

NACRT

Strateški plan razvoja turizma Općine Grožnjan 2017.-2027.



Listopad, 2019.

Naručitelj

Općina Grožnjan – Grisignana

Načelnik Claudio Stocovaz



Izrada dokumenta

MONEO savjetovanje d.o.o.

mr.sc. Kristian Korunić

mr.sc. Mirta Vukelić

dipl.oec. Petra Perhat

mr.sc. Sandra Mušković

mag.oec. Monika Hojsak

Ovaj dokument pripremljen je temeljem ugovora o uslugama između izvođača, tvrtke Moneo Savjetovanje d.o.o. Zagreb i naručitelja, Općine Grožnjan. Dokument je pripremljen za naručitelja i u skladu s Odlukom općinskog Vijeća, u svrhu realizacije razvojnih ciljeva.

Svi podaci navedeni u ovom dokumentu za koje nije eksplicitno naveden izvor, potječu od naručitelja i njegovih partnera. Izrađivači dokumenta ne mogu garantirati za točnost podataka preuzetih iz sekundarnih izvora i/ili predlagatelja projekta niti preuzeti odgovornost za posljedice korištenja ovog dokumenta od treće strane, ili u drugu svrhu, te za eventualne greške ili nedorečenosti koje proizlaze iz pogrešnih podataka koji su im dostavljeni.

SADRŽAJ

POPIS TABLICA.....	4
POPIS SLIKA	4
POPIS GRAFIKONA	4
POPIS KRATICA.....	5
SAŽETAK	6
1. UVOD.....	7
1.1. SVRHA I PREDMET.....	7
1.2. METODOLOGIJA	7
1.3 LOGIČKA OSNOVA	9
2. ANALIZA POSTOJEĆEG STANJA OPĆINE GROŽNJAN.....	11
2.1. GEOGRAFSKA, INFRASTRUKTURNA I GOSPODARSKA OBILJEŽJA.....	13
2.2. KLJUČNI AKTERI OPĆINE GROŽNJAN-GRISIGNANA	17
2.3 OBILJEŽJA TURISTIČKE PONUDE I POTRAŽNJE	18
2.8 TURISTIČKI RESURSI I ATRAKCIJE.....	21
2.8.1. PRIRODNI RESURSI	21
2.8.2 KULTURNO-POVIJESNA BAŠTINA	22
2.8.3 DOGAĐAJI I MANIFESTACIJE	26
2.9 SWOT ANALIZA.....	29
2.10 ANALIZA KONKURENTOSTI DESTINACIJE	32
3. ANALIZA TRŽIŠTA.....	33
3.1. GLAVNI TRENDOVI NA TURISTIČKOM TRŽIŠTU.....	33
3.2 ANALIZA CILJNIH TRŽIŠTA.....	35
4. STRATEŠKI PLAN RAZVOJA TURIZMA OPĆINE GROŽNJAN	38
4.1. VIZIJA RAZVOJA TURIZMA	38
4.2. CILJEVI RAZVOJA TURIZMA OPĆINE GROŽNJAN	39
4.3. MARKETINŠKA KONCEPCIJA.....	43
5. PROVEDBA STRATEŠKOG PLANA RAZVOJA TURIZMA.....	45
5.1. UPUTE ZA PROVEDBU I PRAĆENJE STRATEŠKOG PLANA.....	45
5.2. MJERE I PROGRAMI PODRŠKE REALIZACIJI STRATEŠKOG PLANA	46
6. AKCIJSKI PLAN S DINAMIČKIM PLANOM AKTIVNOSTI	50

POPIS TABLICA

Tablica 1 Metodologija – primarna i sekundarna istraživanja	7
Tablica 2 Stanovništvo Općine prema glavnim izvorima sredstava za život	16
Tablica 3 Smještajna ponuda u Općini Grožnjan za 2019.godinu	19
Tablica 4 Kretanja turista na području Općine Grožnjan od 2017. do 2019. godine	20
Tablica 5 Udio ostvarenih noćenja prema spolu od 2017. do 2019. godine	21
Tablica 6 Značajna kulturno-povijesna baština općine Grožnjan Grisignana	22
Tablica 7 Godišnje manifestacije na području Grožnjana	27
Tablica 8 Snage i slabosti turističkog razvoja općine Grožnjan.....	30
Tablica 9 Prilike i prijetnje turističkog razvoja općine Grožnjan	31
Tablica 10 Ostvarenja noćenja u 2017. i 2018. godini	32
Tablica 11 Razlozi dolaska turista u Hrvatsku za 2017.godinu	33
Tablica 12 Faktori ocjene zadovoljstva prema Tomas istraživanju 2017.godine	34
Tablica 13 Interesne skupine Općine Grožnjan-Grisignana.....	36
Tablica 14 Tržišna spremnost kulturnih turističkih resursa Općine Grožnjan	40
Tablica 15 Kanali marketinške komunikacije	42
Tablica 16 Uspostavljanje cjelovitog turističkog proizvoda.....	43
Tablica 17 Pregled aktualnih programa i natječaja potpore	46
Tablica 18 Akcijski plan s dinamičkim planom aktivnosti	50

POPIS SLIKA

Slika 1 Prikaz Grožnjana	11
Slika 2 Organizacijska struktura Općine Grožnjan-Grisignana.....	12
Slika 3 Geografski položaj Općine Grožnjan.....	14
Slika 4 Crkva Sv. Vida, Modesta i Krešencije	24
Slika 5 Naselje Kostanjica	25
Slika 6 Povijesna cjelina Završja	26
Slika 7 Gradska galerija Fonticus	27
Slika 8 Prikaz manifestacije Ex Tempore.....	28
Slika 9 Praćenje napretka strateškog plana	45

POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1 Udio domaćih i stranih turista od 2017.do 2019.godine	20
Grafikon 2 Prikaz turističkih noćenja ciljnih tržišta u 2019. godini na području Istarske županije	36

POPIS KRATICA

<i>BDP</i>	<i>Bruto domaći proizvod</i>
<i>DZS</i>	<i>Državni zavod za statistiku</i>
<i>EU</i>	<i>Europska unija</i>
<i>IŽ</i>	<i>Istarska županija</i>
<i>JLS</i>	<i>Jedinica lokalne samouprave</i>
<i>JPP</i>	<i>Javno privatno partnerstvo</i>
<i>JU, JP</i>	<i>Javna ustanova, javno poduzeće</i>
<i>LAG</i>	<i>Lokalna akcijska grupa</i>
<i>MINGO</i>	<i>Ministarstvo gospodarstva</i>
<i>MSP</i>	<i>Mala i srednja poduzeća</i>
<i>NN</i>	<i>Narodne novine</i>
<i>NVO</i>	<i>Nevladine organizacije</i>
<i>OPG</i>	<i>Obiteljsko poljoprivrednog gospodarstvo</i>
<i>PRR</i>	<i>Program ruralnog razvoja</i>
<i>RH</i>	<i>Republika Hrvatska</i>
<i>TK</i>	<i>Telekomunikacije</i>
<i>TZ</i>	<i>Turistička zajednica</i>

SAŽETAK

S ciljem stvaranja prepoznatljivog turističkog imidža, unapređenja postojećih i razvoja novih turističkih proizvoda te usluga, povećanja broja raspoloživih smještajnih kapaciteta, povećanja kvalitete života lokalnog stanovništva te kvalitete Općine Grožnjan kao turističke destinacije donosi se Strateški plan razvoja turizma Općine Grožnjan za razdoblje od 2017. do 2027.godine.

Koncepcija izrade strateškog dokumenta temelji se u prvom redu na realno i objektivno sagledavanje trenutnog stanja kroz utvrđivanje postojećih turističkih resursa i njihovih obilježja, utvrđivanje ključnih aktera za razvoj turizma na području Općine Grožnjan te analizu turističke potražnje i kretanja turista. Kroz sagledavanje turističkih trendova u Hrvatskoj i relevantnog tržišnog okruženja, definirana je vizija uz temeljne odrednice pozicioniranja Općine Grožnjan kao turističke destinacije.

Osnovni strateški ciljevi definirani su na temelju partnerskog pristupa svih zainteresiranih subjekata Općine Grožnjan, utvrđenim razvojnim izazovima i viziji sa svrhom osmišljavanja cjelokupnog turističkog smjera razvoja turizma općine.

Svrha ovog dokumenta je predlaganje konkretnih aktivnosti i mjera koji će u definiranom vremenskom periodu doprinijeti ostvarenju osnovnih strateških ciljeva:

- Unapređenje i diverzifikaciju postojeće turističke ponude
- Prepoznatljivost na tržištu
- Razvoj turističke infrastrukture
- Održivi turistički razvoj

Za svaki strateški cilj definirane su provedbene mjere te nositelji turističkog razvoja koji će kroz provedbu predloženih aktivnosti omogućiti valorizaciju turističkih potencijala cjelovitog područja Općine Grožnjan. U kontekstu donešene vizije, Strateški plan razvoja turizma Općine Grožnjan predstavlja polazišnu točku razvoja turizma za razdoblje od 2017.do 2027.godine.

1. UVOD

1.1. SVRHA I PREDMET

Ključno polazište u izradi Strateškog plana razvoja turizma Općine Grožnjan za razdoblje od 2017.-2027. godine je razvoj turizma promatran kroz suvremeni koncept razvoja turističke destinacije temeljen na održivosti razvoja i uravnoteženja ekonomskih, ekoloških i socio-kulturnih učinaka turizma na područje Općine Grožnjan.

Izrada ovog dokumenta temelji se na odluci Općinskog vijeća dok je polazište za izradu definirano Pravilnikom o provedbi mjere 07 «Temeljne usluge i obnova sela u ruralnim područjima» iz Programa ruralnog razvoja Republike Hrvatske za razdoblje 2014. – 2020., te nacionalna i županijska strateška usmjerenja (Zakon o regionalnom razvoju, Strategija ruralnog razvoja RH, Strateški program ruralnog razvoja IŽ, Županijska razvojna strategija). Razrada strategije slijedi logičku osnovu kao i saznanja o raspoloživim i predvidivim izvorima financiranja – vlastitim sredstvima, domaćim i europskim fondovima, u prvom redu mjerama Programa ruralnog razvoja.

Svrha Strateškog plana razvoja turizma Općine Grožnjan je definiranje smjernica za razvoj turizma kroz poželjne i nužne pravce djelovanja s usko povezanim projektima i aktivnostima koji će osigurati dostizanje željenih ciljeva.

1.2. METODOLOGIJA

Metodologija izrade Strateškog plana razvoja turizma Općine Grožnjan temelji se na primarnim i sekundarnim istraživanjima. Tablični prikaz u nastavku prikazuje aktivnosti u okviru primarnih i sekundarnih istraživanja koja su provedena, a služe kao polazište za definiranje ciljeva razvoja turizma Općine Grožnjan.

Tablica 1 Metodologija – primarna i sekundarna istraživanja

PRIMARNA ISTRAŽIVANJA – PRIMARNI PODACI	
Aktivnosti	Opis i cilj
Intervju s Naručiteljem ili predstavnikom Naručitelja strateških dokumenata	Prvi sastanak s Naručiteljem proveo se s ciljem osobnog upoznavanja, upoznavanja problematike turističkog razvoja projektnog područja iz perspektive Naručitelja, zajedničkog sagledavanja okolnosti razvoja turizma projektnog područja.

Izrada anketnih upitnika i anketiranje dionika	Analiza stavova lokalne zajednice o razvoju turizma projektnog područja, provedena online u veljači 2020. godine.
Održavanje 3 tematska panela za zainteresiranu javnost i Naručitelja	Prema određenim fazama izrade strateškog dokumenta održani su tematski paneli sa svrhom informiranja javnosti kao i usvajanja prijedloga.
Izrada analize postojećeg stanja – SWOT matrica	Temeljem rezultata tematskih panela izrađena je SWOT analiza s utvrđenim slabostima, snagama, prijetnjama kao i mogućnostima razvoja turizma Općine Grožnjan.

SEKUNDARNA ISTRAŽIVANJA – SEKUNDARNI PODACI

Aktivnosti	Opis i cilj
Analiza turističke statistike projektnog područja (1)	Kvantitativna analiza kretanja u turizmu i procjena budućih kretanja (broj noćenja). Kvalitativna analiza (motivacija turista, povratak u destinaciju, profil, aktivnosti turističke potražnje) temeljem dostupnih najnovijih Tomas istraživanja.
Analiza turističke statistike projektnog područja (2)	Kvantitativna i kvalitativna analiza turističke ponude (ukupan broj i vrste smještajnih objekata, broj smještajnih jedinica, ležajeva, broj registriranih privatnih iznajmljivača, kategorizacija objekata).
Analiza glavnih trendova na turističkom tržištu	Obuhvaća analizu globalnih makro trendova koji utječu na razvoj turizma projektnog područja.
Analiza ciljnih tržišta	Analizirane su temeljne karakteristike turističke potražnje na ciljnim emitivnim turističkim tržištima kroz analizu interesnih skupina.

Glavni izvori podataka su javno dostupni dokumenti i informacije sa službenih stranica (DZS, ministarstva, agencije i ustanove, JL(R)S)), komunikacija i koordinacija između stručnog izrađivača Strategije i općinske uprave te javno provedena savjetovanja sa stanovništvom Općine.

Provedba izrade Strateškog plana razvoja turizma Općine Grožnjan započela je krajem 2019. godine, a samu pripremu dokumenta preuzeli su stručnjaci tvrtke MONEO savjetovanje d.o.o. U suradnji s Općinom tijekom studenog i prosinca izrađene su prve analize te je u siječnju 2020. godine provedeno javno savjetovanje sa zainteresiranim građanima u obliku javne prezentacije. Nakon održanog prvog savjetovanja kojemu je cilj bio upoznavanje javnosti s važnošću ovog strateškog dokumenta, uslijedilo je online anketno ispitivanje stanovnika općine s ciljem stjecanja uvida u stvarne potrebe iz perspektive stanovnika za buduća turistička ulaganja. Drugo javno savjetovanje obuhvatilo je rezultate anketnih ispitivanja i prezentaciju SWOT analize turizma na području općine kroz sagledavanje njenih snaga, slabosti, prijetnji ali i mogućnosti.

Prvi nacrt Strategije prezentiran je građanima Grožnjana 05.03.2020., nakon čega je otvorena mogućnost dostave direktnih pisanih primjedbi. Nakon očitovanja Općine, dokument je finaliziran u ožujku 2020. godine te prihvaćen od strane Općinskog vijeća dana **xx.xx. 2020. godine.**

1.3 LOGIČKA OSNOVA

Općenito, strateško *planiranje* olakšava organizacijama proces usmjeravanja i kontrole vlastitih aktivnosti i resursa na ciljeve i rezultate koje žele postići. Kao takvo, ono je neodvojivo od pojma strateškog *djelovanja* koje podrazumijeva prikladno alociranje resursa na prioriteta područja, praćenje, kontrolu i kontinuirano usavršavanje.

