

Dr. sc. MILENA PERŠIĆ, redoviti profesor
Fakultet za turistički i hotelski menadžment, Opatija, Sveučilište u Rijeci

OBILJEŽJA, VIZIJA I CILJEVI TURISTIČKE DESTINACIJE "OPATIJSKA RIVIJERA"

UDK 338.48(497.5 Opatija)

1. UVOD

U definiranju obilježja, vizije i ciljeva daljnjeg razvoja "Opatijske rivijere" kao značajnog segmenta unutar destinacije "Kvarner", treba poći od spoznaje da se radi o rivijeri koja ima tradiciju od 160 godina kontinuiranog bavljenja turizmom po značajkama, koje su bile i ostale prepoznatljivima diljem Europe. Današnju revitalizaciju turizma "Opatijske rivijere" treba povezivati s poduzetničkim duhom zainteresiranih investitora i motivima njihova ulaganja na ove prostore. Uzor treba tražiti i u idejama svojevremeno veoma uspješnog menadžera Friedricha Juliusa Schülera (1832 – 1894.), koji je kao generalni direktor korporacije "Društva južnih željeznica" iskoristio priliku, da uloženi kapital u zemljišta tadašnjeg ribarskog naselja oplemeni i ovu destinaciju učini prepoznatljivom. Naime, on je uz mnoge poduhvate vezane za unapređenje željezničkog prometa, ocijenio korisnim graditi luksuzne objekte uz svoje pruge (hoteli, vile, sanatoriji), čime je željeznički promet učinio rentabilnim, a mnoge nove destinacije prepoznatljivim. Iskoristio je povoljan položaj i blagu klimu "Opatijske rivijere", te angažirao vrhunske stručnjake na osmišljavanju njenih razvojnih mogućnosti. Tako u veoma kratkom roku ovu do tada nepoznatu destinaciju pretvara u konkurentsko austrijsko lječilište, nasuprot mnogim zimskim lječilištima na francuskoj rivijeri i centralnoj Europi. Upravo na ovim spoznajama treba pristupiti proučavanju prošlosti, kritičkom sagledavanju sadašnjost i osmišljavanju budućnosti turističkog razvoja "Opatijske rivijere".

2. POZICIONIRANJE "OPATIJSKE RIVIJERE"

Pozicioniranje "Opatijske rivijere" moguće je uz jasnu spoznaju o tome što ova Riviera danas stvarno nudi, kakva je razina te ponude i tko jesu ili bi trebali biti korisnici njenih turističkih usluga. U ocjeni stanja i realnih razvojnih mogućnosti, treba sagledati njeno mjesto u povijesnom razvoju te ove spoznaje koristiti kao polazište za kreiranje razvojnih pravaca njene ponovne valorizacije, pri čemu se ne smije

zanemariti nasljeđe prošlosti, ali ga treba sagledavati u svjetlu suvremenih trendova turističke potražnje. Kada se spominje tradicija, tada se ne smije smetnuti s uma da je još 1889. godine Opatija službeno proglašena lječilištem, da bi na prijelazu stoljeća "Opatijska rivijera" slovila kao drugo najveće kategorizirano lječilište u Europi, koje gostoprimstvo pruža u 10 za to vrijeme vrhunski uređenih hotela, u 44 pansiona, 83 vile i 12 sanatorija sa 62 liječnika specijalista. Djelovala je liječilišna komisija i komisija za uljepšanje mjesta, izlazio je specijalizirani časopis ("Zentralblatt für Thalassotherapie, Klimatologie und verwandete Wissenszweige" kojim se populariziralo ovo lječilište, a na kongresima se okupljala vrhunska znanstvena elita.



"Opatiska rivijera" prisutna je kao "kultna rivijera" u literarnim djelima, monografijama, povijesnim zapisima, a najviše u predanju. Njen šarm potajno živi u uspomenama mnogih generacija, usprkos mnogim nedaćama suvremenog turističkog razvoja i spoznaje da nešto hitno treba učiniti na eliminiranju negativnih trendova prosječnosti i neprepoznatljivosti. Mnogobrojna istraživanja dokazuju sustavnu stagnaciju ove destinacije još od kraja osamdesetih godina, kada masovni turizam bilježi stagnaciju, a nema prepoznatljivih investicija u nove sadržaje. Posebno se negativno odrazio boravak izbjeglica u hotelskim objektima tijekom devedesetih, zbog općeg imagea kojeg je destinacija dobila, ali i zbog ekonomskih resursa za gospodarski razvoj, što se vidi i osjeća još i danas. Privatizacijski proces na ovom područjima je uz manje izuzetke, više obilježen ulaganjima u nekretnine, no što se prepoznaju pravi razvojni poduhvati. To je sve dovelo do toga, da je turistički proizvod nedovoljno profiliran, što se posebno odnosi na nedostatnost i neprimjerenost sadržaja, koje ova destinacija nudi u noćnim satima.

Uz ime "Opatijske rivijere" se nedvojbeno vezuju mnogi prepoznatljivi događaji bilo ranije, bilo novije povijesti, koji se ističu kao njene komparativne prednosti i na čemu svakako treba graditi buduću ponudu koju će se osiguravati ostvarivanje konkurentskih prednosti ove rivijere. Dakle, treba eliminirati ograničavajuće činitelje, te osigurati uvjete da se ovaj profil ponude definira na novim

polazištima i smišljeno ponudi u kontekstu suvremenih razvojnih trendova ove destinacije. Povoljan geoprometni položaj ove destinacije bitno umanjuju sve naglašeniji problemi lokalnog prometa i s njim povezane prateće infrastrukture (garaže, parkirališta...). Ne mogu se zaobići ni drugi infrastrukturni problemi povezani s vodoopskrbom i kanalizacijom, veoma značajnim činiteljima sveukupnog turističkog razvoja. Povijesno promatrano, "Opatijsku rivijeru" karakterizira izgradnja prepoznatljivih objekata (secesijskih vila, manjih hotela i stambenih objekata) utopljenih u bujno zelenilo mediteranskog raslinja, što se u posljednjih godina bitno narušava nepoštivanjem propisa o građenju i neuvažavanjem zakonitosti prostora kao bitnog razvojnog resursa. Općenito se može zaključiti, da nedovoljno uvažavanje povijesnog nasljeđa i drugih suvremenih postignuća, te nedovoljno aktiviranje jedinstvenih razvojnih potencijala, predstavlja ograničavajući činitelj daljnjeg razvoja "Opatijske rivijere".

Preobrazba "Opatijske rivijere" treba ići u pravcu stvaranja MONDENE RIVIJERE u kojoj će dominirati luksuzni hoteli, izgrađeni po međunarodno prihvatljivim standardima ponude s četiri i pet zvjezdica. Naime, svaki hotel mora tržištu ponuditi prepoznatljivu ponudu primjerenu ukupnoj orijentaciji ove destinacije, pri čemu treba osigurati ravnotežu ponude povijesnih stečevina, oplemenjenih svim onim sadržajima, koje suvremeni gost traži. Ponudu treba uravnotežiti tijekom cijele godine i ponuditi one sadržaje, koji će biti prepoznatljivi i konkurentni u odnosu na druge destinacije, pa će kao takvi privući određene segmente tržišta u različitim dijelovima godine.



POZICIONIRANJE

DANAS

- Izblijedio imidž kulture rivijere, ali zadržan šarm uspomena
- Turistički proizvod nedovoljno profiliran, ali prepoznatljivi događaji
- Sadržaji u noćnim satima nedostatni
- Problemi s infrastrukturom i prometom
- Ljepoti prostora neprimjerena izgradnja
- Nedovoljno aktivirani jedinstveni razvojni potencijali



SUTRA



- Mondena rivijera - hotelska destinacija s 4* i 5*
- Konkurentan turistički proizvod za sva godišnja doba
- Raznolika ponuda najviše kvalitete - 24 sata
- Održivi razvoj
- Organizirani lokalni eko-promet
- Inovativan destinacijski menadžment
- Optimalna valorizacija jedinstva različitosti

Treba postići konsenzus svih struktura menadžmenta destinacije u definiranju zona, na način da se osmisli što raznolikija ponuda za sve relevantne ciljne skupine korisnika. Pri tome je značajno postići visoki standard ponude za poslovne ljude,

mlade, obitelji i stariju dob, na način da se unaprijed predvide i ublaže moguće konfliktne situacije, te gaji uravnotežena ponuda tijekom 24 sata. Poseban naglasak treba staviti na kulturne i zabavne sadržaje, koje treba prilagoditi stvarnim potrebama moderne turističke populacije, stalno se prilagođavajući postojećim i predviđajući nove zahtjeve. Svi sadržaji moraju biti primjereni ukupnom opredjeljenju destinacije, te visokim standardima zahtjeva populacije na koju se ova destinacija orijentira.

Turizam "Opatijske rivijere" mora se razvijati u suglasju s prirodom, na način da se maksimalno uvažava prostor, blagodat klime, mora i voda, naslijeđenog i kultiviranog biljnog i životinjskog svijeta. Infrastrukturnim zahvatima i organizacijskim mjerama treba stalno unapređivati stanje u prostoru i težiti visokim eko- standardima. U razvojne planove treba ugraditi obvezu za stalnim podizanjem kvalitete ponude uz obvezatnu zaštitu povijesnih, kulturnih, arhitektonskih i hortikulturnih vrijednosti. U tom kontekstu treba hitno definirati i prometna rješenja, po kojim bi se izgradnjom obilaznice značajno rasteretile prometnice kroz naseljena mjesta. Sam centar naselja trebalo bi rasteretiti klasičnog prometa, više koristiti mogućnosti prometovanja morem, te uvesti one oblike eko-prometa koji će biti efikasni, sigurni, jeftini i atraktivni.

Ako pod destinacijskim menadžmentom podrazumijevamo sve one strukture koje formalno ili neformalno upravljaju destinacijom (lokalna uprava i samouprava, tijela turističke zajednice, hotelijeri, restorateri, turističko poredovanje, iznajmljivači, vodeći gospodarstvenici, interesne skupine...). Uravnoteženi razvoj destinacije ovisi o mogućnosti postizanja konsenzusa svih ovih struktura, koje često mogu imati i suprotstavljene interese. Kako ne postoje mehanizmi koji garantiraju sinhronizaciju djelovanja na putu ostvarenja visokih ciljeva održivog razvoja turizma, često ti ciljevi budu potisnuti u drugi plan od strane interesnih lobija ili drugih skupina. Stoga je potrebno razmotriti mogućnost formiranja i drugih oblika interesnog organiziranja na razini destinacije, koristeći pri tom iskustva razvijenih turističkih zemalja, a sve s ciljem da se na kreativan i inovativan način osigura bolja valorizacija jedinstva različitosti, koje na "Opatijskoj rivijeri" još uvijek nije dovoljno iskorišteno.

3. OBILJEŽJA PONUDE "OPATIJSKE RIVIJERE"

"Opatijska rivijera" svoj razvoj mora zahvaliti dobrom geoprometnom položaju. Upravo je blizina velikih urbanih središta i povijesna povezanost s Austrijom, posebno bečkom aristokracijom pogodovala njenoj popularizaciji i prepoznatljivosti u prošlosti. No, ni danas ovo obilježje ne treba zanemariti, pošto sve kvalitetnije prometnice omogućavaju dolazak motoriziranim turistima na ovu rivijeru u samo nekoliko sati. No trebalo bi iskoristiti i sve veći interes poslovnih ljudi koji za svoje turističko odredište biraju turističke "meke" u čijoj su blizini sportski aerodromi, što i "Opatijska rivijera" svakako treba iskoristiti. Gost, koji može stići na "Opatijsku rivijeru" automobilom za nepunih pet sati, odn. za samo sat vremena sportskim avionom, može zaista uživati blagodati prirodnih i ambijentalnih vrijednosti. Rijetko se koja rivijera može podići potpuno uređenim 12 km dugim obalnim putem poznatijim kao "lungo mare", izgrađenim na inicijativu Društva za poljepšanje mjesta (Abaazianer Verschönungverein) na prijelazu stoljeća (1888–1811.), a pripisuju mu se ljekovita svojstva aerosola nastalih miješanjem morskog i planinskog zraka. Ne manje značajne su i brojne druge šetnice na području cijele rivijere (oko 40 km), od kojih je

najpoznatije šumsko šetalište "Carmen Sylva" od naselja Vrutki do naselja Varljeni (oko 5 km), kao i šumsko šetalište do Veprinca. Opatijska klima posebno je pogodna za liječenje bolesti dišnih putova (bronhijalni katar i astma), anemije, stanja nakon infarkta i ostalih srčanih oboljenja, kao i mnogih kožnih oboljenja.

