



REPUBLIKA HRVATSKA
ISTARSKA ŽUPANIJA
Upravni odjel za turizam
Partizanska 5a, 52 440 Poreč
Klasa: 334-01/11-01/20
Urbroj: 2163/1-10/01-11-01
Poreč, 13. travnja 2011.

ISTARSKA ŽUPANIJA
ŽUPAN
putem
Stručne službe za poslove
Skupštine

Predmet: Izvješće o radu Upravnog odjela za turizam Istarske županije u 2010. godini - dostavlja se

Poštovani,

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

S poštovanjem,

Pročelnik odjela
Branko Curić

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 2010. godinu dana 26. travnja 2011. godine donosi

Z A K L J U Č A K
o prihvatanju Izvješća o radu Upravnog odjela za turizam
Istarske županije za 2010. godinu

1. Prihvaća se Izvješće o radu Upravnog odjela za turizam Istarske županije za 2010. godinu, te je sastavni dio ovog Zaključka.
2. Ovaj Zaključak stupa na snagu danom donošenja.

Klasa: 023-01/11-01/25
Urbroj: 2163/1-01/8-11-2
Poreč, 26. travnja 2011.

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 2010. 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: 2010.

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 2010. 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 recesiji koja se manifestirala tijekom cijele godine. Od značajnijih aktivnosti izdvajamo 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 97,7% učinkovitosti; dok je drugo trogodišnje razdoblje 2007. - 2009. realizirano s 91,7% 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 nove strategije koja bi obuhvatila razdoblje od 2013.- 2020. godine. Želimo također izdvojiti projekte 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 stručnjacima u tim sektorima.

UO za turizam je zajedno s Turističkom zajednicom Istarske županije aktivno sudjelovao u pripremi, praćenju i odvijanju turističke sezone. Temeljem planiranih zadataka i ostvarenih ciljeva, a u okviru djelokruga Upravnog odjela za turizam turističku 2010. godinu ocjenjujem uspješnom turističkom sezonom poglavito ako znamo kakve su bile najave na samom početku godine gdje se raspravljalo i o mogućem 20% minusu. Predsezona je doista podbacila, ali je zato glavna sezona nadoknadila taj zaostatak. Sveukupno smo ostvarili preko 2,6 milijuna registriranih dolazaka te 17,7 milijuna ostvarenih noćenja; što predstavlja za 1% slabiji rezultat u dolascima i u noćenjima u odnosu na godinu prije. Pored navedenog, Istra je kao i proteklih godina zadržala i učvrstila primat najrazvijenije turističke regije Hrvatske, kako u kvalitativnom tako i kvantitativnom smislu.

U drugoj polovici 2010. godine pokrenuta je inicijativa u okviru UO za turizam IŽ da se u narednom razdoblju isti aktivnije uključi u pripremu i kandidiranje projekata za financiranje iz predpristupnih, strukturnih i kohezijskih fondova EU, što bi trebalo obilježiti rad odjela u narednim godinama. U tom smislu, UO za turizam je intenzivirao suradnju s Upravnim odjelima za međunarodnu suradnju i za kulturu IŽ, kao i s Agencijom za ruralni razvoj IŽ, koji se već više godina bave ovom tematikom.

Također, UO za turizam IŽ se krajem godine aktivno uključio u koordinaciju aktivnosti po pitanju provedbe Zakona o turističkom zemljištu usvojenog u srpnju 2010. godine.

UO za turizam IŽ u suradnji s projektnim partnerima iz Slovenije, vodeći je partner projekta Parenzana II – Ponovno oživljavanje puta zdravlja i prijateljstva, koji se financira iz predpristupnog fonda IPA – Program prekogranične suradnje Slovenija Hrvatska 2007.-2013. Proces implementacije projekta odvija se prema zacrtanoj dinamici.

Pročelnik: _____

2. ORGANIZACIJSKA I FUNKCIONALNA STRUKTURA UPRAVNOG ODJELA

Upravni odjel za turizam zapošljava 4 djelatnika:

Pročelnik – 1 djelatnik VSS
Viši stručni suradnik – 1 djelatnik VSS
Viši savjetnik – 1 djelatnik 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 mu je i sjedište:

Partizanska 5/a, 52440 Poreč
Tel 052 / 452 500 i na Fax 052 / 452 811,
e-mail: turizam@istra-istria.hr
Url: www.istra-istria.hr/index.php?id=30

Također se djelatnici mogu kontaktirati na e-mail adrese:

branko.curic@istra-istria.hr
martin.cotar@istra-istria.hr
edi.akilic@istra-istria.hr
doris.velenik@istra-istria.hr

3. ADMINISTRATIVNI POKAZATELJI		
3.1. ZAPRIMLJENI PREDMETI, ARHIVIRANI I RIJEŠENI PREDMETI		
3.1.1. NEUPRAVNI PREDMETI		
Klasifikacijska oznaka	Zaprimljeni predmeti	Arhivirani i riješeni
013-02	1	
021-04	7	7
023-01	13	12
030-01	1	1
035-01	1	1
035-02	1	1
100-01	1	1
110-01	1	1
113-07	1	1
120-01	3	3
300-01	1	1
334-01	37	37
342-01	2	2
350-01	3	3
400-08	1	1
401-03	90	90
402-07	1	1
406-01	7	7
612-06	1	1
910-01	2	2
960-03	7	7
	UKUPNO	182
		180
3.1.2. UP/I PREDMETI		
Klasifikacijska oznaka	broj predmeta	Arhivirani i riješeni
112-02	3	3
112-03	1	1
113-03	4	4
	UKUPNO	8
		8