Iz tog razloga strategija razvoja turizma mora biti usmjerena i jasna, a planski proces uključuje interaktivnu analizu više faktora, kao što su:

- **Vizija i Vrijednosti:** vizija željene budućnosti bazirana na općeprihvaćenim generalnim principima;
- **Dokazna baza i Analiza:** razumijevanje trenutne situacije, trendova i realističnih scenarija razvoja, zajedno s uzrocima i posljedicama, a bazirano na dokaznoj bazi (statistika, ekonomska, znanstvena i društvena istraživanja i saznanja) te stavljeno u širi kontekst, odnosno uspoređeno s komparabilnim okruženjem i dobrom praksom;
- **Dionici:** razumijevanje stavova, problema i perspektiva različitih dionika, te planiranje njihovog uključenja u planerski proces, a posebice uloge u provedbi strategije;

- **Kapaciteti provedbe:** analiza i ocjena sustava i instrumenata za provedbu strategije, dostupnih resursa, a u cilju uklanjanja eventualnih barijera razvoja i uspješne implementacije strategije.

Analizom i interpretacijom ovih faktora dolazimo do razvojne strategije turizma vodeći pritom računa o suvremenim trendovima na turističkom tržištu gdje je u prvom redu fokus na kvaliteti što podrazumijeva maksimalno korištenje svih prirodnih resursa uz povijesno-kulturno nasljeđe. Razvoj kvalitetnog turizma postići će se uz maksimalnu zaštitu te očuvanje okoliša i atrakcijskih resursa.

Prilikom koncipiranja strateškog plana razvoja turizma Općine Grožnjan, izvršena je analiza postojećeg stanja odnosno kritička valorizacija postojećeg stanja turizma u Općini Grožnjan kako bi se stvorili temelji za utvrđivanje dugoročne strategije razvoja turizma ove Općine. Drugo poglavlje ovog strateškog dokumenta obuhvaća sva obilježja Općine Grožnjan počevši od geografskih te prometnih obilježja, obilježja turističke ponude i potražnje te obilježja postojećih turističkih resursa i atrakcija koje ova Općina nudi. Na temelju utvrđenog stanja, u nastavku je izrađena također i SWOT analiza uz analizu tržišta kao polazišnih pravaca za izradu strategije turizma. Na temelju svega navedenog u četvrtom je poglavlju definirana misija i vizija razvoja turizma, ciljevi te glavni razvojni projekti za postizanje ciljeva uz razrađenu marketinšku koncepciju sa svrhom što većeg doseg a ciljnih tržišta. Petim poglavljem odnosno provedbom strategije definirano je vodstvo u realizaciji iste te upute za provedbu i praćenje uz mjere i programe podrške realizaciji strategije razvoja turizma Općine Grožnjan. Akcijskim planom s dinamičkim planom aktivnosti određena su vremenska razdoblja za izvršenje pripadajućih aktivnosti kako bi realizacija Strateškog plana razvoja turizma imala što sustavniji pristup te kako bi se omogućilo lakše praćenje rezultata.

2. ANALIZA POSTOJEĆEG STANJA OPĆINE GROŽNJAN

Grožnjan je 1993. godine postao jedinica lokalne samouprave s pripadajućim ovlastima sukladno zakonu. Općinu Grožnjan-Grisignana čini 11 naselja: Antonci, Bijele zemlje, Grožnjan, Kostanjica, Kuberton, Makovci, Martinčići, Šterna, Vrnjak i Završje sa selima Baštići i Gržići.

Prema najnovijem popisu stanovništva iz 2011. godine u općini Grožnjan živi 736 stanovnika, što je u usporedbi s podacima o popisu stanovništva iz 2001. godine smanjenje za oko 6%, kada je na području općine živjelo 785 stanovnika. Od 40 jedinica lokalne samouprave u IŽ, općinu Grožnjan-Grisignana naseljava tek 0,35% stanovnika u 10 statističkih naselja.

Ekonomija općine Grožnjan počiva na turizmu, poljoprivredi i uslužnim djelatnostima. Radi se o malim poduzetnicima koji se bave trgovinom, uslugama popravka i montaže, te proizvodnjom manjeg opsega. Nekoliko autoprijevoznika i građevinskih poduzetnika nudi usluge dijelom namijenjene turizmu, revitalizaciji te stvaranju novih turističkih kapaciteta.

Uz mjesta Završje i Kostanjicu, samo mjesto Grožnjan u cjelosti je zaštićeno kao spomenik kulture sa bogatom tradicijom i poviješću što svjedoči proglašenje Grožnjana kao Grada umjetnika 1965. godine. Doseljavanje kulturnih djelatnika i likovnih umjetnika doprinijelo je održivosti kulturne dosljednosti Grožnjana koji danas ima titulu centra Hrvatske glazbene mladeži.

Slika 1 Prikaz Grožnjana



Organizacijsku strukturu Općine Grožnjan – Grisignana čine tri prikazana aktera:

Slika 2 Organizacijska struktura Općine Grožnjan-Grisignana



Izvor: obrada autora

Općinsko vijeće kao predstavničko tijelo građana donosi akte u okviru djelokruga Općine. Mandat članova Općinskog vijeća traje 4 godine te vijeće imenuje predsjednika i potpredsjednika. Načelnik zastupa Općinu te je nositelj izvršne vlasti Općine. Mandat načelnika traje 4 godine, a odgovornosti su vezane uz ustavnost te zakonitosti obavljanja poslova u njegovom djelokrugu.

Jedinstveni upravni odjel obavlja poslove iz samoupravnog djelokruga Općine te obavlja poslove državne uprave. Odjelom upravlja pročelnik koji nadzire rad službenika i namještenika. Rad Općine Grožnjan s aspekta turizma usklađen je s važnijim dokumentima poput:

- Županijske razvojne strategije (2015.-2020.)
- Master plana razvoja turizma (2015.-2025.)
- Istarske kulturne strategija (2014.-2020.)
- Lokalne razvojne strategije LAG-a Sjeverna Istra (2015.-2020.)
- Programa ruralnog razvoja RH (2014.-2020.)
- Strategije razvoja turizma RH do 2020.

Strateški plan razvoja turizma Općine Grožnjan u potpunosti je usklađen s načelima i odredbama navedenih dokumenata.

Master planom razvoja turizma Istarske županije od 2015. do 2025. općina Grožnjan svrstana je u klaster Središnja Istra kojemu pripadaju Buzet, Pazin, Cerovlje, Gračišće, Karojba, Lanišće, Lupoglav, Motovun, Oprtalj, Pićan, Sv.Petar u Šumi, Svetvinčenat, Tinjan, Višnjan, Vižinada te Žminj. Površina klastera iznosi 1.272,73 km² s ukupnim brojem stanovnika od 36.841. Identitet ovog klastera definiran je karakteristikama tradicionalnog načina života, istarske gastronomije kulture i prirode. Primarni proizvodi ovog područja su **eno-gastronomija, ruralni i agro turizam, biciklističke i pješačke staze te touring.**

Istarskom kulturnom strategijom za period od 2014. do 2020.godine definirane su aktivnosti za unapređenje kulturne infrastrukture na prostoru Istre, te su tako predviđena daljnja ulaganja u centar Hrvatske glazbene mladeži u Grožnjanu kao rezidencijalni-produkcijski centar za glazbu.

Ostali važniji dokumenti poput Lokalne razvojne strategije LAG-a definirali su ciljeve i mjere razvoja središnjeg dijela Istre sa svrhom poticanja razvoja nepoljoprivrednih i poljoprivrednih djelatnosti, očuvanja i zaštite okoliša te kulturnih znamenitosti.

2.1. GEOGRAFSKA, INFRASTRUKTURNA I GOSPODARSKA OBILJEŽJA

Istarski poluotok obuhvaća geografsku površinu od 3.476 četvornih kilometara te se najveći dio hrvatskog dijela poluotoka nalazi u Istarskoj županiji – 2.820 km² što čini 4,98% ukupne površine Republike Hrvatske. Istarska je županija podijeljena na 10 gradova i 30 općina dok je upravno sjedište u Pazinu. Županijska je administracija decentralizirana po pojedinim gradovima županije (Pula, Pazin, Labin, Rovinj, Poreč) što doprinosi strateškom cilju ravnomjernog razvoja županije.

Slika 3 Geografski položaj Općine Grožnjan



Izvor: Istarska županija

Reljefnu strukturu Istre čine valoviti ravnjak koji se prostire na području između Buja, Pazina i Medulina te se još naziva i crvena Istra s obzirom na specifičnosti zemlje crvenice. Granični prostor prema Kvarneru najviši je dio Istre te ga čini planina Učka (1396 metara). Zbog pretežno vapnenačkih stijena, ovaj dio Istre naziva se još i bijela Istra.

U središnjem dijelu Istarskog poluotoka gdje se nalazi i Općina Grožnjan, prevladavaju naslage gline te se ovaj dio naziva još i **siva Istra** dok se prije uslijed bujne vegetacije nazivao još i zelena Istra. Siva Istra proteže se dijagonalno na jugoistoku od Plomina pa sve do sjeverozapadnog Kopa u susjednoj Sloveniji. Klima srednje i sjeverne Istre prelazi u umjerenu kontinentalnu iako se najviši predjeli sjeveroistoka Istre približavaju klimatskim karakteristikama gorskih podneblja. Ovaj tip klime karakteriziraju blage zime što je posljedica morskog utjecaja te nešto više oborina ljeti zbog češćih lokalnih pljuskova. Najtopliji mjesec je srpanj s prosjekom temperature od 22,9°C, dok je najhladniji siječanj s tek 3,4°C.

Grožnjan pripada mikro regionalnoj cjelini Bujština čiji geografsko-povijesni naziv proizlazi iz Buja koje se nalaze u središtu Bujštine, na raskrižju cestovnih pravaca. Ova regija je podijeljena na 6 upravnih jedinica: gradovi Buje, Umag i Novigrad te općine Brtonigla, Grožnjan i Oprtalj koji zajedno imaju 26.251 stanovnika što čini 12,6% ukupnog stanovništva Istre.

Općina Grožnjan smještena je u središnjem dijelu Bujštine, svega 15 kilometara od mora i 7 kilometara jugoistočno od Buja. Općina graniči s Općinom Buje, Oprtljem, Motovunom, Vižinadom, Kaštelirem te Brtoniglom. Sjeverna granica Općine također

predstavlja granicu između Republike Hrvatske i Republike Slovenije. Grožnjan je smješten iznad doline rijeke Mirne na brežuljku nadmorske visine od 228 metara. Cijelu Općinu čini površina od 66 km². Područje Grožnjana ekološki je sačuvano te bogato florom i faunom koja je pod zaštitom:

- **u kategoriji posebnih rezervata:** šumske vegetacije dijela Motovunske šume, te šuma bukve i pitomog kestena kod sela Vrnjak.
- **u kategoriji značajnog krajobraza:** dio sjevernih obronaka kanjona rijeke Mirne ispod Nove Vasi, dio flišnog dijela od Kaštela do Čepića (Bujski kras), okoliš povijesne cjeline Grožnjan, okoliš povijesne cjeline Kostanjica i okoliš povijesne cjeline Završje.
- **u kategoriji spomenika prirode:** Martineška jama kod Filarije (geomorfološki spomenik prirode).

Prometna obilježja

Cestovni promet Istarske županije znatno je ubrzala prometnica Istarski ipsilon duljine od 151 km koju čine autocesta A8 (Matulji-Kanfana) te autocesta A9 (Kaštel-Pula). Istarski ipsilon sagrađen je sukladno Strategiji prostornog uređenja RH te Strategiji prometnog razvitka RH kao najsuvremeniji cestovno-prometni pravac u Istri kojemu je cilj prometno povezivanje istočnog i zapadnog prostora Istre. Ovim se prometnim rješenjem autocestovna mreža Istre povezala s riječkim i koparsko-tršćanskim prometnim čvorom te se uključila u europsku mrežu autocesta.

S obzirom da je područje Općine Grožnjan neravnomjerno naseljeno, postojeća cestovna mreža je prilagođena postojećim potrebama. Osim državne razvrstane ceste koja povezuje Buzet, Novigrad te Buje-Vodnjan, Grožnjan je povezan županijskim razvrstanim cestama (dužine cca 20,7 km), lokalnim cestama dužine oko 23km te ostalim nerazvrstanim cestama. Najveći problem prometnog sustava na području Općine su tehničke karakteristike lokalnih cesta odnosno uski kolnici bez rješenja odvodnje uz visoke troškove održavanja.

Infrastrukturalna obilježja

Infrastrukturu Općine Grožnjan čini komunalna infrastruktura koja predstavlja preduvjet kvalitetnog funkcioniranja svih gospodarskih i društvenih aktivnosti na području Općine. U komunalnu infrastrukturu ubrajaju se ceste, javne površine, vodovod i kanalizacija, rasvjeta, telekomunikacije te energetska i druga infrastruktura koja

doprinosi boljoj kvaliteti života i funkcioniranju gospodarskih djelatnosti Općine Grožnjan.

Prostornim planom određene su važne infrastrukturne jedinice na području općine Grožnjan:

- Sportske građevine (golf igrališta «Vrnjak» kod Vrnjaka)
- Željezničke građevine (turistička uskotračna pruga Parenzana: Poreč – Motovun – Buje – Republika Slovenija)
- Cestovne građevine (brza cesta Buzet – Ponteporton – Nova Vas – Novigrad)
- Poštanske i telekomunikacijske građevine (radijski koridor Učka – Umag)
- Vodne građevine (sustav odvodnje s poljoprivrednih površina – sustav Mirna)
- Građevine sustava odvodnje s poljoprivrednih površina (sustav Mirna)
- Infrastrukturni koridori i građevine od županijske važnosti na području Općine su:
- Građevine znanosti i kulture (Polivalentni kulturni centar u Grožnjanu)
- Cestovne građevine (državna cesta Buzet – Ponteporton – Vižinada – Bederna – Sv. Lovreč - Bale – Vodnjan; županijske ceste Buje - Livade, Buje – Ponteporton i Martinčići - Oprtalj)
- Građevine zračnog prometa (sportska zračna luka Ponteporton)

Energetsku infrastrukturu Općine trenutno napaja električna energija, a planovima je predviđeno uvođenje plina te obnovljivih izvora energije odnosno sunca. Za poticanje korištenja obnovljivih izvora energije, Općina dodjeljuje individualne subvencije za povećanje energetske učinkovitosti obiteljskih kuća.

