

ISTARSKA ŽUPANIJA	MANDATNO I GODIŠNJE PLANIRANJE I IZVJEŠĆIVANJE	Klasa: 334-01/06-01/08
		Urbroj: 2163/1-06-01-2
		Datum: 17-03-2006
		Str. 1 od 48

IZVJEŠĆE O RADU UPRAVNOG ODJELA ZA TURIZAM ISTARSKE ŽUPANIJE U 2005. GODINI

1. OCJENA PROČELNIKA O RADU UPRAVNOG ODJELA

Upravni odjel za turizam i trgovinu Istarske županije je u okviru Programa rada za 2005. godinu izvršio postavljene odrednice i zadatke u okviru svoje nadležnosti. To su prije svega projektni zadaci koji imaju za cilj unapređenje postojećih razvojnih turističkih projekata ali i kreiranje novih, sukladno našem određenju o održivom i odgovornom razvoju. U skladu s time gotovo su sve pripremne aktivnosti i projekti izvršeni na vrijeme i bez većih odstupanja tako da je nastavljen kvalitativni kontinuitet iz prethodnih godina. Od značajnijih aktivnosti izdvajam prije svega projekt **Ceste maslinova ulja Istre** koji je po svom karakteru, značenju i važnosti pokrenuo novu kulturu i revalorizaciju maslinarstva u Istri, a po svojim učincima u inozemstvu nadilazi sve dosad realizirane projekte u Istri, jer smo uvrstili deset maslinara i maslinovih ulja u jedini svjetski vodič najboljih maslinovih ulja s provjerenom kvalitetom na svijetu.

Želio bih također izdvojiti Program poticanja malog i srednjeg poduzetništva kroz projekt **Mali obiteljski hoteli i pansioni** koji su u 2005. afirmirali nekoliko kvalitetnih objekata. Nadalje, aktivno provođenje postupka izrade strateškog dokumenta za budući razvoj turizma pod nazivom **Master Plan razvoja turizma Istre 2004.-2012. (7 turističkih područja)**, te sve aktivnosti koje su povezane s početkom implementacije tog dokumenta, zatim **Sustav poticaja kvalitete** kao komplementarni projekt Master planu, a s osnovnim ciljem pokretanja novog razvojnog ciklusa te mnogobrojne razvojne turističke projekte.

Upravni odjel za turizam i trgovinu Istarske županije je zajedno s Turističkom zajednicom Istarske županije aktivno sudjelovao u pripremi, praćenju i odvijanju turističke sezone. Turističku 2005. temeljem planiranih zadataka i ostvarenih ciljeva, a u okviru djelokruga Upravnog odjela za turizam i trgovinu ocjenjujem izuzetno uspješnom turističkom sezonom. Ostvarili smo 2,6 milijuna registriranih dolazaka te gotovo 17,5 milijuna ostvarenih noćenja; što predstavlja za 3% bolji rezultat u odnosu na prošlu godinu, dok su financijski učinci u privatnom sektoru još dodatno bolji u usporedbi s prošlom godinom.

Sveukupno na svim razinama turizma ostvarili smo bolje rezultate nego prethodne godine, no ono što daje posebnu težinu cijelom rezultatu jest činjenica da su se pripreme odvijale na izuzetno zahtjevnom i *ranjenom* turističkom tržištu. Uz to većina nama konkurentskih destinacija ostvarile su minuse u odnosu na prethodnu godinu. Istra je u tom smislu zadržala i učvrstila primat najrazvijenije turističke regije Hrvatske, kako u kvalitativnom tako i kvantitativnom smislu.

Nadležni član Županijskog poglavarstva: _____

v.d. Pročelnika: _____

ISTARSKA ŽUPANIJA	MANDATNO I GODIŠNJE PLANIRANJE I IZVJEŠČIVANJE	Klasa: 334-01/06-01/08
		Urbroj: 2163/1-06-01-2
		Datum: 17-03-2006
		Str. 2 od 48

2. ORGANIZACIJSKA I FUNKCIONALNA STRUKTURA UPRAVNOG ODJELA

Upravni odjel za turizam i trgovinu zapošljava 3 djelatnika:

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

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

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

Pionirska 1/a,
52440 Poreč

Tel 052 / 452 500 i na

Fax 052 / 452 811,

e-mail: turizam@istra-istria.hr

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

Također se djelatnici mogu kontaktirati na e-mail adrese:

denis.ivosevic@istra-istria.hr

edi.akilic@istra-istria.hr

doris.velenik@istra-istria.hr

.

ISTARSKA ŽUPANIJA	MANDATNO I GODIŠNJE PLANIRANJE I IZVJEŠČIVANJE	Klasa: 334-01/06-01/08
		Urbroj: 2163/1-06-01-2
		Datum: 17-03-2006
		Str. 3 od 48

3. ADMINISTRATIVNI POKAZATELJI

3.1. ZAPRIMLJENI PREDMETI

Klasifikacijska oznaka	Broj predmeta
012-03	2
013-02	4
021-04	29
023-01	11
030-01	3
030-03	1
031-06	1
080-02	1
113-03	1
130-03	1
301-01	1
320-01	2
330-01	1
334-01	40
342-01	5

ISTARSKA ŽUPANIJA	MANDATNO I GODIŠNJE PLANIRANJE I IZVJEŠČIVANJE	Klasa: 334-01/06-01/08
		Urbroj: 2163/1-06-01-2
		Datum: 17-03-2006
		Str. 4 od 48

351-01	1
400-05	2
400-06	1
400-08	1
402-01	2
403-01	1
406-01	1
406-08	2
500-01	1
550-01	2
610-02	1
620-01	2
650-01	5
810-01	1
910-01	4
920-02	1
960-03	45
113-03	2
UKUPNO	179

ISTARSKA ŽUPANIJA	MANDATNO I GODIŠNJE PLANIRANJE I IZVJEŠČIVANJE	Klasa: 334-01/06-01/08
		Urbroj: 2163/1-06-01-2
		Datum: 17-03-2006
		Str. 5 od 48

3.1. RIJEŠENI PREDMETI	
Klasifikacijska oznaka	Broj predmeta
012-03	2
013-02	4
021-04	29
023-01	11
030-01	3
030-03	1
031-06	1
080-02	1
113-03	1
130-03	1
301-01	1
320-01	2
330-01	1
334-01	38
342-01	5
351-01	1
400-05	2

ISTARSKA ŽUPANIJA	MANDATNO I GODIŠNJE PLANIRANJE I IZVJEŠČIVANJE	Klasa: 334-01/06-01/08
		Urbroj: 2163/1-06-01-2
		Datum: 17-03-2006
		Str. 6 od 48

400-06	1
400-08	1
402-01	2
403-01	1
406-01	1
406-08	2
500-01	1
550-01	2
610-02	1
620-01	2
650-01	5
810-01	1
910-01	4
920-02	1
960-03	45
113-03	2
UKUPNO	177

ISTARSKA ŽUPANIJA	MANDATNO I GODIŠNJE PLANIRANJE I IZVJEŠČIVANJE	Klasa: 334-01/06-01/08
		Urbroj: 2163/1-06-01-2
		Datum: 17-03-2006
		Str. 7 od 48

4. REALIZACIJA NEPOSREDNIH ZADATAKA/ OCJENA PROVEDENIH PLANIRANIH AKTIVNOSTI

ZADATAK	STUPANJ REALIZIRANOSTI	OBRAZLOŽENJE
<p>A.1. Implementacija i monitoring Master plana razvoja turizma Istre 2004.-2012.</p> <p>A.1.1. u periodu od 15.-21.ožujka 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.1.2. nakon navedenih aktivnosti izrađena je analiza provedbe Master plana po clusterima s detaljnim prikazom udjela i stupnja realizacije po pojedinim nositeljima (JLS, lokalne i županijska TZ, Privatni sektor, ostali nositelji). 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.1.3. izrađeno je nekoliko različitih modularnih power point prezentacija Master plana razvoja turizma Istre u nekoliko jezičnih mutacija koji su prilagodljivi i lako izmjenjivi obzirom na strukturu publike koja sluša, pa je tako u protekloj godini izvršeno:</p> <p>A.1.4. prezentacija grupaciji investitora iz Europe od strane Hypo banke (4. veljače)</p> <p>A.1.5. prezentacija polaznicima Cesar Ritz College-a na studijskom putovanju na Brijunima, (5. travnja)</p> <p>A.1.5. prezentacija povodom održavanja kongresa Jadransko-Jonske inicijative u Budvi (28.travnja)</p> <p>A.1.6. prezentacija grupaciji investitora iz Europe od strane Hypo banke (6. lipnja)</p>	<p>Sve aktivnosti u sklopu zadatka pod A.1. u potpunosti su izvršene u okviru zadanih odrednica.</p>	<p>Radi što kvalitetnije provedbe Master plana razvoja turizma Istre, Istarska županija osnovala je Savjet za turizam, strateško tijelo na regionalnoj razini koje sačinjavaju predstavnici Istarske županije na čelu sa Županom i resornim članovima Poglavarstva, Gradonačelnici i Načelnici najvećih gradova i općina Istre, Predsjednici uprava najvećih hotelsko-turističkih kompanija Istre, kao i predstavnici TZIŽ, Obrtničke i Gospodarske komore te UHPA-e za područje Istre.</p> <p>U narednom periodu Savjet za turizam Istarske županije donijeti će plan prioriternih aktivnosti po pitanju provedbe Master plana u sljedećem trogodišnjem razdoblju. Osnova za definiranje navedenog plana aktivnosti nalazi se u dijelu Master plana pod nazivom Implementacija gdje su sadržani svi "zadaci" po vrsti, području provedbe, nositeljima, prioritetu, riziku, financijskoj vrijednosti, razdoblju i fazama provedbe i sl.</p> <p>Naše područje interesa posebno se odnosi na zadatke označene s "najvišim prioritetom", posebno po pojedinim turističkim mikro-područjima, tzv. Clusterima, te na one koji se odnose na kompletno područje Istre kao turističke destinacije.</p>

ISTARSKA ŽUPANIJA	MANDATNO I GODIŠNJE PLANIRANJE I IZVJEŠČIVANJE	Klasa: 334-01/06-01/08
		Urbroj: 2163/1-06-01-2
		Datum: 17-03-2006
		Str. 8 od 48

<p>A.1.7. 2. sjednici Savjeta za turizam IŽ, (20.rujna), A.1.8. prezentacija predstavnicima razvojnih agencija Slovenije na susretu u IDA-i u Puli, (30.rujna) A.1.9. sudionicima kongresa Interreg projekta Adria-tur u hotelu Histria u Puli (7.studenog) A.1.10. prezentacija Savjetu za turizam G. Novigrada (29.studenog) A.1.11. dana 20.rujna u Poreču je održana 2. sjednica Savjeta za turizam Istarske županije (prezentacija Master plana, Istarske razvojne turističke agencije te ocjena turističke sezone) A.1.12. u periodu od 2.-8.studenog izvršen je set prezentacija predstavnicima strateškog tijela (Gradonačelnici/Načelnici, Predsjednici uprava, direktori TZ-a) po clusterima gdje je prezentirana dinamika implementacije nalaza i postavki iz Master plana razvoja turizma Istre A.1.13. paralelno s gore održanim sastancima na istim tijelima doneseni su zaključci oko zajedničke izrade plana provedbe prioriternih aktivnosti koje proizlaze iz Plana implementacije MP-a te pokrenuta inicijativa osnivanja Klubova konkurentnosti na razini clustera A.1.14. dana 15.studenog na Koordinaciji predsjednika uprava hotelsko-turističkih poduzeća pri Hrvatskoj udruzi poslodavaca izvršena je prezentacija dvaju projekata koji proizlaze iz Master plana razvoja turizma Istre:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ISTRA BIKE - WEB SUSTAV ISTRE 		<p>Uz navedeno tijelo, osnovana je IRTA-e d.o.o. - Istarska razvojna turistička agencija čije su osnovne zadaće prezentiranje i provedba najvažnijih nalaza MP-a, kvalitetno povezivanje privatnog i javnog sektora, te kreiranje inovativnih turističkih proizvoda i provedba drugih projekata važnih za budući razvoj turizma <i>Istre</i>.</p> <p>Povezivanje i suradnja privatnog i javnog sektora koji se isprepliću i prate u svim segmentima turističke ponude - od kreiranja zabave, rekreacijskih i hobističkih zona do napose definiranja prostornih planova koji će pratiti turističke potrebe područja, izgradnju kvalitetne infrastrukture i drugo ključne su i suštinske karike ovog dokumenta. Istodobno, ukupni razvoj privatnog sektora bez dogovora s javnim i obrnuto o ključnim pitanjima nije moguć.</p> <p>Sukladno Master planu, budući razvoj temeljiti će se prije svega na podizanju kvalitete postojećih objekata, odnosno na njihovom restrukturiranju, što ne znači da neće biti izgradnje novih objekata. Uz to svaki će se cluster opredijeliti za određene turističke sektore koji će biti dominantni u njegovoj turističkoj ponudi.</p> <p>Uz klasičnu ponudu "sunca i mora", svaka destinacija odabrat će određeni broj sektora u kojima će se specijalizirati i natjecati sa sličnim destinacijama na Mediteranu. Ovaj model razvoja posebnu pozornost posvećuje zaštiti okoliša i podizanju kvalitete života stanovništva pojedine destinacije.</p>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

A.3. Sufinanciranje kreditnih linija za poticanje malog poduzetništva u turizmu**A.3.1. Kreditna linija "Sad je ura" (HAAB; kta od 5,5 ili 7,5%):**

A.3.1.1. Uredno izvršavanje uplata sufinanciranih kamata, a po osnovi poticanja/kreditiranja obiteljskog turizma. Projekt započet 2000. g. Kreditna linija sa Hypo Alpe Adria Bank d.d. – Zagreb

A.3.1.2. Permanentna komunikacija s bankom u cilju pravovremene i učinkovite suradnje i djelovanja

A.3.1.3. Obilazak gradilišta, foto-dokumentacija, snimka stanja te ocjena stanja na terenu

A.3.1.4. Verifikacija pridržavanja uvjeta o namjeni kredita, dinamika izvršavanja i realizacije projekta.

A.3.1.5. Ponovni obilazak gradilišta kod onih korisnika kredita koji nisu kvalitetno odgovorili na upitnik o realizaciji kreditnih sredstava i njihovoj namjeni

A.3.1.6. Savjetodavna uloga u smislu pravne i stručne pomoći korisnicima kredita (Master plan, Sustav poticaja kvalitete)

A.3.2. Kreditna linija Malo poduzetništvo u turizmu u suradnji s IDA-om (Erste i OTP banka; kta 5,3%):

A.3.2.1. Zaključno s 30.studenim zaprimljeno je 58 zahtjeva u kojima se traži 57,3 milijuna kuna

A.3.2.2. Izvršeni su obilasci svih kandidata te su svaki put pripremljena izvješća za komisiju

A.3.2.3. Komisija se do sada sastajala 7 puta i odobrila je 37 projekata u visini od 45,6 milijuna kuna; ostali zahtjevi su odbijeni jer se ne uklapaju u osnovne kriterije ove kreditne linije

U sklopu projekta povodi se kontinuirano praćenje realizacije cijelog projekta putem anketnih upitnika i obilazaka gradilišta, a s ciljem verifikacije namjenskog korištenja subvencioniranih kreditnih sredstava te praćenja dinamike realizacije projekata.

Aktivnosti u sklopu zadatka pod A.2. nastavljaju se provoditi i u sljedećoj 2006. godini.

U projekciji prostornog i gospodarskog razvoja Istre u narednom srednjoročnom razdoblju prevladava ocjena odnosno stav da postojeće turističke kapacitete treba kvalitetno podizati na viši nivo, da treba sadržajno obogaćivati turističku ponudu te se uglavnom ne predviđa veliki porast broja kapaciteta.

Prema nalazima i postavkama iz Master plana do 2012. godine, predviđa se ukupan kapacitet od oko 254.000 smještajnih jedinica, što predstavlja povećanje za oko 30.000. Navedene promjene predviđene su u sklopu Razvojnog modela restrukturiranja i repozicioniranja Istre u visoko kvalitetnu turističku regiju Mediterana.

Naime, uz ulaganja u kvalitetu smještaja, planira se također pristupiti izmjeni strukture smještajnih kapaciteta. Najvažniji aspekt u izmjeni strukture je da će se značajno povećati smještajne jedinice u osnovnim kapacitetima, te proporcionalno tome smanjiti iste u komplementarnim, prije svega u kampovima.

U tom smislu povećati će se udio kvalitetnih malih hotela i pansiona, te stancija i ruralnih kuća za odmor visoke kvalitete, nauštrb velikih zdanja niske kvalitete. Osim smanjenja kampova u apsolutnim vrijednostima, poticati će se razvoj malih butik kampova posebno onih koji su tematski određeni (obiteljski, sport, eko i dr.)

