

STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA OPĆINE BARBAN

tradicija i
adrenalin
za cjelogodišnji
odmor





STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA NA PODRUČJU OPĆINE BARBAN

2020. – 2025.

OVAJ PROJEKT SUFINANCIRAN JE SREDSTVIMA EUROPJSKE UNIJE

Europski poljoprivredni fond za ruralni razvoj

Strateški plan razvoja turizma na području Općine Barban



PROGRAM RURALNOG RAZVOJA 2014. - 2020.

Udio u sufinanciranom dijelu: 85% EU, 15% RH

Europski poljoprivredni fond za ruralni razvoj: Europa ulazi u ruralna područja

IMPRESSUM

Nositelj izrade: Općina Barban

Izrađivač: Centar za ulaganja EURO KONZALTING d.o.o.

Voditelj projekta: Davor Škrtić, dipl. oec.

Suradnici na projektu:

Blaž Gorski, mag. geogr.

Sandra Jurman, mag. turism. cult.

Ivan Puh, univ. spec. oec.

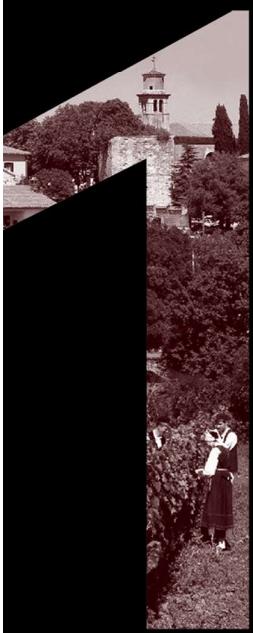
Ana Rogina, univ. bacc. oec.

Nikoleta Travičić, mag. cult.

Sadržaj

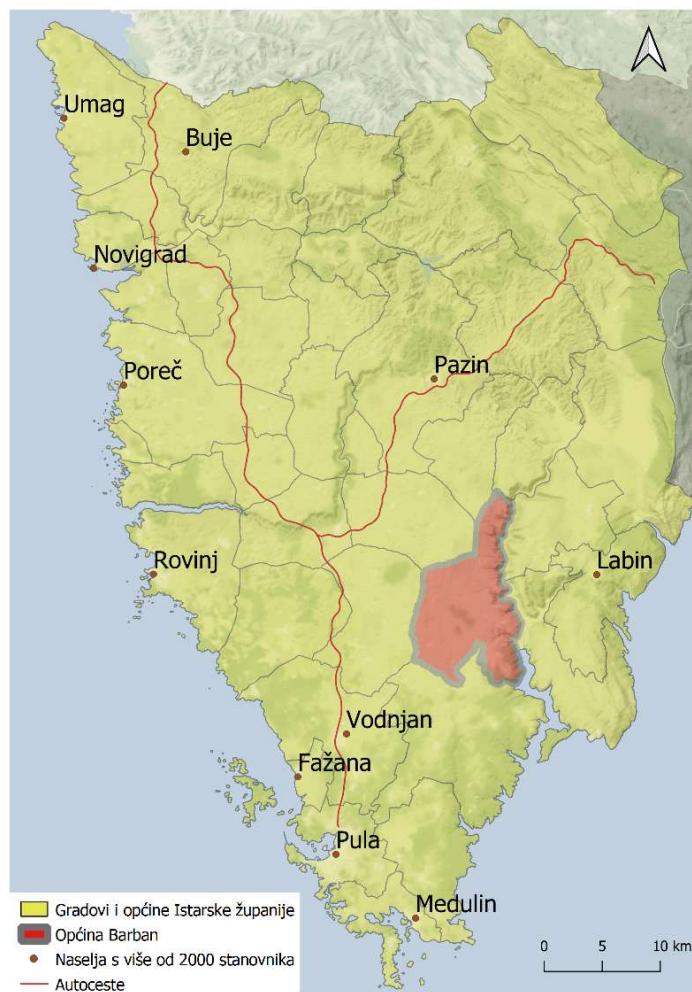
1. Uvod	1
1.1. Funkcija turizma u ruralnom prostoru	2
1.2. Zakonski, prostorno-planski i strateški okvir turističkog sektora.....	2
2. Analiza stanja.....	7
2.1. Prirodni turistički resursi	7
2.1.1. Geomorfološka i hidrografska obilježja.....	7
2.1.2. Klimatska obilježja	7
2.1.3. Biljke i životinje.....	8
2.1.4. Zaštićena područja prirode	8
2.2. Kulturni turistički resursi.....	9
2.2.1. Zaštićena kulturna baština	9
2.2.2. Manifestacije	12
2.2.3. Ostali kulturni turistički resursi	15
2.3. Osnovna socio-ekonomска obilježja Općine Barban.....	16
2.3.1. Demografska obilježja	16
2.3.2. Ekonomski obilježja	20
2.4. Stanje turističkog sektora	24
2.4.1. Turistički promet	24
2.4.2. Pješačke, biciklističke i konjičke staze	27
2.4.3. Ključni dionici u razvoju turizma	30
2.5. Trendovi u turizmu i navike turista.....	32
2.6. SWOT analiza	35
2.7. Istraživanje o potrebama, interesima i izazovima ključnih dionika u razvoju turizma na području Općine Barban.....	37
2.8. Potencijali razvoja turizma u Općini Barban.....	40
3. Strateški razvojni okvir	45
4. Strategija razvoja turizma	51
4.1. Misija, vizija, ciljevi	51
4.2. Mjere razvoja.....	56

