



## **RADNA GRUPA NA TEMU TURIZMA**

# **ZAVRŠNI DOKUMENT**

**MAKARSKA 24.TRAVNJA 2008.**

### **Uvod**

Terensko istraživanje na temu integriranog turizma u Jadransko-Jonskoj regiji (pod integriranim mislimo na turističku ponudu čije destinacije se nalaze u jednoj, ili više zemalja Jadransko-Jonske regije) je provedeno prateći indikacije koje se nalaze u izvještaju završnog dokumenta radne grupe na temu turizma održane na posljednjem izdanju foruma. Slijedeće točke su istaknute:

- Međunarodno turističko tržište će nastaviti rasti i to naglo do 2020: turisti dolaze iz sve više određenih zemalja, nova tržišta izranjanju sa velikim potencijalom za rast turističke potražnje; općenito govoreći svaka osoba ide na odmor češće nego što je to bilo prije tijekom godine i rastući broj starijih osoba postaje sve zanimljiviji segment ovog sektora;
- Karakteristike i potrošački profil turista se mijenja: turista je sve više „uradi sam“, traže zanimljiv odmor (on ili ona preferira odmor posvećen sport, avanturi, wellness-u i/ili u prirodi), svjesni su socijalnih pitanja, čvrsto vođeni tehnologijom i više vode računa o okolišu;
- Kapacitet svake zemlje Jadransko-Jonskog područja da privuče turiste sa međunarodnog tržišta je različit: što se tiče Zapadno Jadranske obale (Talijanske regije koje gledaju na Jadransko more), broj dolazaka je ostao nepromijenjen u proteklim godinama; nadalje sveukupna dinamika ovog područja je pod jakim utjecajem podataka koji dolaze iz Veneta, posebno iz Venecije, za koju se smatra da je klasična turistička destinacija i prema tome predstavlja zaseban slučaj. Sa druge strane, uzduž Istočno Jadranske obale Grčka i Hrvatska su razvile jak kapacitet privlačenja turista i prate ih, uvelike, Slovenija, Crna Gora, Albanija i Bosna i Hercegovina;
- Analiza postojećih integriranih paket aranžmana je otkrilo da je Hrvatska skoro uvijek uključena u turističku ponudu i samo u nekoliko slučajeva, Istočna obala dolazi u paketu sa Talijansko – Jadranskom ponudom. Jedina iznimka su krstarenja, iako igraju samo marginalnu ulogu u Jadransko-Jonskoj regiji u usporedbi sa drugim poznatijim destinacijama.

Inspirirani slikama koje smo dobili od strane sudionika Forumu (zahvaljujući financijama dobivenim iz Retaj projekta) i sukladno sa smjernicama u izvještaju završnog dokumenta radne grupe na temu turizma iz 2007.g., slijedeći promotivni alati su postavljeni i dogovoreni tijekom radne grupe u tom izdanju:



- **logo Adrlon:**

- zadatak i identifikacija loga su postavljeni; služi kao kišobran zaštitni znak, tj kao simbol zajednice u raznolikosti i množini Jadransko-Jonskog makropodručja. Predstavlja zajednički identitet i izražava raznolikost i multiplicitet turističke ponude cijelog teritorija, kao i volju da se ostane u zajedništvu;

- logo je već korišten na materijalima i za aktivnosti koje ciljaju na integriranu promociju područja;

- terenski priručnik je napravljen o tehničkim i grafičkim specifikacijama za upotrebu (također dostupan u CD formatu i u PDF-u);

- **brošura:** neke promjene su napravljene na prvoj verziji tiskanoj prošle godine; novi „Adrlon“ logo je dodan, grafika je redizajnirana i nove slike, sa boljim grafičkim dizajnom su uključene;

- **shoppers:** oni su napravljeni kao prvi primjerak aplikacije kako bi logo došao na što više adresa; biti će moguće ih podijeliti tijekom slijedećeg promotivnog događaja u području interesa;

- „Adrlon“ **stranica:** web stranica [www.adrlon.forumaic.org](http://www.adrlon.forumaic.org) je aktivna:

- interaktivnost stranice je poboljšana i razvijena tako da uključuje mogućnost surfanja stranicom i posjeta teritorijima putem snabdijevanjem geografskim referencama. „Surfanje geo-referencom“ je napravljeno koristeći slike teritorija sa satelita. Time dozvoljava geografsku lokalizaciju za svaku turističku „atrakciju“ u tom području, predstavljenu sa grafičke točke interesa na mapi. Traženje točkaka interesa može se izvršiti na različitim geografskim nivoima (nacije, provincije/opčine, mora i planine, sport i wellness, obožavanje hrane i pića);

- prezentacija putem geografskih referenca je bila također predviđena za integrirane paket aranžmane, čija destinacija je označena točkama interesa na mapi područja;

- ovaj tip organizacije surfanja imitira, zadatak koji je uključen u „Adrlon“ logu, tj. dozvoljava prezentaciju Jadransko Jonske regije kao cjeline, a u isto vrijeme ističe brojnost i raznolikost turističke ponude. Ovo može biti jednostavno otkriti klikom na svaku točku interesa lociranu na mapi. Svaka točka interesa može imati tekst, kontakte, linkove sa drugih stranica i slike koje su vezane za svaku turističku atrakciju.