ISTARSKA ŽUPANIJA	MANDATNO I GODIŠNJE PLANIRANJE I IZVJEŠĆIVANJE	Klasa: 334-01/06-01/08
		Urbroj: 2163/1-06-01-2
		Datum: 17-03-2006
		Str. 10 od 48

<p>A.3.2.4. Od navedenih projekata; do sada ih je realizirano 15 u iznosu od 15 milijuna kuna, 7 je još u obradi, a 15 ih je odbijeno na kreditnim odborima banaka ili su u međuvremenu odustali</p> <p>A.3.3. 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%):</p> <p>A.3.3.1. Uslijed velikog broja pristiglih zahtjeva te odluke Povjerenstva po kojoj se kao kriteriji za odabir projekata utvrđuju: proizvodna djelatnost, izvozni karakter te novo zapošljavanje; dio zahtjeva po Kreditnoj liniji poduzetnik 3% koji se odnose na projekte u turizmu preusmjeren je na obradu u UO za turizam</p> <p>A.3.3.2. Ukupan broj preuzetih zahtjeva bio je 56 a tražilo se 118,8 milijuna kuna; od toga; 20 je odbijeno, 1 je odustao, 27 je podržano i upućeno u banke na obradu po programu Poticaj za uspjeh (9 u program Pod stoljetnim krovovima a 18 u Male hotele i pansione), 8 ih je preusmjereno u kreditnu liniju pod A.2.3.</p>		<p>.</p> <p>Sve to otvara prostor i potvrđuje ispravnost naše teze oko poticanja razvoja kvalitetnih smještajnih kapaciteta koji mogu odgovoriti na nove trendove kao što su kvaliteta smještaja, kvaliteta odnosa prema gostu, te kvalitetni novi sadržaji.</p> <p>U slučaju malih hotela i pansiona, sugerirana veličina koja je uobičajena za takav objekt je od 20-80 postelja, a tehnološki ga može voditi jedna ili dvije obitelji. U pogledu butik kampova, preporuča se da njihova veličina ne bude preko 100 parcela te da budu opremljeni raznovrsnim bazenima, te ponudom koja je prilagođen klijenteli koja u njemu boravi.</p> <p>Isto tako, ističemo našu preporuku da se posebna pažnja posveti selektivnim oblicima ponude; posebnim programima u okviru objekta koji će doprinijeti selektiranju i profiliranju odnosno stvaranju imidža svakog objekta i programa posebno (bike, sport, wellness, obiteljski, poslovni i sl.).</p>
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

ISTARSKA ŽUPANIJA	MANDATNO I GODIŠNJE PLANIRANJE I IZVJEŠĆIVANJE	Klasa: 334-01/06-01/08
		Urbroj: 2163/1-06-01-2
		Datum: 17-03-2006
		Str. 11 od 48

<p>B.1.</p>	<p>Razvoj vinskog turizma (Vinske ceste Istre)</p> <p>B.1.1. Obilazak podruma uključenih u projekt (temeljem kriterija iz Pravilnika o vinskim cestama), a radi verifikacije pridržavanja i unaprjeđivanja kvalitete i kontinuiteta u projektu Vinskih cesta Istre</p> <p>B.1.2. Obilazak novih, potencijalnih podruma, (9 vinskih podruma sa područja bujštine i poreštine) slanje uzoraka vina na organoleptičku analizu, preporuke i ocjena za uređenje sale za degustaciju te prodajnih punktova</p> <p>B.1.3. Pripremljen je nacrt prijedloga za kategorizaciju vinskih itinerera u Istri + isti je poslan na usuglašavanje s predstavnicima Vinistre</p> <p>B.1.4. Priprema teksta, foto-snimaka i korektura draft materijala za tisak Vinske karte Istre + objava Vinske karte Istre na Internet stranice</p> <p>B.1.5. Izvršena kvalitetna promocija (sajmovi, tiskovne konferencije, prezentacije, vođene degustacije) Sajmovi: Vinaustria – Salzburg; Vinitaly – Verona; Salone del vino – Torino; Expo dei sapori – Milano; Meraner weinfestival, Vinistra – Poreč, Livade – Sajam poljoprivrednih proizvoda</p> <p>Prezentacije: Zagreb, London, Beč</p> <p>B.1.6. Servisiranje i pratnja domaćih i inozemnih novinara u obilasku, posjetima i degustacijama istarskim vinskim cestama</p> <p>B.1.7. Savjetodavna uloga u smislu stručne pomoći vinarima i ugostiteljima (stručni časopisi, savjeti, trendovi u eno-gastronomiji itd.)</p> <p>B.1.8. Prisustvovanje na važnim inozemnim ali i domaćim kongresima odnosno seminarima iz područja vinarstva i marketinga u vinskom turizmu</p>	<p>Projekt je u potpunosti izvršen prema zacrtanim smjernicama projektnog zadatka, a koje su navedene u Programu rada za 2005. godinu.</p>	<p>Cijeli projekt sastoji se u izboru 100 ponajboljih vinara diljem Istre. Osnovni kriterij pri izboru najboljih vinara temelji se na izrađenom Pravilniku o vinskim cestama Istre. Za pristupanje u projekt potrebno je zadovoljiti slijedeće kriterije: Vinski podrum - prema uputama iz Pravilnika o vinskim cestama Istre; Vino - organoleptička analiza; kriterij srebrne medalje; Vinar - upisnik u registar proizvođača vina</p> <p>Vinske ceste Istre predstavljaju prvi razvojni turistički projekt s kojim smo se odmaknuli od obale te pokušali turističke 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 6 vinskih cesta s ukupno 94 vinara, koje su objedinjene u Vinskom atlasu Istre. U navedenom vinskom atlasu jasno i mjerljivo je izvršena diversifikacija vinara na način da je njih pedeset označeno sa zastavicom što znači da predstavljaju kvalitetne vinare, dok je preostalih 44 označeno s bačvicom što označava da postoji još podosta segmenata u kojima vinari mogu unaprijediti svoj itinerer.</p> <p>Da je tome tako potvrđuje i činjenica da se iz svih vinorodnih dijelova Hrvatske javljaju vinari i stručnjaci iz sektora vinarstva kako bi se upoznali s učinjenim u Istri te na taj način pokušali slični ili isti model primijeniti i u njihovim regijama.</p>
--------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

ISTARSKA ŽUPANIJA	MANDATNO I GODIŠNJE PLANIRANJE I IZVJEŠĆIVANJE	Klasa: 334-01/06-01/08
		Urbroj: 2163/1-06-01-2
		Datum: 17-03-2006
		Str. 12 od 48

<p>B.1.</p>	<p>Razvoj vinskog turizma (Dan vina/Wine day 2005.)</p> <p>B.1. 9. Animiran je velik broj vinara da se uključe u projekt</p> <p>B.1.10. Izrađen prospekt odnosno promotivni letak</p> <p>B.1.11. Objavljen na Internet stranice www.istra.hr</p> <p>B.1.12. Izvršena kvalitetna promocija (sajmovi, tiskovne konferencije, prezentacije, mailing)</p> <p>Sajmovi: Vinaustria – Salzburg; Salone del vino – Torino; Vinitaly – Verona; Expo dei sapori – Milano</p> <p>B.1.13. Prezentacije: Zagreb, London, Beč</p> <p>B.1.14. 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 2005. godinu.</p>	<p>Wine Day - dan otvorenih vinskih podruma je projekt koji se izravno veže i predstavlja logičan slijed razvoja vinskih cesta Istre. Datum obilježavanja svjetskog dana vina svake godine se mijenja, no uvijek je to posljednja nedjelja u mjesecu svibnju.</p> <p>Namjera projekta je da se vinski podrumi otvore za posjet našim gostima te time približi na neposredan način kulturno-povijesno nasljeđe i tradicija vinarstva u Istri.</p>
<p>B.1.</p>	<p>Razvoj vinskog turizma (Birana istarska vina)</p> <p>B.1.15. Selekcija ponajboljih istarskih vinara za potrebe prezentacije u novoj brošuri o vinskom turizmu u Istri</p> <p>B.1.16. Priprema tekstova, njihov prijevod na četiri jezične mutacije, izrada ilustracija te foto priloga za prospekt</p> <p>B.1.17. ispunjavanje osobne iskaznice pojedinog vinara i info kartona s svim tehničkim pokazateljima potrebnim za razumijevanje vinskog itinerera</p> <p>B.1.18. Tisak i objava prospekta na strane www.istra.hr</p> <p>B.1.19. Izvršena kvalitetna promocija/tiskovna konferencija sa svim vinarima povodom izlaska iz tiska prve takve brošure</p> <p>B.1.20. Izvršena kvalitetna promocija (sajmovi, tiskovne konferencije, prezentacije, mailing)</p> <p>Sajmovi: Expo' dei sapori – Milano; Salone del vino - Torino; Zagreb – Vinoteka Bornstein; Prezentacija brošure u Beču i Londonu; Meraner wein festival - Merano</p>	<p>Projekt je u potpunosti izvršen prema zacrtanim smjernicama projektnog zadatka, a koje su navedene u Programu rada za 2005. godinu.</p>	<p>Brošura Birana istarska vina je zamišljena kao kvalitetan info materijal koji je usmjeren prema target-oriented publici koja je zahtjevnija i koju trenutno ne zadovoljava publikacija Vinski atlas Istre. To su prije svega nakladnici, novinari, specijalisti iz sektora, opinion-makeri, uvoznici istarskih vina, te svi oni koji imaju kvalitetna znanja o vinu i gastronomiji uopće, a koji od nas traže kvalitetnije i učinkovitije informacije naspram puke turističke brošure poput Vinskog atlasa Istre.</p> <p>Materijal je zamišljen da na kvalitetan način predstavi dostignuća na području vinarstva u Istri, te da dodatno motivira vinare koji će ući u selekciju da nastoje na svom putu prema afirmaciji Istre u vinskom svijetu zajedno sa nama. Vinski atlas je i nadalje potrebna publikacija za dijeljenje i širu masu, sajmovi, međutim nema mogućnost kvalitetnijeg prikaza ili još bolje izdvajanja najznačajnijih itinerara/vinara.</p> <p>S tim u vezi publikacija se dijelila isključivo biranoj publici, od kojih bi naknadno image Istre kao vinske destinacije i sami vinari mogli realizirati višestruke učinke.</p>

ISTARSKA ŽUPANIJA	MANDATNO I GODIŠNJE PLANIRANJE I IZVJEŠĆIVANJE	Klasa: 334-01/06-01/08
		Urbroj: 2163/1-06-01-2
		Datum: 17-03-2006
		Str. 13 od 48

<p>B.2.</p>	<p>Razvoj gastro turizma (Gastro vodiči)</p> <p>B.2.1. Obavljen prvi i drugi krug finalnih razgovora i pripremnih radnji oko uvrštavanja Istre u poznati gastro i hotelski vodič Veronelli 2006.</p> <p>B.2.2. Inspekcijski pregledi, obilazak, ocjenjivanje i selekcija ponajboljih istarskih restorana</p> <p>B.2.3. Ispunjavanje tipskih tablica za unos svih potrebnih podataka prema standardu Veronelli</p> <p>B.2.4. Odabir prema kriterijima Veronelli + najuži izbor od 24 istarskih restorana</p> <p>B.2.5. Obavljen prvi i drugi krug finalnih razgovora te obilazaka potencijalnih kvalitetnih istarskih ugostiteljskih objekata oko uvrštavanja u gastro vodič Gault Millau 2006.</p> <p>B.2.6. Inspekcijski pregledi, obilazak, ocjenjivanje i selekcija ponajboljih istarskih restorana</p> <p>B.2.7. Ispunjavanje tipskih tablica za unos svih potrebnih podataka prema standardu Gault Millau</p> <p>B.2.8. Odabir prema kriterijima Gault Millau + najuži izbor od 11 istarskih restorana</p> <p>B.2.9. Ispunjavanje tipskih tablica za unos svih potrebnih podataka prema standardu Wo isst Oesterreich 2006.</p> <p>B.2.10. Odabir prema kriterijima Wo isst Oesterreich + najuži izbor od 18 istarskih restorana</p> <p>B.2.11. Obavljen prvi i drugi krug finalnih razgovora i pripremnih radnji oko uvrštavanja Istre u poznati gastro vodič Gallimard 2006.</p> <p>B.2.12. Inspekcijski pregledi, obilazak, ocjenjivanje i selekcija ponajboljih istarskih restorana, hotela, vinarija, maslinarskih itinerara te specijaliziranih eno-gastro trgovina</p>	<p>Projekt je u potpunosti izvršen prema zacrtanim smjernicama projektnog zadatka, a koje su navedene u Programu rada za 2005. godinu.</p>	<p>Obzirom na činjenicu da Istra već osmu godinu zaredom postiže kvalitativne pomake u razvoju i promociji autohtonih istarskih gastro proizvoda te konstantno unaprjeđuje ponudu, servis i cjelokupnu kvalitetu u ugostiteljstvu, vidljivi su značajni pomaci u ukupnom podizanju kvalitete eno-gastronomije Istre ali isto tako i u percepciji naših gostiju, koji Istru sve više prepoznaju kao kvalitetnu eno-gastro destinaciju.</p> <p>Ove smo godine potvrdili našu nazočnost po treći puta zaredom u uvaženom francusko-austrijskom gastro vodiču Gault Millau, kao i u vodiču Wo isst Oesterreich, čiji glavni urednik je jedan od najpoznatijih austrijskih stručnjaka i pisaca o gastronomiji, gosp. Christoph Wagner.</p> <p>Nakon jednogodišnje pripreme (preliminarni kontakti, pripremni razgovori i sama realizacija projekta urodila je po prvi puta uvrštenjem istarskih ponajboljih restorana u prestižni gastro vodič I ristoranti di Veronelli (ukupno 24 restorana). Samo uvrštenje je utoliko značajnije imamo li na umu činjenicu da je Istra pored Canton Ticina iz Swiss jedina regija izvan Italije koja je uključena u projekt. Prema unaprijed određenom rasteru, upitniku i kriterijima uvrštenja, izvršili smo najužu selekciju i popisali kandidate koji su zadovoljili kriterije.</p> <p>Osim toga nastavili smo pregovore i s najeminentnijom izdavačkom kućom Michelin – guide rouge, gdje bi prema procjenama odgovornih u istoimenoj kući u 2006. godini mogli biti po prvi puta uvršteni. Osim toga ove je godine po prvi puta Hrvatska uvrštena u njihov turistički vodič; tzv. zeleni vodič.</p>
--------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

ISTARSKA ŽUPANIJA	MANDATNO I GODIŠNJE PLANIRANJE I IZVJEŠĆIVANJE	Klasa: 334-01/06-01/08
		Urbroj: 2163/1-06-01-2
		Datum: 17-03-2006
		Str. 14 od 48

<p>B.2.</p>	<p>B.2.13. Obavljen prvi i drugi krug pripremnih razgovora oko uvrštavanja Istre u gastro vodič Michelin 2007.</p> <p>B.2.14. Ugostili smo jedini gastro Univerzitet/Akademiju na svijetu iz Pollenza (Ita); u okviru suradnje sa međunarodnim udruženjem Slow food, četverodnevni boravak u Istri (docenti i studenti) na upoznavanje i predavanja o posebnostima tipičnih eno i gastro proizvoda iz Istre</p> <p>B.2.15. Obavljen prvi krug pripremnih razgovora s Udruženjem mladih kuhara Europe (s Predsjednikom Moreno Cedroni) oko proširenja navedene institucije i na Istru/Hrvatsku</p> <p>B.2.16. Izrađen je cjelovit Press clipping book s objavljenim gastro reportažama u 2005. godini.</p> <p>B.2.17. Obilazak i ocjena postojećih i novih ugostiteljskih objekata za potrebe vodiča Gastro Istra</p> <p>B.2.18. Izvršena kvalitetna promocija (sajmovi, tiskovne konferencije, prezentacije, mailing)</p> <p>Sajmovi: Expo dei saporì – Milano; Alba Qualita'- Alba; Country life – Modena; Prezentacije: Zagreb, Ljubljana, Verona, Bari, Milano</p> <p>B.2.19. Savjetodavna uloga u smislu stručne pomoći ugostiteljima (stručni časopisi, savjeti, trendovi u gastronomiji te pod-projekti u okviru značajnih razvojnih projekata itd.)</p> <p>B.2.20. Servisiranje i pratnja domaćih i inozemnih novinara u izradi gastro reportaža: francuska nacionalna TF 1, francuska TV 5, francuska Voyages frances, ARD, BR, Washington post, NY Times, Food & Drink magazine, Suedeut. Zeitung, Kleine zeitung, Reuters, Papageno, Istrien Magazin, Mediterraneo, Playboy hr, slo, deut,</p>		<p>Isto tako po prvi puta Istra se predstavlja u poznatome turističko-gastronomskome vodiču Gallimard. Predstavljeno je izdanje najboljih malih, boutique hotela, tipičnih restorana, najznačajnijih vinarija, maslinarskih itinerera kao i specijaliziranih trgovina. Time je značajan dio aktivnosti usmjeren ka otvaranju novih tržišta, u ovom slučaju francuskog.</p> <p>Kao rezultat prošlogodišnjih aktivnosti u promicanju Istre kao značajne gastro destinacije, ove smo godili uspjeli realizirati nekoliko izuzetno značajnih gastro reportaža o Istri što je i navedeno pod točkom B.16., te pohranjeno u gastro press clippingu za 2004. godinu. Gastro vodič Istre predstavlja razvojni turistički projekt koji ima važnu ulogu u strateškom razvoju nove koncepcije turizma. Svojim razvojnim konceptom izvrsno se nadopunjuje s ostalim razvojnim projektima poput agroturizma, vinskih cesta, Wine daya, Dana tartufa itd.).</p> <p>Najtraženija publikacija te istodobno i najkvalitetnije odrađen projekt je u svakom slučaju gastro vodič Istre. Cijeli projekt sastoji se u izboru 80-ak ponajboljih ugostiteljskih objekata / restorana i konoba diljem Istre. Osnovni kriterij pri izboru najboljih restorana je da ugostiteljski objekti posluju tijekom cijele godine.</p> <p>Temeljem izrađenih kriterija (bodovi od 1 - 20) anonimna inspekcija obilazi ugostiteljske objekte te ocjenjuje slijedeće: hrana, izbor i način serviranja hrane, vino, izbor i način serviranja vina, gostoljubivost, urednost i čistoća sanitarija te opremljenost i uređenost ambijenta.</p>
--------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

