



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

Poreč, Pionirska 1a
tel.052/452-500, fax: 052/452-811
KLASA: 334-01/10-01/09
URBROJ: 2163/1-10/01-10-01

Poreč, 17. ožujak 2010.

**ISTARSKA ŽUPANIJA
ŽUPAN
putem
Stručne službe za poslove
Skupštine**

**Predmet: Izvješće o radu Upravnog odjela za turizam Istarske županije u 2009. godini
-dostavlja se**

Poštovani,

U prilogu dopisa dostavljamo predmetni akt sa pratećim materijalom, radi uvrštavanja na sjednicu Kolegija Pročelnika Istarske županije.

S poštovanjem,

**PROČELNIK
Denis Ivošević**

Na temelju članka 65. Statuta Istarske županije ("Službene novine Istarske županije br. 10/09"), Župan Istarske županije razmatrajući Izvješće o radu Upravnog odjela za turizam Istarske županije za 2009. godinu dana 23. ožujka 2010. godine donio je

Z A K L J U Č A K
o prihvaćanju Izvješća o radu Upravnog odjela turizam
Istarske županije za 2009. godinu

1. Prihvaća se Izvješće o radu Upravnog odjela za turizam Istarske županije za 2009. godinu, te je sastavni dio ovog Zaključka.
2. Ovaj Zaključak stupa na snagu danom donošenja.

Klasa: 023-01/10-01/20
Urbroj: 2163/1-01/8-10-2
Pula, 23. ožujka 2010.

REPUBLIKA HRVATSKA
ISTARSKA ŽUPANIJA

Župan
Ivan Jakovčić

Dostaviti:

1. *Upravni odjel za turizam IŽ,*
2. *Pismohrana, ovdje*

O B R A Z L O Ž E N J E

I. PRAVNI TEMELJ ZA DONOŠENJE OVOG AKTA

Pravni temelj za donošenje ovog Zaključka je točka 23. Članka 65. Statuta Istarske županije („Službene novine Istarske županije“, br. 10/09), prema kojoj župan usmjerava djelovanje, te nadzire rad upravnih tijela i službi Županije u obnavljanju poslova u samoupravnom djelokrugu, odnosno poslova državne uprave ako su preneseni na Županiju.

II. OSNOVNA PITANJA KOJA SE UREĐUJU OVIM AKTOM I POSLJEDICE KOJE ĆE NASTATI NJEGOVI DONOŠENJEM

Ovim Zaključkom prihvaća se Izvješće o radu Upravnog odjela za turizam za 2009. godinu, odnosno verificira rad ovog Upravnog tijela u spomenutom razdoblju, sa svim konkretnim aktivnostima i rezultatima.

IZVJEŠĆE O RADU UPRAVNOG ODJELA ZA TURIZAM U GODINI: 2009.

1. OCJENA PROČELNIKA O RADU UPRAVNOG ODJELA

Upravni odjel za turizam Istarske županije je u okviru Mandatnog programa rada za razdoblje 2005. - 2009. te Programa rada za 2009. godinu izvršio postavljene odrednice i zadatke u okviru svoje nadležnosti. To su prije svega projektni zadaci koji imaju za cilj repozicionirati i restrukturirati turističku destinaciju Istre:

- 1) Proces preobrazbe Istre u kvalitetnu turističku regiju - destinacija od 3+4 zvjezdice
- 2) Kreiranje i usavršavanje novih i postojećih razvojnih projekata u turizmu + produženje turističke sezone
- 3) Percepcija Istre kao prepoznatljive turističke destinacije sukladno našem određenju o održivom i odgovornom razvoju

U skladu s time gotovo su sve pripremne aktivnosti i projekti izvršeni prema određenim kvalitativnim kriterijima, na vrijeme i bez većih odstupanja tako da je nastavljen kvalitativni kontinuitet iz prethodnih godina unatoč ovogodišnjoj recesiji koja se je značajno manifestirala tijekom cijele godine. Od značajnijih aktivnosti izdvajam **Implementaciju i monitoring projekata iz Master Plana razvoja turizma Istre 2004.-2012.** koji predstavlja dugoročan strateško-razvojni dokument. Prvo trogodišnje razdoblje 2004. -2006. realizirano je s 96,4% učinkovitosti; dok je drugo trogodišnje razdoblje 2007. - 2009. realizirano s 97,5% učinkovitosti. Izrađena je detaljna analiza implementacije nalaza, postavki i projekata te je ustanovljeno da proces implementacije, odnosno repozicioniranja i restrukturiranja Istre kao turističke destinacije teče kvalitetno, no obzirom na razdoblje recesije i izostanak novih projekata/investicija u turizmu Istre, predloženo je da se krene ili u revitalizaciju postojećeg Master plana ili da se krene u izradu sasvim novog plana koji bi obuhvatio razdoblje od 2010. - 2020.

Želio bih također izdvojiti također projekt **Turizma maslinova ulja Istre, Gourmet turizma te Turizma vina** koji su po svom karakteru, značenju i važnosti pokrenuli jednu novu kulturu, a po svojim učincima u inozemstvu nadilaze sve dosad realizirane projekte u Istri, jer smo po navedenim projektima vrlo kvalitetno zastupljeni u eminentnim inozemnim stručnim vodičima, časopisima te među opinionmakerima i leadima.

Upravni odjel za turizam Istarske županije je zajedno s Turističkom zajednicom Istarske županije aktivno sudjelovao u pripremi, praćenju i odvijanju turističke sezone. Turističku 2009. temeljem planiranih zadataka i ostvarenih ciljeva, a u okviru djelokruga Upravnog odjela za turizam ocjenjujem izuzetno uspješnom turističkom sezonom poglavito ako znamo kakve su bile najave na samom početku sezone gdje se raspravljalo i o mogućem 20% minusu. Predsezona je doista podbacila, ali je zato glavna sezona nadoknadila taj zaostatak. Ostvarili smo 2,9 milijuna registriranih dolazaka te gotovo 19,4 milijuna ostvarenih noćenja; što predstavlja za 1% bolji rezultat u dolascima te 2% u noćenjima u odnosu na prošlu godinu. Nažalost podbacili su financijski učinci sezone, radi slabije popunjenog hotelskog smještaja i manje potrošnje gostiju, no točne podatke očekujemo u prvom tromjesečju 2010.g. Uz to većina konkurentskih destinacija na Mediteranu nakon godina oporavka ponovno su zabilježile značajne minuse, tako da ćemo navedene činjenice morati uzeti u obzir prilikom pripreme naredne 2010. godine jer će uložiti puno veća sredstva u promociju, što će morati i Istra pratiti. Pored navedenog, Istra je kao i proteklih godina zadržala i učvrstila primat najrazvijenije turističke regije Hrvatske, kako u kvalitativnom tako i kvantitativnom smislu.

Pročelnik: _____

2. ORGANIZACIJSKA I FUNKCIONALNA STRUKTURA UPRAVNOG ODJELA

Upravni odjel za turizam zapošljava 4 djelatnika:

Pročelnik - 1 djelatnik VSS

Stručni suradnik - 2 djelatnika VSS

Stručna referentica - 1 djelatnica SSS

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

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

Pionirska 1/a,
52440 Poreč

Tel 052 / 452 500 i na

Fax 052 / 452 811,

e-mail: turizam@istra-istria.hr

Url: <http://www.istria-gourmet.com>

Url: <http://www.istria-bike.com>

Url: <http://www.istra-istria.hr/index.php?id=30>

Također se djelatnici mogu kontaktirati na e-mail adrese:

denis.ivosevic@istra-istria.hr

ana.pibernik@istra-istria.hr

edi.akilic@istra-istria.hr

doris.velenik@istra-istria.hr

4. REALIZACIJA NEPOSREDNIH ZADATAKA/OCJENA PROVEDENIH PLANIRANIH AKTIVNOSTI			
ZADATAK		STUPANJ REALIZIRANOSTI	OBRAZLOŽENJE
<p style="text-align: center;">A.</p> <p style="text-align: center;">Proces preobrazbe Istre u kvalitetnu turističku regiju – destinacija od 3+/4 zvjezdice</p>	<p style="text-align: center;">A.1.</p> <p style="text-align: center;">Sufinanciranje kreditnih linija za poticanje malog poduzetništva u turizmu</p>	<p>A.1.1. Uredno izvršavanje uplata sufinanciranih kamata, a po osnovi poticanja/kreditiranja obiteljskog turizma; a) Kreditna linija "Sad je ura" (Hypo Alpe Adria banka; kta od 5,5 ili 7,5%) b) Kreditna linija Malo poduzetništvo u turizmu u suradnji s IDA-om (Erste i OTP banka; kta 5,3%) A.1.2. Permanentna komunikacija s poslovnim bankama u cilju pravovremene i učinkovite suradnje i djelovanja, a temeljem praćenja realizacije svakog pojedinog projekta te verifikacije namjenskog korištenja sredstava, A.1.3. Permanentna komunikacija s korisnicima subvencioniranih kamata: realizacija anketnih upitnika uz priloge: potrebna dokumentacija kojom se potvrđuje turistička djelatnost i namjensko korištenje sredstava, obilazak gradilišta, foto-dokumentacija, snimka i ocjena stanja na terenu, A.1.4. Verifikacija pridržavanja uvjeta o namjeni kredita, dinamika izvršavanja realizacije projekta te konkretni učinci novih projekata posebno u kontekstu malog i srednjeg poduzetništva te posebno na razini clustera u smislu podizanja kvalitete, A.1.5. Savjetodavna uloga u smislu pravne i stručne pomoći korisnicima kredita (Master plan, Sustav poticaja kvalitete, međunarodni trendovi) te kontinuirano praćenje novih trendova u području kvalitetnog obiteljskog smještaja u susjednim konkurentnim turističkim regijama, A.1.6. Prikupljanje informacija o raspoloživim programima kreditiranja malih i srednjih poduzetnika u turizmu (Ministarstvo turizma: Poticaj za uspjeh, Istarska razvojna agencija): A.1.7. Komunikacija s Nacionalnom udrugom malih obiteljskih hotela i drugim nacionalnim udrugama i institucijama s ciljem koordiniranog provođenja inicijativa i projekata na području unapređenja malog i srednjeg poduzetništva u turizmu Istre, A.1.8. Prikupljanje informacija o potencijalnim izvorima financiranja projekata iz fondova EU ili uključivanja u već postojeće projekte kojima se potiče razvoj kvalitetnog turističkog smještaja</p>	<p>U okviru godišnjeg programa sve zacrtane aktivnosti u 2009. godini su realizirane.</p> <p>Obzirom da je od dodjele prvih kredita prošlo jedno sasvim konkretno razdoblje, posljednjih godina posebnu pozornost posvetili smo praćenju realizacije kreditnih sredstava te verifikaciji njihovog namjenskog korištenja.</p> <p>Prema ugovoru glavnu ulogu u praćenju realizacije kreditnih sredstava provodi isključivo banka, dok Upravni odjel za turizam u funkciji sufinancijera kamata je prvenstveno zainteresiran za realizaciju novih kvalitetnih sadržaja u turizmu. Sukladno navedenom i mi provodimo kontinuirano praćenje realizacije cijelog projekta putem anketnih upitnika i obilazaka gradilišta.</p> <p>Kao rezultat provedenih aktivnosti na terenu nekoliko je projekata pobudilo naš interes iz jednostavnog razloga jer nismo zaprimili sav potreban materijal koji je tražen u anketnim upitnicima, te je također uvidom na licu mjesta dokumentiran status projekta koji ne pruža u cjelini opravdanost namjenskog korištenja sredstava. Stoga smo u tekućoj godini pokrenuli niz aktivnosti prema banci koja kao glavni nositelj aktivnosti praćenja realizacije subvencioniranih kamata mora pokrenuti konkretan proces verifikacije namjenskog korištenja sredstava te o tome obavijestiti kako Upravni odjel za turizam tako i Ministarstvo turizma RH. U narednom razdoblju očekujemo sasvim konkretne rezultate provedene analize i od banke, kako bi definitivno saznali opravdanost ulaganja u pojedine turističke projekte.</p>

<p style="text-align: center;">A. Proces preobrazbe Istre u kvalitetnu turističku regiju – destinacija od 3+/4 zvjezdice</p>	<p style="text-align: center;">A.2. Implementacija i monitoring Master plana razvoja turizma Istre 2004.- 2012.</p> <p>A.2.1. U periodu siječanj - travanj izvršeni su obilasci i sastanci sa koordinatorima provedbe Master plana po clusterima oko dinamike provedbe aktivnosti koje proizlaze iz Plana implementacije MP-a, A.2.2. U periodu siječanj-svibanj izvršene su pripreme radnje oko prikupljanja relevantnih info vezanih za implementaciju MP, A.2.3. U periodu ožujak - studeni izvršen je monitoring svih aktivnosti na realizaciji projekata u okviru Master plana, A.2.4. Temeljem dobivenih rezultata izrađena je komparativna usporedba plana realizacije i operativne realizacije posebno po raznim ključevima: (prema nositeljima, prema funkcijama/ulogama nositelja, prema projektnim zadacima, prema vremenskoj dinamici i % realizacije/implementacije za 2009. godinu, A.2.5. Izrađena je detaljna analiza provedbe Master plana po clusterima i na regionalnoj razini s detaljnim prikazom udjela i stupnja realizacije po pojedinim nositeljima (JLS, lokalne i županijska TZ, Privatni sektor, ostali nositelji) za 2009. godinu A.2.6. Izrađena je komparativna analiza planiranih investicija s realiziranim po ključu: investicije u infrastrukturu, u smještaj, u konkurentnost, u atrakcije te njihovim postotkom realizacije posebno za 2004. - 2009., A.2.7. Izrađena je komparativna analiza planiranih investicija po ključu: investicije JLS, privatni sektor, sustav TZ-a, malo i srednje poduzetništvo, obrtnici i ugostitelji, privatni iznajmljivači, ruralni turizam, kapitalne investicije, posebno za 2004. - 2009. A.2.8. Ukupno je izrađeno 8 interaktivnih tablica s točno naznačenim aktivnostima i klasifikacijom: započeti projekti, realizirani projekti u cijelosti, projekti koji nisu započeti, A.2.9. Popisani su i prezentirani svi realizirani projekti za prvo šestogodišnje razdoblje po ključu: investicije u infrastrukturu, u smještaj, u konkurentnost, u atrakcije, A.2.10. Finalna prezentacija implementacije MP za period 2009. g s detaljnim osvrtom na trogodišnje razdoblje 2007. - 2009. prezentirana je dana 16. 12. povodom održavanja godišnjeg turističkog foruma Istarske županije u hotelu Diamant - Poreč. A.2.11. Izrađena je prva simulacija implementacije projekata iz Master plana razvoja turizma Istre za treće trogodišnje razdoblje 2010. - 2012.</p>	<p>Sve aktivnosti u sklopu zadatka pod A.2. u potpunosti su izvršene u okviru zadanih odrednica prema Programu rada za 2009. godinu.</p>	<p>Kako od samog početka realizacije i implementacije nalaza i postavki iz Master plana razvoja turizma Istre provodi Upravni odjel za turizam na godišnjoj razini, prve signale mogućeg smanjenog obima realizacije projekata i investicija dale su se naslutiti već tijekom 2008. godine obzirom da je bilo razvidno da se sve najavljene investicije neće realizirati. Iako se rezultat na kraju godine radi toga nije bitno izmijenio, jer se radilo o manjim projektima i financijski manje zahtjevnima, nama je to bio sasvim konkretan signal da će se takva klima opreza i suzdržanosti prelići prvo u narednoj 2009. godini, a po logici stvari i u narednim godinama.</p> <p>Prema analiziranim investicijama i projektima upravo se je to desilo u 2009. godini, tako da je većina projekata koje je trebala otpočeti u 2009. godini obustavljena. Sve investicije koje su realizirane u 2009. godini bile su one, koje su započete u prethodnim godinama. Prema toj logici sasvim je izvjesno da će se i u narednoj zadnjoj fazi implementacije Master plana od 2010. - 2012. financijska situacija u zemlji neće značajnije izmijeniti.</p> <p>Takvo saznanje o recesijskim kretanjima u zemlji uz činjenicu da se nalazimo na više od 2/3 puta realizacije Master plana, ubrzalo je naša razmišljanja o izmjeni/revitalizaciji postojećeg MP pa sve do radikalnije odluke početka izrade sasvim novog Master plana koji će uvažiti novonastalu situaciju na financijskom i turističkom tržištu kako kod nas u zemlji tako i u svijetu.</p>
--	--	--	--