Obilježja

Blizina urbanih središta



Geoprometni položaj



Najljepši park u Hrvatskoj



Etno-naslijeđe



Lungo-mare



Šetnice



Klima, more, vegetacija Park prirode Učka



Epitet najljepšeg parka u Hrvatskoj nosi centralni opatijski Park, koji se proteže od пристаниšta na sjeveru i do Slatine na jugu, te obuhvaća prostor između glavne prometnice i morske obale, a čija povijest seže još u davnu 1845. godinu, kada je njen vlasnik Iginije Skarpa počeo saditi i uzgajati različite egzotične biljke iz svih krajeva svijeta, a to su nastavili njegovi prijatelji najčešće pomorski kapetani koji su mu poklanjali različite biljke iz Japana, Južne Amerike, Australije, Pacifičkih otoka i sl. Jedna od zapaženijih biljki i ovom parku je i kamelija, koja je na određeni način postala simbolom ove rivijere. Značajno je preuređenje parka poduzeto 1885. godine, što je povjereno Carlu Schubertu, direktoru Bečkog vrtlarskog društva te je njegovom zaslugom ovaj park pretvoren u "zimski lječilišni vrt", čiju vrijednost prepoznaju i danas mnogi posjetitelji "Opatijske rivijere".

Proглаšenje "Parka prirode Učka" značajan je poticaj boljoj valorizaciji ovog prirodnog fenomena i rubnih područja u turističke svrhe, tim više što se to ni iz daleka ne čini na način kako bi to bilo moguće. U tom smislu najviše nade pružaju učenici svih osnovnih škola, koji pod stručnim vodstvom svojih nastavnika poduzimaju mnoge ekološke akcije, te su pokrenuli inicijativu da se u okviru ovog parka osnuje i "Međunarodni ekološki centar". Treba naglasiti da turistički nisu dovoljno valorizirani mali pitoresni gradići "Opatijske rivijere, koji kriju bogato etno-naslijeđe i koje svakako treba doživjeti mogućnost da svoje sadržaje na adekvatan način ponude tržištu.

Obilježje turističke ponude "Opatijske rivijere" su svakako hoteli i secesijske vile, kao i druga prepoznatljiva arhitektura. Općenito se može reći da je arhitektura bečkog Ringa prenesena na Mediteran a njena je ambijentalna vrijednost u prilagodbi kontinentalnih oblika specifičnim zahtjevima primorskog krajolika s posebnostima utapanja u blagodatni bujne mediteranske vegetacije. Najljepše građevine vežu uz ime

arhitekta Karla Seidla (1858 –1936.), koji je izgradio je zgradu Suda, općinsku vijećnicu evangelističku crkvu i vile Kremesek, Brühl i Brunitzky u Opatiji, vilu Tomašić u Ičićima, vilu Frappart (zlatna državna medalja na izložbi u Beču 1914. godine), Magnolia i Santa Maria u Lovranu, a značajne su njegove intervencije kod vile Ariston i kavane današnjeg hotela Millenium u Opatiji. No tu su i mnoga druga poznata imena posebno bečke Wagner Schule (E.Hoppe, M.Kammerer, O Schönthal), zatim Max Fabiani, Franz Wilhelm, Oswald Meese, Alfred Wildhock i drugi.

Obilježja

Hoteli
i secesijske
vile



Prepoznatljiva
arhitektura



Kulturno-povijesna bastina



Povijesne ličnosti



Gastronomska
tradicija



Obrazovne i
znanstvene institucije

Najkvalitetniji kadovi



Događaji



Svoj su pečat prepoznatljivosti graditeljskog nasljeđa "Opatijske rivijere" dali su i mnogi drugi umjetnici kao i sami vlasnici građevina, stoga se opravdano govori o pučkom, austrijskom, mađarskom, talijanskom, židovskom i drugim oblicima nasljeđa. To je povezano i s drugim oblicima kulturno-povijesne baštine koju treba turistički bolje valorizirati. Početak stvaranja Opatije i njene rivijere povezuje se sa malom crkvicom Svetog Jakova, sagrađene na temeljima nekadašnjeg benediktinskog samostana. Prvi se put spominje 1449.g., a sačuvani su i brojni zapisi njenih kasnijih obnova od kojih je najupečatljivija ona na kamenoj gredi nadvratnika (21. 7. 1506.).

Jedan od simbola turizma ove rivijere je svakako i Villa Angiolina, čijom su izgradnjom 1844. godine udareni temelji njegova razvoja. Ova vila je izgrađena kao ljetnikovac i bila je središte društvenog života, u njoj su se organizirali prijemi i svečanosti s plesom tadašnje vlastele. U tu svrhu je izgrađen i perivoj s kućicama i nadstrešnicama za zabave i svečanosti, što na žalost nije sačuvano. Njeni posjetitelji su bili npr. ban Josip Jelačić, Antun Pavlović Čehov, Izidora Duncan i drugi. Posebno treba naglasiti značenje boravka austrijske kraljice Marie Anne, supruge Fendinanda I,

koja je svojim boravkom u villi tijekom kupališne sezone 1860. godine, dala i osobni pečat turističkom razvoju ovih prostora.

Hotel Kvarner, gradi Društvo južnih željeznica 1884. godine i on postaje prvi luksuzni palace-hotel "Opatijske rivijere, ali i cijele istočne obale Jadrana. Iako je nekoliko puta pregrađivan i dograđivan, još i danas plijeni pažnju svojom impozantnom kristalnom dvoranom. To je hotel koji je uvijek zadovoljavao ukuse najzibirljivijih gostiju. Stoga ne čudi što su u njemu odsjedali elitni gosti kao što je Franjo Josip I, Franz Ferdinand, češki violinist Jan Kublik i drugi. Uz hotel Kvarner je izgrađena i njegova depadansa villa "Amalia", u koju se sele mnoge značajne ličnosti i zbog toga je nazivana imperatorskom vilom (Franjo Josip I, Vilim II, njemačka carska obitelj, luksemburški veliki vojvoda Alfred od Nassaua i drugi). Posebno je bio zapžen boravak rumunjskog kraljevskog para Carola i Elizabete (zvana Carmen Sylva), čijom je zaslugom utemeljeno danas popularno šumsko šetalište "Carmen Sylva".

Samo godinu dana nakon izgradnje hotela Kvarner (1885. godine), Društvo južnih željeznica pristupa izgradnji hotela "Kronprinzessin Stephanie" (danas hotel Imperijal) a zbog potrebe da se adekvatan smještaj pruži sve većem broju posjetitelja koji su pohrlili na "Opatijsku rivijeru". Taj je hotel gostima pružao sav mogući komfor (centralno grijanje, bazen, kinematograf, knjižnica...), pa kao svoje goste bilježi značajne goste koji se pojavljuju već na otvaranju predvođeni prijestolonasljednicom po kojoj je hotel dobio ime i mnogim okrunjenim glavama. U tom je hotelu također boravio i Franjo Josip I, a bio je i omiljeno odredište pisca James-a Joysa. Ovaj je hotel 1946. godine pohodio i Josip Broz Tito.

1888. godine Ignaz Schwarz gradi prvi sanatorij kojeg naziva Quisisana (danas hotel Opatija), no zbog mikro lokacije i sadržaja deleko veće značenje dobiva sanatorij Szego (danas hotel Bevedere), čiji vlasnik Kalman Szego u četiri zgrade organizira sanatorij za odrasle s hidroterapeutskim uređajima, dječji sanatorij, ordinacije s rendgenom i laboratorijem, prostore za igru, gimnastičku dvoranu i sunčalište, a u svih 80 soba je uvedeno centralno grijanje. Korištene su za to doba najmodernije medicinske metode, a rekonvalescentima su bili na raspolaganju zimski vrt, park, igralište, kupalište i biblioteka. U to doba djelovalo je 12 sanatorija, specijaliziranih za liječenje različite vrste bolesti, za rehabilitaciju ali i za prevenciju pri čemu su se kombinirale i metode liječenja i tjelovježbe, te uz korištenje hidropatskih rekvizita, kao i za to vrijeme najsuvremenijeg drugog instrumentarija. Kupke toplom i hladnom morskom i slatkom vodom u zatvorenim prostorima kombiniraju se sve više i s kupkama u otvorenom moru u za to posebno izgrađenim kupalištima, čije su se higijenske navike regulirale posebnim odredbama. Ne manje su zanimljive i ostale građevine, od kojih je svaka napisala dio povijesti i dala pečat identitetu "Opatijske rivijere", što nameće potrebu sustavnog istraživanja i popularizaciji slavne prošlosti osoba i događaja s kojima su povezane.

Impozantna je i lista povijesnih ličnosti, umjetnika, političara i drugih poznatih gostiju koji su boravili na "Opatijskoj rivijeri", doprinijeli njenom razvoju, ali i dokazali da je i "Opatijska rivijera ostavila traga u njihovim životima i djelima. Treba svakako spomenuti i nekoliko liječnika, značajnih za razvoj zdravstvenog turizma ranije i novije povijesti. To je prije svega Juraj Matija Šporer (1994 – 1884.) koji se zalagao za osnivanje Društva za izgradnju Opatije kao morskog kupališta i prirodnog lječilišta, u čemu je dobivao podršku profesora bečkog sveučilišta, a njegovu ideju je u život proveo već spomenuti Friedrich Julius Schöler, direktora Društva južnih željeznica.

Prof. dr. Julius Glax (1846 – 1922.) balneolog i znanstvenik, koji od 1883. godine boravi u Opatiji i kao ravnatelj lječilišta Južnih željeznica i predsjednik lječilišnog povjerenstva brine o uvođenju vodovoda i kanalizacije, uređenju groblja, osnivanju stanice prve pomoći, a prijevoz od željezničke postaje u Matuljima organizira električnim tramvajem. Istovremeno u Opatiju dovodi svjetski poznate stručnjake na kongrese o Thalassoterapiji.

Paralelno djeluje i prof. dr. Max Örtel zaslužan za organizaciju lječilišnih staza ("Terrainkurort") na način da je točno propisivao kraće ili duže šetnje po ravnom ili brdovitom terenu na način da su svi putovi bili razvrstani u tri kategorije (put I reda – po ravnom; put II reda – sa manjim nagibom; put III reda – sa velikim nagibom), pojedinačno izmjereni i uvršteni u vodiče i priručnike zdravstvenog turizma. Za oko 30-tak staza na području "Opatijske rivijere" definirana je kategorija puta, te za svakih deset minuta hoda postavljena oznaka i klupica za kraći predah. Korištenje lječilišnih staza je kombinirao s posebnom dijetom. Kasnije istraživanja su potvrdila veliku rehabilitacijsku vrijednost njegovih pionirskih poduhvata.

Za popularizaciju "Opatijske rivijere" kao lječilišne rivijere tog doba zaslužan je i poznati kirurg Prof. dr. Theodor Billroth (1829 – 1894.), veliko ime u povijesti medicine, te veliki promotor opatijske klime, vegetacije i šetališta. Za razvoj nove ere zdravstvenog turizma i za osnivanje suvremene Thalassoterapije u Opatiji zasluge pripadaju Čedomilu Plavšiću (1902 – 1987.), koji je na ovim prostorima aplicirao svoju teoriju o aktivnoj rehabilitaciji bolesnika sa srčanim infarctom, što je privlačilo brojne znanstvenike, stručnjake, a posebno rekonvalescente. Zasluge ovih i drugih značajnih ličnosti su još uvijek nedovoljno popularizirane. Istina, njima u čast postavljeno je nekoliko spomen-ploča ili poprsja, poneka građevina, ulica ili trg, no sve zajedno premalo za njihovu realnu turističku valorizaciju ako težimo "Opatijskoj rivijeri" kao mondenoj rivijeri Mediterana.

Ovome treba dodati da je pored slavne prošlosti, "Opatijsku rivijeru" karakterizira visoka profesionalnost hotelske i gastronomske ponude, senzibilnost ljudi prema potrebama i zahtjevima gostiju drugih kultura i podneblja, te visokoobrazovani kadrovi koji potvrđuju opravdanost ulaganja u sve stupnjeve obrazovanja za turizam. To su potencijali koje treba bolje valorizirati, kao i niz značajnih događaja koji su na području "Opatijske rivijere" postali tradicionalnima. To su prvenstveno velike glazbene i kulturne manifestacije, karnevalske priredbe, pučke svečanosti i etnonaslijeđe, koje su osmišljavane u prošlosti s ciljem produženja turističke sezone, no danas se u tu svrhu nedovoljno koriste. Stoga zahtijevaju detaljnije istraživanje i pozicioniranje sukladno osnovnoj viziji i ciljevima razvoja ove rivijere.