ISTARSKA ŽUPANIJA	MANDATNO I GODIŠNJE PLANIRANJE I IZVJEŠĆIVANJE	Klasa: 334-01/06-01/08
		Urbroj: 2163/1-06-01-2
		Datum: 17-03-2006
		Str. 15 od 48

<p>B.2.</p>	<p>Razvoj gastro turizma (Dani tartufa u Istri)</p> <p>B.2.25. Organizirana je tradicionalna gastro revija pod nazivom Hommage istarskom bijelom tartufu od strane jednog od najpoznatijih kuhara za tartufe gosp. Luigi Ciciriello predstavnicima medija iz HR i inozemstva</p> <p>B.2.26. Organizirano je tradicionalno gastro natjecanje Zlatni tartuf/Tartufo d'oro – gastro festival u pripremi tartufa s ponajboljim restoranima iz (Italije, Austrije, Slovenije, Istre)</p> <p>B.2.27. Izrada edukativnih kalendara o istarskim tartufima</p> <p>B.2.28. Obilazak, pregled i ocjena postojećih i novih ugostitelj objekata koji u svom poslovanju nude pretežito tartufe, isključivo svježe (bijeke i crne)</p> <p>B.2.29. Priprema tekstova, ilustracija i foto priloga za prospekt Dani tartufa u Istri.</p> <p>B.2.30. Izrada kalendara manifestacija za vrijeme trajanja Dana tartufa u Istri 2005 s više od 30 posebnih manifestacija namijenjenih promociji tartufa.</p> <p>B.2.31. Tisak i objava prospekta Dani tartufa na Internet strane www.istra.hr</p> <p>B.2.32. Izvršena kvalitetna promocija (sajmovi, tiskovne konferencije, prezentacije, mailing)</p> <p>B. 2.33. Servisiranje i pratnja domaćih i inozemnih novinara u izradi gastro reportaža:</p> <p>B.2.34. Izvršeni su terenski obilasci ugostiteljskih objekata, koji nude tartufe (10 puta - anonimna inspekcija)</p> <p>B.2.35 Izrađena izvješća na temelju obilazaka te odaslani vlasnicima ugostiteljskih objekata na uvid kako bi u pripremljenoj fazi korigirali manjkavosti te dočekali spremni početak projekta</p>	<p>Projekt je u potpunosti izvršen prema zacrtanim smjernicama projektnog zadatka, a koje su navedene u Programu rada za 2005. godinu.</p>	<p>Projekt je trajao u periodu mjeseca rujna, listopada i studenog te je polučio značajan dolazak inozemnih gostiju u sezoni 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. 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, želimo putem projekta Dani tartufa u Istri, osigurati i primjerenu zaštitu tartufa što smo i učinili pokretanjem procesa zaštite geografskog podrijetla i zaštite branda, a u suradnji s talijanskim partnerima potaknuli smo dugoročni projekt zaštite bio-raznolikosti bijelog istarskog tartufa – Tuber Magnatum Pico.</p> <p>Po šesti puta 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>. Ovogodišnji kalendar manifestacija omogućio je doista širok izbor kvalitetnih događanja koja su se odvijala na području Buzeta, Motovuna i Livada. Posebno to vrijedi za tri vikenda u mjesecu listopadu kada smo organizirali sajam tipičnih, autohtonih gastro proizvoda Istre. Pored izuzetno dobre organizacije izdvajam i izuzetno dobru posjećenost, dakle više od osam tisuća posjetitelja u navedena tri vikenda.</p>
--------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

B.2. Razvoj gastro turizma (Izvorni tartuf/Tartufo vero)

B.2.37. Izrada 26 minutnog filma o istarskom tartufu s najvažnijim svjetskim kuharom za tartufe; gosp. **Bruno' Clementom iz Provanse**

B.2.38. Odrađena je prezentacija filma pred uvaženim predstavnicima najeminentnijih europskih eno i gastro novinara povodom održavanja **Zlatnog tartufa 2005.**

B.2.39. Odrađeno je emitiranje filma na nekoliko svjetskih TV postaja: francuski TV5, francuski TV Voyage, belgijski nacionalni kanal, TV2 Denmark; te je film prikazan na prekooceanskim letovima Air France te United airlinesa

B.2.40. Izrada 16 velikih edukacijskih panoa o istarskim tartufima za potrebe organiziranja edukacijskih izložbi

B.2.41. Odrađen tečaj za ocjenjivače tartufa u organizaciji s talijanskim **Nacionalnim Institutom za tartufe iz Albe/ Piemonte** te je nastavljena kvalitetna suradnja

B.2.42. Organiziran okrugli stol s uvaženim, inozemnim novinarima i stručnjacima koji su podržali projekt te se naknadno uključili u strukturu realizacije

B.2.43. Izvršena prezentacija projekta potencijalnim korisnicima (ožujak, travanj i svibanj 2005. godine)

B.2.44. Izvršeni su terenski obilasci ugostiteljskih objekata, koji nude tartufe (10 puta - anonimna inspekcija) te su izrađena izvješća na temelju obilazaka te odaslani vlasnicima ugostiteljskih objekata na uvid kako bi u pripremljenoj fazi korigirali manjkavosti te dočekali spremni početak projekta

B.2.45. Temeljem izrađenih kriterija te verifikacijskih obilazaka ugostiteljskih objekata promoviran je Klub kvalitetnih ugostitelja u prospektu Dani tartufa te izvršena svečana promocija uz nazočnost inozemnih novinara

B.2.46. Izvršena kvalitetna promocija (sajmovi, tiskovne konferencije, prezentacije, mailing)

Projekt je u potpunosti izvršen prema zacrtanim smjernicama projektnog zadatka, a koje su navedene u Programu rada za 2005. godinu.

Projekt Izvorni tartuf/Tartufo vero je projekt kojim želimo dodatno osnažiti projekt **Dani tartufa u Istri** te na stručnoj osnovi omogućiti kvalitetno upoznavanje različitih vrsta tartufa, kako bijelih tako i crnih, a s osnovnom namjerom da ugostitelji steknu potrebno znanje za kvalitetnu prezentaciju te gastro delicije, ali i znati pojasniti i/ili dočarati cijelu priču o tartufima.

Jedan od operativnih zadataka u stjecanju stručnog i kvalitetnog znanja o tartufima je bio i specijalizirani tečaj za profesionalnog degustatora /sommelieria za tartufe, čime smo značajno pridonijeli da se znanja o bijelim i crnim tartufima dodatno potkrijepe i ojačaju na stručnoj odnosno znanstvenoj osnovi.

Radi se o projektu koji ima za cilj diversificirati ugostiteljske objekte po načelu poštivanja kvalitete autohtonih gastro proizvoda. Istovremeno želimo ponuditi istinskim ljubiteljima tartufa kvalitetan itinerer, jer se uz pozitivan trend Istre kao prepoznatljive tartufarske destinacije kreirao prilično značajan broj ugostiteljskih objekata, kojima nije primaran cilj kvaliteta, već brza zarada uz minimalne napore u pružanju kvalitetne ponude tartufa.

Certifikacijom, odnosno oznakom kvalitete vršimo kvalitativnu selekciju ugostiteljskih objekata koji će dostojno prezentirati tartufe te time stječu naziv **Ambasada tartufa.**

ISTARSKA ŽUPANIJA	MANDATNO I GODIŠNJE PLANIRANJE I IZVJEŠČIVANJE	Klasa: 334-01/06-01/08
		Urbroj: 2163/1-06-01-2
		Datum: 17-03-2006
		Str. 17 od 48

<p>B.3.</p>	<p>Razvojni projekt: Ceste maslinova ulja</p> <p>B.3.1. U suradnji s Udrugom senzornih analitičara maslinova ulja Istarske županije organizirali smo i financirali edukaciju poznavanja maslinova ulja: 3 tečaja po 24 polaznika za degustatore maslinova ulja</p> <p>B.3.2. Ugostili smo glavnog urednika jedinog svjetskog vodiča najboljih maslinovih ulja; <i>I migliori oli mondiali extra vergine 2005</i>, gosp. Marca Oreggiu u trodnevnom obilasku istarskim maslinarskim itinererima</p> <p>B.3.3. Obavljen prvi i drugi krug pripremnih razgovora s gosp. Marcom Oreggiom oko uvrštavanja Istre u prestižni svjetski vodič maslinovih ulja</p> <p>B.3.4. Istarski maslinari prezentirani su u cijenjenom talijanskom vodiču za maslinova ulja Slow food 2005.</p> <p>B.3.5. Odradili smo (11) power point prezentacija projekta Ceste maslinova ulja Istre na području Istarske županije, Kvarnera i šire potencijalnim proizvođačima koji se žele uključiti u projekt</p> <p>B.3.6. Realizirali smo i reprintali edukativnu knjižicu <i>Upoznajmo Extra djevičansko maslinovo ulje</i></p> <p>B.3.7. Izvršili smo inspekcijske preglede kod 40 proizvođača maslinova ulja, izradili njihove osobne iskaz</p> <p>B.3.8. Pripremili tekstove, ilustracije i prijedlog drugog prospekta Ceste maslinova ulja Iste</p> <p>B.3.9. Izradili pomoćnu knjižicu Kodeks ponašanja i prezentiranja maslinova ulja turistima za proizvođače m. u.</p> <p>B.3.10. Izrađene su i postavljene oznake Ceste maslinova ulja na prometnicama diljem Istarske županije</p> <p>B.3.11. Izvršena kvalitetna promocija (sajmovi, tiskovne konferencije, prezentacije, mailing u tuzemstvu i inozem.) Sajmovi: Vinaustria – Salzburg; Vinitaly – Verona; Salone del vino – Torino; Expo dei sapori – Milano; Vinistra;</p> <p>B.3.12. Potpomogli smo organizacijski i financijski tri smotre ulja Oleum Olivarum u Krasici, Smotra ulja Vodnjanštine te Smotra ulja Novigrada</p>	<p>Projekt je u svojem prvom polugodišnje m razvoju. Provođi se kontinuirano.</p> <p>U narednom periodu očekujemo značajan pomak u razvoju cijelog projekta.</p>	<p>Cijeli projekt sastoji se u izboru 70-ak ponajboljih proizvođača maslinova ulja diljem Istre. Osnovni kriterij pri izboru najboljih maslinara temelji se na izrađenom Pravilniku o Cestama maslinova ulja Istre. Za pristupanje u projekt potrebno je zadovoljiti slijedeće kriterije:</p> <p>Maslinar - upisnik u registar proizvođača maslinova ulja Maslinovo ulje – kemijska i organoleptička analiza</p> <p>Kada govorimo o Cesti maslinova ulja onda prvenstveno podrazumijevamo jedno zaokruženo maslinarsko područje koje u sklopu Ceste maslinova ulja ima maslinarske itinerere odnosno punktove. Osnovni zadatak svakog maslinarskog itinerera jest promocija maslina i maslinova ulja te njegova turistička prezentacija koja se sastoji u revalorizaciji, razvoju i njezi maslinarstva u Istri.</p> <p>Pridonosi punoj angažiranosti čovjeka s ruralnim prostorom uz očuvanje i obnovu izvornog ambijenta, tradicijskih nasljeđa u skladu s održivim razvojem turizma. Ujedinjuje prirodne, kulturološke, sociološke, demografske i proizvodne osobine pojedinog kraja u skladnu cjelinu.</p> <p>Revitalizacija sela i povratak kvalitetnijeg života u ruralni prostor. Omogućuje proizvod diversifikaciju, ekonomski razvoj, stvara nove vrijednosti, nova zapošljavanja. Promocija izvornog istarskog proizvoda koji ima izrazita kurativna svojstva kao i pozitivna svojstva za održavanje optimalnog zdravstvenog stanja, tzv. <i>mediteranska dijeta</i></p>
--------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

ISTARSKA ŽUPANIJA	MANDATNO I GODIŠNJE PLANIRANJE I IZVJEŠČIVANJE	Klasa: 334-01/06-01/08
		Urbroj: 2163/1-06-01-2
		Datum: 17-03-2006
		Str. 18 od 48

<p>B.4.</p>	<p>Razvoj agroturizma</p> <p>B.4.1. Zaprimanje zahtjeva za kredite, obrada podataka i prosljeđivanje banci na daljnje razmatranje te sudjelovanje u Povjerenstvu za dodjelu kredita</p> <p>B.4.2. Obilazak potencijalnih seoskih domaćinstava s ciljem utvrđivanja mogućnosti razvoja seoskog turizma, sugerira- nje tipologije seoskih domaćinstava. Izvršen je direktan uvid u 67 domaćinstava na terenu.</p> <p>B.4.3. Tisak prospekta agroturizma/ izmijenjena, nadopunjena i dizajnerski prilagodljivija verzija kataloga u pet jezičnih verzija, sedam kategorija seoskih domaćinstava, i objava na Internet stranice</p> <p>B.4.4. Uvrštenje u inozemni katalog turoperatora I.E.Riva Tours te engleskog turoperatora Cottages to Castles</p> <p>B.4.5. Izvršena kvalitetna promocija</p> <p>B.4.6. Ostvareni kontakti s više inozemnih turoperatora (engleski), sajmovi, prezentacije, mailing.</p> <p>Sajmovi: - Country life - Modena (prosinac) - Santa Lucia di Piave (prosinac)</p> <p>B.4.7. Servisiranje i pratnja domaćih i inozemnih novinara u izradi reportaža o agroturizmu Istre</p> <p>B.4.8. Organiziran Dan otvorenih vrata u seoskim domaćinstvima (20. studenog)</p> <p>B.4.9. Savjetodavna uloga u smislu stručne pomoći poduzetnicima i ugostiteljima (stručni časopisi, savjeti, trendovi u eno-gastronomiji graditeljstvu, arhitekturi itd.)</p> <p>B.4.10. Savjetodavne usluge s ugovorenim arhitektima u svezi davanja besplatnih usluga u vidu elaborata, namijenjeni potencijalnim novim poduzetnicima. Tijekom 2005. godine arhitekti su izradili 30 savjetodavnih elaborata.</p>	<p>Projekt u izuzetno velikom porastu. (preko 1.000 obitelji iskazalo zanimanje za bavljenje agroturizmom</p>	<p>Tijekom 2005. godine sustavno su se obilazila potencijalna seoska domaćinstva s ciljem utvrđivanja mogućnosti razvoja seoskog turizma, sugeriranje tipologije seoskih domaćinstava, kao i mogućnostima marketinškog povezivanja domaćinstava s tržištem. S tim u vezi izvršen je direktan uvid u 42 domaćinstava na terenu. Tu valja i napomenuti i veliki broj direktnih i telefonskih konzultacija glede iste tematike</p> <p>Dodatni korak u razradi cijelog projekta je proces segmentacije seoskih domaćinstava, poradi razvoja više vrsta javnih oblika domaćinstava. Sama segmentacija bila je organizirana s obzirom na dobre procjene i pripreme prethodnih godina razvoja, i ne manje važno, prema informacijama s tržišta, kroz praćenje svjetskih dostignuća u tom segmentu.</p> <p>Na inicijativu lokalnih turističkih zajednica održano je nekoliko predavanja o seoskom turizmu odnosno potrebnim koracima te procedurom za osposobljavanje domaćinstva kao turističkog seoskog domaćinstva. Tako su se predavanja održala u Svetvinčentu, Nedeščini, Barbanu, Baderni, Kašteliru, Raši, Kršanu i Raklju.</p> <p>U studenom mjesecu, organizirana je za sve agroturizme radionica o kvalitetnoj proizvodnji vina na domaćinstvima i to u podrumu g. Ivica Matoševića u Krunčićima. Osnovni cilj radionice bio je educirati vlasnike domaćinstva, koji imaju vlastitu proizvodnju vina, a koja po kvaliteti ne odgovara standardima, konkretno pokazati metodologiju proizvodnje i čuvanja vina na malim gospodarstvima.</p>
--------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

ISTARSKA ŽUPANIJA	MANDATNO I GODIŠNJE PLANIRANJE I IZVJEŠČIVANJE	Klasa: 334-01/06-01/08
		Urbroj: 2163/1-06-01-2
		Datum: 17-03-2006
		Str. 19 od 48

<p>B.5.</p>	<p>Golf projekti</p> <p>B.5.1. Dopuna i ažuriranje materijala Golf projekti u Istarskoj županiji, kao trenutno jedini referentni materijal u kojem su prikupljeni podaci i aktivnosti vezane za svaki od potencijalnih projekata koji su uvršteni u Prostorni plan IŽ</p> <p>B.5.2. Obilazak jedinica lokalne samouprave i lokacija koji su u dokumentu procijenjeni u naprednoj fazi provedbe</p> <p>B.5.3. Odrađeno je desetak prezentacija potencijalnim investitorima iz inozemstva o mogućnostima razvoja golf projekta te obilazak zajedno s njima na potencijalne lokacije</p> <p>B.5.4. Uspostavljen je kontakt s renomiranom tvrtkom PRATOVERDE iz Padove koja je generalni zastupnik američke tvrtke TORO - specijalisti za navodnjavanje te su u dva navrata posjetili Istru i potencijalne golf lokacije</p> <p>B.5.5. Uspostavljen je kontakt s renomiranim golf arhitektom Marco Croze, koji je za naše potrebe izradio dvije studije - Idejna rješenja za driving range/izbijališta za dvije potencijalne lokacije u Istri</p> <p>B.5.6. U više navrata surađivali smo s predstavnicima iz Ministarstva za turizam te nadležnima za golf projekte u samom Ministarstvu kako bi uputili potencijalne investitore i olakšali put realizacije golf projekata na području IŽ.</p>	<p>Projekt u cjelini nije u visokoj fazi realizacije iako se nekoliko potencijalnih lokacija u Istri doista nalazi pred početkom realizacije.</p> <p>Obzirom na trenutnu situaciju nismo zadovoljni s dinamikom rješavanja vitalnih pitanja koja su neophodna potencijalnim investitorima za početak realizacije golf projekata.</p>	<p>Kao osnovne razloge nezadovoljavajuće dinamike rješavanja pretpostavki za ulaganje u golf, generalno je kod većine lokacija uočeno:</p> <ul style="list-style-type: none"> - neefikasno rješavanje prostorno planske dokumentacije od strane JLS-a (navedeno je djelom uvjetovano i pomanjkanjem financijskih sredstava za izradu prostornih planova, ali i česte izmjene zakona i propisa na tom području); - komplicirana procedura izrade i usvajanja pojedinih studija o utjecaju golfa na okoliš; - složeni imovinsko-pravni odnosi tj. vlasnička struktura na potencijalnim lokacijama te stoga i otežano definiranje vlasnika, posebno kada se ne radi o državnom vlasništvu <p>Navedene i druge okolnosti uzrokovale su da je tek nedavno odobreno nekoliko lokacijskih dozvola za golf te je raspisan međunarodni natječaj za odabir investitora.</p> <p>Uz potporu Ministarstva mora, turizma, prometa i razvitka RH, te drugih institucija na državnoj razini, početak gradnje prvih golf igrališta u Istri očekujemo tijekom sljedeće 2007. godine.</p>
--------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