<p style="text-align: center;">B. Kreiranje i usavršavanje postojećih i novih razvojnih turističkih projekata + produženje sezone</p>	<p style="text-align: center;">B.1. Razvoj agroturizma</p>	<p>Projekt Razvoj agroturizma se prema ustaljenoj tradiciji zajednički planira i realizira s Turističkom zajednicom Istarske županije, koja je ujedno i nositelj projekta i najvećim dijelom sufinancira. U tekućoj godini namijenjena sredstva u Upravnom odjelu za turizam predviđena za agroturizam (tisak brošure) su nakon prvih šest mjeseci izostavljena radi smanjenog obima punjenja Proračuna IŽ, pa je slijedom navedenog projekt realiziran ali bez sredstava predviđenih iz Proračuna Istarske županije.</p>	<p>Nije realiziran u sklopu odrednica prema Programu rada za 2009. g.</p>	
--	---	--	---	--

<p>B. Kreiranje i usavršavanje postojećih i novih razvojnih turističkih projekata + produženje sezone</p>	<p>B.2. Razvoj cikloturizma: Cjelovit bike portal s objedinjenom ponudom bike turizma</p>	<p>Cikloturizam - Bike portal www.istria-bike.com</p> <p>B.2.1. Aktivnosti vezane i koordinirane za budući redizajn web portala; za dogradnju i oplemenjivanje web stranica www.bike-istra.com koja objedinjuje ukupnu ponudu cikloturizma u jedinstvenu i homogenu cjelinu</p> <p>B.2.2. Aktivnosti vezane za izradu novih modula multimedije; kratkih video spotova te velike galerije slika-datoteka</p> <p>B.2.3. Priprema textova, lektura i korektura, prijevod u 5 jezičnih mutacija, izrada ilustracija foto priloga za online aplikaciju</p> <p>B.2.4. Izrada 20 pdf formata na 5 jezičnih mutacija najznačajnijih reportaža o Istri iz eminentnih specijaliziranih revija,</p> <p>B.2.5. Dodatno je nadograđen, dopunjen i kvalitetno opremljen glavni bike portal www.istria-bike.com dodatnim sadržajima: - 3 nove mtb dionice sa cjelokupnom infrastrukturom (tehnički opis staze, 5 jezičnih mutacija, grafički prikaz + Gps zapis) - 7 novih cestovnih dionica sa cjelokupnom infrastrukturom (tehnički opis, 5 jezičnih mutacija, grafički prikaz + Gps zapis) - izrađeno je 5 kratkih video spotova na 5 različitih lokacija u Istri</p> <p>B.2.6. Aktivnosti vezane za praćenje statistike web portala</p> <p>B.2.7. Aktivnosti vezane za istraživanje kvalitete sadržaja, optimizaciju web portala, iznalaženje ključnih riječi na tražilicama te podizanja rejtinga samog portala</p> <p>B.2.8. Organizacijsko-pripremne aktivnosti vezane za fotografiranje mtb staza, pejsažnih i kulturnih atraktivnosti te biciklista za potrebe datoteke, weba i inozemnih novinara</p> <p>B.2.9. Organizacija 5 različitih photo seansi za potrebe bike photo datoteke te je izvršena selekcija ponajboljih</p> <p>B.2.10. Aplikacija velike foto datoteke za potrebe specijaliziranog web portala te za specijalizirane novinare</p> <p>B.2.11. Izvršene su organizacijsko-pripremne aktivnosti vezane za iznalaženje najboljih partnera - PR agenata, za promociju cikloturizma Istre za njemačko govorno područje</p>	<p>Projekt je u potpunosti izvršen prema zacrtanim smjernicama projektnog zadatka, a koje su navedene u Programu rada za 2009. godinu.</p>	<p>Razlog zbog kojeg se je krenulo u pokretanje inicijative i izrade specijaliziranog bike portala leži u činjenici da destinacijski web portal www.istra.hr ne pruža dovoljno detaljnih informacija o bike ponudi u Istri.</p> <p>Važnost i dostupnost informacija je izuzetno važan segment današnjeg turizma. Gostima je potrebno kompletno prezentirati i približiti doživljaj bicikliranja na način da im se omogući brzo i efikasno pretraživanje podataka, protok informacija, mogućnost odabira određenih staza i itinerera, smještaja, galerija slika, posebne sisteme za praćenje posjećenosti određenih segmenata, kalendar događanja u svakom clusteru i cijeloj Istri, popis svih postojećih usluga i servisa koje zadovoljavaju njihove potrebe da bi u potpunosti uživali i vozili bicikl na našem području.</p> <p>Navedeni bike portal će radi dinamičnog razvoja elektroničkog marketinga, prodaje i informiranja u svijetu naredne godine doživjeti značajan redizajn kako bi primjereno pratili svjetske trendove, stoga su se krajem 2009. godine poduzele sasvim konkretne preliminarne aktivnosti oko narednog restrukturiranja same stranice www.bike-istra.com</p>
--	--	--	--	---

<p>B. Kreiranje i usavršavanje postojećih i novih razvojnih turističkih projekata + produženje sezone</p>	<p>B.2. Razvoj cikloturizma: Cjelovit bike portal s objedinjenom ponudom bike turizma</p>	<p>Razvoj cikloturizma I</p> <p>B.2.12. Izvršene preliminarnе aktivnosti vezane za istraživanje tržišta i iznalaženje najboljih partnera - PR agenata za promociju cikloturizma Istre za talijansko govorno područje</p> <p>B.2.13. Potpisan ugovor s talijanskim partnerom te su precizirane sve PR aktivnosti i cjelovit marketing plan tijekom 2009. g.</p> <p>B.2.14. Izvršene su organizacijsko-pripremne aktivnosti vezane za iznalaženje najboljih partnera za edukaciju i usavršavanje istarskih bike vodiča/pratitelja te je izvršen 1. i 2. preliminarni krug pregovora oko definiranja datuma izvođenja edukacije, veličine grupe, tehničkim podataka vezanih za staze, mjesta održavanja i financijskih uvjeta</p> <p>B.2.15 Obavljen je 1. i 2. krug pripremnih radnji oko organizacije velikog bike-workshopa za sve predstavnike turizma u Istri s naglaskom na bike turizam</p> <p>B.2.16. Obavljen je 1. i 2. krug pripremnih radnji i finalnih razgovora sa specijaliziranim agencijama: CICLISMO CLASSICO, SACRED RIDES, PROCULUS REISEN oko dovođenja 9 grupa u Istru i to u periodu pred i posezone</p> <p>B.2.17. Izrada idejnih rješenja za izgradnju 3 tematska bike parka s identificiranim lokalitetima (Pazin, Buje, Premantura)</p> <p>B.2.18. Izvedbene aktivnosti građevinskih radova na kreiranju tematskog bike parka-Pazin te inicijalna dokumentacija za Buje</p> <p>B.2.19. Organizacijsko-pripremne aktivnosti vezane za dobivanje ugovora od HBS-a za održavanje stručne nastave i licenciranje profesionalnih bike vodiča</p> <p>B.2.20. Organizacijsko-pripremne aktivnosti vezane za nastup Istre na poznatom aut maratonu SALZKAMMERGUT TROPHY</p> <p>B.2.21. Obavljen je 1. i 2. krug pripremnih radnji i finalnih razgovora oko organiziranja workshopa/radionice sa svim predstavnicima i tvrtkama iz Istarske županije koji su uključeni u projekt razvoja cikloturizma</p> <p>B.2.22. Organizacijsko-pripremne aktivnosti vezane za organizaciju radionice sa svim predstavnicima i tvrtkama iz Istarske županije koji su uključeni u projekt razvoja cikloturizma</p>	<p>Projekt je u potpunosti izvršen prema zacrtanim smjernicama projektnog zadatka, a koje su navedene u Programu rada za 2009. godinu.</p>	<p>Sve brojniji biciklisti, sve veći broj biciklističkih staza podrazumijeva nastavak ulaganja u ovaj važan program, stoga smo željeli nakon prošlogodišnje kreacije posebnog i specijaliziranog web portala za cikloturizam te ovogodišnjeg paralelnog nadograđivanja i usavršavanja postojećeg portala dodatno odraditi aktivnosti koje će u narednom razdoblju ojačati našu sposobnost konkurentnog natjecanja s najznačajnijim bike regijama na svijetu.</p> <p>Tijekom godine smo permanentno komunicirali s nekoliko značajnih i specijaliziranih agencija koje se bave cikloturizmom i prodajom specijaliziranih bike aranžmana. Na kraju je uspostavljena uspješna suradnja s jednom sjevernoameričkom agencijom sacred rides mtb holidays i s jednom kanadskom Ciclismo classico.</p> <p>Jedna od važnijih aktivnosti tijekom 2009. godine bila je svakako uspješna suradnja s PR agentom za talijansko govorno područje koji je tijekom cijele godine proizveo izuzetno veliku količinu kvalitetnog materijala na promociji Istre kao prepoznatljive bike destinacije.</p> <p>U tekućoj godini smo pokrenuli izradu kvalitetnih fotografija, detalja i zanimljivosti vezanih za cikloturizam. Obzirom na izuzetno veliku produkciju reportaža, redakcijskih članaka, obavijesti i newslettera kao i opremanje našeg specijaliziranog web portala za bike turizam potreban nam je širi, bogatiji i kvalitetniji spektar ažuriranih fotografija koje do sada Upravni odjel za turizam nije posjedovao.</p>
--	--	--	--	--

<p>B. Kreiranje i usavršavanje postojećih i novih razvojnih turističkih projekata + produženje sezone</p>	<p>B.2. Razvoj cikloturizma: Istra MTB Tartufi Tour – Parenzana 2008. + Istra Terra Magica Bike 2008.</p>	<p>Istra MTB Tartufi Tour – Parenzana 2009.</p> <p>B.2.23. Trasiranje etapnih dionica profesionalne MTB utrke uz prikaz visinskih, dužinskih i tehničkih parametara, B.2.24. Objava na Internet stranice uz link naše adrese na nekoliko važnih Internet siteova, B.2.25. Objava i promocija navedenih utrka na prijateljskim utrkama u Italiji i Austriji, B.2.26. Uvrštenje u svjetski kalendar biciklističkih utrka u najprestižnijoj 1. klasi s jakim fondom nagrada, B.2.27. Uvrštenje Istra MTB Tartufi Tour – Parenzana u nacionalno kup prvenstvo. B.2.28. Izvršenje kvalitetne promocije (sajmovi, tiskovne konferencije, prezentacije, mailing), B.2.29. Organizacija cijele sportske manifestacije: sektor: suci i tehnički delegati, kronometristi, priprema, uređenje i označavanje staza, osiguranje na stazama, organizacija okrijepnih stanica, ostala prateća logistika, B.2.30. Koordinacija i pripomoć u organizaciji rekreativne i cestovne Parenzane dodatne dvije utrke), B.2.31. Servisiranje i pratnja domaćih i inozemnih novinara B.2.32. Realiziran prvi i drugi krug pregovora s eminentnim bike klubovima iz Austrije, Italije i Njemačke oko organiziranja pripremnih bike kampova u pred i posezoni.</p>	<p>Projekt je u potpunosti izvršen prema zacrtanim smjernicama projektnog zadatka, a koje su navedene u Programu rada za 2009. godinu.</p>	<p>Projekt Istra MTB Tartufi Tour - Parenzana je tradicionalna i dobro uhodana biciklistička manifestacija koja ima za cilj prezentirati Istru kao atraktivnu bike destinaciju. Namjera je također privući što veći broj natjecatelja i turista rekreativaca te približiti i promovirati bike sport među domicilnim stanovništvom s posebnim osvrtom na mlađi uzrast. Utrka je okupila na startu 420 vozača iz 12 zemalja među kojima je bilo tridesetak visokopozicioniranih biciklista u Europskom kupu. Ovogodišnje izdanje zabilježilo je 10% povećanje učešća biciklista i to radi povoljnih vremenskih prilika.</p> <p>Svi sudionici utrke, pozitivno su pohvalili utрку što svakako pridonosi uspjehu i značaju ove sportsko/rekreativne turističke manifestacije, a najveći uspjeh da se uslijed izuzetno zahtjevne utrke nitko od natjecatelja nije ozlijedio.</p> <p>Istra se potvrdila kao istinska i nezaobilazna mountainbike regija. Sam događaj je bogatiji i interesantniji s obzirom na mogućnost spajanja biciklističke utrke sa višednevnim odmorom tj. godišnjim odmorom što pruža dodatno uživanje i otkrivanje netaknutih dijelova Istre.</p>
--	--	--	--	---

<p>B. Kreiranje i usavršavanje postojećih i novih razvojnih turističkih projekata + produženje sezone</p>	<p>B.3. Razvojni turistički projekti:Gastronomija Istre Novi razvojni projekt: Press blogging trip I i II</p>	<p>Press blogging trip - novi vid komunikacije s tržištem</p> <p>B.3.1. Organizacijsko-pripreme aktivnosti vezane za pojašnjenje samog projekta i stvaranje pozitivne klime u Istri, posebice kod ponuđača usluga specijalnih interesa (boutique hoteli, restorani i konobe, vinske ceste, ceste maslinova ulja itd) za 1. pbt te kod velikih hotelijera za 2. pbt</p> <p>B.3.2. Organizacijsko-pripreme aktivnosti vezane za iznalaženje kvalitetne osobe s osnovnom funkcijom blogger huntera koji će promovirati naš projekt u inozemstvu te odabrati najkvalitetnije bloggere za posjet Istri prema našim inputima i kriterijima za 1. i 2. pbt.</p> <p>B.3.3. Organizacijsko-pripreme aktivnosti i dogovaranje ukupnog posla i zaduženja bloggera prema Istri u prvom krugu s bloggerhunterom i nakon toga sa svakim bloggerom pojedinačno. Dogovoren obim posla je minimalna objava tri članka o Istri na njihovim specijaliziranim blog siteovima</p> <p>B.3.4. Organizacijsko-pripreme aktivnosti vezane za izradu petodnevn. itinerera po Istri s uključenim transferima za 1.i 2. pbt</p> <p>B.3.5. Komunikacijske aktivnosti, upoznavanje i stupanje u kontakt s 1. i 2. grupom bloggera (od kojih su prvu grupu sačinjavali individualni, a drugu family bloggeri)</p> <p>B.3.6. Komunikacijske aktivnosti prije samog dolaska grupe (slanje pisma namjere, press mape Istre, itinerer obilaska Istre, set materijala o hotelu, odredištu, destinaciji i regiji).</p> <p>B.3.7. Operativne aktivnosti organizacije putovanja bloggera do Hrvatske, organizacija transfera s aerodroma do destinacije u Istri, njihova pratnja i vođenje tijekom petodnevnog boravka u Istri te organizacija njihovog puta natrag u domovinu</p> <p>B.3.8. Operativne aktivnosti medijskog praćenja bloggera za vrijeme njihovog boravka u Istri</p> <p>B.3.9. Operativne aktivnosti medijskog praćenja bloggera nakon njihovog povratka u zemlju, suradnja na dostavi dodatnih informacija, praćenje kvalitete i kvantitete njihovih bloggova, aplikacija istih na našim specijaliziranim web portalima</p> <p>B.3.10. Zajednička suradnja na iznalaženju novih mogućnosti promocije (online i offline), zatim uvrštenje u specijalizirane agencije za boutique hotele, specijalizirani gourmet vodiči</p>	<p>Projekt je u potpunosti izvršen prema zacrtanim smjernicama projektnog zadatka za 2009. godinu</p>	<p>Navedeni projekt predstavlja novi projekt koji nije bio predviđen Programom rada za 2009. godinu ali je obzirom na važnost projekta kao i povoljne okolnosti koje smo pripremali gotovo 8 mjeseci doveli nas u situacija da ga već ove godine uspijemo kvalitetno lansirati.</p> <p>Predstavlja jedan sasvim nov način komuniciranja i promoviranja destinacije Istre u svijetu. Po prvi puta organizirali smo umjesto dolaska novinara u Istru, dolazak blogera koji putem svojih razvijenih socijalnih mreža na internetu pišu o svojim dojmovima i samom objavom tekstova multipliciraju priču milijunima čitateljima diljem svijeta.</p> <p>U tekućoj godini sveukupno smo organizirali dva press blogging tripa: 1. je bio više usmjeren prema selektivnim oblicima turizma, individualnom i kvalitetnom turizmu s posebnim naglaskom na priobalna mjesta, kulturno-povijesno nasljeđe te unutrašnjost Istre, dok je 2. bio posvećen više klasičnom ljetnom odmoru: destinacija sunca i mora te promocija naših velikih hotelijera.</p> <p>Namjera nam je bila otvoriti jedan novi, moderan i izuzetno dinamičan kanal promocije te se navedenim aktivnostima svrstati u sam vrh inovativnosti načina promocije destinacije. Time smo otvorili potpuno nov način komuniciranja s opinionmakerima i opinionleadrima te osigurali kvalitetnu osnovu za proširenu suradnju u narednim godinama.</p>
--	--	---	---	--

