

## RADNI STOL ZA TURIZAM I ZAŠTITU OKOLIŠA ZAVRŠNI DOKUMENT



Krf, 11. lipnja 2014.

### **Pretpostavke**

Sudjelovanje Foruma AIC u procesu konzultacija u zadnjim mjesecima 2013. u okviru strategije EUSAIR, omogućio je gospodarskim komorama izradu ciljanog dokumenta, službeno predstavljenog 13. prosinca 2014., koji je, osvrćući se na os 4, koncentriran na održivi turizam te sadrži izravne reference na logo Adrion.

Adrion se danas smatra primjerom dobre prakse u EU, posebice zato jer je uvršten u Priopćenje br.713 od 30.11.2012. naslovljeno "Pomorska strategija za Jadransko i Jonsko more", kao i u regiji Marche (regija koja je koordinirala druge talijanske regije u postupku konzultacija Strategije EUSAIR), koja ga je više puta isticala i predlagala za primjer kao predsjedavajuća Jadransko-jonskog pododbora, a u okviru aktivnosti istog pododbora unutar Odbora za regije.

Ove pretpostavke omogućuju Okruglom stolu za turizam da zadrži solidnu početnu poziciju za podnošenje prijedloga (pilot projekti) na Akcijski plan, polazeći od onoga što je realizirano u ovim mjesecima, a što se navodi u tekstu koji slijedi radi potpunijeg informiranja:

- Usvajanje i ažuriranje odgovarajućeg protokola kako bi se zajamčila funkcionalnost i adekvatno korištenje brenda u skladu s novim naputcima Eusair;
- Promocija i stvaranje novih transnacionalnih tematskih turističkih proizvoda, usklađenih s Programom europskih kulturnih itinerara Vijeća Europe, koji uključuju Forum AIC kao partnera, kao na projektu VeroTour (venecijske trgovačke rute);
- Organizacija web prekograničnog tour operatora tzv. *web wholesaler incoming cross-border tour operator* uz financiranje Jadransko-Jonske Inicijative, kao instrumenta promocije kroz korištenje novih tehnologija;
- Organizacija i upravljanje tematskim radionicama na temu malog i srednjeg poduzetništva u turističkom sektoru, itd.

S ciljem vrednovanja dosadašnjeg rada te kao odgovor na predložene aktivnosti, tzv. *suggested actions* opisane u osi 4 Konzultacija dionika u Ateni, 6.-7. veljače 2014., na kojem je događaju nazočio i Forum AIC; Okrugli stol za turizam 2014. predstavlja zajedničke prijedloge za prepoznavanje Adriona kao instrumenta zajedničkog interesa za realizaciju koordinirane politike brendiranja te kako bi brend bio funkcionalan, uzimajući u obzir i nove europske zakone od prioritetnog značaja, kao na pr.: "Europska strategija promicanja obalnog i pomorskog turizma (Priopćenje br. 86/2014)".

### **Okrugli stol za turizam 2014. za svaku aktivnost/tzv. suggested action, predlaže kako slijedi:**

*Predložena aktivnost 1: diverzificirani turistički proizvodi*

Poduprijeti i promicati sadašnja značajna iskustva kroz korištenje novih tehnologija (projekt Mirabilia Gospodarske komore u Materi, projekt VeroTour "Venecijske trgovačke rute", grčki amfiteatri, itd. Kako bi se naglasila vrijednost identiteta Jadranske zajednice, kako bi pluralitet turizma vrednovao jedinstveni



mozaik temeljen na povijesno-kulturnim korijenima te prepoznavanje objedinjenog turističkog proizvoda od zajedničkog interesa za potencijalni Europski Kulturni Itinerar (Programa Vijeća Europe).

*Predložena aktivnost 2: kvaliteta, standardizacija i certificiranje*

Definirati sustav certificiranja kvalitete i provedbe temeljen na postojećim primjerima dobre prakse (primjerice, poduprijeti implementaciju projekta “Jadransko-jonska gostoljubivost” koja se može nastaviti na uspješni primjer projekta “Talijanska gostoljubivost”, a kojega je realizirao Isnart i sustav talijanskih komora. U tom smislu čak i ažuriranje brenda Adrion, s ciljem naglašavanja mogućnosti brenda (primjerice: tematski paketi, ali ne samo za više zemalja, u svrhu pospješivanja i podizanja zajedničke promidžbe na razinu nacionalnih institucija za promociju u turizmu, stvarati konzorcije među operaterima “model wholesaler”, promicati veće korištenje brenda, ne šireći ga samo na tour operatere, nego na cijeli turistički sektor ukoliko istoga karakteriziraju zajedničkim jadranskim, povijesnim i kulturnim odnosima);

*Predložena aktivnost 3: upravljanje turističkim destinacijama*

Promicati, na bazi volonterstva, pilot destinacije za diseminaciju novog europskog sustava pokazatelja u turizmu s ciljem mjerenja provedbe održivosti turističkih destinacija (ETIS), uključujući i eksperimentalne modele upravljanja NecsTour.