ISTARSKA ŽUPANIJA	MANDATNO I GODIŠNJE PLANIRANJE I IZVJEŠČIVANJE	Klasa: 334-01/06-01/08
		Urbroj: 2163/1-06-01-2
		Datum: 17-03-2006
		Str. 20 od 48

<p>B.6.</p>	<p>Razvoj Bike turizma Bike Atlas Istre A.6.1. Repozicioniranje na europskom turističkom tržištu (bolji i kvalitetniji rejting Istre) A.6.2. U potpunostvanje postojećeg projekta sport turizma A.6.3. Proširenje i obogaćenje turističke ponude Istre A.6.4. Promocija vikend turizam A.6.5. Produžiti i obogatiti turističku sezonu A.6.6. Preusmjeravanje tur. tokova na područje cijele Istre, a posebno središnjeg dijela A.6.7. Animacija velikog broja kvalitetnih bike novinara A.6.8. Prispojiti bike stazama razvojne turističke projekte poput vinskih ceta, cesta maslinova ulja, agroturizam, gastroturizam itd. A.6.9. Izvršenje kvalitetne promocije (sajmovi, tiskovne konferencije, prezentacije, mailing) Sajmovi: Eurobike – Friedrichshafen, Eicma – Milano, A.6.10. Izvršiti parcijalnu markaciju staza MTB staze Istre A.6.11. prostor Istarske županije cjelovito umrežiti u mtb staze. 80-ak mtb staza u dužini od preko 3.200 km. Struktura staza je 70% mtb i 30% cesta. U pripremi za sljedeću sezonu je odabir 15-ak najatraktivnijih i najkompletnijih staza u Istri s namjerom da se postepeno povećava brojka što bi dodatno potaknulo daljnji razvoj ciklo-turizma.</p>	<p>Projekt je u potpunosti izvršen prema zacrtanim smjernicama projektnog zadatka, a koje su navedene u Programu rada za 2005. godinu.</p>	<p>Bike turizam je takva vrst turizma koju turistički znalci popularno zovu meki turizam (ili prirodni bliski turizam), a temelji se na očuvanoj prirodnoj okolini, kulturno-povijesnoj baštini te visokom stupnju ekološke svijesti. Proizašao je kao logičan slijed ubrzanog razvoja urbanih i industrijskih sredina, koje su često u neposrednom konfliktu s najugroženijom vrstom našeg planeta - vrijednim prirodnim i kulturnim blagodatima.</p> <p>Posebno naglašavamo da je naša orijentacija prema bike turizmu samo jedan od kamenčića u mozaiku kojega sustavno gradimo i oblikujemo na putu do integralnog, prepoznatljivog i jasno definiranog turističkog proizvoda. Iz takvog postava je razvidno da bike rute nisu same sebi svrha, već su one u funkciji objedinjavanja svih razvojnih projekata. Ove smo godine u suradnji s Turističkom zajednicom Istarske županije izradili i publicirali Bike Atlas Istre, dakle jedan promo materijal koji je objedinio sve dosad učinjeno, te dostojno prezentirao na međunarodnim turističkim, bike sajmovima, festivalima i mountainbike utrkama. Uostalom pored kreiranja razvojnih turističkih projekata segment promocije istih u inozemstvu i tuzemstvu je naš temeljni razlog postojanja.</p> <p>Mtb staze povezuju u integralni turistički proizvod 90-ak vinara na pet vinskih cesta, 90 ponajboljih restorana i tipičnih istarskih konoba, 300 kuća, tzv. agroturizama, velik broj kulturnih itinerera te pejzažnih posebnosti Istre. Sve nabrojeno govori o jednom sustavnom procesu kojeg želimo u što kraćem roku nadoknaditi i time priključiti se modernim svjetskim trendovima u turizmu.</p>
--------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

ISTARSKA ŽUPANIJA	MANDATNO I GODIŠNJE PLANIRANJE I IZVJEŠČIVANJE	Klasa: 334-01/06-01/08
		Urbroj: 2163/1-06-01-2
		Datum: 17-03-2006
		Str. 21 od 48

<p>B.6.</p>	<p>Istra MTB Tartufi Tour – Espo Parenzana i Istria Terra magica - Windtex Cup</p> <p>B.6.1. Trasiranje etapnih dionica profesionalnih mtb utrke uz prikaz visinskih, dužinskih i tehničkih parametara B.6.2. Tisak brošure te objava na Internet stranice uz link naše adrese na nekoliko važnih Internet siteova B.6.3. Objava i promocija navedenih utrka na prijateljskim utrkama u Italiji i Austriji B.6.4. Uvrštenje u svjetski kalendar biciklističkih obaju utrka u najprestižnijoj E1 klasi s jakim fondom nagrada B.6.5. Izvršenje kvalitetne promocije (sajmovi, tiskovne konferencije, prezentacije, mailing) Sajmovi: Eurobike – Friedrichshafen, Eicma – Milano, B.6.6. Organizacija cijele sportske manifestacije: sektor: suci i tehnički delegati, kronometristi, priprema, uređenje i označavanje staza, osiguranje na stazama, organizacija okrijepnih stanica, ostala prateća logistika B.6.7. Koordinacija i pripomoć u organizaciji rekreativne i cestovne Parenzane dodatne dvije utrke) B.6.8. Servisiranje i pratnja domaćih i inozemnih novinara B.6.9. Realiziran prvi i drugi krug pregovora s eminentnim bike klubovima iz Austrije, Italije i Njemačke oko organiziranja pripremnih bike kampova u pred i posezoni B.6.10. Realiziran prvi i drugi krug pregovora oko uvrštavanja Istra MTB Tartufi Tour –Espo Parenzana u seriju od devet najpoznatijih biciklističkih utrka Europe</p>	<p>Projekt je u potpunosti izvršen prema zacrtanim smjernicama projektnog zadatka, a koje su navedene u Programu rada za 2005. godinu.</p>	<p>Projekt Istra MTB Tartufi Tour - Espo Parenzana je tradicionalna i dobro uhodana biciklistička manifestacija koja ima za cilj prezentirati Istru kao atraktivnu bike destinaciju. Osim toga namjera je također privući što veći broj natjecatelja i turista rekreativaca te približiti i promovirati bike sport među domicilnim stanovništvom s posebnim osvrtom na mlađi uzrast.</p> <p>Off Road Cup Grand Prix Windtex objedinjuje devet posebno odabranih, najatraktivnijih MTB utrka u Italiji koje se organiziraju u razdoblju od mjeseca travnja pa do konca rujna, a nakon toga, polovinom listopada, slijedi dodjela ukupnog nagradnog fonda (11.000 €). Jedna od utrka po prvi put je održana izvan Italije. Mi smo dobili veliku privilegiju pošto imamo potvrđenih iskustva, zbog atraktivnosti i blizine te zbog prepoznatljivosti druge biciklističke manifestacije <i>Parenzana</i> koju organiziramo krajem mjeseca rujna te zbog vrlo uspješnog domaćinstva biciklističke karavane <i>Giro d'Italia</i>.</p> <p>U nedjelju 24. travnja 2005. godine, Vrsar je bio domaćin 2. po redu utrke, odnosno, maratona Istra Terra Magica Bike. Promocijom cjelokupne manifestacije istovremeno se prezentiraju i mjesta u kojima se odvijaju utrke, ali i biciklizam kao sport koji predstavlja principe zdravog života, fair-playa, usklađenosti pojedinca s okolinom i društvom.</p>
--------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

ISTARSKA ŽUPANIJA	MANDATNO I GODIŠNJE PLANIRANJE I IZVJEŠČIVANJE	Klasa: 334-01/06-01/08
		Urbroj: 2163/1-06-01-2
		Datum: 17-03-2006
		Str. 22 od 48

<p>C.2.</p>	<p>Certifikacija hotela, pansiona i obiteljskih gospodarstava</p> <p>C.2.1. Priprema i izrada pravilnika za certifikaciju smještajnih objekata u Istarskoj županiji u okviru projekta Bike&Bed i Bike hotels zajedno s vanjskim suradnicima; a u okviru Međunarodne asocijacije za Bike turizam</p> <p>C.2.2. Podjela pravilnika na osnovne i dodatne kriterije čime se vrši kvalitativna diversifikacija smještajnih objekata u okviru projekta Bike&Bed i Bike hotels</p> <p>C.2.3. Presentacija pravilnika u okviru prezentacije integralnog projekta razvoja biciklističkog turizma</p> <p>C.2.4. Tisak priručnog materijala s osnovnim uputama tj. kodeksom ponašanja prilikom ugošćavanja biciklista</p> <p>C.2.5. Izvršena serija obilazaka posebno za ruralne kuće (35 objekata) te posebno za hotele (12 objekata)</p> <p>C.2.6. Ispunjavanje anketnog upitnika uz zabilješku s terena (svi opisi, sadašnje stanje, željeno stanje)</p> <p>C.2.7. Analiza prikupljenih podataka, projekcija potencijalnih kandidata te izbor/selekcija smještajnih jedinica prema predodređenim kriterijima</p> <p>C.2.8. Nabava 40 pločica/tabela s oznakom pripadnosti međunarodnom projektu Bike & Bed i Bike hotels</p> <p>C.2.9. Izdavanje obavijesti o provedenim rezultatima te o izvršenoj selekciji smještajnih jedinica</p> <p>C.2.10. Ponovni obilazak uz informativni razgovor s užim krugom predstavnika koji su zadovoljili kriterije i koji moraju biti spremni za sezonu 2006.</p> <p>C.2.11. Prikupljanje cijena te formiranje različitih bike paketa koji moraju biti spremni za sezonu 2006. godine</p>	<p>Obzirom da se radi o dugo ročnom projektu koji ima za cilj podizanje kvalitete smještajnih jedinica, a vezano za posebnu vrstu gostiju: biciklisti, mogu ustvrditi da smo u tekućoj 2005. godini odradili dva projekta certifikacije u skladu s predviđenim planom.</p>	<p>Formirati novi turistički proizvod koji udovoljava potražnji biciklista prema kriterijima i standardima u zapadnoj Europi. Navedenu inicijativu pokrenuli smo temeljem izrađenog Pravilnika u okviru projekta Bike&Bed i Bike hotels</p> <p>Hotelski smještaji i seljačka domaćinstva kao ponuđači bike turizma prema pravilniku moraju nuditi sljedeće usluge, sadržaje i aktivnosti, koje su navedene kao osnovne usluge: prihvat ciklo-turiste i samo za jednu noć, sigurna prostorija pod ključem za besplatno ostavljanje bicikala preko noći, prostor za sušenje odjeće i putne opreme, ponuda bogatog doručka ili mogućnost korištenja kuhinje, dostupnost karata regije/ biciklističkih karata, stavljanje na raspolaganje seta za popravak koji sadrži najvažniji alat za jednostavne popravke informacije o lokaciji, radnom vremenu i telefonskom broju najbližih mehaničara u slučaju većih kvarova mogućnost pranja bicikala</p> <p>dodatne usluge: iznajmljivanje kvalitetnih bicikala ili preporuka drugog iznajmljivača u određitu (ponuda, telefonski broj), transfer prtljage iz prijašnjeg smještajnog objekta i/ili u sljedeći objekt, ponuda dnevnih biciklističkih ruta-izleta, posredovanje pri rezervaciji sljedećih noćenja u Bike & Bed smještaju, stavljanje glavnih rezervnih dijelova na raspolaganje – prema potrebi u dogovoru s najbližim mehaničarom (zračnice, gume i sl.), popis ostalih Bike & Bed smještaja u regiji knjiga gostiju za bicikliste</p>
--------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

ISTARSKA ŽUPANIJA	MANDATNO I GODIŠNJE PLANIRANJE I IZVJEŠĆIVANJE	Klasa: 334-01/06-01/08
		Urbroj: 2163/1-06-01-2
		Datum: 17-03-2006
		Str. 23 od 48

5. REALIZACIJA POSTAVLJENIH CILJEVA		
CILJ: Implementacija i monitoring Master plan razvoja turizma Istre	OCJENA POSTIGNUĆA	OBRAZLOŽENJE
<p>Definiranje razvojnog modela turizma</p> <ul style="list-style-type: none"> • rigorozna dijagnoza, identificiranje mogućnosti i problema s kojima se suočava Istra i svaki od njenih "clustera". • definiranje strategije rasta, definirajući brzinu turističkog rasta i ograničenja, • konkurentna strategija, uspostavljajući sektorske prioritete gdje će Istra konkurirati s najadekvatnijim pozicioniranjem <p>Plana konkurentnosti</p> <ul style="list-style-type: none"> • dizajniran da unaprijedi i ojača tražene uvjete za razvitak na harmoničan i konkurentan način. • unapređenje ukupne konkurentnosti svakog istarskog clustera i Istre u cjelini, nudeći detaljan opis i plan akcija koje moraju biti učinjene da bi se unaprijedio vrijednosni sustav • Investicijske potrebe i mogućnosti • definiranje investicija kako bi se u praksi ostvario razvojni model turizma na efikasan način, kao i jačanje turističke konkurentnosti. • Investicije su potrebne za novu i bolju infrastrukturu, opremu, usluge i atrakcije, te u isto vrijeme, unapređenje efikasnosti procesa proizvodnje i rast kvalitete usluga. • identifikacija i evaluacija investicijskih mogućnosti u svakom od analiziranih clustera 	<p>Temeljem razrađene detaljne analize implementacije zadataka iz Master plana razvoja turizma Istre za 1. polovicu trogodišnjeg razdoblja (2004. i 2005. godina) možemo ustvrditi da je stanje različito u svakom clusteru. To znači da je proces realizacije zadataka iz Master plana usko povezan s shvaćanjem važnosti takvog dokumenta od strane privatno/javnog sektora.</p> <p>Generalno gledano situacija je doista dobra, no ona nije u potpunosti odraz koordiniranih akcija već su projekti započeti ili su u potpunosti realizirani zahvaljujući već postojećim planovima pojedinih subjekata.</p> <p>U tom kontekstu mogu ustvrditi da je postotak realiziranih i/ili započelih projekata veća u onim sredinama gdje je javni sektor pokrenuo i/ili stvorio uvjete za njihovo ostvarenje.</p> <p>Detaljnim pogledom na tablice mogu također izdvojiti da je u</p>	<p>Poglavlarstvo i Skupština Istarske županije jednoglasno su usvojile Integrirani dokument za Istru, kao i 7 dokumenata za pojedine clusterne, te je pokrenuta procedura ugradnje osnovnih nalaza koji proizlaze iz Master plana u Prostorni plan IŽ. Isto tako, Master planovi za pojedine clusterne prosljeđeni su svim jedinicama lokalne samouprave u Istri, te je predloženo njihovo usvajanje na Gradskim i Općinskim vijećima, kao i ugradnja u prostorne planove.</p> <p>Master plan za pojedine clusterne ustvari će biti program razvoja turizma na tom području i kao takav poslužiti će za definiranje osnovnih postavki za izradu prostornih planova jedinica lokalne samouprave. Budući da je turizam u većini gradova i općina Istre najznačajnija djelatnosti, ovaj će dokument biti izuzetno značajan za izradu prostornih planova.</p> <p>Što se privatnog sektora tiče, predloženo je usvajanje Master plana na nadzornim odborima najvećih hotelsko-turističkih kompanija s područja Istre. Master plan sam po sebi ne može promijeniti ništa. Budućnost turizma u Istri mijenjat će sami interesni subjekti koji u njemu djeluju.</p> <p>Među tim subjektima, međutim, prije izrade Master plana nije bilo dogovora niti sinergije. Upravo stoga je ideja Master plana da bude kreativna i stručna</p>

ISTARSKA ŽUPANIJA	MANDATNO I GODIŠNJE PLANIRANJE I IZVJEŠČIVANJE	Klasa: 334-01/06-01/08
		Urbroj: 2163/1-06-01-2
		Datum: 17-03-2006
		Str. 24 od 48