<p style="text-align: center;">B. Kreiranje i usavršavanje postojećih i novih razvojnih turističkih projekata + produženje sezone</p>	<p style="text-align: center;">B.3. Razvojni turistički projekti:Gastronomija Istre Cjelovit gourmet portal</p>	<p>Gourmet portal www.istria-gourmet.com</p> <p>B.3.10. Organizacijsko-pripremne i operativne aktivnosti na izradi koncepta unapređenja specijaliziranog gourmet web portala s detaljnim pregledom novih mehanizama poboljšanja i novih modula unapređenja site-a.</p> <p>B.3.11. Aktivnosti vezane za dogradnju i oplemenjivanje web stranica www.istria-gourmet.com koja objedinjuje sve turističke razvojne projekte iz domene eno-gastronomije u jedinstvenu i homogenu cjelinu</p> <p>B.3.12. Aktivnosti vezane za linkanje www.istria-gourmet.com na sve najznačajnije turističke i gourmet siteove</p> <p>B.3.13. Aktivnosti vezane za praćenje i izvješćivanje posjećenosti web portala kako bi mogli promptno i primjereno reagirati na tržištu obzirom na ulazne podatke kojima raspolažemo</p> <p>B.3.14. Aktivnosti vezane za unapređenje kvalitete samog site-a, ali i posjećenosti putem prijedloga načina i mehanizama za poboljšanje rejtinga web stranica na pretraživačima.</p> <p>B.3.15. Aktivnosti vezane za izradu novih eduteinment-a i infoteinment-a modula, MULTIMEDIJA: (Video clipovi, galerija slika, pregled inozemnog tiska); REVIJE: (Papageno, A tavola, Cucina e vini, Istrien magazin; VODIČI: (Veronelli, Gault Millau, Gourmet Istra;</p> <p>B.3.16. Priprema tekstova, lektura i korektura, njihov prijevod u 5 jez. mutacija, izrada ilustracija za online aplikaciju</p> <p>B.3.17. Organizacijsko-pripremne aktivnosti vezane za implementaciju funkcionalnosti velike i jedinstvene gourmet fotodatoteke na specijaliziranom gourmet portalu www.istria-gourmet.com</p> <p>B.3.18. Organizacijsko-pripremne aktivnosti vezane za fotografiranje restorana, konoba, vlasnika i pojedinih specijaliteta za potrebe fotodatoteke weba i inozemnih novinara</p> <p>B.3.19. Izrada 22 pdf formata na pet jezičnih mutacija najznačajnijih reportaža o Istri iz eminentnih svjetskih specijaliziranih revija, apliciranih na naš web</p> <p>B.3.20. Izrada 16 filmskih spotova (video clips) o gourmet temama Istre na pet jezičnih mutacija apliciranih na naš web</p> <p>B.3.21. Izrada 10 pdf formata na 5 jezični mutacija najznačajnijih istarskih reportaža u reviji PAPAGENO</p> <p>B.3.22. Dopuna press mape na 5 jezičnih mutacija za web</p>	<p>Projekt je u potpunosti izvršen prema zacrtanim smjernicama projektnog zadatka, a koje su navedene u Programu rada za 2009. godinu.</p>	<p>Razlog zbog kojeg se je krenulo u pokretanje inicijative i izrade specijaliziranog gourmet portala leži u činjenici da destinacijski web portal www.istra.hr ne pruža dovoljno detaljnih informacija o gourmet ponudi u Istri.</p> <p>Internet ili World Wide Web (www) predstavlja najveću računalnu mrežu na svijetu a možemo ga definirati i pojmovi-ma kao što su; globalan, virtualan, dinamičan, kompleksan, bogat informacijama, sofisticiran, interaktivan...</p> <p>Internet 24 sata dnevno nudi trenutačan pristup informacijama prodavačima, kupcima i proizvođačima te sve podatke o svima njima, čime se značajno mijenja način i brzina poslovanja kakve poznajemo. Globalna priroda Interneta znači mogućnost poslovanja s partnerima bez obzira gdje se oni nalazili u svijetu, te zbog toga i veliku konkurenciju.</p> <p>Zbog toga Internet sve više potiskuje tradicionalne posrednike i trgovce te pruža nove mogućnosti i poslovne prilike. Upotreba Interneta kao medija za promociju sve je značajnija, kako zbog velikog porasta broja ljudi koji upotrebljavaju Internet, tako i zbog interaktivnosti koju taj medij nudi. Logično je bilo da se i mi predstavimo globalnom, svjetskom tržištu.</p>
--	--	--	--	---

<p style="text-align: center;">B. Kreiranje i usavršavanje postojećih i novih razvojnih turističkih projekata + produženje sezone</p>	<p style="text-align: center;">B.3. Razvojni turistički projekti: Gastronomija Istre Gourmet vodiči</p>	<p>Gourmet vodiči</p> <p>B.3.23. Obavljen 1. i 2. krug pripremnih razgovora s Udruženjem mladih kuhara Europe - Jeuness restaurateurs d'Europe s talijanskim Predsjednikom Emanuele Scarello te slovenskim Predsjednikom Tomaž Kavčič oko proširenja navedene institucije i na Istru/Hrvatsku</p> <p>B.3.24. Obavljen 1. i 2. krug pripremnih razgovora i obilazaka potencijalnih istarskih adresa s Udruženjem mladih kuhara Europe - Jeuness restaurateurs d'Europe s europskim glavnim Predsjednikom Hans van Mannenom</p> <p>B.3.25. Prezentacija istarskih restorana povodom održavanja godišnje Skupštine JRE u Madridu</p> <p>B.3.26. Obavljen 1. i 2. krug finalnih razgovora i pripremnih radnji oko uvrštenja Istre u gourmet vodič Espresso 2011</p> <p>B.3.27. Obavljen 1. i 2. krug finalnih razgovora i pripremnih radnji oko uvrštenja Istre u gourmet vodič Gamber Rosso 2011.</p> <p>B.3.28. Obavljen 1. i 2. krug finalnih razgovora i pripremnih radnji oko izrade zajedničke brošure najboljih gourmet adresa u sva tri dijela Istre: talijanski, slovenski, hrvatski</p> <p>B.3.29. Obavljen 1. i 2. krug finalnih razgovora oko uvrštenja istarskih ugostiteljskih objekata u gourmet vodič Gault Millau 2010.</p> <p>B.3.33. Suradnja s gourmet inspektorima vodiča Gault Millau</p> <p>B.3.30. Inspeksijski pregledi, obilazak, ocjenjivanje i selekcija ponajboljih istarskih restorana</p> <p>B.3.31. Obavljen prvi i drugi krug pripremnih razgovora oko uvrštenja Istre u kamping vodič Michelin 2010.</p> <p>B.3.32. Obavljen prvi i drugi krug pripremnih razgovora oko uvrštenja Istre u Crveni vodič Michelin 2010.</p> <p>B.3.34. Ispunjavanje tipskih tablica za unos svih potrebnih podataka prema standardu Veronelli, odabir prema kriterijima Veronelli + najuži izbor od 46 istarskih restorana</p> <p>B.3.35. Organizacijsko-pripremne aktivnosti vezane za promociju gourmet vodiča I ristoranti di Veronelli 2009. i Gault Millau 2009. u Istarskoj županiji u travnju mjesecu u Puli</p> <p>B.3.36. Organizacijsko-pripremne aktivnosti vezane za dovođenje eminentnih novinara, opinionleaderi u Istru</p> <p>B.3.37. Organizacijsko-pripremne aktivnosti vezane za uvrštenje istarskih restorana i konoba u revijalni magazin Istrien magazin</p>	<p>Projekt je u potpunosti izvršen prema zacrtanim smjernicama projektnog zadatka, a koje su navedene u Programu rada za 2009. godinu.</p>	<p>Predstavlja turistički projekt, koji je u svom razvojnom procesu najpotpuniji turistički proizvod. Takvu konstataciju nam potvrđuju višegodišnja istraživanja (statistički podaci), koji govore da je gastro vodič Istre najtraženija publikacija naših gostiju od 1996. godine. Brojne reportaže o gourmet Istri utjecale su na razvoj vikend turizma i to prije svega u periodu pred i posezone.</p> <p>Gore navedenu konstataciju potvrđuju prije svega inozemni gourmet vodiči; u ovom slučaju Veronelli, Gault Millau, Gallimard i Wo isst Oesterreich koji već sedmu godinu za redom uključuju i Istru. No još važnija činjenica je ta da su istarski restorani i konobe izuzetno kvalitetno ocijenjeni, nerijetko i sa toliko željenim zvjezdicama.</p> <p>Također velik doprinos promicanju istarskih autohtonih proizvoda ali i izuzetnih gourmet adresa potvrđuju i mnogobrojne gourmet reportaže u eminentnim svjetskim revijama. Ima važnu ulogu u strateškom razvoju nove koncepcije turizma. Svojim višestrukim učincima projekt je izvrsno nadovezao i prispojio ostale (kompatibilne) razvojne projekte poput agroturizma, vinskih cesta, Wine daya, Dana tartufa, bike staza itd u integralni turistički proizvod).</p> <p>Izuzetnu ulogu nalazimo i u tome što se velik broj ugostiteljskih objekata nalazi u središnjem dijelu Istre, čime se ostvaruju osnovne pretpostavke za lakši i kvalitetniji život u unutrašnjosti, te omogućava dodatni izvor zarade i obiteljske ekonomije</p>
--	--	---	--	--

<p style="text-align: center;">B. Kreiranje i usavršavanje postojećih i novih razvojnih turističkih projekata + produženje sezone</p>	<p style="text-align: center;">B.3. Razvojni turistički projekti: Gastronomija Istre Dani tartufa u Istri</p>	<p>Dani tartufa u Istri</p> <p>B.3.38. Obavljen 1. i 2. krug pripremnih razgovora vezano za organizaciju eventa Hommage istarskom bijelom tartufu 2009</p> <p>B.3.39. Organizacijsko-pripremne aktivnosti vezane za tradicionalnu gourmet reviju-Hommage istarskom bijelom tartufu</p> <p>B.3.40. Obavljen prvi i drugi krug pripremnih razgovora vezano za organizaciju manifestacije Zlatni tartuf Tartufo d'oro 2009.</p> <p>B.3.41. Organizacijsko-pripremne aktivnosti vezane za tradicionalni gourmet festival Zlatni tartuf Tartufo d'oro – s ponajboljim restoranima iz (Italije, Njemačke, Austrije, Belgije, Istre), te predstavnicima medija iz HR i Europe</p> <p>B.3.42. Priprema tekstova, ilustracija i foto priloga za prospekt Dani tartufa u Istri u četiri jezične mutacije,</p> <p>B.3.43. Izrada kalendara manifestacija za vrijeme trajanja Dana tartufa u Istri 2009. s više od 30 posebnih manifestacija namijenjenih promociji tartufa,</p> <p>B.3.44. Organizacijsko-pripremne aktivnosti vezane za pripremu i izradu materijala namijenjenih za tiskani materijal Istra gourmet + aplikacija na specijaliziranom gourmet web portalu</p> <p>B.3.45. Organizacijsko-pripremne aktivnosti vezane za dovođenje svjetski poznatih novinara i opinionmakera za tematiku tartufi</p> <p>B.3.46. Ugošćeno je više od dvadeset svjetski uvaženih novinara specijaliziranih za gourmet teme s namjerom pisanja gourmet reportaža o Istri</p> <p>B.3.47. Organizacijsko-pripremne aktivnosti vezane za izradu velike tematske foto datoteke turizma tartufa Istre: fotografiranje tartuara, tartufa i pasa, staništa tartufa itd....</p> <p>B.3.48. Organizacijsko-operativne aktivnosti vezane za formatiranje slika u tri različita formata, njihovo imenovanje, prijevod na 5 jezičnih mutacija, sortiranje po tematici, mehanizam upravljanja fotografijama s podjelom na kategorije, izrada protokola i kodeksa oko načina i mogućnosti njihovog iskorištavanja te aplikacija na web portal</p> <p>B.3.49. Organizacijsko-pripremne aktivnosti vezane za promociju istarskog tartufa (proljeće - Venezia; jesen - Novara)</p> <p>B.3.50. Konstantna suradnja s Nacionalnim institutom za istraživanje tartufa u Albi - Piemonte</p>	<p>Projekt je u potpunosti izvršen prema zacrtanim smjernicama projektnog zadatka, a koje su navedene u Programu rada za 2009. godinu. Na web portal www.istria-gourmet.com apliciran je u potpunosti ažuriran sadržaj vezan za Dane tartufa u Istri: kalendar manifestacija, prospekt Dani tartufa u Istri, ABC o tartufima, Glavne vrste tartufa; Zlatni tartuf, Hommage ist tartufu te video spotovi posebno za Hommage i posebno za Zlatni tartuf Tisak i objava prospekta Dani tartufa na Internet strane www.istra.hr te na www.istria-gourmet.com</p>	<p>Projekt je trajao u periodu mjeseca rujna, listopada i studenog te je polučio značajan dolazak inozemnih gostiju u posezoni i to u središnjem dijelu Istre te je značajno i na kvalitetan način upotpunio boravak gostiju na priobalnom području Istre, koji su mnogobrojne manifestacije vezane za tartufe mogli iskoristiti kao jednodnevni izlet.</p> <p>Obzirom da je image Istre doista postao prepoznatljiv po tartufima i obzirom na činjenicu da se svake godine povećava broj gostiju kojima je interes u najširem smislu tartuf.</p> <p>Izrađen je prospekt Dani tartufa, koji se sastoji iz geografskog prikaza dijela Istre gdje se tartufi nalaze, dat je osnovni opis istarskog tartufa, opisan je tipičan istarski menu na bazi tartufa, izrađen je kalendar manifestacija, promoviran je tekstualno i slikovito najveći tartuf na svijetu te ispisana lista ugostiteljskih objekata koji nude jela na bazi tartufa pod nazivom <i>Klub kvalitetnih ugostitelja</i>.</p> <p>Projekt Izvorni tartuf/Tartufo vero je projekt kojim želimo dodatno osnažiti projekt Dani tartufa u Istri te na stručnoj osnovi omogućiti kvalitetno upoznavanje različitih vrsta tartufa, kako bijelih tako i crnih, a s osnovnom namjerom da ugostitelji steknu potrebno znanje za kvalitetnu prezentaciju te gastro delicije, ali i znati pojasniti i/ili dočarati cijelu priču o tartufima.</p>
--	--	---	--	--

<p style="text-align: center;">B. Kreiranje i usavršavanje postojećih i novih razvojnih turističkih projekata + produženje sezone</p>	<p style="text-align: center;">B.3. Razvojni turistički projekti:Gastronomija Istre Vinski turizam</p>	<p>Vinski turizam</p> <p>B.3.51. Organizacijsko-operativne aktivnosti vezane za pisanje tekstova, njihova korektura i lektura, prijevod na 5 jezičnih mutacija te aplikacija na web portal</p> <p>B.3.52. Organizacijsko-pripremne aktivnosti vezane za izradu velike foto datoteke u tri različita formata vinskog turizma Istre: fotografiranje vinara, vinograda, flaša i vinskih podruma te sala za degustaciju</p> <p>B.3.53. Organizacijsko-operativne aktivnosti vezane za izradu novih eduteinment-a i infoteinmenta modula, MULTIMEDIJA: (Video clipovi, galerija slika, pregled inozemnog tiska); REVIJE: (Le Citta del vino, Vino si; VODIČI: (Zeleni vinski Michelin);</p> <p>B.3.54. Obilazak novih, potencijalnih podruma, (4 vinskih podruma: bujštine, 5 poreštine, 15 s rovinjštine i 1 s pazinštine),</p> <p>B.3.55. Organizacijsko-operativne aktivnosti međusobnog povezivanja proizvođača vina sa hotelijerima, restoraterima, i izvoznicima autohtonih ist proizvoda s osnovnim ciljem kvalitetnije penetracije na tržištu i kvalitetnije medijske uvažnosti</p> <p>B.3.56. Organizacijsko-operativne aktivnosti vezane za organizaciju kongresa o vinskom turizmu pod radnim nazivom VINO i TERITORIJ povodom održavanja VINISTRE</p> <p>B.3.57. Organizacijsko-pripremne aktivnosti vezane za fotografiranje i izradu velike tematske foto datoteke o vinskom turizmu</p> <p>B.3.58. Organizacijsko-pripremne aktivnosti vezane za uvrštenje istarskih vinara i itinerera u Zeleni Michelinov vodič za 2009.</p> <p>B.3.59. Organizacijsko-pripremne aktivnosti vezane za uvrštenje ist. vinskih cesta u renomiranu talijansku udrugu Citta' del vino</p> <p>B.3.60. Organizacijsko-pripremne aktivnosti vezane za pripremu vinske manifestacije Wine Day 2009.</p> <p>B.3.61. Organizacijsko-pripremne aktivnosti vezane za prikupljanje, selekcioniranje i ispunjavanje anketnih upitnika za Zeleni Michelinov vodič za 2009. g.</p> <p>B.3.62. Obilazak užeg kruga vinara i vinskih itinerera s predstavnicima Michelina prema kriterijima Michelina, vezano za uvrštenje u Zeleni Michelinov vodič za 2009.</p> <p>B.3.63. Organizacijsko-pripremne aktivnosti vezane za nastup i prezentaciju istarskih vinara i vina na manifestaciji FRIULI doc za 70 novinara iz sektora enogastronomije</p>	<p>Projekt je u potpunosti izvršen prema zacrtanim smjernicama projektnog zadatka, a koje su navedene u Programu rada za 2009. godinu.</p>	<p>Razlog zbog kojeg se je krenulo u pokretanje inicijative i izrade specijaliziranog gourmet portala leži u činjenici da destinacijski web portal www.istra.hr ne pruža dovoljno detaljnih informacija o gourmet ponudi u Istri, a to se posebno odnosi na segment vinskog turizma.</p> <p>Stoga je na web portal www.istria-gourmet.com u potpunosti apliciran i ažuriran sadržaj vezan za vinski turizam: Birana istarska vina, IQ Istarska kvaliteta, Glavne sorte vina u Istri, Vinske ceste Istre, Wine Day, nova fotodatoteka vinskog turizma.</p> <p>Vinske ceste Istre predstavljaju prvi razvojni turistički projekt s kojim smo se odmaknuli od obale te pokušali turističke tijekove preusmjeriti u unutrašnjost Istre. Projekt je sada već dobro uhodan i kao takav prepoznatljiv gostima. U potpunosti je kompatibilan s ostalim razvojnim projektima u Istarskoj županiji tako čini integralnu cjelinu turističkog proizvoda Istre.</p> <p>Na temelju izrađenog pravilnika o vinskim cestama kreirali smo 7 vinskih cesta s ukupno 103 vinara, koje su objedinjene u Vinskom atlasu Istre. U navedenom atlasu jasno i mjerljivo je izvršena diversifikacija vinara: njih 44 označeno sa zastavicom što znači da predstavljaju kvalitetne vinare, dok je preostalih 60 označeno s bačvicom što označava da postoji još prostora u kojima vinari mogu unaprijediti svoj itinerer.</p>
--	---	--	--	---