Gospodarska obilježja

U općini Grožnjan prema popisu stanovništva iz 2011. godine živi tek 736 stanovnika prosječne starosti od 44,6 godina te indeksa starenja 147,0 iz čega se može zaključiti da je stanovništvo općine Grožnjan iznad prosjeka Istarske županije kao i iznad prosjeka RH. Većinsko stanovništvo Općine je talijanskog podrijetla.

Iz Popisa stanovništva iz 2011. godine prema glavnim izvorima sredstava za život, Općinu Grožnjan karakteriziraju sljedeći udjeli:

Tablica 2 Stanovništvo Općine prema glavnim izvorima sredstava za život

Grožnjan	Broj	Udio
Ukupno¹	736	100%
Prihodi od stalnog rada	232	31.52%

Prihodi od povremenog rada	30	4.08%
Prihodi od poljoprivrede	40	5.43%
Starosna mirovina	134	18.21%
Ostale mirovine	51	6.93%
Prihodi od imovine	3	0.41%
Socijalne naknade	11	1.49%
Ostali prihodi	35	4.76%
Povremena potpora drugih	37	5.03%
Bez prihoda	203	27.58%
Nepoznato	1	0.14%

Izvor: DZS, Popis 2011, Tablica 19. Stanovništvo prema glavnim izvorima sredstava za život i spolu po gradovima/općinama

Udio zaposlenih osoba u ukupnom broju populacije Općine iznosi 41,41%, dok ostatak čine pretežito umirovljenici, kućanice, učenici ili studenti te ostale neaktivne osobe. Nezaposlenost varira tijekom godine s obzirom da je najveći broj zaposlenih osoba tokom turističke sezone odnosno ljetnih mjeseci.

Obrazovnu strukturu u najvećem dijelu čine osobe sa završenom srednjom školom (39,1%) te osobe sa završenom osnovnom školom (26,8%).

Prema područjima djelatnosti iz 2011. godine, najveći broj zaposlenih je u prerađivačkoj industriji (15,56%), trgovini na veliko i malo (14,44%), poljoprivredi, šumarstvu i ribarstvu (12,96%) te građevinarstvu (10,37%).

Također, na području Općine djeluje 51 pravna osoba koje nude usluge turističkog smještaja. Može se zaključiti kako se osnovne gospodarske djelatnosti, osim poljoprivrede baziraju na uslužnim djelatnostima i manjim proizvodnim pogonima. U ovu skupinu spadaju privatni poduzetnici iz sektora ugostiteljstva, trgovine i maloprodaje, servisa i usluga te nekoliko autoprijevoznika i građevinskih poduzetnika.

Što se tiče poljoprivrede, stanovništvo se pretežito bavi uzgojem maslina te vinove loze, prvenstveno sorti refošk, malvazija te pinot. Također ovo područje karakterizira uzgoj stoke, proizvodnja meda, sira, uzgoj voća i povrća, cvijeća te gljiva. Potencijal poljoprivrednih djelatnosti leži u činjenici da je od ukupnih 1882,82 hektara raspoloživog obradivog tla, iskorišteno tek 358,86 Hektara odnosno 19%.

2.2. KLJUČNI AKTERI OPĆINE GROŽNJAN-GRISIGNANA

Na području Općine djeluju sljedeći akteri ključni za razvoj turizma Općine Grožnjan-Grisignana:

- **Općina Grožnjan** – jedinica lokalne samouprave koju čine tijela: Općinsko vijeće kao predstavničko tijelo građana, načelnik Općine koji zastupa Općinu te jedinstveni upravni odjel koji svoje zadaće obavlja sukladno Godišnjem planu i programu rada. Općina koristi vlastite prihode za obavljanje poslova lokalnog značaja te ostale vanjske izvore (npr. projekti i programi financirani iz EU ili zaduživanja).
- **Turistička zajednica Općine Grožnjan** – čije djelovanje potiče i inicira razvoj unapređivanja postojećeg turističkog proizvoda te novih turističkih proizvoda područja Općine temeljem načela opće korisnosti.
- **Važniji gospodarski subjekti u turizmu** – usluge turističkog smještaja na području Općine nudi 51 pravna osoba. Od ugostiteljskih objekata koji pružaju usluge hrane i pića ističu se 6 koji se nalaze u samom centru Općine. (*Taverna Bastija, Konoba Pintur, Caffè bar Vero, Pizzeria Amodomio, Bar Artegnana, Bar Mamamaria*).
- **Vinari i maslinari** – na širem području Općine Grožnjan te u naseljima Kostanjica i Završje vinari se tradicionalno bave vinogradarstvom već dugi niz godina, dok njihovoj prepoznatljivosti svjedoče brojna međunarodna priznanja proteklih godina. Pored vinogradarstva ističu se maslinari s autohtonom sortom naziva istarska bjelica, a koji uzgajaju masline na širem području Općine.
- **Udruge i društva na području Općine** – na području općine djeluju dvije udruge talijanske nacionalne zajednice: **Grožnjan i Šterna**. Obje udruge organiziraju razne aktivnosti poput društvenih, kulturnih i sportskih. Također, na području Općine odvijaju se i druge sportske aktivnosti za građane (aktivnosti nogometnog kluba, boćanje, odbojka, lov, biciklizam). Aktivnosti udruga financiraju se jednim dijelom i putem donacija iz općinskog proračuna.

Članstvo u udrugama – Općina Grožnjan članica je Lokalne akcijske grupe sjeverne Istre koju čine gradovi Buje, Buzet, Novigrad, Umag te općine Brtonigla, Lanišće, Kaštelir, Tar-Vabriga, Vižinada i Oprtalj s ciljem udruživanja dionika javnog, civilnog i gospodarskog sektora cijelog područja. Također, Općina je članica FLAG-a Pinna Nobilis.

2.3 OBILJEŽJA TURISTIČKE PONUDE I POTRAŽNJE

Smještajna ponuda

Prema posljednjim statistikama iz 2019.godine, na području Općine Grožnjan, smještajnu uslugu čini 174 smještajnih jedinica sa ukupnim brojem smještajnih kapaciteta od 697 kreveta. Najviše je nekategoriziranih objekata odnosno smještajnih jedinica u prvom redu koje se odnose na vikendice, njih čak 66 dok su na drugom

mjestu objekti s 3 zvjezdice (54) te 4 zvjezdice (47). Visokokategoriziranih smještajnih jedinica na području Općine je svega 6.

Tablica 3 Smještajna ponuda u Općini Grožnjan za 2019.godinu

Broj smještajnih jedinica	Kategorija objekta	Udio u ukupnom broju smještajnih jedinica
1	2 zvjezdice	1%
54	3 zvjezdice	31 %
47	4 zvjezdice	27 %
6	5 zvjezdica	3 %
66	Nema kategorizacije	38 %

Izvor: Turistička zajednica Općine Grožnjan

Smještajnom ponudom Općine Grožnjan dominira ponuda nekategoriziranih smještajnih jedinica koja se uglavnom odnosi na vikendice odnosno ponudu privatnog smještaja (sobe i apartmani). 31% smještajnih jedinica na području Općine ima 3 zvjezdice te obuhvaćaju vile, kuće za odmor, studio apartmane i apartmane. U kategoriji 4 zvjezdice prevladavaju vile i kuće za odmor dok se u kategoriji 5 zvjezdica nalaze kuće za odmor. Na području Općine Grožnjan ne postoji hotelska ni kamping ponuda.

Smještajna ponuda je pretežito locirana u Općini Grožnjan te okolnim naseljima (Makovci, Kostanjica, Kuberton, Šterna, Bijele Zemlje, Martinčići).

Ugostiteljska ponuda

Ugostiteljsku ponudu Općine Grožnjan čini oko desetak ugostiteljskih objekata uključujući konobe, taverne, restorane, kafiće te agroturizme.

Agroturizam na području Općine Grožnjan slabo je razvijen no u kontinuiranom je rastu i razvoju. Trenutna ponuda obuhvaća:

- **Agroturizam Dešković**
- **Agroturizam Monticello (Montižel)**
- **Agroturizam –OPG. A. Jugovac**

Navedeni agroturizmi svojom ponudom obuhvaćaju domaće proizvode (meso, pršut, vina, rakije, i masline) u ambijentima starih tradicionalnih istarskih kuća.

Na području Općine ne djeluju turističke agencije već turističke agencije okolnih gradova (Umaga, Poreča, Novigrada..) koje nude usluge iznajmljivanja privatnog smještaja na području Općine Grožnjan. Turistička zajednica Općine Grožnjan

smještena je u samom centru te objedinjuje kulturno povijesnu, eno i gastro ponudu općine te služi kao informacijski punkt za turiste.

Turistička potražnja definira se kao količina roba i usluga koju su turisti spremni kupiti u određenom vremenu, pod određenim uvjetima, a sagledava se kroz ukupan broj osoba koje sudjeluju u turističkim kretanjima, odnosno broj dolazaka i noćenja.

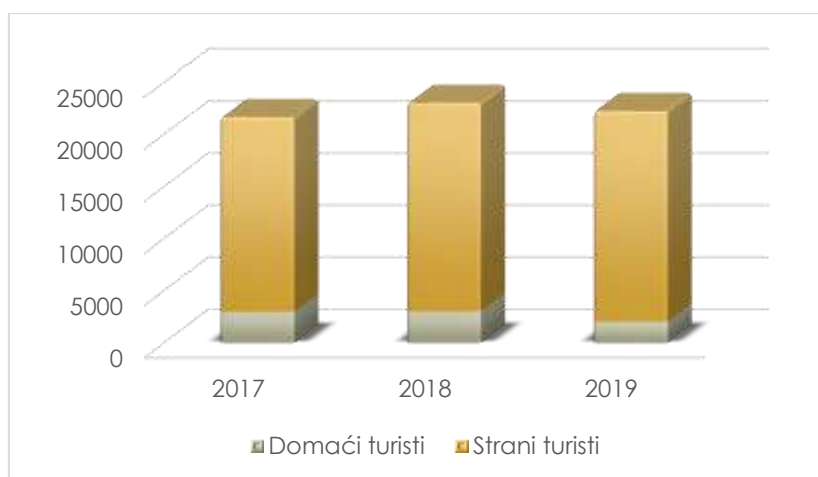
Tablica 4 Kretanja turista na području Općine Grožnjan od 2017. do 2019. godine

	Vrsta turista	Dolasci	Noćenja	Prosječno trajanje boravka (u danima)	Udio dolasci	Udio noćenja
2017	Domaći	372	2.299	6,18	10,22%	10,95%
	Strani	3.267	18.702	5,72	89,78%	89,05%
	Ukupno:	3.639	21.001	5,77	100,00%	100,00%
2018	Domaći	592	3.057	5,16	13,36%	13,25%
	Strani	3.839	20.011	5,21	86,64%	86,75%
	Ukupno:	4.431	23.068	5,21	100,00%	100,00%
2019	Domaći	603	2.076	3,44	12,58%	9,32%
	Strani	4.192	20.202	4,82	87,42%	90,68%
	Ukupno:	4.795	22.278	4,65	100,00%	100,00%

Izvor: TZ Grožnjan

Na temelju podataka Turističke zajednice Općine Grožnjan može se zaključiti kako turistički promet svake godine ima tendenciju rasta bilo da se radi o broju dolazaka turista ili ostvarenih noćenja na području Grožnjana.

Grafikon 1 Udio domaćih i stranih turista od 2017.do 2019.godine



Izvor: TZ Grožnjan

U ukupnom turističkom prometu prevladavaju strani turisti s više od 85% udjela u dolascima i noćenjima te svake godine njihov broj raste. Domaći turisti svake godine povećavaju broj dolazaka u Grožnjan, no udio o noćenjima im se svake godine

znatno smanjuje. Iz navedenog se može zaključiti kako domaći turisti imaju tendenciju kraćih (3,44 dana), no učestalijih boravaka u Grožnjanu. Strani turisti zabilježili su u 2019. godini povećanje broja dolazaka u odnosu na prethodne godine te ostvaruju duže boravke od domaćih turista (4,82 dana).

Tablica 5 Udio ostvarenih noćenja prema spolu od 2017. do 2019. godine

GODINA	ŽENSKI SPOL	MUŠKI SPOL	NAJZASTUPLJENIJA DOBNA SKUPINA
2017	10372	10629	45-54 godine
2018	11903	11165	45-54 godine
2019	11114	11164	45-54 godine

Izvor: TZ Grožnjan

Prema udjelu ostvarenih noćenja prevladavaju muškarci s ukupno 11164 ostvarenih noćenja u 2019. godini. Najzastupljenija dobna skupina su osobe između 45 – 54 godine dok je najmanje turista dobnih skupina između 0 – 11 godina. Zanimljiv je podatak da se svake godine povećava broj dobne skupine između 12 – 17 godina te je tako u 2019. godini ostvareno 2211 noćenja za razliku od 2017. godine kad je ostvareno 1504 noćenja. Razlog ovome leži u svake godine brojnim programima i radionicama Međunarodnog kulturnog centra Hrvatske glazbene mladeži tokom cijelog ljeta, a koji aktivno djeluje u Grožnjanu od 2006. godine. Od samog osnutka (1969. godine), više od 23000 mladih i njihovih mentora iz preko 90 zemalja sudjelovalo je u raznim kulturnim aktivnostima u Grožnjanu.

Najzastupljenija dobna skupina osoba između 45-54 godine su uglavnom ljubitelji vina i gastronomije te rekreativci koji svoje slobodno vrijeme provode u prirodi (biciklizam, trekking, pješaćenje) i ljubitelji kulturne baštine.

2.8 TURISTIČKI RESURSI I ATRAKCIJE

2.8.1. Prirodni resursi

Općina Grožnjan obiluje prirodnim resursima i potencijalima. Grožnjan je ekološki sačuvano područje bogato raznovrsnom florom i faunom te prirodnim znamenitostima, pogodan za razvoj kulturnog i održivog turizma. Važnije prirodne cjeline ovog područja obuhvaćaju dolinu rijeke Mirne koja obiluje bogatom florom i faunom s više stotina ptica, brojnih vodozemaca, gmazova i sisavaca zaštićenih zakonom.

Područja zaštićena Zakonom o zaštiti prirode, a određena su Prostornim planom Istarske županije obuhvaćaju značajne krajobrazne:

- **Okoliš povijesne cjeline Grožnjana**

- **Okoliš povijesne cjeline Kostanjica**
- **Okoliš povijesne cjeline Završje**

U kategoriju posebnih rezervata ubraja se dio Motovunske šume te šumska vegetacija kod sela Vrnjak. Također, na ovom se području nalazi i jedna od 10 najdubljih jama Istarske županije – Martineška jama kod Filarije dubine od 231 metar koja se ubraja u geomorfološki spomenik prirode.