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 realizacije projekta te 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 2010. 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. 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,</p> <p>A.2.2. U periodu siječanj-svibanj izvršene su pripremne radnje oko prikupljanja relevantnih info vezanih za implementaciju MP,</p> <p>A.2.3. U periodu ožujak - studeni izvršen je monitoring svih aktivnosti na realizaciji projekata u okviru Master plana,</p> <p>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 udio realizacije/implementacije za 2010. godinu,</p> <p>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 2010. godinu</p> <p>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. - 2010.,</p> <p>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. - 2010.</p> <p>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,</p> <p>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,</p> <p>A.2.10. Finalna prezentacija implementacije MP za 2010. godinu s detaljnim osvrtom na trogodišnje razdoblje 2004. - 2009. prezentirana je povodom održavanja godišnjeg turističkog foruma Istarske županije u hotelu Coral - Umag.</p> <p>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 2010. 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 2011. godini, a po logici stvari i u narednim godinama.</p> <p>Prema analiziranim investicijama i projektima upravo se je to desilo u 2010. godini, tako da je većina projekata koje je trebala otpočeti u 2010. godini obustavljena. Sve investicije koje su realizirane u 2010. 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>B. Kreiranje i usavršavanje postojećih i novih razvojnih turističkih projekata + produženje sezone</p>	<p>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 2010. 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 dopunjavanje i oplemenjivanje sadržaja web portala www.istria-bike.com koja objedinjuje ukupnu ponudu cikloturizma Istre u jedinstvenu i homogenu cjelinu</p> <p>B.2.2. Aktivnosti vezane za dopunjavanje galerije fotografija</p> <p>B.2.3. Ugradnja modula za rubriku bike-vodiča na webu; priprema obavijesnih tekstova i njihov prijevod u 3 jezične mutacije; objava materijala</p> <p>B.2.4. Izrada 10 pdf formata na 4 jezične mutacije najznačajnijih reportaža o Istri iz eminentnih specijaliziranih revija,</p> <p>B.2.5. Analiza, praćenje i nadogradnja sustava zaštite za web zbog višestrukih hackerskih upada.</p> <p>B.2.6. Aktivnosti vezane za praćenje statistike web portala, analiza novih ključnih riječi pogodne za tražilice</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>Projekt je u potpunosti izvršen prema zacrtanim smjernicama projektnog zadatka, a koje su navedene u Programu rada za 2010. 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 osnova za zaokruženje kvalitetnog programa i ponude, što je istria-bike.com svakako postigao. Bitno je napomenuti kako broj posjetitelja weba redovito raste te je u 2010. godini ostvario prosječan dnevni broj posjeta od 947, odnosno 28.523 na mjesečnoj osnovi.</p> <p>Velik je porast upita za fotografijama iz galerije, što potvrđuje opravdanost njenog pokretanja i investiranja u taj segment razvoja službenog weba.</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.2.8. Potpisan ugovor s talijanskim partnerom te su precizirane PR aktivnosti i cjelovit marketing plan tijekom 2010.</p> <p>B.2.9. Radi nastavka projekta bike-vodiča, izvršene su organizacijsko-pripremne aktivnosti vezane za iznalaženje najboljih partnera za edukaciju i usavršavanje istarskih bike vodiča/pratelja; izrađena je vlastita ispitna literatura u suradnji s vanjskim partnerima i Hrvatskih biciklističkim savezom (HBS); odrađen je 2. tečaj za bike-vodiče u Istarskim toplicama, koji je položilo 14 polaznika</p> <p>B.2.10. U dogovoru s HBS-om pridobivena ekskluzivna licenca za četverogodišnje održavanje bike-tečaja za cijelu Hrvatsku, odlukom Izvršnog odbora HBS-a</p> <p>B.2.11. Obavljene su sve potrebne radnje sa specijaliziranom agencijom iz SAD, <i>SACRED RIDES</i>, te su dočekani i praćeni njihovi gosti za boravka u Istri</p> <p>B.2.12. Izrada tematskog bike-parka u Pazinu u suradnji s lokalnim pojedincima i udrugama</p> <p>B.2.13. Organizacijsko-pripremne aktivnosti vezane za nastup predstavnika Odjela na najvećem svjetskom biciklističko-turističkom sajmu <i>Eurobike</i> u Friedrichshafenu (Njemačka) te boravak predstavnika Odjela na sajmu (4.09.2010.)</p> <p>B.2.14. U suradnji s TZIŽ-om izrađena je dopunjena verzija dokumenta pod nazivom Standardi za koordinirani razvoj cikloturizma u Istri</p>	<p>Projekt je u potpunosti izvršen prema zacrtanim smjernicama projektnog zadatka, a koje su navedene u Programu rada za 2010. godinu.</p>	<p>Sve brojniji biciklisti, sve veći broj biciklističkih staza podrazumijeva nastavak ulaganja u ovaj važan program, stoga smo dodatno odraditi aktivnosti definiranja standarda za unificiranu biciklističku signalizaciju u vidu dorađenog dokumenta sa standardima. Navedeni dokument bitno je istaknuti pošto će se njime ubuduće jasno i nedvosmisleno usmjeriti razvoj biciklističkih staza i pripadajuće signalizacije, što je osnova ponuda cikloturizma neke regije, a time Istru u tom obliku podići na nivo najznačajnijih bike regija na svijetu.</p> <p>Na osnovi navedenog dokumenta standarda, u suradnji s TZIŽ se pokrenuo projekt izrade unificiranih biciklističkih karata cijele Istre, čime bi se u 6 do 7 karata pokrila cijela Istra sa svim službenim stazama, i biciklističkim sadržajima. Karte bi konceptualno bile jednake, koristile iste standarde i način prikaza, a dijelile bi se besplatno u sustavu turističkih zajednica Istre. Izrađene su tri karte.</p> <p>Tijekom godine smo permanentno komunicirali s nekoliko značajnih i specijaliziranih novinara koje se bave cikloturizmom, čime smo postigli objavljivanje brojnih članaka, najava, opisa... s temom cikloturizma (i vezano gastronomije) Istre. Tu se svakako mora istaknuti Saura Scagliarinja iz Italije, koji je objavio veliku količinu kvalitetnog materijala za promociju Istre i njenog cikloturizma. Također je nastavljena uspješna suradnja sa sjevernoameričkom agencijom <i>Sacred rides</i>.</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.2. Razvoj cikloturizma: Istria Valamar Terra Magica 2010.</p>	<p>Istria Valamar Terra Magica 2010.</p> <p>B.2.15. Trasiranje novih etapnih dionica profesionalne MTB utrke uz prikaz altimetrije, karte, duljine, tehničkih parametara B.2.16. Objava na vlastitim Internet stranicama, B.2.17. Objava i promocija navedene utrke na nekoliko važnih Internet siteova (posebice mađarskim i češkim) B.2.18. Uvrštenje u svjetski kalendar biciklističkih utrka (UCI) s bogatim fondom nagrada, B.2.19. Uvrštenje utrke u Kup Hrvatske 2010. B.2.20. Izvršenje kvalitetne promocije putem prezentacija, mailing-listi, objavama na webu i povezanim kalendarom s Istra.hr... B.2.21. 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.2.22. Servisiranje i pratnja domaćih i inozemnih novinara</p>	<p>Projekt je u potpunosti izvršen prema zacrtanim smjernicama projektnog zadatka, a koje su navedene u Programu rada za 2010. godinu.</p>	<p>Projekt <i>Istria Valamar Terra Magica</i> realiziran je nakon godine dana pauze, međutim ovaj puta u trodnevnom aranžmanu umjesto u trajanju od jednog dana što je do sada bila karakteristika.</p> <p>Cilj manifestacije jest prezentirati Istru kao atraktivnu bike destinaciju te privući što veći broj natjecatelja i turista rekreativaca u predsezoni, kao i približiti i promovirati bike-turizam među domicilnim stanovništvom (s posebnim osvrtom na mlađi uzrast).</p> <p>Utrka je ugostila 250 natjecateljskih sudionika iz devet zemalja te 50-tak sudionika rekreativne biciklijade, usprkos iznimno lošem vremenu.</p> <p>Utrka je prošla bez ikakvih loših događaja, iako je loše vrijeme ključnog dana (subota) smanjilo broj sudionika za barem 30%.</p> <p>Interes za ponovnim organiziranjem utrke u sličnom obimu iskazan je od strane svih partnera (Valamar d.d., Općine i lokalni TZ-i partneri, a tako i sponzori) te će u tom smjeru ići daljnji razgovori i pripreme za 2011. godinu.</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.2. Razvoj cikloturizma: OI Istria MTB Tour - Parenzana Cannondale 2010.</p>	<p>OI Istria MTB Tour – Parenzana Cannondale 2010.