<i>Mjera 1.1.1. Razvoj cjelogodišnjeg turizma</i>	56
<i>Mjera 1.1.2. Sinergija poduzetništva i turizma</i>	61
<i>Mjera 1.1.3. Lokalne manifestacije u funkciji turizma</i>	63
<i>Mjera 1.1.4. EU fondovi i druge potpore u razvoju turizmu.....</i>	68
<i>Mjera 1.1.5. Prilagodba pandemiji COVID-19</i>	72
<i>Mjera 1.2.1. Brendiranje Općine Barban.....</i>	76
<i>Mjera 1.2.2. Stavljanje tradicionalnog vinarstva u turističku funkciju.....</i>	80
<i>Mjera 1.2.3. Trka na prstenac</i>	82
<i>Mjera 1.2.4. Ciljane promotivne aktivnosti.....</i>	86
<i>Mjera 2.1.1. Konjički turizam</i>	95
<i>Mjera 2.1.2. Avanturistički turizam.....</i>	99
<i>Mjera 2.1.3. Cikloturizam</i>	102
<i>Mjera 2.1.4. Razvoj lovnog turizma</i>	106
<i>Mjera 2.2.1. Inovativnost i digitalizacija</i>	108
<i>Mjera 2.2.2. Očuvanje prirodnih resursa i zeleno gospodarstvo.....</i>	111
<i>Mjera 2.2.3. Uređenje biciklističkih i pješačkih staza.....</i>	114
<i>Mjera 2.2.4. Uređenje uvale Blaz</i>	116
4.3. Provedbeni plan.....	119
5. Zaključni sažeti prikaz.....	122
6. Literatura i izvori	127



1. Uvod

Općina Barban prostire se na površini od 94,1 km² u jugoistočnom dijelu Istre te prema Popisu stanovništva 2011. godine broji 2721 stanovnika. Na slici 1 prikazan je položaj Općine Barban u Istarskoj županiji s obzirom na druge općine i gradove te autoceste, a vidljivo je i kako Općina ima izlaz na more u uvali Blaz u Raškom zaljevu. Barban, kao i ostatak Istarske županije ima povoljan turističkogeografski položaj s obzirom da se emitivna turistička tržišta Njemačke, Slovenije, Italije i Austrije nalaze u blizini. Općina je cestovno dobro povezana s većim središtimi i poznatim turističkim destinacijama. S obzirom na turističku zasićenost istarske obale, općine u unutrašnjosti, koje su dovoljno dobro povezane i lako dostupne, predstavljaju prostorni potencijal za preusmjeravanje turista u unutrašnjost.



Slika 1. Položaj Općine Barban

Izvor: izradio autor prema DGU, 2017.¹

1.1. Funkcija turizma u ruralnom prostoru

Ruralni prostori imaju različite ekonomske strukture te raspolažu različitim resursima stoga je potrebno turizam planirati u kontekstu prostora gdje se razvija turistička aktivnost. Zasigurno turizam može doprinijeti diverzifikaciji ekonomske strukture, ali njegov utjecaj veže se i za opći društveni razvoj i okolišne elemente prostora. Jedno od ključnih pitanja je može li turizam biti čimbenik revitalizacije sela koji će odgovoriti na problem depopulacije ruralnih prostora i zapuštanja poljoprivrednih površina. Suvremena istraživanja i pregled primjera dobre prakse ukazuju na činjenicu da turizam u ruralnom prostoru može imati višestruke pozitivne utjecaje restrukturiranjem lokalnih ekonomija i unapređenjem kvalitete života. Primjerice doprinosi lokalnom stanovništvu kao dodatni izvor prihoda, izoliranim prostorima otvara mogućnost novih socijalnih kontakata, potiče revitalizaciju kulturne baštine te napuštenih i neiskorištenih objekata. Može biti katalizator dodatnih mjera zaštite okoliša te u sinergiji s poljoprivredom doprinosi ekonomskom vrednovanju tradicionalnih prehrabnenih proizvoda².

