uz razmjerno dugu obalnu liniju diktira najskromniji kapacitet plaža;
- Ovakve razlike u konfiguraciji plaža diktiraju i razlike u prioritetima uređenja i upravljanja. Dok je taj problem manje izražen na području Vodnjana i Fažane, iskoraci u uređenju i upravljanju plažama visoki su prioritet daljeg turističkog razvoja ostalih jedinica lokalne samouprave područja;
- Proces primjene tematizacije i/ili koncesioniranja plaža (instrumentima koncesije ili koncesijskog odobrenja) zasad teče sporo i uz barijere u administrativnim procesima, podlogama te razumijevanju i povjerenju građanstva u proces i njegove posljedice;
- Prema procjenama iznesenim u RPUP morskim plažama Istarske županije, kapacitet plaža je u vrlo nepovoljnom odnosu sa smještajnim kapacitetima, međutim u samom dokumentu je naglašeno da su procjene kapaciteta vršile same jedinice lokalne samouprave pa je došlo do razlike u pristupima;
- Iako je u RPUP-u kapacitet plaža procijenjen konzervativno, riječ je o prioritarnom problemu daljeg turističkog planiranja te je u horizontu ove strategije nužno doći do realnih i međusobno usklađenih procjena kapaciteta plaža, kao i eventualnih korekcija tematizacija u suradnji s upravnim odjelima Istarske županije koje su odgovorne za registar plaža koji je kasnija osnova za dalje aktivnosti uređenja i koncesioniranja.

## 2.2.2. Zaštićena i vrijedna područja prirode

### NACIONALNI PARK BRIJUNI



- Nacionalni park proglašen 1983. godine koji obuhvaća 14 otoka i otočića ukupne kopnene površine 7,4 km<sup>2</sup>;
- Prilaz parku je preko luke u Fažani, a karta za ulaz uključuje i prijevoz brodom do nacionalnog parka. U park je moguće prići i vlastitim brodom / jedrilicom;
- Osim atrakcija vezanih uz zaštitu prirode te baštine bogate povijesti otoka u posljednjih 150 godina, nacionalni park ima bogatu atrakcijsku osnovu koja uključuje ture električnim vlakom, zoološki vrt, golf vježbalište, biciklističke i edukativne pješačke staze;
- Smještajna ponuda uključuje nešto manje od 150 jedinica u 4 objekta, a ovaj dio ponude u više je navrata bio predmet neuspješnih inicijativa rekonstrukcije i traženja vanjskih partnera;
- Javna ustanova „Nacionalni park Brijuni“ koja upravlja svim sadržajima trenutno provodi projekt „Novo ruho Brijuna“ koji uključuje nabavu novih vlakova, broda za prijevoz posjetitelja, obnovu 7 građevina, druge turističke infrastrukture, interpretacijskih materijala, kao i izradu studije upravljanja posjetiteljima.

### ZAŠTIĆENO PODRUČJE KAMENJAK



- Zaštićeno područje veličine 4 km<sup>2</sup> koji obuhvaća najjužniji rt Istarskog poluotoka;
- Područje karakterizira posebnost i bogatstvo vrsta flore i faune, podmorja i geologije;
- Područjem upravlja Javna ustanova Kamenjak, koja osim Gornjim i donjim Kamenjakom te Medulinskim arhipelagom upravlja i brdom Soline kod Vinkurana te Kaštejom;
- U turističkom lancu vrijednosti područja park prirode je od iznimne važnosti kao prostor atraktivnih plaža kojem gravitiraju posjetitelji cijelog područja, a osobito posjetitelji Medulina i Pule;
- Turistička ponuda parka prirode uključuje nekoliko barova na plažama, biciklističke staze, OPG, sportski centar, windsurf stanicu, eko centar „Kuća prirode Kamenjak“ (Premantura) te mogućnosti individualnih ili grupnih vođenih posjeta / edukacija;
- JU Kamenjak dominantno se financira naplatom ulaska vozila između svibnja i rujna na prostor parka te je u 2019. ostvareno nešto manje od 190.000 ulazaka vozila, dok je u 2020. uz ostvaren pad od 28% i zabilježeno nešto više 147.000 vozila;
- Planovi JU Kamenjak idu u smjeru daljeg razvoja transportne infrastrukture (uključujući ekološka rješenja za prijevoz putnika unutar područja parka), dugoročnog ograničenja broja vozila, izrade novog interpretacijskog centra na području parka prirode te brendinga i marketing plana parka.

## OSTALA ZAŠTIĆENA I VRIJEDNA PODRUČJA PRIRODE

- Područje **LUKA BUDAVA-ISTRA** zauzima površinu od 1.237.0095 ha te se nalazi u sastavu općine Ližnjan-Lisignano;
- Područje je zaštićeno radi dobro očuvane šume hrasta česmине (Quercus ilex.L.), a proteže se od rta Munat srednji do uvale Budava;
- Trenutna turistička infrastruktura uključuje biciklističku stazu kroz područje, a područje je zbog netaknute prirode mjesto uzgoja riba i školjki ;
- U tijeku je proces izrade plana upravljanja područjem ekološke mreže luka Budava-Istra kojim će se definirati i osnovni koncepti njegove buduće turistifikacije.



- **PARK ŠUMA ŠIJANA** nalazi se svega 2 kilometra od centra grada Pule na površini od 152,13ha, a za šumu su karakteristični uneseni elementi listača, pri čemu se zbog impozantnosti i/ili raritetnosti ističu primjerci hrasta plunjaka (Quercus suber), hrasta medunca (Quercus pubescens) te brucijskog bora (Pinus brutia);
- Park šuma je danas prije svega izletišta i šetališta lokalnog stanovništva, a Javna ustanova Natura Histrica nudi stručno vodstvo i tematske radionice park šumom Šijana za sve zainteresirane skupine.

### 2.2.3. Kulturno-povijesna baština i infrastruktura



- Pulska arena (amfiteatar) najvažnija je povijesna atrakcija te jedan od glavnih simbola cijele Istre. Najveći je i najsačuvaniji primjer antičkog graditeljstva u Hrvatskoj, te jedan od najsačuvanijih na svijetu. Prima oko 20.000 gostiju te se osim posjeta i vođenih posjeta koristi i za različite događaje, prije svega najveći domaći filmski festival. U redovnim posjetima Arenu je u 2019. godini obišlo oko 400.000 posjetitelja;
- Augustov hram je rimski hram za kojeg se pretpostavlja da je sagrađen između 27. godine prije nove ere i 14. godine nove ere. Nalazi se na Forumu, glavnom pulskom trgu, te smatra se jednim od dva najočuvanija rimska hrama izvan Italije;
- Multimedijalni arheološki park Vižula čija ponuda između ostalih uključuje elemente proširene stvarnosti;

- Cave Romanae u Vinkuranu koji je najstariji kamenolom u Istri te je zbog posebne akustike pretvoren u mjesto za ekskluzivne glazbene događaje;
- Niz muzejskih i drugih kulturnih atrakcija (prije svega u Puli), od kojih valja izdvojiti Arheološki muzej Istre, Povijesni i pomorski muzej Istre, Muzej suvremene umjetnosti Istre, Muzejsko-galerijski prostori C8 i Sveta srca, sustav podzemnih tunela Zero Strasse, Muzej Vodnjan – palača Bettica te više galerijskih prostora, folklornih i zavičajnih zbirki;
- Prema podacima Muzejskog dokumentacijskog centra za 2020. godinu, dva su pulska muzeja u prvih 10 muzeja Hrvatske prema posjećenosti – Arheološki muzej s gotovo 576.000 posjetitelja što uključuje i Arenu (što upućuje da je sam muzej bez Arene na oko 200.000 posjetitelja) te Povijesni i pomorski muzej Istre sa 132.000 posjetitelja;
- Sakralna baština, povezana ponuda i projekti, samo na području Vodnjana uključuje 15 crkvi, zbirke relikvija među kojima se posebno ističu mumificirana tijela svetaca u crkvi sv. Blaža, a valja spomenuti i sakralnu baštinu na područjima Fažane i Valbandona;
- Niz arheoloških nalazišta i ostataka koje još čeka adekvatnu rekonstrukciju i/ili turističku valorizaciju poput arheološkog parka Nezakcij, brda Monte Madonna, Muntića, Luke Kuje, Starog Raklja (Marčana), Mutovorana (s vrijednom umjetničkom opremom u župnoj crkvi sv. Magdalene).

#### 2.2.4. Ostale atrakcije

- Mala ribarska akademija srdela i povezani projekti u Fažani;
- Akvarij u Puli (Verudela);
- Ponuda izleta usmjerenih na akvatorij područja, prije svega Brijunima, Kamenjaku i drugim otočićima u svrhu dnevnog kupanja i ograničena je na glavnu sezonu;
- Označene biciklističke i pješačke staze, prisutnije i razrađenije unutar nego između jedinica lokalne samouprave i većih mjesta gdje se uglavnom oslanjaju na korištenje magistralnih cestovnih pravaca;
- Infrastruktura za proizvode posebnih interesa, prije svega ronjenja (ronilački proizvodi i lokacije za škole ronjenja), nekoliko jedriličarskih klubova, windsurf i keit lokacije (posebno Medulin/Kamenjak i Ližnjan) te druge manje inicijative u pravcu razvoja avanturističkog turizma;
- Stotinjak OPG-a i proizvođača različitih prehrambenih proizvoda (dominantno s područja Vodnjana), od čega je gotovo polovina uključena u proizvodnju vina ili maslina, a na čijoj vidljivosti i formalnoj uključenosti u turistički lanac vrijednosti treba staviti fokus u sljedećem razvojnom razdoblju;
- Nogometni tereni i prateća infrastruktura na području općine Medulin koji služe kao osnova za proizvod nogometnih priprema, a očekuje se daljnje kompletiranje i jačanje ove osnove i samog proizvoda provođenjem projekta Medulin active s četiri nova terena (uključujući i jedan za atletiku), sportskom dvoranom, zatvorenim bazenom i dodatnim sadržajima;
- Dva nogometna stadiona, 5 nogometnih terena i poligon za igru u Puli;
- Velika količina objekata hrane i pića dominantno niske kvalitete i sezonske orijentacije namijenjena dominantnom segmentu posjetitelja – obiteljima niže srednje klase Srednje Europe.

#### 2.2.5. Razvojni projekti i inicijative

- Dalji brownfield/greenfield potencijal za razvoj kolektivnih smještajnih kapaciteta koji je u ovom klasteru neusporedivo najveći na obalama Istre, a prije svega se odnosi na lokacije Brijuni Riviere. S obzirom na različite faze razvoja pojedinih lokacija u vremenskom obzoru ove Strategije (do 2027. godine) realno se može očekivati početak realizacije (gradnje) na sljedećim lokacijama:
  - Sveta Katarina Monumenti (luka nautičkog turizma već je u fazi realizacije);
  - Hidrobaza (1.200 kreveta u zonama T1, T2 i T3);
  - Saccorgiana.
- Golf projekt Marlera koji je nedavno promijenio vlasnika što upućuje na mogući početak realizacije;
- Projekt zatvorenog bazena, novih nogometnih terena i povezane infrastrukture u Medulinu za dalji razvoj proizvoda sportskih priprema;
- Zabavna zona Campanož u Medulinu koja bi prema inicijalnom konceptu trebala sadržavati zabavni park, vodeni park i zabavne sadržaje za mlade;



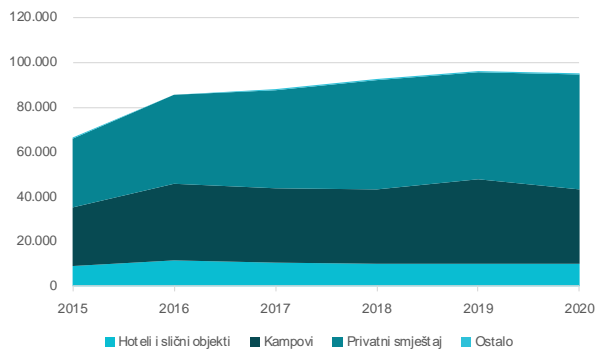
- Projekt daljeg razvoja smještajnih kapaciteta vodećeg turističkog poduzeća Arena Hospitality Group koja je u sljedećem razdoblju usmjerena na podizanje kvalitete kamp smještaja na području Medulina, odnosno rekonstrukciji hotelskih kapaciteta i izgradnji manjeg gradskog hotela u Puli;
- Dalji razvoj / proširenje naselja BI Village u Fažani;
- Početak dugoročnog projekta urbane rekonstrukcije Pule uz dalji razvoj kulturne ponude izradom cjelovite nove strateške podloge grada (opća razvojna strategija, turistička razvojna strategije, EBRD projekt urbane rekonstrukcije grada). Najvažniji projekti u tijeku uključuju:
  - Obnavljanje Kaštela i povezivanje sa Zerostrasse;
  - Kapitalna ulaganja u obnovu kulturne baštine (Kaštel, AMI, Malo rimsko kazalište);
  - Rekonstrukciju zvjezdarnice na Monte Zaru;
  - Izgradnju kulturno-društvenog centra „Mehanika“.
- Prethodno spomenute razvojne inicijative NP Brijuni i JU Kamenjak.



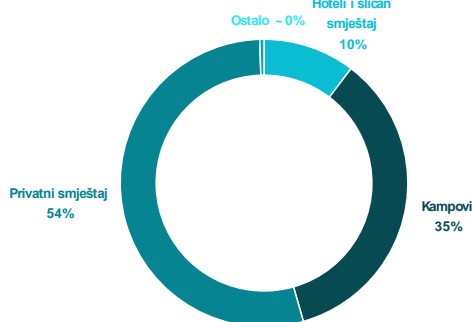
## 2.3. Trendovi ponude i potražnje

### 2.3.1. Ponuda

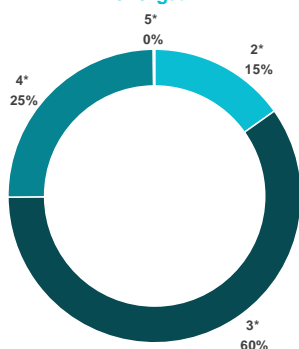
Kretanje smještajnih kapaciteta Južne Istre prema tipu u razdoblju 2015. - 2020.



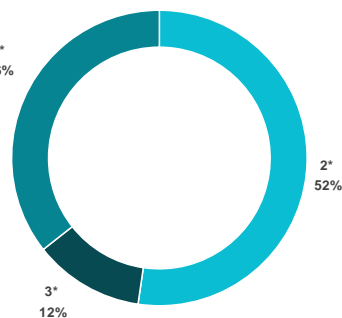
Struktura komercijalnog smještaja Južne Istre u 2020. godini



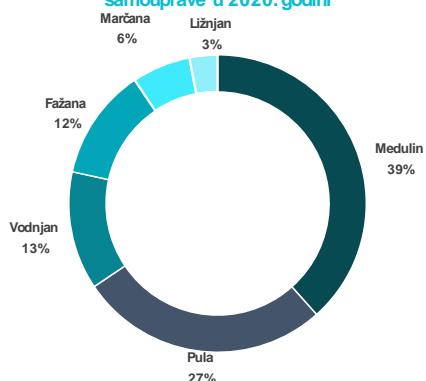
Struktura hotelskog i sličnog smještaja Južne Istre u 2020. godini



Struktura kamping smještaja Južne Istre u 2020. godini



Smještaj Južne Istre prema jedinicima lokalne samouprave u 2020. godini



Južna Istra ima sljedeće udjele u smještaju Istarske županije:

- 31% u ukupnom smještaju IŽ
- 36% u privatnom smještaju IŽ
- 23% u kamping smještaju IŽ
- 17% u hotelima i sličnim objektima IŽ
- <10% udjela hotela 4 i 5 zvjezdica IŽ

Izvori: eVisitor i DZS

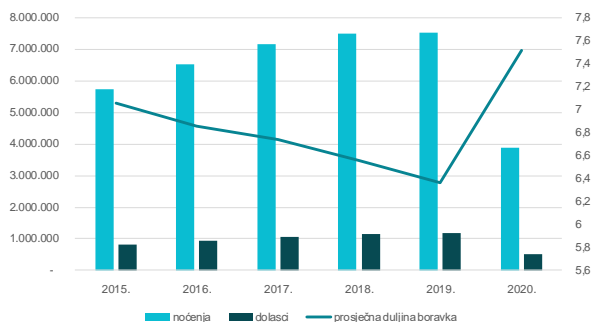
- Na području Južne Istre je u 2020. godini bilo registrirano nešto više od 126 tisuća kreveta u smještaju, od čega se 77% ili nešto više od 97 tisuća kreveta odnosi na komercijalni smještaj. U posljednjih se 5 godina kontingent komercijalnog smještaja povećao za 43%;
- U razdoblju od 2015. do 2020. godine nekomercijalni smještaj je i kategorija smještaja koja se najviše povećala (gotovo 30 puta), prije svega zbog postupne prijave ove vrste kapaciteta od strane vlasnika nekretnina;

- Rasli su i drugi tipovi smještaja, prije svega privatni smještaj po prosječnoj godišnjoj stopi od gotovo 11%, potom kampovi 5,2%, dok je najmanji porast bio kod hotelskih i sličnih objekata od prosječnih 1,2% godišnje. Valja naglasiti da zadržavanje postojeće stope rasta privatnog smještaja znači njegovo udvostručavanje svakih 7 godina;
- Skoro 90% svih kapaciteta zajedno čine privatni smještaj (54%) i kampovi (35%);
- Južna Istra ima manji udio hotelskih kapaciteta od prosjeka Istarske županije, a osobito je mali udio hotela 5\*;
- Dvije trećine svih smještajnih kapaciteta nalazi se u Medulinu i Puli, dok je smještaj od 2015. najmanje rastao u Fažani (za 29%) i Medulinu (za 66%).