</p> <p>B.2.23. Trasiranje novih etapnih dionica profesionalne MTB utrke uz prikaz altimetrije, karte, duljine, tehničkih parametara B.2.24. Objava na vlastitim Internet stranicama, B.2.25. Objava i promocija navedene utrke na nekoliko važnih Internet siteova (posebice mađarskim i češkim) B.2.26. Uvrštenje u svjetski kalendar biciklističkih utrka (UCI) u najprestižnijoj 1. klasi s bogatim fondom nagrada, B.2.27. Uvrštenje utrke u Kup Hrvatske 2010. i bodovanom za nacionalno prvenstvo B.2.28. Izvršenje kvalitetne promocije putem prezentacija, mailing-listi, objavama na webu i povezanim kalendarom s Istra.hr... 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. Servisiranje i pratnja domaćih i inozemnih novinara B.2.31. Koordinacija i pripomoć u organizaciji rekreativne cestovne biciklijade Parenzane u Vižinadi), B.2.32. Organizacija mini-bike sajma po uzoru na 2009.</p>	<p>Projekt je u potpunosti izvršen prema zacrtanim smjernicama projektnog zadatka, a koje su navedene u Programu rada za 2010. godinu.</p>	<p>Projekt OI Istria MTB Tour - Parenzana Cannondale tradicionalna je i dobro uhodana biciklistička manifestacija koja se održava već 14 godina za redom, s glavnim ciljem da prezentira Istru kao atraktivnu bike destinaciju. Naravno, uz privlačenje čim većeg broja gostiju/sudionika.</p> <p>Iako su pretprijave bile rekordne te su najavljivale preko 500 sudionika na natjecateljskom dijelu te otprilike toliko na rekreativnoj biciklijadi, iznimno loši vremenski uvjeti doveli su do dolaska oko 380 aktivnih te oko 300 rekreativnih sudionika, iz 12 zemalja.</p> <p>veliki je porast sudionika bio iz Mađarske i Češke, što je izravno povezano s povećanim naporima da se sama utrka i Istra kao bike-destinacija tamo pojačano promoviraju. Rezultati su bili iznad očekivanja te se očekuju daljnji naponi u tom smjeru.</p> <p>Utrka je održala nekoliko prepoznatljivih karakteristika koje joj postaju zaštitni znakovi: bogati poklon-paket i nagrade, atraktivna, dobro pripremljena i dobro označena staza te ugodno druženje i uslužnost prema sudionicima na cilju.</p> <p>Zbog iznimnih padalina i poplava, trasa utrke je u zadnji čas promijenjena, a bilo je i nekoliko ozljeda sudionika, međutim bez negativnih posljedica ili kritika. Pozitivne su bile i kritike međunarodnih komesara, uz pitanja o podizanju službene kategorije utrke, čak možda kandidiranjem u Svjetski kup.</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 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-pripremne 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-pripremne aktivnosti vezane za iznalaženje osobe s osnovnom funkcijom blogger huntera koji će promovirati naš projekt u inozemstvu te odabrati najkvalitetnije bloggere za posjet Istri prema našim kriterijima za 1. i 2. pbt.</p> <p>B.3.3. Organizacijsko-pripremne aktivnosti i dogovaranje ukupnog posla i zaduženja bloggera prema Istri u prvom krugu s blogger-hunterom 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-pripremne aktivnosti vezane za izradu 5-dnevnog itinerara 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 blogova, 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 2010. godinu</p>	<p>Navedeni projekt predstavlja novi projekt koji nije bio predviđen Programom rada za 2010. 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 opinion-makerima i opinion-leadrima 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.3.11. 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.3.12. 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.3.13. Aktivnosti vezane za linkanje www.istria-gourmet.com na sve najznačajnije turističke i gourmet siteove</p> <p>B.3.14. Aktivnosti vezane za praćenje i izvješćivanje posjećenosti web portala kako bi mogli promptno reagirati na tržištu obzirom na ulazne podatke kojima raspoložemo</p> <p>B.3.15. Aktivnosti vezane za unapređenje kvalitete samog sitea, ali i posjećenosti putem prijedloga načina i mehanizama za poboljšanje rejtinga web stranica na pretraživačima.</p> <p>B.3.16. Aktivnosti vezane za izradu novih modula, MULTIMEDIJA: (Video clipovi, galerija slika, pregled inozemnog tiska); REVIJE: (Papageno, A tavola, Cucina e vini, Istrien magazin; VODIČI: (Gault Millau, Gourmet Istra);</p> <p>B.3.17. Priprema tekstova, lektura i korektura, njihov prijevod u 5 jez. mutacija, izrada ilustracija za online aplikaciju</p> <p>B.3.18. Aktivnosti vezane za implementaciju funkcionalnosti gourmet foto-datoteke na specijaliziranom gourmet portalu www.istria-gourmet.com</p> <p>B.3.19. Aktivnosti vezane za fotografiranje restorana, konoba, vlasnika i pojedinih specijaliteta za potrebe foto-datoteke weba i inozemnih novinara</p> <p>B.3.20. Izrada 22 pdf formata na pet jezičnih mutacija najznačajnijih reportaža o Istri iz eminentnih svjetskih specijaliziranih revija, apliciranih na naš web</p> <p>B.3.21. Izrada 16 filmskih spotova (video clips) o gourmet temama Istre u pet jezičnih mutacija apliciranih na naš web</p> <p>B.3.22. Izrada 10 pdf formata u 5 jezični mutacija najznačajnijih istarskih reportaža u reviji PAPAGENO</p> <p>B.3.23. Dopuna press mape u 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 2010. 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.3.24. 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.3.25. 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.3.26. Prezentacija istarskih restorana povodom održavanja godišnje Skupštine JRE u Madridu</p> <p>B.3.27. Obavljen 1. i 2. krug finalnih razgovora i pripremnih radnji oko uvrštenja Istre u gourmet vodič Espresso 2011</p> <p>B.3.28. Obavljen 1. i 2. krug finalnih razgovora i pripremnih radnji oko uvrštenja Istre u gourmet vodič Gambero rosso 2011</p> <p>B.3.29. 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.3.30. Obavljen 1. i 2. krug finalnih razgovora oko uvrštenja istarskih ugostiteljskih objekata u gourmet vodič Gault Millau 2010</p> <p>B.3.31. Suradnja s gourmet inspektorima vodiča Gault Millau</p> <p>B.3.32. Inspekcijski pregledi, obilazak, ocjenjivanje i selekcija ponajboljih istarskih restorana</p> <p>B.3.33. Obavljen prvi i drugi krug pripremnih razgovora oko uvrštenja Istre u kamping vodič Michelin 2010</p> <p>B.3.34. Obavljen prvi i drugi krug pripremnih razgovora oko uvrštenja Istre u Crveni vodič Michelin 2010</p> <p>B.3.35. Organizacijsko-pripremne aktivnosti vezane za promociju gourmet vodiča Gault Millau 2010 u Istarskoj županiji u travnju mjesecu</p> <p>B.3.36. Organizacijsko-pripremne aktivnosti vezane za dovođenje eminentnih novinara, opinion-leaderi 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 2010. 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 gourmet 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 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 povezao 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. Priprema tekstova, ilustracija i foto priloga za prospekt Dani tartufa u Istri u četiri jezične mutacije, B.3.39. Izrada kalendara manifestacija za vrijeme trajanja Dana tartufa u Istri 2010. s više od 30 posebnih manifestacija namijenjenih promociji tartufa, B.3.40. Organizacijsko-pripremne aktivnosti vezane za pripremu i izradu materijala namijenjenih za tiskani materijal Istra gourmet + aplikacija na specijaliziranom gourmet web portalu B.3.41. Organizacijsko-pripremne aktivnosti vezane za dovođenje svjetski poznatih novinara i opinion-makera za tematiku tartufi B.3.42. Ugošćeno je više od dvadeset svjetski uvažениh novinara specijaliziranih za gourmet teme s namjerom pisanja gourmet reportaža o Istri B.3.43. Organizacijsko-pripremne aktivnosti vezane za izradu velike tematske foto datoteke turizma tartufa Istre: fotografiranje tartufara, tartufa i pasa, staništa tartufa itd.... B.3.44. 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 B.3.45. Organizacijsko-pripremne aktivnosti vezane za promociju istarskog tartufa B.3.46. 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 2010. 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 istarskom tartufu te video spotovi posebno za Hommage i posebno za Zlatni tartuf</p> <p>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 gourmet 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.3.47. Organizacijsko-operativne aktivnosti vezane za pisanje tekstova, njihova korektura i lektura, prijevod na 5 jezičnih mutacija te aplikacija na web portal</p> <p>B.3.48. 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.3.49. 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.3.50. Obilazak novih, potencijalnih podruma, (4 vinskih podruma: bujštine, 5 poreštine, 15 s rovinjštine i 1 s pazinštine),</p> <p>B.3.51. 