<p>Strateški i operativni marketing plan</p> <ul style="list-style-type: none"> kad je donijeta odluka o sektorima i kategorijama proizvoda u kojemu će svaki cluster konkurirati, nakon agregacije na razini Istre, te nakon što je definirana strategija pozicioniranja za svakog od njih, četvrti glavni rezultat Master plana Istre biti će Strateški i operativni marketing plan koji će utvrditi strategije povezane s tržištima, ciljnoj publici, komercijalizaciji i komunikaciji za svaki od sektora i clustera. U isto vrijeme, ovaj će Plan će konceptualno dizajnirati i razviti najprimjerenije akcije i sredstva za operativni marketing. <p>Plan primjene</p> <ul style="list-style-type: none"> peti rezultat će biti praktični rad s vremenski rasporedom, resursima i preporukama implementiranja Master plana. ovaj će plan definirati zadatke koje valja izvesti, interesne strane uključene u njihovo izvođenje, potrebne ljudske i tehnološke resurse, slijed daljih aktivnosti, sustav kontrole i sl. opće shvaćanje važnosti projekta i uvjerenje (stvaranje pozitivne klime) o potrebi izrade takvog dokumenta od strane JLS, ustroja TZ te vlasnika turističkih tvrtki, kao i stanovništva u cjelini 	<p>dva clustera situacija čak bolja od predviđenih terminskih rokova, da je u tri clustera dinamika u okvirima zadanog, a da je u dva clustera realizacija niža od predviđene dinamike.</p> <p>Važna činjenica u svemu tome je i ta da gotovo 90% svih zadataka započinje već s prvom godinom tako da je prvo trogodišnje razdoblje doista u velikoj mjeri prenatrpano projektima. Bitno je spomenuti da u tom prvom kratkom razdoblju nisu realizirani samo manji projekti već da tu ima i značajnijih projekata koji znatno utječu na proces repozicioniranja i restrukturiranja Istre.</p> <p>Obzirom da se radi o dugoročnom projektu gdje će se u narednih osam godina izgrađivati novi imidž, odnosno mozaik turizma Istre, bitna činjenica je da smo uspjeli postići konsenzus sa svim glavnim subjektima koji su sufinancirali i provodili aktivnosti predviđene za podizanje kvalitete turizma Istre.</p>	<p>podloga i okvir takvom dogovoru. I zato u njegovoj izradi svi moraju sudjelovati sa svojim idejama. To je poduzetnički projekt za Istru i ako se kao takav prihvati na potpuno demokratskoj i javnoj osnovi, donijet će velike koristi i kvalitetno će promijeniti život. Provedba Master plana rezultirat će nizom konkretnih koristi. Dobit će se kvalitetniji turizam, veće zapošljavanje i više plaće. S obzirom na razvijanje novih usluga pojavit će se i potreba otvaranja novih radnih mjesta.</p> <p>Provedba Master plana donijet će kvalitetniji život stanovnicima Istre i u tom smislu da nije svejedno živi li se u regiji koja prati svoj razvoj ili u onoj koja se o tome ne brine, posebice kada je riječ o zaštiti okoliša. Master plana jasno kaže da je okoliš element koji se ni pod koju cijenu ne smije žrtvovati u budućem razvoju koji prema tome mora biti održiv i, što posebno naglašavamo, odgovoran. Kako bi realizirali zadane ciljeve u narednom periodu biti će potrebno preokrenuti sadašnju situaciju, posebno, za neutralizaciju prijetnji nadolazeće budućnosti, potrebna je hitna akcija s jakom voljom, a kako bi se:</p> <ul style="list-style-type: none"> Definirali jasni ciljevi i strategija istarskog turizma kao temelj za regionalni turistički razvitak Unaprijedila istarska turistička ponuda, s razvojem novih proizvoda i unapređenjem kvalitete usluga Izvelo repozicioniranje Istre kao turističke destinacije definirajući jasniji image u svijesti potrošača Ubrizgale značajnije investicije u turizam u privatnom i javnom sektoru Ohrabрили kreativni i inovativni sustavi kooperacije javnog i privatnog sektora s ciljem jamstva dugoročnog održivog rasta.
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

ISTARSKA ŽUPANIJA	MANDATNO I GODIŠNJE PLANIRANJE I IZVJEŠČIVANJE	Klasa: 334-01/06-01/08
		Urbroj: 2163/1-06-01-2
		Datum: 17-03-2006
		Str. 25 od 48

CILJ: Sufinanciranje kreditnih linija za poticanje malog poduzetništva u turizmu	OCJENA POSTIGNUĆA	OBRAZLOŽENJE
<p>Uvidom u dinamiku korištenja kreditnih sredstava, možemo utvrditi kako je po svim kreditnim linijama do sada realizirano:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kreditna linija "Sad je ura" (HAAB; kta od 5,5 i 7,5%): 33 projekta, 30 mio kn ▪ Kreditna linija Malo poduzetništvo u turizmu u suradnji s IDA-om (Erste i OTP banka; kta 5,3%): 43 projekta, 50 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>SVEUKUPNO: 103 projekta, 174 mio kuna</p>	<p>U okviru 103 realiziranih projekata na području cijele Istre dobili smo veliki broj novih kvalitetnih smještajnih objekata.</p> <p>Između ostalih, možemo izdvojiti 10-tak butik hotela (Annette - Rabac, Daytona - Pula, Makin i Cittar - Novigrad, Filipini - Poreč, Istarske toplice - Oprtalj, Dva baladura - Kanfanar, i dr.) kao i bezbroj ruralnih kuća za odmor, posebno u unutrašnjosti Istre.</p> <p>Većina navedenih objekata opremljena je klima uređajima, TV prijemnikom sa satelitskom antenom, telefonskom linijom za korištenje Interneta, vlastitim parkingom, a prosječnu razinu kapaciteta možemo ocijeniti s visokih 3 do 4 zvjezdice.</p> <p>Temeljem obilazaka na terenu, možemo utvrditi da je u narednim godinama moguća realizacija brojnih novih kvalitetnih kapaciteta, stvaranje nove turističke ponude, produženje turističke sezone, zapošljavanje nove radne snage, značajno podizanje kvalitete usluga, te kreiranje multiplikativnih efekata.</p>	<p>Hotelske postelje i one u apartmanima koncentrirane gotovo su pretežito u okviru velikih hotela i apartmanskih naselja; u prosjeku 300 do 500 mjesta, pretežno u vlasništvu desetak velikih turističkih kompanija.</p> <p>Uz kampove koji čine polovicu kapaciteta u Istri, glavninu preostalog smještaja čine kapaciteti u privatnom smještaju koji su uglavnom niske kvalitete, bez dodatnih sadržaja te su pretežno koncentrirani u priobalju.</p> <p>Osim izgradnje novih objekata te podizanja kvalitete postojećeg privatnog smještaja, postoji potreba izgradnje takvih objekata u starogradskim jezgrama koje u načelu nemaju takvu ponudu, a postoje mnoge zapuštene ruševine, kako u samim središtima priobalnih gradova tako i manjih mjesta središnje Istre. Osim uvođenja novih kvalitetnih sadržaja, time se postiže i oživljavanje navedenih zona.</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.).</p>

ISTARSKA ŽUPANIJA	MANDATNO I GODIŠNJE PLANIRANJE I IZVJEŠĆIVANJE	Klasa: 334-01/06-01/08
		Urbroj: 2163/1-06-01-2
		Datum: 17-03-2006
		Str. 26 od 48

CILJ: Vinski turizam	OCJENA POSTIGNUĆA	OBRAZLOŽENJE
<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, uvaženosn 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>Vinski turizam u Istri je segment koji je u relativno kratkom roku pokazao sve raspoložive potencijale i mogućnosti s jedne strane ali je isto tako pokazao koliko je energije, znanja i financijskih sredstava potrebno izdvojiti da bi se u tom izuzetno delikatnom segmentu uspjelo. Danas nakon gotovo desetogodišnjeg razvoja vinskog turizma u Istri mogu slobodno ustvrditi da je to izuzetno uspješan turistički proizvod koji je stasao zahvaljujući umreženom djelovanju različitih, nadležnih institucija i upornosti pojedinih vinara/ vizionara koji su kvalitetno procijenili razvojni moment te značajnije krenuli u investicije i u usavršavanje. Podatak od gotovo 100.000 posjetitelja u vinskim podrumima Istre od čega polovica u svega 15 podruma jasno govori o razvojnom potencijalu koji stoji pred nama.</p>	<p>Predstavlja razvojni turistički projekt, koji je u svom razvojnom procesu jedan od značajnijih turističkih proizvoda. Takvu konstataciju nam potvrđuju višegodišnja istraživanja a i sami rezultati koje postižu naši vinari na nacionalnim i regionalnim izložbama vina.</p> <p>Vinske ceste Istre danas možemo smatrati kao jedan prepoznatljiv i uobličen turistički proizvod koji se iz godine u godinu upotpunjuje i usavršava. U nepunih osam godina polučile su sasvim konkretne i mjerljive rezultate. Kada govorimo o vinskoj cesti, prvenstveno podrazumijevamo jedno zaokruženo vinsko područje koje u sklopu vinske ceste ima vinske itinerere odnosno punktove.</p> <p>Osnovni zadatak svakog vinskog itinerera jest promocija vina i njegova turistička prezentacija koja se sastoji u revalorizaciji razvoju i njezi vinarstva i vinogradarstva u Istri. Projekt vinskih cesta Istre razvijen je na cijelom vinorodnom području Istre, što znači da smo na 5 vinskih cesta u projekt uključili 90 vinara.</p> <p>Projekt vinskih cesta je i u 2005. 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>

ISTARSKA ŽUPANIJA	MANDATNO I GODIŠNJE PLANIRANJE I IZVJEŠĆIVANJE	Klasa: 334-01/06-01/08
		Urbroj: 2163/1-06-01-2
		Datum: 17-03-2006
		Str. 27 od 48

CILJ: Dan vina / Wine day	OCJENA POSTIGNUĆA	OBRAZLOŽENJE
<p>Ciljevi projekta:</p> <ul style="list-style-type: none"> • promocija Istre kao prepoznatljive vinske destinacije te promocija vina i njegova turistička valorizacija. • uključenje svih vinara na području Istarske županije u projekt otvorenih podruma • potaknut razvoj vinske kulture kod domicilnog stanovništva, što se očituje u rezultatima prodanih vinskih butelja na taj dan • potaknut je interes kod naših gostiju za što većom posjetom otvorenim podrumima • priprema vinara da što bolje prezentiraju Istru i svoje vinske podrume čime smo povećali prodaju vina u Istri • pratiti svjetske trendove u turizmu te priključiti se međunarodnim projektima • preusmjeravanje turističkih tokova u središnji dio Istre uz produženje turističke sezone • očuvanje tradicijskog nasljeđa, revalorizacija starih, izvornih istarskih vinskih sorti 	<p>Projekt se svake godine kvalitativno nadopunjuje, te sa sigurnošću možemo ustvrditi i sagledati sve efekte projekta čiji se učinci najviše uočavaju u vinskim podrumima diljem Istre. Ovogodišnji rezultati zorno prikazuju uzlazni trend kvalitativnog napretka</p> <p>1999. g. = 37 podruma 2000. g. = 53 podruma 2001. g. = 65 podruma 2002. g. = 68 podruma 2003. g. = 76 podruma 2004. g. = 78 podruma 2005. g. = 82 podruma</p> <p>1999. g. = 800 posjetitelja 2000. g. = 3.200 posjetitelja 2001. g. = 4.200 posjetitelja 2002. g. = 4.600 posjetitelja 2003. g. = 8.000 posjetitelja 2004. g. = 10.000 posjetitelja 2005. g. = 10.800 posjetitelja</p> <p>1999. g. = 600 but. vina 2000. g. = 2.400 but. vina 2001. g. = 4.600 but. vina 2002. g. = 5.000 but. vina 2003. g. = 8.000 but. vina 2005. g. = 9.800 but. vina</p>	<p>Projekt je u kratkom roku pokazao izuzetan rast u kvalitativnom i kvantitativnom smislu.</p> <p>Dan otvorenih vinskih podruma predstavlja razvojni projekt u okviru vinskih cesta Istre. Kako bi što kvalitetnije pripremili navedeni projekt, izradili smo tzv. Priručnik za vinske ceste gdje smo temeljem prošlogodišnjih rezultata prikupili osnovna znanja te ih u pisanom obliku pripremili i dostavili vinarima na upotrebu.</p> <p>Izradili smo također i Anketni upitnik koji je sa svojih (pedesetak pitanja) ustvari poslužio kao podsjetnik da se dovedu u red i najmanje sitnice, a posebno gostoljubivost, urednost i čistoća podruma. Anketni upitnik sadržao je i priručnik za vođenje statističke evidencije o posjetima, koja će uvelike pripomoći praćenju projekta.</p> <p>Rezultat toga su vrlo dobro odrađene pripreme radnje, koje su u velikoj mjeri pripomogle uspjehu. U narednom periodu slijedi blagi porast posjetitelja i prodanih butelja, dok je broj otvorenih podruma dostigao svoj optimum.</p>

ISTARSKA ŽUPANIJA	MANDATNO I GODIŠNJE PLANIRANJE I IZVJEŠĆIVANJE	Klasa: 334-01/06-01/08
		Urbroj: 2163/1-06-01-2
		Datum: 17-03-2006
		Str. 28 od 48

CILJ: Gastro turizam	OCJENA POSTIGNUĆA	OBRAZLOŽENJE
<ul style="list-style-type: none"> • uvrštenje i kvalitativan kontinuitet istarskih restorana u prestižnim inozemnim gastro vodičima u kojima svake godine nalazi mjesto sve više istarskim ugostiteljskih objekata: • Gault Millau 2005. (20 objekata) Veronelli 2005.; (24 restorana i 20 hotela) Wo isst Oesterreich 2005.; (24 restorana) Gallimard 2005. (20 objekata) • Suradnja s međunarodnim udruženjem Slow food Italia koji je organizirao jedinstveni Univerzitet za gastronomske znanosti s kojima je dogovorena suradnja i mogućnost pohađanja istarskih studenata u tu prestižnu Akademiju. • Suradnja s europskim udruženjem mladih kuhara Jeunes restaurateurs d'Europe s kojima smo u pregovoru oko uvrštenja istarskih mladih kuhara u navedeno udruženje • Suradnja s tvrtkom Corymbus iz Siene koja je organizator prestižnog natjecanja za mlade kuhare gdje je tema maslinovo ulje i na kojem je dogovorena naredna participacija istarskih restorana (2005. Restoran San Rocco) • Gore navedene institucije su nam omogućile da stupimo u kontakt s predstavnicima prestižnog hotelskog lanca Relais &Chateau, a u svezi uvrštenja istarskih objekata • Istra se afirmira kao prepoznatljiva i kvalitetna gastronomska destinacija (temeljem kvalitetne edukacije ugostitelja i kvalitetne komunikacije 	<p>Pozitivna ostvarenja u pogledu razvoja gastro-turizma kao specifičnog oblika turizma ogleda se u činjenici da je za kvalitetan pomak i zadržavanje kontinuiteta u tom sektoru neophodno poštivati inozemne stroge kriterije. Radi se o sektoru koji ima najzahtjevniju konkurenciju pa je samim time izuzetno teško mjeriti se s najjačim gastronomskim regijama u svijetu.</p> <p>S posebnim zadovoljstvom želim istaknuti da je upravo na tako zahtjevnom turističkom tržištu istarski proizvod gastro-turizma najkvalitetniji, najuspješniji i najprepoznatljiviji. Tu činjenicu potvrđuju mnogobrojni gosti koji nam se javljaju putem Interneta, a poglavito značajan je podatak da je Gastro vodič Istra najtraženija turistička publikacija već devet godina za redom. Uz navedeno podatak koji govori u prilog prethodnoj tezi je i činjenica da smo nakon dugog niza</p>	<p>Predstavlja razvojni turistički projekt, koji je u svom razvojnem procesu zasigurno najpotpuniji turistički proizvod. Takvu konstataciju nam potvrđuju višegodišnja istraživanja (stavovi i mišljenja novinara, opinion-makera, statistički podaci), koji govore da je gastro vodič Istre najtraženija publikacija naših gostiju od 1996. godine pa sve do danas. Projekt je relativno brzo rastao jer je bogatstvo autohtonih, tipičnih eno i gastro proizvoda u Istri doista bogata i raznolika, pa je to osnovna komparativna prednost, koju smo mudro iskoristili.</p> <p>Dodatna okolnost koja je rezultirala mudrim odabirom je i naš poslovni koncept kreiranja razvojnih turističkih projekata koji se je odvijao paralelno, pa smo na taj način brže, kvalitetnije i učinkovitije kreirali prepoznatljivost Istre umrežavanjem međusobno kompatibilnih razvojnih projekata poput agroturizma, vinskih cesta, cesta maslinova ulja, tartufi itd u integralno prepoznatljiv turistički proizvod.</p> <p>Gastro vodič Istre u tom je smislu bio velika prekretnica jer je prvi puta stvorena atmosfera koja je uvažavala različitost, kreativnost, sposobnost i znanje. U početku je to jasno stvorilo nepovjerenje radi drukčije optike vrednovanja ugostiteljskih objekata, ali je ubrzo shvaćena poruka koja je odaslana svim ugostiteljima na način da je Gastro vodič odigrao važnu ulogu u strateškom razvoju nove koncepcije turizma.</p>

ISTARSKA ŽUPANIJA	MANDATNO I GODIŠNJE PLANIRANJE I IZVJEŠĆIVANJE	Klasa: 334-01/06-01/08
		Urbroj: 2163/1-06-01-2
		Datum: 17-03-2006
		Str. 29 od 48