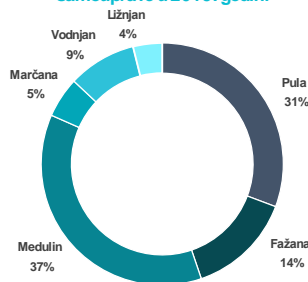
### 2.3.2. Potražnja

- Turistički promet na području Južne Istre stabilno je rastao u razdoblju između 2015. i 2018. godine, dok već u 2019. godini dolazi do zaustavljanja trendova rasta;
- Dolasci su u razdoblju između 2015. i 2019. rasli prosječno 7,8% godišnje, dok su noćenja prosječno godišnje rasla oko 5,6%;
- Kao i u slučaju smještaja, oko dvije trećine ukupno ostvarenog turističkog prometa otpada na Pulu i Medulin. Iako se najviše noćenja ostvaruje na području Medulina, taj udio opada od 2015 kada je Medulin ostvarivao više od 40% ukupnih noćenja klastera;
- Pula ima najveći udio u turističkim dolascima klastera (40%), ali i najkraće vrijeme boravka koje je palo ispod 5 dana. Još samo Medulin ima prosječno vrijeme boravka turista manje od 7 dana (6,5 dana);
- Do 2019. godine, prosječno trajanje boravka bilo je u snažnom padu što upućuje na postepeno promjenu strukture turističkih proizvoda i/ili ponašanja posjetitelja;
- Sezonalnost turizma u klasteru izraženija je u odnosu na prosjek Istre i Jadranske obale te se udio noćenja ostvarenih između lipnja i rujna tek u 2018. spustio na razinu ispod 90%, ali odmah i pogoršao u 2019. Zbog osobitih uvjeta u 2020, sezonalnost je bila dodatno pogoršana s gotovo 95% turističkog prometa ostvarenog u glavnoj sezoni;
- Krivulja sezonalnosti otkriva i da je listopad turistički manje prometan mjesec od travnja, što iznenađuje s obzirom na znatno povoljnije klimatske uvjete za odvijanje dominantnog turističkog proizvoda (sunce i more);
- Struktura geografskih tržišta Južne Istre bila je stabilna u razdoblju 2015. – 2019. s Njemačkom kao najbitnijem tržištem klastera (28% udjela noćenja). Od ostalih vodećih tržišta, Sloveniji, Italiji i Austriji udio se polako smanjuje, domaćem tržištu stagnira, a Velikoj Britaniji raste;
- Od ostalih bitnih tržišta, najviše stope rasta u razdoblju 2015. – 2019. ostvarile su Poljska, Slovačka, Švicarska, SAD, Srbija, BiH i Rumunjska;

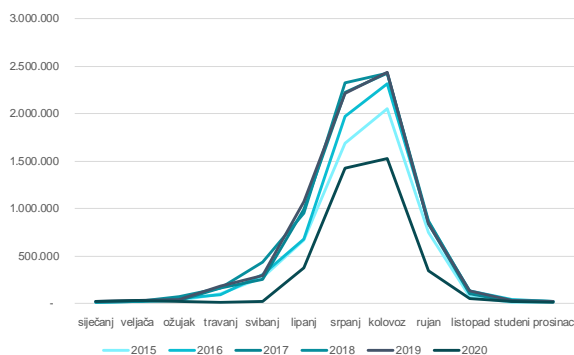
**Kretanje turističkog prometa u Južnoj Istri 2015. - 2020.**



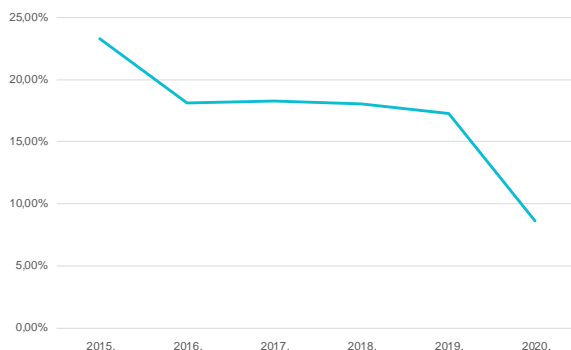
**Turistička noćenja Južne Istre prema jedinicama lokalne samouprave u 2019. godini**



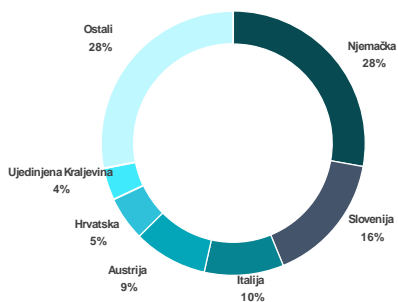
**Sezonalnost turističkih noćenja ostvarenih na području Južne Istre u razdoblju 2015. - 2020.**



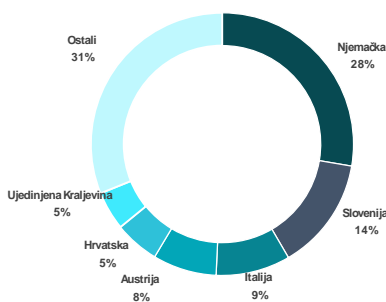
**Godišnja zauzetost ukupnih smještajnih kapaciteta na području Južne Istre u razdoblju 2015. - 2020.**



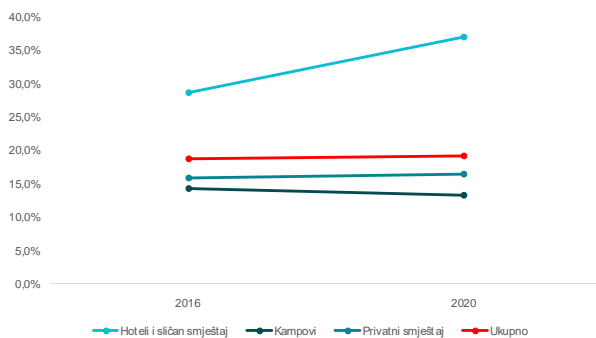
**Struktura geografskih tržišta Južne Istre u 2015. godini**



**Struktura geografskih tržišta Južne Istre u 2019. godini**



**Zauzetost komercijalnih smještajnih kapaciteta Južne Istre prema tipu 2016. i 2019. godine**



**Južna Istra je u odnosu na Istarsku županiju u 2019. ostvarila:**

- 15% direktnog turističkog prihoda (sektor I)
- 25% svih noćenja
- 16% noćenja u hotelima
- 18% noćenja u kampovima
- 33% noćenja u privatnom smještaju

Izvor: eVisitor, DZS

- U pandemijskoj 2020. godini Južna Istra ostvarila je nešto više od polovine noćenja iz 2019. čime se svrstava u dijelove Istre s najmanjim padom turističkog prometa;
- Kretanje ukupne zauzetosti (sve vrste kapaciteta) negativno je u cijelom razdoblju od 2015, prije svega zbog vrlo niske i padajuće zauzetosti nekomercijalnih smještajnih kapaciteta;
- Zauzetost smještajnih kapaciteta (kreveti) ponešto porasla je za hotelske i slične kapacitete te sada iznosi 37%, ali i dalje manje od županijskog prosjeka od 42%;
- Zauzetost kamping kapaciteta posebno je problematična na 13,2% u 2019. (i u malom padu u odnosu na 2016.) te na manje od 60% županijskog prosjeka koji premašuje 22%;
- Zauzetost kapaciteta privatnog smještaja je na 16,5% te u odnosu na druge vrste kapaciteta najmanje zaostaje za županijskim prosjekom zauzetosti istovrsnih kapaciteta koja je na 18,5%;
- Ukupna zauzetost komercijalnih smještajnih kapaciteta na području Južne Istre je u 2019. iznosila 19% te je u blagom porastu u odnosu na 2016. (18,5%). Sezona u prosjeku traje nešto manje od 70 dana što je oko 20 dana kraće od prosjeka Istarske županije.

## 2.4. Okruženje i dokumentacijska osnova

### 2.4.1. Nacionalno i EU okruženje

- Promjene u Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma koje su stupile na snagu s 1.1.2020 uključile su:
  - Promjenu zadataka koje ovisno o realiziranom broju noćenja mogu izvršavati lokalne turističke zajednice (članak 32);
  - Nove odredbe o udruživanju turističkih zajednica (Glava VI, članci 53 i 54)
  - Ograničenja plaća u ukupnim prihodima TZ (članak 59);
  - Najavama MINT-a i sustava TZ o novim fondovima i linijama poticanja udruživanja turističkih zajednica za koje je najavljena izrada pravilnika.
- U međuvremenu su zbog izvanrednih uvjeta izazvanih pandemijom COVID 19 odložene primjene pojedinih odredbi iz novog zakona, među ostalim i one koja se tiče maksimalnog iznosa plaća u ukupnim prihodima TZ;
- Posljednji veći poziv iz nacionalnih fondova bio je Program razvoja javne turističke infrastrukture u 2019. godini iz Fonda za razvoj turizma Ministarstva turizma sa sljedećim prihvatljivim aktivnostima:
  - Uređenje plaža;
  - Nastavak izgradnje, dogradnje, rekonstrukcije ili adaptacije i multimedijalno opremanje centara za posjetitelje i interpretacijskih centara;
  - Javna turistička infrastruktura u funkciji aktivnog turizma;
  - Izrada projektno - tehničke dokumentacije (idejnog, glavnog i izvedbenog projekta) za žičare;
  - Studije održivosti razvoja turizma i prihvatnog kapaciteta s akcijskim planom;
  - Studije upravljanja kvalitetom u turizmu .
- Prema inicijalnim najavama, u sljedećem sedmogodišnjem razdoblju 2021-2027. Hrvatska ima na raspolaganju 24,2 milijarde eura što je više nego dvostruko više od dosadašnje omotnice za razdoblje 2014-2020 koja je iznosila 10,7 milijardi eura;
- Tijekom ožujka 2021. članovi Europskog parlamenta pokrenuli su inicijativu izrade nove Europske strategije turizma, kao treće gospodarske grane po važnosti. Inicijativa je vođena idejom održanja Europe kao vodeće svjetske turističke destinacije uvođenjem održivijeg modela turističkog razvoja;
- Resorno ministarstvo (Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova EU) najavilo je slanje prijedloga prioriteta i raspodjele fondova s krajem travnja 2021. godine, a konačan tekst partnerskog sporazuma za sljedeće razdoblje očekuje se ljeti 2021. godine;
- Natječaj za novu strategiju razvoja turizma Hrvatske je u tijeku dovršetka pisanja ovog dokumenta (travanj 2021. godine) još u postupku, a dovršetak izrade očekuje se u drugoj polovini 2021. / prvoj polovini 2022. godine;

- U tom je smislu 2021. godina neizvjesnosti s pozicije točnijih usmjerenja javnih prioriteta i financiranja u turističkom razvoju, međutim s visokom se sigurnošću mogu očekivati značajne potpore sljedećih područja turističkog razvoja:
  - **Održivi razvoj turizma**- od izrade dokumentacije i projektnih podloga do projekata energetske učinkovitosti, smanjenja emisija stakleničkih plinova, prelaska na alternativne izvore energije i smanjenja negativnog utjecaja na okoliš, uspostava modela i mehanizama praćenja parametara održivosti turizma te sprječavanja/minimiziranja štetnih pojava i procesa;
  - **Digitalizacija i SMART model turizma** – kao program prvenstveno namijenjen javnom sektoru u katalogizaciji / transformaciji i unaprjeđenju postojeće ponude, uključujući primjenu tehnologija prividne i proširene stvarnosti na točkama od interesa;
  - **Uspostava i jačanje lokalnih lanaca vrijednosti** koji su već predmet podrške EU i drugih donorskih organizacija (EBRD, USAID), prije svega u poljoprivredi i ugostiteljstvu, ali i drugim s turizmom povezanim sektorima.
- Pored navedenog, hrvatska strana u prioritete želi uvrstiti i projekte konverzija brownfield lokacija te velike projekte urbane rehabilitacije, što bi za klaster Južne Istre bilo od velikog interesa.

#### 2.4.2. Smjernice dokumenata višeg reda (Master i marketing plan razvoja turizma Istarske županije do 2025. godine)

- Master plan sugerira sljedeće **pozicioniranje klastera Pula** (koji odgovara teritorijalnom obuhvatu klastera Južne Istre):
  - ☑ karakter: inspirirajuća Istra (inspiring Istria);
  - ☑ dominantni proizvodi: sunce i more, kratki odmori, touring i kultura, sport i aktivnosti.
- U **operativnoj strategiji smještaja** i modelu rasta Master plan pretpostavlja 6.000 novih smještajnih jedinica u hotelima i turističkim naseljima do 2025. na postojećim lokacijama vodećih poduzeća;
- Dodatno plan očekuje realizaciju 4.000 smještajnih jedinica na brownfield lokacijama od kojih je velika većina na lokacijama unutar klastera Južne Istre (prije svega lokacije Brijuni Riviera);
- Od ostalih smještajnih strategija valja izdvojiti dalje poticanje malih hotelskih objekata, aktivnosti usmjerene na privatni smještaj (/prije svega detaljno katalogiziranje) te usklađivanje razvoja tipova smještaja s razvojem proizvoda;
- **Operativna strategija razvoja proizvoda** od proizvoda primjenjivih za Južnu Istru ističe mjere uspostave touring infrastrukture, Istra bike experience, sustav intepretacijskih centara za posjetitelje, golf experience, sport experience, Istra kulture i centar Istarskih okusa.
- **Operativna strategija EU fondova** istakla je ključne županijske projekte na području klastera Južne Istre, od kojih je značajan broj proveden, ili u fazi provedbe. Neprovedeni projekti odnose se na većinu planiranih pješačkih i biciklističkih staza, uređenja većine klasterskih plaža, planirani interpretacijski centar na Kamenjaku čija je provedba prebačena u kasnije vremensko razdoblje te projekt revitalizacije fortifikacija i bivših vojnih objekata u Gradu Puli;
- **Operativna strategija i politike razvoja i zaštite prostora i kulturnih resursa** ističe mjere razvoja turističkih proizvoda na zaštićenim prirodnim područjima i drugim zaštićenim prirodnim vrijednostima, razvoja turističkih proizvoda na kulturnoj baštini te uspostavljanja standarda estetike prostora istarskih destinacija;
- **Operativna strategija izgradnje kvalitete u turizmu** predlaže arhitekturu sustava kvalitete u pet područja: sheme dobrodošlice, smještaj, hrana i piće, turističke atrakcije i „bez barijera“. Kao nositelj aktivnosti započinjanja provedbe ovog sustava imenuje se Turistička zajednica Istarske županije;
- **Operativna strategija razvoja ljudskih resursa** predviđa uspostavu hotelskih i turističkih programa usavršavanja, turističko-ugostiteljski centar Pula, program stipendiranja učenika, program osuvremenjivanja suvenira te uspostavu međunarodne hotelske visoke škole;
- **Operativna strategija upravljanja** pored prijedloga modela odgovornosti i suradnje vodećih aktera (TZIŽ, Upravni odjel za turizam IŽ, IRTA) predlaže fokus na turistički sustav poslovne inteligencije s naglaskom na istraživanja.





## 3. ANALIZA STAVOVA KLJUČNIH DIONIKA KLASTERA JUŽNE ISTRE

### 3.1. Uvod

U sklopu izrade ovog strateškog dokumenta su u cilju identifikacije glavnih strateških opredjeljenja i potrebnih operativnih aktivnosti provedeni intervjui s ključnim dionicima klastera Južne Istre. U procesu su putem polustrukturiranog upitnika (upitnik priložen u dodatku dokumenta) intervjuirani predstavnici sljedećih institucija i poduzeća:

- Grad Pula;
- Grad Vodnjan;
- Općina Medulin;
- Općina Fažana;
- Općina Ližnjan;
- Općina Marčana;
- JU Nacionalni park Brijuni;
- JU Kamenjak;
- Arena Hospitality Group d.d.;
- Uniline d.o.o.
- Bi Village d.o.o.;
- Brijuni rivijera d.o.o.

### 3.2. Opći rezultati vezani uz klaster Južne Istre

Sljedeći su stavovi dionika oko glavnih aspekata turističkog razvoja Južne Istre:

- Velika većina dionika složna je da je najveći **razvojni potencijal klastera u razvoju i boljem iskorištavanju kulturno povijesnih atrakcija klastera s naglaskom na grad Pulu te njenog urbanog identiteta kao dominantnog u okviru Istre**. Četvrtina dionika kao visoki potencijal spominje i dalji razvoj prirodnih vrijednosti klastera, prije svega NP Brijune, Kamenjak, Park šumu Šijana, ekološku mrežu Luka Budava te ambijentalnu vrijednost morske obale. Ostali navedeni resursi dobili su manji broj glasova;
- Dionici su podijeljeni po pitanju **glavnih slabosti turističkog klastera** Južne Istre. Po četvrtina dionika kao **glavne slabosti prepoznaje smještajnu strukturu, nedostatak turističke infrastrukture i nedostatak profesionalno izgrađenih turističkih proizvoda**, dok su ostali odgovori manje zastupljeni. Dio dionika smatra i da klaster nema izrazitih slabosti u turističkom smislu;
- Dionici su gotovo jednoglasni u stavu da je **strateški prioritet klastera Južna Istra imati jednu od najdužih sezona u okviru Istarske županije**;
- U skladu s prethodnim, dionici su visoko suglasni da se ključni napori trebaju uložiti u **razvoj drugih turističkih proizvoda** kojima će se ostvariti produljenje sezone, računajući da će isti napori imati povratnu vezu na razvoj sunca i mora u smislu izgrađenih atrakcija i poboljšanja turističke ponude;
- **Potreba razvoja proizvoda kratkog odmora sa svim predloženim komponentama** (kultura, gastronomija, sport i aktivnosti) dominira u odgovorima dionika, a načelno se prihvaća arhitektura turističkih proizvoda sugerirana u Master planu razvoja turizma Istarske županije 2015. – 2025. (sunce i more, kratki odmori, touring i kultura, sport i aktivnosti);
- **Među ključnim projektima izgradnje konkurentnosti** (javnim projektima), dionici najviše i u jednakoj mjeri prepoznaju **projekte izgradnje turističke infrastrukture vezane uz dostupnost** (pješačke i biciklističke staze, privezišta), **izgradnju poljoprivredno-gastronomskog brenda klastera** s jasnim

kriterijima kvalitete (od poljoprivredne proizvodnje do ponude u restoranima) te **opće uređenje estetike prostora**. Potom slijedi potreba uređenja plaža, a još je značajan i interes za razvojem zaštićenih područja prirode;

- **Među poželjnim privatnim projektima izdvajaju se stavljanje u funkciju neaktivne imovine** (prije svega lokacije Brijuni rivijera), dalja **izgradnja muzejsko-galerijskih prostora** te općenito **razvoj novih hotelskih kapaciteta**.

### 3.3. Ostala opredjeljenja dionika

- Grad Pula je pokretanjem niza projekata u segmentu kulture, od kojih je veći dio dovršen s istekom prethodnog strateškog razdoblja, stekao preduvjete za ozbiljan razvoj proizvoda kratkih gradskih odmora. Razumijevajući suvremeni način odvijanja proizvoda kratkih odmora koji tipično traže širi prostor i raznolikost atrakcija, zainteresirana je za snažniju integraciju i suradnju unutar klastera Južne Istre u razvoju i uvezivanju turističkih proizvoda na transparentnoj i profesionalnoj osnovi;
- Općina Medulin iskazuju interes za dalji razvoj sportske infrastrukture i zaštićenih područja te ističu da je za značajnije razvojne iskorake zaštićenih prirodnih područja nužan uvjet uspostava alternativnih modova prijevoza posjetitelja. Iskazan je poseban interes za javne projekte usmjerene na jačanje ribarstva i njegovog povezivanja s distribucijom, kao i razvoj projekata umirovljeničkih domova;
- Općina Fažana ukazuju na neriješeni problem parkinga u Fažani za posjetitelje NP Brijuni koji konzumira značajan priobalni prostor i ima problem s daljim širenjem u uvjetima kontinuiranog porasta broja posjetitelja NP do pandemije COVID 19. Iznijet je stav da se standardizacija i unaprjeđenje gastronomije moraju voditi s klasterske razine, a sugerira se i potencijal za razvoj zdravstvene komponente proizvoda kratkih odmora;
- Općina Vodnjan upućuju na potrebu stvaranja proizvodnih klubova na klsterskoj razini, a u uvjetima zastoja ključnog projekta obalnog dijela općine (Dragonera, Porto Mariccio) potencijal vide u jačanju, brendiranju i proizvodnom oblikovanju agrarnih potencijala općine te suvremenoj interpretaciji sakralne baštine;
- Općina Marčana koncept svojeg daljeg turističkog razvoja vidi u razvoju održivih smještajnih koncepata poput kampova i glampinga, nasuprot hotelima i turističkim naseljima. Zbog značajnih poljoprivrednih površina u državnom vlasništvu na području općine, veliki je interes za raspisom programa raspolaganja istim zemljištem;
- Općina Ližnjan je u očekivanju nastavka snažnijeg turističkog zamaha koji se u godinama prije pandemije očitovao pojačanim interesom za obalni dio općine, a sada u očekivanju realizacije novih hotelskih projekata (do 2022. godine), projekta marine koji je na odobrenju ministarstva za uvrštavanje u PP, odnosno početka realizacije golf projekta Marlera;
- Na klsterskoj razini primjećuje se manjak ponude za segment posjetitelja između 20 i 40 godina, a od klsterske se strukture u sljedećem razdoblju očekuje pomoć u podizanju marketinške vidljivosti klastera te realizaciji pješačkih i biciklističkih staza zajedničkim prijavama na raspoložive natječaje;
- Poduzeće Arena Hospitality Group iskazuje nužnost podizanja turističkog pozicioniranja grada Pule kao središta klastera koja će time pokrenuti cijeli klaster. U tom je smislu prioritet i novo brendiranje Pule i klastera. Ističe se sadašnji problem nedostatka adekvatne infrastrukture za jednodnevne ekskurzije u Puli te preporučaju projekti prometne povezanosti unutar klastera, daljeg rada na povijesnoj interpretaciji i uspostavi tematskih povijesnih ruta, te uspostave standarda estetike prostora u prioritarnim zonama (ulazi u destinacije i zračnu luku). U destinacijama i za potrebe ruta potrebno je uspostaviti oblikovanje suvremenih znamenitosti točaka od interesa, za što mogući mehanizam mogu biti projekti uvođenja digitalnih sadržaja i razvoja SMART turizma;
- JU NP Brijuni očekuju iskorake od svoje projektne inicijative Novo ruho Brijuna te uz infrastrukturna unaprjeđenja uvode i premium usluge obilazaka, odnosno praćenja zadovoljstva posjetitelja uz dobre inicijalne rezultate. Stava su da, iako klsterski prisutan, proizvod posebnih interesa ima ograničen potencijal za NP, ali i klaster općenito;

- JU Kamenjak je u procesu izrade značajne nove planske osnove pri čemu su dovršeni studija održivog turizma i prihvatnog kapaciteta te plan upravljanja posjetiteljima, a uskoro slijedi i izrada marketinškog plana i brendiranja parka prirode. Izrađena dokumentacija pretpostavlja značajna unapređenja u radu parka prirode, iskorake u razvoju sadržaja za posjetitelje i upravljanju održivosti. Predstavnicima JU Kamenjak upozoravaju da se pritisak na park prirode i prihvatni kapacitet kreiraju izvana putem potražnje za plažama na koju utiče nekontrolirani porast smještaja. U tom smislu upozoravaju da nikakve interne aktivnosti parka ne mogu samostalno utjecati na upravljanje kapacitetom te da repositioniranje parka može biti uspješno izvedeno samo ako ga prati ukupno repositioniranje okolnih destinacija, prije svih Medulina i Pule;
- Poduzeće Uniline prepoznaje prioritet pakiranja turističkih proizvoda ukazujući na problem njihovog načelno prevelikog broja, a malog potencijala komercijalizacije. Poduzeće iskazuje ambiciju postati konsolidator i agent za kvalitetniji dio privatnog smještaja;
- Poduzeće Brijuni Rivijera u vremenskom obzoru strategije očekuje realizaciju dijela lokacije Katarina Monumenti, odnosno dovršetak natječaja za lokacije Hidrobaza i Saccorgiana uz početak realizacije do 2027. godine. Realizacija lokacije Muzil ovisi o roku izrade konzervatorskih podloga, a Pinete o dogovoru između glavnih aktera (općina Fažana, RH). Problemi lokacija Pineta i Hidrobaza su i u zahtjevima da se lokacijama kao dio paketa pridijeli dio pomorskog dobra;
- Poduzeće Bi-Village smatra da se akcent u sljedećoj fazi turističkog razvoja mora staviti na izgradnju i promociju autentičnosti turističke ponude. Također ukazuje na problem ponude zabave te poziva na njegovo rješavanje na klsterskoj razini, moguće kroz organiziranje klsterskih „klubova zabave“.