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.3.52. Organizacijsko-operativne aktivnosti vezane za organizaciju kongresa o vinskom turizmu pod radnim nazivom VINO i TERITORIJ povodom održavanja VINISTRE</p> <p>B.3.53. Organizacijsko-pripremne aktivnosti vezane za fotografiranje i izradu velike tematske foto datoteke o vinskom turizmu</p> <p>B.3.54. Organizacijsko-pripremne aktivnosti vezane za uvrštenje istarskih vinara i itinerera u Zeleni Michelinov vodič za 2010.</p> <p>B.3.55. Organizacijsko-pripremne aktivnosti vezane za uvrštenje ist. vinskih cesta u renomiranu talijansku udrugu Citta' del vino</p> <p>B.3.56. Organizacijsko-pripremne aktivnosti vezane za pripremu vinske manifestacije Wine Day 2010.</p> <p>B.3.57. Organizacijsko-pripremne aktivnosti vezane za prikupljanje, selekcioniranje i ispunjavanje anketnih upitnika za Zeleni Michelinov vodič za 2010. g.</p> <p>B.3.58. Obilazak užeg kruga vinara i vinskih itinerera s predstavnicima Michelina prema kriterijima Michelina, vezano za uvrštenje u Zeleni Michelinov vodič za 2010.</p> <p>B.3.59. 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 2010. 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 foto-datoteka 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.3.60. 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.3.61. Organizacijsko-operativne aktivnosti vezane za pisanje tekstova, njihova korektura i lektura, prijevod na 5 jezičnih mutacija te aplikacija na web portal</p> <p>B.3.62. Organizacijsko-operativne aktivnosti vezane za prikupljanje ilustracija i fotografija te idejni prijedlog četvrtog izdanja prospekta Ceste maslinova ulja Iste + aplikacija na web,</p> <p>B.3.63. 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.3.64. 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.3.65. 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.3.66. Organizacijsko-operativne aktivnosti vezane za izradu novih eduteinmenta i infoteinmenta modula, MULTIMEDIJA: (Video clipovi, galerija slika, pregled inozemnog tiska); REVIJE: (Mercacei Istrien magazin; VODIČI: (Flos Olei, Slow food, Acetes extra virgen);</p> <p>B.3.67. 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 2010. 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 ekstra 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 Flos Olei; 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>Turizam maslinova ulja I</p> <p>B.3.68. Izvršili smo inspekcijske preglede kod 30 novih proizvođača maslinova ulja, izradili njihove osobne iskaznice, te smo promovirali cestu ekstra djevičanskog m. ulja Rovinjštine</p> <p>B.3.69. Izrađene su i postavljene oznake Ceste maslinova ulja na prometnicama diljem Istarske županije za novo uvrštene pro.,</p> <p>B.3.70. Aktivnosti međusobnog povezivanja proizvođača maslinova ulja sa hotelijerima, restoraterima, distributerima i izvoznicima autohtonih istarskih proizvoda s osnovnim ciljem bolje i kvalitetnije penetracije na tržištu kao i kvalitetnije medijske uvaženosti istarskih maslinova ulja</p> <p>B.3.71. 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.3.72. Obavljen prvi i drugi krug pripremnih razgovora s gosp. Maurom Martellosi-em oko uključivanja istarskih maslinara na međunarodnom natjecanju ponajboljih maslinovih ulja u Spoletu pod nazivom ALMA - ARMONIA</p> <p>B.3.73. 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.3.74. Organizacijsko-pripremne aktivnosti vezane za dogovaranje prezentacije istarskih maslinovih ulja i proizvođača maslinova ulja na promociji novog izdanja jedinog svjetskog vodiča za maslinova ulja Flos Olei 2010. u Rimu</p> <p>B.3.75. Organizacijsko-pripremne aktivnosti vezane za godišnju promociju izlaska novog vodiča Flos Olei 2010 u Istri; priprema tiskovne konferencije i svečane dodjele priznanja dvjema istarskih maslinara koji su ušli u najuži izbor TOP 20 najboljih maslinovih ulja</p> <p>B.3.76. 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.3.77. 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 2010. 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, umreženost znanstvenika, stručnjaka iz sektora maslinarstva, ugostitelja, trgovaca, novinara te opinion-makera i opinion-leadera. Time bi željeli postići toliko važnu usuglašenost konsenzus oko primarnog zadatka, promocije kvalitetnih maslinovih 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>Turizam maslinova ulja II</p> <p>B.3.78. Organizacijsko-pripremne aktivnosti vezane za dogovaranje prezentacije istarskih maslinovih ulja i proizvođača maslinova ulja na sajmu Oliocapitale u Trstu.</p> <p>B.3.79. Organizacijsko-pripremne aktivnosti vezane za dogovaranje prezentacije istarskih maslinovih ulja i proizvođača maslinova ulja na sajmu Orogiallo u Riminiju</p> <p>B.3.80. Organizacijsko-pripremne aktivnosti vezane za dogovaranje prezentacije istarskih maslinovih ulja i proizvođača maslinova ulja na sajmu Expooliva u Cordobi</p> <p>B.3.81. Obavljen prvi i drugi krug pripremnih razgovora s gosp. Marcom Oreggia-om oko uvrštenja Istre u prestižni svjetski vodič maslinovih ulja Flos olei 2010.</p> <p>B.3.82. 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.3.83. Organizacijski i financijski suport održavanju sajma maslinova ulja u Krasici, Vodnjanu i Kašteliru</p> <p>B.3.84. Odradili smo prikupljanje uzoraka ekstra djevičanskog maslinovog ulja, ukupno 58 uzoraka, prikupili ispunjene obrasce te poslali sve u Rim na testnu degustaciju za izdanje 2010</p> <p>B.3.85. 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.3.86. Organizacijsko-pripremne aktivnosti vezane za animiranje, pozivanje, dovođenje i kreiranje posjete za inozemne glavne urednike i uvažene novinare iz sektora eno-gastronomije</p>	<p>Projekt je u potpunosti izvršen prema zacrtanim smjernicama projektnog zadatka, a koje su navedene u Programu rada za 2010. 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 ozbiljnijih proizvođača namjerava proširiti na 3.000 – 5.000 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 2010. 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 Airlines) 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. Razvoj projektnih zadataka u sklopu odobrenog projekta (Operativni program IPA CBC Slovenija-Hrvatska 2007.-2013.)</p> <p>C.2.1.2. Organiziranje i koordiniranje sastanaka s projektnim partnerima oko realizacije projektnih zadataka</p> <p>C.2.1.3. Koordiniranje projektnih partnera i sudjelovanje na sastancima i radionicama organiziranim od strane Upravljačkog tijela</p> <p>C.2.1.4. Svakodnevna komunikacija s partnerskim institucijama, Upravljačkim tijelom u R. Sloveniji i R. Hrvatskoj</p> <p>C.2.1.5. Zapošljavanje projektnog asistenta</p> <p>C.2.1.6. Realizacija edukacije 4 bike-vodiča radi budućeg zaposlenja kao bike-rangera</p> <p>C.2.1.7. Provedba procedura i odabir izvođača za usluge: fotografiranja, usluge dizajna i osmišljavanja info-tabela, usluge pisanja teksta za promotivne i ostale materijale, usluga izrade multimedijalne razglednice</p> <p>C.2.1.8. Promjena odgovorne osobe za projekt tj. imenovanje novog pročelnika Upravnog odjela</p> <p>C.2.1.9. Promjena osobe zadužene za koordinaciju/izvođenje projekta</p> <p>C.2.1.10. Izvršene daljnje evaluacije segmenata projekta City-bike, prikupljene dodatne ponude i obavljene dodatne konzultacije</p>	<p>Projekt je dijelom izvršen prema zacrtanim smjernicama projektnog zadatka, a koje su navedene u Programu rada za 2010. godinu.</p>	<p>Projekt PARENZANA II je 20. studenog 2008.g. kandidiran na 01. poziv za dostavu projektnih prijedloga u okviru Operativnog programa IPA CBC Slovenija-Hrvatska 2007. -2013., nakon čega je uslijedio višemjesečni proces administrativne i tehničke provjere, te ocjenjivanja projektnog prijedloga.</p> <p>Prema planiranoj dinamici zaposlen je projektni asistent Martin Čotar u ožujku 2010. U lipnju je došlo do odlaska osobe koja je bila zadužena za izvođenje projekta te odgovorne osobe projekta - pročelnika Odjela. Osim toga, došlo je do promjena ključnih obrazaca za javne natječaje u projektu (PRAG obrasci), koji ni do kraja godine nisu bili objavljeni/završeni. Sve to osjetno je usporilo dinamiku određenih segmenata projekta.</p> <p>U toku godine realizirani su pozivi za davanje ponuda te odabrani pružatelji mnogih usluga, te su se navedeni poslovi počeli izvršavati.</p> <p>Krajem godine počelo se raditi na pripremama za slanje zahtjeva za produljenje projekta zbog ranije navedenih zakašnjenja koja su bila iznad ingerencije Istarske županije i ostalih projektnih partnera.</p>
---	---	---	---	---