<p>novinarima, opinion-makerima i trend-setterima</p> <ul style="list-style-type: none"> • time je potaknut razvoj kulture dobrog stola i kuhinje te promocije i turističke valorizacije tipičnih i autohtonih gastro proizvoda – što se u praksi pokazuje kao motiv dolaska u Istru • rezultat toga je produženje i obogaćenje turističke sezone, čime Istra postaje - vikend gastro turistička destinacija, a potvrdu tome nalazimo u povećanju broja dolazaka naših gostiju i ostvarenih noćenja u pred i posezoni • praćenje svjetskih trendova u turizmu te priključenje međunarodnim projektima • diversifikacija turističkog proizvoda • očuvanje tradicijskog nasljeđa, revalorizacija izvornih istarskih recepta i načina kuhanja • preusmjeravanje turističkih tokova u središnji dio Istre na način uključivanja što većeg broja kvalitetnih ugostitelja u projekt -kompetitivnost • predstavlja izuzetno važan vid nadopunjavanja obiteljske ekonomije ukoliko se radi o sporednoj djelatnosti ili kao što je to pretežiti slučaj o sasvim profesionalnoj djelatnosti • predstavlja vid novog lifestyla i zdrave prehrane 	<p>godina praćenja od strane inozemnih novinar specijalista i opinion-makera iz svijeta gastronomije, potvrdili kvalitativan uspon i kontinuitet u promociji i revalorizaciji regionalne gastronomije. Trenutno niti jedan restoran izvan Istre nije dobio povjerenje uvaženih inozemnih gastro kritičara te zadovoljio kriterije za ulazak u publikaciju</p> <p>Domaći stručnjaci, novinari i opinion-makeri suglasni su s činjenicom i ocjenom da je Istra doista učinila ogroman napredak i predstavlja ogledni model razvoja s kojim se tek trebaju suočiti preostale regije u Hrvatskoj. Potvrda tome je i podatak da prema neovisnom nacionalnom gastro vodiču od deset najboljih restorana u Hrvatskoj čak njih sedam pripada Istri.</p>	<p>Izuzetnu ulogu nalazim i u tome što se velik broj ugostiteljskih objekata nalazi u središnjem dijelu Istre. Na taj način ostvaruju se osnovne pretpostavke za lakši i kvalitetniji život u unutrašnjosti, zaustavio je trend raseljavanja središnjeg dijela Istre, omogućio produženje turističke sezone te kreirao pozitivno radno ozračje za dodatni izvor prihoda.</p> <p>Projekt gastro turizma potaknuo je izrazito pozitivnu, kompetitivnu atmosferu. To se očituje posebno među ugostiteljskim objektima koji su uvršteni u vodič te posebno među onim koji se nadmeću da budu u narednoj godini uvršteni. Rezultat toga su sve veći bodovi i ujednačavanje po kvaliteti gotovo svih ugostitelja uključenih u projekt.</p> <p>Brojne reportaže o gastronomiji Istre utjecale su na razvoj vikend turizma i to prije svega u periodu pred i posezone, tako da je Istra prva uspjela produžiti turističku sezonu. Zasluge u tome ima prije svega stvoreni turistički proizvod i podizanje razine usluge</p>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

ISTARSKA ŽUPANIJA	MANDATNO I GODIŠNJE PLANIRANJE I IZVJEŠĆIVANJE	Klasa: 334-01/06-01/08
		Urbroj: 2163/1-06-01-2
		Datum: 17-03-2006
		Str. 30 od 48

CILJ: Dani tartufa	OCJENA POSTIGNUĆA	OBRAZLOŽENJE
<ul style="list-style-type: none"> • promovirali smo po prvi puta 20 osoba koje su položile tečaj za službene ocjenjivače tartufa, koji će imati za cilj verificirati kvalitetu i ispravnost tartufa na narednim lokalnim sajmovima tartufa • Manifestacije Zlatni taruf te Hommage istarskom tartufu dostigle su zavidne kriterije kvalitete koji su nam omogućile da se na navedene manifestacije odazovu najvažniji glavni urednici europskih gastro vodiča, osim toga pridobili smo i dva ponajbolja svjetska kuhara u spravljanju tartufa; gosp. Bruno Clement i gosp. Luigi Ciciriello kao najeminentnijih trend-settera na području tartufa da promoviraju i promiču istarski tartuf u svijetu • Izrada 26 minutnog filma o istarskom tartufu s najvažnijim svjetskim kuharom za tartufe; gosp. Bruno' Clementom iz Provanse polučio je izuzetan promotivni učinak za Istru i Hrvatsku. Rezultati navedenog projekta su: emitiranje filma na nekoliko svjetskih TV postaja: francuski TV5, francuski TV Voyage, belgijski nacionalni kanal, TV2 Denmark; te je film prikazan na svim prekoceanskim letovima avionskih kompanija Air France, United airlinesa, te na božićnom domjenku za Diplomatski kor RH u organizaciji Istarske županije i MVP I EI. 	<p>Istra je u relativno kratkom roku od svega nekoliko godina učinila ogroman kvalitativan pomak u kojem je kvalitetno prezentirala svoje potencijale u vidu revalorizacije tartufa i stavljanja istih u turističku promociju jer je dugogodišnja praksa krijumčarenja tartufa iz Istre u Italiju rezultirala da su se istarski tartufi prodavali pod brandom tartufa iz Piemonta. U tim okolnostima Istra nije profitirala već je služila drugima, što istodobno degradira Istru. Činjenica da se ist. ugostitelji sve više usavršavaju i specijaliziraju u nuđenju tartufa govori nam da su efekti promocije tartufa izuzetno uspješni, pa je omjer potražnje u odnosu na ponudu daleko veći, što nije bio slučaj prije samo nekoliko godina. Svake se godine smanjuje izvoz tartufa, a povećava potrošnja u ist. restoranima. Velik broj kvalitetnih reportaža u specijaliziranim revijama, doprinosi mijenjanju imidža Istre kao gastro destinacije.</p>	<p>Projekt Dani tartufa u Istri tradicionalno se održava nakon glavne turističke sezone u periodu tri jesenska mjeseca, u mjesecu rujnu, listopadu i studenom. Predstavlja razvojni turistički projekt, koji se kvalitativno nadovezuje na projekt gastro-turizma. Uz sebe veže jedinstven, rijedak i vrhunski gastro proizvod - tartuf (bijeli i crni), kojeg smo intenzivnije uključili u promociju.</p> <p>Projekt je utoliko značajniji jer je priča oko bijelog tartufa medijski izuzetno zahvalna i atraktivna radi jedinstvenosti i cijenjenosti bijelog tartufa u svijetu, no ujedno nismo dovoljno iskoristili činjenicu da u Istri ima i izuzetno kvalitetnih crnih tartufa, što smo upravo projektom Dani tartufa u Istri to promijenili.</p> <p>Projekt se svake godine kvalitativno nadopunjuje, te sa sigurnošću možemo ustvrditi i sagledati sve efekte projekta čiji se učinci najviše uočavaju u malim istarskim konobama i restoranima gdje se tartuf i konzumira. Projekt je sasvim sigurno potpomognuo otvorenju nekoliko specijaliziranih trgovina za prodaju tartufa, gljiva i tipičnih istarskih proizvoda (Buje, Buzet, Livade i Pula).</p> <p>Paralelno s navedenim promotivnim aktivnostima namjera nam je cijeli projekt razvijati na održiv i odgovoran način što podrazumijeva dugoročnost cijelog projekta.</p>

ISTARSKA ŽUPANIJA	MANDATNO I GODIŠNJE PLANIRANJE I IZVJEŠĆIVANJE	Klasa: 334-01/06-01/08
		Urbroj: 2163/1-06-01-2
		Datum: 17-03-2006
		Str. 31 od 48

<ul style="list-style-type: none"> • izrađeni edukacijski paneli o tartufima značajno doprinose širenju znanja o tartufima, a kao jedan od važnijih rezultata je: sve veća osviještenost istarskih ugostitelja o važnosti tog jedinstvenog gastro proizvoda te potreba da se znanje o njemu još dodatno pojača. U nastavku navodim i ostale ne manje važne realizirane ciljeve, a koje doprinose kvalitativnom i dugoročnom repositioniranju i restrukturiranju Istre kao prepoznatljive turističke destinacije: • aktiviranje medijske atrakcije obzirom da je na tlu Istre 1999. g. pronađen mega tartuf koji je bio težak (1,31 kg), te su ga djelatnici Upravnog odjela za turizam i trgovinu uvrstili u Guinnessovu knjigu rekorda. • valorizacija tipičnih i autohtonih gastro proizvoda u funkciji turizma • diversifikacija turističkog proizvoda; proširenje i obogaćenje turističke ponude Istre, • produženje i obogaćenje turističke sezone s jasnim obrisima pred i posezone • promocija vikend turizma • upotpunjavanje postojećeg projekta gastro turizma, • animacija kvalitetnih gastro novinara s napisanim reportažama o Istri 	<p>Aktivnosti koje su promišljeno poduzimane u proteklih pet do šest godina omogućile su medijsku uvaženost. Time smo stekli kompetitivnu poziciju da Istra postane važan čimbenik u svjetskim okvirima. Ogroman utjecaj takvom ugledu najviše je pridonijela edukacija ljudi u Istri po pitanju tartufa jer je jedino mjerilo uvaženosti na inozemnom tržištu znanje i sposobnost da se to znanje marketinški oplemeni i ugradi u temelje održivog i odgovornog razvoja što je preduvjet svakog kvalitativnog i dugoročnog razvoja. To je uostalom i temeljna odrednica razvoja turizma EU naznačena u dokumentu AGENDA 21. Potvrde o stečenom ugledu i medijskoj uvaženosti najbolje svjedoče brojne i kvalitetne reportaže o istarskim tartufima što se može jasno i mjerljivo ocijeniti iz Press clipping book za 2004. godinu u kojemu su pohranjena sva emitiranja u službi promocije Istre.</p>	<p>Uz tradicionalno predstavljanje ponajboljih svjetskih kuhara u spravljanju tartufa koji je ove godine izbio poznati kuhar Luigi Ciciriello; vlasnik restorana Truffe noire iz Bruxellesa, posebnu težinu je ove godine imalo natjecanje Zlatni tartuf/Tartufo d'oro - troboj nacija u gastronomiji koji je ove godine vrlo uspješno održan u hotelu Eden u Rovinju.</p> <p>Posebnu pažnju želim izdvojiti na ovogodišnji kalendar manifestacija koji je omogućio doista širok izbor kvalitetnih događanja koja su se odvijala na području Buzeta, Motovuna i Livada te je polučio značajan dolazak inozemnih gostiju u sezoni. Osim gostiju koji tu ciljano dolaze iz svojih prebivališta (Trst, Kopar, Rijeka, Ljubljana, München i sl) projekt je utoliko atraktivniji jer svim gostima koji borave u istarskom priobalju omogućava jedan dodatni sadržaj i upotpunjuje doživljaj boravka u Istri.</p> <p>Pokazno traženje tartufa je najtraženija i najspektakularnija manifestacija, koju ćemo od naredne godine izmijeniti i pretvoriti u pravi turistički proizvod; avantura traženja tartufa. Temeljem višegodišnjih iskustva i uigravanja tima koji je sposoban barem na dva svjetska jezika pojasniti kako funkcionira komunikacija između čovjeka i psa, a koji zajedno surađuju kako bi pronašli taj istarski dragulj skriven ispod zemlje.</p>
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

ISTARSKA ŽUPANIJA	MANDATNO I GODIŠNJE PLANIRANJE I IZVJEŠČIVANJE	Klasa: 334-01/06-01/08
		Urbroj: 2163/1-06-01-2
		Datum: 17-03-2006
		Str. 32 od 48

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

ISTARSKA ŽUPANIJA	MANDATNO I GODIŠNJE PLANIRANJE I IZVJEŠČIVANJE	Klasa: 334-01/06-01/08
		Urbroj: 2163/1-06-01-2
		Datum: 17-03-2006
		Str. 33 od 48

CILJ: Ceste maslinova ulja Istre	OCJENA POSTIGNUĆA	OBRAZLOŽENJE
<ul style="list-style-type: none"> • Uspostavili smo kvalitetnu suradnju s izdavačkom kućom Cucina&vini koja publicira jedini svjetski vodič maslinova ulja i s kojom u 2006. godini pripremamo veliki kongres maslinara i vlasnika uljara • Na poziv izdavačke kuće Cucina&vini i glavnog urednika Marca oreggie sudjelovali smo na prvom sajmu ponajboljih maslinovih ulja svijetu u Folignu • Uvrstili smo dva istarska proizvođača u svjetski vodič najboljih maslinovih ulja s garantiranim porijeklom pod nazivom <i>I migliori oli mondiali extra vergine 2005</i> • Uspostavili smo kvalitetnu suradnju s međunarodnim udruženjem Slow food Italia i s kojom odrađujemo dio edukacije za sommeliera maslinova ulja, ujedno u njihovom vodiču za maslinova ulja bila su predstavljena trinaest istarskih maslinara. • izrađene power point prezentacije o projektu Ceste maslinova ulja Istre značajno doprinose širenju znanja o svim korisnim učincima koje maslinovo ulje omogućuje, a kao jedan od važnijih rezultata je: sve veća osviještenost istarskih ugostitelja o važnosti i utjecaju tog jedinstvenog gastro proizvoda te potreba da se znanje o njemu još dodatno pojača. 	<p>Vrlo dobro odrađene pripreme radnje omogućile su nam da nakon inspekcijskih obilazaka i pregleda pojedinih maslinarskih itinerera, njih oko 160, vrlo učinkovito, a prema Pravilniku o Cestama maslinova ulja Istre izvršimo prvu kvalitetnu selekciju istarskih maslinara. Time smo dobili prvih 70 istarskih maslinara i 13 uljara koji su zadovoljili kriterije iz Pravilnika. 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 godinu dana maslinovo ulje se je prodavalo na cesti i u plastičnim bocama od vode.</p>	<p>Cijeli projekt nalazi se u početnoj, ranoj fazi razrade – druga godina realizacije. To znači da je najdelikatnija faza pripreme cijelog projekta, koja je trajala gotovo dvije godine u potpunosti uspješno realizirana. U tome kao i u iskustvu stečenom na sličnim turističkim razvojnim projektima koje smo u Istri realizirali vidimo izuzetno pozitivnu ocjenu postignuća.</p> <p>Realno postoji ogroman interes da se nešto učini, međutim s druge strane postoji niz poteškoća, koje će projekt kočiti sve dok se nekoliko kvalitetnih maslinara ne uspije nametnuti i postati prepoznatljivi kao kvalitetni proizvođači i time učiniti značajni pomak. Razlog tome je prije svega tradicija proizvodnje maslinova ulja koja se nije temeljila na kvaliteti već na kvantiteti. Upravo stoga je i pokrenut cijeli projekt s namjerom da se putem edukacijskih treninga u relativno kratkom roku izvrši neophodna selekcija gdje je mjerilo vrijednosti kvalitete autohtonog proizvoda – maslinovo ulje.</p> <p>Sa takvim postavkama i znanjem proizvodnog procesa razvidno je da je metodologija bila krivo postavljena, pa će cijeli projekt u tome najviše doprinijeti ukoliko uspije nametnuti moderne svjetske trendove u maslinarstvu i time okrenuti novu stranicu maslinarstva u Istri. Opći je dojam da će iskustva stečena na razvoju sličnih projekata poput vinskih cesta, gastro-turizma i agroturizma uvelike pripomoći i na taj način unaprijediti i ubrzati kvalitativni razvoj projekta.</p>

ISTARSKA ŽUPANIJA	MANDATNO I GODIŠNJE PLANIRANJE I IZVJEŠČIVANJE	Klasa: 334-01/06-01/08
		Urbroj: 2163/1-06-01-2
		Datum: 17-03-2006
		Str. 34 od 48

<p>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 maslinova ulja, komercijalni proboj i njegovo pozicioniranje na tržištu, kontinuirani rast izražen kvalitativno i kvantitativno, što bolji image • 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, cijenjenost među opinion-leaderima, uvoznici, stručnjaci • proizvodnja maslinova ulja na bazi (monokultivara) - time ćemo unaprijediti autohtone istarske sorte; dati im autentičnost i izvornost izražene putem posebnih flavora i organoleptičkih svojstava omogućiti veću kontrolu u preradi maslina i kvaliteti finalnog proizvoda • modernizacija/ mini uljare promocija kvalitetnih mini uljara kapaciteta 100-300 kg na sat po izuzetno povoljnim cijenama može uvelike izmijeniti postojeću formulu (produktivnost-učinkovitost-isplativost) uključuje što većeg broja kvalitetnih maslinara u projekt 	<p>Izuzetno velikim postignućem držimo da je u samo nekoliko mjeseci 5 najkvalitetnijih istarskih maslinarskih itinerera ophodilo blizu 4.000 tisuće posjetitelja, među kojima mnogi/većina su imali u svom programu vođenu degustaciju maslinova ulja i nakon toga kupnju istih proizvoda. To je također izuzetan dokaz kako se od kvalitetnog gastro proizvoda može učiniti atrakcija, turistički proizvod i što je najvažnije odrediti trend kvalitete.</p> <p>Ogromno postignuće vidimo i u edukaciji maslinara, ugostitelja i drugih ljubitelja maslinarstva, koji su u tekućoj godini položili tečaj senzorne analitike i prepoznavanja maslinovih ulja. U 4 organizirana tečaja ukupno njih 120 je pohađalo i položilo čime značajno povećavamo kritičnu masu poznavatelja i ljubitelja maslinova ulja. Potvrde o stečenom ugledu i medijskoj uvažnosti najbolje svjedoče brojne i kvalitetne reportaže o maslinovom ulju što se može jasno i mjerljivo ocijeniti iz Press clipping book za 2004. godinu.</p>	<p>Iako su tek nepune dvije godine protekle od početka implementacije projekta Ceste maslinova ulja Istre, već danas možemo smatrati da je to jedan prepoznatljiv i uobličen turistički proizvod koji se u relativno kratkom roku nametnuo s puno potencijala i već prepoznatih i realiziranih komparativnih prednosti. Projekt je u nepune dvije godine polučio sasvim konkretne i mjerljive rezultate. Kada govorimo o Cesti maslinova ulja Istre, prvenstveno podrazumijevamo jedno zaokruženo maslinarsko područje koje u sklopu Ceste maslinova ulja ima maslinarske itinerere odnosno punktove.</p> <p>Osnovni zadatak svakog maslinarskog itinerera jest promocija maslina, maslinova ulja i njegova turistička prezentacija koja se sastoji u revalorizaciji razvoju i njezi maslinarstva u Istri. Projekt Cesta maslinova ulja Istre razvijen je na cijelom rodnom području Istre, što znači da smo na 4 Ceste maslinova ulja u projekt uključili 80 maslinara.</p> <p>Projekt Cesta maslinova ulja je i u 2005. 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>
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