## 4. STRATEŠKI OKVIR RAZVOJA TURIZMA KLASTERA JUŽNA ISTRA

### 4.1. Polazišta za formiranje nove strategije

- Klaster Južne Istre zauzima najatraktivniji dio priobalja poluotoka s po jednim nacionalnim parkom i parkom prirode, u njegovom je sastavu Pula kao najveći grad Županije s povijesnim atrakcijama koje su među najznačajnijima u regionalnim okvirima, a nijedna destinacija unutar klastera nije udaljena više od 20 minuta od zračne luke;
- Usprkos razvojnim iskoracima u prethodnom razdoblju, **klaster ostaje ispod županijskog prosjeka turističkih performansi**, prije svega zbog sljedećih razloga:
  - Za razliku od ostalih istarskih klastera, **područje je atrakcijski heterogeno**, a uključene jedinice lokalne samouprave nalaze se u bitno različitim pozicijama, a time i drugačijim interesima za turistički razvoj;
  - Na taj se problem veže i **slaba proizvodna povezanost područja**. Usprkos ustanovljavanju klasterske strukture, razvojni procesi se i dalje dominantno odvijaju međusobno neovisno unutar jedinica lokalne samouprave, a na što upućuju i gotovo svi dionici;
  - **Područje se razvijalo prema** sličnom kaotičnom „laissez faire“ modelu zadovoljenja kratkoročne potražnje kao i ostatak istarske i hrvatske obale, što nije u skladu sa sustavom atrakcija, osobito Pule;
  - **Područje** Pule kao povijesne vojne zone **obiluje potencijalom brownfield konverzija** kojima se može stvoriti značajan kontingent kvalitetnog smještaja koji gotovo samostalno može iznijeti potrebno repozicioniranje grada. Dugogodišnja vojna namjena i neučinkovitost administrativnog aparata protegli su privođenje svrsi ovih lokacija na nekoliko desetljeća;
  - U uvjetima nedostatnih količina smještaja, sporosti realizacije kolektivnih smještajnih kapaciteta i jačanju tržišnog interesa za Pulu, ona je na strani ponude **nadomještana proliferacijom izrazito sezonskih kapaciteta privatnog smještaja** uglavnom niže kvalitete koji su posljedično obarali performanse turističkog modela izazivajući suprotni učinak od željenog;
  - Kao i svugdje na Jadranu, lanac vrijednosti se organski prilagođavao dominantnim segmentima te je danas na području klastera velika **većina poduzetnika u turizmu svoju ponudu prilagodila potrošačima niže srednje i niže potrošačke moći**.
- Ipak, razdoblje primjene prethodne strategije (2015. – 2020.) obilježili su **važni iskoraci i stvaranje preduvjeta za kvalitativno repozicioniranje klastera**:
  - **Znatno unaprjeđenje kulturne ponude grada Pule, ali i drugih jedinica lokalne samouprave**, prije svega provedbom nekoliko EU projekata (među ostalima Zero Strasse, Vižula, Torcio), kao i pripremom daljih projekata turističke infrastrukture za proces realizacije;
  - **Iskoraci u razvoju proizvoda sportskih priprema** na području Medulina;
  - **Udvostručavanje prometa i jačanje povezanosti Zračne luke Pula** kao nužnog preduvjeta za jačanje proizvoda kratkih odmora;
  - Priprema dokumentacijske osnove i **početak značajnijih razvojnih aktivnosti zaštićenih područja prirode** (NP Brijuni i Kamenjak);
  - **Jačanje investicijske aktivnosti Arena Hospitality Group** koja bi prema poslovnim planovima trebali kulminirati u sljedećem razvojnom razdoblju, kao i približavanju realizacije daljih kvalitetnih smještajnih projekata drugih poduzetnika (dio lokacija Brijuni Rivijera, projekti na području općine Ližnjan).
- Računajući na prethodno stvorene preduvjete i visoku suglasnost ključnih dionika oko glavnih strateških opredjeljenja koja je identificirana tijekom izrade ovog planskog dokumenta, klaster Južne Istre uz



zaokret u načinu upravljanja razvojem turizma ima dostatne argumente za repositioniranje na turističkom tržištu.

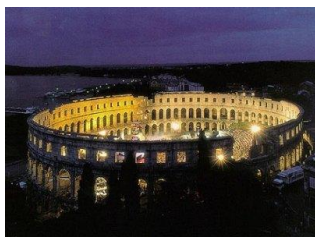
## 4.2. Evaluacija strateških osnova prethodne strategije

- Prethodna je strategija ponudila sljedeću viziju, pozicioniranje, iskustva i ciljeve razvoja područja Južne Istre:

### VIZIJA



Južna Istra je otvoreno i kozmopolitsko područje koje zbog prirodne ljepote, osobitog položaja i inkluzivnog karaktera stanovnika kroz povijest nije zaobišao interes ni jedne susjedne civilizacije, kao ni brojnih umjetnika i povijesnih osoba.



Svjedočeći povijesti od nekoliko tisuća godina, Južna Istra promatra cijeli Jadran. Autentičnim i inovativnim pristupom u proizvodnji kulturnih sadržaja, prezentaciji izuzetnih prirodnih atrakcija i gastronomije, Južna Istra kontinuirano pokušava opravdati svoj geografski položaj – „vrh Istre”.



## POZICIONIRANJE

Južna Istra je turističko odredište za posjetitelje koji svoje doživljaje vole tražiti i oblikovati sami. Na mjestu gdje Srednja Europa sreće Mediteran, dočekujemo opušteno bonvivane, obitelji koje vole istraživati, one koji se dolaze fascinirati našom povijesti i prirodom ili se rekreirati. Svoju jedinstvenu prirodu i tisuće godina povijesti predstaviti ćemo Vam diskretno i s mjerom, a za dodatnu inspiraciju uživajte u našoj hrani i vinu te smještaju upravo po Vašoj mjeri.



## ISKUSTVA

### MARČANA *neotkrivena, plava i zelena*

Pitomi brežuljci, strme stijene i modro more  
Dom. proizvod: sunce i more, vino i gastronomija, sport i rekreacija, događaji

### PULA *je više*

Tri tisuće godina star urbani centar Istre  
Dom. proizvod: sunce i more, kratki odmor, ture i kultura, sport i rekreacija

### FAŽANA *Čarobno malo mjesto*

Idilična obiteljska destinacija  
Dom. proizvod: sunce i more, ture i kultura (pristupna točka NP Brijuni), gastronomija

## JUŽNA ISTRA

### LIŽNJAN *oaza netaknute prirode*

Park šuma i oaza neistražene prirode  
Dom. proizvod: sunce i more, spec. interesi

### MEDULIN *The blue planet*

Carstvo plaža i aktivnog odmora  
Dom. proizvod: sunce i more, sport i rekreacija, gastronomija

### VODNJAN *grad priča*

Agrarno srce Južne Istre  
Dom. proizvod: sunce i more, vino i gastronomija, ture i kultura

## CILJEVI

- Prethodno definiranom vizijom i strategijom razvoja turizma Južne Istre do 2020. godine, postavljaju se sljedeći ciljevi:
  - Do 2020. godine realizirati 500 do 600 mil. EUR investicija u turizam;
  - Povećati udio hotela i turističkih naselja za barem 5% (23%) u ukupnoj smještajnoj strukturi;
  - Aktivno upravljati daljim procesima vezanim za porast smještaja u domaćinstvima u okviru ingerencija klastera i lokalnih TZ prema odredbama plana višeg reda (MP IŽ) i s ciljem postepenog smanjenja ovog tipa kapaciteta;
  - Razvoj kapaciteta kampova ograničiti na zone koje nisu podobne za razvoj hotela i turističkih naselja;
  - Podići ukupnu zauzetost kreveta na 27%, a hotela i turističkih naselja na iznad 45%;
  - Doseći minimalno 85 EUR prosječne potrošnje po noćenju;
  - Ostvariti minimalno 500 mil. EUR godišnjeg prihoda od turizma.
  
- Prethodna vizija podrazumijeva Južnu Istru kao klaster koji se kvalitetom diferencira u okviru Istarskog poluotoka;
- S obzirom na tek petogodišnji mandat prethodne strategije, ključni elementi njenog ostvarenja – uvođenje visokih kriterija inovativnosti i autentičnosti u isporuci kulture, prirode i gastronomije nisu isporučeni;
- Prethodna izjava o pozicioniranju primarno adresira aktivne i istraživanju orijentirane posjetitelje, neovisno o segmentu, što se prema istraživanjima povezuje s obrazovanijim posjetiteljima više potrošačke moći. Slično kao i kod vizije, ovo u kratkom vremenskom razdoblju primjene prošle strategije nije ispunjeno;
- Prema stavovima ključnih lokalnih dionika, ključna iskustva glavnih mjesta klastera postavljena su na dugoročno ispravan način;
- Jednako tako, ciljevi koji su inicijalno bili motivirani očekivanjima provedbe dijela lokacija Brijuni rivijere nisu ostvareni, osobito oni koji se tiču smještajne strukture i zauzetosti gdje je čak došlo do pogoršanja u odnosu na baznu godinu (2015.);
- Prethodno postavljene strateški elementi u većini odgovaraju karakteru i željenom usmjerenju područja, ali ih je potrebno prilagoditi novim tržišnim okolnostima i konkretnim prioritetnim koracima do 2027. godine.

### 4.3. Strateški okvir razvoja turizma klastera Južne Istre do 2027. godine

#### 4.3.1. Strategija i pozicioniranje Južne Istre

Sljedeći su elementi vizije turističkog klastera Južne Istre 2027. godine:

- Južna Istra je u potpunosti turistički aktivirana mikro regija u kojoj su sva atraktivna područja dostupna posjetiteljima i pokrivena osnovnom turističkom infrastrukturom;
- Sadržajne raznolikosti različitih dijelova klastera uvezane su u integrirane proizvode koji se profesionalno oblikuju uz jasne kriterije kvalitete uključenih ponuđača. Standardi kvalitete primjenjuju se na sve glavne elemente turističke ponude polazeći od perspektive ciljnih segmenata s glavnim kriterijima jasne komunikacije vrijednosti koja se pruža unutar određene oznake kvalitete;
- Destinacije unutar područja povezane su za posjetitelje bezbjednim biciklističkim i pješačkim stazama s pratećom osnovnom turističkom infrastrukturom;
- Zaštićena prirodna područja klastera regionalno se diferenciraju inovativnošću interpretacije i procedurama upravljanja iskustvom posjetitelja;
- Prostor je procesu konverzije smještajne strukture s obzirom na provedbu kapitalnih projekata izgradnje smještaja. Ista je konverzija praćena promjenama u turističkom marketingu koji se prilagođava recentnim trendovima i promjenama tržišnih segmenata;
- Široka ponuda tipova smještaja unaprjeđuje se transparentnim standardima za učešće smještajnih objekata u isporuci različitih proizvoda. Isti se standardi jasno komuniciraju zainteresiranim akterima na strani ponude, kao i tržištima potražnje;
- Klaster se nalazi u kontinuiranom procesu razvoja svojih turističkih proizvoda koji se odvija u suradnji turističkih zajednica s proizvodnim klubovima koji djeluju unutar klastera;
- Poštujući značenje svojeg glavnog proizvoda sunca i mora, upravljačke strukture uključenim dionicima i ponuđačima sve snažnije promiču i uvjetuju autentičnost i inovaciju kao dugoročne vrijednosti gradnje turističke ponude;
- Klaster se prezentira putem integrirane marketinške infrastrukture sa suvremeno oblikovanim sadržajima koji jasno komuniciraju elemente ponude i njihova dominantna iskustva.

Navedena vizija prostora potrebna je za isporuku sljedećeg pozicioniranja Južne Istre:

Južna Istra jedno je od povijesnih središta Jadrana i mjesto gdje se Istra otvara Mediteranu. Destinacija je za posjetitelje koji vole istraživati i biti aktivni, te centar istarske kulture i događaja cijele godine. Naša jedinstvena obala i njene raznolike destinacije jamče zanimljiv i aktivan ljetni odmor onima koje zanima nešto više od sunca i mora. Deseci malenih muzeja, galerija i spomenika na autentičan način interpretiraju 3.000 godina naše povijesti. Uz istarsku malvaziju probajte ulja iz jedne od najčuvenijih maslinarskih regija svijeta koja ugrađujemo u suvremene gastronomske koncepte.

Ključna iskustva / elementi diferencijacije:

- 3000 godina povijesti
- Više od sunca i mora
- Najbolje od istarske prirode
- Muzeji, galerije i događaji
- Mjesto za sport i avanturu
- Jedna od najpoznatijih maslinarskih regija svijeta

#### 4.3.2. Ciljevi i vodeće strategije turističkog razvoja do 2027. godine

Nastavno na analitički identificiranu situaciju, područje Južne Istre do 2027. godine ima jedan ključni strateški cilj koji se dijeli na dva podcilja:

**CILJ:** Podići ekonomske performanse turističkog modela najmanje na razinu prosjeka Istarske županije:

- a. Podići vrijednost osnovnom proizvodu sunca i mora za 25% (prosječna dnevna potrošnja ljetnog posjetitelja)
- b. Razvojem dodatnih proizvoda smanjiti udio noćenja realiziranih između lipnja i rujna na manje od 85% godišnje (prvenstveno povećanjem prometa u neposrednoj pred i post sezoni).

**VODEĆE STRATEGIJE ZA OSTVARENJE CILJEVA:**

- Marketinški i proizvodno u potpunosti oblikovati klaster Južne Istre prema najboljim suvremenim praksama marketinške prezentacije i sadržaja;
- Razviti minimalno regionalno afirmiran proizvod kratkih odmora;
- Realizirati prioritetne projekte osnovne turističke infrastrukture;
- Postaviti platformu kontrole i oznaka kvalitete glavnih kategorija turističke ponude (minimalno smještajni objekti i objekti hrane i pića);
- Uvesti i kontrolirano provoditi monitoring održivosti modela turističkog razvoja kao preduvjet daljem rastu turističkih performansi područja.



## 5. OPERATIVNI PROGRAM TURISTIČKOG RAZVOJA

### 5.1. Uvod

Analitički okvir ukazao je da je atrakcijska struktura područja Južne Istre u neskladu s ekonomskim performansama koje turizam područja ostvaruje. Turistički klaster ustanovljen je 2015. godine putem ugovora koji se obnavljaju na godišnjoj razini i definiraju zajedničke projekte. Dosadašnje je iskustvo pokazalo da su sve uključene jedinice lokalne samouprave suočene s barijerama u unaprjeđenju proizvoda sunca i mora, a naročito u iniciranju ozbiljnijeg procesa razvoja drugih proizvoda. Stoga je operativni program ove strategije dominantno postavljen na proizvodnoj razini i na način da objedinjuje aktivnosti na razini cijelog klastera. Sukladno prethodno prihvaćenim strateškim osnovama, ključni proizvodi klastera su:

- Sunce i more;
- Kratki odmori;
- Sport, aktivnosti, avanturistički i turizam posebnih interesa;
- Ture.

Potrebno je napomenuti da je s obzirom na formalni oblik funkcioniranja klastera, kao i nejasan okvir i prioritete nacionalnih i EU fondova u turizmu do 2027., u času izrade ove Strategije teško odrediti jasnu razdiobu aktivnosti klasterske strukture u odnosu na lokalne turističke zajednice. Preporuča se da se klasterska struktura postavi kao koordinacijsko tijelo svih aktivnosti lokalnih turističkih zajednica do 2027. godine što bi iziskivalo i potrebu prihvaćanja predmetne strategije na vijećima/skupštinama svih lokalnih turističkih zajednica.

### 5.2. Plan razvoja ključnih turističkih proizvoda

#### 5.2.1. Sunce i more

##### POSTOJEĆE STANJE

- S obzirom na sezonalnost turističke aktivnosti na području klastera, može se procijeniti da sunce i more čini 88-90% ukupnog turističkog prometa (noćenja) klastera;
- Proizvod se odvija od polovine lipnja do kraja rujna, a kao i u drugim primorskim destinacijama, a glavna ljetna sezona tijekom srpnja i kolovoza podrazumijeva i aktivaciju svih kapaciteta smještaja, hrane i pića te ostalih segmenata ponude. U drugim dijelovima sezone (listopad – lipanj) u funkciji je bitno manje od polovine svih kapaciteta;
- U srcu sezone samog proizvoda dominiraju obitelji s djecom kao ukupno izrazito dominantan tržišni segment područja, dok su u njenim rubnim dijelovima sezone (lipanj, početak srpnja i rujna) prisutni mlađi i stariji parovi te grupe prijatelja;
- Proizvod ima manja poklapanja s drugim ključnim proizvodima i to u svojim rubnim sezonama;
- Analiza postojećeg stanja pokazuje na činjenicu da proizvod iz različitih razloga ima slabije performanse i manje ekonomske učinke od ostalih dijelova Županije, usprkos kvalitetnijoj resursnoj osnovi (priobalje) od drugih dijelova Županije.



*Pulska noć*

*Usidrene barke na Kamenjaku*

## GLAVNI NEDOSTACI LANCA VRIJEDNOSTI PROIZVODA

### Smještaj

- U ljetnim je mjesecima visoka dominacija privatnog smještaja nižih kategorija kvalitete, čiji je udio u posljednjih 5 godina značajno povećan. Takva struktura smještaja utječe na dominantan segment potražnje prema kojem se dalje prilagođavaju ostale poduzetničke inicijative i elementi ponude;
- Ponuda smještaja još je uvijek nedovoljno raznolika (mala je diferencijacija unutar postojećih tipova smještaja, a s obzirom na atrakcijsku strukturu nedostaje B&B objekata i OPG-ova s ponudom smještaja);
- Ne postoji sustav prilagodbe i označavanja smještajnih objekata proizvodima, segmentima i različitim motivima dolaska gostiju.

### Plaže

- Prema inventaru plaža područja iskazanom u Republičkog programu upravljanja plažama iz 2015. godine<sup>1</sup>, omjer površine plaža i ukupno registriranog broja kreveta iznosi oko 3,5. U situaciji punog opterećenja smještaja te uz pretpostavke da svi posjetitelji koriste plažu (ali bez uračunavanja domaće populacije), svakom je korisniku na raspolaganju 3,5m<sup>2</sup> plaža što je ispod minimuma prihvaćenih međunarodnih standarda za normalno odvijanje proizvoda sunca i mora;
- Ukoliko se krene od standarda od 10 m<sup>2</sup> po korisniku kao minimalna osnova pozicioniranja proizvoda sunca i mora na razini 4\*, na prostoru Južne Istre bilo bi potrebno minimalno udvostručiti kapacitet plaža;
- Različit odnos između količine smještajnih kapaciteta i plaža u različitim jedinicama lokalne samouprave utječe na intenzivne prometne migracije u visokoj sezoni koje su problem dugoročne okolišne održivosti klastera;
- Manjka uređenih i tematiziranih plaža, ponuda sadržaja je općenito skromna te plaže na visokom volumenu gostiju ostvaruju razmjerno visok trošak (čišćenje i održavanje), a malen prihod;
- Nastavno na tematizaciju, plaže nisu označene, niti postoji korisnički vodič s opisom plaža (prije svega online).