5. REALIZACIJA POSTAVLJENIH CILJEVA		
CILJ	OCJENA POSTIGNUĆA	OBRAZLOŽENJE
<p>A.1. 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	20,55	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 2010. 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	473	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%	13,28%	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. Povezivanje kalendara događanja s Istra.hr portalom (dodana kategorija "Bike"), prilagođen prikaz na stranicama Istra-bike.com; dopunjeni podaci za prikaz biciklističkih staza, implementirani PDF dokumenti promotivnih materijala

B.2.2. Prikaz foto-galerije reorganiziran je po tematikama umjesto po geografskim parametrima.

B.2.3. Otvoren je novi segment na webu s podacima o vremenu, lokaciji održavanja tečaja, o vodičima i njihovim uslugama...

B.2.4. Aplikacija 10 pdf formata na 5 jezika najznačajnijih reportaža o Istri iz eminentnih svj. specijaliziranih revija

B.2.5. Zbog hackerskih upada na Istra-bike.com, sustavnom analizom napada i pretragom podataka weba poduzeta je nadogradnja sigurnosnih sustava host-servera te samog portala

B.2.6. Revidiran je sustav funkcioniranja weba, analiza i rad statistike i njenog prikaza; analiziran je način dolaska posjetitelja

B.2.7. Na osnovi analize posjeta i strukture weba, učinjene su promjene u strukturi, nazivima rubrika Internet stranica, preoblikovani i dopunjeni meta-tagovi, natpisi, informativni opisi

B.2.8. Potpisan ugovor s novinarom Saurom Scagliarinijem s na osnovi višegodišnja vrlo kvalitetne i plodonosne suradnje, s planom objava reportaža i članaka o Istri i cikloturizmu u Istri

B.2.9. Radi organizacije tečaja za bike-vodiče kontaktirani su brojni potencijalni partneri, sponzori te predavači; izrađena je i tiskana cjelovita brošura za tečaj (106 stranica); dogovorena je lokacija i termin održavanja tečaja

B.2.10. Brojnim kontaktima i suradnjom s Hrvatskim biciklističkim savezom dobivena je podrška istoga za ekskluzivno održavanje tečaja za bike-vodiče od strane IRTA-e. d.o.o. u suradnji s Upravnim odjelom za turizam

B.2.11. Ponovni dolazak američke agencije *Sacred Rides*

B.2.12. Nastavak izgradnje tematskog bike-parka u Pazinu

B.2.13. Ostvaren je put člana Odjela na najveći bike-sajam

B.2.14. Standardi za koordinirani razvoj cikloturizma u Istri, jedinstveni te vrste u Hrvatskoj, dopunjeni su te su za isti dobivene suglasnosti nadležnih institucija

B.2.10. Realizirana dvodnevna MTB utrka **Istria mtb Tartufi Tour**: na području: Funtana-Vrsar-Poreč (32 km), Tar-Vabriga-Mirna-Vižinada-Kaštelir (47 km),

B.1.11. Realiziran jednodnevni maraton Cannondale Parenzana 2010. Ist. toplice-Motovun-Grožnjan- Livade-Oprtalj (55 i 80 km)

B.2.12. Utrka uvrštena u Kup Hrvatske u kategoriji maraton (XCM), a u UCI kalendar u 1. kategoriji. Ukupno: **10 kategorija,**

Biciklizam je najmasovniji sport u Europi te se procjenjuje kako se tim vidom sporta i rekreacije aktivno bavi više od **600 milijuna ljudi** diljem svijeta (u Njemačkoj preko 20 mil.). Navedene brojke govore o iznimnom potencijalnom tržištu za turizam Istre, tim više što su to emitivna tržišta za istarski turizam.

Sve brojniji biciklisti u Hrvatskoj, a tako i gosti biciklisti, zahtjevaju sustavan razvoj cikloturizma, što se zaokružuje zajedničkim web-stranicama Istra-bike.com. Doneseni standardi, s naglaskom na *koordinaciju*, impliciraju veće povezivanje svih sudionika u turizmu, posebice JLS-a i lokalnih TZ-a, kako bi se sustavno podigli svi segment cikloturizma te došli do točke njegovog samoodržanja, što bi bilo zaokruženo na webu, ali i putem novog proizvoda - jedinstvene bike-brošure Istre, koja bi bila osnova za sustavnu promociju Istre na svim razinama i na svim sajmovima, što od javnog, što od privatnog segmenta turizma.

Sve to nužno će ojačati konkurentnost istarskog turizma u onom željenom segmentu - pred i posezoni, u održivom i alternativnom obliku.