U tom smislu se ukazuje na projekt “Adriatic Innovative Factory” kojega financira Regija Marche, a kojim se potiču nove kreativne tvrtke i uloge novih profesionalaca povezane s inovativnim uslugama za vrednovanje, upravljanje i promociju prirodne i kulturne baštine s ciljem promicanja turizma u Makroregiji. Takav bi način rada mogao dovesti do stvaranja klastera koji bi se mogli razviti kroz osnivanje kulturnih i kreativnih tvrtki na razini Makroregije.

*Predložena aktivnost 4: pristup “Turizmu dostupnom svima”*

Lansirati i implementirati inovativni instrument promocije i komercijalizacije tematskih turističkih proizvoda karakterističnih za Jadransko-jonsko područje temeljeno na modelu digitalnog višejezičnog web operatera (“digital multilanguage web wholesaler”) ili online portala na kojemu će umreženi operateri cijeloga područja, moći promicati i prodavati turističke proizvode.

**Na Okruglom stolu za zaštitu okoliša:**

predsjednik Vujić je naglasio važnost dvaju aspekata razvoja turizma na Jadranu: okoliš i zaštita prirode temeljena na četiri E: 1) Ekonomski konkurentan, 2) sigurna i obnovljiva Energija, 3) Ekološka održivost, 4) Estetski privlačan za turiste i stanovništvo.

Ono što je važno za jednu regiju, istodobno je važno za sve teritorije jer zrak, voda i klima ne poznaju granice. Važno je definirati zajedničke ciljeve i prioritete u svezi tema koje se odnose na kvalitetu vode, mora, zraka i zemlje. Okrugli stol za okoliš stoga predlaže da se:

- Koristi brend Adrion za održivost
- Predvidi Eco-akademija Adrion sa sjedištem u Opatiji
- Implementiraju zajedničke projekti na temu zaštite okoliša



## Zaključci

Zbog karakteristika Makroregije i raznih turizama kroz koje se ona artikulira i putem kojih se predstavlja kao pluralna cjelina, potrebno je promišljati objedinjujući upravo te različite stvarnosti, teritorije i očekivanja institucija koje ih predstavljaju, kako bi se objedinili i posložili kamenčići od kojih se sastoji mozaik kulturnog identiteta putem kojega se izražava i identificira Makroregija.

Potrebno je definirati i predložiti zajedničke projekte, planirati ih u europskoj dimenziji, objediniti kompetencije na način da se realizira jedinstvena turistička destinacija, koja bi bila prepoznata kroz jedinstveni brend.

Potrebno je osnažiti i dati identitet jadranskoj zajednici iz turističko-kulturne perspektive, a upravo godina 2014. nam nudi jedinstvenu priliku za trasiranje budućnosti ovoga područja, u Italiji i Europi, a što bi bio prvi korak prema većoj strategiji za Mediteran. Uistinu, znakovito je što koincidira vrijeme početka novoga programskoga razdoblja i očekivanoga priznanja Jadransko-jonske makroregije. S druge strane, to iziskuje od lokalnih tijela, a time i od gospodarskih komora, zajednički napor prema ciljanim aktivnostima za potporu gospodarsko-poduzetničkom sektoru te veliku dodanu vrijednost u smislu razvoja i socijalne kohezije Makroregije unutar većega europskoga i međunarodnoga okvira.

Do danas je napravljeno sljedeće:

- Postojanje sporazuma o suradnji između ministarstava turizma zemalja Jadransko-jonske inicijative, valjan od 2010.;
- Uvrštenje brenda Adrion u Priopćenje EU br. 713 od 30.11.2012.;
- Sudjelovanje Foruma AIC kroz Okrugli stol za turizam u konzultacijama održanima u Ateni, 6.-7. veljače 2014.;
- Ažuriranje pravilnika brenda Adrion.

Korištenjem konkretnih instrumenata za tour operatere (webwholesaler i aplikacije za smartphone) omogućit će se Okruglom stolu za turizam da predloži politiku brendiranja svim ministarstvima turizma te tijelima za promidžbu turizma zemalja regije, s ciljem uvrštenja jedinstvene politike brendiranja prema modelu Adriona u godišnje planove turističke promocije i regionalne operative planove.

U tom smislu se od svih gospodarskih komora članica očekuju promidžbene aktivnosti prema lokalnim tijelima na svojim teritorijima, a s ciljem kapilarne difuzije brenda Adrion na cijelom području te uključenje što većeg broja zainteresiranih turističkih djelatnika.

### Tajništvo Radne grupe za turizam

#### Gospodarska komora Ancona

Kontakt osoba: Frida Paoletta

Tel: 0039 071 5838 365

Fax: 0039 071 5838 255

Email: [frida.paoletta@an.camcom.it](mailto:frida.paoletta@an.camcom.it)