### Ostala turistička infrastruktura

- Dosadašnja istraživanja prije svega ukazuju na manjak zabavnih sadržaja za djecu i mlade;
- Ponudu objekata hrane pića u visokoj sezoni karakterizira nedostatak diferencijacije između objekata (velika većina objekata ima gotovo identičnu ponudu), slaba zastupljenost i nepouzdanost porijekla lokalnih namirnica i nepovoljan odnos vrijednosti za novac u odnosu na mediteransku konkurenciju (što je u posljednjih nekoliko godina postao problem praktično cijele hrvatske obale). Iako ima objekata koji

<sup>1</sup> S obzirom da su pojedine jedinice lokalne samouprave tijekom izrade Strategije izrazile sumnju u bitno podcijenjene kapacitete plaža u navedenom dokumentu, jedan od prioriteta u provedbi Strategije je napraviti ponovne procjene jer se radi o jednom od vitalnih indikatora za dalje upravljanje turističkim razvojem.

odskaču kvalitetom i inovativnošću ponude, ne postoje nikakvi standardi niti kontrole kvalitete, niti pouzdani javni sustavi informacija kojima bi se posjetiteljima takva ponuda komunicirala;

- Zbog izuzetne potražnje u vrhu sezone, nabava lokalnih proizvoda postaje problematična gdje također nedostaje sustav oznaka, kontrole i komunikacija kvalitete. Iako prisutni na području klastera, nedostaje sezonskih lokalnih tržnica i mjesta prodaje lokalnih proizvoda;
- Infrastruktura i ponuda sadržaja za rekreaciju u vodi, te posebno adrenalinskih i avanturističkih sadržaja, nije u skladu s razinom kvalitete priobalja i njegovog pozicioniranja.

## PRINCIPI RAZVOJA PROIZVODA DO 2027. GODINE

- Cilj razvoja proizvoda sunca i mora do 2027. godine je unaprijediti lanac vrijednosti proizvoda i dodati mu vrijednost na način da po prihodu po noćenju dosegne prosjek istarske obale;
- Na taj se način stvaraju preduvjeti repozicioniranja proizvoda u kasnijem razdoblju (nakon 2027. godine), što uključuje i postepenu promjenu ciljnih segmenata<sup>2</sup>;
- Za podizanje vrijednosti proizvoda sunca i mora do 2027. godine prioriteti su sljedeći:
  - Pokrenuti proces integralnog upravljanja plažama na razini klastera Južne Istre;
  - Realizirati projekt barem jedne zone zabave za djecu i mlade na području Južne Istre;
  - Realizirati sigurne biciklističke staze između glavnih destinacija klastera / središta jedinica lokalne samouprave;
  - Uspostaviti platformu kontrole i označavanja kvalitete za smještajne objekte, te objekte hrane i pića;
  - Postaviti novu marketinšku infrastrukturu (prije svega online) klastera i proizvoda sunca i mora.

## PRIORITETNE AKTIVNOSTI

### A 1.1. Integralno upravljanje plažama južne Istre

- S obzirom na velike dnevne migracije posjetitelja između jedinica lokalne samouprave u cilju pronalaženja plaža, radi se o problemu na razini klastera Južne Istre;
- Iz tog se razloga njegovom rješavanju treba pristupiti na klasterskoj razini;
- Sljedeći su koraci (hodogram) u okviru ove aktivnosti:
  1. Provjeriti ispravnost kataloga plaža u smislu površina i kapaciteta plaža identificiranih u okviru projekta Regionalnog programa uređenja i upravljanja plažama Istarske županije, kao i njihove tematizacije. Ista projektna podloga je osnova za sve prijave projekata plaža prema nacionalnim i EU fondovima te je nakon provjere fizičkih parametara te željenih tematizacija iste potrebno izmijeniti važeće podloge u dogovoru s upravnim odjelom za turizam Istarske županije – do kraja 2021;
  2. Nakon provjere kapaciteta, ponovno izvršiti procjenu prihvatnog kapaciteta plaža i njegov odnos prema drugim turističkim i infrastrukturnim kapacitetima (prije svega smještaja). Za rješavanje problema ocjene prihvatnog kapaciteta može se računati i na izradu studije održivosti modela turizma i prihvatnog kapaciteta, a što su studije koje su donedavno bile sufinancirane od strane resornog ministarstva - do kraja 2022;
  3. S obzirom na rezultate studije prihvatnog kapaciteta plaža s revidiranim osnovnim podacima, pokrenuti procese aktivacije novih plaža te proširenja postojećih izradom plana proširenja plaža – prva polovina 2023. ;
  4. U međusobnom dogovoru svih uključenih jedinica lokalne samouprave, JU Kamenjak i eventualno NP Brijuni, odrediti pravila izgradnje i lokacija za formiranje plaža na otocima arhipelaga Južne Istre,

<sup>2</sup> Za ovaj će proces biti potrebna osjetnija promjena smještajne strukture što podrazumijeva novih nekoliko tisuća smještajnih jedinica visoke kvalitete, odnosno realizaciju lokacija Brijuni Rivijera, veća ulaganja postojećih poduzeća te podizanje kvalitete postojećeg privatnog smještaja;

kao i eventualno slabije dostupnih kontinentalnih plaža klastera, uključujući infrastrukturu za prihvat plovila za prijevoz posjetitelja – prva polovina 2023.;

5. Realizirati procese tematizacije plaža na području klastera, neovisno o upravljačkom modelu (koncesija ili javno upravljanje) i to za ukupno 10.000 korisnika sa sljedećom okvirnom razdiobom:
  - a. Plaže za obitelji s djecom 50%;
  - b. Plaže sa sportskim i rekreacijskim sadržajima 15%;
  - c. Eko plaže 15%;
  - d. Plaže za surfere / adrenalinska plaža 5%;
  - e. Plaže za kućne ljubimce 5%;
  - f. Romantične plaže 5%;
  - g. Ostale plaže – 5% (uključujući i plaže za ronioce).

Plaže je potrebno strukturirati i opremiti prema važećim pravilima za tematizaciju plaža u Republici Hrvatskoj – do kraja 2027..

### A.1.2. Realizacija zona zabave

- Na području projekta je u posljednjih 10 godina bilo različitih ideja zabavnih i vodenih parkova, kao i drugih projekata izgradnje zabavnih sadržaja;
- Zasad najbliži realizaciji bio je projekt Crispoland koji prema idejnom konceptu objedinjuje zabavni i vodeni park te ponudu zabave za mlade. Usprkos iskazanom interesu, barijera za realizaciju projekta blizina je ŽCGO Kaštijun koji još uvijek širi neugodne mirise oko lokacije, osobito u ljetnoj sezoni vršnog opterećenja;
- Kako je riječ o prioritetnom elementu ponude (zadovoljstvo korisnika, podizanje potrošnje), klasterske TZ u sljedećem razdoblju inicijalno trebaju provjeriti potencijal realizacije sličnih projekata;
- U slučaju da se ne identificiraju izgledne inicijative u vremenskom obzoru strategije, predlaže se:
  1. Formiranje klsterskog kluba „Zabava / Entertainment“ koji osim predstavnika lokalnih TZ i JLS uključuje vodeće smještajne ponuđače klastera;
  2. Pronalaženje jedne do dvije prikladne javne lokacije za formiranje ljetnih zabavnih zona (po jedna u istočnom i zapadnom dijelu klastera) s ponudom između lipnja i rujna:
- Hodogram aktivnosti:
  - a. Do sredine 2022. godine identificirati stanje i mogućnosti realizacije potencijalnih privatnih projekata;
  - b. Prema potrebi, do kraja 2022. odrediti lokacije, detaljniji i natječajne uvjete za realizaciju zona;
  - c. Krenuti s projektom zabavnih zona 2023. godine.

### A.1.3. Projekti povezivanja destinacija biciklističkim i pješačkim stazama

- Riječ je o projektu koji ima gotovo jednaku važnost za većinu turističkih proizvoda klastera (osim tura), ali se zbog relativne važnosti obrađuje u okviru proizvoda sunca i mora;
- Iako je istarsko biciklističko iskustvo već značajno promoviran proizvod, postojeća infrastruktura staza ne omogućava potrebu sigurnost, osobito ne u vrhu sezone kada je znatan promet motornih vozila;
- U ovoj razvojnoj fazi, nužno je uspostaviti magistralne linije, odnosno povezati središta jedinica lokalne samouprave, pri čemu za neke od prioritetnih pravaca (Pula – Medulin) već postoje okvirni planovi realizacije;
- U segmentu realizacije pješačkih staza, prioritet je u najvećoj mogućoj mjeri realizirati kontinuiranu šetnicu obalom klastera (Barbariga-Fažana-Pula-Pješčana uvala-Kamenjak-Medulin-Ližnjan-Luka Budava-Duga uvala), a s obzirom na duljinu obale i teren u svojoj ukupnosti riječ je o dugoročnom projektu (mimo trajanja ove strategije) koji će zahtijevati značajna javna sredstva;
- Ovisno o varijantama rješavanja biciklističkih staza (odnosno u slučaju da staze ne prate postojeće cestovne magistralne pravce, realizacija ovog projekta otvara nove iskustvene zone i prilike za razvoj dodatne turističke infrastrukture (točke od interesa, manji objekti hrane i pića);
- Hodogram aktivnosti:
  - a. Do kraja 2021. godine identificirati stanje dokumentacije, tehničku izvodljivost i potrebna sredstva za realizaciju svakih od prioritetnih pravaca povezivanja biciklističkim stazama;
  - b. U prvoj polovini 2022. identificirati sve moguće nacionalne i međunarodne izvore sredstava za realizaciju staza;
  - c. Do kraja 2022. na klsterskoj razini usuglasiti program realizacije pješačkih staza do 2027. godine;
  - d. U drugoj polovini 2022. krenuti s realizacijom projekata.

### A 1.4. Uspostava platforme kontrole i označavanja kvalitete za smještajne objekte, te objekte hrane i pića

- Riječ je o projektu koji ima gotovo jednaku važnost za sve turističke proizvode klastera (osim tura), ali se zbog relativne važnosti većinom obrađuje u okviru proizvoda sunca i mora;
- U tržišnim uvjetima koji su vladali između 2013. i 2019. godine (izuzetan porast potražnje, dominacija posjetitelja ograničene sofistikacije i kupovne moći) poduzetnici u turizmu nisu imali interes podizanja kvalitete sadržaja i specijalizacije;
- Prema smještajnoj strukturi, kao i na tržištu restorana, Južna Istra prosječnom kvalitetom zaostaje u odnosu na druge dijelove poluotoka, što utječe na turistički imidž područja. U uvjetima razmjerno manjeg broja kvalitetnijih objekata u strukturi, zbog bolje prepoznatosti važno je istaknuti one koji se izdvajaju kvalitetom;
- U tom je smislu u suradnji s TZ IŽ koja je prema važećem Master planu razvoja turizma Istarske županije odgovorna institucija za primjenu operativne strategije upravljanja kvalitetom potrebno formirati osnovnu platformu kontrole kvalitete za smještajne i objekte hrane i pića;
- S obzirom da je riječ o vrlo opsežnom projektu kod kojeg su primjena na sve objekte na strani ponude (svojevrсна kategorizacija) i kontinuirani nadzor realno nemogući na kratki i srednji rok, projekt u ovoj fazi treba promatrati kao liniju potpore za poduzetnike koji operiraju objektima veće kvalitete i diferencijacije, odnosno spremni su za iskorake u kvaliteti;
- Nastavno na platformu izgradnje kvalitete na način na koji je definirana u istoimenoj operativnoj strategiji u Master planu razvoja turizma Istarske županije, predlaže se:
  - Definirati oznaku „Premium Istra (Južna Istra)“ za objekte privatnog smještaja, OPG, hostele i druge objekte (osim marina, kampova i hotela koji imaju tržišno prepoznatu kategorizaciju) prema kriterijima prostora objekta po krevetu u smještaju, uključenih sadržaja, minimalna sezona u kojoj je objekt otvoren, lokacije i drugih kriterija;
  - Definirati kriterije za oznake kvalitete „Autentična Istra (Južna Istra)“ te „Premium Istra (Južna Istra)“ za objekte hrane i pića. Kriteriji za oznaku autentičnosti definiraju se omjerom autentičnih jela i namirnica, a za premium oznaku ukupna kvaliteta objekta (neovisno o tipu);
  - Objektima koji zadovoljavaju kriterije osigurati posebne uvjete promocije (zasebne sekcije na web stranicama TZ, prioritete kod izlistavanja stranicama);
  - Osigurati fondove potpore poduzetnicima zainteresiranim za podizanje kvalitete (manje dogradnje i rehabilitacije);
  - Definirati uvjete za oznake prikladnosti smještajnih objekata prema proizvodima, gdje je kod proizvoda sunca i mora potreban pristup prema tržišnim segmentima (npr. family friendly, couples friendly, bike friendly, disabled friendly), a kod kratkih odmora prema kategorijama proizvoda (npr. culture friendly, active friendly, itd.).
- Hodogram aktivnosti:
  - a. Do kraja 2021. godine s TZ IŽ i Upravnim odjelom za turizam IŽ razriješiti odgovornosti i prioritete u uspostavljanju sustava upravljanja kvalitetom;
  - b. U prvoj polovini 2022. postaviti platformu i akcijski plan uspostave sustava kvalitete;
  - c. Do kraja 2022. definirati detaljne uvjete, oznake i procese upravljanja kvalitetom;
  - d. Tijekom 2023. pokrenuti pilot projekt uvođenja sustava praćenja kvalitete, kao i definirati sustav potpore podizanja kvalitete do 2027. godine;
  - e. Od 2024. godine početi provoditi sustav upravljanja kvalitetom.

#### **A 1.5. Uspostava nove marketinške platforme**

- Riječ je o projektu koji ima jednaku važnost za sve turističke proizvode klastera, ali se zbog relativne važnosti većinom obrađuje u okviru proizvoda sunca i mora;
- Iako već pet godina funkcionira kao turistički klaster, Južna Istra nema objedinjenu marketinšku platformu kao npr. klaster Sjeverozapadne Istre, ili Središnje Istre;
- Statusi brendiranja destinacija, vizualni identiteti i organizacija marketinške prezentacije (prije svega online) značajno varira između destinacija;

- Kvaliteta sadržaja također značajno varira, no u cjelini zaostaje za suvremenim standardima. Nedostaje video sadržaja koji s globalnom promjenom dominantnih ciljnih segmenata (milenijalci – generacija Y) postaju tip sadržaja najvećeg prioriteta;
- Presentacija je statična i orijentirana na faktografski opis s fotografijama (koje često nisu odgovarajuće kvalitete), nasuprot suvremenom trendu fokusa marketinške prezentacije na ključna iskustva;
- Nema korisnički generiranih sadržaja, interakcije s korisnicima putem društvenih mrežama nema, ili je u početnoj fazi razvoja (ovisno o lokalnoj TZ);
- Predlaže se uvesti projekt uspostave integrirane marketinške platforme Južne Istre koji obuhvaća:
  -
- Hodogram projekta:
  - a. Do kraja 2021. godine pripremiti natječaj za Projekt brendinga Južne Istre u suradnji i uz sufinanciranje svih jedinica lokalne samouprave s rokom dovršetka do proljeća 2022. godine;
  - b. Po završetku projekta brendinga, pristupiti pokretanju natječaja za izradom integrirane marketinške online platforme područja Južne Istre uključujući i društvene mreže koju je potrebno uspostaviti do kraja 2022. godine;
  - c. Paralelno s pokretanjem projekta integrirane online marketinške platforme, pokrenuti projekt „Iskustva Južne Istre“ usmjerenog na klasifikaciju i sadržajno oblikovanje ključnih iskustava (odnosi se na sve turističke proizvode), uključujući i stvaranje i oblikovanje prve faze potrebnih sadržaja;
  - d. Od 2023. godine nadalje kontinuirano popunjavati i unaprjeđivati sadržaja.

## 5.2.2. Kratki odmori

### POSTOJEĆE STANJE

- Proizvod kratkih odmora trenutno je ograničen na razdoblje svibnja, lipnja i listopada i uglavnom na područje grada Pule, a njegov udio u proizvodnoj strukturi Južne Istre može se procijeniti na 3-5%;
- Proizvod gotovo da nije izravno prisutan u turističkom marketingu područja, iako je većina njegovih sastavnica (atrakcija i sadržaja) na neki način prisutna i opisana, mada uglavnom slabo vidljiva, na Internet stranicama TZ-ova;
- Riječ je o proizvodu sa značajnim potencijalom na ovom području čijem se razvoju dosad nije ozbiljnije pristupalo;
- Proizvod kratkih odmora općenito podrazumijeva boravak u turističkoj destinaciji (ili regiji) u trajanju od 2 do 5 dana<sup>3</sup> s kombinacijom motiva i sadržaja od kojih su najčešći sljedeći:
  - Događanja različitih profila (kulturna, sportska, gastronomska, itd);
  - Obilazak kulturnih sadržaja / znamenitosti (često tura ciljanih sadržaja – npr. freske, sakralni objekti, kašteli, itd);
  - Obilazak prirodnih znamenitosti, fenomena i točaka od interesa, često putem autentičnih izleta, ili uz mogućnost vlastitog istraživanja;
  - Gastronomija – često ciljana potraga za određenom vrstom kuhinje, sezonskom namirnicom ili ciljanim visoko kvalitetnim ili autentičnim restoranima;
  - Obilazak objekata ruralnog i agro turizma;
  - Kupovina / shopping;
  - Wellness / zdravstveni tretmani.

<sup>3</sup> U Europi (osobito Južnoj i Središnjoj) prevladava model kratkih odmora od srijede, četvrtka ili petka do nedjelje, prosječno trajanje proizvoda od 4 dana (najčešće četvrtak – nedjelja).



- Korisnici proizvoda uglavnom imaju manju toleranciju na gužvu i čekanja u odnosu na korisnike glavnih ljetnih (sunce i mora) i zimskih (skijanje) odmora te su više zainteresirani za doživljaj destinacije iz perspektive lokalnog stanovništva, te visoko vrijedna i autentična iskustva;
- Za razliku od drugih proizvoda, razvoj proizvoda kratkih odmora dominantno podrazumijeva meke i organizacijske aktivnosti, dakle ima relativno manju razvojnu potrebu za kapitalnim ulaganjima;
- Izgradnja proizvoda kratkih odmora i pozicioniranje područja Južne Istre kao ozbiljne mikroregije za ovaj proizvod nužno podrazumijeva klusterski pristup, kako bi se integracijom raznolikih klusterskih iskustava osigurala njegova konkurentnost.

#### GLAVNI NEDOSTACI LANCA VRIJEDNOSTI PROIZVODA

- Ključni problem u lancu vrijednosti proizvoda kratkih odmora odnosi se na činjenicu da je većina turističkih sadržaja izvan funkcije u ciljanom razdoblju odvijanja proizvoda (polovina rujna – polovina lipnja);
- Smještajni objekti i objekti hrane i pića visoko dominantno su prilagođeni ljetnim gostima, njihovim potrebama i obrascu ponašanja. U tom smislu nedostaje diferenciranih sadržaja koji su od vitalne važnosti za ovaj tip proizvoda, odnosno ono što može predstavljati ključni razlog odabira destinacije i/ili zadovoljstva posjetom;
- Ovaj turistički proizvod dosad nije bio predmet intenzivnog procesa razvoja, iako su se njegove sastavnice (prije svega ponuda kulturnih sadržaja) u posljednjem strateškom razdoblju bitno unaprijedile;
- Sadržaji zdravstvenog i wellness turizma koji su jedna od vitalnih komponenti proizvoda kratkih odmora trenutno su na području Južne Istre nedostatno razvijeni;
- Postojeći godišnji planovi događanja po destinacijama također su postavljeni gotovo isključivo s idejom podržavanja glavne ljetne sezone.

#### PRINCIPI RAZVOJA PROIZVODA DO 2027. GODINE

- S obzirom da dosad nije u pravom smislu ušla u proces razvoja proizvoda kratkih odmora, Južna Istra ima priliku polučiti razmjerno velike učinke uz mala ulaganja, ali znatan upravljački napor i pod uvjetom iskoraka u dioničkim odnosima;
- U razvoju proizvoda kratkih odmora, Južna Istra ima dostatne početne argumente za njegovu gradnju u sljedećim elementima:
  - Prirodni fenomeni i atrakcije;
  - Kulturni sadržaji;
  - Ruralni i agroturizam.
- U horizontu ove strategije (do 2027. godine), moguća su i unaprjeđenja u segmentima gastronomije i događanja koja ih mogu dovesti do razine spremnosti za konkurentan proizvod kratkih odmora;
- S obzirom na potencijal tržišne potražnje, cilj u razvoju proizvoda može se postaviti na oko 8% tržišnog udjela, odnosno 600-800.000 noćenja u 2027. godini.