4. KLJUČNE KORISTI

Prepoznati ključne koristi znači istovremeno sagledati mogućnosti "Opatijske rivijere" temeljene na prezentiranim i drugim obilježjima koja su ili gradila njenu prošlost ili obilježavaju njenu sadašnjost, a nezaobilazan su resurs za profiliranje ponude, koja će zadovoljiti ciljnog korisnika. Potencijalni korisnik mora poželjeti boravak na ovoj rivijeri, a to će biti onda, ako mu ponudimo nešto što će u datum trenutku za njega predstavljati ono nešto i što će ovu destinaciju izdvojiti u odnosu na ostale. Tu u prvom redu treba naglasiti "snagu emocija" koja je još uvijek prisutna kod poklonika "K&K monarhije", kojoj je "Opatijska rivijera" predstavljala austrijsku

rivijeru u prošlosti i ozbiljno konkurirala Nizzi i drugim mondenim ljetovalištima. Iz toga razloga je dolazak na "Opatijsku rivijeru" za mnoge još uvijek samo nedosanjani san, pa tu snagu emocija treba promotivno daleko bolje koristiti. U oblikovanju turističke ponude "Opatijske rivijere" ne smije se razočarati sve one "nostalgične" goste, koji žive od ovih uspomena, istovremeno vabeći i nove goste, kojima taj isti san treba biti ponuđen u novom ruhu, kroz nove doživljaje. Cilj je svaku poznatu osobu, događaj, građevinu i ambijent posebno definirati, ogrnuti velom iščekivanja i učiniti poželjnim za ponovno otkrivanje.

OBILJEŽJA

- ✓ Geoprometni položaj
- ✓ Blizina urbanih središta
- ✓ Klima, more, vegetacija
- ✓ Park prirode Učka
- ✓ Lungo mare
- ✓ Najljepši park u Hrvatskoj
- ✓ Šetnice
- ✓ Povijesne ličnosti
- ✓ Prepoznatljiva arhitektura
- ✓ Hoteli i secesijske vile
- ✓ Turistička i gastronomska tradicija
- ✓ Kulturno-povijesna baština
- ✓ Događaji
- ✓ Obrazovne i znanstvene institucije
- ✓ Visokokvalitetni kadrovi
- ✓ Etno-naslijeđe

KLJUČNE KORISTI

- ✓ Snaga emocija prema Opatijskoj rivijeri
- ✓ Omiljeno odredište poslovnih ljudi
- ✓ Veliki kongresi
- ✓ Profilirani i diferencirani proizvod hotela i restorana
- ✓ Vrhunska ponuda kulturno-zabavnih sadržaja i događaja
- ✓ Well being uz uvažavanje tradicije
- ✓ Različitost doživljaja sporta i rekreacije na kopnu, moru i u zraku
- ✓ Edukacijsko međunarodno središte
- ✓ Etno turizam
- ✓ Ekskluzivna i butique trgovačka ponuda
- ✓ Priče o ljudima, događajima iz prošlosti

Druga značajna skupina su poslovni ljudi, kojima je "Opatijska rivijera" postala omiljeno odredište, bilo da se radi o velikim poslovnim skupovima koji okupljaju svjetsku elitu ili o specijaliziranim susretima najrazličitijih vrsta. Radi se o visoko-zahtevnjoj klijenteli visoke platežne moći, kojoj uz visoku profesionalnost organizacije skupova, treba ponuditi i konzumaciju povijesno-kulturnog naslijeđa ponuđeno na visoko profesionalnoj razini, primjereno toj strukturi gostiju. Time se otvaraju i nove mogućnosti, ponovnog dolaska tih istih posjetitelja ali sada u krugu obitelji, pri čemu će poželjeti koristiti i druge pogodnosti koje jedna mondena destinacija pruža. To se prvenstveno odnosi na opremanje hotela prema svjetskim hotelskim standardima najviše kategorije. Pored toga, hoteli moraju biti profilirani i nuditi kompletan servis za ciljnu korisničku skupinu. Iste odrednice se odnose i na restorane, koji uz uvažavanje gastronomske tradicije trebaju izabrati specijalizirati asortiman ponude, u kojem će biti ugrađeni elementi autohtone kuhinje, ali i sva postignuća suvremene gastronomske ponude.

Čuveni festivali zabavne glazbe, prepoznatljivi festivali opere i baleta, tradicionalna glazbena tribina, izbori najboljih glazbenih ostvarenja u Hrvatskoj ("Porin"), izbori za pjesmu Eurovizije ("Dora"), poznati musici i druga prepoznatljiva scenska događanja su uz vrhunske dramske predstave i atraktivne izbore najljepših djevojaka i mladića, izložbe akademskih i drugih značajnih umjetnika uz prepoznatljiva karnevalska događanja i druge prepoznatljive autohtone priredbe, obilježile su raniju i noviju kulturno-zabavnu scenu "Opatijske rivijere". Navedene događaje treba i dalje nuditi, razvijati i oplemenjivati, ali na način da se konceptijski definiraju, jasno profiliraju i tržištu prezentiraju kao godišnji kalendar događanja. Ovako osmišljena i profesionalno prezentirana vrhunska kulturno-zabavna ponuda tako će postati značajnim motivom izbora ove destinacije tijekom cijele godine. Naglasak treba staviti na visoku profesionalnost u pružanju ovih i sličnih kulturnih i zabavnih događanja u okruženju visokih ambijentalnih vrijednosti, te povezano s profesionalno organiziranim pratećim aktivnostima.

Značenje koje je "Opatijska rivijera" imala kao kategorizirano lječilište na prijelazu stoljeća kao i bogatstvo ponude zdravstveno-turističkih sadržaja tog doba, treba uvažavati kao povijesno nasljeđe u kreiranju suvremene zdravstveno-turističke ponude. Naime, sve odlike ove destinacije, koje su u to doba doprinijele razvoju drugog po značenju lječilišta u Europi, sada treba usmjeriti u oblikovanje one zdravstveno-turističke ponude, koja se usmjerava na preventivu i u suvremenoj turističkoj ponudi susreće kao SPA-ponuda, wellness-ponuda ili općenito wellbeing ponuda, gdje se naglasak stavlja na blagodati aromaterapije, vrhunske hotelske ponudu i visoku profesionalnost zdravstvenog osoblja. Ova rivijera ima sve pogodnosti upravo za razvoj ovog oblika turizma i to od prirodnih uvjeta, hotelske i bolničke infrastrukture do vrhunskih zdravstvenih i turističkih kadrova.

Bilo bi nužno da se teorijske podloge razvoja suvremenog zdravstvenog turizma prezentirane na nekoliko znanstvenih i stručnih skupova održanih na ovoj rivijeri operacionaliziraju i u praksi, pri čemu je potreban konsenzus svih lokalnih činitelja posebno zdravstvenih ustanova i hotelijera. Upravo se na ovom segmentu razvoja može najbolje prepoznati djelovanje inovativnog destinacijskog menadžmenta, jer se upravo na ovom segmentu značajno može povećati stupanja korištenja kapacitete kroz produženje turističke sezone, što je pretpostavka većeg stupnja korištenja i drugih sadržaja koji u ukupnosti čine destinaciju atraktivnom i profitabilnom.

"Opatijska rivijera" nudi mogućnost organiziranja sportskih manifestacija kao što su tenis turniri, regate, natjecanja u dvoranskim sportovima, malom nogometu, vaterpolu, padobranstvu, zmajarenju, moto-sportu, golfu, streličarstvu i slično. To je uvijek povezano s potrebnim infrastrukturnim zahvatima izgradnje odgovarajućih dvorana, plivališta, pratećih objekata, te uređenja za to primjerenih površina, što je svoje mjesto našlo u mnogobrojnim studijama i raspravama. To zahtijeva da se donese strategija razvoja sporta, te pronađu načini i izvori njegova financiranja, kako bi se i u turističke svrhe iskoristile mogućnosti koje pruža blizina mora i konfiguracija terena te entuzijazam mnogih sportskih klubova, udruga i mladih, pošto se ova natjecanja zbog blage klime mogu organizirati i u onim dijelovima godine, kada je to na drugim područjima onemogućeno. Upravo ovakve manifestacije mogu turistički oživjeti ovu destinaciju u manje atraktivnim mjesecima.

Prosječnom odmorišnom gostu treba ponuditi široki spektar mogućnosti u korištenju programa aktivnog i medicinski programiranog odmora, što uključuje sve oblike bavljenja rekreacijom na kopnu, moru i u zraku. Ove programe treba na razini

destinacije osmisлити, ponuditi i organizirano voditi najbolje uz stručno vodstvo sportskih animatora. Rekreativna je sastavni dio suvremene zdravstveno-turističke ponude pa destinacija poput "Opatijske rivijere", ukoliko želi biti atraktivna suvremenom turističkom tržištu, mora uložiti napore na osmišljavanju svih oblika sportske rekreacije koje će na primjeren način ponuditi ciljnim korisnicima (jedrenje, plivanje, ronjenje, gimnastika, aerobik, fitnees, razni dvoranski sportovi, tenis, nogomet, vaterpolo, organizirane pješačke ture, planinarenje, biciklizam, moto-sport, zmajarenje, padobranstvo, streljaštvo, golf i drugo.

"Opatijska rivijera" treba iskoristiti mogućnost i postati međunarodno edukacijsko središte i to za sve razine potencijalnih korisnika obrazovanja. Prije svega trebalo u okviru Parka prirode Učka osmisлити međunarodnu školu za najmlađe korisnike na opće aktualne ekološke teme. Naime, do sada je ostvarena izuzetna suradnja osnovnih škola ove destinacije sa srodnim školama i institucijama u inozemstvu u realizaciji programa koji imaju univerzalno značenje. Okupljanje mladih na ovim prostorima, pogotovo radi izučavanja ekoloških tema i razvijanja eko-programa primjerenih tom uzrastu populacije može imati dugoročno veliko značenje za razvijanje ljubavi mladih ljudi prema ovoj destinaciji. Okupljanje mladih srednjoškolaca i studenata u okviru "Kluba 4 plus" dokazalo je znače programa edukacije u razmjena mladih i u popularizaciji turističkih vrijednosti određene destinacije. Opatija se time otvara mladima na daleko primjereniji način od đaćkih ekskurzija ili drugih masovnih posjeta, koje za ovu destinaciju nisu primjerene.

Osim toga, tradicija u obrazovanju svih razina kadrova za turizam je kapital koji "Opatijska rivijera" treba iskoristiti u osnivanju međunarodnih obrazovnih institucija za turizam. Ovi bi programi bili pretežito orijentirani korisnicima iz manje razvijenih turističkih zemalja, a u obrazovnom procesu bi se uz domaće nastavnike, znanstvenike i stručnjake koristile i konzultantske usluge razvijenih turističkih zemalja. Osim toga moguće je osmisлити i niz specijaliziranih obrazovnih programa i ljetnih škola u kojima bi se posjetiteljima "Opatijske rivijere" ponudila mogućnost izučavanja njenog povijesnog i etno-nasljeđa, lokalnih običaja (zanati, maškare, poljoprivredni radovi...), gastronomske kulture, lokalne flore i faune i drugo. No, ovo je veoma privlačna destinacija i za organizaciju edukativnih programa određenih umjetničkih sadržaja, učenja jezika ili nekih atraktivnih vještina. Ovi bi edukativni sadržaji ujedno mogli biti i oblik popularizacije etno-turizma, gdje bi se isti mogli povezati s prigodnim događajima ili manifestacijom narodnih običaja, što bi bitno oplemenilo i ukupnu turističku ponudu.

Turizam je i svojevrsna tržnica na kojoj onaj koji nudi treba prepoznati i ponuditi korisnicima sve one potrepštine, koje odgovaraju njegovim željama i potrebama. Gost će rado kupiti atraktivan suvenir, proizvode lokalne poljoprivrede, stočarstva i zanatstva, radove lokalnih umjetnika ili kućne radinosti, kako bi ga podsjećali na ugodan boravak u toj destinaciji. Korisno je ako se u toj ponudi nađu i preporuke o korisnosti određenih predmeta za zdravlje, naglas njihova kulturološka, umjetnička ili etnička vrijednost. Dame će rado obnoviti dio garderobe, a gospoda upotpuniti asortiman svojih sportskih rekvizita. Dakle, "Opatijska rivijera" mora osigurati sve mogućnosti ekskluzivne i butique trgovačke ponude koja će na primjeren način biti prilagođena potrebama i ukusu klijentele visoke platežne moći, a u sebi sadržavati obilježja etno-nasljeđa i postignuća ove destinacije i njenog okruženja.

5. OSOBITOSTI PONUDE

Navedeno potvrđuje da su mnogobrojne prirodne i društvene osobitosti značajni aduti "Opatijske rivijere", čijom se realnom valorizacijom i kvalitetnom prezentacijom na tržištu, njene komparativne prednosti mogu uspješno pretvoriti u konkurentske prednosti.