ISTARSKA ŽUPANIJA	MANDATNO I GODIŠNJE PLANIRANJE I IZVJEŠĆIVANJE	Klasa: 334-01/06-01/08
		Urbroj: 2163/1-06-01-2
		Datum: 17-03-2006
		Str. 35 od 48

CILJ: Agroturizam	OCJENA POSTIGNUĆA	OBRAZLOŽENJE
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Dan otvorenih vrata: peto izdanje, održalo se u nedjelju 20. studenog, zabilježeno je oko 4.000 posjetitelja • kreirati image Istre kao poznate i kvalitetne destinacije za ruralni turizam i selektivne oblike turizma na osnovama održivog i odgovornog razvoja • promocija i turistička valorizacija te zaštita ambijenta, stare arhitekture i tradicijskog nasljeđa • poticanje poljoprivredne proizvodnje i proizvodnje zdrave hrane • uključivanje što većeg broja kvalitetnih domaćinstava u agroturističke tokove • poticanje razvoja središnjeg (ruralnog) dijela Istre • promocija vikend turizma • potenciranje Istre kao gastronomske destinacije • produženje turističke sezone • praćenje svjetskih trendova u turizmu te priključivanje međunarodnim projektima • sprečavanje osipanja sela i depopulacije ruralnih područja • ambijentalna ekologija i zaštita okoliša • izravna potpora poljoprivredi 	<p>U ponudi je bilo ukupno 248 domaćinstava s ukupno 2100 postelja. Najtraženiji tip domaćinstva bile su ruralne kuće, ruralne vile te ruralni hoteli. Prosječna popunjenost svih tipova domaćinstava iznosi 110 dana što je za 20 dana bolja iskorištenost u odnosu na prošlu godinu; ili 31%. Bilježimo bolju popunjeno središnjeg dijela Istre u odnosu na privatni smještaj uz more i to 2 osnovna kriterija: Prosječna cijena AP za 5 osoba u agroturizmu je 140 E, a u privatnom smj. 70 E. Iskorištenost u agroturizmu za 5 osoba je 152 dana, a u privatnom smještaju 72 dana. Pojedinačna selektivna popunjenost iznosi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ruralne vile: 180 dana; 50% • Ruralne kuće: 130 dana; 36% • Agroturizam: 70 dana; 19% • Ruralni obiteljski hoteli: 70 dana; 19% • B&B: 65 dana: 18% 	<p>Razvojni program agroturizam, razvijao se sukladno postavkama programa kao i intencijama Upravnog odjela za turizam i trgovinu IŽ te Turističke zajednice Istarske županije u svezi kvalitativne selekcije i klasifikacije (tipologije) domaćinstva. Razvojni program trebalo bi nadalje razvijati u tri strateška pravca:</p> <ul style="list-style-type: none"> - agroturizam – poljoprivredna proizvodnja, autohtoni proizvodi, valorizacija ambijentalne gastronomije - ruralne kuće za odmor i Stancije kao najkvalitetniji oblik seoskih domaćinstava sukladno traženjima na emitivnim turističkim tržištima - noćenje s doručkom – kao kvalitetna inačica privatnog smještaja u selima i ruralnim područjima tj. napuštanje isključivo ponude smještaja. <p>Zajedno s ovim strateškim pravcima, razvijati i ostale oblike seoskih domaćinstava, a na kojima će biti zastupljene i ostale usluge: odmor na vinskoj cesti i mali obiteljski ruralni hoteli, za što je tijekom 2005. godine postavljena kvalitetna platforma. Izuzetno važni koraci u liberaliziranju razvoja projekta agroturizma te istodobno postizanje olakotnih okolnosti za razvoj istih pridonijela su: 1) Ishodovanje dozvola za nuđenje zabranjivanih proizvoda (tijekom 2003.) 2) Prijedlog izmjene postojećeg Pravilnika – koordinacija agroturizama i TZIŽ (lipanj 2003). Prijedlog usvojen i na sjednici Saborskog odbora za turizam. Izmjene Pravilnika donijete u prosincu 2005. 3) Dogovor o individualnom pristupu prilikom usklađenja s Pravilnikom veterinarsko-sanitarnim uvjetima na seoskim domaćinstvima</p>

ISTARSKA ŽUPANIJA	MANDATNO I GODIŠNJE PLANIRANJE I IZVJEŠĆIVANJE	Klasa: 334-01/06-01/08
		Urbroj: 2163/1-06-01-2
		Datum: 17-03-2006
		Str. 36 od 48

CILJ: GOLF	OCJENA POSTIGNUĆA	OBRAZLOŽENJE
<p>U okviru implementacije Master plana razvoja turizma Istre, planira se podizanje konkurentnosti Istre kao kvalitetne turističke regije u Mediteranskim okvirima.</p> <p>Razvojem golfa žele se postići sljedeći ciljevi koji proizlaze iz odabranog razvojnog modela:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ restrukturiranje postojeće smještajne ponude – podizanje kvalitete i izmjena strukture kapaciteta; ▪ repozicioniranje Istre i njezinih mikro-destinacija – kreiranje i promocija specifičnog imidža i identiteta; ▪ kreiranje i ponuda inovativnih turističkih doživljaja temeljenih na specifičnostima Istre; ▪ produženje turističke sezone na 7-8 mjeseci; ▪ izmjena postojeće strukture gostiju - privlačenju gostiju veće platežne moći; ▪ ponuda dodanih vrijednosti – sofisticirani proizvodi za nova tržišta, primjena suvremenih tehnologija, kvalitetna infrastruktura, efikasnost i kvaliteta usluga, upravljanje odnosima s gostima (CRM) i sl. <p>Edukacija (dodatne aktivnosti koje su nužne u funkciji razvoja golfa):</p> <ul style="list-style-type: none"> - osnivanje novih golf klubova na području Istarske županije. - provođenje golf tečajeva, posebno sa mlađim uzrastima, promocija golfa putem medija i sl. - educiranje golf trenera i uopće domaćeg kadra za buduća golf igrališta (greenkeeperi i sl.) kao i sustavno rješavanje obrazovanja takvog profila stručnjaka (uvođenje smjera za greenkeepere pri srednjim poljoprivrednim školama). 	<p>Obzirom da se radi o dugoročnom projektu koji je započet već prije 6-7 godina, te obzirom da u Istri još uvijek nije izgrađeno niti jedno golf igralište, ocjena postignuća ovog projekta ne može biti pozitivna.</p> <p>S tim u svezi, držimo da razloge takvog neuspjeha u prvom redu možemo potražiti u sporj administraciji i neriješenim pitanjima, kako na državnoj razini i njenih perifernih službi i ureda, tako i na lokalnom nivou (JLS), te u kompliciranim i ponekad nejasnim propisima koji uzrokuju daljnje produljenje administrativnih procedura.</p> <p>Možemo zaključiti kako projekt u velikoj mjeri ovisi o odlukama na državnoj razini, ali i o zainteresiranosti i kooperativnosti općina i gradova na čijem području je predviđena izgradnja.</p>	<p>Proteklih godina Vlada RH je usvojila Program razvitka golfa i predložila nekoliko značajnih zakonskih okvira koji su usvojeni i koji će bitno pojednostaviti i olakšati proces izgradnje golf igrališta.</p> <p>Istarska županija je u svoj prostorni plan uvrstila 20 potencijalnih lokacija za izgradnju golf igrališta.</p> <p>Općine i gradovi na čijem području su predviđene potencijalne lokacije također izrađuju svoje prostorne planove (u skladu sa županijskim) u koje će biti uvrštene navedene lokacije za golf,.</p> <p>U narednom periodu se očekuje dovršetak izrade većine prostornih planova, te izrada i odobrenje studija o utjecaju na okoliš. Nakon ishoda prvih građevnih dozvola i provođenja natječaja za odabir investitora te ustupanje zemljišta investitoru po već poznatim povoljnim i stimulirajućim uvjetima.</p> <p>Do kraja 2006. godine, početak izgradnje prvih golf igrališta u istarskoj županiji (do sada su izdate lokacijske dozvole za tri potencijalne lokacije (Marlera, Crveni vrh i Dragonera).</p>

ISTARSKA ŽUPANIJA	MANDATNO I GODIŠNJE PLANIRANJE I IZVJEŠĆIVANJE	Klasa: 334-01/06-01/08
		Urbroj: 2163/1-06-01-2
		Datum: 17-03-2006
		Str. 37 od 48

CILJ: Bike turizam	OCJENA POSTIGNUĆA	OBRAZLOŽENJE
<ul style="list-style-type: none"> • promocija Istre kao bike destinacije • produženje turističke sezone • upotpunjavanje postojećeg projekta sportskog turizma, • proširenje i obogaćenje turističke ponude Istre, • animacija što većeg broja kvalitetnih novinara da pišu o bike stazama Istre preusmjeravanje tur. tokova u središnji dio Istre • promocija Istre kao poznate bike destinacije koja će se moći mjeriti s najznačajnijim bike regijama u Europi • produženje turističke sezone na način da se u periodu pred i posezone organiziraju značajne profesionalne bike manifestacije, zatim sportsko rekreativne za ciklo-turiste, ali i bike kampovi za pripremu prije početka bike sezone • upotpunjavanje postojećeg projekta sportskog turizma i pozicioniranje tzv. sportskih/bike hotela na način da se upotpuni potrebna infrastruktura za razvoj kvalitetnog bike turizma • proširenje i obogaćenje turističke ponude Istre, tzv. mekim, odnosno prirodi bliskim turizmom koji u prostoru ne ostavlja tragove • animacija velikog broja kvalitetnih novinara da pišu o bike stazama Istre kao jedan od najvažnijih vidova promocije u kvalitetnu bike destinaciju • preusmjeravanje turističkih tokova u središnji dio Istre 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ po prvi puta je izrađen promotivni materijal koji na jednom mjestu objedinjava cjelokupnu ponudu bike turizma. Radi se o brošuri Bike Atlas Istre. ▪ umreženo je 80 bike staza u dužini većoj od 3.200 km. ▪ prema statistikama/ anketama svaki četvrti auto koji ulazi u Istru ima gotovo 2 bicikle ▪ brojne reportaže i oglasi koji promoviraju Istru i njene bike profesionalne utrke povećali su upite o bike turizmu Istre za 20% u odnosu na prošlu godinu. ▪ brojne reportaže i oglasi koji promoviraju Istru produžili su turist. sezonu i na taj način omogućili bolje poslovanje u središnjem dijelu Istre. ▪ 3 hotela u središnjem dijelu Istre su specijalizirani za bike turizam (Volpija, Filipini i San Rocco) 	<p>Temelji se na očuvanoj prirodnoj okolini, kulturno-povijesnoj baštini te visokom stupnju ekološke svijesti. Upravo se na ovim pretpostavkama bazira današnji moderni turizam odnosno potrebe turista za alternativnim aktivnostima. Kako bi se povećale ekonomske koristi od turizma, neophodno je usvojiti i implementirati nove projekte kao što je i cikloturizam na održivi razvoj sa orijentacijom na one oblike turizma koji će stvarati koristi svim sudionicima.</p> <p>Biciklizam je najmasovniji sport u Europi. Procjenjuje se da se tim vidom sporta odnosno rekreacije aktivno bavi više od 600 milijuna ljudi diljem svijeta. Tako bilježimo da npr. u Njemačkoj broj registriranih biciklista naveliko premašuje brojku od 20 milijuna, što profesionalnih što rekreativnih ljubitelja biciklizma. Tako izuzetno velike vrijednosti i brojke vrijede i u ostalim europskim zemljama, a poglavito u nama interesantnim emitivnim turističkim destinacijama poput zemalja beneluxa i Skandinavije.</p> <p>Posljednjih godina na tržištu potražnje raste preferencija turista za specifičnim vrstama turizma. Povijesna baština, predivna priroda i ugodna klima okvir su koji će omogućiti Istri da bude privlačna za suvremene turiste željne aktivnog odmora. Istra u postojećim kapacitetima već sadrži:</p> <ul style="list-style-type: none"> - obalu i različit teren u unutrašnjosti; razgranatu cestovnu mrežu; mnoštvo manje prometnih lokalnih cesta; hoteli i usluge smještaja različitih tipova i potreba; autohtoni agroturizam, proizvodnja hrane; tržišna prepoznatljivost; biciklističke utrke i trening pripreme; biciklističke klubove

ISTARSKA ŽUPANIJA	MANDATNO I GODIŠNJE PLANIRANJE I IZVJEŠĆIVANJE	Klasa: 334-01/06-01/08
		Urbroj: 2163/1-06-01-2
		Datum: 17-03-2006
		Str. 38 od 48

CILJ: Istra MTB Tartufi Tour - Parenzana	OCJENA POSTIGNUĆA	OBRAZLOŽENJE
<ul style="list-style-type: none"> • promocija Istre kao poznate bike destinacije koja će se moći mjeriti s najznačajnijim bike regijama u Europi • produženje turističke sezone na način da se u periodu pred i posezone organiziraju značajne profesionalne bike manifestacije, zatim sportsko rekreativne za ciklo-turiste, ali i bike kampovi za pripremu prije početka bike sezone • upotpunjavanje postojećeg projekta sportskog turizma i pozicioniranje tzv. sportskih/bike hotela na način da se upotvorni potrebna infrastruktura za razvoj kvalitetnog bike turizma • proširenje i obogaćenje turističke ponude Istre, tzv. mekim, odnosno prirodi bliskim turizmom koji u prostoru ne ostavlja tragove • animacija velikog broja kvalitetnih novinara da pišu o bike stazama Istre kao jedan od najvažnijih vidova promocije u kvalitetnu bike destinaciju • preusmjerenje turističkih tokova u središnji dio Istre • kvalitetna organizacija maratona • animirati interes gradskih i turističkih struktura u nakani da se razvijemo kao prepoznatljiva bike destinacija 	<p>U odnosu na prošlu godinu povećan je broj natjecatelja za 20%; prema strukturi nacionalnosti za 30%, te broj posjetitelja za 20%.</p> <p>U organizacijskom smislu utrka je prošla u najboljem mogućem redu, to znači bez bilo kakvih propusta, bez zastoja u dinamici odvijanja same utrke i bez ozljeda koje su u takvim brdsko-planinskim disciplinama česte. Time je opravdano povjerenje naših stalnih natjecatelja, ali i sponzora koji su uložili trud u organizacijskom i financijskom smislu što je rezultiralo općim službenim pohvalama realizatorima manifestacije.</p>	<p>Predstavlja razvojni turistički projekt, koji je u svom razvojnem procesu jedan od značajnijih turističkih proizvoda. Takvu konstataciju nam potvrđuju višegodišnja iskustva, a i sami rezultati koje postižemo u organiziranju važnih bike natjecanja uz uspješno uključivanje i povezivanje privatnog i javnog sektora.</p> <p>Projekt Istria MTB Tour - Parenzana 2004. g. u svom sedmom izdanju (profesionalne MTB utrke), odnosno osmom kada smo dionicu od Vižinade do Motovuna svečano otvorili, doživjela je svoje najbolje izdanje. Velikim dijelom je to rezultat višegodišnjeg iskustva kao i izuzetno dobro odrađenim pripremnim radnjama za samu organizaciju manifestacije.</p> <p>U tom kontekstu Istra koristi svoje klimatske izvanredne uvjete na način da se predstavi kao idealna destinacija za sve potencijalne bike klubove, koji svoje zimske pripreme odrađuju svake godine. Time želimo i Istru staviti u red poželjnih destinacija za svoje zimske pripreme i početak nove natjecateljske sezone.</p> <p>Cilj ovog projekta je stvoriti okvir za razvoj kvalitetne, suvremene i inovativne turističke ponude koja će povećati konkurentnost istarskog turizma na tržištima turističke potražnje i kapitalnih investicija.</p>

ISTARSKA ŽUPANIJA	MANDATNO I GODIŠNJE PLANIRANJE I IZVJEŠĆIVANJE	Klasa: 334-01/06-01/08
		Urbroj: 2163/1-06-01-2
		Datum: 17-03-2006
		Str. 39 od 48