#### PRIORITETNE AKTIVNOSTI

##### **A 2.1. Osnivanje proizvodnog kluba „Kratki odmori Južne Istre“**

- Proizvodni klub je neformalna inicijativa na klusterskoj razini te osim članova lokalnih TZ uključuje i najveće ponuđače zainteresirane za razvoj proizvoda kratkih odmora, odnosno one koji će činiti okosnicu razvoja proizvoda;
- Proizvodni klubovi se u pravilu sastaju 2-3 puta godišnje na inicijativu klusterskih TZ;
- Proizvodni klub služi kao savjetodavno tijelo formalnoj upravljačkoj strukturi turizma područja Južne Istre (turističke zajednice, jedinice lokalne samouprave i njihovi odjeli) te na taj način jača upravljački kapacitet turizmom prostora (kao i ostali proizvodni klubovi);

- Zadaće proizvodnog kluba uključuju sljedeće:
  - Definiranje pravila učešća ponuđača prema kategorijama ponude u proizvodu kratkih odmora klastera. Sama primjena kriterija rada tijekom godine (van glavne sezone) u današnjoj situaciji iz učešća u proizvodu eliminira većinu ponuđača turističkih usluga;
  - Izvješćivanje upravljačke strukture o ponašanju, stavovima, zadovoljstvu i prijedlozima posjetitelja koji dolaze u okviru ovog proizvoda;
  - Preporuke godišnjeg plana prioriternih aktivnosti i ključnih projekata vezanih uz razvoj proizvoda kratkih odmora.
- Preporuka je prvi sastanak proizvodnog kluba kratkih odmora Južne Istre održati do kraja 2021. godine.

#### **A 2.2. Marketinško oblikovanje proizvoda kratkih odmora**

- Organizacija marketinških materijala prema principu ključnih iskustava od vitalne je važnosti za razvoj proizvoda kratkih odmora;
- U tom je smislu u marketinškim materijalima potrebno oblikovati i kontinuirano unaprjeđivati različite pakete kratkih odmora na području Južne Istre koji uključuju:
  - Različite smještajne opcije;
  - Različita trajanja boravka;
  - Različite pakete prema dominantnim motivima;
  - Sezonalnu prilagođenost (događaji, priroda, ruralni turizam i gastronomija).
- Paketi / prodajni prijedlozi ne služe nužno komercijalizaciji (iako bi u budućnosti marketinške platforme trebale biti povezane s prodajnim po uzoru na najbolje primjere globalne prakse);
- Uloga ove vrste oblikovanja je prvenstveno komunikacijska, odnosno služi kako bi se zainteresiranim posjetiteljima brzo, kvalitetno i atraktivno komunicirale vrijednosti i relevantna ponuda prostora, uključujući dominantna iskustva u cilju donošenja brze i pozitivne odluke o posjetu;
- Nastavno na osnovni projekt uspostavljanja nove marketinške infrastrukture opisan u dijelu proizvoda sunca i mora, ključna iskustva proizvoda kratkih odmora moraju biti dodatno obrađena kvalitetnim sadržajima (video i fotografije) prema ključnim sezonama.
- Hodogram aktivnosti:
  - a. Formiranje / prvi sastanak kluba proizvoda „Kratki odmori“ do kraja 2021. godine;
  - b. Prva verzija marketinškog oblikovanja proizvoda kratkih odmora do kraja 2022. godine;
  - c. Online prezentacija i oblikovanje marketinških sadržaja - od 2023. godine nadalje.

#### **A 2.3. Oblikovanje novih točaka od interesa / uvođenje rješenja SMART turizam modela**

- Pojam SMART (pametnog) turizma podrazumijeva novi model isporuke turističkog iskustva koji karakterizira integracija komunikacijskih tehnologija i turizma na način da se turistima omogućava bliža komunikacija i interakcija s lokalnim stanovništvom, lokalnim poduzetnicima, vlastima i turističkim atrakcijama. Uključuje i primjenu informacijske i komunikacijske tehnologije (ICT), mobilnih komunikacija, umjetne inteligencije, računarstva u oblaku i prividne stvarnosti u razvoju inovativnih alata i pristupa unaprjeđenju turizma;
- Iako uglavnom fokusiran na primjenu u gradovima (originalno dio koncepta smart city – pametni grad), koncept je primjenjiv na različite vrste destinacija, primarno putem primjene mobilnih aplikacija, prividne i proširene stvarnosti u interpretaciji kulture, povijesti i prirode;
- Prema natječaju EU za europsku prijestolnicu SMART turizma 2022. godine, može se pretpostaviti da će u sljedećoj financijskoj perspektivi EU vrednovati / sufinancirati elemente praksi u turizmu koje se tiču pristupačnosti, održivosti, digitalizacije, kulturne baštine i kreativnosti/inovacije u bilo kojem od segmenata lanca vrijednosti (marketing, prijevoz, smještaj, hrana i piće, atrakcije, rukotvorine i memorabilija);
- U tom se smislu otvara potencijal za sve projekte koji primjenom suvremenih tehnologija podižu kvalitetu bilo kojeg od navedenih elemenata lanca vrijednosti na području Južne Istre, ali se ova aktivnost prvenstveno koncentrira na podizanje kvalitete interpretacije i turističkog marketinga;
- Atraktivnost i potreba za primjenom ovog koncepta ogledaju se u sljedećem:

- Integracija tehnoloških rješenja u interpretaciji atrakcija sve je zastupljenija u vodećim urbanim, kulturnim i prirodnim destinacijama;
- Tržišni segmenti mlađih posjetitelja (od milenijalaca nadalje) osobito su prijemčivi na ovakve koncepte, tako da njihova primjena znači gradnju lojalnosti prema tržištu budućnosti;
- Kao dio krovnog koncepta digitalizacije, SMART turizam je i u prethodnoj financijskoj perspektivi bio predmet značajnog financiranja EU (neki od projekata već su provedeni i na području Istarske županije), a prema svim najavama isto će biti dodatno istaknuto u sljedećoj (postojećoj) perspektivi do 2027. godine.
- Ova aktivnost podrazumijeva proaktivno postavljanje prema gore navedenim trendovima u vidu:
  - Odabira prioriternih lokacija / atrakcija za primjenu nekih od alata SMART turizma;
  - Razvoj okvirnih koncepata (priča i ideja za interakciju)
  - Praćenje projektnih raspisa i priprema za odgovarajuće fondove.
- Hodogram aktivnosti:
  - a. Lista ključnih točaka od interesa / okvirni koncepti i ideje (polovina 2022.);
  - b. Praćenje projektnih prilika / provedba projekata (kontinuirano od polovine 2022.).

#### **A 2.4. Klasifikacija i usklađivanje programa klusterskih događanja**

- Godišnji kalendar događanja na području Južne Istre trenutno je orijentiran gotovo isključivo na ljetnu sezonu te većinom služi kao dopuna nedostajućih elemenata lanca vrijednosti (zabava) čime se obogaćuje iskustvo posjetitelja, povećava njihova lojalnost destinaciji i podiže potrošnja;
- Prevladavajući koncept je sufinanciranje brojnih događanja u ljetnoj sezoni od strane lokalnih turističkih zajednica iznosima do nekoliko desetaka tisuća kuna kako bi se otvorile prilike za poduzetnike i obogatila ponuda zabave u nedostatku turističke infrastrukture;
- Izuzetak je Pula koja s Arenom godišnje ima nekoliko događanja koja su primarni motiv posjetitelja (Pula Film festival, nekoliko međunarodno atraktivnih koncertnih događanja), uz sporadične sportske ili gastronomske događaje koji također stvaraju motiv dolaska, ili su osobito značajni zbog inovacija, u svim dijelovima klastera;
- Ovakav je pristup prije svega odraz dosadašnje orijentacije gotovo isključivo na proizvod sunca i mora kojemu su se prilagođavale i sve ostale aktivnosti;
- Osim dosadašnjeg pristupa poticanju događanja u glavnoj sezoni proizvoda sunca i mora, potrebno je:
  - Do 2027. godine koncipirati i poticati 5-10 događanja na području Južne Istre van glavne sezone s ciljem privlačenja barem 5.000 posjetitelja po događaju (primarni motiv dolaska). Navedeni događaji trebaju biti povezani s drugim aktivnostima i projektima u okviru razvoja proizvoda kratkih odmora;
  - Klasificirati događaje na one klusterske važnosti i lokalne događaje. Za prvu skupinu nadležnost preuzima klusterska upravljačka struktura uz savjetodavnu pomoć proizvodnog kluba kratkih odmora, a druga ostaje u nadležnosti lokalnih turističkih zajednica;
  - Događaje u glavnoj sezoni koristiti kao mjesto promocije i testiranja ideja vezanih za lokalne brendove i oznake kvalitete;
  - S obzirom na postojeću sezonalnost sadržaja, kao i sezonu Zračne luke Pula koja bi s razvojem proizvoda kratkih odmora trebala dobivati na važnosti, sezonu proizvoda (pa tako i van sezone događaje) treba početi graditi u neposrednoj pred i post sezoni, nasuprot točkastom pristupu kroz cijelu godinu (npr. izolirani datumi u zimskim, rano proljetnim i kasno jesenskim mjesecima).
- Hodogram aktivnosti:
  - a. Odabir ključnih događaja klusterske važnosti (polovina 2022.);
  - b. Program razvoja i poticaja po događanju (do kraja 2022.).

### 5.2.3. Sport, aktivnosti i turizam posebnih interesa

#### POSTOJEĆE STANJE

- U proteklih 10 godina su u segmentu proizvoda sportskih priprema napravljeni značajni pomaci na području općine Medulin u segmentu priprema za nogometne klubove u suradnji s Arena Hospitality Group koja efektivno djeluje kao menadžer proizvoda;
- Ostala sportska infrastruktura se zasad uglavnom koristi u svrhu isporuke dodatnih aktivnosti za ljetne goste;
- Aktivnosti i adrenalinski turizam povezani su s aktivnostima na moru, prije svega na istočnom dijelu obale klastera (Kamenjak i Ližnjan) te uključuje plaže s ponudom za surfanje i slične aktivnosti sa zasad skromnom infrastrukturom i povezanim događajima na početku razvoja;
- Turizam posebnih interesa temeljen na prirodnim fenomenima ima osnovu u zaštićenim prirodnim područjima (NP Brijuni, PP Kamenjak) te obalnom pojasu općenito kroz proizvod ronjenja;
- Turizam posebnih interesa temeljen na kulturi i povijesti ima osnovu u sakralnoj baštini (prije svega Vodnjan i Fažana), spomenicima i nalazištima grada Pule, recentno stvorenim atrakcijama (npr. arheološki park Vižula), ali mu za snažniji razvoj nedostaje atrakcija i interpretacije;
- Ova grupa proizvoda trenutno ukupno doprinosi turističkom prometu područja s oko 5%, od čega je dominantan proizvod nogometnih priprema.

#### GLAVNI NEDOSTACI LANCA VRIJEDNOSTI PROIZVODA

- Dalji razvoj sportskih priprema (nogomet) uvjetovan je izgradnjom dodatnih nogometnih terena, odnosno daljom sportskom infrastrukturom, od čega se uskoro očekuje izgradnja zatvorenog bazena;
- Fizička i marketinška struktura proizvoda aktivnosti i adrenalinskog turizma na početku su razvoja. Osim zasad skromne osnovne infrastrukture na plažama, nedostaje i specijaliziranih smještajnih kapaciteta te kvalitetan marketinški opis glavnih atrakcija sa visokokvalitetnim sadržajima (video, fotografije);
- Atrakcije podmorja (flora, fauna, špilje) nemaju kvalitetnu online prezentaciju, nisu označene, nedostaju mjesta i materijali interpretacije, uz iznimku ronilačkih točaka u okviru NP Brijuni te znanstvenih podloga na stranicama JU Kamenjak;
- Proizvod specijalnih interesa vezan uz kulturu i povijesnu baštinu još uvijek nije u fazi profesionalnog razvoja, prethodno je potrebno kompletirati fizičku infrastrukturu, prije svega vezanu uz interpretaciju sakralne baštine, kako bi se krenulo u marketinšku fazu razvoja proizvoda;
- Postoje inicijative vezane uz različite niše ribarstva (npr. big game fishing) prema kojima se treba odrediti ovisno o potencijalu razvoja;
- Ova grupa proizvoda općenito je nedostavno pokrivena specijaliziranim događanjima (naglasak na razdoblje izvan glavne sezone proizvoda sunca i mora) koji podižu broj posjeta i vrijednost (potrošnju) u okviru proizvoda.

#### PRINCIPI RAZVOJA PROIZVODA DO 2027. GODINE

- Radi se o skupini koja objedinjuje brojne proizvode s općenito različitim lancima vrijednosti te je stoga izrazito upravljački izazovna;
- Na području Južne Istre postoje brojne inicijative i ideje unutar ove skupine proizvoda te je u obzoru ove Strategije nužno identificirati one s realnim tržišnim potencijalom i odrediti se oko optimalne razine i načina upravljačke i materijalne podrške;
- Jedan od sigurnih daljih pravaca razvoja je u okviru segmenta sportskih priprema s obzirom da je riječ o već etabliranom proizvodu s ozbiljnim rezultatom i utemeljenim idejama daljeg razvoja;
- Kao i kod ostalih proizvoda, bitno unaprjeđenje kvalitete, interpretacije i suvremenog marketinškog opremanja proizvoda imperativ je neovisno o konačnom izboru niša na koje će se dugoročno oslanjati razvoj ove grupe proizvoda.

## PRIORITETNI PROJEKTI I AKTIVNOSTI

### A 3.1. Proizvodni klub „Sport, aktivnosti i posebni interesi“

- Kao i u slučaju ostalih predloženih proizvodnih klubova i ovdje je riječ o neformalnoj inicijativi koja okuplja sve institucije i poduzetnike zainteresirane za razvoj nekog iz ove grupe proizvoda;
- Kako bi se omogućila adekvatna savjetodavna pomoć upravljačkoj strukturi turizma područja Južne Istre proizvodni klub ima sljedeće osnovne zadaće:
  - Evaluaciju razvojnih ideja članova kluba – članovi predlažu koncepte razvoja proizvoda koji se zajednički raspravljaju na proizvodnim klubovima. U kasnijoj fazi cilj je definirati format opisa i evaluacije razvojnih ideja kako bi se procesi ubrzali na transparentan način;
  - Definiranje pravila učešća ponuđača prema podkategorijama proizvoda (prije svega za niše aktivnosti i turizma posebnih interesa);
  - Izvješćivanje upravljačke strukture o ponašanju, stavovima, zadovoljstvu i prijedlozima posjetitelja koji dolaze u okviru ovog proizvoda;
  - Preporuke godišnjeg plana prioriteta aktivnosti i ključnih projekata vezanih uz razvoj proizvoda iz ove grupe.
- Preporuka je prvi sastanak proizvodnog kluba kratkih odmora Južne Istre održati do polovine 2022. godine.

### A 3.2. Razvoj infrastrukture za aktivnosti, avanturistički turizam i posebne interese

- U prvim fazama rada proizvodnog kluba trebali bi se identificirati prioriteti razvoja proizvoda i za njih potrebna (fizička) infrastruktura;
- Mogući načini realizacije potrebne infrastrukture su sljedeći:
  - Nacionalni i EU fondovi za potrebe razvoja fizičke infrastrukture proizvoda specijalnih interesa građenih na prirodnoj, povijesnoj i kulturnoj baštini poput interpretacijskih centara, uređenja/rekonstrukcije povijesnih spomenika, turističke infrastrukture (staze, klupe, informativne table, signalizacija i slično). Dodatno se iz ove financijske linije može računati na uvođenje elemenata digitalizacije i SMART turizma za potrebe i svih ostalih elemenata proizvoda;
  - Odabrane privatne inicijative kojima treba pružiti odgovarajuću podršku (prije svega logističku, a prema mogućnostima i financijsku iz javnih izvora). U slučaju aktivnosti i adrenalinskog turizma posebno je važno dalje upravljanje plažama adekvatnim za odvijanje niša proizvoda (koncesije ili javna uređenja i gospodarenja);
  - Financiranje od strane jedinica lokalne samouprave i/ili turističkih zajednica što se prije svega odnosi na potrebna uređenja javnih prostora ili ugradnju elemenata nedostajuće javne infrastrukture gdje se to ocijeni potrebnim.
- Po odabiru prioriteta razvoja u okviru ove proizvodne grupe, potrebno je u suradnji upravljačke strukture turizmom klastera i proizvodnog kluba sastaviti akcijski plan ključnih projekata, njihovih mogućih načina financiranja i koraka realizacije;
- Po definiranju prioriteta potrebno je usklađivanje s proizvodnim klubom kratkih odmora po pitanju razvoja događaja, jer će dio odabranih ključnih događaja klastera očekivano doći iz domene ovih proizvoda;
- Cilj je do 2027. godine 3 niše proizvoda razviti do razine međunarodne prepoznatosti, pored proizvoda sportskih priprema.
- Hodogram projekta:
  - a. Identifikacija prioriteta (kraj 2022.);
  - b. Plan razvoja odabranih prioriteta (niša) i mogućih izvora financiranja (do polovine 2023.);
  - c. Implementacija (do kraja planskog razdoblja).

### A 3.3. Marketinško oblikovanje i promocija proizvoda avantura i posebnih interesa

- Niše proizvoda aktivnosti, adrenalinskog turizma i posebnih interesa karakteriziraju posebni zahtjevi u pogledu marketinškog oblikovanja i kanala promocije koji se u pravilu bitno razlikuju od standardnih za druge turističke proizvode;
- Iz tog je razloga jedinični marketinški i prodajni trošak (utrošena sredstva po dolasku ili noćenju) ovih proizvoda viša, ali to vrijedi i za prosječnu potrošnju korisnika ovog u odnosu na druge turističke proizvode;
- U procesu razvoja ovih proizvodnih niša i njihovih lanaca vrijednosti dugoročno je važno razvijati ponudu koja u potpunosti odgovara, općenito vrlo specifičnim, zahtjevima ovih grupa gostiju. Ovo se ne odnosi samo na osnovnu infrastrukturu za odvijanje ovih proizvodnih niša već i prilagođena smještajna i druga rješenja;
- Stoga je po identifikacija prioriternih niša potrebno definirati pravila za adekvatne smještajne objekte i drugu ponudu za svaku od niša u okviru aktivnosti A 1.5. *Uspostava platforme kontrole i označavanja kvalitete za smještajne objekte, te objekte hrane i pića* opisane u okviru proizvoda sunca i mora kao svojevrsni vodič zainteresiranim ponuđačima smještaja u izgradnji / prilagodbi svojih objekata za željene niše;
- Osim marketinške infrastrukture klastera, za marketing i prodaju ovih proizvoda potreban je dostup specijaliziranim online i offline kanalima;
- Kako će oblikovanje promotivnih sadržaja za ove niše očekivano biti kompleksno i skupo zbog njihove specifičnosti i velikog broja niša, potrebno je naći model u kojem je isto operativno i financijski provedivo, a svakako će u znatnijoj mjeri u odnosu na druge proizvode morati uključivati javne izvore i korisnički generirane sadržaje;
- Model podrazumijeva i način sufinanciranja promotivnih aktivnosti između uključenih poduzetnika, sustava turističkih zajednica (gdje se ako je riječ o proizvodima koji su u okviru županijski i nacionalno prepoznatih prioriteta može računati i na sredstva tih razina sustava TZ), Istarske županije te eventualno drugih nacionalnih fondova (prije svega resora turizma, kulture i okoliša);
- Hodogram projekta:
  - a. Definiranje kriterija i zahtjeva za različite ponuđače prema nišama (kraj 2023.);
  - b. Marketinško oblikovanje proizvoda / kreiranje sadržaja (kraj 2024.);
  - c. Promocija proizvoda (2025. – 2027.).

#### 5.2.4. Ture

##### POSTOJEĆE STANJE

- Proizvod tura je danas na području klastera prisutan u gradu Puli i u NP Brijuni;
- U strukturi proizvoda tura u Puli prevladavaju gosti iz dalekoistočnih zemalja koji borave nekoliko sati uz obilazak glavnih znamenitosti i skromnu potrošnju;
- Različite tematske ture, npr. umjetničkim atrakcijama (npr. freske), ili uključenost u regionalne ture Istrom je proizvod koji je još na početku razvoja;
- Sveukupno, ture kao proizvod ne donose više od 3% ukupnog turističkog prometa.