OSOBITOSTI

POSTOJEĆE

- ☞ Klima
- ☞ Parkovi
- ☞ Arhitektura
- ☞ Hoteli
- ☞ Gosti
- ☞ Ljudi

ŽELJENE

- ✎ Rivijera "s patinom"
- ✎ Oaza ugođe
- ✎ Priča
- ✎ Događaji
- ✎ Prva dama hrvatskog turizma

To su u prvom redu izvrsne klimatske osobine. Smještena na sjeveroistočnom dijelu poluotoka Istra izeđu $45^{\circ} 10'$ – $45^{\circ} 28'$ sjeverne geografske širine i $14^{\circ} 10'$ - $14^{\circ} 20'$ istočne geografske dužine, s Učkom u zaleđu (1396 m) i otocima Krkom i Cresom na moru, koji je štite od jačih vjetrova, zauzela je klimatski najpogodniji dio Riječkog zaljeva. Ova rivijera spada u slabije osunčana morska kupališta (2295 sati godišnje – 2100 sati insolacije), s visokim stupnjem vlažnosti (prosječno 106 kišnih dana s prosjekom 1720 litara po m^2), prosječne temperature ljeti $22,7^{\circ}C$, zimi $6,2^{\circ}C$, na proljeće $12,7^{\circ}C$ i u jesen $14,9^{\circ}C$ (srednja $14,8^{\circ}C$). Relativna vlaga je u prosjeku vrlo blizu optimumu (60%), a osvježavajući lahor, maestral i tramontana pozitivno utječu na snižavanje ljetnih sparina. Posebna je to vrsta mediteranske klime, koja pogoduje razvoju mediteranske vegetacije, a sve to skupa s blizinom mora ima dokazani povoljan utjecaj na zdravlje. Morski aerosoli (sićušne kaplice morske vode) miješaju se s biljnim aerosolima (lovora i drugog suptropskog bilja) prisutni su na šetalištima i ljekovito djeluju na respiratorne organe kao prirodni inhalatori. Dakle, klima i vegetacija su nedvojbeno nezaobilazan adut u ponudi "Opatijske rivijere".

Park "Angiolina", park "Sv. Jakova", park "Margarita" te mnogobrojne parkovne površine koje okružuju hotele, vile i stambene zgrade utopljene u njihovo

zelenilo daju obilježj "Opatijskoj rivijeri" i predstavljaju njezinu značajnu ambijentalnu vrijednost. Isto takvu vrijednost predstavlja i arhitektura malih priobalnih gradića i naselja (uličice, kuće, dimnjaci, crkvice...), koji mame skladom graditeljske usklađenosti, posebno su privlačni urbanim žiteljima, koji žele spoznati način života i rada u minulim razdobljima. Sačuvati taj sklad odnosa u urbanim i ne ga narušavati nekontroliranom gradnjom zadatak je uspješnog destinacijskog menadžmenta koji će znati valorizirati ovih neprocjenjivih vrijednosti u oblikovanju asortimana turističke ponude.

"Opatijska rivijera" je prvenstveno hotelska destinacija i središtu njene razvojne koncepcije trebaju biti hoteli visoke kategorije i specifične orijentacije. Za goste posebnih zahtjeva treba graditi i razvijati hotele posebne orijentacije. Ova destinacija mora ponuditi hotele svih vrsta i namjena od poslovnih skupova, zdravstvene i wellness ponude, raznih programa ljepote, unapređenja zdravlja, uz bezbroj rekreacijskih sadržaja, te uslugama čuvanja djece, pasa ili starijih osoba, od malih intimnih hotela do velikih luksuznih zdanja sa spektrom sadržaja. Svi navedeni i drugi oblici ponude pojedinih hotela, biti će oblikovani uz uvažavanje potreba i želja gostiju ciljnih tržišta, a u uravnoteženom odnosu trebaju ponuditi nasljeđe prošlosti i suvremene mogućnosti. No najveću vrijednost uravnotežene ponude trebaju pružiti sposobni i stručni kadrovi na svim razinama ukupne turističke ponude destinacije, pri čemu se ne smije zanemariti orijentacija cjelokupnog stanovništva involvirana u turistički razvoj. Ova destinacija je prepoznatljiva po izuzetnim vrijednostima domicilnog stanovništva kojem je imanentna kultura gostoljubivosti, s dobrim poznavanjem stranih jezika i s otvorenošću prema dugim narodima i kulturama. Ovo su tri neraskidive društvene komponente, koje garantiraju uspjeh destinaciji orijentirane na klijentelu najviših zahtjeva.

Svi zaljubljenici žele da se "Opatijskoj rivijeri" vrati sjaj proteklih vremena i da se u suvremenom ruhu tržištu ponudi kao "rivijera s patinom", koja će svoju ponudu graditi na svim bitnim obilježjima, koje će isticati kao vlastite komparativne prednosti i zaista ih valorizirati i kao konkurentske prednosti. Ona mora ostati oaza mira i ugođe u koju će se uvijek i ponovno vraćati sve generacije posjetitelja, s različitim motivima, a svaki će pronaći traženi sadržaj. Ova rivijera je uvijek bila nostalgичna priča slavne prošlosti, a takav pristup treba i zadržati i dalje razvijati. Oživjeti treba sve slavne ličnosti i njihov doprinos ovoj rivijeri, te na svakom koraku i u strukturi dobro osmišljene ponude podsjećati na romantična zbivanja i neprolaznost minulih vremena i obnovljivost svih značajnih događaja novije prošlosti.

Biti i ostati PRVA DAMA HRVATSKOG TURIZMA mora biti moto i trajni zadatak razvoja "Opatijske rivijere" kao destinacije koja će svim segmentima gostiju nuditi široki asortiman najviše kvalitete usluga.

6. VIZIJA RAZVOJA I STRATEGIJA POZICIONIRANJA

Viziju dugoročnog razvoja "Opatijske rivijere" treba promatrati kroz zadatke koji joj se nameću kao "MONDENOJ RIVIJERI MEDITERANA". Time je određen glavni smjer i razvojni pravac ove destinacije, pri čemu treba iskoristiti sve relevantne resurse u zadovoljenju potreba i želja gostiju, u očuvanju visokovrijednih ambijentalnih vrijednosti i u osiguranju veće kvalitete života lokalnog stanovništva.

VIZIJA

Mondena rivijera Mediterana

Upravo u ostvarenju ove vizije potrebno je definirati ulogu i zadatke destinacijskog menadžmenta, sposobnog da nametne i provede ovako definirane zadatke. Stanje i viziju razvoja ove destinacije treba tržištu ponuditi optimalnom promotivnom porukom, kroz koju će se na jednostavan ali sadržajan način prezentirati sva njena složenost i veličina. Kako je teško unaprijed odrediti, koja bi od navedenih mogućnosti bila tržišno najprihvatljivija, ostavlja se destinacijskom menadžmentu opredjeljenje za jednu od tri ponuđene mogućnosti:

JEDINSTVENI PRODAJNI PRIJEDLOG

PRVA DAMA HRVATSKOG TURIZMA

→ ICI

DAMA SKAMELIJOM

→ ICI

Najsladji poljubac Europe i Mediterana

Nameće se pitanje, zašto upravo ovako koncipirana vizija i da li će prodajni prijedlog osigurati njeno adekvatno tržišno pozicioniranje. Razloga za to ima više. "Opatijska rivijera" po svom geoprometnom položaju prvenstveno mediteranska zemlja, čiji se turizam razvijao pod snažnim utjecajem srednjeeuropskih zemalja, posebno Austro-Ugarske Monarhije. To je istovremeno veoma ugodan ambijent, blage

mediteranske klime, biljnog pokrova. Prirodne vrijednosti uvažavane su kao polazište uravnoteženja drugih ambijentalnih vrijednosti posebno sklada u urbanom i pučkom graditeljstvu. Velika je vrijednost i u drugim segmentima povijesnog i kulturnog nasljeđa, sa značajnim pečatom visokoobrazovnih, visokostručnih i gostoljubivih kadrova koji daju poseban pečat i garanciju ostvarenja ove vizije. Nesumnjivo da "Opatijska rivijera" ima sva obilježja destinacije, koja ima mogućnosti da ostvari ovu viziju tj. da organizira, ponudi i pruži turistički proizvod najviše kvalitete i sadržaja koji će zadovoljiti i najizbirljivije ukuse.

STRATEGIJA PODIZANJA KONKURENTNOSTI

Mondena rivijera Mediterana - budućnost u nasljeđu prošlosti

Prepoznatljivost gradi na :

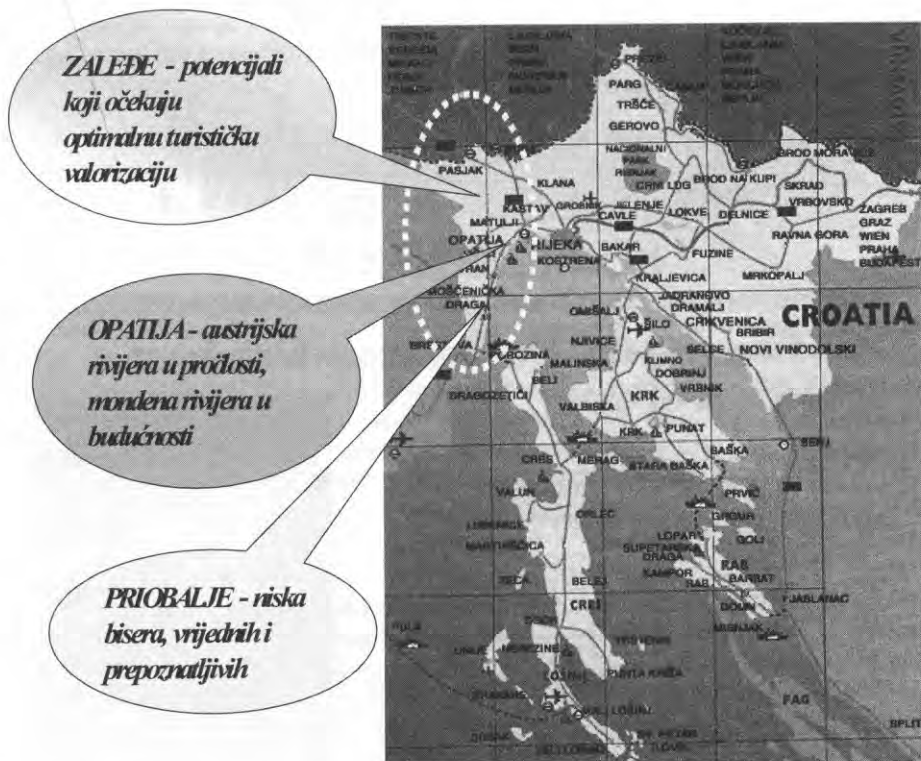
- *novoj valorizaciji tradicijskih vrijednosti "Austrijske rivijere 19. stoljeća"*
- *diferenciranoj hotelskoj ponudi s 4* i 5**
- *visokokvalitetnim programima i događajima destinacije*
- *autohtonim vrijednostima zaleđa i priobalja*
- *vrhunskim turističkim kadrovima*



Ova će rivijera graditi svoju budućnost u nasljeđu prošlosti uz uvažavanje znanja i sposobnosti profesionalnih kadrova i lokalnog stanovništva, a strategija podizanja konkurentnosti biti će upravo u ponovnoj valorizaciji tradicijskih vrijednosti i u osiguranju najviše kvalitete ponude svih sadržaja destinacije i smještajnih kapaciteta hotelske i druge ponude vrhunske kvalitete, pri čemu naglasak treba staviti na očuvanje autohtonih etno- i ambijentalnih vrijednosti uz kontinuirano povećanje kvalitete i razvoj kadrova.

"Opatijska rivijera" prostorno zauzima 307 km² površine, što čini samo 8,5% teritorija destinacije "Kvarner", od čega na obalni pojas otpada 28 km. Na ovom relativno malom prostoru registrirana su 52 naselja, čiji se stanovnici najviše zapošljavaju u tercijarnom sektoru. Prema posljednjem popisu na "Opatijskoj rivijeri" živi 28 891 stanovnik, što čini 8,9% stanovništva županije, prosječne naseljenosti od 94 stanovnika po km². Sa turističkog stajališta se ovaj prostor može sagledavati kroz tri sub-regije, kroz koje se uspješno može valorizirati jedinstvo različitosti jedinstva ponude "Opatijske rivijere" kao cjelovite destinacije.

Jedinstvo različitosti



Prvu sub-regiju čini područje Grada Opatija, uz koju se vezuju i najznačajniji događaji povijesnog razvoja turizma, stoga se i za taj lokalitet najuže vezuju emocije o austrijskoj rivijeri u prošlosti, koja treba biti pokretač pozicioniranja mondene rivijere u budućnosti. No ovaj uski lokalitet ne može sam nositi cjelovitu viziju daljnjeg razvoja ove destinacije kao mondene rivijere Mediterana, stoga paralelno po istim kriterijima treba razvijati svih 28 km priobalja kao drugu sub-regiju u kojoj se kao niska bisera nižu naselja i gradići poput Ičića, Ike, Lovrana, Medveje, Mošćeničke Drage, Mošćenica, Brseča i manja naselja, sela i zaseoci. Cjelovito promatrani predstavljaju kulturološki i etnički izuzetno vrijedan lokalitet, osebujan i prepoznatljiv po specifičnostima svoje ponude, dostignutoj kvaliteti usluga i gostoljubivosti kao kulturološkom nasljeđu. Zamjerke se prvenstveno stavljaju na nedefiniranu kulturno-zabavnu ponudu, koja nije primjerena zahtjevima mlade populacije, pa bi je trebalo prilagoditi zacrtanim pravcima razvoja.