<p style="text-align: center;">B. Kreiranje i usavršavanje postojećih i novih razvojnih turističkih projekata + produženje sezone</p>	<p style="text-align: center;">B.3. Razvojni turistički projekti:Gastronomija Istre Turizam maslinova ulja</p>	<p>Turizam maslinova ulja - specijalizirani web portal www.istria-gourmet.com/turizam_maslinova_ulja</p> <p>B.3.72. Organizacijsko-pripremne i operativne aktivnosti na izradi koncepta unapređenja specijaliziranog web portala za turizam maslinova ulja s detaljnim pregledom novih mehanizama poboljšanja i novih modula unapređenja site-a.</p> <p>B.3.73. Organizacijsko-operativne aktivnosti vezane za pisanje tekstova, njihova korektura i lektura, prijevod na 5 jezičnih mutacija te aplikacija na web portal</p> <p>B.3.74. Organizacijsko-operativne aktivnosti vezane za prikupljanje ilustracija i fotografija te idejni prijedlog četvrtog izdanja prospekta Ceste maslinova ulja Istre + aplikacija na web,</p> <p>B.3.75. Organizacijsko-pripremne aktivnosti vezane za izradu velike tematske foto datoteke turizma maslinova ulja Istre: fotografiranje maslinara, maslinika, flaša i maslinarskih podruma i sala za degustaciju</p> <p>B.3.76. Organizacijsko-operativne aktivnosti vezane za formatiranje slika u tri različita formata, njihovo imenovanje, prijevod na 5 jezičnih mutacija, sortiranje po tematici, mehanizam upravljanja fotografijama s podjelom na kategorije, izrada protokola i kodeksa oko načina i mogućnosti njihovog iskorištavanja te aplikacija na web portal</p> <p>B.3.77. Organizacijsko-operativne aktivnosti vezane za unapređenje kvalitete samog site-a u dijelu turizma maslinova ulja, uz praćenje posjećenosti te prijedloga načina i mehanizama za poboljšanje rejtinga web stranica na pretraživačima.</p> <p>B.3.78. Organizacijsko-operativne aktivnosti vezane za izradu novih eduteinment-a i infoteinmenta modula, MULTIMEDIJA: (Video clipovi, galerija slika, pregled inozemnog tiska); REVIJE: (Mercacei Istrien magazin; VODIČI: (L'Extravergine, Slow food, Acetes extra virgen);</p> <p>B.3.79. Organizacijsko-operativne aktivnosti vezane za unapređenje kvalitete samog site-a u dijelu turizma maslinova ulja za postavljanje novog filma o turizmu maslinova ulja Istre</p>	<p>Projekt je u potpunosti izvršen prema zacrtanim smjernicama projektnog zadatka, a koje su navedene u Programu rada za 2009. godinu.</p>	<p>Razlog zbog kojeg se je krenulo u pokretanje inicijative i izrade specijaliziranog gourmet portala leži u činjenici da destinacijski web portal www.istra.hr ne pruža dovoljno detaljnih informacija o gourmet ponudi u Istri, a to se posebno odnosi na segment turizma extra djevičanskog maslinovog ulja.</p> <p>Stoga je na web portal www.istria-gourmet.com u potpunosti apliciran i ažuriran sadržaj vezan za turizam maslinova ulja: Birana istarska maslinova ulja, Vodič L'Extravergine; ABC maslinovog ulja, Ceste maslinova ulja Istre, Glavne sorte maslina, te foto datoteka projekta turizam maslinova ulja</p>
--	---	---	--	---

<p style="text-align: center;">B. Kreiranje i usavršavanje postojećih i novih razvojnih turističkih projekata + produženje sezone</p>	<p style="text-align: center;">B.3. Razvojni turistički projekti: Gastronomija Istre Turizam maslinova ulja</p>	<p style="text-align: center;">Turizam maslinova ulja I</p> <p>B.3.80. Izvršili smo inspekcijske preglede kod 30 novih proizvođača maslinova ulja, izradili njihove osobne iskaznice, te smo promovirali cestu extra djevičanskog m. ulja Rovinjštine</p> <p>B.3.81. Izrađene su i postavljene oznake Ceste maslinova ulja na prometnicama diljem Istarske županije za novo uvrštene pro.,</p> <p>B.3.82. Aktivnosti međusobnog povezivanja proizvođača maslinova ulja sa hotelijerima, restoraterima, distributerima i izvoznicama autohtonih istarskih proizvoda s osnovnim ciljem bolje i kvalitetnije penetracije na tržištu kao i kvalitetnije medijske uvaživosti istarskih maslinova ulja</p> <p>B.3.83. Organizacijsko-pripremne aktivnosti vezane za izradu petogodišnjeg plana podizanja novih nasada te količine maslinova ulja koje će biti proizvedene temeljem dosadašnje sadnje novih nasada ali i novih koji će tek za 5 g. dati prvi rod</p> <p>B.3.84. Obavljen prvi i drugi krug pripremnih razgovora s gosp. Maurom Martellosiem oko uključivanja istarskih maslinara na međunarodnom natjecanju ponajboljih maslinovih ulja u Spoletu pod nazivom ALMA - ARMONIA</p> <p>B.3.85. Koordinirali smo inicijativu prikupljanja maslinovih ulja i ispunjavanja upitnika za nastup istarskih maslinara na međunarodnom natjecanju ponajboljih maslinovih ulja u Spoletu pod nazivom ALMA - ARMONIA.</p> <p>B.3.86. Organizacijsko-pripremne aktivnosti vezane za dogovaranje prezentacije istarskih maslinovih ulja i proizvođača maslinova ulja na promociji novog izdanja jedinog svjetskog vodiča za maslinova ulja L'Extravergine 2009. u Rimu</p> <p>B.3.87. Organizacijsko-pripremne aktivnosti vezane za godišnju promociju izlaska novog vodiča L'Extravergine 2009 u Istri; priprema tiskovne konferencije i svečane dodjele priznanja jednom istarskom maslinaru koji je ušao u najuži izbor TOP 15 najboljih maslinovih ulja</p> <p>B.3.88. Organizacijsko-pripremne aktivnosti vezane za pripremu velike prezentacije projekta Ceste maslinova ulja Istre povodom održavanja: Izbor za plavi i zeleni cvijet u turizmu Hrvatske</p> <p>B.3.89. Organizacijsko-pripremne aktivnosti vezane za pripremu i izradu velike reportaže o turizmu maslinova ulja Istre u eminentnim i specijaliziranim inozemnim revijama</p>	<p>Projekt je u potpunosti izvršen prema zacrtanim smjernicama projektnog zadatka, a koje su navedene u Programu rada za 2009. godinu.</p>	<p>Ideja o razvoju projekta Ceste maslinova ulja Istre proizašla je kao logičan slijed prethodno kreiranih i uspješno realiziranih razvojnih turističkih projekata poput agroturizma, gourmet turizma te vinskog turizma u spoju s bogatim kulturno-povijesnim nasljeđem i prekrasnim pejzažnim vizurama istarskog krajolika.</p> <p>Osnovna misija i ideja vodilja bila nam je revitalizirati naše najatraktivnije resurse u maslinarstvu, oplemeniti ih te staviti u funkciju razvoja turizma.</p> <p>Prva faza razvoja je uspješno realizirana, no posla oko brandinga, odnosno upravljanja reputacijom istarskog maslinova ulja ima još jako puno. Naše su ambicije da Istra i u narednim godinama ostane relevantna regija po pitanju kvalitete maslinova ulja u svijetu, stoga se od svih nas očekuje da nastavimo permanentno provoditi aktivnosti koje će dugoročno potkrijepiti taj naš status, jasno svatko u svom djelokrugu.</p> <p>Više nego ikada do sada potrebna je zajednička suradnja i međusobna ispomoć svih kvalitetnih proizvođača maslinova ulja međusobno, umreženst znanstvenika, stručnjaka iz sektora maslinarstva, ugostitelja, trgovaca, novinara te opinion makera i opinion leadera. Time bi željeli postići toliko važnu usuglašenost konsenzusoko primarnog zadatka, promocije kalitetnih maslinovih ulja.</p>
--	--	---	--	---

<p>B. Kreiranje i usavršavanje postojećih i novih razvojnih turističkih projekata + produenje sezone</p>	<p>B.3. Razvojni turistički projekti:Gastronomija Istre Turizam maslinova ulja</p>	<p>Turizam maslinova ulja II</p> <p>B.3.90. Organizacijsko-pripremne aktivnosti vezane za dogovoranje prezentacije istarskih maslinovih ulja i proizvođača maslinova ulja na sajmu Oliocapitale u Trstu.</p> <p>B.3.91. Organizacijsko-pripremne aktivnosti vezane za dogovoranje prezentacije istarskih maslinovih ulja i proizvođača maslinova ulja na sajmu Orogiallo u Riminiju</p> <p>B.3.2. Organizacijsko-pripremne aktivnosti vezane za dogovoranje prezentacije istarskih maslinovih ulja i proizvođača maslinova ulja na sajmu Expooliva u Cordobi</p> <p>B.3.93. Obavljen prvi i drugi krug pripremnih razgovora s gosp. Marcom Oreggiom oko uvrštenja Istre u prestižni svjetski vodič maslinovih ulja L'extravergine, 2010.</p> <p>B.3.94. Organizacijsko-pripremne aktivnosti vezane za pripremu i izradu velike reportaže u najznačajnijoj maslinarskoj reviji Der Feinschmecker za njemačko i englesko govorno područje</p> <p>B.3.95. Organizacijski i financijski suport održavanju sajma maslinova ulja u Krasici, Vodnjanu i Kašteliru</p> <p>B.3.96. Odradili smo prikupljanje uzoraka extra djevičanskog maslinovog ulja, ukupno 58 uzoraka, prikupili ispunjene obrasce te poslali sve u Rim na testnu degustaciju za izdanje 2010</p> <p>B.3.97. Organizacijsko-pripremne aktivnosti vezane za objavu jedne promotivne stranice Istre u novom izdanju jedinog svjetskog vodiča za maslinova ulja FLOS OLEI 2010.</p> <p>B.3.98. Organizacijsko-pripremne aktivnosti vezane za animiranje, pozivanje, dovođenje i kreiranje posjete za inozemne glavne urednike i uvažene novinare iz sektora enogastronomije</p>	<p>Projekt je u potpunosti izvršen prema zacrtanim smjernicama projektnog zadatka, a koje su navedene u Programu rada za 2009. godinu.</p>	<p>Osnovna ideja projekta iz turističke perspektive je bila da se unaprijedi kvaliteta proizvodnje maslinova ulja te da se nakon toga pokrene i ugradi turistička dimenzija, odnosno priča o maslinovom ulju. U najkraćim crtama to bi značilo: odraditi branding istarskog maslinovog ulja na najbolji mogući način, i početi upravljati reputacijom istarskog maslinovog ulja.</p> <p>Projekt Ceste maslinova ulja je definitivno uspješan projekt koji je u izuzetno kratkom roku (nepune četiri godine) polučio iznimno pozitivne rezultate sa jasnim i mjerljivim pokazateljima. Kad govorim o jasnim i mjerljivim rezultatima onda želim skrenuti pozornost na činjenicu da je projekt Cesta maslinova ulja Istre; danas prepoznatljiv turistički proizvod koji se odlikuje konkurentnom sposobnošću na vrlo zahtjevnom međunarodnom turističkom tržištu.</p> <p>Danas u Istri imamo oko 120-ak maslinara uključenih u projekt Ceste maslinova ulja Istre temeljem izrađenog Pravilnika o cestama maslinova ulja Istre. Posebno bih želio istaknuti da većina njih posjeduje više od 500 stabala s tendencijom rasta na 1.000 do 1.200, dok se barem 20 ozbiljnih proizvođača namjerava proširiti na 3.000 – 5000 stabala.</p>
---	---	---	--	--

<p style="text-align: center;">C.</p> <p style="text-align: center;">Percepcija Istre kao prepoznatljive turističke destinacije</p>	<p style="text-align: center;">C.1.</p> <p style="text-align: center;">Promidžba turističke destinacije Istre</p>	<p>C.1.1. SURADNJA S IRSKIM NISKOTARIFNIM AVIO-PRIJEVOZNIKOM RYAN AIROM</p> <p>C.1.1.1. Pregovori Istarske županije i Turističke zajednice Istarske županije sa predstavnicima Ryanaira oko uvođenja direktnih avionskih letova iz engleskih i irskih zračnih luka u pulsku zračnu luku</p> <p>C.1.1.2. Koordinacija pregovora između Ryanaira i najvećih istarskih hotelsko-turističkih kompanija te Turističke zajednice Istarske županije i Zračne luke Pula</p> <p>C.1.1.3. Organizacijsko-pripremne aktivnosti i pregovori oko uvođenja novih letova London-Pula-London (Stansted) (tri puta tjedno)</p> <p>C.1.1.4. Organizacijsko-pripremne aktivnosti i pregovori oko uvođenja novih letova Dublin-Pula-Dublin (tri puta tjedno, utorkom, četvrtkom i subotom)</p> <p>C.1.1.5. Organizacijsko-pripremne aktivnosti i pregovori oko uvođenja novih letova iz Frankfurta, Pariza, Berlina</p> <p>C.1.1.6. Marketinška suradnja najvećih istarskih hotelsko-turističkih kompanija i Turističke zajednice Istarske županije s Ryanairom na promociji Istre kao turističke destinacije putem web portala www.ryanair.com koji bilježi prosječno 20 milijuna posjeta dnevno</p> <p>C.1.1.7. Prezentacija Istre u Dublinu u suradnji s Hrvatskim Veleposlanstvom u Irskoj</p> <p>C.1.1.8. Praćenje direktnih i indirektnih utjecaja uvođenja novih letova na nacionalnu strukturu gostiju, posebno što se tiče britanskog tržišta, kao i na produženje turističke sezone u Istri</p>	<p>Projekt je u 50% obimu izvršen prema zacrtanim smjernicama projektnog zadatka, a koje su navedene u Programu rada za 2009. godinu.</p>	<p>Ryanair je utemeljen 1985. godine, kada je zapošljavao 25 djelatnika. Prva linija tvrtke povezivala je londonsku zračnu luku Gatwick i Waterford na jugoistoku Irske. Ryanair je danas najveća Europska zrakoplovna kompanija za niskobudžetne letove sa 180 sjedišta i 950 zračnih veza u 39 zemalja.</p> <p>Kompanija upravlja flotom od preko 200 zrakoplova tipa Boeing 737-800, s trenutnim narudžbama za 100-njak novih.</p> <p>Trenutno zapošljava oko 6.500 osoba iz 25 različitih zemalja, a tijekom tekuće godine očekuje se da njegove usluge koristi preko 65 milijuna putnika (prošle godine je ostvaren promet od 58,7 milijuna).</p> <p>Niskotarifna avionska kompanija (eng. low-fare airline) je vrsta avionske kompanije čiji su troškovi poslovanja izuzetno niski, a samim time i cijene njihovih usluga.</p> <p>To se najčešće postiže tako što te kompanije svoje karte prodaju isključivo preko Interneta, u svojim flotama imaju avione samo jednog tipa, lete sa aerodroma na kojima su niske takse i na najprofitabilnijim linijama, na svojim letovima ne služe besplatna jela i pića, imaju minimalno potreban broj zaposlenih (ali u propisanim granicama sigurnosti) i sl.</p>
---	---	---	---	---