1.2. Zakonski, prostorno-planski i strateški okvir turističkog sektora

Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma jedan je od ključnih elemenata turističke legislative budući da se njime uređuje sustav turističkih zajednica, ustrojstvo, zadaće i način rada turističkih zajednica, te osnovna načela njihova financiranja i gospodarenja. Zajednički ciljevi turističkih zajednica su: 1) poticanje i iniciranje razvoja i unaprjeđivanje postojećeg turističkog proizvoda te iniciranje razvoja novih turističkih proizvoda područja za koje su osnovane, na način da upravljaju destinacijom na razini za koju su osnovane; 2) promocija turističkog proizvoda područja za koje su osnovane; 3) razvijanje svijesti o važnosti i gospodarskim, društvenim i drugim učincima turizma, te potrebi i važnosti očuvanja i unapređenja svih elemenata turističkog proizvoda određenog područja, a osobito zaštite okoliša te prirodne i kulturne baštine sukladno održivom razvoju.

Turistička zajednica može:

1. upravljati javnom turističkom infrastrukturom danom na upravljanje od strane jedinica lokalne, odnosno područne (regionalne) samouprave
2. organizirati manifestacije i priredbe
3. objavljivati komercijalne oglase na svojim promotivnim materijalima

4. prodavati suvenire, turističke karte i vodiče
5. posredovati u rezervaciji privatnog smještaja ako u turističkom mjestu za koje je osnovana ne postoji registrirana turistička agencija
6. obavljati druge poslove i zadaće od javnog interesa u funkciji razvoja turizma i destinacije.

Prostornim planom Istarske županije definirano je planiranje ugostiteljsko-turističke namjene. Glavne smjernice su prilagodba Strategiji razvoja turizma RH i Master planu razvoja turizma Istarske županije te prilagodba demografskim ograničenjima prostora. Nadalje, razvoj turizma potrebno je usmjeriti u upotpunjavanje postojeće ponude kulturnim, izletničkim i rekreacijskim sadržajima poput jahanja, biciklizma itd. Također, previđa se naglasak na investiranje u postojeće građevine te izgradnja viših i visoki kategorija, a građenje treba usmjeriti u područja manje krajobrazne vrijednosti uz uklapanje u lokalni ambijent. Posebno treba izbjegavati gradnju u neizgrađenim dijelovima obalnog područja (istočna obala) koju treba usmjeravati u unutrašnjost. Prednost treba imati i poboljšanje infrastrukture te dugoročna zaštita prostora.

Prostorni plan uređenja Općine Barban s izmjenama i dopunama iz 2018. godine predviđa gradnju građevina ugostiteljsko-turističke namjene u izdvojenim građevinskim područjima izvan naselja – turističkom razvojnog području i turističkim područjima, u sklopu građevinskih područja naselja kao turističke zone te kao pojedinačne građevine ugostiteljsko turističke namjene koje se mogu graditi u sklopu građevinskih područja naselja.

Program ukupnog razvoja Općine Barban 2016. – 2020. sadržava i nekoliko prioriteta koji su usko vezani uz razvoj turizma na prostoru Općine. Prioritet 1.1. Prirodna i kulturna baština u funkciji razvoja ima niz projekata: revitalizacija venecijanske kulturne baštine u Barbanu, uređenje trkališta Trka na prstenac na Gradišću, obnova srednjovjekovne kule u Barbanu, razvoj tematsko-edukativnih staza Barbanštine i izgradnja bike-rekreacijskog parka u Bundanovcu. Uz to, kao dio prioriteta 1.3. Razvoj selektivnih oblika poljoprivrede i turizma je jedan od projekata i izrada ove Strategije razvoja turizma. Važno je istaknuti i prioritet 2.3. Izgradnja društvene i sportske infrastrukture budući da su sastavni dio prioriteta projekti poput uređenja multimedijalnog kulturno-edukativnog centra, izgradnja penjališta Sutivanac te izgradnja hipodroma na konjičkom centru Barban. Nadalje, prioritet 3.3. odnosi se na

prepoznatljivost lokalnog identiteta kroz projekte organizacije turističko-informativnog centra, uređenja i opremanja muzeja "Trka na prstenac" te uređenja središnjeg gradskog trga (Placa u Barbanu).