Treću sub-regiju čini zaleđe u kojem dominira nedovoljno valoriziran prostor Parka prirode Učka i Općine Matulji, koje bi optimalnom valorizacijom značajno moglo doprinijeti ukupnoj profitabilnosti turizma "Opatijske rivijere". Naime, to su prostori u kojim se može razvijati autohtona poljoprivreda i stočarstvo (zdrava hrana), te

onaj dio industrije i zanatstva koji će biti u funkciji razvoja turizma, a i mogućnosti koje zaleđe pruža u pogledu organiziranog pružanja turističkih usluga na seoskim domaćinstvima još uvijek nije dovoljno iskorišteno. Upravo su ovo prostori primjereni organiziranju sportsko-rekreacijskih sadržaja koje suvremeni gost sve više traži. U tom pravcu biti će potrebno realizirati mnogobrojna infrastrukturna rješenja, te staviti u funkciju one oblike poticaja, koji su već dali zavidne rezultate u susjednim turističkim destinacijama.

Strategiju pozicioniranja treba graditi na jedinstvenim polazištima, uz uvažavanje jedinstva različitosti svake sub-regije. Samo će se korištenjem mogućnosti i komparativnih prednosti svake sub-regije i njihovom adekvatnom valorizacijom osigurati ostvarenje vizije razvoja "Opatijske rivijere", koja mora istovremeno nuditi urbano i ruralno, oplemenjeno događajima najviše kvalitete, ponuđeno velom tajne i zavijeno u priču koja uvijek isponova započinje "Bila jednom jedna rivijera, koja....".

STRATEGIJA POZICIONIRANJA

- ❖ **Pozicionira se kao mondena rivijera, koja svoju budućnost gradi na jedinstvu ponude prirodnih resursa, tradicijskih vrijednosti, vrhunskih sadržaja i profesionalnim kadrovima**

CILJNA TRŽIŠTA:

- **klijentela visoke i najviše platežne moći s posebnim zahtjevima**
- **tržišni segmenti motivirani odmorom, opuštanjem, poslom, zdravljem, kulturom, događajima, rekreacijom i sportom, edukacijom, etno-vrijednostima, zabavom i avanturom....**
- **segmenti motivirani pričama Opatijske rivijere**



Osnove strategije pozicioniranja "Opatijske rivijere" moraju proizlaziti iz izvornih vrijednosti ravnoteže odnosa prirodnih i društvenih resursa, s naglaskom na tradicijske vrijednosti, kvalitetu kadrova i veliku privlačnost ove destinacije. Budućnost ove rivijere leži u mogućnosti organiziranja i pružanja vrhunskih sadržaja, za koje treba stvoriti infrastrukturne i organizacijske pretpostavke, kombinirajući pri tom relevantne izvore financiranja i veliki interes raznovrsnih poduzetnika. Destinacijski menadžment u tim procesima postaje temeljna pokretačka snaga u svim fazama od donošenja urbanističkih i razvojnih planova, osmišljavanja poticajnih mjera, organiziranju permanentne edukacije kadrova i ustrojavanja sustava nagrađivanja najboljih. Kontinuirana vlastita istraživanja ciljnih tržišta i korištenje informacija specijaliziranih institucija o preferencijama kupaca na koje je ova destinacija orijentirana, trebaju

postati pravilo ponašanja, jer će samo takav pristup omogućiti će da se komparativne prednosti ove destinacije ponude na odgovarajući način.

Održivi razvoj za ovu destinaciju nije i ne smije biti samo parola, već mora biti ugrađen u svaki razvojni dokumenta, a svako odstupanje od ovih zahtjeva (neprimjerena gradnja, zagađivanje mora, narušavanje zelenih oaza i sl.) već ima negativne posljedice. Svaka aktivnost mora biti usmjerena zadovoljenju specifičnih zahtjeva klijentele visoke platežne moće, bez obzira da li je motiv njihova dolaska odmor, opuštanje, zdravlje, poslovni skupovi ili drugi oblici poslovne aktivnosti koje se povezuju s odmorom. Vrhunske kulturne, zabavne i sportske događaje treba uravnoteženo nuditi tijekom cijele godine i time upotpuniti sadržaj boravka posjetitelja, ali im istovremeno omogućiti i uključivanje u razne rekreacijske, edukacijske i druge relevantne sadržaje.

Na sofisticiran način treba gostima ponuditi priču o minulim vremenima kada su se ovim prostorima šetale okrunjene glave. Ne manje može biti zanimljiva i priča o životu seljaka i ribara, uz koje su vezane i mnoge anegdote zabilježene u djelima domaćih velikana pera i stiha. Dakle kao priču o urbanom- i etno- nasljeđu treba prodavati ljepotu, sjaj, težinu i osebnost minulih dana slavne prošlosti "Opatijske rivijere". Dolazak mora biti avantura, ono nešto što će se usmenom predajom prenositi dalje i stvarati vječno zanimljiv mit o jednoj destinaciji, koja nikoga nije, niti može ostaviti ravnodušnim.

7. DUGOROČNI CILJEVI I RAZVOJ PROIZVODA

Za "Opatijsku rivijeru" turizam nije samo jedna od značajnih gospodarskih grana, već je to način življenja i stoga ukupni razvoj treba biti u funkciji turizam. Stanovništvo ovog područja je odavno shvatilo da je moguće dobro živjeti od turizma samo ako se istovremeno živi za turizam i cjelokupni razvoj prilagodi ovim zahtjevima. Vizija mondene rivijere povezana je sa raznovrsnošću sadržaja ponude, u čijem koncipiranju moraju aktivno sudjelovati i druge djelatnosti, na način da se svi segmenti poduzetništva usmjere ka ostvarenju visoke razine turističke potrošnje. Samo cjelogodišnja turistička sezona, sa visokim stupnjem korištenja raspoloživih hotelskih i komplementarnih smještajnih kapaciteta može biti osnovom za organiziranje kulturnih i zabavnih priredbi i drugih događanja, koji će pravilno koncipirani i ravnomjerno raspoređeni tijekom godine biti osnovom za ostvarenje daleko višeg stupnja potrošnje od sadašnje, na način da gost istovremeno osjeti zadovoljstvo trošenja.

Već je naglašeno kako je "Opatijska rivijera" nastala i razvijala se kao hotelska destinacija vrhunske ponude i to od samih početaka izgradnje hotela "Kvarner" 1884.godine, najluksuznijeg hotela tog doba na ovom dijelu Jadrana, što su pratila nastojanja da se ista razina i asortiman usluga pruži i u drugim hotelskim kućama. S vremenom su se razvijali i drugi oblici smještaja, no ova je destinacija uspjela zadržati visoki stupanj zastupljenosti kvalitetnih hotelskih smještajnih kapaciteta. Stoga ne iznenađuje što se među dugoročnim ciljevima razvoja prioritet stavlja na vrhunske hotele, koji ne bi smjeli biti (kao najčešće do sada) unificirani na način da svi pružaju sve, pa su stoga bili neprepoznatljivi. Zadatak je sadašnjih i budućih poduzetnika da uz koordinaciju destinacijskog menadžmenta, usklade asortiman hotelske ponude na način da se ti sadržaji diferenciraju tako da svaki hotel bude prepoznatljiv u užem i širem okruženju. Tome u prilog treba ići i tendencija da se

na ovoj prepoznatljivoj destinaciji nađe i "brand" ponuda vrhunskih svjetskih hotelskih lanaca, kao i da se maksimalno poštuju svjetski hotelski standardi izgradnje, opremanja i kvalitete ponude. Vrhunska hotelska ponuda neće biti učinkovita, ukoliko nije upotpunjena drugim relevantnim sadržajima koji će na razini destinacije biti ponuđeni na specifičan način, nužno je da se oni osmisle i ponude kao cjeloviti turistički proizvod destinacije.

CILJEVI I RAZVOJ PROIZVODA

DUGOROČNI CILJEVI	RAZVOJ PROIZVODA
➤ Razvoj u funkciji turizma	➤ odmorišni turizam
➤ Poduzetništvo	➤ događajni turizam
➤ Visoka razina turističke potrošnje	➤ poslovni turizam
➤ Cjelogodišnje poslovanje	➤ incentive turizam
➤ Vrhunski hoteli i diferencirani sadržaji	➤ SPA
✓ Svjetska i nacionalna "brand" ponuda	➤ kulturni turizam
➤ Eko standardi	➤ zabava
➤ Turistički valorizirano eko-zaleđe	➤ sportsko - rekreacijski turizam
➤ Optimiran prihvatni potencijal	➤ nautički
➤ Inovativni destinacijski menadžment	➤ edukacijski turizam
➤ Visok standard stanovništva	➤ eko turizam
➤ INTEGRALNA KVALITETA DESTINACIJE	➤ etno turizam
	➤ gastronomija
	➤ priče

To nameće potrebu da se stvori i "brand turističke destinacije" koji će uključivati sve temeljne karakteristike turističkog proizvoda koncipiranog na razini ove turističke destinacije. U procesu "brandinga" "Opatijske rivijere" potrebno je standardizirati sve elemente turističke ponude koji su definirani tijekom ovog istraživanja, koji za korisnika predstavljaju novu vrijednost jer ovu destinaciju izdvajaju u odnosu na njoj slične i konkurenciju a prepoznatljivi su u užem i širem okruženju. Ovo je veoma značajno, jer stalni porast sofisticiranih zahtjeva suvremenih potrošača turističkih usluga, meće destinacijskom menadžmentu stalnu brigu oko proširenja asortimana i podizanja kvalitete usluga. U stvaranju "branda" destinacije trebaju aktivno sudjelovati svi sudionici, kako u fazi donošenja strategije pozicioniranja tako i u svim fazama dogovaranja zajedničke suradnje, na putu oblikovanja optimalnog asortimana ponude turističkih proizvoda i usluga najviše kvalitete, koji će biti prepoznatljivi i donositi korist pružateljima i korisnicima usluga.

Održivi razvoj turizma je imperativ razvoja ove destinacije, što uključuje sve oblike zaštite mora, obale i zaleđe, ali i usklađivanje razvojnih dokumenata sa visokim eko-standardima. To npr. obvezuje destinacijski menadžment na dovršenje infrastrukturnih zahvata oko zbrinjavanja otpadnih voda i drugih oblika otpada, stalnu

kontrolu čistoće mora i ostvarivanje prava na plave zastave na plažama, preferiranje obnovljivih izvora energije (sunce, vjetar, valovi...), uvođenje eko-prometa na kopnu i na moru, što je posebno značajno za gradske jezgre i rekreacijske zone i drugo. Osim toga, razvoj zaleđa treba vezati uz tzv. "čiste tehnologije", radi osiguranja roba značajnih za visoku kvalitetu turističke ponude. Poticajnim mjerama stimulirati korištenje poljoprivrednih i stočarskih površina za proizvodnju zdrave hrane, koja postaje sve značajnijim resursom visokokvalitetne turističke ponude, bilo kao integralnog dijela ponude na seoskim domaćinstvima ili u posebno specijaliziranim hotelima i restoranima, koji po takvom tipu ponude postaju prepoznatljivim.

Prostor je najvažniji turistički resurs, koji se treba štititi, a njegovo korištenje usmjeravati po načelima održivog razvoja. Stoga se nameće potreba ocjene stvarnih mogućnosti destinacije da primi i kvalitetno zbrine odgovarajući broj gostiju, što se u teoriji i praksi susreće pod pojmom "optimiranje prihvatnog potencijala". To nalaže destinacijskom menadžmentu izradu posebne studije, koja će primjenom znanstvenog instrumentarija dati odgovor na vječno otvoreno pitanje, da li uopće postoje i koje su mogućnosti daljenje ekspanzije razvoja turizma, i ako da, u kojem pravcu. Ovoj problematici treba pristupiti veoma ozbiljno, kako se nekontroliranim razvojem ne bi dovelo do uništavanja resursne osnovice, koja je pretpostavka za ovakav turistički razvoj, a njenom devastacijom bi bila trajno izgubljena. Navedeno potvrđuju mnoge turističke zemlje, koje su u težnji ostvarenja kratkoročnog profita dozvolile ekspanziju masovnog turizma i devastaciju prostora, što se već sada negativno odražava na koncepciju dugoročnog razvoja turizma, primjerenog suvremenim trendovima.

• Razvoj "Opatijske rivijere", kao izuzetno zahtjevne destinacije, koja mora kvalitetom i asortimanom usluga zadovoljiti potrebe i želje klijentele visoke platežne moći, ne smije se ostaviti stihiji. Takvu destinaciju treba voditi na temeljima suvremenih trendova turističke potražnje, uz uvažavanje komparativnih prednosti destinacije, dakle na čelu treba biti inovativni destinacijski menadžment. No, kako se radi o vodećim ljudima na razini destinacije, a ne o formalnom tijelu po definiciji teorije menadžmenta, nameće se potreba formaliziranja njegova djelovanja. Na nivou destinacije treba odrediti oblik i modalitete koordinacije u definiranju misije, postavljanja ciljeva i odabiru strategija, kao i kontrole svih zadataka na putu ostvarenja održivog turističkog razvoja. Dok se na nivou destinacije ne usklade svi navedeni segmenti djelovanja i ne odredi glavni koordinator aktivnosti (turistička zajednica, gradsko poglavarstvo, drugo interesno tijelo), kao i način kontrole i sankcioniranja odstupanja od željenih pravaca, neće se moći ostvariti ovako visoko postavljeni ciljevi.