<p style="text-align: center;">C. Percepcija Istre kao prepoznatljive turističke destinacije</p>	<p style="text-align: center;">C.2. Projekt Parenzana - Pruga zdravlja i prijateljstva</p>	<p>C.2.1. PROJEKT PARENZANA</p> <p>C.2.1.1. Aplikacija projektnog prijedloga na 01. poziv za dostavu projektnih prijedloga u okviru Operativnog progama IPA CBC Slovenija-Hrvatska 2007.-2013.</p> <p>C.2.1.2. Ispunjavanje dodatnih uvjeta zatraženih od strane Upravljačkog tijela (proces clearinga)</p> <p>C.2.1.3. Održana konferencija za novinare (16/07/2009) u cilju predstavljanja javnosti odluke o odobrenju prijave, financijskih vrijednosti, partnerskih institucija, te ciljeva i rezultata projekta</p> <p>C.2.1.4. Koordiniranje projektnih partnera i sudjelovanje na sastancima i radionicama organiziranim od strane Upravl. tijela</p> <p>C.2.1.5. Svakodnevna komunikacija s partnerskim institucijama, Upravljačkim tijelom u R.Sloveniji i R.Hrvatskoj</p> <p>C.2.1.6. Kick off meeting - održan sastanak projektnih partnera te imenovane osobe zadužene za provedbu projekta</p> <p>C.2.1.7. Osnivanje Odbora za upravljanje projektom</p> <p>C.2.1.8. Usvajanje procedura o kolanju dokumenata, načina komunikacije i obavještanja projektnih partnera, te nadzora nad provođenjem projekta + usvajanje detaljnog vremenskog i akcijskog plana aktivnosti</p> <p>C.2.1.9. Priprema natječajnih procedura po PRAG pravilima + potpisan Ugovor o sufinanciranju projekta (Novi Vinodolski 20/11/2009)</p> <p>C.2.1.10. Započet proces zapošljavanja projektnog asistenta (imenovanje komisije, objava oglasa, provedba administrativen i formalne provjere, testiranje i intervju, odabir kandidata, zapošljavanje kandidata)</p>	<p>Projekt je u potpunosti izvršen prema zacrtanim smjernicama projektnog zadatka, a koje su navedene u Programu rada za 2009. godinu.</p>	<p>Projekt PARENZANA II je 20. studenog 2008.g. kandidran na 01. poziv za dostavu projektnih prijedloga u okviru Operativnog progama IPA CBC Slovenija-Hrvatska 2007.-2013., nakon čega je uslijedio višemjesečni proces administrativne i tehničke provjere, te ocjenjivanja projektnog prijedloga.</p> <p>Dana 09/07/2009 na 02. sastanku Zajedničkog odbora za praćenje Operativnog programa prekogranične suradnje Slovenija-Hrvatska za programsko razdoblje 2007.-2013. kojim upravlja Služba Vlade Republike Slovenije za lokalno samoupravo in regionalno politiko (SVLR), Zajednički odbor za praćenje, koji je sastavljen od predstavnika obiju država sudionica - Slovenije i Hrvatske, te predstavnika Europske komisije, uvjetno je odobrio 19 projekata koji će se sufinancirati iz sredstava Instrumenta pretpristupne pomoći (IPA). Projekt PARENZANA II odobren je kao projekt s najvećim brojem bodova 98 od mogućih 100.</p> <p>Nakon uvjetnog odabira projektnih prijedloga započeo je proces ispunjavanja dodatnih uvjeta zatraženih od Upravljačkog tijela (Služba Vlade Republike Slovenije za regionlanu samoupravu),</p>
---	---	--	--	---

5. REALIZACIJA POSTAVLJENIH CILJEVA		
CILJ	OCJENA POSTIGNUĆA	OBRAZLOŽENJE
<p>A. Proces preobrazbe Istre u kvalitetnu turističku regiju – destinacija od 3+4 zvjezdice</p> <p>A.1. Sufinanciranje kreditnih linija za poticanje malog poduzetništva u turizmu</p>	<p>Kontinuiranim praćenjem realizacije projekata koji su subvencionirani ovim programom, ocjenjujemo da smo u proteklom razdoblju na području Istre dobili više visokokvalitetnih smještajnih objekata u vlasništvu malog i srednjeg poduzetništva.</p> <p>Međutim isto tako smo, temeljem obilazaka na terenu uočili kod pojedinih kreditoprimaca (koji su doista u manjini) da namijenjena sredstva nisu utrošena namjenski, stoga smo zajedno s bankama pokrenuli proces provjere činjeničnog stanja. Od niže navedenih projekata ukupno za njih četiri zatražili smo provjeru. Procedura je u tijeku.</p> <p>Uvidom u dinamiku korištenja kreditnih sredstava, po svim kreditnim linijama do sada je realizirano:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kreditna linija "Sad je ura" (HAAB; kta od 5,5 i 7,5%): 33 projekta, 30 mio kn ▪ Kreditna linija Malo poduzetništvo u turizmu u suradnji s IDA-om (Erste i OTP banka; kta 5,3%): 21 projekt, 23,3 mio kn ▪ Kreditna linija Poticaj za uspjeh u suradnji s IDA-om i Ministarstvom mora turizma prometa i razvitka RH (15-tak banaka s kamatama od 1,0 ili 2,0%): Poticaj za uspjeh; 27 projekata, 94 mio kn <p>UKUPNO: 81 projekt, 147,3 mio kn</p> <p>Navedene kreditne linije omogućile su realizaciju brojnih kvalitetnih kapaciteta, stvaranje nove turističke ponude, produženje turističke sezone, zapošljavanje nove radne snage, značajno podizanje kvalitete usluga, te kreiranje multiplikativnih efekata u širem okruženju.</p>	<p>Osnovna misao i projektni zadatak subvencioniranih kamata je podizanje malog i srednjeg poduzetništva u turizmu kako bi upotpunili manjkajući segment smještaja u malim privatnim obiteljskim hotelima.</p> <p>Obzirom na postojeću strukturu smještajnih jedinica: više od polovice u kampovima, velik udio privatnog smještaja te premali udio u čvrstim objektima (hoteli i turistička naselja), navedena inicijativa bi trebala u budućnosti omogućiti produženje turističke sezone, dodatno oživiti priobalna mjesta u pred i posezoni, obzirom da se često navedene strukture (mali obiteljski hoteli) nalaze u starogradskim jezgrama, te prije svega omogućiti transformaciju privatnog smještaja i pansiona u kvalitetnije smještajne objekte nivoa 4 zvjezdice i više.</p> <p>Sve navedeno u stvari potvrđuje opravdanost i realnu potrebu pokretanja subvencioniranih kreditnih linija za malo poduzetništvo u turizmu, s tim da uvijek ističemo potrebu definiranja i pridržavanja striktnim kriterijima kvalitete projekta (minimalno 4 zvjezdice, sadržaji, inovativnost, specijalizacija i dr.). Navedene smjernice sadržane su i u Master planu razvoja turizma Istre do 2012. godine koji predviđa restrukturiranje i repozicioniranje Istre u visokokvalitetnu turističku regiju koja će biti atraktivna i konkurentna u odnosu na druge slične Mediteranske regije.</p> <p>U okviru 81 do sada realiziranog projekta na području Istre dobili smo veliki broj novih kvalitetnih smještajnih objekata. Između ostalih, možemo izdvojiti 10-tak butik hotela (Villa Annette i Adoral - Rabac, Makin i Cittar - Novigrad, Filipini - Poreč, Istarske toplice - Opatalj, Dva baladura - Kanfanar, Villa Callusovo - Labin, Casa Romantica Parenzana - Buje i dr.) kao i bezbroj ruralnih kuća za odmor, posebno u unutrašnjosti Istre. Većina navedenih objekata opremljena je klima uređajima, TV SAT prijemnikom, telefonskom linijom s Internet vezom, vlastitim parkingom, kvalitete s visokih 3 do 4 zvjezdice.</p>

Master plan razvoja turizma Istre

Realizirana ulaganja 2004.-2009.:

Subjekti (privatni i javni sektor)	Iznos ulaganja (u milijunima Eura)						UKUPNO 2004.-2009.	UDIO (%)
	2004.	2005.	2006.	2007.	2008.	2009.		
Velika hot.-tur. društva	90,41	85,75	140,78	90,22	134,90	75,34	617,41	31,97%
Novi tur. projekti	-	-	-	141,92	61,64	61,64	265,21	13,73%
JLS IŽ	27,40	34,25	47,95	54,13	62,00	61,64	287,36	14,88%
MiSP	13,70	27,40	27,40	48,66	50,00	47,95	215,10	11,14%
Ugostitelji – obrtnici	9,59	20,35	20,55	27,40	30,00	24,66	132,74	6,87%
Privatni iznajmljivači	6,85	7,53	5,97	5,07	5,07	4,79	35,29	1,83%
TZ-i	6,85	6,85	6,85	6,85	15,00	10,96	53,36	2,76%
Agroturizam	2,53	2,05	2,05	3,42	5,48	4,11	19,66	1,02%
Kapitalna ulaganja	136,99			168,08			305,07	15,80%
SVEUKUPNO	202,99	230,05	297,21	433,69	420,12	347,12	1.931,18	100,00%

Udio realizacije u odnosu na planirano:

Vrsta Investicije (u tis. Eura)	Realizirano 2004.-2009.	Predviđeno Master planom 2004.-2009.	Udio realizacije Master plana
Smještaj	817,226	998,318	81,9%
Atrakcije	263,089	351,476	74,9%
Usluge/konkurentnost	407,367	367,800	110,8%
Infrastruktura	443,501	261,937	169,3%
SVEUKUPNO	1.931,182	1.979,531	97,6%

- Volumen investicija realiziran prema planu,
- Najveći udio bilježi privatni sektor – hotelijeri s 32%,
- Podjednako uključeni JLS, kapitalna ulaganja te novi projekti s udjelima od po 13%,
- Kvalitetno realizirane investicije nužne za opstanak na tržištu i one potrebne za uspjeh,
- Podbacile investicije potrebne za nove razvojne mogućnosti.

Temeljem razrađene detaljne analize implementacije zadataka iz Master plana razvoja turizma Istre za 2009. g. možemo ustvrditi da je proces implementacije nalaza i postavki u tekućoj godini doživio po prvi puta osjetni pad u realizaciji kako najavljenih investicija tako i najavljenih razvojnih projekata.

Turizam je izuzetno osjetljiva gospodarska grana te je usko povezana ne samo s utjecajem međunarodnih gospodarskih trendova već i nacionalnim kretanjima, stoga je izvjesno da će se smanjeni obujam investicija tek odraziti u narednim godinama. Iz svega navedenog jasno je da ćemo efekte globalne krize mi u Hrvatskoj osjetiti u narednim godinama kao rezultat recesije i gospodarske krize kako u bankarstvu tako i u realnom sektoru.

Iako je postotak realizacije investicija za prva dva trogodišnja razdoblja (2004. - 2006. te 2007. - 2009.) pozitivan i iznosi visokih 94,6%, takav trend se neće moći održati i u posljednjem trogodišnjem razdoblju (2010. - 2012.). Stoga se ozbiljno razmatra mogućnost izrade revitalizacije postojećeg Master plana koja bi trebala uzeti u obzir novonastalu situaciju te prilagoditi/izmijeniti postojeću dinamiku razvoja ili krenuti u izradu u sasvim novog dokumenta Master plana koji bi trebao uvažiti dosad učinjeno u ova dva trogodišnja razdoblja, ugraditi potencijalni period krize koji se očekuje u turističkom gospodarstvu te odrediti odnosno preoblikovati novi smjer razvoja, kako bi se u što je moguće većoj mjeri neutralizirao aktualan negativan trend.

Kao i do sada Istarska županija će iskoristiti svoj autoritet te sazvati sve relevantne institucije i predstavnike privatnog i javnog sektora te kao i u prethodnim mandatnim razdobljima pozvati na konsenzus oko donošenja ključnih odluka za budućnost razvoja kako turističkog gospodarstva tako i razvoja Istre u cjelini.

Master plan razvoja turizma Istre

Realizirani zadaci:

Nositelj	Ukupno po nositelju	Udio zadataka po nositelju	PROVEDENO		U PROVEDBI		NIJE ZAPOČETO	
			2004 - 2006.	2007.- 2009.	2004 - 2006.	2007.- 2009.	2004 - 2006.	2007.- 2009.
Privatni sektor	344	24%	67	119	154	162	123	63
JLS	139	10%	28	42	93	88	18	9
Lokalne TZ	64	4%	6	17	18	30	40	17
TZIŽ	873	60%	195	327	491	412	187	134
Ostali	34	2%	7	7	23	26	5	1
Ukupno	1.454	100%	303	512	778	718	373	224
	Stupanj realizacije		21%	35%	54%	49%	26%	15%

- Realizacija projekata minimalno ispod razine,
- Iznad prosjeka - projekti infrastrukture i usluge/konkurentnost,
- Ispod razine – projekti u smještaj i atrakcije,
- Navedeni efekti proizlaze iz smanjenog volumena investicija potrebnih za nove razvojne mogućnosti.

Produženje turističke sezone:

Razdoblje	2000.	2004.	2008.	Indeks 2004/'00	Indeks 2008/'04
PREDSEZONA 01.-06. MJ.	3.280.140	4.248.396	4.583.103	130%	108%
UDIO PREDSEZONE	22,28%	25,18%	24,62%		
POSEZONA 09.-12. MJ.	1.795.627	2.240.311	2.538.505	125%	113%
UDIO POSEZONE	12,20%	13,29%	13,64%		
UKUPNO PRED- I POSEZONA	5.075.767	6.488.707	7.121.608	128%	110%
SVEUKUPNO GODINA	14.719.419	16.870.660	18.612.753	115%	110%
UDIO PRED- I POSEZONE	34,48%	38,46%	38,26%		

Izvor: Turistička zajednica Istarske županije

Što se tiče realizacije zadataka predviđenih Master planom, od ukupno 1.454 koliko ih je predviđeno do 2012. godine, nakon prva dva trogodišnja razdoblja od 2004. do 2009. realizirano je 512 zadataka ili 35%. U odnosu na prvo trogodišnje razdoblje, kad ih je realizirano 303 ili 21%, bilježimo realizaciju novih 209 zadataka tj. povećanje od 14%.

Također, trenutno se provodi daljnjih 718 zadataka (49%), ili 60 manje negoli nakon prvog trogodišnjeg razdoblja do 2006. godine. Razlog tom smanjenju je ustvari činjenica da je u drugom trogodišnjem razdoblju dio zadataka realizirano. I na kraju, u odnosu na 373 zadataka (26%) s čijom provedbom još nije započeto, nakon drugog trogodišnjeg razdoblja taj se iznos snizio za 149 (broj zadataka s čijom provedbom se u međuvremenu započelo ili su realizirani), što nam trenutno daje 224 nezapočetih zadataka s udjelom od 15%.

Analiziramo li strukturu navedenih zadataka, možemo konstatirati kako se provedba infrastrukturnih zadataka i onih koji se tiču usluga/konkurentnosti realizira iznad razine koju predviđa Master plan, dok je istovremeno dinamika realizacije zadataka koji se odnose na smještaj i atrakcije niža od predviđene. Razloge takvog stanja možemo potražiti u smanjenom volumenu investicija potrebnih za nove razvojne mogućnosti, a navedeno dovodimo u izravnu vezu s neriješenim zakonskim statusom tzv. turističkog zemljišta, što uvelike usporava ili čak zaustavlja intenzivniji razvojni ciklus. Jer interes postoji, kako domaćih turističkih kompanija i malog poduzetništva, tako i svjetskih turističkih brendova i investicijskih fondova.

Nadalje, što se tiče produženja trajanja turističke sezone, analizom statističkih pokazatelja u referentnim godinama 2000.-2004.-2008. uočavamo kontinuirani rast noćenja u pred- i posezoni (1.-6. te 9.-12. mjesec) praćen istovremenim povećanjem broja noćenja u špici sezone te na godišnjoj razini.

Intenzitet porasta noćenja u pred-i posezoni, iako još nedovoljno velik, veći je nego u špici sezone, ali u apsolutnim vrijednostima taj odnos ide u korist dva ljetna mjeseca tijekom kojih je još uvijek ostvaruje preko 60% svih turističkih noćenja u Istri, dajući ovdašnjem turizmu još uvijek izuzetno sezonski karakter.