Državne i županijske razine značaja utvrđene su za kultivirani agrarni krajolik područja Grožnjana i Završja, kultivirani agrarni krajolik s terasastim kulturama kanjona rijeke Mirne i Ponteportona do Istarskih toplica, kultivirani krajolik humaka akropolskih naselja Grožnjan, Završje i Kostanjica.

2.8.2 Kulturno-povijesna baština

Kulturno povijesnu baštinu općine Grožnjan čini bogata socio-kulturna ostavština koja potječe od prapovijesti o čemu svjedoče pronađeni nalazi iz tog doba, a u svojim je različitim povijesnim oblicima uspješno ostala očuvana do danas. Mnoge građevine i zidine potječu iz vremena rimske vladavine, dok su kašteli i nove zidine sagrađeni uslijed novih doseljavanja te brojnih napada tijekom srednjeg vijeka. Grožnjan se prvi puta spominje 1102. godine, te je do danas svoju kulturno povijesnu baštinu uspio očuvati usprkos brojnim napadima i smjenama vlasti. U nastavku se nalazi popis pokretnih i nepokretnih kulturnih dobara registriranih pri Ministarstvu kulture Republike Hrvatske.

Tablica 6 Značajna kulturno-povijesna baština općine Grožnjan Grisignana

Nepokretna kulturna dobra		Pokretna kulturna dobra	
1	Kulturno-povijesna cjelina Grožnjana-Grisignana	1	Korska sjedala iz crkve sv. Vida i Modesta i Krešencije
2	Kulturno - povijesna cjelina naselja Kostanjica	2	Girardijeve orgulje
3	Kulturno-povijesna urbanistička cjelina naselja Završje	3	Liturgijsko posuđe u Završju
4	Crkva Sv. Prima i Felicijana	4	Orgulje u crkvi Rođenja Blažene Djevice Marije iz 1985.godine
5	Crkva Sv. Jurja		
6	Poklonac na brdu sv. Andrije u Završju		
7	Stancija Silić kod Završja		

Izvor: Obrada autora

Kulturno-povijesni spomenici danas služe u **kulturno-zabavne svrhe** i aktivnosti poput različitih koncerata klasične glazbe, jazz festivala, slikarskih i sličnih turističkih manifestacija. Od nepokretnih kulturnih dobara, najviše su sačuvane crkve, kapelice, stancije te dijelovi kaštela dok je srednjovjekovna urbana cjelina naselja Grožnjan ostala sačuvana u potpunosti do danas. Također, sačuvani su dijelovi srednjovjekovnog bedema te jedna od dviju gradskih vrata iz XV.-XVI. stoljeća. U

unutrašnjosti bedema nalazi se renesansna loža iz 1597. godine., iznad koje je bio venecijanski fontik² za žitarice, a s vanjske strane crkva Sv. Kuzme i Damjana s lopicom³, iz 1554. čije je zidne slike oslikao Ivan Lovrenčić⁴ 1990. godine. Iz razdoblja baroka potječe i preuređena podestatova palača (1726.) te palača Spinotti Morteani. Središnja župna crkva općine, crkva Sv. Vida, Modesta i Krešencije sagrađena je 1600. godine, a temeljito je obnovljena 1770. godine.

Kulturno-povijesne cjeline čine naselja Grožnjan, Kostanjica te Završje sa svojim nepokretnim kulturnim spomenicima:

- **Crkva Sv. Vida, Modesta i Krešencije, Grožnjan**

Smještena u samom centru Grožnjana iz ranog 14. stoljeća kad se i prvi put spominje, ova jednobrodna apsidalna crkva rekonstruirana je 1770. godine u baroknom stilu kad su joj dodane vertikalne zidne istake odnosno četiri lezene koje služe za pojačavanje konstrukcije, istovremeno i kao ukras. Sredstva su bila osigurana oporukom postolskog pronotara u Poreču, Grožnjanca Ratissea. Do 1843. grožnjanska je crkva bila stolni kaptol. Do 19. stoljeća Župna je crkva bila središte javnog života općine. U njoj se sastajao gradski savjet te se čuvali statut i školovala su se djeca. Iz 19. stoljeća datiraju **Girardijeve orgulje** koje se nalaze u sklopu crkve, zatim rezbarene korske klupe iz renesansnog doba, ulja na platnu, 5 mramornih oltara (posvećenih Milosrdnoj Djevici Mariji, Srcu Isusovom, Sv. Blažu, Sv. Sebastijanu, Sv. Roku te Sv. Valentinu, te Sv. Antonu Padovanskom, Sv. Antonu Opatu te Arhanđelu Mihaelu) te zvonik visok 36 metara iz 17. stoljeća. Crkva je izvorno posvećena Majci Božjoj, a kasnije Sv. Vidu, Modestu i Krešenciji.

² Povijesni naziv za tržnice, skladišta, dućane stranih trgovaca u mediteranskim zemljama

³ Otvoreni trijem pred crkvenim pročeljem, uobičajen u Istri u doba baroka

⁴ Ivan Lovrenčić, profesionalni slikar, rođen je 28. prosinca 1917. godine u Začretju u Hrvatskom Zagorju. Dobitnik je brojnih nagrada od kojih je jedna od najznačajnijih Nagrada Fonda «Vladimir Nazor» za životno djelo 1992. godine.

Slika 4 Crkva Sv. Vida, Modesta i Krešencije



Izvor: www.google.hr

- **Gradska loža, Grožnjan**

Gradska loža datira iz 16. stoljeća odnosno venecijanskog razdoblja. Loža se sastoji od 4 stupa s podom od vapnenca, a njoj se nalaze četiri rimske nadgrobne ploče. U prošlosti ovdje je zasjedao sud. Iznad gradske lože nalazio se fontik odnosno gradsko skladište namirnica u kojemu se danas nalazi Gradska umjetnička galerija.

- **Kaštel, Grožnjan**

Kaštel općine činile su debele zidine čiji ostaci su ostali sačuvani do danas. S obzirom na brojne napade, grad je bio sa svih strana opasan zidinama te imao podizni most i dvojna vrata od kojih su jedna sačuvana – tzv. Velika vrata. U sklopu kaštela nalazi se i gradski toranj ukrašen grbovima raznih uglednika i rektora iz venecijanskog razdoblja. Također, od značajnije je važnosti i zgrada kaštela u kojoj se nalazilo sjedište gradskih načelnika obnavljanja zadnji puta 2002.godine.

- **Ostale crkve i kapelice, Grožnjan**

Crkva posvećena Sv. Kuzmi i Damjanu iz 1554. godine nalazi se izvan zidina na malom trgu. Unutrašnjost je oslikana freskama slikara Ivana Lovrenčića dok istočni vanjski zid nosi ploču sa zapisom: "Dobrovoljnim radom i darovima vjernika iz okolice, sagrađena". Ostale crkve na području Grožnjanštine (crkva Sv. Ivana, crkva Sv. Antona, crkva Sv. Florijana, crkva Sv. Nikole, crkva Sv. Andrije, crkva Sv. Petra, crkva Sv. Marije Žalosne, crkva Sv. Kuzme i Damjana, crkva Sv. Lovre, crkva Sv. Vida) uglavnom su zatvorene za posjetitelje te se liturgijski obredi održavaju za

važnije datume tokom godine. Kapelice (Poklonac na brdu Sv. Andrije, kapelice u Šterni, Kostanjici te kapelica Sv. Dioniza kod Završja) iziskuju renovacije s obzirom na loše stanje u kojem se nalaze te uspostavljen sustav održavanja istih.

- **Kulturno-povijesna baština, Kostanjica**

Kostanjica se spominje 1102.godine u dokumentima u kojima istarski markiz Ulrich II. Poklanja villu de Castan akvilejskoj crkvi. Mjesto je naseljeno od antičkih vremena čemu svjedoče očuvane grobnice i natpisi iz rimskog doba. Crkva Sv. Petra i Pavla u Kostanjici iznova je sagrađena 1500. godine sa tri oltara od kojih je najveći od mramora s kipovima Sv. Petra i Pavla. Pred crkvom se nalazi venecijanski zvonik od pješčanika.

Slika 5 Naselje Kostanjica



Izvor: www.google.hr

- **Kulturno-povijesna baština, Završje**

Završje je nekoć bio gradić opasan dvostrukim zidinama te se kroz njih prolazilo kroz dvojna vrata. Nad vratima se mogu razaznati drevni bareljefi i grb obitelji Contarini. U središtu ovog mjestašca nalazi se crkva posvećena Blaženoj Djevici Mariji sv. Krunice i zvonik. Sagrađena je s četiri oltara od kojih su dva očuvana u 16. stoljeću. Kaštel Završje sagrađen je u 11. stoljeću poznat kao palača plemenitih Contarinija u čijoj se unutrašnjosti nalazi kućica s natpisom "Hosteria di Valentino Valle". Prema dolini nalazi se crkvice Sv. Roka iz 1556. godine dok se sjeverno od župne crkve nalazi groblje s crkvicom Sv. Andrije. Danas se u Završju nalazi Arheološki muzej te muzej narodnih glazbala koji su otvoreni za posjetitelje tokom turističke sezone.

Slika 6 Povijesna cjelina Završja



Izvor: <https://www.tportal.hr/kultura/clanak/istarski-gradic-završje-nominiran-za-najbolju-europsku-filmsku-lokaciju-20191114>

Završje je trenutno nominirano za najbolju europsku filmsku lokaciju s obzirom da se u proljeće 2017. godine ovdje snimao poznati film redatelja Otta Bathursta, "Robin Hood" što uvelike doprinosi promociji ovog područja na svjetskoj razini.

2.8.3 Događaji i manifestacije

Događaji i manifestacije općine Grožnjan povezani su s bogatom umjetničkom tradicijom u sklopu koje se danas nude brojni **koncerti, izložbe, performanse i likovne radionice**. Na području Grožnjana živi velik broj umjetnika čija se djela mogu pronaći u mnogobrojnim atelijerima uskih ulica Grožnjana. 1965. godine proglašen je Gradom umjetnika te je u posljednjih 50 godina izrastao u međunarodno priznato mjesto susreta mladih te sjedište Međunarodnog kulturnog centra hrvatske glazbene mladeži.

Međunarodni kulturni centar Hrvatske glazbene mladeži (MKC HGM) smješten u Grožnjanu svojim širokim spektrom programske ponude raznolikih glazbenih i neglazbenih radionica i tečajeva, mladima iz Hrvatske i svijeta pruža mogućnost kvalitetne nastave i usavršavanja. U okviru ciklusa pod nazivom Grožnjansko glazbeno ljetno održava se preko 50 koncerata te međunarodni festival jazz. U gradiću sa svega 160-ak rezidenata djeluje preko 40 umjetničkih galerija, atelijera i studija, a neke od značajnijih kulturnih ustanova su **Gradska galerija Fonticus** koja je profilirana kao profesionalni izložbeni prostor čiji program promovira recentnu likovnu produkciju domaćih i stranih autora, **Heraldička zbirka** čiji se stalni postav od 2000. godine nalazi unutar gradske galerije, **Polivalentni kulturni centar i Centar za dramsku umjetnost**.

Slika 7 Gradska galerija Fonticus



Izvor: <https://www.tz-groznjan.hr/index.php/kultura-i-umjetnost/gradska-galerija-fonticus>

Tablica 7 Godišnje manifestacije na području Grožnjana

Mjesec	Manifestacija	Mjesto
Veljača	Proslava Sv. Blaža Izložbe u gradskoj galeriji Fonticus (do prosinca)	Grožnjan
Ožujak	Maškare; dječji maskembal; Maškarane skupine (Grožnjan, Šterna, Martinčići-Završje, Antonci)	Grožnjan
TRAVANJ	Tradicionalna proslava Sv. Frančeška Paola Sajam starina (svakog četvrtka do kraja rujna)	Završje; Grožnjan
Lipanj	Proslava Dana Općine Grožnjan i tradicionalna proslava zaštitnika grada Grožnjana Sv. Vid, Modesto i Krešencija (15.06.) Glazbeno kulturno ljeto HGM (do rujna)	Grožnjan
Srpanj	Međunarodni Jazz festival "Jazz is back BP"	Grožnjan
Kolovoz	Tradicionalna proslava Sv. Marije Snježne Šumski pjesnici	Šterna Ponor Butori
Rujan	Ex Tempore Izložba crvenih vina, bijelog tartufa i gljiva	Grožnjan
Prosinac	Božićni koncert i program za djecu	Grožnjan

Izvor: <http://www.groznjan-grisignana.hr>

Značajnije kulturno-umjetničke manifestacije na području Grožnjana su:

- **Ex-Tempore**, Grožnjan - međunarodna slikarska manifestacija koja se održava zadnji tjedan u rujnu kao natjecanje likovnih umjetnika čiji su organizatori

Talijanska Unija iz Rijeke te Zajednica Talijana iz Grožnjana, Narodno sveučilište iz Trsta, Općina Grožnjan-Grisignana te TZ Grožnjan. Svake godine ova manifestacija privlači sve veći broj posjetitelja i umjetnika, a tom manifestacijom završava bogat program kulturnog ljeta u Grožnjanu.

Slika 8 Prikaz manifestacije Ex Tempore



Izvor: <http://travel2croatia.net/wellness-vacation/wp-content/gallery/groznjan/>

- **Imaginarna filmska akademija** – kao neprofitna udruga građana osnovana je 1995. godine sa ciljem udruživanja, poticanja i organiziranja djelatnosti koje imaju za cilj okupljanje teatarskih, televizijskih i filmskih stručnjaka za razvoj dramske umjetnosti. U okviru filmske akademije organiziraju se mnogobrojne predstave, radionice i tečajevi dramske umjetnosti.
- **Proslava Sv. Frančeška**, Završje – tradicionalna proslava sa pratećim programom koju organizira Općina Grožnjan, TZ i ZT dva tjedna nakon Uskrsa. Program je uglavnom sastavljen od glazbenog tečaja, glazbenih izvedbi i koncerata pjevačkih zborova koji se u nedjelju zaokružuje svečanom Sv. misom nakon koje posjetitelji mogu uživati u glazbi i plesovima Gornje Istre ili posjetiti Arheološki muzej uz Muzej narodnih glazbala.
- **Šumski pjesnici (Wood Poets)** – održava se već devetu godinu kod ponora Butori nedaleko Grožnjana kao okupljanje šumskih pjesnika i publike, profesionalnih i rekreativnih pisaca, ljubitelja šume i književnosti. Posjetitelji ovog događaja sjede na travi, a po završetku službenog dijela programa, sami imaju mogućnosti čitati poeziju uz krijes. Ovaj događaj uvršten je među pet finalista na natječaju "Ful kulturno za najbolji niskobudžetni projekt u kulturi" što je dokaz da i poezija dobiva na važnosti u suvremeno doba.
- **Glazbeno kulturno ljeto HGM** – kulturni program sa raznim umjetničkim i glazbenim događanjima koji počinje u mjesecu lipnju te traje sve do sredine rujna. Program je umjetničkog karaktera – plesna kazališta, dramske kolonije i radionice, festival komorne glazbe, međunarodni jazz festival s najboljim

svjetskim jazz glazbenicima, uz razne međunarodne ljetne škole - gitare, glasovira, trube, harmonike, pjevanja, saksofona...koje vode svjetski glazbenici.