• Najuzvišeniji cilj koji treba ostvariti je "blagostanja naroda", što za "Opatijsku rivijeru" kao destinaciju znači koordinirano djelovanje u svim segmentima, kako bi se dugoročno ostvario visoki standard domicilnog stanovništva i svih zaposlenih. On mora rezultirati iz napora uloženi na oblikovanje takvog ukupnog turističkog proizvoda, koji će biti prepoznatljiv i izdvajati se u odnosu na konkurenciju, imati svoj "brand" i kod potencijalnih korisnika stalno podgrijavati popularnosti destinacije čije će posjećivanje značiti prestiž u lokalnim krugovima. Visoku kvalitetu ponude pratiti će i odgovarajući nivo cijena, što će osigurati profitabilnost ponude kako osnovnih sudionika, tako i svih ostalih u lancu vrijednosti. Postupnim rastom standarda lokalnog stanovništva i zaposlenih, te sustavnim podizanjem ukupnog imagea destinacije (čistoća, uređenost okućnica, balkona, fasada), usklađivanjem načina života lokalnog stanovništva s navikama gostiju koji toj destinaciji gravitiraju (kućni ljubimci, odjeća, gastronomske navike, kultura, zabava...) značajno će se doprinijeti "integralnoj

kvaliteti destinacije". To je posebno značajno naglasiti pošto je zbog dugotrajnog boravka izbjeglica i prognanika taj integritet bio narušen i potrebno je uložiti velike napore da bi se ponovno vratio kult mondene rivijere, kakva se pamti sa starih razglednica i bez greške prepoznaje po njenim simbolima. ➤



• Razvoj proizvoda "Opatijske rivijere" kao destinacije treba temeljiti na rezultatima istraživanja o motivima izbora ove destinacije u različita godišnja doba, za različite ciljne skupine razvrstane po dobi, sferi interesa ili društvenom statusu. Vlastita istraživanja treba sustavno komparirati s rezultatima sličnih istraživanja koja odražavaju motive izbora konkurentskih ili komplementarnih destinacija. U oblikovanju turističkog proizvoda veoma je značajno realno ocijeniti jačinu motivacije dolaska na ovu destinaciju, a ovisno o realnim mogućnostima razvoja tog segmenta turističkog proizvoda. Kao motiv dolaska određene populacije ističe ljepota krajolika, zdrav okoliš, ugodna klima i pogodnosti koje određena destinacija otvara u pogledu odmora bez buke uz mogućnost individualne ili organizirane rekreacije i drugih oblika relaksacije, bez obveza uz osjećaj slobode kretanja i beskrajnog uživanja u novom ambijentu. Ovo je često povezano i s motivima dolaska radi očuvanja zdravlja, obnavljanja ljepote, kao i drugim mogućnostima uključivanja u preventivne ili rekonvalescentske zdravstvene aktivnosti.

Njima nasuprot stoji ciljna skupina koja ovu destinaciju vidi kao mjesto kvalitetne zabave, vrhunskih kulturnih događanja, mnogobrojnih prezentacija povijesnog- i etno- nasljeđa ili sportskih nadmetanja, sa željom da u svemu i sami uzmu učešće. Motiv može biti i prestiž u vlastitoj sredini, ali i potreba da se sretnu ljudi iste hijerarhijske razine ili istog područja interesa u prostorima u kojima je to dostupno samo tako definiranim skupinama. Slični su motivi prisutni kod izbora destinacije za odlazak na poslovne susrete, skupove i kongrese, odnosno kod opredjeljenja za uključivanje u ciljne edukacijske programe, bilo kao aktivni sudionik ili osoba u pratnji. Ako uz sve navedeno destinacija osigura i ostale sadržaje poput raznovrsnih

boutique-prodavaonica, specijaliziranih restorana i kavana, promenadnih koncerata i pučkih svečanosti, raznovrsnih programa animacije, pogodnosti vezane za djecu i kućne ljubimce, diskretno dobivanje vrhunskih zdravstvenih usluga ili rješavanje nekih problema kroz usluge specijaliziranog obrta i sl., tada će sigurno motiv dolaska na ovu destinaciju neće izostati.

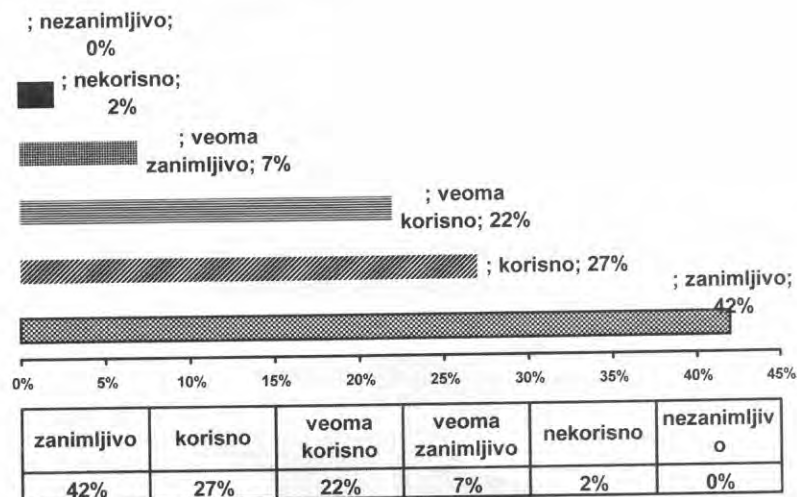
† Temeljem navedenog ocjenjuje se da bi "Opatijska rivijera" mogla uz jasno definirane razvojne programe, te uz određivanje zona primjerenih organiziranju određenog tipa turističke ponude razvijati: odmorišni turizam, događajni turizam, poslovni turizam, incentive turizam, SPA i sve oblike well-being turizma, kulturni turizam, turizam zabave, sportsko-rekreacijski turizam, nautički turizam, edukacijski, eko- i etno- turizam, a sve to upotpunjeno vrhunskom gastronomskom ponudom. Ono što se može za "Opatijsku rivijeru" predstaviti kao konkurentsku prednost u odnosu na njoj srodne destinacije, koje imaju iste ili slične mogućnosti ponude je "priča" o njenoj slavnoj prošlosti i nostalgija za nepovratno izgubljenim vremenom, koju treba uvijek i ponovno prodavati u svakom objektu, u svakom događaju i u svakom trenutku. Dakle, ovo je destinacija koju treba nuditi kao "priču iz snova" i posjetitelju omogućiti da se taj san tijekom njegova boravka nikada ne uspije dosanjati, pa će joj se uvijek i ponovno vraćati. †



8. STAVOVI SUDIONIKA RADIONICE O PREZENTIRANIM REZULTATIMA PRVE FAZE ISTRAŽIVANJA

Obilježja, vizija i ciljevi turističke destinacije "Opatijska rivijera", a u okviru cjelokupne koncepcije razvoja "Kvarnera" kao turističke destinacije, prezentirani su širem auditoriju predstavnika turističkih radnika, lokalne uprave i samouprave, gospodarstvenika, turističkih zajednica i drugih interesnih skupina. Osim toga prezentirani su i prvi preliminarni rezultati stavova turista i lokalnog stanovništva o ključnim činiteljima turističkog razvoja ove destinacije. Nakon prezentacije je 30-toro ljudi koji dobro poznaju ovu destinaciju, prihvatilo sudjelovati u radu prve radionice organizirane s ciljem da izraze svoj stav o prihvatljivosti polazišnih osnova tima, o oportuniteti predloženih oblika i načina rada, o samom sadržaju prezentacije, ali prvenstveno o njihovom percipiranju mogućnosti daljnjeg razvoja ove destinacije. Obradom rezultata istraživanja došlo se do određenih spoznaja, koje se u nastavku prezentiraju.

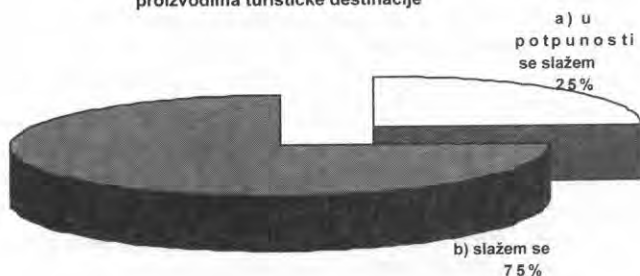
Grafikon 1: Stavovi ispitanika o korisnosti radionice



Sudionici radionice općenito smatraju da je zanimljiva i korisna, čak što više i veoma korisna. Ispitanici su izrazili i mišljenje o predloženim turističkim proizvodima ponuđenim na razini turističke destinacije, a izjašnjavali su se u okviru slijedećih mogućih odgovora:

- u potpunosti se slažem s predloženim proizvodima
- slažem se s predloženim proizvodima
- imam neutralno stajalište vezao za predložene proizvode
- nisam suglasan s predloženim proizvodima
- u potpunosti se ne slažem s predloženim proizvodima

Grafikon 2: Mišljenje ispitanika o predloženim proizvodima turističke destinacije



Rezultati istraživanja potvrđuju da ispitanici uglavnom podržavaju asortiman ponuđenih proizvoda na razini ove destinacije, što je povezano i sa slijedećim pitanjem koje se odnosilo na "pozicioniranje destinacije", pri čemu su bili ponuđeni slijedeći odgovori:

- a) u potpunosti se slažem s predloženim pozicioniranjem
- b) slažem se s predloženim pozicioniranjem
- c) imam neutralno stajalište vezao za predložene proizvode
- d) nisam suglasan s predloženim proizvodima
- e) u potpunosti se ne slažem s predloženim proizvodima

Grafikon 3: Mišljenje ispitanika o uspješnosti pozicioniranja destinacije



Rezultati istraživanja potvrđuju da ispitanici uglavnom podržavaju predložene smjernice pozicioniranja destinacije, na način kako je to prethodno izloženo u prezentaciji. Povezano s time izjašnjavali su se i o predloženoj viziji da se Opatijska rivijera pozicionira kao MODERNA RIVIJERA MEDITERATNA. 97% ispitanika podržava ovu viziju, dok je njih 3% za njeno ponovno preispitivanje, što će istraživački tim ponovno razmotriti te koristiti iskustva svjetski priznatih konzultanta. Istraživački tim će uvažiti i sugestiju da se najprije odredi "brand" destinacije, na čemu se onda temelji vizija a zatim oblikuje prodajna poruka.

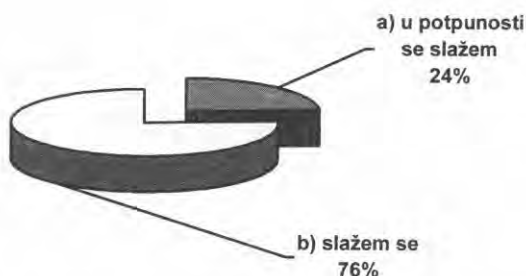
Od ponuđenih prodajnih prijedloga sudionicima radionice je najprihvatljiviji prodajni prijedlog **"DAMA S KAMELIJOM"**, a za koji se izjasnilo 56% ispitanika. No, po 22% ispitanika podržava prijedlog **"PRVA DAMA HRVATSKOG TURIZMA"** kao i **"NAJSLADI POLJUBAC EUROPE I MEDITERANA"**. Ponuđena je i mogućnost da se u oblikovanju vizije i prodajnog prijedloga uvrste i slijedeći slogani.

- ☐ Suvremena rivijera Srednje Europe
- ☐ Mondena rivijera Srednje Europe
- ☐ Biser Kvarnera
- ☐ Opatija bajna
- ☐ Zvezdana dama
- ☐ EU - glavni grad Opatija.

Kvalitativni pristup predloženoj viziji, misiji i prodajnom prijedlogu, sudionici su mogli izreći kroz slijedeće stavove:

- a) u potpunosti se slažem s predloženom vizijom i misijom
- b) slažem se s predloženom vizijom i misijom
- c) imam neutralno stajalište vezao za viziju i misiju koju su predložene na radionici
- d) nisam suglasan s predloženom vizijom i misijom
- e) u potpunosti se ne slažem s predloženom vizijom i misijom.

Grafikon 4: Mišljenje ispitanika o viziji i misiji razvoja ove destinacije



Rezultati istraživanja potvrđuju da se većina ispitanika slaže ili u potpunosti slaže s predloženom vizijom, misijom, prodajnim prijedlogom i načelima daljnjeg razvoja destinacije "Opatijska rivijera".