B.
Kreiranje i usavršavanje postojećih i novih razvojnih turističkih projekata
+ produženje sezone

B.2. Razvoj cikloturizma:
Cjelovit bike portal s objedinjenom ponudom bike turizma

Bike portal www.istria-bike.com + cikloturizam

B.2.1. Aplikacija **9 novih cestovnih itinerera** sa tekstualnim zapisom i mutacijom u pet jezičnih varijanti, altimetrijom, geografskim prikazom, roadbookom te gps zapisom

B.2.2. Aplikacija softverske funkcionalnosti za prikaz velike, nove **fotogalerije slike** te **video kratkih filmova**

B.2.3. Realizacija 5 različitih seansi **specijaliziranog i tematskog fotografiranja istarskih bike motiva**

B.2.4. Aplikacija **20 pdf formata** na 5 jezičnih mutacija najznačajnijih reportaža o Istri iz eminentnih svj. specijaliziranih revija

B.2.5. Realizacija press clipping materijala u suradnji s PR agentom na preko **40 objava za talijansko govorno područje**

B.2.6. Realizacija **velikog bike workshopa** za sve predstavnike turizma i specijaliziranih tvrtki z Istarskoj županiji

B.2.7. Realizacija dovođenja: 2 specijalizirane grupe biciklista u Istru putem agencije **Sacred rides mtb -USA**; 3 specijalizirane grupe biciklista u Istru putem agencije **Ciclismo Classico - Kanada**; 2 specijalizirane grupe biciklista u Istru putem agencije **Proculus reisen - Italija**

B.2.8. Realizacija prvog tematskog bike kampa u Pazinu

B.2.9. Realiziran je prvi od 4 velika projekta **uniformnog obilježavanja i označavanja biciklističkih staza u Istri**

B.3.0. Realizirana dvodnevna MTB utrka **Istria mtb Tartufi Tour**: na području: Funtana-Vrsar-Poreč (32 km), Tar-Vabriga-Mirna-Vižinada-Kaštelir (47 km),

B.3.1. Realiziran jednodnevni maraton Cannondale Parenzana 2009. Ist. toplice-Motovun-Grožnjan- Livade-Opertalj (55 i 80 km)

B.3.2. Utrka uvrštena u Kup Hrvatske u kategoriji maraton (XCM), a u UCI kalendar u 1. kategoriji. Ukupno: **10 kategorija, 420 natjecatelja, 12 zemalja**

B.3.3. Utrka je jedina u Hrvatskoj sa snažnim turističkim obilježjem, odnosno promocijom cjelokupnog prostora Istre, **B.3.4.** Utrka je iskorištena za dopunu foto-arhive s fotografijama biciklističke tematike.

B.3.5. Drugi puta je održan popratni mini-sajam biciklističke opreme - 7 izlagača. Odjek je bio pozitivan te se planira još kvalitetniji i obimniji u 2010. g.

Biciklizam je najmasovniji sport u Europi. Procjenjuje se da se tim vidom sporta odnosno rekreacije aktivno bavi više od 600 milijuna ljudi diljem svijeta. Tako bilježimo da u Njemačkoj broj registriranih biciklista premašuje brojku od 20 mil., što profesionalnih što rekreativnih ljubitelja biciklizma. Tako izuzetno velike vrijednosti i brojke vrijede i u ostalim europskim zemljama, a poglavito u nama interesantnim emitivnim turističkim destinacijama poput zemalja Beneluxa i Skandinavije.

Sve brojniji biciklisti, sve veći broj biciklističkih staza podrazumijeva nastavak ulaganja u ovaj važan program, stoga smo željeli nakon prošlogodišnje kreacije posebnog i specijaliziranog web portala za cikloturizam te ovogodišnjeg paralelnog nadograđivanja i usavršavanja postojećeg portala dodatno odraditi aktivnosti koje će u narednom razdoblju ojačati našu sposobnost konkurentnog natjecanja s najznačajnijim bike regijama na svijetu. U tom kontekstu je naš specijalizirani web portal u vršnim mjesecima imao preko 1000 posjetitelja dnevno što je važan iskorak u promociji bike destinacije Istre.

Istria MTB Tartufi Tour - Parenzana predstavlja razvojni turistički projekt, koji je u svom razvojnom procesu jedan od značajnijih turističkih proizvoda. Takvu konstataciju nam potvrđuju višegodišnja iskustva, a i sami rezultati koje postizemo u organiziranju važnih bike natjecanja uz uspješno uključivanje i povezivanje privatnog i javnog sektora. Projekt Istria MTB Tour - Parenzana 2009. g. u svom dvanaestom izdanju (profesionalne MTB utrke), odnosno trijstom kada smo dionicu od Vižinade do Motovuna svečano otvorili, doživjela svoje najbolje izdanje. Velikim dijelom je to rezultat višegodišnjeg iskustva kao i izuzetno dobro odrađenim pripremnim radnjama za samu organizaciju manifestacije.

Istra se potvrdila kao istinska i nezaobilazna mountain bike regija. Sam događaj je bogatiji i interesantniji s obzirom na mogućnost spajanja biciklističke utrke sa višednevnim odmorom tj. godišnjim odmorom što pruža dodatno uživanje i otkrivanje netaknutih dijelova Istre.

B.
Kreiranje i usavršavanje postojećih i novih razvojnih turističkih projekata
+ produženje sezone

B.3. Razvojni turistički projekt - Cjelovit gourmet portal

Portal www.istria-gourmet.com + Gourmet vodiči

B.3.1. Gourmet portal Istre je prema najrelevantnijem ocijenjivačkom sudu - Natjecanje za najbolji web portal informatičke revije VID I 2009. ušao u najuži izbor 10 najboljih portala te je u samom finalu u Zagrebu polovicom prosinca **proglašen pobjednikom - najbolji web portal u kategoriji Turizam i putovanja. Navedeno eminentno priznanje dobiveno je temeljem realiziranih zacrtanih ciljeva:**

B.3.2. Aplikacija **20 pdf formata** na 5 jezičnih mutacija najznačajnijih reportaža o Istri iz eminentnih svj. specijaliziranih revija

B.3.3. Aplikacija **15 filmskih spotova** (video clips) o gourmet temama Istre na pet jezičnih mutacija

B.3.4. Aplikacija **15 pdf formata** na pet jezičnih mutacija najznačajnijih istarskih reportaža u reviji PAPANENO, VINO SI,

B.3.5. Aplikacija **Press gourmet mape Istre:5** jezičnih mutacija

B.3.6. Realizirali platformnu infrastrukturu umrežavanja istra-gourmet.com-a sa ostalim istarskim destinacijskim portalima

B.3.7. Izradili smo i aplicirali na web gourmet portal **2.000 kvalitetnih novih gourmet fotografija Istre**

B.3.8. Nakon više od dvije godine pregovora s predstavnicima **Jeuness Restarateurs d'Europe** konačno je postignut dogovor oko službenog uvrštenja Istre u ovu prestižnu udrugu

B.3.9. Istarski ponajbolji restorani uvršteni su u prestižni talijanski vodič **I ristoranti di Veronelli 2009.**; ukupno 42 ugostiteljskih objekata; od kojih 4 nova; 5 sa 2 zvjezdice i 5 sa 1 zvjezdicom; što je izuzetan rezultat

B.3.10. U okviru iste izdavačke kuće uvrstili smo 36 hotelskih struktura u specijalizirani vodič **Gli alberghi di veronelli 2009.**

B.3.11. Istarski ponajbolji restorani uvršteni su u prestižni francuski vodič **Gault Millau 2009.**(austrijska licenca); ukupno 22 ugostiteljska objekta; od kojih 4 nova; 6 sa 2 kapice i 16 sa 1

B.3.12. Istarski ponajbolji restorani uvršteni su u prestižni austrijski vodič **Wo isst Oesterreich 2009.** ukupno 39 ugostiteljska objekta; od kojih 4 nova;

B.3.13. Ugošćeno je više od **50 specijaliziranih gourmet novinara** iz cijeloga svijeta koji su publicirali isto toliko velikih reportaža o Istri (press clipping)

U 2009. godini uspješno smo nastavili kvalitetno nadograditi specijalizirani web portal www.istria-gourmet.com kao temeljni suport portalu www.istra.hr Turističke zajednice Istarske županije. Radi se o izuzetno značajnom projektu publiciranja svih gourmet projekata Istre na nov i kreativan način.

Time nastojimo držati korak s najrazvijenijim turističkim destinacijama Europe jer je način prikupljanja informacija potrebnih za putovanje sve više baziran na on-line informacijama. Navedeni portal je organiziran tako da može poslužiti i kao infoteinment ali i eduteinment, što će reći da se na zabavan način mogu prikupiti najrazličitije informacije o Istri kao i to da se na zabavan način može i naučiti o pojedinim posebnostima Istre.

Priznanje koje je u potpunosti potvrdilo naše opredjeljenje da se značajnije usmjerimo na nove tehnologije komuniciranja je svakako najznačajnije hrvatsko priznanje VID I 100 u kojem je gourmet portal Istre ocijenjen kao najbolji, te je u kategoriji Turizam i putovanja osvojio 1.mjesto; tj. ukupni pobjednik.

Istarski ponajbolji restorani i taverne su sada već petu godinu zaredom uvršteni u ponajbolje inozemne gourmet vodiče. Osim samog uvrštenja posebno važna činjenica je i ta da je srazmjerno maloj regiji kao što je to Istra, doista velik broj ugostiteljskih objekata iz Istre koji su u tim vodičima ocijenjeni doista na kvalitetan način te ponosno ističu svoje zvjezdice. Projekt gourmet turizma potaknuo je izrazito pozitivnu, kompetitivnu atmosferu. To se očituje posebno među ugostiteljskim objektima koji su uvršteni u vodič te posebno među onim koji se nadmeću da budu u narednoj godini uvršteni. Rezultat toga su sve veći bodovi i ujednačavanje po kvaliteti gotovo svih ugostitelja uključenih u projekt.

Gourmet vodič Istre u tom je smislu bio velika prekretnica jer je prvi puta stvorena atmosfera koja je uvažavala različitost, kreativnost, sposobnost i znanje. U početku je to jasno stvorilo nepovjerenje radi drukčije optike vrednovanja ugostiteljskih objekata, ali je ubrzo shvaćena poruka koja je odaslana svim ugostiteljima na način da je Gourmet vodič odigrao važnu ulogu u strateškom razvoju nove koncepcije turizma.

<p style="text-align: center;">B. Kreiranje i usavršavanje postojećih i novih razvojnih turističkih projekata + produženje sezone</p>	<p style="text-align: center;">B.3. Razvojni turistički projekt - Dani tartufa u Istri</p>	<p>Dani tartufa u Istri</p> <p>B.3.21. Publiciran je istarski gourmet vodič - Gourmet Istra u kojemu je prezentiran projekt Izvorni tartuf/Tartufo vero; predstavljene najznačajnije vrste istarskih tartufa; kalendar manifestacija te posebnosti vezane uz istarske tartufe</p> <p>B.3.22. Realizirana je tradicionalna manifestacija Hommage istarskom tartufu koja je ove godine ugostila regiju Campania s njihovim ponajboljim kuharima: ukupno 6 kuhara i 10 zvjezdica Michelin) + Realizirana je tradicionalna manifestacija Zlatni tartuf/Tartufo d'oro koja je ove godine ugostila 4 svjetski poznata restorana, nivo 2 zvjezdice Michelin + Uvodni party za istarske i hrvatske predstavnike privatnog i javnog sektora</p> <p>B.3.23. Temeljem navedenih manifestacija snimili smo film o obje manifestacije ali i izradili deset mini video clipova te aplicirali na naš specijalizirani web gourmet portal</p> <p>B.3.24. Izrađene su preostale 2 faze photo-datoteke s temom tartufa, te su također odrađene sve sesije snimanja tartufara za potrebe izrade kvalitetnih reportaža</p> <p>B.3.25. Dani tartufa u Istri su uvelike pridonijeli proširenju turističke sezone; prije svega predsezone i posezone, a poglavito tzv. vikend turizam kada su istarske konobe i restorani puni tijekom mjeseci koji nisu sezonski atraktivni</p> <p>B.3.26. Izrađen je posebni specijal - podlistak s temom Dani tartufa u Istri u suradnji s revijom Papageno</p> <p>B.3.27. Prezentirani su istarski tartufi u okviru velike humanitarne manifestacije u Piemontu - Novara</p> <p>B.3.28. Izrađeno je pet velikih reportaža u eminentnim svjetskim revijama o istarskim tartufima i projektu Izvorni tartuf/Tartufo vero</p> <p>B.3.29. Pokrenuta je suradnja na znanstveno istraživačkom ali i promotivnom polju promicanja tartufa s nacionalnom udrugom za istraživanje tartufa u Albi/Piemonte</p>	<p>Projekt Dani tartufa u Istri tradicionalno se održava nakon glavne turističke sezone u periodu tri jesenska mjeseca, u mjesecu rujnu, listopadu i studenom. Predstavlja razvojni turistički projekt, koji se kvalitativno nadovezuje na projekt gourmet-turizma.</p> <p>Uz sebe veže jedinstven, rijedak i vrhunski gastro proizvod - tartuf (bijeli i crni), kojeg smo intenzivnije uključili u promociju. Projekt je utoliko značajniji jer je priča oko bijelog tartufa medijski izuzetno zahvalna i atraktivna radi jedinstvenosti i cijenjenosti bijelog tartufa u svijetu, no ujedno nismo dovoljno iskoristili činjenicu da u Istri ima i izuzetno kvalitetnih crnih tartufa, što smo upravo projektom Dani tartufa u Istri to promijenili.</p> <p>Projekt se svake godine kvalitativno nadopunjuje, te sa sigurnošću možemo ustvrditi i sagledati sve efekte projekta čiji se učinci najviše uočavaju u malim istarskim konobama i restoranima gdje se tartuf i konzumira. Projekt je sasvim sigurno potpomognuo otvorenju nekoliko specijaliziranih trgovina za prodaju tartufa, gljiva i tipičnih istarskih proizvoda (Buje, Buzet, Livade i Pula). Paralelno s navedenim promotivnim aktivnostima namjera nam je cijeli projekt razvijati na održiv i odgovoran način što podrazumijeva dugoročnost cijelog projekta.</p> <p>Uz tradicionalno predstavljanje ponajboljih svjetskih kuhara u spravljanju tartufa koji je ove godine izborila regija Campania; sa gotovo 6 kuhara, posebnu težinu je ove godine imalo natjecanje Zlatni tartuf/Tartufo d'oro - četverboj nacija u gastronomiji koji je ove godine vrlo uspješno održan u hotelu Kempinski Adriatic pored Umaga.</p> <p>Posebnu pažnju želim izdvojiti na ovogodišnji kalendar manifestacija koji je omogućio doista širok izbor kvalitetnih događanja koja su se odvijala na području Buzeta, Motovuna i Livada te je polučio značajan dolazak inozemnih gostiju u posezoni. Osim gostiju koji tu ciljano dolaze iz svojih prebivališta, projekt je utoliko atraktivniji jer svim gostima koji borave u istarskom priobalju omogućava jedan dodatni sadržaj i upotpunjuje doživljaj boravka u Istri.</p>