- **Proslava Dana Općine Grožnjan i tradicionalna proslava zaštitnika grada Grožnjana Sv. Vid, Modesto i Krešencija** – tradicionalna proslava zaštitnika Grožnjana sa zabavnim, sportskim i kulturnim programom u mjesecu lipnju (15.06.).

2.9 SWOT ANALIZA

Kvalitativnim analitičkim alatom definiraju se ključni faktori koji utječu na razvoj, a dijele se na snage, slabosti prilike i prijetnje. Snage i slabosti odnose se na trenutno stanje turizma Grožnjana dok se prilike i prijetnje odnose na budućnost. Na temelju ove analize definiraju se strateške konkurentske prednosti na osnovu koje Općina Grožnjan može ojačati poziciju na turističkom tržištu te umanjiti utjecaj proizašlih strateških nedostataka iz ove analize.

Prilikom provedbe SWOT analize sagledana je turistička ponuda i značajke konkurentskog okruženja te je analizirano više područja utjecaja: upravljanje i organizacija, turističke atrakcije, infrastruktura, razvijenost turističkog sektora te ljudski potencijali.

- **Upravljanje i organizacija** turizmom odnosi se na ocjenu unutarnjih faktora koji određuju resurse vezane uz organizaciju, vođenje i mogućnosti upravljanja razvojem turizma;
- **Turističke atrakcije** Općine Grožnjan ocjenjuju se s aspekta postojeće turističke potražnje i ključnih tržišnih trendova;
- **Infrastruktura** je ocijenjena s aspekta opće, prometne i turističke infrastrukture potrebne za kvalitetan razvoj turizma Općine;
- **Razvijenost turističkog sektora** obuhvaća ocjenu ukupne razine razvijenosti turističke ponude uključujući cikloturizam, agroturizam i sl.;
- **Ljudski potencijali** predstavljaju ljudski kapital odnosno ljudske resurse sa određenim znanjima i vještinama potrebne za razvoj turizma.

Promatrajući područje gospodarstva i gospodarske aktivnosti, općina Grožnjan ima diversificiranu strukturu gospodarstva s poduzetništvom u pozitivnom trendu. Turističko se gospodarstvo razvija s aspekta agroturizma koji povezuje proizvodnju tradicionalnih istarskih proizvoda sa uslugom smještaja na zelenim obroncima područja Grožnjanštine. Također Grožnjan ima dobru institucionalnu potporu razvoju gospodarstva od strane Županije.

Grožnjan također održava tradicionalne multikulturalne veze s Italijom i Slovenijom uz aktivno i angažirano civilno društvo koje predlaže brojne društvene inicijative. Ističe se također dobro iskustvo u sudjelovanju u programima financiranim od EU uključujući prekograničnu suradnju i razvijenu mrežu prekograničnog partnerstva.

Tablica 8 Snage i slabosti turističkog razvoja općine Grožnjan

Područje	Snage	Slabosti
Upravljanje i organizacija	<p>Aktivna uloga više dionika u organizaciji i upravljanju;</p> <ul style="list-style-type: none"> • TZ, • 2 zajednice Talijana, • Općina Grožnjan 	<ul style="list-style-type: none"> • Neusklađenost pojedinih subjekata (razlike u kvaliteti smještaja/usluga) • Nerazumijevanje uloga različitih interesnih skupina u razvoju i upravljanju turizmom
Turističke atrakcije	<ul style="list-style-type: none"> • Bogata kulturno povijesna baština • Sačuvana prirodna obilježja i okoliš • Razvoj agroturizma • Manifestacije međunarodnog karaktera 	<ul style="list-style-type: none"> • Nepovezanost atrakcija u jedan doživljaj Grožnjana • Nerazvijen sustav staza i šetnica • Sezonalnost
Infrastruktura	<ul style="list-style-type: none"> • Cestovna povezanost (blizina susjednih zemalja) • Postojanje osnovnih infr.preduvjeta (elektroopskrba, plinoopskrba, vodoopskrba, telekomunikacije) 	<ul style="list-style-type: none"> • Nedovoljna raznolikost smještajnih kapaciteta (nepostojanje hotela/kampova) • Nedovoljno razvijen sustav turističke signalizacije i interpretacije

Razvijenost turističkog sektora	<ul style="list-style-type: none"> • Smještajni kapaciteti u postojećim starinskim objektima doprinose većem doživljaju destinacije • Dostatan broj prostora za održavanje aktivnosti 	<ul style="list-style-type: none"> • Nepostojanje parkirališta i spremišta za bicikliste • Loša kvaliteta cestovne mreže slabije naseljenih područja
	<ul style="list-style-type: none"> • Prepoznatljivost ugostiteljskih objekata i agroturizma • Prepoznatljive međunarodne manifestacije; Jazz festival, Ex Tempore 	<ul style="list-style-type: none"> • Nedovoljni marketinški naponi u promociji i plasmanu ponude • Kratkoća turističke sezone • Ne postojanje turističkih agencija
Ljudski potencijali	<ul style="list-style-type: none"> • Iskustvo u programima financiranim od EU (prekogranične suradnje) • Proaktivan pristup planiranju razvoja od strane Županije i JLS • Multikulturalnost, multijezičnost 	<ul style="list-style-type: none"> • Nedostatak mlade i visokokvalificirane radne snage • Sezonske oscilacije pri zapošljavanju

Izvor: Obrada autora, Moneo-savjetovanje d.o.o.

Tablica 9 Prilike i prijetnje turističkog razvoja općine Grožnjan

Područje	Prilike	Prijetnje
Upravljanje i organizacija	<ul style="list-style-type: none"> • Stavljanje prirodnih resursa u službu društva i gospodarstva • Razvoj novih praksi upravljanja turističkom destinacijom • Novom zakonskom regulativom proširiti mogućnosti turističke zajednice u upravljanju javnom turističkom infrastrukturom 	<ul style="list-style-type: none"> • Nedostatak javno-privatnih suradnji u poslovnoj praksi • Nedovoljno korištenje modernih tehnologija
Turističke atrakcije	<ul style="list-style-type: none"> • Raspoloživost EU fondova • Uključivanje u županijske inicijative i programe • Obnova postojećih atrakcija 	<ul style="list-style-type: none"> • Gospodarska kriza • Nedostatna privatna ulaganja u turizam • Nedovoljno promovirane turističke atrakcije
Infrastruktura	<ul style="list-style-type: none"> • Raspoloživost EU fondova • Sanacija i razvoj sustava odvodnje i pročišćavanja putem razvojnih programa i potpore središnje države • Sanacija odlagališta otpada 	<ul style="list-style-type: none"> • Nemogućnost obnove i modernizacije postojećih atrakcija dovodi do propadanja istih

Razvijenost turističkog sektora	<ul style="list-style-type: none"> • Razvoj dostupnosti inovativnih tehnologija • Promocija i plasman ponude kroz više marketinških kanala • Prilagođavanje suvremenim tržišnim trendovima (cikloturizam, agroturizam, turizam vina) 	<ul style="list-style-type: none"> • Izostanak ulaganja u turistički sektor • Ne razumijevanje tržišnih trendova na razini upravnih tijela i gospodarstva
Ljudski potencijali	<ul style="list-style-type: none"> • Razvoj ljudskih potencijala (mlade visokokvalificirane radne snage) uključujući civilno društvo kroz rastuću ponudu obrazovnih programa u destinacijskom menadžmentu 	<ul style="list-style-type: none"> • Nedostatak poticajnih mjera za edukacije dovodi do stagnacije te slabe kvalitete pružanja usluga • Nerazumijevanje potreba turista

Izvor: Obrada autora, Moneo-savjetovanje d.o.o.

2.10 ANALIZA KONKURENTOSTI DESTINACIJE

U 2019. godini Istarska je županija ostvarila najviše dolazaka i noćenja turista s čak 4,6 milijuna dolazaka i 28,7 milijuna noćenja. U odnosu na prošlu 2018.godinu, ostvareno je 5 % više dolazaka uz 9% povećanja prihoda. Najviše dolazaka i noćenja ostvarili su turisti iz **Njemačke** sa 20 milijuna noćenja na području cijele Hrvatske, a slijede iz turisti iz Slovenije, Austrije, Poljske, Češke, Italije te Ujedinjenog Kraljevstva. U Istarskoj županiji turisti iz Njemačke ostvarili su 8,7 milijuna noćenja.

S obzirom na diverzificiranost ponude Istarske županije, ključna obilježja konkurentnog turističkog sektora sagledavaju se kroz **orijentiranost na potrebe kupaca, fleksibilnost, ponudu doživljaja uz ekološku osjetljivost**. Destinacijski branding kao i primjena e-marketinga neophodni su za održavanje konkurentne pozicije na tržištu.

Općina Grožnjan promatrana je u odnosu na konkurentski krug turističkih destinacija - Oprtalj, Motovun te Kaštelir. Svaka od navedenih turističkih destinacija izdvaja se po elementima prepoznatljivosti, bilo da se radi o manifestacijama poput Motovun film festivala ili tituli Grada umjetnika koja pripada općini Grožnjan.

U nastavku je prikazana analiza noćenja turista u 2017. i 2018. godini.

Tablica 10 Ostvarenja noćenja u 2017. i 2018. godini

Destinacija	2017.	2018.	2019
-------------	-------	-------	------

	Noćenja		
Grožnjan	17 678	20 703	22 542
Kaštelir	56 555	61 756	85 471
Oprtalj	60 748	54 247	54 314
Motovun	44 041	47 568	54 835

Izvor: <https://www.istra.hr/hr/business-information/istra-u-medijima/statistika>

Komparativne turističke destinacije sličnih su gospodarskih te lokacijskih obilježja. U tom krugu, Općina Grožnjan pozicionirana je na posljednjem mjestu s obzirom na nedostatnost smještajnih kapaciteta u odnosu na konkurentske destinacije. Usprkos tome, Općina Grožnjan bilježi konstantan rast u broju noćenja turista te je tako u 2019. godini ostvarila 22 542 noćenja.

3. ANALIZA TRŽIŠTA

3.1. GLAVNI TRENDOVI NA TURISTIČKOM TRŽIŠTU

Istraživanjem Instituta za turizam "**Tomas ljetu**" za 2017. godinu analizirani su stavovi i potrošnja turista kroz primarna i sekundarna istraživanja. Prosječna dob turista je 41 godina odnosno 54% većine turista nalazi se između 30 i 49 godina. Značajno raste udio gostiju s višim prihodima po kućanstvu pa tako njih 40% ima mjesečna primanja iznad 3000€. Također nastavlja se rast udjela gostiju višeg ili visokog obrazovanja. 48,1% turista posjetilo je Hrvatsku u pratnji partnera za razliku od prijašnjih godina kad su dominirale obitelji s djecom (52% u 2010. godini). Svaki je treći gost prvi puta u posjeti Hrvatskoj (32,5%) dok je 50% turista posjetilo Hrvatsku tri i više puta. Glavni razlozi dolaska u Hrvatsku prikazani su u sljedećoj tablici:

Tablica 11 Razlozi dolaska turista u Hrvatsku za 2017.godinu

Razlozi dolaska	Postotak
Pasivni odmor, opuštanje	55%
Nova iskustva i doživljaji	31%
Gastronomija	29%

Prirodne ljepote	26%
Zabava	24%
Sport, rekreacija	20%
Kulturne znamenitosti/događanja	12%
VFR	10%
Wellness	8%
Zdravstveni razlozi	7%
Ronjenje	6%

Izvor: www.iztg.hr, obrada autora

U usporedbi s prethodnim istraživanjem provedenim 2014. godine, utvrđeno je smanjenje važnosti pasivnog odmora i zabave te se bilježi daljnji rast **gastronomije** kao razloga za posjet (22%-->26%-->29%) te rast važnosti motiva vezanih uz **aktivni odmor** (rekreacija, cikloturizam, planinarenje, trekking).

Turističku ponudu turisti uglavnom pronalaze putem interneta (44%) i medija (25%) dok su ostali izvori informacija preporuke rodbine i prijatelja, preporuke turističkih agencija, turistički sajmovi te izložbe. S obzirom da je Internet glavni izvor informacija, analizirani su kanali putem kojih turisti dobivaju informacije. Utvrđeno je da 67% informacija pronalaze putem društvenih medija (Facebook, TripAdvisor, Instagram, Twitter), putem online turističkih agencija (51%) (booking.com, Expedia, Holidaycheck.de), putem stranica turističkih zajednica te stranica smještajnih objekata. Raste udio gostiju koji smještaj rezerviraju unaprijed (88%), a uglavnom koriste automobil kao prijevozno sredstvo (64%) dok je na drugom mjestu zrakoplov odnosno usluge niskotarifnih zračnih prijevoznika (14%).

Duljina boravka gostiju prema istraživanju u 2017. godini iznosila je 8.2 noćenja, a glavne aktivnosti u destinaciji vezane su uz plivanje/kupanje, usluge hrane i pića u restoranima, slastičarnicama i kafićima, lokalne zabave, znamenitosti, posjete zaštićenim područjima, izleti brodovima, ronjenje, muzeji, biciklizam, vinske ceste, ceste maslinovog ulja, golf i drugo. Ocjenom zadovoljstva, turisti su najlošije ocijenili ponude destinacija.

Tablica 12 Faktori ocjene zadovoljstva prema Tomas istraživanju 2017.godine

STUPANJ ZADOVOLJSTVA	FAKTORI
----------------------	---------

VRLO VISOK	Ljepota prirode i krajolika Ljubaznost osoblja u smještajnim objektima Osobna sigurnost Pogodnost za provođenje obiteljskog odmora Atmosfera, ugođaj
VISOK	Kvaliteta usluge u smještajnom objektu Kvaliteta hrane u smještajnom objektu Komfor smještaja Ekološka očuvanost Čistoća plaža Pogodnost za kratki odmor Prometna dostupnost mjesta Opremljenost i uređenost plaža Vrijednost za novac gastronomske ponude Vrijednost za novac smještaja
SREDNJI	Kvaliteta informacija u destinaciji Gostoljubivost lokalnog stanovništva Kvaliteta hrane izvan smj. objekta Bogatstvo gastronomske ponude u mjestu Prilagođenost osobama s invaliditetom Kvaliteta označavanja znamenitosti Pješačke staze Ponuda organiziranih izleta Bogatstvo sadržaja za zabavu Prezentacija kulturne baštine Kvaliteta lokalnog prijevoza
NIZAK	Ponuda u slučaju lošeg vremena

Izvor: www.iztza.hr, obrada autora

Kao negativni utjecaji na boravak navode se prometne gužve, neprimjereno odlaganje smeća, gužve na plažama, neugodni mirisi, gužve na javnim površinama, nemogućnost razdvajanja otpada, buka.