Nameće se općeniti zaključak da su se sudionici radionice suglasili s prezentiranim preliminarnim rezultatima istraživanja, te da daljnja istraživanja mogu ići u suglasju sa razradom obilježja ukupne turističke ponude "Opatijske rivijere" kao turističke destinacije, na čemu je temeljena i predložena vizija, te postavljeni ciljevi njenog daljnjeg razvoja. No, analizom pojedinačnih razmišljanja i upozorenja ocjenjuje se korisnim zabilježiti slijedeće:

- Opaska prva: "Meni ta vizija izgleda stvarno samo vizija. Lijepo je misliti tako o budućnosti, ali stanje u Europi je drugačije. Prisutan je osjećaj sustavnog osiromašavanja, cijene stalno rastu, pa nije moguće više toliko prištedjeti. Većina klijentele koja gravitira ovim prostorima, može se uglavnom svrstati u srednju kategoriju gosiju".
- Opaska druga: "Slažem se s predloženim proizvodima u potpunosti, jer su prilikom izlaganja spomenute sve potencijalno izražene značajke ... posebno me se dojmio pogled unatrag tj. na Austrijsku rivijeru. U potpunosti se slažem i s predloženim pozicioniranjem iz razloga što se uočio problem današnjice tj. zanemarivanje potencijalnih obilježja i što se kreće u pravcu podizanja ponude za goste veće platežne sposobnosti. Predstavljena vizija mene se dojmila jer se kreće u pravcu povezivanja vizije razvoja središta Opatijske rivijere s vizijom Kvarnera kao okruženja, a bazirano na razvoju svakog i najužeg središta zasebno pogodnosti koje se mogu na toj razini nuditi i individualno".

- Opaska treća: "Više pažnje posvetiti srednjoškolskom obrazovanju koje mora biti u funkciji ostvarivanja ove vizije. Potrebno je programe prilagoditi višoj razini zahtjeva, ali poduzeti i odgovarajuće infrastrukturne zahvate (nova zgrada, praktikumi, hotel-radionica, stažiranje...), kako bi se osigurali srednjoškolski kadrovi primjereni svim ovim zahtjevima".....

9. MOGUĆNOSTI I OGRANIČENJA RAZVOJA TURIZMA "OPATIJSKE RIVIJERE"

Sudionici radionici dobili su mogućnost da svoje mišljenje o prednostima i nedostacima ove destinacije, ali i o tome što po njihovu mišljenju predstavlja šansu ili ograničenje njenog daljnjeg uspješnog razvoja turizma "Opatijske rivijere". Kako su rezultati istraživanja pokazali nezadovoljstvo ponudom selektivnih oblika turizma, pristupilo se prikupljanju mišljenja o predloženim dugoročnim ciljevima razvoja turizma, koje su ispitanici mogli rangirati ocjenom od (1 - najniža) do (5 - najviša), pri čemu su postignute slijedeće prosječne ocjene:

Tablica 1. **Prihvatljivost dugoročnih ciljeva razvoja turizma na "Opatijskoj rivijeri"**

o Razvoj u funkciji turizma	4,7
o Integralna kvaliteta destinacije	4,7
o Cjelogodišnje poslovanje	4,6
o Turistički valorizirano eko-zaleđe	4,6
o Visoka razina turističke potrošnje	4,5
o Eko standardi	4,5
o Vrhunski hoteli i diferencirani sadržaji	4,4
o Svjetska i nacionalna "brand" ponuda	4,3
o Optimiran prihvatni potencijal	4,3
o Inovativni destinacijski menadžment	4,3
o Poduzetništvo	4,1
o Visok standard stanovništva	4,1

Prihvatljivost pojedinih oblika selektivne turističke ponude u destinaciji "Opatijska rivijera" ispitanici su unutar mogućnosti ocjenjivanja od 1 do 5, rangirali kako slijedi

Tablica 2. **Prihvatljivost pojedinih oblika selektivne turističke ponude na "Opatijskoj rivijeri"**

o zdravstveni turizam	4,6
a) wellness	4,8
b) klimatsko lječilište	4,8
c) medicinski programirani odmor	4,3
o priče	4,5
o gastronomija	4,4
o kulturni turizam	4,3
o dogadajni turizam	4,2
a) festivali	4,8
b) koncerti	4,6
c) mega-spektakli	4,5
d) izložbe	4,4
e) zabava	4,1
f) ostale priredbe	3,9
g) sajmovi	3,4
o poslovni i incentive turizam	4,1
a) mega-kongresi	4,4
b) poslovni skupovi	4,4
c) incentive turizam	3,9
d) gradski turizam	3,5
o eko turizam	4,1
o alternativni turizam	3,8
o sportsko-rekreacijski turizam	3,7
a) trekking, pješaćenje	4,5
b) nautički turizam	4,1
c) tenis	4,1
d) pustolovni turizam	4,0
e) sportske mega-priredbe u turizmu	3,8
f) sportovi na vodi	3,7
g) jahanje	3,5
h) lovno-ribolovni turizam	3,3
i) golf	3,3
j) turizam u divljini	3,2
o etno turizam	3,6
o dječji, omladinski i studentski turizam	3,3
a) edukacijski turizam	4,0
b) ekskurzije	2,5
o vjerski turizam	3,1
o odmorišni turizam	2,9
a) ljetovališni turizam	4,1
b) turizam treće dobi	3,5
c) naturizam	2,4
d) masovni turizam	1,6

Unutar selektivnih oblika turizma, željelo se izdvojiti najznačajnije turističke proizvode (20 najznačajnijih turističkih proizvoda u destinaciji "Opatijska rivijera" - top 20⁺), te naglasiti koji su to turistički proizvodi, koji po mišljenju ispitanika nisu najprihvatljiviji za ovu turističku destinaciju (5 najmanje interesantnih turističkih proizvoda za destinaciju "Opatijska rivijera" - top 20⁻), jer nisu primjereni njenom imidžu i poziciji.

Tablica 3. Najznačajniji turistički proizvodi za destinaciju "Opatijska rivijera"

1. festivali	4,8
2. wellness	4,8
3. klimatsko lječilište	4,8
4. koncerti	4,6
5. trekking, pješačenje	4,5
6. mega-spektakli	4,5
7. priče	4,5
8. mega-kongresi	4,4
9. poslovni skupovi	4,4
10. izložbe	4,4
11. gastronomija	4,4
12. medicinski programirani odmor	4,3
13. kulturni sadržaji	4,3
14. ljetovališni turizam	4,1
15. nautički turizam	4,1
16. tenis	4,1
17. zabava	4,1
18. sadržaji s naglašenom eko-ponudom	4,1
19. edukacijski turizam	4,0
20. pustolovni turizam	4,0

Tablica 4. Najmanje atraktivni turistički proizvodi za destinaciju "Opatijska rivijera"

21. masovni turizam	1,6
22. naturizam	2,4
23. ekskurzije	2,5
24. vjerski turizam	3,1
25. turizam u divljini	3,2

Turistički razvoj mora naći mjesto u svim planskim dokumentima ove turističke destinacije, ispitanici su se izrazili da ovi dokumenti trebaju pratiti:

- | | | |
|-----------------------------------|---|-------|
| a) potpuno slobodan razvoj | - | 7,6% |
| b) intenzivan turistički razvoj | - | 25,7% |
| c) alternativni turistički razvoj | - | 0 |
| d) održivi razvoj | - | 66,7% |

To stvara obvezu ocjene prihvatnog potencijala (prihvatni kapacitet, granice nosivosti, nosivi kapacitet...), a po mišljenju ispitanika Opatijska rivijera još uvijek nije premašila svoj prihvatni potencijal (**64,1%**), dio ispitanika o tome nema stava (20,5%), dok njih 15,4% smatra da je prihvatni potencijal premašen. Upravo to upućuje na potrebu da bi se trebalo pristupiti izradi studije o prihvatnom potencijalu, sukladno dogovorenom razvojnom scenariju što potvrđuje **92,3%** ispitanika. Na pitanje da li po njihovom mišljenju prostorni plan osigurava optimalan razvoj turizma po načelu održivog razvoja dobiveni su slijedeći odgovori

a) DA - 26,3% b) NE - **73,7%**.

Sudionici radionica dali su i niz korisnih prijedloga za poboljšanje:

- o Najprije definirati koncepciju razvoja i donijeti integralni razvojni plan, kao nužnu pretpostavku za realnost i transparentnost prostornog plana
- o Dugoročnom strategijom održivog razvoja zaštititi ambijentalne vrijednosti i ljepotu okoliša
- o Prostorni plan uskladiti s rješenjima u glavnom planu razvoja turizma
- o Prostornim planom treba osigurati namjensko korištenje prostora i zaštitu izgleda Opatije
- o Prostorni plan definirati na način da ne bude potrebna izgradnja detaljnih planova
- o Odrediti prioritete u razvoju turizma i donijeti mjere u duhu održivog razvoja
- o Naći alternativna rješenja za nedostatak površina u atraktivnim zonama namijenjenih razvoju turizma
- o Zaštititi obalni pojas
- o Zaštititi namjenu objekata turističke namjene (ne dozvoliti prenamjenu)
- o Minimalnu građevinsku parcelu definirati između 1200 i 1500 m²
- o Strogo kontrolirati stambenu izgradnju
- o Donijeti mjere zaštite prostora i obvezati njihovu primjenu
- o Odrediti obvezu revitalizacije starih vila
- o Rješenja prometne infrastrukture povezano je s unapređenjem stanja u prostoru
- o Rezervirati rekreacijske zone
- o Preseliti sa postojećih lokacija vatrogasce i komunalno poduzeće
- o Hitno izgraditi garažu i sportsku dvoranu

Kako razvoj mogu nositi samo školovani, stručni i sposobni kadrovi, sudionici radionica su iznijeli svoj stav i o kadrovskoj osnovi razvoja turizma na Opatijskoj rivijeri, izjašnjavajući se ocjenom od 1 - 5, u okvirima moguće ponuđenih odgovora (tablica 5).

Tablica 5. Polazišta kreiranja politike upravljanja kadrovima na "Opatijskoj rivijeri"

○ Practicirati permanentno osposobljavanje i trening postojećih kadrova	4,6
○ Potreban je temeljni zaokret prema kadrovima koji posjeduju vrhunska znanja	4,2
○ Obrazovne institucije osiguravaju adekvatan profil kadrova i iz drugih sredina	3,4
○ Domicilno stanovništvo zadovoljava potrebe kadrovske obnove u turizmu	3,2
○ Radi razvoja turizma dozvoliti i mehanički priljev kadrova	2,6

Dakle, ispitanici su u većem dijelu protiv intenzivnog turističkog razvoja koji zahtjeva mehanički priljev radne snage (69,2%), jer to ne smatraju prihvatljivim za ovu destinaciju, iako zbog negativnog prirodnog priraštaja, neki ispitanici prihvaćaju i tu mogućnost (28,2%), pri čemu naglašavaju "Da ali promišljeno" (2,6%). Vodeći kadrovi predstavljaju turistički menadžment destinacije, koji postaje nositeljem razvoja turizma u destinaciji. Po mišljenju ispitanika razvoj turizma u turističkoj destinaciji Opatijska Rivijera zadatak je :

- | | |
|--|--------------|
| a) menadžmenta turističke zajednice | 19,0% |
| b) menadžmenta turističkih i hotelskih tvrtki | 30,4% |
| c) lokalne uprave i samouprave | 29,1% |
| d) posebna tijela organizirana na profitnoj osnovi | 8,9% |
| e) posebna tijela organizirana na neprofitnoj osnovi | 6,3% |
| f) - a), b) i c) zajedno - | 5,1% |
| g) suradnja privatnog i javnog sektora pod kontrolom lokalne uprave i samouprave | 1,3% |

Neovisno o kojoj razini menadžmenta turističke destinacije govorimo, istraživanja potvrđuju da je turistički menadžment svjestan bitnih elemenata snage, slabosti, mogućnosti i prijetnje ove turističke destinacije, što će se prezentirati u nastavku. Zadatak je "menadžmenta turističke destinacije" da upravlja destinacijom na polazištima saznanja o snazi, slabostima, šansama i rizicima ove destinacije. Može se uočiti da je općeniti stav većine sudionika radionice, da je osnovna **snaga odn. prednost** ove destinacije u slijedećem:

- ❖ turistička tradicija
- ❖ klima
- ❖ ljepota krajolika
- ❖ kulturna i povijesna baština
- ❖ blizina europskih metropola i europskog tržišta
- ❖ idealno strateški pozicionirana destinacija
- ❖ prepoznatljiva arhitektura
- ❖ raznolikost krajobrazu – idealan spoj priobalja i zaleđa
- ❖ kvalitetni kadrovi od srednje škole do fakulteta
- ❖ svijest domicilnog stanovništva da se živi od turizma i za turizam

Uz navedeno se kao pojedinačni prijedlozi o tome, što bi mogla biti snaga ili prednost ove destinacije, a to je npr.: da postoji svijest o viziji razvoja, prepoznatljiva kvalitete usluge, vjernost klijentele, opredijeljenost stanovništva za turizam, kvaliteta vegetacije, blizina Ljubljane, Zagreba, Trsta, čisto more, mir i sigurnost, hotelijerska tradicija, sačuvana austrijska arhitektura, duh Mediterana, mogućnosti za rehabilitaciju zdravlja, mogućnost reaktiviranja tradicijskih vrijednosti, turistički gen lokalnog stanovništva, sposobnost za uspješno nadmetanje s konkurentnim destinacijama, razvijenost svijesti stanovništva o važnosti ove grane djelatnosti za ukupno dobrobit sviju, mogućnosti koje pruža šire okruženje u pogledu materijalnih resursa, dostatnost temeljnih smještajnih kapaciteta, ekološka svijest, kvalitetne zelene površine i parkovi bez automobila, pitomost malih naselja, jedinstvo raznolikosti, visoka kulturna svijest i otvorenost lokalnog stanovništva, prepoznatljivost destinacije na ciljnim tržištima, vlastiti izvori pitke vode, domaći umovi ...