Master plan razvoja turizma Istarske županije 2015. – 2025. Master plan ističe da je prirodne i kulturne resurse potrebno upakirati u komercijalni proizvod. Kod određenih selektivnih oblika turizma (npr. cikloturizam) iznimno je potrebna suradnja više jedinica lokalne samouprave. Napominje se zasićenost tržišta apartmanima te kućama za odmor što je razumljivo s obzirom na porezna rješenja države gdje upravo ti oblici imaju olakšano poslovanje. Postoji potreba za malim obiteljskim hotelima, a zbog sve važnijih online kanala poput Airbnb-a i Booking-a potrebno je educirati privatne iznajmljivače. Prednost je blizina emitivnih tržišta Srednje Europe gdje se Istarska županija nameće kao najbliža mediteranska destinacija. Posebnu pažnju treba obratit na dvije skupine potrošača, a to su, starija populacija koja putuje izvan sezone i generacija Y (rođeni između 1980. i 1990.) koja preferira kratke odmore uglavnom u gradovima i internet prodaju.

Nacionalna razvojna strategija Republike Hrvatske do 2030. godine, čiji je početak provedbe predviđen 2021. godine, postaje ključan strateški dokument koji predstavlja četiri razvojna smjera: održivo gospodarstvo i društvo, jačanje otpornosti na krize, zelena i digitalna tranzicija, ravnomjeran regionalni razvoj. Strateški ciljevi prvog razvojnog smjera su konkurentno i inovativno gospodarstvo, obrazovani i zaposleni ljudi, učinkovito i djelotvorno pravosuđe, javna uprava i upravljanje državnom imovinom, globalna prepoznatljivost i jačanje međunarodnog položaja i uloge Hrvatske. Unutar drugog razvojnog smjera zastupljeni su: zdrav, aktivan i kvalitetan život, demografska revitalizacija i bolji položaj obitelji, sigurnost za stabilan razvoj. Treći razvojni smjer odnosi se na ciljeve ekološke i energetske tranzicije za klimatsku neutralnost, samodostatnost u hrani i razvoj biogospodarstva, održiva mobilnost, digitalna tranzicija društva i gospodarstva. Četvrti razvojni smjer obuhvaća razvoj potpomognutih područja i područja s razvojnim posebnostima i jačanje regionalne konkurentnosti.

Republici Hrvatskoj je za provođenje kohezijske politike u novom programskom razdoblju dodijeljeno 9,8 milijardi eura. Ciljevi kohezijske politike novog programskog razdoblja su pametnija Europa (promicanjem inovativne i pametne gospodarske preobrazbe), zelenija

Europa (niska razina emisije ugljika promicanjem prelaska na čistu i pravedniju energiju, zelena i plava ulaganja, kružno gospodarstvo, prilagodba klimatskim promjenama, upravljanje rizikom i njegovo sprječavanje), povezanija Europa (jačanjem mobilnosti i regionalne povezanosti ICT-a), Europa s istaknutijom socijalnom komponentom (provedbom europskog stupa socijalnih prava) i Europa bliža građanima (poticanjem održivog i integriranog razvoja urbanih, ruralnih i obalnih područja te lokalnih inicijativa).



2. Analiza stanja

2.1. Prirodni turistički resursi

Prirodni resursi čine osnovu razvoja Općine budući da se sve ljudske aktivnosti neposredno ili posredno vežu za svoj okoliš. Prirodna atrakcijska osnova izuzetno je važna u ruralnim područjima koja često ne mogu ponuditi količinu kulturnih sadržaja kao urbane sredine. U nastavku će se objasniti koji su prirodni turistički resursi prisutni u Općini Barban te na koji se način mogu valorizirati.

2.1.1. Geomorfološka i hidrografska obilježja

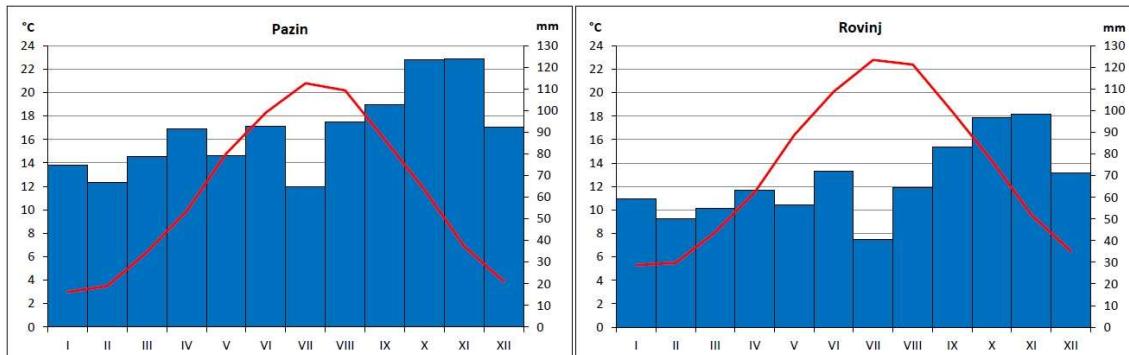
Općina Barban nalazi se na Južnoistarskoj krškoj zaravni čiji je reljef isprekidan ponikvama i blagim uzvišenjima. Područje pripada tzv. "Crvenoj Istri" odnosno području koje je većinski prekriveno karakterističnim tlom crvenicom. Radi se o krškom području pa se na području Općine Barban nalazi veći broj špilja i jama, a s obzirom na otvorenost prema Raškoj dolini te postojanju brežuljaka, uređeno je i nekoliko vidikovaca s kojih se pruža pogled prema okolnom krajoliku, Raškom zaljevu, moru, itd.