## Prijedlozi

Tijekom radne grupe na temu Turizma slijedeći prijedlozi su predstavljani:

- Postavljanje smjernica za Gospodarske komore, druge institucije i privatne sudionike za usvajanje i zapošljavanje Adrlon loga, tako da što više organizacija može naučiti o ciljevima i projektima i da mogu dijeliti isti cilj.
- Započeti proceduru internacionalne registracije loga;
- Ubrzati komore sudionice Foruma, da pronađu i kontaktiraju tour operatore i lokalne agencije koje nude integrirane turističke proizvode u njihovim korespondentnim teritorijima. Oni će biti informirani o aktivnostima izvedenim od strane radne grupe na temu Turizma i o sadržajima i radnoj proceduri stranice, kao i o promotivnim ciljevima područja. Kako bi bili upoznati sa cijelom inicijativom, prihvatili Adrlon logo i bili aktivno uključeni u promotivne aktivnosti Jadransko Jonskog područja.
- Organizirati sastanak sa tour operatorima, agencijama, stručnjacima i organizacijama uključenima u turistički sektor, kako bi:
  1. Utvrdili promotivne i komunikacijske aktivnosti;
  2. Predstavili konkretne prijedloge integriranih paket aranžmana koji će biti uključeni u internacionalnu promotivnu mrežu i testirani kao integrirane ponude; koje trebaju biti promovirane na „Adrlon“ stranici;
  3. Raspraviti sadržaj budućih dogovora/ posebnih dogovora između članova Foruma i privatnih sudionika u zajedničkoj obavezi da zaposle i razdijele sve materijala (brošure, logo i stranicu).
- Promovirati sudjelovanje na međunarodnom sajmu, u Europi, gdje će Jadransko Jonska makro – regija i zaštitni znak Adrlon biti predstavljeni na zajedničkom štandu;
- Kombinirati logo sa rezultatima projekta Marina, za koji je memorandum razumijevanja potpisan od strane nekih partner institucija kako bi se stvorila kartica za zajedničkim logom i zajedničkim smjernicama. Ovo će ponuditi, nautičkom turistu, uvjete prijevoza koje treba razviti za cijelo Jadransko Jonsko područje kombinirajući nautički i ruralni turizam;
- Razviti pravila i propise kojim će se staviti kvaliteta turističke usluge na brigu strategije za dostizanjem konkurentnosti i održivosti i jačanje Jadranske karakterizacije, putem iskustva prikupljenog od ISNART-a (Talijanska agencija komorskog sistema) sa certifikacijom gostoljubivosti smještajnih kapaciteta;
- Stvoriti stalan opservatorij nautičkog turizma kako bi se nadgledao turizam i njegov značajan razvojni trend, čak i izbacivanjem „chartera“ prije osnivanja nautičkog područja;



- Pretvoriti događaj organiziran od strane Assonautice „Susreti na Jadranskom moru“, koji se odvijaju već u svom XX izdanju, u godišnji institucionalan događaj Foruma Jadransko Jonskih Gospodarskih komora. Ovo će se iskoristiti kako bi se logo zaštitni znak rasprostranio što šire.

## **Zaključak (dogovorene aktivnosti)**

Radna grupa na temu turizma je dogovorila da je potrebno slijedeće:

- Osnovati standardiziran sistem pravila, dogovoren kako od strane institucija tako i od privatnih sudionika, kako bi se koordinirale turističke ponude područja i olakšala primjena Adrlon zaštitnog znaka;
- Ohrabriti lokalne institucije da promoviraju svoj teritorij diljem svijeta sa integriranom perspektivom, u skladu sa standardima zaštitnog znaka područja;
- Dozvoliti razvoj znanja i vještina među djelatnicima u sektoru po pitanju internacionalnog turističkog sistema, postavljanje i upravljanje turističkog proizvoda, razvoj kvalitetnog sistema i teritorijalnog marketinga, dok u isto vrijeme čuvamo održiv turizam i alternativni turizam. Sve ovo bi trebalo dostići organiziranjem obuka i pružajući pomoć u postavljanju turističkih paketa, i onih eksperimentalnih, koji će uključivati nekoliko destinacija u zemljama tog područja;
- Postaviti integrirani plan za širenje i promociju zaštitnog znaka područja (Adrlon);
- Postaviti komunikacijske alate koji se odnose na Adrlon zaštitni znak područja (publikacije, reklamne proizvode, reklame, multimedialne alate);
- Organizirati edukacijske ture za strane preprodavače, koji dolaze u Istočno Jadranske Zemlje, i tour operatore i novinare posebnih internacionalnih novina;
- Pretvoriti Assonautica projekt, koji se zove „Susreti na Jadranskom moru“, u godišnji institucionalni događaj Foruma Jadransko Jonskih Gospodarskih komora;
- Vršiti potporu nautičkom i ruralnom turizmu, također i kombinirajući ova dva segmenta;
- Povezati Adrlon zaštitni znak sa Card razvojem putem projekta Marinas, lokalno modificiran od svakog partnera, sa zajedničkim logom i dogovorenim smjernicama. Ovo će biti promijenjeno u Adriatic Card, čija promocija će biti ciljana na one ljude koji uobičajeno idu na odmor u Jadransko – Jonskoj regiji;
- Razviti projekt promovirajući kvalitetan zaštitni znak malog i srednjeg turističkog poduzetništva, osim hotela, koji mogu dovesti do certifikacije „Jadransko Jonske gostoljubivosti i tipičnosti“, prateći iskustvo hotelskih kapaciteta promoviranih od strane Talijanskog komorskog sistema;



- Podržati promociju prikladnih turističkih segmenata, sa posebnim osvrtom na brojna blaga koja su malo poznata ali u obilju u makro regiji.

Gore navedene aktivnosti će biti uključene u posebne projekte koji će biti podneseni sukladno određenom društvenom, nacionalnom i regionalnom pozivu za prijedloge.