##### GLAVNI NEDOSTACI LANCA VRIJEDNOSTI PROIZVODA

- Područje Južne Istre dosad nije profesionalno pristupalo pripremi proizvoda tura, već se on odvijao kao usputni dodatak glavnim turističkim proizvodima;
- Iz tog razloga ne postoji adekvatna fizička infrastruktura za prijem ovog tipa gostiju, osobito u gradu Puli gdje sporadični dolasci većeg broja ovog tipa posjetitelja (osobito kad su isti u visokoj sezoni proizvoda sunca i mora) uzrokuju prometne poteškoće;
- Tržišno nisu provjerene, osmišljene, niti u smislu potrebne infrastrukture formirane druge potencijalne točke interesa za ovaj tip posjetitelja za koje bi moglo biti eventualnog tržišnog interesa (prije svih Kamenjak, Cavae Romanae, ruralni dijelovi klastera);

- U prethodnoj Strategiji razvoja turizma grada Pule do 2020. godine ističe se i ideja formiranja luke za goste kružnih putovanja (cruising) pa bi se pod pretpostavkom realizacije ove inicijative dodatno pojačala potreba realizacije zajedničke upravljačke strukture za ove srodne proizvode;
- Urbana struktura grada Pule u postojećem obliku nije odgovarajuća za prijem većeg broja istovremenih posjetitelja tura i kružnih putovanja (nema veće pješačke / turističke zone gdje bi mogli boraviti, prometni koridori između ključnih atrakcija, itd.);
- Na području klastera nedostaje objekata hrane i pića specijaliziranih za prijem ovih tipova gostiju (prostran parking, veliki broj mjesta, mogućnost brzog posluživanja velikog broja gostiju);
- Segment autentičnih rukotvorina i lokalnih proizvoda (inovativnost, količine, kontrola kvalitete, točke prodaje) općenito najveća je prilika dodatne potrošnje kod ovih tipova gostiju, a riječ o dijelu lanca vrijednosti sa značajnim prostorom za napredak u usporedbi s drugim mediteranskim destinacijama. Mogućnosti kupovine općenito su manjkave u odnosu na druge mediteranske države, a što je slučaj s gotovo svim primorskim destinacijama u Hrvatskoj.

#### PRINCIPI RAZVOJA PROIZVODA DO 2027. GODINE

- S obzirom na atrakcijsku strukturu područja, potencijal za razvojem proizvoda tura i kružnih tura nije sporan. Međutim, hrvatski i mediteranski primjeri (Dubrovnik, Venecija, Barcelona) pokazali su da intenzivan razvoj ovog proizvoda može ući u ozbiljnu koliziju s razvojem drugih turističkih proizvoda, kao i kvalitetom života lokalnog stanovništva;
- U tom je smislu inicijalno potreban plan razvoja ovih proizvoda u kojima će se u procesu komunikacije ključnih dionika odrediti realne ambicije te ključni potrebni koraci u njihovom razvoju;
- Kako je cijelo područje u fazi intenzivne izrade različitih planskih dokumenata povezanih s turizmom (ova razvojna strategija, strategije razvoja turizma Pule i Medulina, projekt strateškog osmišljavanja razvoja urbanog područja Pule), planu razrade proizvoda tura potrebno je pristupiti brzo kako bi se uklopilo u ostalu plansku dokumentaciju;
- U svakom je slučaju riječ o dugoročnom razvojnom procesu s umjerenim investicijskim potrebama, gdje je dugoročno moguće očekivati 5-10% ukupnog turističkog prometa (mjereno u dolascima).



## PRIORITETNI PROJEKTI I AKTIVNOSTI

### A 4.1. Plan razvoja proizvoda tura

- Potreba izrade plana proizlazi iz spomenutog međusobnog odnosa dva proizvoda gdje eventualni dolazak putnika kružnih putovanja znači i početak potencijalne kraće ture tih posjetitelja Južnom Istrom i/ili širim područjem, kao i velikih implikacija koje razvoj ovog proizvoda ima na ostale turističke proizvode i urbani razvoj Pule općenito;
- Plan je nužno izraditi po principu participacije široke dioničke baze grada Pule i Južne Istre (minimalno Luka Pula, jedinice lokalne samouprave, turističke zajednice, Zračna luka Pula, Istarska županija, komunalne službe, odjeli za izgradnju, hotelska i turistička poduzeća, službe koje se bave pripremom EU projekata);
- Plan bi trebao razriješiti sljedeća pitanja:
  - Rang ambicija grada Pule i područja Južne Istre u razvoju proizvoda tura i kružnih putovanja;
  - Profiliranje Pule kao destinacije kružnih putovanja (odlazno-dolazna luka / home port, ili luka ticanja /port of call), gdje je u slučaju iskaza ambicija za home port potreban dugoročan plan razvoja značajnih hotelskih kapaciteta na razini 4 i 5\*, kao i usklađivanja sa Zračnom lukom Pula;
  - Provjeru tržišnog interesa za mogućim točkama interesa na području Južne Istre (ture i kružna putovanja) u cilju identifikacije točaka koje će se razvijati u obzoru ove strategije;
  - Fazni plan razvoja infrastrukture za kružna putovanja i prijem tura na identificiranim točkama interesa;
  - Prijedlog kriterija za uključivanje različitih grupa poduzetnika u isporuku proizvoda tura i kružnih putovanja;
  - Plan upravljanja, marketinga i prodaje proizvoda koji se za ovakve vrste proizvoda prije svega zasniva na odnosima s trećim stranama.
- Hodogram projekta:
  - a. Izrada natječaja za izradu plana (polovina 2022. godine);
  - b. Izrada plana (do kraja 2022. godine);
  - c. Provedba plana (do kraja razdoblja ove strategije, ili po potrebi i dulje).

### A 4.2. Opremanje točaka od interesa potrebnom osnovnom infrastrukturom za primanje tura

- Za točke interesa identificirane prethodno izrađenim planom, fazno je potrebno izraditi potrebnu infrastrukturu za prijem gostiju;
- Prioritetna (središnja) prijemna točka za goste tura je ona u centru Pule koja mora imati i najveći prijemni kapacitet (5 – 10 autobusa istovremeno). S obzirom na problem dostupnih slobodnih površina u središnjim zonama gradova, ovi se problemi rješavaju zaustavnim točkama na kojima autobusi iskrcajavu putnike pa odlaze na parking u periferiju, odakle se ponovno vraćaju po putnike. Ovo efektivno znači da je potrebno imati manje mjesto iskrcaja u centru i veće mjesto parkinga na periferiji;
- Zbog smještaja u urbanoj zoni Pule, mjesto iskrcaja i parkinga su dostatna infrastruktura jer se u gradu nalaze svi potrebni sadržaji i atrakcije (hrana i piće, sanitarije, trgovine, itd.);
- Periferne točke od interesa trebaju imati manje kapacitete (1 do 2 autobusa), ali postoji potreba za dodatnim sadržajima;
- Hodogram projekta:
  - a. Plansko rješenje za prijem tura u centru Pule (središnja točka) – polovina 2022;
  - b. Realizacija rješenja za prijem tura na središnjoj točki – do kraja 2022;
  - c. Realizacija prijema tura na točki Kamenjak / do kraja 2024. / u skladu s realizacijom budućeg centra za posjetitelja na Kamenjaku;
  - d. Realizacije još dvije točke za prijem tura na području klastera do kraja 2027.

### 5.3. Ključni turistički projekti klastera Južna Istra do 2027. godine

- Katalog ključnih projekata do 2027. sadrži projekte klasterske važnosti, odnosno one projekte koji je nužno implementirati na razini integrirane klasterske upravljačke strukture, a većim se dijelom radi o projektima koji proizlaze iz plana razvoja turističkih proizvoda;
- U tom je smislu važno naglasiti da je ukupan katalog potrebnih i planiranih turističkih projekata na području Južne Istre daleko opsežniji, a radi se o projektima koji su planirani i opisani u općim i turističkim razvojnim strategijama jedinica lokalne samouprave područja Južne Istre;
- Pod turističkim projektima podrazumijevaju se aktivnosti koja iziskuju materijalna (investicijska) ulaganja, a dijele se na:
  - Projekte izgradnje ili razvoja različitih oblika turističke infrastrukture;
  - Razradu planske dokumentacije za koju će očekivano biti potreban vanjski angažman.
- U nastavku je prikazan katalog ključnih turističkih projekata područja Južne Istre.

#### PROJEKTI IZRADE PLANSKE DOKUMENTACIJE

PD1 Izrada studije održivosti razvoja turizma i prihvatnog kapaciteta Južne Istre			
<p><b>Opis:</b> Studija se izrađuje integralno za cijelo područje Južne Istre s obzirom da je riječ o zajedničkom destinacijskom sustavu s ciljem objektivne evaluacije utjecaja turizma na održivost prostora i života lokalnog stanovništva. Prije izrade predmetne studije, potrebno je provesti provjeru kapaciteta plaža na području Južne Istre kako bi se u studiji baratalo s točnim površinama. Studija uključuje:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ocjenu prihvatnog kapaciteta za turizam prema glavnim grupama indikatora (prostorno-ekološki, infrastrukturni, sociodemografski, političko-ekonomski) i svodno;</li> <li>- Ocjenu održivosti modela turističkog razvoja;</li> <li>- Definiranje pragova turističkog razvoja;</li> <li>- Definiranje ključnih indikatora, sustava nadzora i mjera eskalacije;</li> <li>- Akcijski plan</li> </ul>			
Važnost za turističke proizvode			
sunce i more	kratki odmori	sport, aktivnosti, avanturistički turizam, posebni interesi	ture
●●●●●	●●●	●●●	
<b>Hodogram provedbe:</b>	Natječaj do polovine 2022., realizacija do kraja 2022. godine		
<b>Trošak i mogući izvori financiranja</b>	200-300 tisuća kuna, moguće je očekivati sufinanciranje od strane MINT-a (Fond za razvoj turizma) s obzirom da su ovakve studije već bile sufinancirane tijekom 2019. godine. Nositelji su predmetne jedinice lokalne samouprave, a partneri njihove turističke zajednice.		

## PD2 Plan razvoja proizvoda tura

**Opis:** Slijedom ideja, potencijala i ambicija u razvoju proizvoda tura, potrebno je pristupiti izradi plana njegovog razvoja u kopnenom, ali i pomorskom dijelu Južne Istre. Razvoj ovog proizvoda ima naglašenije investicijske potrebe u njegovom pomorskom dijelu, tako da je u ovom smislu potrebno objektivizirati potencijale i mogućnosti te jasno utvrditi ambicije i konačan plan razvoja proizvoda. Intenzivnij razvoj ovog proizvoda ima znatan učinak na odvijanje drugih turističkih proizvoda (prije svega sunca i mora u visokoj sezoni) te život lokalnog stanovništva. Studija treba sadržavati:

- Ocjenu prihvatnog kapaciteta proizvoda (maksimalni dnevni broj gostiju po sezonama i tipu proizvoda);
- Ključne točke interesa za razvoj proizvoda tura
- Koncept razvoja proizvoda
- Ključne projekte / investicije / potrebnu infrastrukturu
- Akcijski plan

### Važnost za turističke proizvode

sunce i more	kratki odmori	sport, aktivnosti, avanturistički turizam, posebni interesi	ture
			●●●●
<b>Hodogram provedbe:</b>		Natječaj polovinom 2022., realizacija do kraja 2022. godine - paralelno i u skladu sa studijom održivosti i prihvatnog kapaciteta	
<b>Trošak i mogući izvori financiranja</b>		oko 200.000 kuna, lokalni izvori (općine i gradovi), TZ-ovi Južne Istre, Istarska županija, TZ IŽ	

## PD3 Studija proširenja plaža

**Opis:** Nastavno na studiju održivosti razvoja turizma i prihvatnog kapaciteta Južne Istre i njene rezultate vezane uz prihvatni kapacitet plaža, potrebno je pristupiti izradi studije mogućnosti proširenja postojećih i eventualnoj izgradnji novih plaža u cilju povećanja njihovog kapaciteta. Riječ o ekološki kontroverznim postupcima, isto se odnosi na situacije kada se proširenje vrši nekontrolirano i bez prethodnih studija utjecaja na okoliš. Problem potkapaciranosti plaža može se rješavati proširenjem njihovog kapaciteta (nasipanje istovrsnim materijalima, gradnja drvenih pontona) te jačanjem pomorske mobilnosti uz uređenje udaljenih plaža, što uključuje izgradnju pomorskog pristupa.

Predmetna studija mora uključivati realnu procjenu dugoročnog potencijala kapaciteta plaža, opredjeljenja i načela za postupke proširenja te akcijski plan.

### Važnost za turističke proizvode

sunce i more	kratki odmori	sport, aktivnosti, avanturistički turizam, posebni interesi	ture
●●●●		●●●	
<b>Hodogram provedbe:</b>		Natječaj polovinom 2023., realizacija do kraja 2023. godine.	
<b>Trošak i mogući izvori financiranja</b>		300-400 tisuća kuna uključujući ocjenu utjecaja na okoliš, moguće je očekivati sufinanciranje od strane MINT-a (Fond za razvoj turizma), drugi mogući izvori su jedinice lokalne samouprave koji bi trebali biti nositelji projekta.	

**PROJEKTI IZGRADNJE I/ILI RAZVOJA TURISTIČKE INFRASTRUKTURE**

<b>P1 Zabavni park / zabavna zona</b>			
<b>Lokacija:</b> Izolirane i prometno dobro povezane lokacije na području klastera Južne Istre			
<p><b>Opis:</b> U slučaju nemogućnosti realizacije zabavnih sadržaja putem privatnih projekata, javnom inicijativom formirati zabavne zone. Pronaći jednu ili dvije lokacije (po jedna u istočnom i zapadnom dijelu klastera) j javnom vlasništvu na kojima se realiziraju zabavne zone. Veličina lokacija je idealno 2-3ha, zona dostatno izolirana od stanovanja / smještaja, pogled na more prednost. Koncept se realizira montažnom izgradnjom i uključuje:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>i. Ljetnu pozornicu za događaje i koncerte;</li> <li>ii. Veći luna park / zabavni park za djecu;</li> <li>iii. Klupski prostor za mlade na otvorenom kapaciteta oko 500 osoba;</li> <li>iv. Objekte hrane i pića (fast food / tapas koncepti) s naglaskom na lokalnu ponudu;</li> <li>v. Prezentacija i prodaja lokalnih proizvoda i rukotvorina;</li> <li>vi. Parking za cca 1.000 vozila;</li> <li>vii. Po potrebi osigurati prijevoz od/do klasterskih destinacija (privatni poduzetnici, posebni aranžmani s taxi službama, itd.).</li> </ul> <p>Projekt se realizira u suradnji s poduzetnicima preko natječaja po zadanim uvjetima.</p>			
<b>Važnost za turističke proizvode</b>			
sunce i more	kratki odmori	sport, aktivnosti, avanturistički turizam, posebni interesi	ture
●●●●●	●●●	●●●●●	●●●●●
<b>Hodogram provedbe:</b>		Odluka do polovine 2022. godine, koncept i priprema do kraja 2024., realizacija za sezonu 2025.	
<b>Trošak i mogući izvori financiranja:</b>		Od nekoliko stotina tisuća do milijun kuna (ovisno o konceptu, lokaciji i modelu suradnje sa zainteresiranim poduzetnicima), lokalni izvori financiranja	
<b>P2 Pješačke, trail i biciklističke staze</b>			
<b>Lokacija:</b> Središta jedinica lokalne samouprave, turistička mjesta i obala			
<p><b>Opis:</b> U cilju jačanja prodajnih argumenata i iskustvene strukture klastera početi s realizacijom sustava odvojenih biciklističkih staza na području klastera te obalne šetnice / biciklističke staze koja se prostire kroz ukupan obalni pojas (Barbariga - Pula - Kamenjak - Duga Uvala). Postoji i dodatna tržišna potreba razvoj trail staza na području klastera južne Istre – minimalno jedne na području svake općine/grada. Prioritetni pravci biciklističkih staza koje bi trebalo realizirati u obzoru ove strategije su Pula - Medulin, Pula - Premantura i Medulin - Premantura, pri čemu do kraja obzora ove strategije treba dovršiti plansku osnovu za biciklističke staze između svih ostalih mjesta. S obzirom na postojeće stanje, u obzoru strategije treba staviti u funkciju obalnu šetnicu Valkane - Pješčana uvala - Kamenjak, te zaključiti plansku i projektnu dokumentaciju za realizaciju obalne šetnice (uključujući biciklističku stazu) od Medulina istočnom obalom do Duge Uvale u mjeri u kojoj je to moguće s obzirom na fizičku konfiguraciju obale i imovinsko-pravne odnose.</p>			
<b>Važnost za turističke proizvode</b>			
sunce i more	kratki odmori	sport, aktivnosti, avanturistički turizam, posebni interesi	ture
●●●●	●●●●	●●●●●	●●●●●
<b>Hodogram provedbe:</b>		Biciklističke staze Medulin - Pula, Pula - Premantura i Medulin - Premantura do 2025, ostalo do 2027.	
<b>Trošak i mogući izvori financiranja:</b>		Trošak izgradnje staza bitno varira o terenu i postojećoj infrastrukturi, ali se općenito procjenjuje na 15 - 50.000 EUR po kilometru duljine. EU fondovi (primarno za realizaciju staza u zaštićenim područjima prirode - JU Kamenjak, Luka Budava), MINT, IŽ, lokalni izvori. Realizacija trail staza – 2022.-2023. sredstva Udruživanje HTZ, trošak 220.000 kn.	

P3 Nova online marketing platforma "Južna Istra"			
<b>Lokacija:</b> Južna Istra			
<p><b>Opis:</b> Projekt od ključne važnosti za budući integrirani proces razvoja turističkih proizvoda na području Južne Istre. Radi se o složenom višegodišnjem projektu sa sljedećim elementima:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- dovršetak procesa brendiranja destinacija (uključujući brendiranje turističkih mjesta) / revizija postojećih rješenja</li> <li>- usklađivanje branding infrastrukture i vizualnog identiteta destinacija Južne Istre</li> <li>- kreiranje krovne brend infrastrukture i vizuala Južne Istre</li> <li>- kreiranje središnje online infrastrukture (Internet stranice) Južna Istra organizirane prema ključnim proizvodima i iskustvima s poveznicama na destinacijske stranice</li> <li>- razvoj i kreiranje sadržaja (video, foto) za ključna iskustva i proizvode</li> </ul>			
Važnost za turističke proizvode			
sunce i more	kratki odmori	sport, aktivnosti, avanturistički turizam, posebni interesi	ture
●●●	●●●●●	●●●●●	
<b>Hodogram provedbe:</b>	Breanding do polovine 2022, online platforma (web) do kraja 2022		
<b>Trošak i mogući izvori financiranja:</b>	Provođenje online marketinga - ukupan trošak može se procijeniti na 700 tisuća kuna (kroz ukupno trajanje projekta od 6 godina). Izvori su pretežno lokalni uz moguću pomoć MINT i GU HTZ.		

P4 Točke od interesa / prividna i proširena stvarnost			
<b>Lokacija:</b> Cijeli klaster, primarno NP Brijuni, Kamenjak, vodeće kulturne atrakcije			
<p><b>Opis:</b> U skladu sa suvremenim trendovima u razvoju turizma i zahtjevima novih tržišnih segmenata, potrebno je uvođenjem tehnologija prividne i/ili proširene stvarnosti te aplikacija koje potiču korisničku interakciju realizirati šest točaka od interesa do 2027. godine. Predlaže se započeti s nadogradnjom atrakcija koje su zanimljive i pristupačne širim tržišnim segmentima (npr. Arena, Forum, Augustov hram, Cave Romane, ulazna zona Kamenjak), a kasnije projekt proširiti na segmente proizvoda posebnih interesa (obrada prirodnih fenomena u NP Brijuni i Kamenjak, sadržaji kulture, povijesne i sakralne baštine).</p> <p>Kako je realno očekivati sufinanciranje od strane EU fondova, inicijalno je unutar dioničke strukture potrebno definirati prioritetne lokacije i formirati idejne koncepte koji se dalje razrađuju i realiziraju u provedbi projekata angažmanom specijaliziranih kreativnih i tehnoloških savjetnika.</p>			
Važnost za turističke proizvode			
sunce i more	kratki odmori	sport, aktivnosti, avanturistički turizam, posebni interesi	ture
●●●	●●●●●	●●●●●	●●●
<b>Hodogram provedbe:</b>	Odabir prioritetnih lokacija do polovine 2022, okvirni koncepti do kraja 2022, realizacija 5 točaka do 2027. godine		
<b>Trošak i mogući izvori financiranja:</b>	Vrijednost projekata ovisi o točnim konceptima po lokaciji i može se kretati od nekoliko desetaka do nekoliko stotina tisuća kuna. Visoka je vjerojatnost potpunog financiranja ovakvih projekata od strane EU fondova.		