S obzirom da se radi o području uz dolinu rijeke Raše, postoji nekoliko izvora vode koji se koriste za vodoopskrbu te nekoliko manjih izvora koji su se nekad koristili za pokretanje mlinova ili druge potrebe lokalnog stanovništva poput pranja rublja. Nema stalnih vodnih tokova, ali valja istaknuti izlaz na more u uvali Blaz koja je vrlo bitna za razvoj turizma.

2.1.2. Klimatska obilježja

Prema Köppenovoj klimatskoj klasifikaciji, na području Općine Barban, kao i u ostaku Istre, prevladava umjereni topla vlažna klima s vrućim ljetom³. Srednja godišnja količina oborina iznosi između 1000 i 1200 mm, a prosječna godišnja temperatura kreće se između 13 °C i 15 °C. Godišnje trajanje sijanja Sunca iznosi 2300-2500 sati dok su dominantni vjetrovi bura i jugo, kao i u ostaku hrvatske obale. Usporedbom rezultata dviju obližnjih meteoroloških postaja (slika 2) možemo dobiti procijenjene klimatske vrijednosti za Barban pa se uviđa umjerenost klime tijekom cijele godine s minimumom oborina u srpnju, a istovremenim maksimumom

temperature. Najviše oborina pada tijekom listopada i studenog, a najniže temperature bilježe se u siječnju i veljači⁴. Umjerenost klime izuzetno je povoljan element za razvoj turizma s obzirom da je omogućen razvoj tijekom cijele godine.



Slika 2. Srednji godišnji hod temperature zraka i oborina na meteorološkim postajama u Pazinu i Rovinju u klimatskom razdoblju 1971.-2000. godine

Izvor: izradio autor prema Zaninović, 2008.⁵

2.1.3. Biljke i životinje

Biljke i životinje svakako mogu imati turistički potencijal. Na području Općine Barban zastupljena je vegetacija crvenog drena, makije, hrasta medunca te bijelog i crnog graba⁶. Za razvoj turizma ističu se biljne vrste koje imaju turistički potencijal, a ovdje prisutne su vinova loza i maslina kao kulture koje su proslavile Istru te imaju veliki potencijal za razvoj gastronomskog turizma.

U tom pogledu nadovezuju se i tradicionalne vrste životinja koje se užgajaju poput koza, ovaca, kokoši, svinja, krava, a posebno na području Općine Barban i konja te magaraca čime je potaknut razvoj konjičkog turizma. Od divljih vrsti ističu se fazani, zečevi, divlje svinje, srne, a bogatstvo divljih vrsti utječe na razvoj lovnog turizma.

2.1.4. Zaštićena područja prirode

Na području Općine Barban nalaze se zaštićena područja za koja ne postoje akti o proglašenju zaštite, odnosno ona se štite samo odredbama Prostornog plana Istarske županije.

To su tri zaštićena područja prirode prikazana u tablici 1 koja se protežu na području više Općina: posebni botanički rezervat travnjaka područja Žminj 2 te značajni krajobrazi kanjon rijeke Raše od Šumbera do mosta Raše i uvala Blaz⁷.

U uvali Blaz Općina Barban ima izlaz na more, u uvali se nalazi uzbudljivo školjaka te je područje specifično zbog izvora slatke vode koji se ulijeva u more. Bočatost vode pogodna je za marikulturu, a izvor slatke vode nekad se koristio za pranje rublja te pokretanje mlina. Time uvala Blaz dobiva i na kulturnom značaju.