<p style="text-align: center;">B. Kreiranje i usavršavanje postojećih i novih razvojnih turističkih projekata + produženje sezone</p>	<p style="text-align: center;">B.2. Razvoj cikloturizma: Cjelovit bike portal s objedinjenom ponudom bike turizma</p>	<p style="text-align: center;">Istria Valamar Terra Magica</p> <p>B.2.15. Utrka je po prvi puta organizirana kao trodnevna manifestacija, stoga su kreirane nove, atraktivne etape, sa svim popratnim materijalom.</p> <p>B.2.16. Sve informacije o utrci plasirane su na Internet stranice www.istria-bike.com, točnije putem direktnog linka na stranice: www.istria-terramagica.com</p> <p>B.2.17. Radi jače promocije utrka na novim tržištima, dan je naglasak objavama na Češkom i Mađarskom području</p> <p>B.2.18. Utrka je uvrštena u međunarodni kalendar</p> <p>B.2.19. Utrka je uvrštena u Kup Hrvatske za 2010. godinu</p> <p>B.2.20. Događaj je promoviran putem partnerskih web-portala, tematskih portala, newslettera, službenog Facebook profila...</p> <p>B.2.21. Složen sustav organizacije odrađen je u svrhu besprijekornog održavanja utrke, a kao rezultat utrka je prošla očekivano dobro uz pozitivne ocjene sudaca</p> <p>B.2.22. Prisutni novinari i vrhunski biciklisti dobili su poseban status boravka kako bi se kasnije objavili kvalitetni članci o manifestaciji i destinaciji Istri</p> <p style="text-align: center;">OI Istria MTB Tour - Parenzana Cannondale</p> <p>B.2.23. Etape su poboljšane te je obavljeno obilaženje i izrada svih popratnih materijala</p> <p>B.2.24. Objava podataka o utrci na vlastitim Internet stranicama</p> <p>B.2.25. Utrka je promovirana na ključnim Internet-stranicama novih ciljanih destinacija (mađarskim i češkim)</p> <p>B.2.26. Utrka je tradicionalno uvrštena u svjetski kalendar bicikl. utrka u najprestižnijoj 1. klasi s bogatim fondom nagrada</p> <p>B.2.27. Uvrštena je u Kup Hrvatske te kao nacionalno prvenstvo</p> <p>B.2.28. Izvršena je kvalitetna promocije (prezentacije, mailing-liste, objavama na webu i povezanim kalendarom s Istra.hr...)</p> <p>B.2.29. Cjelokupna organizacija, prema već potvrđenim visokim standardima</p> <p>B.2.30. Ugošćavanje i pratnja domaćih i inozemnih novinara</p> <p>B.2.31. Pomoglo se u organizaciji rekreativne cestovne biciklijade Parenzane u Vižinadi, partner-događaja</p> <p>B.2.32. Organizacija mini-bike sajma po uzoru na 2009.</p>	<p>Privlačenje sudionika (gostiju) iz već tradicionalnih odredišta (Hrvatska, Slovenija, Italija, Austrija...) kvalitetno se izvršava i s tom dinamikom će se nastaviti i dalje. Ove godine odlučilo se poduzeti poteze promocije utrka i Istre kao ciklo-destinacije na novim tržištima, s naglaskom na Mađarsku i Češku. Navedeno je donijelo veliko povećanje gostiju s tog područja te je potvrđeno kao dobra inicijativa kojoj će se još više pažnje posvetiti ubuduće, a vjer. primijeniti sličan pristup i za neka dodatna nova tržišta.</p> <p>Ove je godine još veći naglasak stavljen na dopunjavanje i izmjenu staza novim segmentima, čime će se povećati njena zanimljivost. Veći je naglasak stavljen i na trasu nekadašnje pruge Parenzane, koja je korištena u još većem dijelu nego prijašnjih godina.</p> <p>Iznimno loše vrijeme za obje utrke, posebice za utрку "Parenzanu", uzrok su što je rekordan broj prijavljenih sudionika smanjen na nivoe prijašnjih godina, no utrke su se svejedno održale po planu i dobile iznimne pohvale na kvaliteti organizacije, čime se utrka "Parenzana" diči nazivom "Kraljica sezone".</p> <p>Sve navedeno bitno je radi održanja dosadašnjih gostiju te prilačenje novih, što je uspješan tren koji je s 200-250 sudionika doveo do 500-tinjak, povlačeći sa sobom dodatna noćenja, planiranje godišnjih odmora na našim prostorima i ljeti, čime se ostvaruje inicijalna zamisao ovakvih projekata i manifestacija.</p> <p>U konačnici možemo reći kako se Istra sve više potvrđuje kao istinska i nezaobilazna biciklistička regija, što već vezuje, a još će više i ubuduće, spajanje biciklističkih utrka s višednevnim odmorima za cijelu obitelj.</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 projekt - Cjelovit gourmet portal</p>	<p>Portal www.istria-gourmet.com + Gourmet vodiči</p> <p>B.3.1. Aplikacija 20 pdf formata na 5 jezičnih mutacija najznačajnijih reportaža o Istri iz eminentnih svj. specijaliziranih revija</p> <p>B.3.2. Aplikacija 15 filmskih spotova (video clips) o gourmet temama Istre na pet jezičnih mutacija</p> <p>B.3.3. Aplikacija 15 pdf formata na pet jezičnih mutacija najznačajnijih istarskih reportaža u reviji PAPAGENO, VINO SI,</p> <p>B.3.4. Aplikacija Press gourmet mape Istre:5 jezičnih mutacija</p> <p>B.3.5. Realizirali smo platformu za umrežavanje istra-gourmet.com-a s ostalim istarskim destinacijskim portalima</p> <p>B.3.6. Izradili smo i aplicirali na web gourmet portal 2.000 kvalitetnih novih gourmet fotografija Istre</p> <p>B.3.7. Nakon više od dvije godine pregovora s predstavnicima Jeuness Restarateurs d'Europe konačno je postignut dogovor oko službenog uvrštenja Istre u ovu prestižnu udruhu</p> <p>B.3.8. Istarski ponajbolji restorani uvršteni su u prestižni francuski vodič Gault Millau 2010. (austrijska licenca); ukupno 22 ugostiteljska objekta; od kojih 4 nova; 6 sa 2 kapice i 16 sa 1</p> <p>B.3.9. Istarski ponajbolji restorani uvršteni su u prestižni austrijski vodič Wo isst Oesterreich 2010. ukupno 39 ugostiteljska objekta; od kojih 4 nova</p> <p>B.3.10. Ugošćeno je više od 50 specijaliziranih gourmet novinara iz cijeloga svijeta koji su publicirali isto toliko velikih reportaža o Istri (press clipping)</p>	<p>U 2010. 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.</p> <p>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.</p> <p>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 razmjerno 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.</p> <p>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>
--	--	---	---