<p>B. Kreiranje i usavršavanje postojećih i novih razvojnih turističkih projekata + produženje sezone</p>	<p>B.3. Razvojni turistički projekt - Vinski turizam</p>	<p>Vinski turizam</p> <p>B.3.30. Istarske vinske ceste uključene su u projekt talijanske nacionalne udruge <i>Citta' del vino</i>, te su iste prezentirane u godišnjem službenom katalogu gradova + Realiziran nastup i prezentacija istarskih vinara i vina na manifestaciji FRIULI doc za 70 novinara iz sektora enogastronomije</p> <p>B.3.31. Realiziran je po prvi puta novi Michelinov vodič pod nazivom: Itinerari tra i vigneti u koji je uključen i teritorij Istre zajedno sa 15 eminentnih istarskih vinara</p> <p>B.3.32. Organizirana je tradicionalna manifestacija Wine Day - Dan otvorenih vinskih podruma u Istri koju je posjetilo 13.000 posjetitelja</p> <p>B.3.33. Publiciran je istarski gourmet vodič - Gourmet Istra u kojemu je prezentiran projekt Vinskih cesta Istre u koji je uključeno 103 vinara, od kojih 15 novih</p> <p>B.3.34. Izrađena je velika baza fotografija za potrebe gourmet portala te je ista aplicirana na specijalizirani gourmet portal</p> <p>B.3.35. Realizirane aktivnosti vezane za dogradnju i oplemenjivanje postojećih i novih web sadržaja za Turizam vina na 5 jezičnih mutacija na stranicama www.istria-gourmet.com + Postavljene su signalizacijske tabele za novu vinsku cestu Rovinjštine te za 12 novih vinara na prometnicama</p> <p>B.3.36. Podatak od gotovo 130.000 posjetitelja u vinskim podrumima Istre od čega polovica u svega 25 podruma jasno govori o razvojnom potencijalu koji stoji pred nama i kojeg je potrebno dodatno iskoristiti.</p> <p>B.3.37. Realiziran je specijalni workshop na temu Vino i teritorij u okviru međunarodnog sajma VINISTRA s uvažanim inozemnim predavačima, novinarima i opinionmakerima</p> <p>B.3.38. Realizirana je velika fotomonografija istarskih vinara pod nazivom Istarski vinski čarobnjaci u suradnji s poznatim fotografom Lupinom</p> <p>B.3.39. U tekućoj 2009. godini otvorene su 2 nove moderne vinarije te 4 nove sale za degustaciju i prezentaciju vina</p>	<p>Vinske ceste Istre danas možemo smatrati kao jedan prepoznatljiv i uobličen turistički proizvod koji se iz godine u godinu upotpunjuje i usavršava. U nepunih deset godina polučile su sasvim konkretne i mjerljive rezultate. Kada govorimo o vinskoj cesti, prvenstveno podrazumijevamo jedno zaokruženo vinsko područje koje u sklopu vinske ceste ima vinske itinerere odnosno punktove.</p> <p>Osnovni zadatak svakog vinskog itinerera jest promocija vina i njegova turistička prezentacija koja se sastoji u revalorizaciji razvoju i njezi vinarstva i vinogradarstva u Istri. Projekt vinskih cesta Istre razvijen je na cijelom vinorodnom području Istre, što znači da smo na 6 vinskih cesta u projekt uključili 103 vinara.</p> <p>Projekt vinskih cesta je i u 2009. godini pokazao da je izuzetno vitalan projekt i da ima još jako puno prostora za nadogradnju, prije svega jer smo uključili devet novih vinara u projekt te je naknadno pet vinara pridobilo kvalitetniju oznaku sa zastavicom.</p> <p>Dakako, glavni ciljevi projekta ostaju:</p> <ul style="list-style-type: none"> • proizvodnja kvalitetnog vina (komercijalni proboj i njegovo pozicioniranje na tržištu, kontinuirani rast izražen kvalitativno i kvantitativno, što bolji image, • proizvodnja vina s razlikovnim i prepoznatljivim osobinama (teritorij proizvodnje, proizvodni sustav-sortiment, pedološke osobine zemljišta, čuvanje odnosno starenje vina, prigodna ambalaža, organoleptička svojstva i plasman), • proizvodnja poznatih (prepoznatljivih) vina (konzistentnost proizvodnje i buteljiranja primjerena tržišna pozicija u kvalitativnom i kvantitativnom smislu i u regijama namtično teritorija, uvažnost medijska, cijenjenost među opinion-leadrima, stručnjaci, uvoznici, očuvanost i sljubljenost krajolika s vinogradarstvom (autohtona gastronomija, kulturološka i prirodna privlačnost teritorija), • uravnotežiti "vrijednost za novac" (butelja vina trebala bi koštati primjereno njegovoj kvaliteti, • promocija Istre kao prepoznatljive vinske destinacije i turistička valorizacija vina i proizvoda od grožđa, • potaknut je razvoj vinske kulture, • uključenje što većeg broja kvalitetnih vinara u projekt Vinskih cesta Istre, • produženje turističke sezone
--	---	---	---

<p style="text-align: center;">B. Kreiranje i usavršavanje postojećih i novih razvojnih turističkih projekata + produženje sezone</p>	<p style="text-align: center;">B.3. Razvojni turistički projekt - Turizam maslinova ulja</p>	<p>Turizam maslinova ulja I</p> <p>B.3.40. Publiciran je istarski gourmet vodič - Gourmet Istra u kojemu je prezentiran projekt Ceste maslinova ulja Istre u koji je uključeno 115 maslinara, od kojih gotovo 15 novih</p> <p>B.3.41. Istarski ponajbolji maslinari i maslinova ulja uvršteni su u jedini prestižni svjetski vodič za ponajbolja maslinova ulja na svijetu: L'Extravergine u koji je uvršteno rekordnih 36 proizvođača; što nas stavlja u red druge najjače regije na svijetu po uvrštenim proizvođačima odmah iza moćne Toscanee, a ispred velike Andaluzije</p> <p>B.3.42. U istoimenom vodiču po četvrtu godinu zaredom imamo i maslinara koji je ušao u kategoriju TOP 15; te je proglašen najboljim u kategoriji frantoio emergente: tvrtka OLEA d.d.</p> <p>B.3.43. Istarski ponajbolji maslinari i maslinova ulja uvršteni su u prestižni talijanski vodič za maslinova ulja SLOW FOOD u kojem je uspješno prezentirano 30 istarskih maslinara</p> <p>B.3.44. Istarski ponajbolji maslinari i maslinova ulja uvršteni su u prestižno talijansko natjecanje ALMA - ARMONIA na kojemu su njih sedam osvojili prestižne nagrade ulaska u TOP 10.</p> <p>B.3.45. Organizirana je službena velika promocija novog izdavanja vodiča L'Extravergine sa svim nagrađenim maslinarima u Umagu, te je isto tako organizirana velika službena promocija podjele priznanja ALMA - ARMONIA sa svim nagrađenim maslinarima u Vodnjaju.</p> <p>B.3.46. Istarski ponajbolji maslinari i maslinova ulja uvršteni su u prestižni španjolski vodič o 100 najboljih maslinovih ulja na svijetu Expoliva 2009. u koji su uvrštena 5 istarska ulja</p> <p>B.3.47. Izrađene su tri velike reportaže u eminentnim i specijaliziranim svjetskim revijama o ist. maslinovom ulju i velikom uspjehu turizma maslinova ulja</p> <p>B.3.48. Realiziran je nastup i prezentacija Istre, istarskih maslinara i maslinovih ulja na uvažanim međunarodnim specijaliziranim sajamskim manife-stacijama Oliocapitale u Trstu; Orogiallo u Riminiju te MedOliva u Arezzu</p> <p>B.3.49. Realiziran je, te financijski i organizacijski potpomognuta organizacija regionalnih priredbi/izložbi maslinovih ulja u Poreču, Vodnjaju, Krasici i Kašteliru.</p>	<p>Ideja o razvoju projekta Ceste maslinova ulja Istre proizašla je kao logičan slijed prethodno kreiranih i uspješno realiziranih razvojnih turističkih projekata poput ruralnog turizma, gourmet turizma, vinskog turizma u spoju s bogatim kulturno-povijesnim nasljeđem i prekrasnim pejzažnim vizurama istarskog krajolika.</p> <p>U Istri danas imamo sedam Cesta maslinova ulja s uključenih stotinjak maslinara. Posebno bih želio istaknuti da većina njih posjeduje više od 500 stabala s tendencijom rasta na 1.000 do 1.200, dok se barem 20 ozbiljnijih proizvođača namjerava proširiti na 3.000 – 5000 stabala. Veseli i podatak da je sve više mladih maslinara koji se uključuju u projekt pored onih iskusnijih čime nastojimo održati kontinuitet među mlađom populacijom, koja u maslinarstvu vidi sebe kao dio istarske uspješne lifestyle priče.</p> <p>Projekt Ceste maslinova ulja Istre je definitivno uspješan projekt koji je u izuzetno kratkom roku (nepunih šest godina) polučio iznimno pozitivne rezultate sa jasnim i mjerljivim pokazateljima. Kad ogovorim o jasnim i mjerljivim rezultatima onda želim skrenuti pozornost na činjenicu da je projekt Ceste maslinova ulja Istre; danas prepoznatljiv turistički proizvod koji se odlikuje konkurentnom sposobnošću na vrlo zahtjevnom međunarodnom turističkom tržištu.</p> <p>Izuzetno velikim postignućem držim da je u samo nekoliko mjeseci (pred i posezona) deset najkvalitetnijih istarskih maslinarskih itinerera; (oni koji su se kvalitetno organizirali i pripremili za prihvat gostiju), ophodilo više od 40.000 tisuće posjetitelja. Među njima, većina je imala u programu vođenu degustaciju maslinova ulja i nakon toga kupnju istih proizvoda.</p> <p>Ove smo godine imali gotovo 36 uključenih maslinara što predstavlja izuzetan rezultat. Koliko vrijedi navedeni rezultat dovoljno je spomenuti da smo u svijetu ukupno druga regija po broju uvrštenih ulja u sam vodič, a daleko više od Andaluzije, Kalifornije, cijele Francuske, Grčke, Turske i Portugala koje su tradicionalno bogate maslinarskom tradicijom, a po količinama neusporedivo veći i od naše države, a kamoli same Istre.</p>
--	---	---	--

B.
Kreiranje i usavršavanje postojećih i novih razvojnih turističkih projekata
+ produženje sezone

B.3. Razvojni turistički projekt - Turizam maslinova ulja

Turizam maslinova ulja II

B.3.50. Apliciran je u potpunosti nov sadržaj uključujući i 15 novih maslinara u projektu Ceste maslinova ulja Istre na našim gourmet stranicama po pitanju turizma maslinova ulja te je ujedno ažuriran i vodič L'Extravergine

B.3.51. Postavljene su **signalizacijske table** na prometnicama za novo uvrštene maslinare

B.3.52. Izrađena je velika baza fotografija za potrebe gourmet portala te je ista aplicirana **na specijalizirani gourmet portal**

B.3.53. Postignut je dogovor oko **snimanja velikog filma o turizmu maslinova ulja Istre s najjavnijim stručnjakom za maslinova ulja** te ujedno glavnim urednikom L'Extravergine-a; **gosp. Marcom Oreggia polovicom travja 2009.**

B.3.54. Temeljem izrađenog filma o turizmu maslinova ulja Istre dodatno su kreirani **video spotovi za 4 proizvođača maslinova ulja za potrebe promocije i weba**

B.3.55. U tekućoj 2009. godini otvorene su **2 nove moderne uljare te 4 novih sala za degustaciju i prezentaciju maslinova ulja**

B.3.56. U tekućoj 2009. godini imali smo pet mini reportaža o turizmu maslinova ulja na nacionalnoj televiziji, zatim tri javljanja na privatne TV postaje, 10 izravnih javljanja na radio postaje te 10 velikih reportaža što u inozemnim i tuzemnim tiskanim medijima

B.3.57. Realiziran je nastup istarskih maslinara krajem prosinca u Rimu povodom **službene promocije novog izdanja vodiča L'Extravergine za predstavnike medija, ali i stručnjake iz sektora**

B.3.58. Postignut je finalni dogovor oko uvrštenja najboljih maslinovih ulja Istre u najnoviji prestižni svjetski vodič za maslinova ulja **FLOS OLEI; koji će ujedno zamijeniti postojeći L'Extravergine**

B.3.59.

Projekt Cesta maslinova ulja je i u 2009. godini pokazao da je izuzetno vitalan projekt i da ima još jako puno prostora za nadogradnju, prije svega jer smo kao najvažniji element u razvoju cijelog projekta pridali edukaciji, koja je značajno izmijenila ustaljene navike i načine prepoznavanja i razlikovanja korektnih od nekorektnih maslinovih ulja u Istri.

Jedna od velikih zasluga projekta je stvaranje pozitivne klime i vjeru da će maslinovo ulje u relativnom kratkom roku biti statusni simbol zdravlja i način življenja pa je sama filozofija projekta potaknula flaširanje maslinova ulja što prije nije bio slučaj. Osim toga flašira se u manjim bočicama od 2,5 dl kako bi ambalaža bila prigodna za ugostiteljske objekte. Velika pažnja posvećuje se dizajnu etikete i posebno ambalažama za poklon pakete, a samo prije dvije godine maslinovo ulje se je prodavalo na cesti i u plastičnim bocama od vode. U nastavku navodim i ostale ne manje važne realizirane ciljeve koje doprinose kvalitativnom i dugoročnom repozicioniranju i restrukturiranju Istre kao prepoznatljive turističke destinacije:

- **proizvodnja kvalitetnog maslinova ulja** (podizanje kvalitete proizvodnje komercijalni proboj i njegovo pozicioniranje na tržištu, kontinuirani rast izražen kvalitativno i kvantitativno, što bolji image među opinion-leaderima, stručnjaci,
- **proizvodnja maslinova ulja s razlikovnim i prepoznatljivim osobinama** (teritorij proizvodnje, proizvodni sustav- sortiment, pedološke osobine zemljišta, prigodna ambalaža, organoleptička svojstva i plasman,
- **proizvodnja prepoznatljivih poznatih maslinovih ulja** (konzistentnost proizvodnje i buteljiranja, primjerena tržišna pozicija u kvalitativnom i kvantitativnom smislu uvažnost medijska,
- **proizvodnja maslinova ulja na bazi (mono-kultivara)** - time ćemo unaprijediti autohtone istarske sorte; dati im autentičnost i izvornost izražene putem posebnih flavora i organoleptičkih svojstava omogućiti veću kontrolu u preradi maslina i kvaliteti finalnog proizvoda,
- **modernizacija/ mini uljare** promocija kvalitetnih mini uljara kapaciteta 300-500 kg na sat po izuzetno povoljnim cijenama može uvelike izmijeniti postojeću formulu (produktivnost- učinkovitost- isplativost) uključuje što većeg broja kvalitetnih maslinara u projekt.

<p style="text-align: center;">C.</p> <p style="text-align: center;">Percepcija Istre kao prepoznatljive turističke destinacije</p>	<p style="text-align: center;">C.1.</p> <p style="text-align: center;">Promidžba turističke destinacije Istre</p>	<p>Sve predviđene aktivnosti realizirane su u okviru predviđene dinamike i obima. Tu posebno mislimo na promotivne aktivnosti istarskih hotelijera i Turističke zajednice Istarske županije.</p> <p>Istra je tijekom 2009. godine konstantno bila zastupljena na vrlo posjećenom web portalu Ryanaira, i to na ulaznoj stranici (homepage) i u raznim tražilicama (preporučene destinacije, TOP 5 stvari koje treba učiniti i dr.). Isto tako, kontinuiranom komunikacijom sa Zračnom lukom Pula, prikupljeni su podaci o broju letova i trendovima u pogledu strukture putnika u korelaciji sa promjenom nacionalne strukture gostiju u smještajnim objektima na području Istre, a koji se mogu dovesti u direktnu vezu s navedenim promotivnim aktivnostima na britanskom tržištu.</p> <p>Zračni letovi su Pulu tri puta tjedno povezivali sa Londonom. To se nažalost nije realiziralo i sa Dublinom, jer je Uprava Ryan air-a u protekloj godini imala velike poslovne gubitke te je obzirom na nadolazeću recesiju, znatno povećanje troškova goriva te aerodromskih taksi odlučila povući liniju Pula-Dublin usprkos činjenici što je ta linija bila profitabilna u 2007. godini s prosječnom popunjenošću od 83%.</p> <p>Ryanair je posebno popularan među mlađom populacijom Europljana (60% ih je između 18 i 44 godine starosti) srednje-visokih primanja (64% ih godišnje prijavljuje više od 40.000 Eura), uz prosječnu potrošnju po putovanju od 150 Eura. Daljnje analize pokazati će kako među gostima koji su posjetili Istru putem Ryanaira prevladava upravo navedena populacija, što se u potpunosti uklapa u strateški cilj koji proizlazi iz Master plana turizma Istre o nužnoj promjeni strukture gostiju koji dolaze u Istru.</p>	<p>Prema službenim rezultatima Turističke zajednice Istarske županije, u 2009. godini zabilježeno je 2.316 gostiju iz Irske koji su ostvarili 12.778 noćenja. U odnosu na prethodne dvije godinu (2.205 gostiju i 12.386 noćenja 2008. te 7.765 gostiju i 35.830 noćenja 2007. godine), zabilježen je minimalni porast u odnosu na 2008. ali i značajno smanjenje od preko 5.500 gostiju ili 23.000 noćenja u odnosu na 2007. godinu.</p> <p>Uz navedeni negativni trend dolaska Irskih državljana, istovremeno, iako u manjem obimu, bilježimo i smanjenje broja gostiju iz Velike Britanije (indeksi 81 i 83 u odnosu na 2008.). Na ovakav scenarij događaja utjecala je prvenstveno nezapamćeno loša situacija na svjetskim financijskim tržištima koja je već poprimila globalne razmjere, pa je tako pogodila i platežnu moć stanovnika zapadne i sjeverne Evrope, među koje ubrajamo Britance i Irce. Konkretno, tečaj britanske funte je samo tokom protekle dvije godine padao i do 33% u odnosu na Kunu (sa 9,96 kuna za jednu funtu 31.12.2007., na 8,07 na kraju 2009. godine; dok je na kraju 2008. taj odnos je bio čak 7,48), što je još uvijek ispod do sada najniže razine iz 1995. godine (8,23). Nadalje, kao izravnu posljedicu ovakve situacije smatramo i ukidanje dijela Ryanairovih letova iz Londona, te svih letova iz Dublina prema pulskoj zračnoj luci prošle godine, što je velikim djelom kumovalo ovakvim brojkama. Usto, navedene trendove tumačimo i kao posljedicu smanjenog interesa turoperatora za Istrom uslijed novih niskotarifnih letova, pošto znamo da Britanci dolaze u Istru prvenstveno putem posrednika, radije negoli individualno.</p> <p>Mada ostaje činjenica je da većina gostiju koji u Istru dolaze Ryanairovim zrakoplovima boravi pretežito u istarskim hotelima, analizom nacionalne strukture gostiju koji su koristili hotelski smještaj vidimo da je primjetno značajno smanjenje broja noćenja Irskih i Britanskih državljana u istima, a ista je situacija i što se tiče financijskih pokazatelja većine istarskih hotelijera, na koje su jednim djelom utjecali i navedeni negativni trendovi. Naravno, sve to negativno utječe i na produženje turističke sezone, što je jedan od strateških ciljeva istarskog turizma, a s obzirom da se efekti globalne ekonomske i financijske krize još uvijek ne stišavaju, vjerujemo kako će se sve to negativno odraziti i na nadolazeću turističku sezonu 2010.</p>
---	---	---	---