Tablica 1. Zaštićena područja prirode Općine Barban

Zaštićeno područje	Zaštita
Posebni botanički rezervat travnjaka Žminj 2	Prostorno planska kategorija zaštite
Značajni krajobraz kanjona rijeke Raše od Šumbera do mosta Raše	Prostorno planska kategorija zaštite
Značajni krajobraz uvala Blaz	Prostorno planska kategorija zaštite

Izvor: Prostorni plan Istarske županije⁸

2.2. Kulturni turistički resursi

Kulturni turistički resursi vezani su uz stanovništvo, povijest, tradiciju te razna kulturna događanja.

Prema povjesnim istraživanjima, Barban se prvi put spominje u 8. stoljeću i to povezano uz samostan Sv. Marije, a u 12. stoljeću spominje se sukob pulske komune i Barbana. U srednjem vijeku Barban je dio akvilejske patrijaršije kojim upravljaju gorički grofovi, zatim prelazi pod vlast Habsburgovaca, a 1516. godine Barban pada pod Veneciju. Barban je tada kupila mletačka obitelj Loredan koja gradi obrambene zidine i utvrđuje gradić te naselje Barban dobiva danas prepoznatljivi izgled. Važno je naglasiti prisutnu glagoljašku baštinu (freske, grafiti, natpisi...) koja prikazuje hrvatsko etničko obilježje iako se tijekom vladavine Mlečana pojavljuju asimilacijska obilježja te talijanski jezik i kultura⁹.

2.2.1. Zaštićena kulturna baština

Kulturnu baštinu čine pokretna, nepokretna i nematerijalna kulturna dobra koja svjedoče o čovjekovom utjecaju na prostor. Prema Registru kulturnih dobara Ministarstva kulture, na području Općine Barban nalazi se 6 nepokretnih kulturnih dobara te dva nematerijalna kulturna dobra (tablica 2). Nepokretna kulturna dobra su: arheološko nalazište Stari Gočan (Gradina), crkva sv. Antuna, crkva sv. Jakova, crkva sv. Margarete, crkva sv. Ivana Krstitelja te arhitektonski sklop koji obuhvaća crkvu sv. Nikole, palaču Loredan (župni dvor), Vela vrata (zapadna gradska vrata) i četverokutnu kulu i Mala vrata. Nematerijalna kulturna dobra su: konjička igra *Trka na prstenac* te tradicijska pučka igra *Pljočkanje*.

Tablica 2. Kulturna dobra Općine Barban

Kulturno dobro	Vrsta
Arheološko nalazište Stari Gočan (Gradina)	Nepokretno kulturno dobro – pojedinačno
Arhitektonski sklop crkve sv. Nikole, palače Loredan (Župni dvor), Velih vrata (zapadna gradska vrata) i četverokutne kule i Malih vrata	Nepokretno kulturno dobro – pojedinačno
Crkva sv. Antuna	Nepokretno kulturno dobro – pojedinačno
Crkva sv. Jakova	Nepokretno kulturno dobro – pojedinačno
Crkva sv. Margarete	Nepokretno kulturno dobro – pojedinačno
Crkva svetog Ivana Krstitelja (sv. Ivanac nad Rašom)	Nepokretno kulturno dobro – pojedinačno
Konjička igra Trka na prstenac	Nematerijalno kulturno dobro
Tradicijska pučka igra "Pljočkanje"	Nematerijalno kulturno dobro

Izvor: *Registar kulturnih dobara*¹⁰

Na arheološkom nalazištu Stari Gočan nalaze se ostaci prapovijesne gradine, a pretpostavlja se kako se život ondje odvijao i za vrijeme predromanike i romanike s obzirom na ostatke sakralnih objekata. Crkve sv. Jakova i sv. Margarete gotičke su građevine pravokutnog izduženog tlocrta, dok su crkve sv. Ivana Krstitelja te sv. Antuna romaničke građevine. U crkvi sv. Antuna nalaze se freske. Građevine koje dominiraju naseljem Barban zajedno su zaštićene u okviru arhitektonskog sklopa crkve sv. Nikole, palače Loredan, četverokutne kule te Velih vrata i Malih vrata. Radi se na obnovi i očuvanju ovih građevina pa se tako kula renovira, a i za

druge građevine u naselju Barban koje imaju povijesnu i kulturnu važnost nastoji se pronaći adekvatna namjena.

Trka na prstenac je konjička igra zaštićena kao nematerijalno kulturno dobro RH te je zaštitni znak Barbana, odnosno manifestacija po kojoj je Barban najpoznatiji. *Pljočkanje* je stara pučka igra nalik boćanju, ali je predmet igre plosnato kamenje¹¹.