<p style="text-align: center;">B. Kreiranje i usavršavanje postojećih i novih razvojnih turističkih projekata</p>	<p style="text-align: center;">B.3. Razvojni turistički projekt - Dani tartufa u Istri</p>	<p style="text-align: center;">Dani tartufa u Istri</p> <p>B.3.11. 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.3.12. 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.3.13. 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.3.14. 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.3.15. Izrađen je posebni, specijalni podlistak s temom Dani tartufa u Istri u suradnji s revijom Papageno</p> <p>B.3.16. Prezentirani su istarski tartufi u okviru velike humanitarne manifestacije u Piemontu - Novara</p> <p>B.3.17. Izrađeno je pet velikih reportaža u eminentnim svjetskim revijama o istarskim tartufima i projektu Izvorni tartuf/Tartufo vero</p> <p>B.3.18. 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>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 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 - Vinski turizam Vinske ceste Istre</p>	<p>Vinski turizam</p> <p>B.3.19. 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 eno-gastronomije</p> <p>B.3.20. 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.3.21. Organizirana je tradicionalna manifestacija Wine Day - Dan otvorenih vinskih podruma u Istri koju je posjetilo 13.000 posjetitelja</p> <p>B.3.22. 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.3.23. Izrađena je velika baza fotografija za potrebe gourmet portala te je ista aplicirana na specijalizirani gourmet portal</p> <p>B.3.24. 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.3.25. 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.3.26. Realiziran je specijalni workshop na temu Vino i teritorij u okviru međunarodnog sajma VINISTRA s uvažanim inozemnim predavačima, novinarima i opinion-makerima</p> <p>B.3.27. Izvršene su završne pripreme za izradu velike foto-monografije istarskih vinara pod nazivom Istarski vinski čarobnjaci u suradnji s poznatim fotografom Lupinom</p> <p>B.3.28. U tekućoj 2010. 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 uobičajen 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. 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. Projekt vinskih cesta je i u 2010. 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.3.29. 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.3.30. Istarski ponajbolji maslinari i maslinova ulja uvršteni su u jedini prestižni svjetski vodič za ponajbolja maslinova ulja na svijetu: Flos Olei u koji je uvršteno rekordnih 42 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.3.31. U istoimenom vodiču po četvrtu godinu zaredom imamo i dva maslinara koji su ušli u kategoriju TOP 20</p> <p>B.3.32. 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.3.33. Istarski ponajbolji maslinari i maslinova ulja uvršteni su u prestižno talijansko natjecanja ALMA - ARMONIA na kojemu su njih sedam osvojili prestižne nagrade ulaska u TOP 10.</p> <p>B.3.34. Organizirana je službena velika promocija novog izdanja vodiča Flos Olei sa svim nagrađenim maslinarima u Umagu, te je isto tako organizirana velika službena promocija podjele priznanja ALMA - ARMONIA sa svim nagrađenim maslinarima u Vodnjanu.</p> <p>B.3.35 Istarski ponajbolji maslinari i maslinova ulja uvršteni su u prestižni španjolski vodič o 100 najboljih maslinovih ulja na svijetu Expoliva 2010. u koji su uvrštena 5 istarska ulja</p> <p>B.3.36. Izrađene su tri velike reportaže u eminentnim i specijaliziranim svjetskim revijama o ist. maslinovom ulju i velikom uspjehu turizma maslinova ulja</p> <p>B.3.37. Realiziran je nastup i prezentacija Istre, istarskih maslinara i maslinovih ulja na uvažanim međunarodnim specijaliziranim sajamskim manifestacijama Oliocapitale u Trstu; Orogiallo u Riminiju te MedOliva u Arezzu</p> <p>B.3.38. Realiziran je, te financijski i organizacijski potpomognuta organizacija regionalnih priredbi/izložbi maslinovih ulja u Poreču, Vodnjanu, 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 prihvata 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>
--	---	--	---

<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 style="text-align: center;">Turizam maslinova ulja II</p> <p>B.3.39. 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 Flos Olei</p> <p>B.3.40. Postavljene su signalizacijske tabele na prometnicama za novo uvrštene maslinare</p> <p>B.3.41. Izrađena je velika baza fotografija za potrebe gourmet portala te je ista aplicirana na specijalizirani gourmet portal</p> <p>B.3.42. Postignut je dogovor oko snimanja velikog filma o turizmu maslinova ulja Istre s najeminentnijim stručnjakom za maslinova ulja te ujedno glavnim urednikom Flos Olei-a; gosp. Marcom Oreggia polovicom travnja 2010.</p> <p>B.3.43. Temeljem izrađenog filma o turizmu maslinova ulja Istre dodatno su kreirani video spotovi za 4 proizvođača maslinova ulja za potrebe promocije i weba</p> <p>B.3.44. U 2010. godini otvorene su 2 nove moderne uljare te 4 novih sala za degustaciju i prezentaciju maslinova ulja</p> <p>B.3.45. U 2010. 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</p> <p>B.3.46. Realiziran je nastup istarskih maslinara krajem prosinca u Rimu povodom službene promocije novog izdanja vodiča Flos Olei za predstavnike medija, ali i stručnjake iz sektora</p> <p>B.3.47. 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 Flos Olei</p>	<p>Projekt Cesta maslinova ulja je i u 2010. godini pokazao da je izuzetno vitalan projekt i da ima još jako puno prostora za nadogradnju, prije svega jer smo kao najvažniji element u razvoju cijelog projekta pridali edukaciji, koja je značajno izmijenila ustaljene navike i načine prepoznavanja i razlikovanja korektnih od nekorektnih maslinovih ulja u Istri.</p> <p>Jedna od velikih zasluga projekta je stvaranje pozitivne klime i vjeru da će maslinovo ulje u relativnom kratkom roku biti statusni simbol zdravlja i način življenja pa je sama filozofija projekta potaknula flaširanje maslinova ulja što prije nije bio slučaj. Osim toga flašira se u manjim bočicama od 2,5 dl kako bi ambalaža bila prigodna za ugostiteljske objekte. Velika pažnja posvećuje se dizajnu etikete i posebno ambalažama za poklon pakete, a samo prije dvije godine maslinovo ulje se je prodavalo na cesti i u plastičnim bocama od vode. U nastavku navodim i ostale ne manje važne realizirane ciljeve koje doprinose kvalitativnom i dugoročnom repozicioniranju i restrukturiranju Istre kao prepoznatljive turističke destinacije:</p> <ul style="list-style-type: none"> • proizvodnja kvalitetnog maslinova ulja (podizanje kvalitete proizvodnje komercijalni proboj i njegovo pozicioniranje na tržištu, kontinuirani rast izražen kvalitativno i kvantitativno, što bolji image među opinion-leaderima, stručnjaci, • proizvodnja maslinova ulja s razlikovnim i prepoznatljivim osobinama (teritorij proizvodnje, proizvodni sustav- sortiment, pedološke osobine zemljišta, prigodna ambalaža, organoleptička svojstva i plasman, • proizvodnja prepoznatljivih poznatih maslinovih ulja (konzistentnost proizvodnje i buteljiranja, primjerena tržišna pozicija u kvalitativnom i kvantitativnom smislu 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) uključenje što većeg broja kvalitetnih maslinara u projekt.
--	---	---	--