Prosječna dnevna potrošnja po osobi iznosi 78,77€ što uključuje smještaj, hranu i piće izvan smj. objekta, kupnju, aktivnosti vezane uz sport i rekreaciju, kulturu i zabavu, izlete te lokalni prijevoz. Nastavlja se trend povećanja udjela izdataka za izvan smještajne usluge koji je povećan za 5% u odnosu na prethodno istraživanje iz 2014. godine. Prilagođavajući se ovim promjenama, javljaju se potrebe za novim modelima upravljanja destinacijama te novi marketinški koncepti u turizmu. Ključna obilježja suvremenog turizma odnose se na **potrebe kupaca, fleksibilnost, integriranost, ponudu doživljaja i ekološku osjetljivost.**

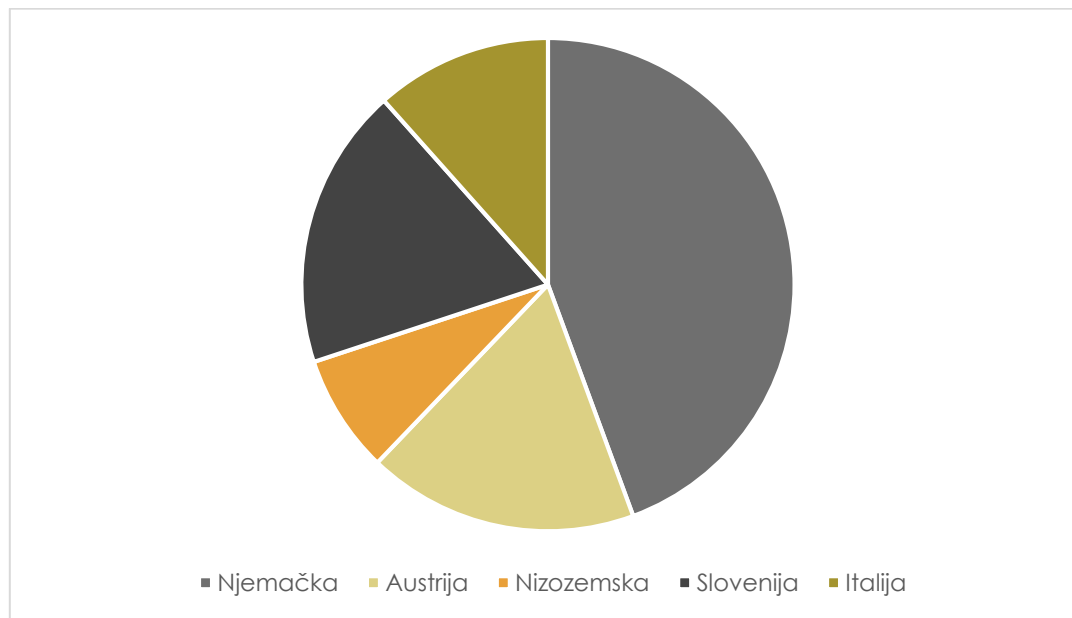
3.2 ANALIZA CILJNIH TRŽIŠTA

Prilikom definiranja i analize ciljnih tržišta potrebno je uzeti u obzir činjenicu da suvremeno turističko tržište zahtjeva konstantno prilagođavanje potrebama i željama

potencijalnih turista. Odabir ciljnih tržišta ovisi o turističkim proizvodima i ciljevima razvoja turizma do 2027. godine.

Strategija ciljnih tržišta odnosi se na privlačenje bliskih geografskih tržišta (**Njemačka, Austrija, Slovenija te Italija**), turista koji pretežito koriste automobil kao prijevozno sredstvo do odredišta.

Grafikon 2 Prikaz turističkih noćenja ciljnih tržišta u 2019. godini na području Istarske županije



Izvor: Obrada autora

Najviše turističkih noćena ostvarili su državljani **Njemačke** s čak 8.694,803 noćenja. Na drugom se mjestu nalaze državljani **Slovenije** s 3.621,877 noćenja, a na trećem su mjestu **Austrijanci** s 3.483,712 noćenja. Zatim slijede Talijani, Nizozemci te Hrvati.

U nastavku su identificirana tržišta sa opisom i potrebama prema pojedinim interesnim skupinama.

Tablica 13 Interesne skupine Općine Grožnjan-Grisignana

INTERESNE SKUPINE	KORISNICI	OPIS POTREBA
TURISTI NA ODMORU	<p>Visokoobrazovani muškarci i žene/stariji parovi dobrih primanja bez djece</p> <p>Zrela dob (50 do 65 godine) Treća dob (66 + godina)</p>	<p>Ova skupina nije više vezana uz potrebe svoje djece te imaju osigurana financijska sredstva za putovanja. Žele si priuštiti ugodan odmor te uglavnom traže intelektualno stimulativna putovanja (upoznavanje kulture i baštine) uz mirno prirodno okruženje, traže kvalitetan smještaj.</p>

<p>LJUBITELJI VINA I GASTRONOMIJE</p>	<p>Zrela dob (50 do 65 godine) Treća dob (66 + godina)</p>	<p>Zainteresirani za obilazak vinarija i degustaciju te posjete restoranima. Očekuju obilasku informativnog karaktera s obzirom da posjeduju određena znanja o vinima i gastronomiji. Spremni su kupiti domaće proizvode.</p>
<p>SPORTSKI REKREATIVCI BICIKLISTI PLANINARI ŠETAČI</p>	<p>Osobe srednje dobi (36-54). Mladi parovi koji se bave sportom rekreativno ili profesionalno, bez djece (25-35 godina)</p>	<p>Traže dodatne sadržaje na odmoru (biciklizam, pješačenje, planinarenje). Važna im je kvaliteta smještaja i ponuda sportskih sadržaja. Rekreativci te individualni sportaši. Najvažnija im je atraktivnost prirodnog okoliša.</p>
<p>JEDNODNEVNI POSJETITELJI I IZLETNICI</p>	<p>Srednja dob (35-50 godina) Zrela dob (50-65 godina)</p>	<p>Gosti koji borave u drugim destinacijama u Istri te bližim regijama poput Kvarnera. Najveći broj putuje preko ljeta, a informacije prikupljaju preko turističkih info punkteva/preporuka, Internet foruma te časopisa.</p>

Izvor: Obrada autora

Identifikacija ciljnih potrošačkih segmenata važna je za valorizaciju ukupnih turističkih resursa koji postoje na području Općine Grožnjan. S obzirom da svaka interesna skupina ima svoja obilježja, potrebno je uskladiti turističku ponudu prema potražnji.

Prema obilježjima interesnih skupina, faktori koji utječu na uspjeh razvoja turizma Općine Grožnjan mogu se podijeliti u četiri skupine:

- **Ekološka svijest**
- **Sadržajnost i atraktivnost destinacije**
- **Kvaliteta smještajne ponude**
- **Kvaliteta prometne infrastrukture**

Ekološka svijest podrazumijeva rješavanje pitanja otpada, odvodnje, kontinuirano informiranje građana o mogućnostima zbrinjavanja otpada te njegovom smanjenju, štednji energije te korištenju alternativnih izvora energije.

Sadržajnost i atraktivnost destinacije ovisi o raspoloživosti i kvaliteti sadržaja te uređenosti i općoj atmosferi mjesta. Sadržajnost destinacije ogleda se u kulturnim i prirodnim atrakcijama, šetnicama i biciklističkim stazama, vinskim cestama, gastronomskoj ponudi te ponudi vina, sadržajima za djecu, ponudi organiziranih ili samostalnih izleta u obližnja mjesta na području Grožnjana te spoju kulture i baštine kroz ponudu različitih manifestacija tokom cijele godine.

Kvaliteta smještajne ponude ovisi o ponudi različitih tipova smještajnih kapaciteta u destinaciji koji nude posebnost odnosno doprinose atmosferi i osjećaju autentičnosti mjesta. Također na kvalitetu smještajne ponude uvelike utječe stručnost i ljubaznost osoblja, prilagođavanje potrebama gostiju te kontinuirano inoviranje sadržaja i usluga.

Kvaliteta prometne infrastrukture uz kvalitetu cesta odnosi se na uspostavu pješačkih zona, adekvatnom rješavanju rješavanju parkirališta te signalizaciji u prometu.

4. STRATEŠKI PLAN RAZVOJA TURIZMA OPĆINE GROŽNJAN

Strateški plan razvoja turizma općine Grožnjan temelj je definiranja upravljačkog okvira te koncepta razvoja turizma na području Grožnjana u sljedećih deset godina. Na sam strateški koncept razvoja turizma općine kao i njegovu provedbu utječu interesi pojedinih aktera koje je potrebno uskladiti. Zajednički cilj destinacije na turističkom tržištu je stvoriti poseban doživljaj i iskustvo za turista kroz ponudu kvalitetnog proizvoda i usluga.

Kvalitetno osmišljenim turističkim proizvodima i uslugama izgradit će se sustav specifičnih turističkih doživljaja koji će osigurati dugoročnu konkurentnost Općine Grožnjan. Sama se ponuda destinacije kontinuirano mora prilagođavati zahtjevima i trendovima potražnje i tržišta kroz izgradnju cjelovitog sustava vrijednosti. Suvremeni trendovi na tržištu ukazuju na važnost konkurentske prednosti destinacije kroz dvije mogućnosti:

- **Cjenovno vodstvo**
- **Diferencijacija**

Kroz cjenovno vodstvo destinacija ima mogućnost raditi učinkovitije, jeftinije ili skuplje od konkurencije dok diferencijacijom stvara drukčiji proizvod odnosno iskustvo i doživljaj za turiste. S obzirom na geografski položaj Općine Grožnjan turistički proizvod mora biti integriran u ponudu Istre kao destinacije s obzirom da većina turista još uvijek dolazi prvenstveno zbog mora i sunca. Turistički se proizvod tako mora temeljiti na uspostavi osnovnog, dodatnog i proširenog turističkog proizvoda koji objedinjuje turističke atrakcije i gastronomsku ponudu područja.

4.1. VIZIJA RAZVOJA TURIZMA

Vizija Općine Grožnjan kao turističke destinacije predstavlja sliku željene budućnosti odnosno navedenog razdoblja do 2027. godine. Vizija kao takva predstavlja polazište za kreiranje realnih i ostvarivih turističkih doživljaja u cilju turističkog razvoja same destinacije.

Vizija turističkog razvoja Općine Grožnjan obuhvaća:

- Prepoznatljiv kulturni imidž "Grada umjetnika"
- Ekološki očuvan prostor
- Prirodne i kulturne atrakcije

- Cikloturizam i pješačke staze

Preduvjeti za turistički razvoj određene su vrijednostima lokalne zajednice koja teži očuvanju i zaštiti tradicionalnih vrijednosti područja (infrastrukture i kulture) te ekološkoj očuvanosti područja. Koncept turističkog razvoja valja zasnivati u prvom redu na postupnom uvođenju aktivnosti ili događanja ravnomjerno raspoređenih tijekom veće dijela godine, a namijenjenih različitim ciljnim skupinama u segmentima kulturnog, održivog, eno i gastro te sportskog turizma.

Najveći broj turističkih proizvoda potrebno je temeljiti na prednostima SWOT matrice odnosno geoprometnog položaja Općine Grožnjan – blizine susjednih zemalja te blizine mora. Također turistički je proizvod posebno temeljiti na resursnoj-atraksijskoj osnovi Općine (kulturna i povijesna tradicija područja, gastronomska tradicija) te na rastućem potencijalu kulturnih, zabavnih i sportskih događanja (Ex tempore, Jazz is back BP).

Za budući turistički razvoj Općine Grožnjan, veći naglasak potrebno je staviti na:

- Unapređenje proizvoda temeljenih na suvremenoj kulturnoj produkciji (kazališne predstave, koncerti, povijesna događanja, izložbe, ulične manifestacije, prigodna tradicionalna događanja, vjerske manifestacije i sl.)
- Valorizaciju najvrednijih materijalnih i nematerijalnih resursa odnosno kulturne i prirodne baštine
- Prirodne resurse; proizvode zasnovane na aktivnostima u prirodi (relaksirajući boravci te zahtjevnije sportsko-rekreacijske aktivnosti poput biciklizma, trekkinga i sl.)

Polazeći od temeljnih odrednica, definirana je turistička vizija Općine Grožnjan:

Grad umjetnika vrijedne kulturno povijesne baštine koji svojim pitomim krajobrazom privlači zaljubljenike u prirodu, sport i domaću hranu.

Ovako zadanu viziju u okruženju rastuće konkurencije i sve zahtjevnijeg tržišta nemoguće je ostvariti bez primjene novog poslovno - razvojnog koncepta. U tom smislu, potrebno je stvoriti poticajnu atmosferu za razvoj temeljenu na povjerenju i suradnji između turističkih aktera i lokalne zajednice na području Grožnjana.

4.2. CILJEVI RAZVOJA TURIZMA OPĆINE GROŽNJAN

Iz dekompozicije vizije proizlaze glavni strateški razvojni ciljevi detaljnije razrađeni kroz prioritete i operativne aktivnosti koje je moguće delegirati, odnosno čije je ostvarenje moguće mjeriti i nadzirati. U tok kontekstu, ostvarenju ciljeva trebaju težiti svi dionici

razvojnog procesa kako bi se u konačnici ostvarila zacrtana vizija turističkog razvoja. Strateški ciljevi trebaju se pridržavati osnovnih razvojnih smjernica i trebaju prije svega usko korespondirati s definiranom razvojnom vizijom, trebaju biti jasni i nedvosmisleni te imati detaljnije specificirane rezultate koji se žele postići.

Polazeći od cjelokupne analize stanja i rezultata SWOT matrice kao i evidentiranih strateških prednosti i nedostataka razvoja turizma općine Grožnjan. A uvažavajući pritom globalne trendove u turističkoj potražnji kao i prijedloge lokalne zajednice, prepoznata su **4 strateška cilja** daljnjeg turističkog razvoja općine Grožnjan:

- **P1 Unapređenje i diverzifikacija postojeće turističke ponude**
- **P2 Prepoznatljivost na tržištu**
- **P3 Razvoj turističke infrastrukture**
- **P4 Održivi turistički razvoj**

P1 Unapređenje i diverzifikacija postojeće turističke ponude

Unapređenje i diverzifikacija postojeće turističke ponude Općine Grožnjan odnosi se na projekte vezane uz kulturnu baštinu. Svako kulturno nasljeđe posjeduje određeni stupanj prepoznatljivosti i tržišne spremnosti odnosno mogućnosti za turističku valorizaciju. Realizacijom dolje navedenih projekata, turistička će se ponuda Općine Grožnjan proširiti te stjeći bolju konkurentnost u odnosu na druge destinacije.