2.2.2. Manifestacije

Manifestacije su događaji vrlo važni za ruralni prostor jer su povezani s kulturnim identitetom tog prostora, a na njima se promoviraju kultura, običaji, tradicija. Sve općine i gradovi u Istri, ali i drugdje u Hrvatskoj, imaju neku manifestaciju po kojoj su posebni, kojom se promoviraju i pokazuju čime se mogu pohvaliti i istaknuti. Iako imaju lokalno ili regionalno značenje te same po sebi izravno ne privlače veliki broj turista, mogu se održavati tijekom cijele godine čime se otvara potencijal za produljenje turističke sezone. U tablici 3 prikazane su manifestacije koje se održavaju u Barbanu.

Tablica 3. Manifestacije u Općini Barban

Manifestacija	Glavni element	Mjesec održavanja
Fešta smokve i smokvenjaka	smokva	rujan
Jug na dva kotača	biciklijada	rujan
Kantajmo i svirimo po staroj užanci	tradicionalna glazba	studen
Mala smotra folklora Istarske županije	folklor	svibanj
Regata Barbanske rivijere	jedrenje	srpanj
Smotra maslinovih ulja	maslinovo ulje	studen
Smotra vina Općine Barban	vino	svibanj
Susret harmonikaša Zasvirimo u Barbanu	harmonika	srpanj
Trka na prstenac	konjička igra	kolovoz

Izvor: TZ Barban¹²

Vidljivo je kako se u Općini Barban organizira veliki broj manifestacija, od kojih je svakako najpoznatija *Trka na prstenac*, konjička igra zaštićena kao nematerijalno kulturno dobro. Prvi put je održana davne 1696. godine kao zabava uz proslavu blagdana Duhova, međutim zbog ratnih i teritorijalnih previranja koja su uslijedila, prestala se održavati. Istraživanje starih zapisa pobudilo je interes kod lokalnog stanovništva te je 1976. godine *Trka na prstenac* obnovljena, a otada se održava svake godine u kolovozu. Cilj utrke je unutar 12 sekundi u punom galopu na konju prijeći stazu i kopljem pogoditi prstenac u jedno od 5 polja gdje

pogodak u sridu nosi najveći broj bodova. Odvijaju se tri trke, a pogodak i broj bodova potvrđuje časni sud pred kojeg konjanici spuštaju prstenac.

Lokalno stanovništvo izrazito je povezano s ovom manifestacijom, a osim što predstavlja način očuvanja tradicije, privlači brojne posjetitelje i uzvanike. Uz samu *Trku na prstenac*, u sklopu manifestacije organizira se i prednatjecanje *Trka za viticu*, kao i popratni kulturno-zabavni sadržaji pa cijela manifestacija zapravo traje tri dana.



Slika 3. Trka na prstenac

Izvor: Dokumentacija Općine Barban, 2020.¹³

Manifestacija na kojoj se promoviraju tradicionalni proizvodi je *Fešta smokve i smokvenjaka*. Glavni element manifestacije je smokva, kultura koja se tradicionalno uzgaja na ovim prostorima, a posjetitelji mogu razgledavati, kušati i kupovati razne proizvode od smokve. Uz to, ističu se *Smotra maslinovih ulja* i *Smotra vina Općine Barban* na kojoj se predstavljaju lokalni proizvođači te bira najbolje vino i najbolje maslinovo ulje.

Manifestacije *Kantajmo i svirimo po staroj užanci*, *Mala smotra folklora Istarske županije* i susret harmonikaša *Zasvirimo u Barbanu* promoviraju tradicionalnu glazbu i folklor te privlače lokalne i regionalne folklorne skupine, svirače te sve ljubitelje tradicionalne glazbe i plesa.

Ovakvim manifestacijama nastoje se očuvati stari običaji te prenijeti tradiciju na mlađe generacije.

U Općini Barban organiziraju se i dvije sportske manifestacije *Regata Barbanske rivijere* i *Jug na dva kotača* koja se organizira u suradnji s drugim turističkim zajednicama te se biciklijade održavaju po cijeloj južnoj Istri. Regata se održava u Raškom zaljevu, a start i cilj je u uvali Blaz.

Navedene manifestacije održavaju se u raznim godišnjim dobima, od svibnja do studenog što pokazuje potencijal u produljenju turističke sezone. Osim ovih manifestacija, kao i u svim ruralnim područjima, održavaju se i seoske fešte kojima se slave sveci ili običaji. Također, izvan sezone se organiziraju i zajednička pješačenja stazama Putem gljiva, Sv. Martina ili Putem šparuga¹⁴.