Kao **nedostaci odn. slabosti** ove destinacije se po mišljenu velike većine sudionika radionice može istaći slijedeće:

- neadekvatna prometna infrastruktura
- gorući problem parkirališta
- neuređenost, slabo održavanje i opremljenost plaža
- izuzetno loša ponuda zabavnih i sličnih sadržaja, posebno u noćnim satima
- nedostatna ponuda sportskih i zdravstvenih sadržaja
- ne postoji prepoznatljiv suvenir
- uređenost okoliša nije primjerena destinaciji
- ne postoji edukacija kadrova za sve turističke potrebe
- neadekvatna suradnja jedinica lokalne uprave i samouprave s određenim interesnim skupinama

Uz navedeno se kao pojedinačni prijedlozi o tome, što bi još mogla biti slabost odn. nedostatak u turističkom razvoju ove destinacije a to je npr.: nedostatnost aktivnosti na primjeni "Agende 21" vezano za politiku okoliša i kreiranju smjernica održivog razvoja, devastacija i smanjenje zelenih površina što može dovesti do promjene mikro klime, neprivlačna za mlade (nedostatak sadržaja i razumijevanja), nema atraktivnih zabavnih (casino, lokali s glazbom za ples, barovi...) i sportskih sadržaja (golf, mini golf, pješačke ture, biciklizam...), nema organizirane vodičke službe, veliki broj hotelskih kuća izvan funkcije, radno vrijeme prodavaonica, butika i drugih potrepština, nedostatak ponude kvalitetnih proizvoda u ekskluzivnim trgovinama (npr. poznatih kreatora, umjetnika...) a posebno proizvoda koji imaju autohtone vrijednosti (vino, rakija, povreće, med, maruni, trešnje...), prezasićenost automobilima zbog nerješenog lokalnog prometa (sada samo linija 32) što je neprimjereno rejtingu destinacije, nerješeno parkiranje za turističke autobuse, obrazovne institucije nedovoljnog kapaciteta i opremljenosti, dio zaposlenih na značajnim funkcijama nema adekvatno obrazovanje i kulturu (nepoznavanje jezika, neljubaznost, nedostatak higijenskih navika, kultura odnosa prema kućnim ljubimcima...) niti znanja prema svjetskim standardima, neuređenost dijela terasa, fasada, okućnica i šetnica (npr. i zbog onečišćenja kućnih ljubimaca), nedostatak prepoznatljivih kulturni i zabavnih događaja, neprepoznatljivost odn. uniformnost trgovina i restorana (npr. nema autohtonih konoba...), nedostatni prostori za sportske manifestacije i sportsku rekreaciju, nepoštivanje standarda ponašanja osoblja u hotelu, narušavanje ambijentalne ljepote prostora zbog nekontrolirane gradnje i arhitektonski neprimjerenih građevina, gubi prepoznatljivi imidž, ostavlja dojam zapuštenosti,

poznate ličnosti iz prošlosti se ne koriste u propagandne svrhe, nedovoljno značajna marketinška prisutnost na značajnim emitivnim tržištima, skupi ali nedovoljno informativni promotivni materijali, mrtvilo ukupne ponude umjesto atraktivne ponude za 24 sata, nedostatak sadržaja na plažama, uvredljivo nizak nivo organizacije turističke animacije, nedostatak prostora za velike skupove, sportske manifestacije i za druge slične namjene, mentalitet i ego dijela domicilnog stanovništva, vandalizam, buka, ulična prodaja, svaštarenje, zatvaranje očiju pred problemima, turistički menadžment nema viziju ni strategiju razvoja, nepostojanje svijesti o potrebi optimiranja prihvatnog kapaciteta destinacije, neadekvatne mogućnosti korištenja zračnog prometa kao i usluga putničkih brodova velikog kapaciteta, neriješeni imovinski odnosi i pomorsko dobro, neodgovarajući privatizacijski procesi, nema koordinacije u rješavanju ključnih problema, nedostaje obilaznica kao uvjet rješavanja lokalnih prometnih problema, slaba koordinacija odgovornih na razini lokalne uprave i samouprave, zaostajanje u razvoju u odnosu na konkurentske destinacije, zbog ratne situacije stagnacija investicijskog ciklusa, te izgubljen kontinuitet razvoja.

Uz uvažavanje prethodno naznačenih polazišta u istraživanju su prepoznate određene **šanse, prilike ili mogućnosti**, a po mišljenu velike većine sudionika radionice može se za ovu destinaciju istaći slijedeće:

- ✓ veliki interes potencijalnih investitora
- ✓ vraćanje prepoznatljivog imidža
- ✓ osvajanje epiteta mondene rivijere
- ✓ razvoj cjelogodišnje turističke sezone
- ✓ oblikovanje vlastitog "branda"
- ✓ valorizacija običaja i etno nasljeđa
- ✓ uravnotežen razvoj turizma (eko turizam)
- ✓ specijalizirana i autohtona gastro-ponuda
- ✓ lojalan gost, ljudi i običaji

Može se primijetiti da se prema mišljenju većine sudionika radionice prilike i mogućnosti isprepliću s ciljevima i zadacima razvoja, te profilom proizvoda, no bez obzira na to zabilježiti će se i neka druga slična pojedinačna razmišljanja, iako nisu uvijek u funkciji cilja. Tako se npr. predlaže "rivijera EVENTA", prestižna-vodeća rivijera, revitalizacija zaleđa – Park prirode Učka, uravnotežen razvoj svih lokaliteta, hoteli s brandom, povijesno i kulturno nasljeđe, prepoznatljivost festivala, karnevala i drugih događanja, tradicija u zdravstvenom turizmu jučer – SPA i wellness danas, shopping-meka, novi sadržaji, nova "stara dama", uvijek "prva dama", vrhunske manifestacije, vratiti Europu u Opatiju, prirodna i društvena dobra kao šansa za cjelogodišnji turizam, geostrateška pozicija, profiliranje kvalitete i asortimana ponude, usklađivanje etno mogućnosti i šansi priobalja, tematske šetnice, žižara za Učku, međunarodni edukacijski centri, mogućnosti za oaze mira, zabave, zdravlja, kulture, događaja, značenje zdrave hrane i vode, prepoznatljivost "Lovranskih vila", ostale vile u turističku funkciju, organizirani eko-promet u centru, mali hoteli kao ravnoteža ponude, pravi čovjek na pravom mjestu.

Sudionici u radionici svjesni su mnogih **prijetnji, ograničenja odn. opasnosti**, koje mogu stajati na putu ostvarenja postavljenih ciljeva. Većina sudionika smatra da su najveće prijetnje slijedeće:

- ☐ narušavanje kulturnog i povijesnog nasljeđa
- ☐ preizgrađenost
- ☐ neplanska izgradnja

- ☐ devastiranje zelenih površina
- ☐ odljev stručnih kadrova i nepotizam u zapošljavanju
- ☐ neprilagođen obrazovni sustav
- ☐ masovni turizam
- ☐ neprilagođenost i otpor turističkom razvoju od strane dijela neautohtonog stanovništva
- ☐ nekontrolirani ulazak kapitala
- ☐ neposredna opasnost od zagađenja mora (Družba Adria i sl.)
- ☐ utjecaj "prljave" industrije
- ☐ neplanska izgradnja u zaleđu

Dio prijetnji ili opasnosti može se otkloniti organiziranim djelovanjem na razini destinacije, ali veći dio je pod ingerencijom šire društvene zajednice. Pored ovih općih stavova, zabilježiti treba i neka pojedinačna razmišljanja kao npr: nekritično kontroliranje drugih, odbojnost dijela stanovništva prema turistima, pretjerana buka u noćnim satima na otvorenim prostorima, narušena estetika prostora, svaštarenje kao osnova neprivlačnosti i neprepoznatljivosti, nesudjelovanje u razvoju, priučeni sezonski radnici bez turističke kulture, tajkunicazija u privatizacijskom procesu bez vizije i osnovnih turističkih znanja, falsifikati u prostornom planiranju i utjecaj graditeljskih lobija, prekapacitiranje destinacije, neodržavanje javnih površina i devastiranje zelenih površina, nema kritične mase događanja za mlade, nema vizije, uništava se sustavno priroda i obala, onečišćenje zraka utjecajem industrije u okruženju, onečišćavanje mora, utjecaj globalnog zatopljenja, građevinski radovi u glavnoj sezoni, nedovoljna svijest o važnosti pojedinih "neturističkih" poteza, erozija kulturološkog poimanja vrijednosti, nedostatak zajedničkog "za" održivi turistički razvoj.

Na kraju posebno treba izdvojiti stavove sudionika radionica, da posebnu pažnju treba posvetiti sagledavanju i otklanjanju ključnih problema daljnjeg razvoja turizma na Opatijskoj rivijeri a to su:

- neadekvatna prometna infrastruktura
- gorući problem parkirališta
- neuređenost, slabo održavanje i opremljenost plaža
- izuzetno loša ponuda zabavnih i sličnih sadržaja, posebno u noćnim satima
- nedostatna ponuda sportskih i zdravstvenih sadržaja
- ne postoji prepoznatljiv suvenir
- uređenost okoliša nije primjerena destinaciji
- ne postoji edukacija kadrova za sve turističke potrebe
- neadekvatna suradnja jedinica lokalne uprave i samouprave s određenim interesnim skupinama
- narušavanje kulturnog i povijesnog naslijeđa
- preizgrađenost
- neplanska izgradnja
- devastiranje zelenih površina
- odljev stručnih kadrova i nepotizam u zapošljavanju
- neprilagođen obrazovni sustav
- masovni turizam
- neprilagođenost i otpor turističkom razvoju od strane dijela

- neautohtonog stanovništva
- o nekontrolirani ulazak kapitala
- o neposredna opasnost od zagađenja mora (Družba Adria i sl.)
- o utjecaj "prljave" industrije
- o neplanska izgradnja u zaleđu

LITERATURA

1. Jordan, P., Peršić, M. (red.): Österreich und der Tourismus von Opatija (Abbazia) vor em Ersten Weltkrieg und zur Mitte der 1990er Jahre, Peter Lang, Europäischer Verlag der Wissenschaften, Frankfurt am Main, Berlin, Bern, New York, Paris, Wien, 1998.
2. Grupa autora: Osnove dugoročnog razvoja Parka prirode Učka, FTHM, Opatija, 2002.
3. Grupa autora: Opatijski kras, Liburnijske teme, Katedra čakavskog sabora, Opatija, 1983.
4. Matzler, K., Siller, H.J.: Linking Travel Motivations with Perceptions of Destination: The Case of Youth Travelers in Alpine Summer and Winter Tourism, *Tourism Review*, AIEST, St. Gallen, Vol.58-No.4, 2003. p. 6 – 11.
5. Muzur, A.: Opatija – Abbazia - Itinerari za istraživače i radoznale, Adamić, Rijeka, 2001.
6. Muzur, A.: Opatija Abbazia – Šetnja prostorom i vremenom, Lions club Opatija, Grafika Zambelli, 2000.
7. Opatija-promotor zdravstvenog turizma", zbornik radova prvog međunarodnog simpozija, Thalassoterapija Opatija, Hotelijerski fakultet Opatija, Hrvatsko-austrijsko društvo Rijeka, Opatija, 1996.
8. Razvojno – marketinški plan turizma Opatijske Rivijere, Institut za turizam, Zagreb, 2002.
9. Valušek, B.: Opatija, povijest, kultura, umjetnost, prirodne ljepote, turizam, Turistička naklada, d.o.o. Zagreb, 2001.
10. Vodič opatijskim parkovima", Gimnazija Eugen Kumičić Opatija, Grad Opatija i Turistička zajednica grada Opatija, 1997.
11. Yip, P.: Basic Concepts of Co-Branding. With Examples from the Hospitality Industry – Could co-branding improve Your bottomline, HVS International, <http://www.hvsinternational.com/Jupp/?aid=779&rt=4>
12. Zdravstveni turizam za 21. stoljeće", zbornik radova trećeg znanstveno-stručnog skupa s međunarodnim sudjelovanjem, Thalassoterapija Opatija, Fakultet za turistički i hotelski menadžment Opatija, 2000.