<p style="text-align: center;">C. Percepcija Istre kao prepoz atljive turističke destinacije</p>	<p style="text-align: center;">C.2. Parenzana – Put zdravlja i prijateljstva</p>	<p>Sve predviđene aktivnosti realizirane su u okviru predviđene dinamike i obima:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Postavljeni preduvjeti za uspješno provođenje projekta, uspostavu uspješnih i efikasnih međupartnerskih odnosa, te u konačnosti za postizanje / ostvarenje konačnih outputa, te općih i specifičnih prekograničnih ciljeva projekta 2) Usvojene procedura o kolanju dokumenata, načina komunikacije i obavještanja projektnih partnera, te nadzora nad provođenjem projekta + usvojen detaljani vremenski i akcijski plan aktivnosti 3) zaposlen projektni asistent <p>To je omogućilo da projekt Parenzana - put zdravlja i prijateljstva bude okarakteriziran kao ogledni primjer implementacije projekata financiranih iz EU komisije te je shodno navedenom Parenzana ocijenjena s najvišom ocijenom u RH i kao najbolje organizirani projekt.</p> <p>Sva financijska i narativna izvješća prema EU su odobrena bez ijedne zamjerke, a projekt je realiziran 100% od zadanih aktivnosti u zadanom roku. Projekt je naišao na velik interes stranih i domaćih medija, tour-operatera, udruga, sportskih klubova. Revitalizacija trase Parenzane potaknula je cijeli niz aktivnosti, što kulturnih, što sportskih, što turističkih koje su vezane za Parenzanu. Zahvaljujući projektu kojim je Parenzana revitalizirana, ona postaje novi brand koji je potrebno u budućnosti što bolje iskoristiti.</p> <p>Istarska županija u svojstvu vodećeg partnera u izvještajnom razdoblju (do 31.12.2009.) bila je odgovorana za ispunjenje dodatnih uvjeta, te dostavljanje dodatnih obrazloženja na temelju upućenih Odluka o izboru prijave s navodom dodatnih uvjeta br. 4300-380/2008/8 od 05/08/2009, Dodatne odluke o izboru projekta s navodom dodatnih uvjeta br. 4300-380/2008/11, te dopisa br. 4300-380/2008/13. Prilikom ispunjenja dodatnih uvjeta i dostave dodatnih obrazloženja Istarska županija usko je surađivala s svim partnerskim institucijama. Nakon pozitivog odobrenja dodatnih uvjeta dana 20. studenog 2009. godine u Novom Vinodolskom potpisan je Ugovor o sufinanciranju, čime je i službeno započeo proces</p>	<p>Istarska županija je pismenim i usmenim putem obavještavala sve projektne partnere o svim događanjima u procesu do potpisivanja Ugovora o sufinanciranju, te radila na pripremi Sporazuma o partnerstvu (prikupljanje podataka od partnerskih institucija – bankovni detalji, IBAN, SWIFT, OIB itd.), izrađivala procedure o kolanju dokumenata, arhiviranju dokumenata, načinu komunikacije i obavještanja, procedura za oslobađanje od plaćanja PDV-a (HR partneri), izrade proračuna partnerskih institucija za 2010. godinu, te svih ostalih procedura koje su nužne za uspješnu provedbu projekta (obrazci, visibility smjernice itd.).</p> <p>Istarska županija je u suradnji s gradom Buje organizirala prvi Sastanak projektnih partnera na projektu PARENAZNA II (kick off meeting) koji je održan 23. prosinca 2009. godine u Bujama s osnovnim ciljem postavljanja preduvjeta za uspješno provođenje projekta, te uspostavu uspješnih i efikasnih međupartnerskih odnosa.</p> <p>Među najznačajnijim temama je svakako bila predstavljanje i upoznavanje partnerskih institucija i osoba zaduženih za provedbu projekta iz svake partnerske institucije (razmjena kontakata), imenovanje osoba zaduženih za provedbu projekta (koordinacija aktivnosti, financijsko i administrativno upravljanje projektom; zatim konkretno sastavljanje prijedloga vremenskog rasporeda/tijeka provedbe projektnih aktivnosti na razini svakog pojedinog partnera, te na razini cjelokupnog projekta; sastavljanje prijedloga procedure kolanja dokumenata, načina komunikacije i obavještanja projektnih partnera, nadzora nad provođenjem projekta, te ostalim projektnim aktivnostima. Također preciziran je prijedlog datuma potpisivanja Sporazuma o partnerstvu te je osnovan Odbor za upravljanje projektom;</p> <p>Projektom je predviđeno zaposlenje jedne osobe – projektnog asisatenta na projektu, na određeno vrijeme za vrijeme trajanja projekta, te je Istarska županija započela s procesom provedbe oglasa za zaposlenje projektnog asistenta (Imenovanje povjerenstva za porvedbu oglasa, Objava oglasa, Objava uputa i obavjesti kandidatima, Izvješće povjerenstva o ispunjenju formalnih uvjeta itd.). Proces je u tijeku, i nastavlja se u slijedećem izvještajnom razdoblju.</p>
--	--	---	--

6. NEPLANIRANE, A REALIZIRANE AKTIVNOSTI		
AKTIVNOSTI	PERIOD POSJETE	OBRAZLOŽENJE

<p>6.1.</p>	<p>Sve prezentacije kao i ugošćavanja novinara i studijskih grupa obavljena su na stručan i profesionalan način. Od svakog novinara zatražili smo materijale koji su opisali Istru tako da svi materijali nalaze prezentirani na specijaliziranom gourmet portalu www.istria-gourmet.com ali isto tako u objedinjenom materijalu svih članaka u Press clipping book-u.</p>	<p>siječanj - GOURMET ožujak - GOURMET travanj - GOURMET travanj - GOURMET svibanj - GOURMET svibanj - GOURMET svibanj - GOURMET lipanj - GOURMET lipanj - GOURMET srpanj - GOURMET srpanj - GOURMET srpanj - GOURMET srpanj - GOURMET srpanj - GOURMET</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) Realizirani su gourmet inspekcijski posjeti Istri od strane slijedećih eminentnih glavnih urednika specijaliziranih gourmet vodiča: Fausto Arrighi - glavni urednik Michelin Italiana; Gian Arturo Rota - glavni urednik Veronelli editore; Marc De Clerck - glavni urednik Gault Millau Benelux; Alvaro de Anna i Giuseppe Casagrande - glavni urednik revije Papageno 2) Realizirani su gourmet inspekcijski posjeti Istri od strane predstavnika JRE Hans van Mannen - Glavni tajnik Jeunes restaurateurs d'europe Emanuele Scarello - Predsjednik talijanskog JRE Andy Zaugg - Predsjednik švicarskog JRE Tomaž kavčič - Predsjednik slovenskog JRE 3) Realizirani su gourmet gostovanja poznatih inozemnih kuhara: Gennaro Esposito, Tonino Cannavacciuolo, Oliver Glowig, Nino di Costanzo, Niko Romito, Ilario Vinciguerra, Rik Jansma, Paolo Barrale 4) Realiziran je set velikih reportaža u renomiranim talijanskim specijaliziranim gourmet i turističkim revijama: - ožujak; Le vie del gusto - svibanj; Conde Nast - Traveller - srpanj; Dove - Rizzoli editore; rujanj; Cucina e vini - prosinac; 5) Realiziran je set velikih reportaža u slovenskim i hrvatskim specijaliziranim medijima (5 opsežnih reportaža u specijaliziranoj gourmet reviji lce i piće te 4 opsežne reportaže u slovenskoj reviji Vino) 6) Realizirano je 8 opsežnih reportaža u specijaliziranoj gourmet reviji Papageno koji je u 2009. godini izradio 4 izdanja 7) Realizirano je 6 opsežnih reportaža u specijaliziranoj gourmet reviji A Tavola 8) Realizirani su gourmet inspekcijski posjeti Istri od strane slijedećih eminentnih novinara specijaliziranih za gourmet tematiku: Massimiliano Rella - revija Dove; Gian Arturo Rota - vanjski suradnik Conde nast Italija; Le vie del gusto 9) Realiziran je po 10. puta gourmet rubrika Istre; u sklopu specijalizirane revije Istrien Magazin 2009. 10) Izrađen je cjelovit Press clipping book (4 tematske knjige) s objavljenim gourmet reportažama u 2009.
-------------	---	---	---

6. NEPLANIRANE, A REALIZIRANE AKTIVNOSTI

AKTIVNOSTI	PERIOD POSJETE	OBRAZLOŽENJE
<p>6.2.</p> <p>Sve aktivnosti u domeni odnosa sa javnošću, organizacija posjete novinara, specijalista iz sektora te opinion makera i opinionleadera obavljena su na stručan i profesionalan način. Namjera navedenih aktivnosti je jačanje svijesti o destinaciji Istre kao prepoznatljivijoj i kvalitetnoj destinaciji za tzv. short break odmore - kraće odmore; prije svega u pred i posezoni. Time uvelike promičemo produženje turističke sezone, profilaciju turističkih razvojnih projekata selektivnog karaktera te prispajanje središnjeg dijela Istre s priobaljem.</p>	<p>siječanj - GOURMET siječanj - GOURMET veljača - GOURMET veljača - GOURMET travanj - GOURMET svibanj - GOURMET svibanj - GOURMET lipanj - GOURMET lipanj - GOURMET srpanj - GOURMET srpanj - GOURMET srpanj - GOURMET srpanj - GOURMET srpanj - GOURMET listopad - GOURMET</p> <p>veljača - BIKE veljača - BIKE ožujak - BIKE travanj - BIKE travanj - BIKE rujan - BIKE listopad - BIKE listopad - BIKE</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) SAURO SCAGLIARINI - PR agent za talijansko govorno područje 2) GABRIELLA BRAIDOTTI - PR agent za talijansko govorno područje 3) CHIARA MOIANA - Glavna urednica revije A TAVOLA 4) GIUSEPPE CASAGRANDE - Glavni urednik revije PAPAGENO 5) SAŠO DRAVINEC - Gourmet kritičar - PRIMORSKE NOVICE 6) JOŽE ROZMAN - Glavni urednik revije VINO 7) 1. PRESS BLOGGING TRIP (7 NOVINARA) 8) 2. PRESS BLOGGING TRIP (8 NOVINARA) 9) MASSIMILIANO RELLA - BELL'ITALIA 10) TERRY ZANETTI - BELL'ITALIA 11) MAURIZIO CARRARESI - MICHELIN ITALIJA 12) GIUSEPPE CASAGRANDE - Glavni urednik revije PAPAGENO 13) GUIDO FERRARO - Gourmet opinionmaker 14) FIORELLA BASSERGA - SUITE 15) FRANCESCA BASSERGA - ITALIA SQUISITA 16) ALICE PETERHANSEL - BURDA 17) DR. WOLFGANG NEUHUBER - PR agent za austrijsko govorno područje 18) KARIN HAUENSTEIN - KLEINE ZEITUNG 19) ANTON SCHNURER - GAULT MILLAU AUSTRIJA 20) CARLO VISCHI - GRIBAUDO EDIZIONI 21) ROBERTO RESTELLI - Direktor komunikacija MICHELIN ITALIJA 22) FAUSTO ARRIGHI - Glavni urednik MICHELIN ITALIJA 23) HANS VAN MANNEN - Glavni tajnik JRE Europa 24) NILS HENKEL - Predsjednik JRE - Švicarska 25) EMANUELE SCARELLO - Predsjednik JRE - Italija 26) TOMAŽ KAVČIČ - Predsjednik JRE - Slovenija 27) GUIDO FERRARO - Gourmet opinionmaker <ol style="list-style-type: none"> 1) SAURO SCAGLIARINI - PR agent za talijansko govorno područje 2) CARLO TURCHETTO - talijanski specijalizirani novinar za bike i rekreaciju 3) CARLTON REID - USA specijalist i novinar 4) PROKULUS REISEN - grupa od 40 bikera među kojima 3 novinara 5) SACRED RIDES - KANADA - grupa od 9 bikera među kojima 3 novinara 6) MARTIN HUBER - SALZKAMMERGUT TROPHY 7) SAURO SCAGLIARINI - PR agent za talijansko govorno područje

7. OCJENA FINANCIJSKOG POSLOVANJA - PO PROGRAMIMA I AKTIVNOSTIMA		
PLANIRANA SREDSTVA	UTROŠENA SREDSTVA	OBRAZLOŽENJE
Planirana sredstva predviđena za provedbu svih aktivnosti u 2009. godini bila su predviđena u iznosu od 2.238.296,70 kn.	Proračun je u svom nenamjenskom djelu izvršen u visini 96,49%,	Na temelju opisanih, provedenih i realiziranih aktivnosti u protekloj 2009. godini, vidljivo je da je pozicija proračuna, razdjel 5, u svom nenamjenskom djelu realizirana s 96,49%, Gotovo sve pozicije koje su imale projektni karakter realizirane su gotovo s 100% realizacijom, osim u djelu javne uprave i administracije na koje se odnosi razlika od 3,5%.

8. ZAKLJUČAK/REZIME

Upravni odjel za turizam Istarske županije je tijekom protekle godine obavio niz administrativnih, protokolarnih, stručnih i projektnih poslova u okviru svoje nadležnosti te je u značajnom dijelu ispunio programske postavke koje su bile predviđene Programom rada za 2009. godinu. Nastavljen je kontinuitet u kreiranju i kvalitativnom unapređenju turističkih razvojnih projekata čime smo uvelike doprinijeli podizanju image-a Istre, njenoj kvalitetnoj diversifikaciji turističkih proizvoda, te potpomogli da se nastavi kontinuitet kvalitativnog razvoja. Projekti su kreirani, koordinirani i vođeni po načelu zajedničkog djelovanja privatnog i javnog sektora te oplemenjivanja turističke ponude Istre, a posebno s ciljem realizacije osnovnih postavki iz Programa rada:

- 1) nastavak procesa preobrazbe Istre u kvalitetnu destinaciju na razini 3 plus do 4 zvjezdice
- 2) nastavak procesa preobrazbe Istre u prepoznatljivu turističku destinaciju - produženje turističke sezone
- 3) povećanje ukupne potrošnje naših gostiju

Pored uobičajenih razvojnih projekata selektivnog karaktera Upravni odjel za turizam Istarske županije svake godine pokrene minimalno jedan nov razvojni projekt. U tekućoj godini s posebnim zadovoljstvom mogu prezentirati posljednji u nizu, a koji se tiče jednog sasvim novog pristupa u promociji destinacije, a to je organizacija i realizacija dva press blogging tripa. Pored toga naglašavam i dva dopunjena projekta www.istria-gourmet.com te www.bike-istria.com. Navedeni projekti započeti su prije dvije godine, ali su u tekućoj godini postavljeni potpuno novi kvalitativni standardi što je prepoznala i nagradila struka na nacionalnoj razini, proglašivši gourmet portal Istre pobjednikom u kategoriji Turizam i putovanja.

Turistička 2009. g. iako izuzetno neizvjesna i teška na samom početku u svojoj kasnijoj fazi opravdala je očekivanja te potvrdila naše razvojne potencijale. Iz takvih konstatacija je razvidno da se turizam Istre vrlo dobro uključio u proces repozicioniranja i restrukturiranja. Nalazi se pred ključnim izazovima sustavnog i koordiniranog razvoja, stoga će se u slijedećem programskom periodu posvetiti posebna pažnja strukturnim promjenama turizma Istre sukladno svjetskim globalnim kretanjima u turizmu. To podrazumijeva izuzetno delikatnu posljednju, trogodišnju fazu implementacije strateškog dokumenta tzv. Master plan razvoja turizma Istre. Osjetljivost cijelog procesa je naknadno ojačana globalnom svjetskom recesijom koja nam je već krajem 2008. godine najavila moguće stagnacijske i recesijske trendove, tako da će ovisno o globalnim kretanjima svjetske ekonomije značajno ovisiti i dinamika daljnjeg restrukturiranja i repozicioniranja turističke destinacije Istre.