## P5 Sustav komercijalizacije i točke prodaje lokalnih proizvoda

**Lokacija:** Turistička mjesta u klasteru

**Opis:** Dostupnost pouzdanih i kvalitetnih lokalnih proizvoda segment je turističke ponude u kojima hrvatska obala značajno zaostaje za konkurencijom na Zapadnom Mediteranu i to u segmentima poljoprivrednih proizvoda, prerađenih proizvoda i rukotvorina. S druge strane, broj obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava je u porastu, kao i značaj Južne Istre i Istarske županije na globalnoj sceni proizvodnje vina i maslinovog ulja. Projekt je usmjeren na jačanje prodajnih mogućnosti za lokalne poduzetnike i nastavak je prve faze realizacije aktivnosti. Nakon identifikacije, potrebno je pristupiti jačanju sustava komercijalizacije ovih proizvoda.

### Važnost za turističke proizvode

sunce i more	kratki odmori	sport, aktivnosti, avanturistički turizam, posebni interesi	ture
●●●●	●●●●	●●●	●●●
<b>Hodogram provedbe:</b>		Implementacija projekta počinje 2022. godine identifikacijom proizvoda, proizvođača i marketing za iste	
<b>Trošak i mogući izvori financiranja:</b>		100.000 kuna, lokalni izvori	

## P6 Tematizacija / uređenje javnih plaža

**Lokacija:** Ukupno područje Južne Istre

**Opis:** Prema aktivnosti A1.1. cilj je urediti i tematizirati značajne nove količine plažnih prostora do 2027. godine poštujući okvir tematizacija plaža Republike Hrvatske. Za dio potrebnih tematizacija može se očekivati značajan tržišni interes, prije svega za obiteljske plaže te plaže za sportskim i rekreacijskim sadržajima te će se one realizirati u okviru koncesijskog modela uobičajenog za plaže u Republici Hrvatskoj. Tržišno manje atraktivne su eko plaže, odnosno plaže za surf i adrenalinske sportove te je za očekivati da će realizacija takvih plaža u većoj ili manjoj mjeri morati biti potaknuta i/ili izvršena od strane javnog sektora u smislu inicijalnog uređenja i održavanja. Sadržaji i koncepti uređenja ovih plaža zadani su nacionalnim okvirom tematizacije plaža, pri čemu je potrebno ulaganje u eko plaže bitno manje u odnosu na surf i adrealinske plaže (ali povlači zabranu ticanja plovila što se zasad nije pokazalo operativno provedivim). U slučaju nemogućnosti provedbe koncesijskog modela za surf i adrenalinske plaže, potrebno je naći alternativne modele suradnje s poduzetnicima.

### Važnost za turističke proizvode

sunce i more	kratki odmori	sport, aktivnosti, avanturistički turizam, posebni interesi	ture
●●●	●	●●●●●	
<b>Hodogram provedbe:</b>		Odabir plaža/lokacija do kraja 2022., uređenje do 2023. godine.	
<b>Trošak i mogući izvori financiranja:</b>		Za uređenje plaža sredstva idu od strane općina i gradova, osim za eko plaže gdje je moguće očekivati EU i nacionalne fondove.	



## 5.4. Preporuke za sustav upravljanja turizmom Južne Istre

- Ovom se strategijom Južna Istra u sljedećem strateškom razdoblju treba prema ciljnom tržištu postaviti kao integrirana turistička regija;
- Međutim, to ne povlači nužno njeno unutarnje uređenje te će ona nastaviti funkcionirati kao suradnja 6 jedinica lokalne samouprave i turističkih zajednica;
- Dosadašnji pravni okvir suradnje uključivao je godišnje obnavljanje ugovora uključenih strana te su se u svakom novom ugovoru definirala područja suradnje, ovisno o dinamičkim promjenama prioriteta i raspoloživosti različitih razvojnih fondova i programa;
- S obzirom na rang ambicija i dugoročnost većine razvojnih projekata koji se predlažu ovom Strategijom, predlaže se da se budući odnos uključenih strana u novom mandatu strategije ustroji na dvije razine:
  - Dugoročni ugovor kojim se regulira suradnja, odnosno prava i obveze sudionika za dugoročne projekte i inicijative do 2027. godine;
  - Godišnji ugovori i/ili aneksi dugoročnom ugovoru kojima se definiraju prava i obveze sudionika na kratkoročnim projektima sukladno promjenama prioriteta, dostupnih fondova i programa.
- Definiranje dugoročnog odnosa potrebno je iz sljedećih razloga:
  - Upravljačka struktura turizma Južne Istre formirana je kao ugovorna suradnja uključenih turističkih zajednica i jedinica lokalne samouprave. Drugim riječima, ne postoji ustanovljena Turistička zajednica Južne Istre prema zakonskom formatu Republike Hrvatske;
  - Turističke zajednice, kao zakonski definirani entiteti odgovorni za upravljanje turizmom u Republici Hrvatskoj, su upravljanje od strane skupština i vijeća turističkih zajednica;
  - Direktori i ostali zaposlenici turističkih zajednica izvršio su programa i planova koje donosi skupština TZ;
  - U takvim je uvjetima upravljački izazovno i vremenski prezahtjevno na godišnjoj razini (ili češće) zajedničke (klasterske) aktivnosti potvrđivati i o njima obavještavati sve skupštine uključenih turističkih zajednica.
- U smislu kapaciteta klasterska je struktura virtualna s obzirom da zbrojeni ljudski i financijski kapaciteti ostaju jednaki, osim uvećanja do kojeg dolazi zbog sposobnosti kandidiranja za sredstva iz fondova i programa namijenjenih udruženim turističkim zajednicama;
- U tom smislu kod zaposlenika uključenih turističkih zajednica postoji opasnost konflikta odrade zadataka koje za lokalne potrebe diktiraju skupštine i vijeća turističkih zajednica u odnosu na zadatke klasterske razine. Ovaj se problem također rješava dugoročnim ugovorom čime vijeća i skupštine lokalnih zajednica dugoročno alociraju potrebne kapacitete (ljudske i financijske);
- S obzirom na prioritete ove Strategije, zaposlenici uključenih turističkih zajednica trebaju se organizirati tako da su pokrivene sljedeće funkcije (virtualni odjeli) s procijenjenim okvirnim udjelom ukupnog vremena svakog od segmenata u ukupnim upravljačkim aktivnostima klastera:
  - Koordinacija kapitalnih turističkih projekata – 30%;
  - Upravljanje „mekim“ komponentama razvoja proizvoda i razvoja promotivnih sadržaja – 20%;
  - Održavanje marketinške strukture (web i društvene mreže);
  - Vođenje i koordinacija proizvodnog kluba kratkih odmora – 15%;
  - Vođenje i koordinacija proizvodnog kluba sport, aktivnosti, avanturistički turizam i posebni interesi – 15%;
  - Analiza i praćenje kretanja statističkih podataka na području Južne Istre – 10%.
- Uz sve dosadašnje i predložene upravljačke funkcije (klasterske i lokalne), u sljedećem razdoblju potrebno je:
  - Uspostaviti platformu kontinuiranih istraživanja stavova lokalnog stanovništva i posjetitelja klastera prema proizvodima. Slična istraživanja se od strane drugih instanci rade profesionalno (GU HTZ – percepcija brenda na stranim tržištima, IZTZG – TOMAS). Stoga nisu potrebna opsežna

vanjska istraživanja na velikim uzorcima koja nose visok trošak, već fokusirana indikativna istraživanja koje se unutar uključenih TZ mogu provoditi samostalno. Važno je metodologiju držati relativno konstantnom kako bi rezultati dugoročno mogli biti usporedivi;

- Preuzeti ili sudjelovati u izvršavanju funkcije nadzora održivosti turizma, za što bi glavne indikatore i procese trebala postaviti Studija održivosti razvoja turizma i prihvatnog kapaciteta.

## 6. AKCIJSKI PLAN

- Akcijski plan sažima aktivnosti specificirane u operativnom programu turističkog razvoja Južne Istre;
- S obzirom na dinamiku i faznost strateškog planiranja, uobičajeno je da prvo razdoblje primjene strateških planova bude ispunjeno planskim i komunikacijskim aktivnostima, a kasnije faze provedbom pripremljenih projekata;
- U tom smislu je razdoblje između 2021. i 2024. godine prema akcijskom planu predviđeno većinom za meke razvojne aktivnosti, pri čemu je osobito intenzivno prvo razdoblje od polovine 2021. do kraja 2022. godine;
- Razdoblje od 2024. godine karakteriziraju provedba i izgradnja planiranih projekata, odnosno pojačane promotivne aktivnosti s obzirom na inovacije u proizvodima i komunikacijskim materijalima (sadržajima);
- U nastavku je akcijski plan provedbe strategije:

## Akcijski plan razvoja turizma Južne Istre do 2027. godine

Mjera / projekt / aktivnost	Povezana aktivnost								Nositelj	Procijenjeni proračun	Mogući izvori financiranja
		2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027			
0. Usvajanje strategije na turističkim vijećima i skupštinama TZ-ova Južne Istre	-								Direktori TZ, gradonačelnici i načelnici JLS	nije primjenjivo	nije primjenjivo
1. Provjera ispravnosti postojećeg kataloga plaža Južne Istre, ispravci i eventualne promjene tematizacija u suradnji s Upravnim odjelom za turizam IŽ	A 1.1.								Jedinice lokalne samouprave, Upravni odjel za turizam IŽ	nije primjenjivo	nije primjenjivo
2. Formiranje proizvodnih klubova kratki odmori / sportski, aktivni i turizam posebnih interesa	A 2.1. A 3.1.								Lokalne turističke zajednice, zainteresirani dionici	nije primjenjivo	nije primjenjivo
3. Identifikacija stanja projekata izgradnje prioritetnih biciklističkih, trail i pješačkih staza	A 1.3.								Lokalne turističke zajednice	220.000 kuna za trail staze	Posebni fondovi za udružene turističke zajednice MINT-a
4. Ustanovljavanje odgovornosti u procesu izgradnje sustava upravljanja kvalitetom turizma Istarske županije	A 1.4.								Lokalne TZ, TZ IŽ, Upravni odjel za turizam IŽ	nije primjenjivo	nije primjenjivo
5. Natječaj za projekt brandinga i nove marketinške online infrastrukture Južne Istre	A 1.5.								Lokalne TZ, vanjski izvođači	700.000 kuna	lokalni izvori, MINT
6. Natječaj za projekt izrade Studije održivosti turizma i prihvatnog kapaciteta Južne Istre	A 1.1.								Jedinice lokalne samouprave, lokalne TZ, vanjski izvođači	200-300 tisuća kuna	lokalni izvori, MINT
7. Natječaj za plan razvoja proizvoda tura	A 4.1.								Jedinice lokalne samouprave, lokalne TZ, vanjski izvođači	200.000 kuna	lokalni izvori, IŽ, TZ IŽ
8. Klasifikacija turističkih događaja u klasteru / identifikacija događaja klasterske važnosti	A 2.4.								Lokalne TZ, proizvodni klub kratkih odmora	nije primjenjivo	nije primjenjivo
9. Identifikacija prioriteta za razvoj infrastrukture proizvoda sporta, aktivnog i turizma posebnih interesa	P 2.1.								Lokalni TZ, proizvodni klub sport, aktivni i turizam posebnih interesa	nije primjenjivo	nije primjenjivo

## Akcijni plan razvoja turizma Južne Istre do 2027. godine (2. dio)

Mjera / projekt / aktivnost	Povezana aktivnost	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	Nositelj	Procijenjeni proračun	Moguća izvori financiranja
10. Uspostava jedinstvene online marketinške platforme	A 1.5.								Lokalni TZ, vanjski partneri	nije primjenjivo	nije primjenjivo
11. Koncepti rješenja zona zabave na području Južne Istre (privatni projekt ili javna inicijativa)	A 1.2.								Jedinice lokalne samouprave, lokalni TZ, zainteresirani poduzetnici	nije primjenjivo	Općina Medulin, TZOM
12. Realizacija projekata izgradnje pješačkih, trail i biciklističkih staza	A 1.3.								Jedinice lokalne samouprave	ovisno o rješenjima, milijunski projekt	Lokalni izvori, IŽ, EU (staze kroz zaštićena područja), MINT
13. Odabir ključnih točaka od interesa i koncepata za realizaciju rješenja SMART turizma	A 2.3.								Lokalne TZ, Proizvodni klub kratki odmori	Nije primjenjivo	Nije primjenjivo
14. Tematizacija i uređenje plaža prema predloženim prioritetima	A 1.1.								Lokalne TZ, Jedinice lokalne samouprave, zainteresirani poduzetnici	ovisno o modelu	MINT (Fond za razvoj turizma), lokalni izvori
15. Pilot projekt uvođenja sustava kvalitete (smještajni objekti, lokalni proizvodi, hrana i piće)	A 1.4.								Lokalni TZ, TZ IŽ, IŽ	nije primjenjivo	nije primjenjivo
16. Organizacija weba Južne Istre prema proizvodima i iskustvima, novi sadržaji, formiranje proizvodnih paketa za proizvode kratkih odmora	A 1.5. A 2.2.								Lokalni TZ-ovi, vanjski partneri	nije primjenjivo	nije primjenjivo
17. Formiranje proizvodnih paketa za proizvode sporta, aktivnosti, avanturističkog i turizma posebnih interesa	A 3.3.								Lokalni TZ	nije primjenjivo	nije primjenjivo
18. Izgradnja infrastrukture za proizvode aktivnosti, avanturističkog i turizma posebnih interesa	A 3.3.								Lokalni TZ	nije primjenjivo	nije primjenjivo
19. Realizacija uvođenja rješenja SMART turizma na odabranim točkama	A 2.3.								Lokalni TZ, vanjski partneri	500.000 - 1.000.000 kuna	EU, lokalni izvori
20. Implementacija projekata zabave / zone zabave	A 1.2.								Lokalni TZ, Jedinice lokalne samouprave, zainteresirani	ovisno o rješenju	lokalni izvori / javno-privatna partnerstva

## DODATAK 1 – ANKETNI UPITNIK ZA DIONIKE

### PITANJA ZA RAZGOVORE S KLJUČNIM DIONICIMA TURISTIČKOG KLASTERA JUŽNE ISTRE

#### SNAGE / SLABOSTI

1. Da li se slažete da se najveći potencijali turističkog razvoja klastera nalaze u:
  - a. Razvoju i boljem iskorištavanju kulturno povijesnih atrakcija klastera s naglaskom na grad Pulu te njenog urbanog identiteta kao dominantnog u okviru Istre
  - b. Prirodnim obilježjima klastera – prije svega NP Brijuni, JU Kamenjak, Park šuma Šijana, ekološka mreža Luka Budava, ambijentalna vrijednost morske obale
  - c. Razvoju i boljem iskorištavanju poljoprivredne proizvodnje na području klastera, njenog brendiranja i izgradnji povezanih turističkih proizvoda
  - d. Stavljanja u intenzivniju turističku funkciju manje razvijenih primorskih dijelova klastera (Ližnjan, Marčana) u skladu sa najsuvremenijim trendovima turističkog razvoja (ekologija, održivost, tehnologija)
  - e. Razvoj sporta i rekreacije s naglaskom na Medulin
  - f. Očuvanje kulturnog identiteta te razvoj kvalitetnije, autentične turističke ponude na bazi baštine, tradicije (Fažana, Vodnjan)
  - g. Ostalo: \_\_\_\_\_
  
2. Najveće slabosti klastera vidite u:
  - a. Nepovoljnoj smještajnoj strukturi koja ima trend daljeg pogoršanja
  - b. Marketingu / ciljnim segmentima
  - c. Manjku turističkih atrakcija i kapitalne turističke infrastrukture
  - d. Manjku profesionalno izgrađenih turističkih proizvoda
  - e. Utjecaju postojeće turističke aktivnosti na prostor i okoliš
  - f. Ostalo: \_\_\_\_\_

#### VIZIJA / STRATEGIJA RAZVOJA

3. Rang ambicija koji se na području Južne Istre dugoročno treba postaviti je:
  - a. Biti klaster koji se cjenovno pozicionira na vodećoj poziciji (jednoj od vodećih pozicija) u okviru Istre
  - b. Biti klaster s najdužom (jednoj od najdužih) sezona u okviru Istre
  - c. Biti klaster namijenjen boravku vrlo velikog broja gostiju u glavnoj sezoni za koje će izgraditi snažan lanac vrijednosti i atrakcija kako bi na taj način maksimizirao potrošnju
  
4. Klaster Južna Istra bi s obzirom na svoju atrakcijsku osnovu i postojeće stanje turističkog razvoja ciljeve (volumen, zauzetost, prosječna dnevna potrošnja) trebala postaviti na koji od sljedećih načina:



- a. Optimizirati (povećati efikasnost) postojeći model velikog smještajnog kontingenta i duge obalne linije na proizvodu sunca i mora srednje kvalitete, dok je razvoj drugih turističkih proizvoda sekundarni prioritet
- b. Podizati rentu dominantnog proizvoda (relativno u odnosu na druge istarske klastera) - repositionirati se naviše u proizvodu sunca i mora što podrazumijeva intenzivan rad na poboljšanju održivosti i prostorno-ekoloških učinaka turizma, kontrolu kvalitete smještajne strukture, unaprjeđenje plaža i priobalja i brendingu/rebrandingu klastera
- c. Ključne napore posvetiti izgradnji drugih turističkih proizvoda, računajući da će isti napori imati povratnu vezu na razvoj sunca i mora

#### KLJUČNI PROIZVODI I PROJEKTI

5. Koji su prioriteti u smislu razvoja turističkih proizvoda:
  - a. Lanac vrijednosti (širina ponude atrakcijske baze) vezana uz sunce i more
  - b. Osnovna vrijednost i kvaliteta proizvoda sunca i mora (smještaj, plaže, aktivnosti uz more i na moru, pomorska mobilnost)
  - c. Razvoj proizvoda kratkih odmora vezanih uz sport i aktivnosti
  - d. Razvoj proizvoda kratkih odmora vezan uz gastronomiju
  - e. Razvoj proizvoda kratkih odmora vezan uz kulturu
  - f. Razvoj proizvoda specijalnih interesa vezan uz prirodu
  - g. Razvoj proizvoda tura
  - h. Ostalo\_\_\_\_\_
  
2. Ključni potrebni projekti konkurentnosti su:
  - a. Uređenje plaža
  - b. Turistička infrastruktura vezana uz dostupnost (pješačke i biciklističke staze, privezišta)
  - c. Uspostavljanje rigoroznog sustava kvalitete (smještaj, objekti hrane i pića, itd.)
  - d. Stavljanje pod kontrolu razvoja privatnog smještaja
  - e. Razvoj zaštićenih područja prirode (NP Brijuni, JU Kamenjak, Šijanska šuma i područje u Ližnjanu) u smislu dodatnih atrakcija i upravljanja posjetiteljima prema najboljim svjetskim praksama
  - f. Izgradnja poljoprivredno-gastronomskog brenda klastera s jasnim kriterijima kvalitete (od poljoprivredne proizvodnje do ponude u restoranima)
  - g. Opće uređenje estetike prostora
  - h. Poslovno-kongresni centar kao javni ili javno-privatni projekt
  - i. Uvođenje SMART modela turizma, u prvoj fazi vezanog uz kulturno-povijesne atrakcije
  - j. Jačanje i regulacija pomorske mobilnosti / prijevoza
  - k. Ostalo\_\_\_\_\_
  
3. Ključni privatni projekti su:
  - a. Stavljanje u funkciju neaktivne imovine (Brijuni riviera i sl.)
  - b. Izgradnja hotelskih kapaciteta (općenito)
  - c. Razvoj turistički manje razvijenih pomorskih dijelova klastera (Ližnjan / Marčana) po last generation resort osnovi
  - d. Golf projekt
  - e. Izgradnja vodenih parkova
  - f. Izgradnja zabavnih parkova
  - g. Izgradnja muzejsko-galerijskih prostora

- h. Razvoj tematiziranih smještajnih kapaciteta
- i. Ostalo\_\_\_\_\_

## DODATAK 2 – POPIS PROJEKATA U TOKU, PROJEKTNIH IDEJA I INICIJATIVA PREMA EU I NACIONALNIM FONDovima

U dodatku 2 ove Strategije daje se popis svih projekata u tijeku, projektnih ideja i inicijativa prema EU i nacionalnim fondovima. Razumijevajući sadašnji kontekst i prioritete u sufinanciranju, pored imenovanih projekata, ukupno područje Južne Istre iskazuje interes i spremnost u provođenju projekata u sljedećim segmentima turističkog razvoja:

- Sanaciju i unaprjeđenje prometa u mirovanju
- Projekte razvoja infrastrukture za željeznički promet;
- Projekte razvoja autonomnih biciklističkih, trail i pješačkih staza;
- Izgradnje ribarskih luka i mjesta prodaje lokalnih proizvoda;
- Projekte prilagodbe za električna vozila (punionice)
- Projekte uvođenja alternativnih tipova gradskog prijevoza (plin, struja i sl.);
- Projekte orijentirane na pet friendly sadržaje;
- Projekte orijentirane na prilagodbu svih vrsta turističkih sadržaja osobama s posebnim potrebama;
- Pprojekte uređenja gradskih parkova i zapuštenih zona;
- Projekte orijentirane na utvrđivanje i uspostavljanje standarda estetike prostora;
- Projekte orijentirane na uspostavljanje i primjenu sustava upravljanja kvalitetom u turizmu i poljoprivredi više dodane vrijednosti.