<p style="text-align: center;">C. Percepcija Istre kao prepoznatljive turističke destinacije</p>	<p style="text-align: center;">C.1. Promičžba 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 2010. 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 2010. godini zabilježeno je 2.316 gostiju iz Irske koji su ostvarili 12.778 noćenja. U odnosu na prethodne dvije godine (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 pao i do 33% u odnosu na Kunu (sa 9,96 kuna za jednu funtu 31.12.2007., na 8,07 na kraju 2010. 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 pulsnoj 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 prepoznatljive turističke destinacije</p>	<p style="text-align: center;">C.2. Parenzana – Put zdravlja i prijateljstva</p> <p>Sve predviđene aktivnosti u prvom dijelu godine realizirane su u okviru predviđene dinamike i obima: 1) Održani preduvjeti za uspješno provođenje projekta, održanje uspješnih i efikasnih međupartnerskih odnosa te u konačnosti za postizanje/ostvarenje konačnih outputa, te općih i specifičnih prekograničnih ciljeva projekta 2) Izvršavane procedure o kolanju dokumenata, načinu komunikacije i obavještavanja projektnih partnera, nadzora nad provođenjem projekta 3) zaposlen projektni asistent 4) pokrenuti su brojni planirani projektni zadaci</p> <p>Sve navedeno omogućilo je da se nastavi uspješan razvoj projekta Parenzana II - put zdravlja i prijateljstva bude okarakteriziran kao ogledni primjer implementacije projekata financiranih iz EU komisije. Projekt i dalje prati veliki interes stranih i domaćih medija, tour-operatera, udruga, sportskih klubova, što je sa sobom povuklo brojne vezane aktivnosti koje bi trebalo poticati i organizirati te usmjeravati u zajednički smjer razvoja. Upravo će navedeno biti glavni zadatak drugog dijela projekta, u kojem će se sastati Nadzorni odbor, odbor za menadžment destinacije te biti organizirana studijska putovanja, edukacije i seminari.</p> <p>Istarska županija u svojstvu vodećeg partnera u izvještajnom je razdoblju (do 31.12.2010.) bila odgovorna za davanje izvještaja, kontroliranje istih od strane projektnih partnera, što je i izvršeno.</p> <p>U periodu lipanj-listopad došlo je do imenovanja novog pročelnika te odlaska koordinатора projekta, čime je nužno bilo obaviti primopredaju. Također je, od strane Zajedničkog tehničkog tajništva projekta (u Vladi Republike Slovenije) započet proces donošenja novih obrazaca za javne natječaje, što je na određeni period usporila realizaciju. Ipak, krajem 2010. nastavljen je planirani ritam izvođenja projektnih zadataka te se očekuje realizacija projekta po planiranoj dinamici.</p>	<p>Istarska županija vodeći je partner u projektu Parenzana II - ponovno oživljavanje Puta zdravlja i prijateljstva, uz ostalih sedam partnera (Grad Poreč, Općina Vižinada, Općina Oprtalj, Grad Buje, Gradska općina Kopar, Općina Piran i Općina Izola) te je odgovorna za realizaciju cjelokupnog projekta, te je direktno ili indirektno aktivno uključena u sve procese koji se dešavaju u sklopu projekta.</p> <p>U toku 2010. godine od strane svih projektnih partnera održan je veći broj sastanaka ili su pokrenute ili odrađene brojne aktivnosti, od kojih možemo nabrojati neke: uređenje trase Lama-Dekani (slovenski dio Parenzane), odabrani izvođači za radove fotografiranja, pisanja tekstova, osmišljavanja dizajna za info-table, za izradu multimedijalne razglednice, napravljena projektna dokumentacija za prenamjenu nekadašnje škole Tribanj, održan je tečaj za bike-vodiče sa školovanjem 4 polaznika u projektu Parenzana II (budući bike-rangeri)...</p> <p>S obzirom na brojne promjene u projektu, što po pitanju odgovornih osoba ili projektnih asistenata, što po pitanju donošenja novih PRAG obrazaca, proces primopredaje i dinamika nastavka projekta unekoliko su usporeni u prijelaznom roku, no nakon toga su planiranom dinamikom nastavljene projektne aktivnosti te je očekivano njihovo normalno izvođenje u 2011. godini.</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 <i>Press clipping book-u</i>.</p>	<p>siječanj - GOURMET</p> <p>ožujak - GOURMET</p> <p>travanj - GOURMET</p> <p>travanj - GOURMET</p> <p>svibanj - GOURMET</p> <p>svibanj - GOURMET</p> <p>svibanj - GOURMET</p> <p>lipanj - GOURMET</p> <p>lipanj - GOURMET</p> <p>srpanj - GOURMET</p> <p>srpanj - GOURMET</p> <p>srpanj - GOURMET</p> <p>srpanj - GOURMET</p> <p>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; 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 lće i piće te 4 opsežne reportaže u slovenskoj reviji Vino) 6) Realizirano je 8 opsežnih reportaža u specijaliziranoj gourmet reviji Papageno koji je u 2010. 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 2010 10) Izrađen je cjelovit Press clipping book (4 tematske knjige) s objavljenim gourmet reportažama u 2010.

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 opinion-leadera obavljena su na stručan i profesionalan način. Namjera navedenih aktivnosti je jačanje svijesti o destinaciji Istre kao prepoznatljivoj 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 listopad - GOURMET listopad - GOURMET listopad - GOURMET listopad - GOURMET listopad - GOURMET listopad - GOURMET listopad - GOURMET listopad - GOURMET listopad - GOURMET listopad - GOURMET listopad - GOURMET listopad - GOURMET listopad - GOURMET listopad - GOURMET listopad - GOURMET listopad - 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) SACRED RIDES - KANADA - grupa od 12 bikera među kojima 3 novinara 2) 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 2010. godini bila su predviđena u iznosu od 2.736.205,52 kn.	Proračun je u svom nenamjenskom djelu izvršen u visini 84,94%,	Na temelju opisanih, provedenih i realiziranih aktivnosti u protekloj 2010. godini, vidljivo je da je pozicija proračuna, razdjel 5, u svom nenamjenskom djelu realizirana s 84,94%, Gotovo sve pozicije koje su imale projektni karakter realizirane su gotovo u potpunosti, osim u djelu projekta Parenzana II koja je realizirana na razini 54,78%.

8. ZAKLJUČAK/REZIME

U okviru Mandatnog programa rada za razdoblje 2005. - 2009. te Programa rada za 2010. godinu Upravni odjel za turizam Istarske županije izvršio je 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 recesiji koja se manifestirala tijekom cijele godine. Od značajnijih aktivnosti izdvajamo 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 97,7% učinkovitosti; dok je drugo trogodišnje razdoblje 2007. - 2009. realizirano s 91,7% 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 nove strategije koja bi obuhvatila razdoblje od 2013.-2020. godine.

Želimo također izdvojiti projekte 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 stručnjacima u tim sektorima. Projekt na koji se također mora skrenuti pozornost jest cikloturizam, koji je u protekle dvije godine, u suradnji s TZ Istarske županije te IRTA-om d.o.o., ostvario nekoliko razvojnih projekata koji do tada nisu postojali u Hrvatskoj, a koji dokazuju da i dalje jesmo vodeći u ovim oblicima. Ti projekti zaokružuju dugogodišnja nastojanja razvoja ovog projekta i temelje za njegov koordinirani daljnji razvoj. Možemo reći da ćemo unutar idućih godinu dana imati zaokružen cikloturistički proizvod kojim će se svi moći koristiti te će ga svi moći i promovirati na adekvatan način.

UO za turizam je zajedno s Turističkom zajednicom Istarske županije aktivno sudjelovao u pripremi, praćenju i odvijanju turističke sezone. Temeljem planiranih zadataka i ostvarenih ciljeva, a u okviru djelokruga Upravnog odjela za turizam turističku 2010. godinu ocjenjujem uspješnom turističkom sezonom poglavito ako znamo kakve su bile najave na samom početku godine gdje se raspravljalo i o mogućem 20% minusu. Predsezona je doista podbacila, ali je zato glavna sezona nadoknadila taj zaostatak. Sveukupno smo ostvarili preko 2,6 milijuna registriranih dolazaka te 17,7 milijuna ostvarenih noćenja; što predstavlja za 1% slabiji rezultat u dolascima i u noćenjima u odnosu na godinu prije. Pored navedenog, Istra je kao i proteklih godina zadržala i učvrstila primat najrazvijenije turističke regije Hrvatske, kako u kvalitativnom tako i kvantitativnom smislu.

U drugoj polovici 2010. godine pokrenuta je inicijativa u okviru UO za turizam IŽ da se u narednom razdoblju isti aktivnije uključi u pripremu i kandidiranje projekata za financiranje iz predpristupnih, strukturnih i kohezijskih fondova EU, što bi trebalo obilježiti rad odjela u narednim godinama. U tom smislu, UO za turizam je intenzivirao suradnju s Upravnim odjelima za međunarodnu suradnju i za kulturu IŽ, kao i s Agencijom za ruralni razvoj IŽ, koji se već više godina bave ovom tematikom.

Također, UO za turizam IŽ se krajem godine aktivno uključio u koordinaciju aktivnosti po pitanju provedbe Zakona o turističkom zemljištu usvojenog u srpnju 2010. godine.

UO za turizam IŽ vodeći je partner projekta *Parenzana II – Ponovno oživljavanje puta zdravlja i prijateljstva*, uz hrvatske i slovenske partnere, a koji se financira iz predpristupnog fonda IPA – Program prekogranične suradnje Slovenija Hrvatska 2007.-2013.