CILJ: Istria Terra magica Bike	OCJENA POSTIGNUĆA	OBRAZLOŽENJE
<ul style="list-style-type: none"> • promocija Istre kao poznate bike destinacije koja će se moći mjeriti s najznačajnijim bike regijama u Europi • produženje turističke sezone na način da se u periodu pred i posezone organiziraju značajne profesionalne biciklističke manifestacije, zatim sportsko rekreativne za ciklo-turiste, ali i bike kampovi za pripremu prije početka bike sezone • upotpunjavanje postojećeg projekta sportskog turizma i pozicioniranje tzv. sportskih/bike hotela na način da se upotvorni potrebna infrastruktura za razvoj kvalitetnog bike turizma • proširenje i obogaćenje turističke ponude Istre, tzv. mekim, odnosno prirodi bliskim turizmom koji u prostoru ne ostavlja tragove • animacija velikog broja kvalitetnih novinara da pišu o bike stazama Istre kao jedan od najvažnijih vidova promocije u kvalitetnu bike destinaciju • preusmjerenje turističkih tokova u središnji dio Istre • u svjetskom kupu nema ni jedne utrke na samom moru što čini utrku atraktivnijom • povećanje kvalitete doživljaja 	<p>U odnosu na prošlu godinu povećan je broj natjecatelja za 20%; prema strukturi nacionalnosti za 30%, te broj posjetitelja za 20%.</p> <p>U organizacijskom smislu utrka je prošla u najboljem mogućem redu, to znači bez bilo kakvih propusta, bez zastoja u dinamici odvijanja same utrke i bez ozljeda koje su u takvim brdsko-planinskim disciplinama česte. Time je opravdano povjerenje naših stalnih natjecatelja, ali i sponzora koji su uložili trud u organizacijskom i financijskom smislu što je rezultiralo općim službenim pohvalama realizatorima manifestacije.</p>	<p>Projekt Giant Grand Prix - 2004 je doživio svoje treće izdanje. Iako se ne radi o izuzetno složenoj manifestaciji poput Parenzane, ipak je učinak Gijanta izuzetno važan jer se dešava krajem ožujka, odnosno početkom travnja kada u Europi tek počinju prave utrke, tako da im Istra posluži kao važno prednatjecanje za provjeru forme.</p> <p>Predstavlja razvojni turistički projekt, koji je u svom razvojnom procesu jedan od značajnijih turističkih proizvoda. Takvu konstataciju nam potvrđuju višegodišnja iskustva, a i sami rezultati koje postizemo u organiziranju važnih bike natjecanja uz uspješno uključivanje i povezivanje privatnog i javnog sektora.</p> <p>U tom kontekstu Istra koristi svoje klimatske izvanredne uvjete na način da se predstavi kao idealna destinacija za sve potencijalne bike clubove, koji svoje zimske pripreme odrađuju svake godine. Time želimo i Istru staviti u red poželjnih destinacija za svoje zimske pripreme i početak nove natjecateljske sezone. Sve gore navedeno je samo poticaj da prijavimo kandidaturu za svjetski kup, te se nadamo da bi 2007. g. mogli ugostiti po prvi puta u Hrvatskoj utrku za svjetski kup u klasi Cross Country. Jasno da je za naš izbor potrebna potpora svih subjekata kako bi se iz Svjetske biciklističke federacije doista uvjerali da smo sposobni organizirati manifestaciju na tom nivou.</p>

ISTARSKA ŽUPANIJA	MANDATNO I GODIŠNJE PLANIRANJE I IZVJEŠČIVANJE	Klasa: 334-01/06-01/08
		Urbroj: 2163/1-06-01-2
		Datum: 17-03-2006
		Str. 40 od 48

CILJ: Certifikacija hotela, pansiona i obiteljskih gospodarstava	OCJENA POSTIGNUĆA	OBRAZLOŽENJE
<ul style="list-style-type: none"> • kreirati prepoznatljivost bike destinacije /Product destination brand • kreirati dobro ustrojen i organiziran turistički proizvod Product quality brand • pružiti raznorodnu paletu proizvoda na temu bike-a; diversifikacija turističkog proizvoda/ Diversification tourism product • certifikacija kvalitete/Quality labels • osiguranje osnovnih infrastrukturnih uvjeta za potrebe biciklista prema prepoznatljivim kriterijima • poticanje razvitka svih uslužnih djelatnosti koje obogaćuju sadržaj • organizaciju biciklističke mreže i označavanja biciklističke mreže • valorizacija povijesno-turističkih značajki • upravljanje i održavanje biciklističke mreže • kvalitetna prez. urbanih i ruralnih sredina • kontinuirano poticanje razvoja kapaciteta, širenja portfelja i ustrajanje na prepoznatljivoj kvaliteti proizvoda i usluga utemeljenog na tržišnoj marki i kombinaciji izletničkog i boravišnog turizma • povećati broj dolazaka, broj noćenja i prihoda od turizma, nudeći kvalitetnu ponudu uz konkurentne cijene • stvaranje prepoznatljive marke proizvoda usklađivanje tržišnog ugleda proizvoda s potražnjom 	<p>Po prvi puta je pokrenut i izrađen projekt certifikacije smještajnih jedinica kako u priobalnom tako i u ruralnom prostoru tematskog oblika prema pravilima i kriterijima međunarodne organizacije za razvoj biciklističkog turizma.</p> <p>Prema prvim pokazateljima u organizacijsko-pripremljivoj fazi izgradnje samog projekta, opći je dojam da su se vlasnici smještajnih objekata relativno bez značajnijih poteškoća prilagodili novim tržišnim uvjetima te prihvatili strože kriterije, koji zahtijevaju dodatni angažman i složeniju organizaciju prihvata gostiju.</p> <p>Prvi testni period koji će biti najbolji pokazatelj uspješnosti projekta Bike & Bed i Bike hotels biti će upravo sezona 2006. godine s početkom u travnju mjesecu.</p>	<p>Pored dobro razvijene infrastrukture staza kako onih MTB tako i onih cestovnih, presudni element za uspješan razvoj bike turizma jesu smještajni objekti koji moraju biti prilagođeni potrebama biciklista. To podrazumijeva da smještajni objekti moraju ispunjavati osnovne i dodatne kriterije kako bi boravak biciklista bio udoban.</p> <p>To podrazumijeva konkretne izmjene u poslovanju svakog smještajnog objekta na način da se udovolji barem osnovnim kriterijima, a jasno je da za uspješnost cijelog projekta treba težiti ispunjavanju i dodatnih uvjeta. Hotelski smještaji i kuće u ruralnom prostoru kao ponuđači smještaja bike turistima trebaju zadovoljiti slijedeće osnovne uvjete:</p> <ul style="list-style-type: none"> • prihvata ciklo-turista i samo za jednu noć • prostor za sušenje odjeće i putne opreme • mogućnost pranja bicikala • dostupnost karata regije/ biciklističkih karata • stavljanje na raspolaganje seta za popravak koji sadrži najvažniji alat za jednostavne popravke • ponuda bogatog doručka prilagođen načinu ishrane za sportaše bicikliste ili mogućnost korištenja kuhinje • sigurna prostorija za besplatno ostavljanje bicikala preko noći • informacije o lokaciji, radnom vremenu i telefonskom broju najbližih mehaničara u slučaju većih kvarova

ISTARSKA ŽUPANIJA	MANDATNO I GODIŠNJE PLANIRANJE I IZVJEŠČIVANJE	Klasa: 334-01/06-01/08
		Urbroj: 2163/1-06-01-2
		Datum: 17-03-2006
		Str. 41 od 48

6. NEPLANIRANE, A REALIZIRANE AKTIVNOSTI

REALIZIRANE AKTIVNOSTI

6.1. Izvršene prezentacije / ugošćavanje novinara i studijskih grupa:

DATUM	MJESTO	PREZENTACIJA / NOVINARI / STUDIJSKA GRUPA	TEMA
26.1.	Novigrad	Savjet za turizam grada Novigrada	Turizam Istre + Master plan
19.2.	Montalcino	Benvenuto Brunello	Vinski turizam Istre
19.3.	Novigrad	Stručni skup o maslinarstvu	Ceste maslinova ulja Istre
05.4.	Brijuni	Studijsko putovanje polaznika Cesar Ritz college (SWI)	Istra + turizam Istre
12.4.	Poreč	Prezentacija vodiča Veronelli + Gault Millau	Turizam Istre + Master plan
30.4.	Istra	Studijsko putovanje Splitsko-Dalmatinske županije	Ruralni turizam + Vinistra
16.5.	Kotor	Prezentacija u sklopu Kongresa Jadransko Jonske inicijative	Agroturizam
17.5.	Bujština	Obilazak proizvođača i podruma Istre sa vinarima iz Austrije	Cesta maslinova ulja i Vinska cesta
09.8.	Bujština	Obilazak proizvođača i podruma Istre sa vinarima iz Austrije	Cesta maslinova ulja i Vinska cesta
19.9.	Teramo	Konferencija o ekoturizmu	Turizam Istre + Master plan
21.9.	Poreč	Konzultanti iz Ženeve	Turizam Istre + Master plan
30.9.	Pula	Susret razvojnih agencija Slovenije u IDA-a	Turizam Istre + Master plan
15.10.	Poreč	Koordinacija predsjednika uprava hotelsko-turističkih kompanija Istre	Bike turizam + Web sustav Istre
05.11.	Macerata	Konferencija o tartufima	Izvorni tartuf i dani tartufa u Istri
19.11.	Livade	Prezentacija projekta Izvorni tartuf/Tartufo vero	Gastro turizam
25.11.	Punat	Prezentacija na Danima maslinova ulja	Ceste maslinova ulja Istre

ISTARSKA ŽUPANIJA	MANDATNO I GODIŠNJE PLANIRANJE I IZVJEŠĆIVANJE	Klasa: 334-01/06-01/08
		Urbroj: 2163/1-06-01-2
		Datum: 17-03-2006
		Str. 42 od 48

6.2. Prijedlog reguliranja enduro i off road vožnji u Istri

Pored hrvatskih zakonskih propisa, u izradi Prijedloga korištena su iskustva nekih evropskih zemalja, Aut, Ita, Swis, Rum, Češke i dr. Namjera je da se na nivou IŽ donese Odluka o organiziranom korištenju šumskih, poljskih i svih ostalih putova i staza za vožnju enduro i moto-kros motocikala, te da se iste stavi pod nadzor registriranih društva (vodiča) i time spriječi nekontrolirano uništavanje privatne i društvene imovine. Predlažemo da moto klubovi i agencije koje su zainteresirane za promicanje takvog vida turizma, postanu nosioci prava i obaveza (godišnje odobrenje) na području lokalne zajednice ili na području cijele Istre, te da se u dogovoru sa lokalnim vlastima utvrde putovi koji će se moći koristiti u sportske i turističke svrhe, te da s time u vezi dogovore i uvjete korištenja tih putova i staza. Napominjemo da je takav model već prihvaćen u ostalim zemljama zapadne Europe gdje se vožnja u prirodi može ostvariti jedino posredstvom moto kluba, što je i jedan od načina na koji se klubovi financiraju, pa nisu na teret zajednice. Uvođenjem dnevnih, tjednih i mjesečnih naknada za dozvolu, jedan dio prihoda bi se usmjeravao u unapređenje takvih aktivnosti, čišćenje staza, sanaciju šteta počinjenih od nepoznatih počinioca, organizaciju ekoloških akcija i ostalih manifestacija. Cilj je obuzdati već spomenute neodgovorne vozače koji nelegalno, bez nadzora ili ovlaštenih vodiča voze bez ikakvog reda i poštivanja prirodnog okoliša, na način da se sankcioniraju propisanim kaznama od strane nadležnih institucija koje brinu o provođenju zakonskih normi. Cilj je također ograničiti broj motorista na najviše 50 dnevno i to na cijelom području županije.

Prijedlog organiziranja: Specijalizirane agencije i klubovi stvaraju i strukturiraju turističke proizvode i aktivnosti na osnovu resursa i atrakcija. One su također odgovorne za promociju, izravno korisnicima, neizravno pomoću posrednika. Njihova važnost je bitna zbog razvoja novih turističkih područja i specijaliziranih enduro i off road proizvoda.

Ciljevi: licencirati vodiče sa ovjerenom iskaznicom; kontrolirati vožnje uz prisustvo vodiča agencije ili kluba; sve najavljene vožnje proslijediti svim jedinicama lokalne samouprave na čijem području prolazi vožnja; stvaranje baze podataka domaćih organizatora enduro i off road vožnji kako bi sve zainteresirane za takvu vrstu sporta usmjerili na specijalizirane agencije i klubove; legalizacija aktivnosti enduro i off road vožnji poštujući zakone i propise; propisati pravila ponašanja – organizatori moraju ispuniti propisane uvjete; utvrditi način provođenja nadzora i sankcije za prekršitelje u suradnji sa nadležnim institucijama (MUP, PU)

Aktivnosti u 2005.

- prezentacija projekta jedinicama lokalne samouprave
- razmatranje predloženog projekta
- prethodna rasprava sa članovima Inicijative za reguliranje enduro i off road vožnji
- utvrđivanje staza namijenjenih za enduro i off road vožnje
- ishodovanje suglasnosti jedinica lokalne samouprave
- izrada Prijedloga Odluke o reguliranju enduro i off road vožnji
- posebno poligoni za održavanje sportskih natjecanja
- posebno staze za rekreativne turističko-izletničke vožnje

ISTARSKA ŽUPANIJA	MANDATNO I GODIŠNJE PLANIRANJE I IZVJEŠĆIVANJE	Klasa: 334-01/06-01/08
		Urbroj: 2163/1-06-01-2
		Datum: 17-03-2006
		Str. 43 od 48

7. OCJENA FINACIJSKOG POSLOVANJA - PO PROGRAMIMA I AKTIVNOSTIMA

PLANIRANA SREDSTVA	UTROŠENA SREDSTVA	OBRAZLOŽENJE
Planirana sredstva predviđena za provedbu svih aktivnosti u 2005. godini bila su predviđena u iznosu od 1.548.180 kn.	Proračun je izvršen u visini 90,52%	Na temelju opisanih provedenih i realiziranih aktivnosti u protekloj 2005. godini, vidljivo je da su gotovo svi jednogodišnji projekti realizirani gotovo iznad 96% omjera što je razvidno iz analitike pozicija Proračuna; razdjel 5; Jedina stavka koja je realizirana u 50% omjeru je ona koja obuhvaća Sufinanciranje kamata u turizmu i agroturizmu.

ISTARSKA ŽUPANIJA	MANDATNO I GODIŠNJE PLANIRANJE I IZVJEŠĆIVANJE	Klasa: 334-01/06-01/08
		Urbroj: 2163/1-06-01-2
		Datum: 17-03-2006
		Str. 44 od 48

8. ZAKLJUČAK / REZIME

Upravni odjel za turizam i trgovinu Istarske županije je tijekom protekle godine obavio niz administrativnih, protokolarnih, stručnih i projektnih poslova u okviru svoje nadležnosti te je u značajnom dijelu ispunio programske postavke koje su bile predviđene Programom rada za 2005. godinu. Nastavljen je kontinuitet u kreiranju i kvalitativnom unapređenju turističkih razvojnih projekata čime smo uvelike doprinijeli podizanju image-a Istre, njenoj kvalitetnoj diversifikaciji turističkih proizvoda, te potpomogli da se ostvare zavidni ekonomski rezultati. Projekti su kreirani, koordinirani i vođeni po načelu zajedničkog djelovanja privatnog i javnog sektora te oplemenjivanja turističke ponude Istre, a posebno s ciljem realizacije osnovnih postavki iz Programa rada:

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

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

Turistička 2005. godina opravdala je očekivanja te potvrdila naše razvojne potencijale. Iz takvih konstatacija je razvidno da se turizam Istre nalazi pred ključnim izazovima sustavnog i koordiniranog razvoja, stoga će se u slijedećem programskom periodu posvetiti posebna pažnja strukturnim promjenama u turizmu Istre. To podrazumijeva izuzetno delikatnu fazu početka implementacije strateškog dokumenta tzv. Master plan turizma Istre, te njegova dosljedna primjena u praksi, koji nam ima dati konkretne odgovore na pitanja budućeg razvoja turizma u Istri. Master plan predviđa pet osnovnih elemenata razvoja: 1) Razvojni model turizma, 2) Plan konkurentnosti, 3) Investicijske potrebe i mogućnosti, 4) Novi marketing plan, 5) Plan implementacije

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

Držimo da je takav pristup jedini mogući put približavanja standardima i kriterijima EU, kao i praćenja svjetskih trendova u turizmu.

ISTARSKA ŽUPANIJA	MANDATNO I GODIŠNJE PLANIRANJE I IZVJEŠČIVANJE	Klasa: 334-01/06-01/08
		Urbroj: 2163/1-06-01-2
		Datum: 17-03-2006
		Str. 45 od 48

**REPUBLIKA HRVATSKA
ISTARSKA ŽUPANIJA
POGLAVARSTVO**

Klasa: 023-01/0-01/38
Urbroj: 2163/1-01/8-06-2
Pula, 28. ožujka 2006.

**SKUPŠTINA ISTARSKE ŽUPANIJE
N/r. predsjednika g. Antona Peruška
Dršćevka 3
52 000 PAZIN**

**PREDMET: Izvješće o radu Upravnog odjela za turizam i trgovinu
Istarske županije za 2005. godinu**

Na temelju članka. 59. i 77. Statuta Istarske županije ("Službene novine Istarske županije", broj 6/03- pročišćeni tekst, 10/04 i 13/05), Poglavarstvo Istarske županije na sjednici održanoj dana 28. ožujka 2006. godine, donosi slijedeći

ZAKLJUČAK

1. Prihvaća se Izvješće o radu Upravnog odjela za turizam i trgovinu Istarske županije za 2005. godinu.
2. Akt iz točke 1. ovog Zaključka, njegov je sastavni dio, te se dostavlja Županijskoj skupštini Istarske županije na nadležno postupanje.
3. Za izvjestitelja po točki 1., a vezano za točku 2. ovog Zaključka određuje se Denis Ivošević - v.d. pročelnik Upravnog odjela za turizam Istarske županije.
4. Ovaj Zaključak stupa na snagu danom donošenja.

**Predsjednik
Poglavarstva Istarske županije
Ivan Jakovčić**

ISTARSKA ŽUPANIJA

MANDATNO I GODIŠNJE
PLANIRANJE I IZVJEŠĆIVANJE

Klasa: 334-01/

Urbroj: 2

Datum: 17-03-2

Str. 47 od 48

ISTARSKA ŽUPANIJA	MANDATNO I GODIŠNJE PLANIRANJE I IZVJEŠČIVANJE	Klasa: 334-01/06-01/08
		Urbroj: 2163/1-06-01-2
		Datum: 17-03-2006
		Str. 48 od 48