U nastavku je popis projektnih ideja prema prijedlozima uključenih jedinica lokalne samouprave:

PROJEKTI PRIJEDLOZI GRADA PULE					
Broj projekta	Obuhvat projekta	Naziv projekta	Kratki opis projekta	Okvirni budžet	Status projekta
1	Pula	Prometna infrastruktura: Razvoj cikloturizma	<p>Prema Operativni plan razvoja ciklo turizma Istarske županije za Grad Pulu predviđen je razvoj sljedeće biciklističke infrastrukture do 2025. godine:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- IZRADA PROMETNE STUDIJE kojom će se definirati optimalni gabariti i prostorni smještaj biciklističkih staza te sustava javnih bicikli, s ciljem uspostave funkcionalnog sustava alternativnog javnog prijevoza za građane, ali i usluge za turiste - planirani iznos 125.000,00 kn</li> <li>- RAZVOJ MREŽE BIKIKLISTIČKIH STAZA u dužini od cca 6,5km, a kroz izgradnju novih prometnica te u sklopu širenja postojećih u planiranom iznosu 4.875.000,00 kn</li> <li>- NADOGRADNJA SUSTAVA JAVNIH BIKIKLA pod nazivom „Bičikleta“ u iznosu od 2.500.000,00 kn</li> </ul>	7.500.000,00 KN	ideja
2	Pula	Prometna infrastruktura: Putnički terminal Valelunga	<p>Terminal za pomorski i putnički promet koji uključuje:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- održavanja stare i građenja nove obale</li> <li>- diverzificiranja i širenja djelatnosti vezanih za lučke aktivnosti.</li> <li>- formiranja matične luke - uređena obala dovoljna za prihvata brodova većih dimenzija, specijalizirani terminali s kapacitetom ukrcaja i iskrcaja do 2000 putnika, barovi, restorani i drugi uslužni prostori</li> </ul>		ideja
3	Pula	Plaže i kupališta : Uređenje kupališta Stoja	Aktivnost pokriva i segment kulture obzirom da se radi o zaštićenom kulturnom dobru i segment plaža/ kupališta	14.000.000 kn	ideja

Broj projekta	Obuhvat projekta	Naziv projekta	Kratki opis projekta	Okvirni budžet	Status projekta
4	Pula	Plaže i kupališta: Mornar	Vrijednost projekta procjenjuje se na oko 10 milijuna kuna. Za realizaciju je izrađena potrebna dokumentacija te ishođene dozvole, a upućena je prijava za sufinanciranje Ministarstvu mora, prometa i infrastrukture u sklopu poziva za dostavu projektnih prijedloga za sufinanciranje sanacije i rekonstrukcije pomorskog dobra u općoj upotrebi u 2021.g.	10.000.000 kn	ideja
5	Pula	Plaže i kupališta: Valovine	Uređenje i plaže i njenog kontaktnog područja na Valovinama površine od oko 3ha - uređenje i opremanje plažnog prostora, nove šetnice te prostora za odvijanje sportskih i drugih događanja s prilagodbom koncepta osobama smanjene pokretljivosti. Uređenje podrazumijeva i rješavanje javne rasvjete te rješenje prometa u mirovanju	5.000.000 kn	ideja
6	Pula	Kulturna dobra: Rekonstrukcija zvjezdarnice na Monte Zaru	Aktivnost pokriva više kriterija (kultura, znanost, zelenilo) - dio nekadašnjeg Hidrografskog zavoda austrijske Ratne mornarice i najstarije astronomske ustanove na području Republike Hrvatske - planirana realizacija dodatnih prostora i poboljšanje funkcionalnosti unutar preostalog dijela nekad velebnog zdanja Carske i kraljevske mornaričke zvjezdarnice (K.uK. Marine Sternwarte). - dogradnjom istočnog krila pridobio bi se prostor novog planetarija koji bi uz prateće sadržaje, bio otvoren cijele godine i tako potaknuo publiku na proučavanje astronomije. Paralelno s izgradnjom planetarija, obnovila bi se i zvjezdarnica.	5.500.000 kn	ideja

Broj projekta	Obuhvat projekta	Naziv projekta	Kratki opis projekta	Okvirni budžet	Status projekta
7	Pula	Kulturna dobra: Plato ispod Arene	Uređenje neposrednog okoliša Amfiteatra, stvaranje novog javnog prostora koji se otvara od Amfiteatra prema moru, rješavanje prometa u mirovanju u prostoru ispod budućeg trga	180.000.000 kn	ideja
8	Pula	Kulturna dobra: Utvrde	Pulski fortifikacijski sustav, rješavanje imovinsko pravnih odnos sa RH, izrada strategije korištenja, dokumentiranje i projekti razvoja	227.168.370 kn	ideja
9	Pula	Uređenje javnih prostora: Giardini	Uređenje i proširenje pješačke zone, ukidanje prometa osim za javni prijevoz, obnova zelenog fonda	20.000.000 kn	ideja
10	Pula	Uređenje javnih prostora: Riva	Uređenje i proširenje Rive prema UPU (natječaj)	200.000.000 kn	ideja
11	Pula	Uređenje javnih prostora: Pragrande	Zeleno srce grada	10.000.000 kn	ideja
13	Pula	Projekt potpune obnove stadiona na Verudi	Projekt sportske infrastrukture koji čini zaokruženu cjelinu s olimpijskim bazenom i Domom Mate Parlov,	8.100.000 kn	ideja
14	Pula	Projekt za novu dvoranu Pattinagio	Kao dio najavljenog nogometnog kampa na Marsovom polju	31.200.000 kn	ideja
15	Pula	Projekt izgradnje igrališta na Valkanama	U blizini turističkih sadržaja potencijalno za razvoj priprema sportaša i rasterećivanje stadiona na Verudi koji bi više trebao biti orijentiran na atletiku i sportove vezane za atletiku	6.080.000 kn	ideja

**PROJEKTI PRIJEDLOZI GRADA VODNJANA**

Broj projekta	Obuhvat projekta	Naziv projekta	Kratki opis projekta	Okvirni budžet	Status projekta
1	Grad Vodnjan-Dignano	Multimedijalni centar Torcio	Rekonstrukcija i opremanje stare uljare u multimedijalni centar "Torcio"	9.700.000 kn	u realizaciji
2	Grad Vodnjan-Dignano	Hostel i edukativni centar "Torcio"	Rekonstrukcija građevinskog kompleksa uz MMCTorcio u edukativni centar i hostel	6.500.000 kn	u specifikaciji
3	Grad Vodnjan-Dignano	Sanacija gata Barbariga	Projekt uključuje sanaciju gata na plaži u Barbarigi te uređenje područja urbanom opremom	2.700.000 kn	u specifikaciji
4	Grad Vodnjan-Dignano	Casa meja - tradicionalna istarska kuća u Vodnjanu	Projektom se prikazuje tipična vodnjanska kuća/ model vodnjanske kuće, te posjetitelj može upoznati Vodnjan kroz prikaz materijalne i nematerijalne baštine	1.200.000 kn	u specifikaciji
5	Grad Vodnjan-Dignano	Očuvanje autentičnosti vodnjanske seoske baštine	Projekt integrira kulturnu i prirodnu baštinu te stvara održivi turistički proizvod. Projekt je usmjeren na gastronomsku kulturu vodnjanštine, njenu zaštitu i jačanje tržišne prepoznatljivosti	700.000 kn	u specifikaciji
6	Grad Vodnjan-Dignano	Uspostava difuznog muzeja u Vodnjanu	Projektom se rekonstruira "Kuća brod" smještena u središtu Vodnjana, te se pridružuje postojećeg muzeju kako bi se, uz pomoć moderne tehnologije, posjetiteljima približila kulturna i povijesna baština	1.000.000 kn	u specifikaciji
7	Grad Vodnjan-Dignano	Povezivanje naselja Vodnjan i Galižana s priobaljem	Projektom se povezuju naselja Vodnjan i Galižana s obalom - naseljima Peroj i Barbariga, putem mreže pješačkih i biciklističkih staza (uključivanje postojećih staza i izgradnja novih)	1.000.000 kn	ideja
8	Grad Vodnjan-Dignano	Rekonstrukcija zvonika župne crkve Sv. Blaž	Zvonik, najviši u Istri, predstavlja iznimno važan dio vizure Vodnjana. Kao takav će se rekonstruirati, konceptualno urediti i otvoriti posjetiteljima	2.000.000 kn	u specifikaciji
9	Grad Vodnjan-Dignano	Uređenje i turistička valorizacija lokvi	Na području Grada Vodnjana postoje brojne lokve, koje su bitne za bioraznolikost ali i kao prikaz povijesti vodnjanštine. Projektom se uređuju lokve, te ih se valorizira u turističke svrhe	500.000 kn	u specifikaciji



## PROJEKTI PRIJEDLOZI OPĆINE MEDULIN

Broj projekta	Obuhvat projekta	Naziv projekta	Kratki opis projekta	Okvirni budžet	Status projekta
1	Medulin	Spotski centar Banjole	Razvoj rekreativnog sporta za lokalno stanovništvo, turiste i posjetitelje iz obližnjih hotela, kampova, privatnog smještaja, organizacija sportskih manifestacija, produženje turističke sezone.	240.000 kn	modificiran i čeka realizaciju
2	Medulin	Izgradnja i uređenje biciklističkih staza	Povezivanje naselja Općine Medulin biciklističkim stazama te omogućiti pristup turističkoj infrastrukturi od plaža i dr., biciklima kako bi se umanjilo zagađenje okoliša, prometne gužve.	120.000 kn	ideja
3	Medulin	Medulin Active park - sportska dvorana i bazen	Stvaranje preduvjeta da se Medulin dodatno razvije i postane prepoznatljiva destinacija sportašima, natjecateljima i rekreativcima te produljenje turističke sezone.	1.300.000 kn	modificiran i čeka realizaciju
4	Medulin	Revitalizacija starog rimskog kamenoloma Cave Romane	Revitalizacija starog kamenoloma i njegovo pretvarenje u prostor za izvedbu svih manjih i velikih evenata poput predstava, koncerata, izložbi, penjačka natjecanja, muzej kamena i kiparska škola.	150.000 kn	ideja
5	Medulin	Uređenje centra za sportove na vodi Medulin	Uređenje centra koji bi na jednom mjestu objedinjavao sportske klubove - plivače, ronioce, veslače, jedriličare uz uređenje zajedničkih prostora, teretane, predavaonice i dr.	120.000 kn	ideja
6	Medulin	Edukacijski centar Monte Kope	Uređenje znanstveno edukacijsko posjetiteljskog centra Monte Kopa koji će osim znanstvenog dijela imati i dio za prezentaciju prirodne baštine Kamenjaka i Općine Medulin.	750.000 kn	ideja
7	Medulin	Gradnja aquariuma Premnatura	Izgradnja akvarijakoji bi osim cilja za upoznavanje morskih organizama bio u funkciji znanstveno istraživačkog projekta, očuvanje vrsta, oporavak morskih organizama	1.500.000 kn	ideja

Broj projekta	Grad/ Općina	Naziv projekta	Kratki opis projekta	Okvirni budžet	Status (ideja / u specifikaciji / prijavljen/ odobren/ u realizaciji)
8	Medulin	Dom za starije i nemoćne Banjole	Gradnja doma za starije i nemoćne koji bi zbog svoje visoke kategorije smještaja, pozicije i popratnih sadržaja bio privlačan i stranim državljanima u kojem bi se mogao razviti zdravstveni turizam.	200.000 kn	ideja
9	Medulin	Sportska dvorana Pješćana Uvala	Izgradnja sportske dvorane za sport i rekreaciju lokalnog stanovništva, klubova ali i brojnih posjetitelja naselja.	120.000 kn	na čekanju
10	Medulin	Uređenje turnja Premantura	Revalorizacija kulturne baštine te uređenje vidikovca u centru Premanture koji će biti motiv dolaska i zadržavanja u staroj jezgri naselja.	50.000 kn	ideja
11	Medulin	Medulin Active park - atletski stadion	Stvaranje preduvjeta da Medulin postane prepoznatljiva destinacija sportašima, natjecateljima i rekreativcima, čime bi se potvrdila definicija Medulina kao sportske destinacije te produljila turistička sezona.	200.000 kn	ideja
12	Medulin	Izgradnja muzeja u Arheološkom parku Vižula	Pohrana, istraživanje i prezentacija artefakata pronađenih na Vižuli i na drugim arheološkim nalazištima u Općini Medulin, organizacija daljnjeg istraživanja i prezentacije, organizacija arheološke škole.	500.000 kn	ideja
13	Medulin	Revitalizacija Medulinske place	Revitalizacija centra naselja uz naglašavanje povijesnih elemenata sa stvaranjem zone boravka, odmora i interakcije pješaka, te prostor ugofan za zadržavanje.	150.000 kn	na čekanju
14	Medulin	Uređenje medulinske lokve	Razvoj i promocija prirodnih resursa Medulin, stvaranje aktivnog prostora za šetnju, odmor i rekreaciju.	60.000 kn	na čekanju

Broj projekta	Grad / Općina	Naziv projekta	Kratki opis projekta	Okvirni budžet	Status (ideja / u specifikaciji / prijavljen / odobren / u realizaciji)
15	Medulin	Kulturni dom Medulin	Revitalizacija starog centra naselja uz gradnju prostora za kulturna događanja, predstave, izložbe, koncerte, kino projekcije, rad udruga	100.000 kn	modificiran i u realizaciji
16	Medulin	Zabavni centar, aqua park i letjelište Campanož	Kreiranje zone za zabavu, noćni život sa zabavnim sadržajima za dnevnu i noćnu zabavu. Letjelište sa padobranskim smještajem, kako bi se produljila turistička sezona te dodao motiv dolaska.	1.500.000 kn	na čekanju
17	Medulin	Sportski centar Pomer	osiguravanje prostora za bavljenje sportom lokalnog stanovništva, ali i gostiju obližnjih autokampova, marine i privatnog smještaja.	120.000 kn	ideja
19	Medulin	Projekt bitnica	Uređenje bitnice i prikazivanje flore i faune Kamenjaka na fotografijama, uspostavljanje prezentacije i edukacije posjetiteljima.	16.400 kn	na čekanju
20	Medulin	Uspostava i ređenje poučnih staza, vidikovca i ostale manje infrastrukture	Uspostava novih edukativnih i didaktičkih staza, unifikacija i standardizacija znakova na zaštićenom području pod upravljanjem JJ Kamenjak.	14.500 kn	prijavljen
21	Medulin	Neproductivna ulaganja povezana s očuvanjem okoliša	Restauracija staništa suhих mediteranskih travnjaka.	20.000 kn	na čekanju
22	Banjole	plaža Ćntinera	povećavanje sunčališta, izgradnja sanitarnog čvora; dodatni plažni sadržaji, a na sekundarnoj plaži planirana je izgradnja sportsko rekreacijskih sadržaja.	10.000 kn	ideja

**PROJEKTI PRIJEDLOZI OPĆINE FAŽANA**

Broj projekta	Obuhvat projekta	Naziv projekta	Kratki opis projekta	Okvirni budžet	Status projekta
1	Općina Fažana	Dogradnja i uređenje Luke Fažana za javni promet	Zaštita i povećanje kapaciteta prihvaća plovila na stalnim vezovima i u tranzitu za stanovništvo i operativni promet za potrebe JUNP Brijuni.	koncept u izradi / nepoznato	Izrada projektne dokumentacije - Izrađen idejni projekat
2	Općina Fažana	Društveno- sportski centar Valbandon	Formiranje primjerene zone javne sportsko- rekreacijske namjene kao otvorenog prostora rekreacije unutar građevinskog područja naselja Valbandon. Na ovim površinama planira se uređenje i opremanje rekreacijskih i dječjih igrališta, s potrebnom komunalnom i urbanom opremom te ugostiteljsko- turističkih sadržaja	10.000.000 kuna	Izrada projektne dokumentacije
3	Općina Fažana	Sportski centar s dvoranom u Fažani	Izgradnja nogometnog centra sa planiranjem sljedećih osnovnih sadržaja: glavno nogometno igralište sa pratećim sadržajima (prateći prostori za sportske sudionike, gledalište, prostor za rješavanje prometa u mirovanju i sl.)- pomoćno nogometno igralište - manja sportska dvorana prvenstveno za potrebe nogometnog centra - zona rekreacije i parka za rekreacijske potrebe stanovništva.	16.000.000 kn	Izrada projektne dokumentacije
4	Općina Fažana	Izgradnja Skate parka	Izgradnja skate parka na površini od 1.300 m <sup>2</sup> ciljem kontinuiranih sportskih i kulturnih programa skateboard kluba te organizacije natjecanja na europskoj i svjetskoj razini	1.600.000 kn	Izrada projektne dokumentacije

Broj projekta	Obuhvat projekta	Naziv projekta	Kratki opis projekta	Okvirni budžet	Status projekta
5	Općina Fažana	Izgradnja doma za starije i nemoćne	Izgradnja i opremanje objekata za osiguranje odgovarajućeg smještaja i medicinske skrbi za starije osobe.	12.500.000 kn	Izrada projektne dokumentacije - Izrada Idejnog projekta
6	Općina Fažana	Uređenje doma mladih	Organizacija slobodnog vremena mladih s brojnim sadržajima namijenjenim mladima Općine Fažana, ali i ostalima, uključivši i mlađu populaciju turista	1.000.000 kn	Izrada projektne dokumentacije
7.	Klaster Južna Istra	Trail staze Južne Istre	Izrada idejnog rješenja, trasiranje, opremanje 6 trail staza na području Klastera potrebnom signalizacijom. Brendiranje, grafičko opremanje i izrada promo materijala te promocija Klastera kao trekking destinacije	500.000 kn	Ideja
8.	Klaster Južna Istra	Okloturizam Južne Istre	Tematiziranje bike staza i stvaranje bike tura na području Južne Istre. Identifikacija i opremanje postojećih staza dodatnim sadržajem. Postavljanje signalizacije, dodatno brendiranje Klastera kao ciklodestinaciju.	1.000.000 kn	Ideja
9.	Klaster Južna Istra	Južna Istra - Pet friendly destinacija	Stvaranje dodatne infrastrukture u segmentu Pet friendly destinacije južne Istre. Opremanje 6 plaža za pse + 6 igrališta za pse na području Klastera	1.500.000 kn	Ideja

**PROJEKTI PRIJEDLOZI OPĆINE LIŽNJAN**

Broj projekta	Obuhvat projekta	Naziv projekta	Kratki opis projekta	Okvirni budžet	Status projekta
1	Općina Ližnjan-Lisignano	Ribarnica Ližnjan	uspostavljanje prodajnog mjesta prodaje svježe ribe bez posrednika, direktno od lokalnih ribara	750.000,00 kn	odobren
2	Općina Ližnjan-Lisignano	Sabirno dvorište općine Ližnjan-Lisignano	uspostava sabirnog dvorišta za mještane općine Ližnjan-Lisignano	2.500.000,00 kn	u specifikaciji (dobivena građevinska dozvola)
3	Općina Ližnjan-Lisignano	Staza Sv. Stipan	uređenje pješačko edukativne staze Sv Stipan	324.975,00 kn	u realizaciji
4	Općina Ližnjan-Lisignano	Trg Ližnjan	uređenje tematskog trga u Ližnjanu	750.000,00 kn	u specifikaciji
5	Općina Ližnjan-Lisignano	E- učenje o društvenom poduzetništvu	edukacija, socijalna uključenost, mladi, poduzetništvo	1.199.879,43 kn	odobren

**PROJEKTI PRIJEDLOZI OPĆINE MARČANA**

Broj projekta	Obuhvat projekta	Naziv projekta	Kratki opis projekta	Okvirni budžet	Status projekta
1	Općina Marčana	Kuća ribarstva Krnica	Uređenje postojećeg prostora - multimedijalni sadržaji, muzejski tip	50.000,00 eur	u specifikaciji
2	Općina Marčana	Poučno rekreativna staza Peruški- Kaval- Artiči	uređenje staze i odmorišta	673.400,00 kn	prijavljen
3	Općina Marčana	Društveni dom Peruški	opremanje (stolarija, namještaj, multimedija)	118.000,00 kn	prijavljen
4	Općina Marčana	Reciklažno dvorište Marčana	reciklažno dvorište u Marčani	4.465.000,00 kn	odobren