Tablica 14 Tržišna spremnost kulturnih turističkih resursa Općine Grožnjan

Turistička atrakcija	Tržišna spremnost		
	Nespremno	Nedovoljno spremno	U potpunosti spremno
Obnova zvonika i uspostava vidikovca		★	
Nova zgrada polivalentnog kulturnog centra	★		
Revitalizacija Završja i Kostanjice	★		
Valorizacija sakralne baštine općine	★		
Grožnjan Grad umjetnika – nastavak projekta			★
Obnova starog mlina kod ponora Butori	★		

Arheološka istraživanja na području Sv. Križa	★		
-----------------------------------------------	---	--	--

Izvor: Obrada autora

P2 Prepoznatljivost na tržištu

Jedinstvenost identiteta Općine Grožnjan kao i njenih turističkih proizvoda predstavlja atrakcijsku osnovu za kreiranje imidža turističke destinacije. U Općini Grožnjan atrakcijsku osnovu čini bogata kulturna baština, prirodne ljepote te sportska infrastruktura koja se odnosi na biciklističke i pješačke staze. Da bi se Općina Grožnjan uspješno pozicionirala na tržištu, potrebno je provesti marketinški proces brendiranja. Proces obuhvaća dizajniranje i implementaciju marketinških programa i aktivnosti kako bi se moglo graditi, mjeriti te upravljati vrijednošću brenda. Brendiranje je uspješno kad se stvori proizvod prepoznatljiv za sve turiste i posjetitelje koji dolaze u Općinu Grožnjan. Najvažnije mjerilo u današnje vrijeme jest buđenje emocija odnosno doživljaja kod turista izazvano ljubaznošću, autentičnošću, gostoljubivošću lokalne zajednice te ukupni doživljaj atrakcijske osnove koje područje pruža.

Brendiranje Općine Grožnjan treba uključivati:

- Definiranje posebnosti i prednosti koje destinaciju diverzificiraju od konkurencije
- Osmišljavanje kreativnog i prepoznatljivog loga i slogana za destinaciju sa smjerom razvoja turizma

Marketing turističke destinacije treba biti usmjeren na razumijevanje potreba i želja turista kao i lokalne zajednice, tržišno pozicioniranje, konkretniji imidž te bolju informiranost turista o turističkoj ponudi putem marketinških kanala.

Strateškim planom Općine Grožnjan do 2027. godine predviđene su sljedeće aktivnosti:

- **Jačanje značaja i kapaciteta ureda TZ i info punkta Grožnjan**
- **Izrada destinacijskih promotivnih materijala**
- **Redizajn Internet stranice TZ Općine**
- **Unificiranje reklamnog materijala u starogradskoj jezgri**

Primarnim komunikacijskim kanalom smatra se web stranica Općine Grožnjan koju je potrebno prilagoditi za komunikaciju s potencijalnim posjetiteljima te turističkoj promociji putem društvenih mreža (Facebook, Twitter, Instagram, Trip Advisor, Youtube i dr.). Internet i mobilni uređaji danas se koriste u svim fazama putovanja dok im je ključna uloga u prenošenju doživljaja i dojmova o turističkoj destinaciji.

Sekundarni komunikacijski kanali odnose se na tradicionalno oglašavanje putem televizije i radija te putem promotivnih materijala. Općina Grožnjan u tom pogledu usmjerila se na izradu promotivnih materijala poput brošura i promotivnih letaka koji

će sadržavati cjelokupnu turističku ponudu, a bit će dostupni na svim javnim mjestima u Općini, turističkim agencijama kao i Turističkoj zajednici Općine Grožnjan. Promotivne aktivnosti (letci i brošure) prvenstveno trebaju biti prilagođene ciljnim tržištima odnosno tiskane na engleskom, njemačkom, talijanskom te hrvatskom jeziku.

U cilju stvaranja doživljaja i sjećanja koje će turisti pamtiti, potrebno je također osmisliti suvenire Općine Grožnjan. Suvenir bi trebao predstavljati Općinu Grožnjan, a osim standardnih predmeta s logom, potrebno je i iskoristiti motive i simbole Općine Grožnjan (kulturna manifestacija Ex Tempore, Jazz is back BP, Girardijeve orgulje...) te stvoriti nove suvenire temeljene na starim zanatima i običajima.

Tablica 15 Kanali marketinške komunikacije

Kanali komunikacije	Kako?	Kome?
E-marketing	<ul style="list-style-type: none"> • Web stranica Općine Grožnjan • Društvene mreže (Facebook, Twitter, YouTube, Trip Advisor, blog...) • E-mail i newsletter • Mobilni uređaji 	<ul style="list-style-type: none"> • Korisnici mobilnih uređaja i interneta • Mladi parovi, grupe i samci (18-35) • Zrela dob (50-65)
Tradicionalno oglašavanje	<ul style="list-style-type: none"> • Tisak (novine) • Plakati i jumbo plakati 	<ul style="list-style-type: none"> • Zrela dob (50-65) • Treća dob (65+)
Promotivni materijali	<ul style="list-style-type: none"> • Informativna brošura • Turistička karta 	<ul style="list-style-type: none"> • Mladi parovi, grupe i samci (18-35) • Zrela dob (50-65) • Treća dob (65+)
Unapređenje prodaje	<ul style="list-style-type: none"> • Nagradne igre, popusti, akcije • Kreiranje suvenira 	<ul style="list-style-type: none"> • Mladi parovi, grupe i samci (18-35) • Zrela dob (50-65) • Treća dob (65+)

Izvor: Obrada autora

P3 Razvoj turističke infrastrukture

Aktivan odmor postaje u sve većoj mjeri motiv i razlog putovanja. Sportsko-rekreacijski i cikloturizam na području općine Grožnjan potrebno je povezati kroz osmišljavanje rute kroz očuvanu prirodu i kulturnu baštinu koja bi povezivala sve zanimljive lokalitete na području Općine. Cikloturizam ima potencijala izdvojiti Općinu Grožnjan u odnosu na druge cikloturističke destinacije. U cilju zadovoljenja potreba turista, potrebno je osigurati sigurnost prometnica i staza, njihovo označavanje, raznolikost popratnih sadržaja te dostupnost smještajnih kapaciteta (bed&bike) prilagođen cikloturistima. U okvirima razvoja turističke infrastrukture na području Grožnjana, predviđeni su sljedeći projekti za realizaciju do 2027. godine:

- **Bike park Grožnjan**
- **Uređenje biciklističkih staza i šetnica na području općine Grožnjan**

- **Golf Vrnjak**

Instrumentima provedbe ovih projekata smatraju se sredstva ESI fondova, programa EU, nacionalnih fondova, općinskog i županijskog proračuna te privatna sredstva.

P4 Održivi turistički razvoj

Održivi razvoj ima tri razine: gospodarsku, društvenu i ekološku.

S aspekta gospodarske razine, održivi turistički razvoj odnosi se na efikasnost gospodarstva, povećanje potrošnje dobara te konkurentniji i isplativiji način poslovanja.

S aspekta društvene razine, održivi turistički razvoj obuhvaća očuvanje kulturne baštine, turizma koji unapređuje kvalitetu života lokalne zajednice. U općini Grožnjan, koja bilježi najveći rezultat indikatora gustoće registrirane zaštićene kulturno-povijesne baštine, izletnici iz istarskih obalnih ljetnog, odmorišnog turizma dosad nisu utjecali na povećanje prihoda turizma i ugostiteljstva, ali su povećavali troškove održavanja urbanističkih cjelina. Jedno od rješenja za povećanje koristi od izletnika moglo bi biti otvaranje vidikovca s naplaćivanjem ulaza. Kao prijedlog za daljnja istraživanja ostao je izazov kvantificiranja turističke vrijednosti kulturno-povijesne baštine, naročito izražen u procjeni važnosti koju za turizam određene općine i grada imaju pojedinačni spomenici u usporedbi s urbanističkim, poluurbanim i ruralnim cjelinama. Sličan izazov u istraživanjima predstavlja turističko vrednovanje nematerijalne kulturne baštine, kao i onih spomenika u unutrašnjoj Istri koji su važni za turizam, ali nisu dio formalne zakonske zaštite i profesionalne skrbi.

S aspekta ekološke razine, održivi razvoj turizma odnosi se na brigu za čist okoliš, smanjenje negativnog utjecaja na okoliš, očuvanje prirodnih resursa te poticanje biološke proizvodnje. U tom kontekstu Općina Grožnjan predvidjela je obnovu šetnice oko Grožnjana, valorizaciju i zaštitu šume Kornarija, zaštitu i istraživanje špilje Vrnjak te postavljanje smeđe signalizacije na području općine.

4.3. MARKETINŠKA KONCEPCIJA

S obzirom da je turistički proizvod Općine Grožnjan potrebno integrirati u ponudu Istarske županije, javlja se potreba za uspostavljanjem osnovnog, dodatnog i proširenog turističkog proizvoda.

Tablica 16 Uspostavljanje cjelovitog turističkog proizvoda

Osnovni proizvod	Osnovna usluga smještaja i povezane osnovne usluge
Dodatni proizvod	Osnovni proizvod + ugostiteljska ponuda

Prošireni proizvod

Dodatni proizvod + doživljaj

Izvor: Obrada autora

Osnovni proizvod uključuje uslugu smještaja i s njim povezane osnovne usluge (parking). Da bi iz osnovnog proizvoda mogli proizaći dodatni te prošireni proizvod, usluga smještaja na području općine Grožnjan mora omogućiti kvalitetan i ugodan boravak u očuvanom prirodnom ambijentu stopljenim s atmosferom lokalnih običaja uz mogućnost interakcije s lokalnim stanovništvom.

Kako bi se podigla razina konkurentnosti turizma u Općini Grožnjan prije svega potrebno je unaprijediti kvalitetu ponude smještaja. Tržišni tipovi turističkih gospodarstava koji su prepoznati na turističkom tržištu odnose se na **ruralne kuće za odmor, ruralne obiteljske hotele, hotele baštine te odmorišta**.

Dodatni proizvod odnosi se na prošireni koncept osnovnog proizvoda. Sastoji se od proizvoda i usluga koje turistima omogućuju zadovoljenje širokog raspona potreba i očekivanja, primjerice ponuda kvalitetne gastronomske ponude kroz **koncepte agroturizma, ponude domaćih tradicionalnih jela i vina, kušaonica, restorana te taverni**.

Prošireni proizvod osim usluge smještaja i gastronomske ponude podrazumijeva mogućnost zadovoljenja najšireg skupa potreba i očekivanja gostiju, a isti se odnosi na kreiranje doživljaja za turiste. **Obilazak kulturnih i prirodnih atrakcija, bavljenje aktivnostima poput rekreativnog turizma ili pješačenja, cikloturizma, upoznavanje s tradicionalnim načinom života, sudjelovanje i posjeta tradicionalnim manifestacijama** te konzumiranje ostalih usluga koje su na raspolaganju na području Općine Grožnjan, a čine dio jedinstvenog doživljaja svakog turista.

Boravak kao i turistički doživljaj u Općini Grožnjan potrebno je temeljiti na prepoznatljivoj atmosferi, kvalitetnoj turističkoj infrastrukturi i usluzi koja će turistima omogućiti doživljaj i iskustvo specifičnosti područja, njegovih atrakcija, stila življenja lokalnog stanovništva i kulture. U cilju produljenja boravka ili ponovnog dolaska turista na područje Grožnjana, elemente je potrebno sadržajno i organizacijski povezati kako bi međusobno kreirali komplementarni sustav kvalitetnih, tematsko zaokruženih i tržišno diferenciranih proizvoda i usluga na tržištu. S obzirom na blizinu s ostalim Općinama te obalnom području Istre potrebno je povezati i umrežiti turističku ponudu s drugim jedinicama lokalne samouprave.

Kreiranje turističkih doživljaja kroz različite oblike turizma koji sadržajno moraju povezivati pojedine atrakcije Općine Grožnjan, proizvode i usluge te aktivnosti u užem i širem okruženju su:

- **Kulturni turizam,**
- **Eno i gastroturizam,**
- **Ruralni turizam,**

- **Sportsko-rekreacijski turizam,**

S obzirom na identificirane potencijalne oblike turizme od kojih su neki jače/slabije zastupljeni, Općina Grožnjan ima potencijala za tržišno vrednovanje tokom većeg dijela godine.

Općina Grožnjan se može pozicionirati kao destinacija za odmor u očuvanom prirodnom ambijentu zanimljive povijesti i kulturne baštine, odnosno kao kulturna destinacija s autohtonim vrijednostima.

5. PROVEDBA STRATEŠKOG PLANA RAZVOJA TURIZMA

5.1. UPUTE ZA PROVEDBU I PRAĆENJE STRATEŠKOG PLANA

U cilju uspješne realizacije strateškog plana razvoja turizma Općine Grožnjan za razdoblje od 2017. do 2027.godine, potrebno je identificirati moguća ograničenja i prepreke daljnjeg razvoja kao i prepoznati nove tržišne prilike i pozitivne utjecaje iz okruženja. Primjenom Strategije u praksi posebnu pozornost potrebno je obratiti na uspostavu kvalitetnog monitoringa odnosno sustava praćenja koji osigurava pravodobnu identifikaciju problema uz preporučene mjere i njihovo rješavanje. Također, praćenje obuhvaća i praćenje ostvarenja svih strateških ciljeva, prioriteta i mjera definiranih u nastavku akcijskim planom.

Slika 9 Praćenje napretka strateškog plana



Izvor: izrada autora, Moneo savjetovanje d.o.o.

Monitoring odnosno praćenje napretka provedbe Strateškog plana razvoja turizma potrebno je provoditi na godišnjoj razini uz izvještavanje o provedenim aktivnostima po nositeljima provedbe, uključenim financijskim sredstvima te njihovim izvorima i ostvarenim rezultatima. Kao trajni kontrolni mehanizam za razvoj turizma do 2027.godine, osim predstavnika Općine Grožnjan i Turističke zajednice, u praćenje rezultata potrebno je uključiti i dionike turizma s područja općine s ciljem konstantnog unapređenja i pravodobne identifikacije kako problema tako i novih razvojnih prilika.

Najvažniju ulogu u provedbi strateškog plana razvoja turizma ima Općina Grožnjan i TZ Grožnjan uz ostale dionike s lokalne razine – iz privatnog sektora te sektora civilnog društva koji čine institucionalni okvir praćenja provedbe strateškog dokumenta (udruge Grožnjan i Šterna, ugostiteljski objekti te ostala gospodarska poduzeća).

Financijski okvir podrazumijeva konstantno praćenje dostupnih izvora financiranja uključujući gradski proračun, Istarsku županiju, Europske fondove, Vladu RH te druge bilateralne i multilateralne izvore financiranja. U sklopu praćenja financijskog okvira najvažniju ulogu preuzima Općina Grožnjan.

5.2. MJERE I PROGRAMI PODRŠKE REALIZACIJI STRATEŠKOG PLANA

U okviru podrške i realizacije strateškog plana potrebno je kontinuirano praćenje mogućnosti, mjera i programa kao izvora financiranja za razvoj turizma na području općine. Operacionalizacija strateškog plana podrazumijeva prikupljanje informacija o projektima putem natječaja, njihovo rangiranje te definiranje načina financiranja.

Pregled postojećih programa potpore i nositelja programa na razini Republike Hrvatske i Europske unije za 2020. godinu u cilju implementacije razvoja turizma na području Općine Grožnjan donosi se u nastavku.

Tablica 17 Pregled aktualnih programa i natječaja potpore

Programi i projekti raspoloživi na razini Republike Hrvatske	Programi
Ministarstvo turizma RH	Trenutno nema otvorenih poziva
Hrvatska banka za obnovu i razvoj (HBOR)	Program kreditiranja turističkog sektora
Hrvatska turistička zajednica (HTZ)	Program dodjele de minimis potpora za razvoj turističkog sektora u 2020. godini - Potpore TOP događanjima, potpore programima destinacijskih menadžment kompanija
Programi raspoloživi na razini Istarske županije	
Projekt Eco domus - certificiranje eko prijateljskog smještaja u Istri	
Javni natječaj za financiranje manifestacija i projekata udruga koje doprinose razvoju turizma na području Istarske županije za 2020. godinu	

Javni natječaj za financiranje kulturno umjetničkih projekata/programa udruga nacionalnih manjina i drugih neprofitnih organizacija u okviru Programa javnih potreba nacionalnih manjina Istarske županije – Regione Istriana za 2020. godinu	
Javni natječaj za financiranje projekata/programa udruga i drugih neprofitnih organizacija u okviru Programa javnih potreba u kulturi Istarske županije – Regione Istriana za 2020. godinu	
Javni natječaj za financiranje projekata udruga koje se bave očuvanjem pomorske baštine i tradicije na području Istarske županije za 2020. godinu	
Javni natječaj za financiranje programa, projekata i manifestacija udruga koje doprinose razvoju gospodarstva na području Istarske županije za 2020. godinu	
Programi Europske unije	Prioriteti
Operativni program Konkurentnost i kohezija 2014.-2020.	Zaštita okoliša i održivost resursa; poslovna konkurentnost; povezanost i mobilnost; jačanje gospodarstva primjenom istraživanja i inovacija; promicanje energetske učinkovitosti obnovljivih izvora energije; socijalno uključivanje i zdravlje; korištenje informacijskih i komunikacijskih tehnologija; klimatske promjene i upravljanje rizicima; obrazovanje, vještine i cjeloživotno učenje.
Operativni program Učinkoviti ljudski potencijali 2014.-2020.	Visoka zapošljivost i mobilnost radne snage; obrazovanje i cjeloživotno učenje; socijalno uključivanje; dobro upravljanje.
Operativni program ruralnog razvoja 2014.-2020.	Razvoj poljoprivrednih gospodarstava i poslovanja; temeljne usluge i obnova sela u ruralnim područjima; ulaganje u razvoj šumskog područja i poboljšanje održivosti šuma.
COSME	Olakšavanje pristupa financiranju za MSP; olakšavanje pristupa tržištu; bolji pristup instrumentima za konkurentnost i održivost poduzeća Europske unije; promicanje poduzetništva i poduzetničke kulture.
EaSI	EURES – mreža za promicanje radnje pokretljivosti

	<p>PROGRESS – program za zapošljavanje i društvenu solidarnost</p> <p>Mikrofinanciranje i socijalno poduzetništvo</p>
OBZOR 2020.	Izvrсна znanost; industrijsko vodstvo; društveni izazovi.
LIFE	Zaštita okoliša ; okoliš i učinkovito korištenje resursa; bioraznolikost; okolišno upravljanje i informacije.
KREATIVNA EUROPA	Potprogram za kulturu; potprogram za medije; međusektorski potprogram za projekte suradnje kulturnih i kreativnih industrija te audio-vizualnih industrija.
ERASMUS +	<p>Programi mobilnosti studenata/učenika/profesora; programi suradnje obrazovnih ustanova, poduzetnika, lokalne i regionalne uprave, civilnog sektora; programi za neprofitna europska sportska događanja.</p>

Ministarstvo turizma Republike Hrvatske svake godine objavljuje pozive za potpore novim turističkim razvojnim idejama i inicijativama, a koje provodi samostalno ili u suradnji s HBOR-om, HTZ-om i drugim ključnim akterizma turizma Republike Hrvatske.

Hrvatska banka za obnovu i razvitak (HBOR) svake godine provodi Program kreditiranja turističkog sektora – malih i srednjih te velikih poduzetnika u cilju realizacije investicijskih projekata koji doprinose poticanju zapošljavanja, produženju turističke sezone te podizanju konkurentnosti destinacija. Ulaganja se odnose na unapređenje smještajne ponude hotela, kampova, ostalih ugostiteljskih objekata za smještaj, zaštitu i očuvanje kulturne baštine u funkciji turizma te obogaćivanje i unapređenje postojećih i novih turističkih usluga i sadržaja poput golf igrališta, akvarija, muzejskih prostora, luka nautičkog turizma, tematskih parkova i sl. Također nudi se i kreditiranje privatnih iznajmljivača putem poslovnih banaka u cilju podizanja ukupne razine kvalitete i dodatne ponude privatnog smještaja.

Hrvatska turistička zajednica (HTZ) svake godine programima potpore dodjeljuje bespovratna sredstva s ciljem stvaranja prepoznatljivog imidža destinacija te hrvatskog turizma u cjelini te obogaćivanja ponude u pred i post sezoni.

Istarska županija (IŽ) svake godine osigurava financijska sredstva za turistički sektor, te je tako u 2019.godini nudila financijska sredstva za projekt certificiranja eko prijateljskog smještaja u Istri koji SE predviđa i za 2020.godinu u cilju prilagodbe sadržaja i usluga privatnih iznajmljivača na održivi način.

Programi Europske unije potiču ulaganja u ekološki prihvatljivo gospodarstvo, učinkovito raspolaganje resursima, jačanje konkurentnosti te podupiru aktivne mjere zapošljavanja i suzbijanje socijalne isključenosti. Trenutno je za financijsko razdoblje od 2014.-2020. godine RH na raspolaganju bilo ukupno 10,6767 milijardi eura iz Europskih strukturnih i investicijskih fonova (ESI). U Hrvatskoj ESI fondovi su raspoređeni kroz tri operativna programa: Konkurentnost i kohezija, Učinkoviti ljudski potencijali te Program ruralnog razvoja Republike Hrvatske. Svaki operativni program ima svoje upravljačko tijelo kojim se osigurava kvalitetna provedba strateških ciljeva i projekata. Ostali programi odnose na promicanje suradnje između država članica EU (COSME, Easi, Life, Obzor 2020., Kreativna Europa te Erasmus +) za turistički sektor.

Za novo financijsko razdoblje očekuju se nove mjere i programi podrške turističkom razvoju zemlje te je s ciljem realizacija Strateškog plana razvoja turizma Općine Grožnjan potrebno pratiti daljnji razvoj i način korištenja novih programa.

6. AKCIJSKI PLAN S DINAMIČKIM PLANOM AKTIVNOSTI

Akcijskim planom za razvoj turizma predviđene su mjere i projekti te aktivnosti i inicijative u području turizma za provedbu u vremenskom periodu od 2017. do 2027. godine. Svrha akcijskog plana je u prvom redu definiranje konkretnih koraka vezanih uz prioritetne razvojne potrebe svih dionika turističke strukture Općine Grožnjan. U tablicama ispod navedene su mjere odnosno donesen je akcijski plan kojim su određeni nositelji pojedinih aktivnosti, vremenski period te indikatori putem kojih se može odrediti je li navedena mjera u određenom vremenskom periodu ostvarena ili ne.

Tablica 18 Akcijski plan s dinamičkim planom aktivnosti

Područje	Strateški ciljevi	Nositelj/podupiratelj	Aktivnost (opis)	Vremenski period uvođenja	Indikator implementacije
KULTURA	P3 Razvoj turističke infrastrukture	Općina Grožnjan Ministarstvo kulture	Obnova zvonika i uspostava vidikovca	2020. - 2021.	Uspostavljen vidikovac za turiste s naplatom, promovirano u medijima
KULTURA	P3 Razvoj turističke infrastrukture	Općina Grožnjan EU fondovi	Nova zgrada polivalentnog kulturnog centra	2020. - 2027.	Izgrađena nova zgrada PKC nedaleko centra Grožnjana, promovirano u medijima
KULTURA	P1 Unapređenje i diverzifikacija postojeće turističke ponude	Općina Grožnjan Istarska županija Ministarstvo kulture	Revitalizacija Završja i Kostanjice	2020. - 2027.	Obnovljeno i raskršeno područje Završja i Kostanjice, promovirano u medijima

KULTURA	P1 Unapređenje i diverzifikacija postojeće turističke ponude	Općina Grožnjan Ministarstvo kulture Odjel za kulturu IŽ	Valorizacija sakralne baštine općine	2020. - 2027.	Utvrđene vrijednosti sakralne baštine, promovirano u medijima
KULTURA	P1 Unapređenje i diverzifikacija postojeće turističke ponude	Općina Grožnjan HGM TZ Grožnjan	Grožnjan Grad umjetnika – nastavak projekta	2020. - 2027.	Poboljšana organizacija postojećih i razvijen minimalno jedan novi događaj u roku od dvije godine, promovirano u medijima
KULTURA	P1 Unapređenje i diverzifikacija postojeće turističke ponude	Općina Grožnjan EU fondovi Ministarstvo kulture Odjel za kulturu IŽ	Obnova starog mlina kod ponora Butori	2020. – 2027.	Obnovljen stari mlin te otvoren za turističke posjete, promovirano u medijima
KULTURA	P1 Unapređenje i diverzifikacija postojeće turističke ponude	Općina Grožnjan Ministarstvo kulture Odjel za kulturu IŽ	Arheološka istraživanja na području Sv. Križa	2020. – 2027.	Obavljena arheološka istraživanja te objavljeni rezultati istraživanja, promovirano u medijima
OKOLIŠ	P4 Održivi turistički razvoj	Općina Grožnjan EU fondovi	Uređenje šetnice oko Grožnjana	2020. - 2023.	Uređena i osvijetljena šetnica, promovirano u medijima

OKOLIŠ	P3 Razvoj turističke infrastrukture	Općina Grožnjan TZ Grožnjan TZIŽ Ministarstvo kulture HTZ	Uspostava sustava smeđe signalizacije	2020. - 2022.	Postavljena smeđa signalizacija
OKOLIŠ	P4 Održivi turistički razvoj	Općina Grožnjan Hrvatski šumarski institut Natura Histrica TZ Grožnjan	Zaštita i valorizacija šume Kornarija	2020. – 2027.	Uvrđene vrijednosti šume i mogućnosti za turističke svrhe, promovirano u medijima
OKOLIŠ	P4 Održivi turistički razvoj	Općina Grožnjan Natura Histrica Speleološko društvo	Istraživanje i uređenje špilje Vrnjak	2020. – 2027.	Istražena i uređene špilja, promovirano u medijima
SPORT	P3 Razvoj turističke infrastrukture	Biciklistički klub Grožnjan Općina Grožnjan TZ Grožnjan	Bike park Grožnjan	2020. - 2025.	Izgrađen bike park za sve uzraste, promovirano u medijima

SPORT	P1 Unapređenje i diverzifikacija postojeće turističke ponude	Biciklistički klub Grožnjan Općina Grožnjan IRTA Planinarsko društvo TZ Grožnjan	Uređenje biciklističkih staza i šetnica na području općine Grožnjan	2020. – 2022.	Uređene i očišćene biciklističke te trekking staze, promovirano u medijima
SPORT	P3 Razvoj turističke infrastrukture	Općina Grožnjan Istarska županija Privatni investitor	Golf Vrnjak	2020. - 2027.	Uspostava golf kompleksa Vrnjak s pripadajućim sadržajima
GASTRONOMIJA	P1 Unapređenje i diverzifikacija postojeće turističke ponude	TZ Grožnjan Općina Grožnjan TZIŽ Odjel za turizam UŽ	Sajam autohtonih proizvoda (proljeće i jesen)	2020. – 2023.	Organizirana dva sajma autohtonih proizvoda u proljeće i jesen, promovirano u medijima
GASTRONOMIJA	P1 Unapređenje i diverzifikacija postojeće turističke ponude	TZ Grožnjan Općina Grožnjan TZIŽ Odjel za turizam IŽ	Valorizacija gastronomske ponude općine, poticaji za povećanje kvalitete ponude hrane i pića	2020. – 2027.	Utvrđene vrijednosti postojećih ugostiteljskih objekata, svake 2 godine jedan restoran/ agroturizam/vinar/ maslinar uvršten u vodič Istragourmet

LJUDSKI RESURSI	P4 Unapređenje i diverzifikacija postojeće turističke ponude	TZ Grožnjan Općina Grožnjan	Organizacija edukacija za djelatnike TZ, iznajmljivače, udruge, Opg-ove	2020. – 2022.	Organizirana 1 edukacija za djelatnike TZ, te 2 edukacije za iznajmljivače i OPG-ove
MARKETING	P2 Prepoznatljivost na tržištu	TZ Grožnjan Općina Grožnjan	Jačanje značaja i kapaciteta ureda TZ i info punkta Grožnjan	2020. – 2022.	Zaposlena osoba za rad tokom cijele godine, nabavljeni svi tur.materijali za potrebe infopunkta
MARKETING	P2 Prepoznatljivost na tržištu	Općina Grožnjan TZ Grožnjan	Izrada destinacijskih promotivnih materijala	2020. – 2021.	Izrađeni svi promo materijali na tri jezika (brošure, letci, video)
MARKETING	P2 Prepoznatljivost na tržištu	Općina Grožnjan TZ Grožnjan	Redizajn Internet stranice TZ Općine	2020. – 2021.	Redizajnirana Internet stranica TZ Općine
MARKETING	P2 Prepoznatljivost na tržištu	Općina Grožnjan TZ Grožnjan	Unificiranje reklamnog materijala u starogradskoj jezgri	2020. – 2021.	Unificiran reklamni materijal u jednu brošuru na tri jezika