Slika 4. Fotografije s manifestacije Fešta smokve i smokvenjaka

Izvor: Dokumentacija Općine Barban, 2020.¹⁵

2.2.3. Ostali kulturni turistički resursi

O kulturi Općine Barban posjetitelji više mogu saznati u *Vinskom muzeju – 100 % made in Grandići by Johan and Matija* i *Centru za posjetitelje Barban* (slika 5). Muzej je otvoren 2017. godine, smješten je u staroj kamenoj kući te su u njoj izloženi stari predmeti i alati, a glavni cilj muzeja je očuvanje i širenje tradicionalnih vrijednosti i običaja¹⁶.



Slika 5. Ulaz u Centar za posjetitelje u Barbanu

Izvor: barban.hr¹⁷

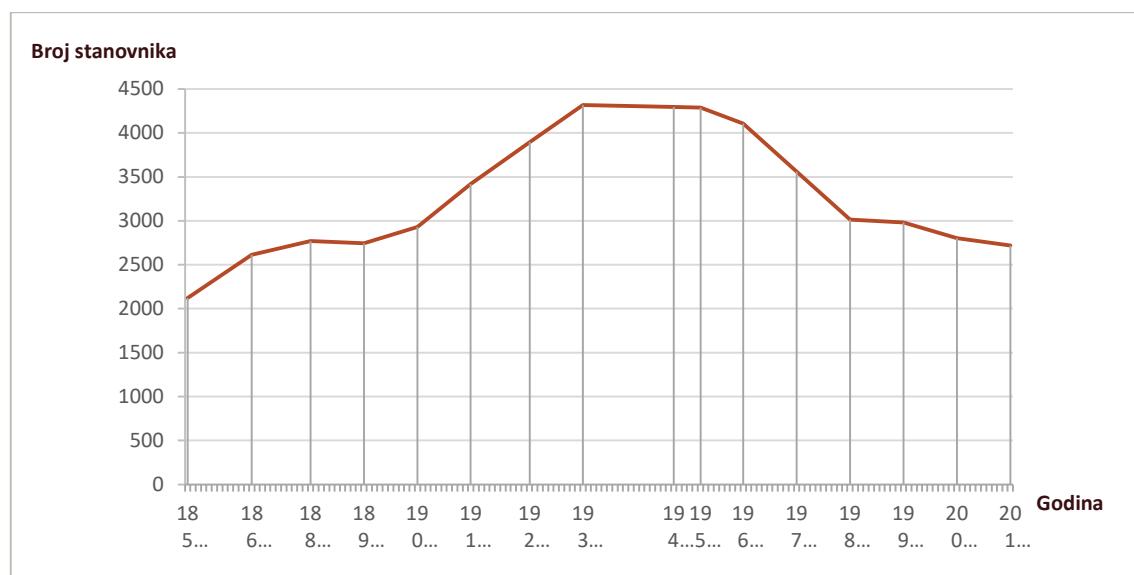
Centar za posjetitelje otvoren je 2019. godine te se nalazi u zgradi stare gradske lože u Barbanu. Osmišljen je kao multimedijalni prostor u kojem se može više saznati o povijesti mjesta, spomenicima, kulturi i običajima, a glavni naglasak je na manifestaciju *Trka na prstenac*. Velika atrakcija u samom *Centru* je simulator *Trke* gdje posjetitelj uz pomoć 3D naočala i kopinja ima priliku probati otrčati trk i pogoditi sridu¹⁸. U 2019. godini centar je prodao 600 ulaznica od čega 518 grupnih i 82 pojedinačne.

2.3. Osnovna socio-ekonomska obilježja Općine Barban

2.3.1. Demografska obilježja

Prema Popisu stanovništva 2011. godine, u Općini Barban živi 2721 stanovnik, a na površini od 94,1 km², radi se o prosječnoj gustoći naseljenosti od 29 st./km². Stanovništvo Općine Barban raspoređeno je u 23 statistička naselja u kojima su okrugljena manja naselja (ukupno ih je 74). Naselje s najvećim brojem stanovnika je Sutivanac, a slijedi općinsko središte Barban koji imaju više od 200 stanovnika. Više od 100, a manje od 200 stanovnika ima 11 naselja, dok ostalih 10 naselja ima manje od 100 stanovnika. Naselja s najmanjim brojem stanovnika su Borinići, Rojnići i Rajki.

Kretanje broja stanovnika u Općini Barban jednako je većini ruralnih područja u Republici Hrvatskoj. Naime, broj stanovnika je rastao do Drugog svjetskog rata, nakon čega uslijed procesa deagrarizacije i deruralizacije počinje opadati broj stanovnika (slika 6). Stanovništvo seli u gradove i zapošljava se u industriji te selo gubi stanovništvo. Tako je broj stanovnika u Općini Barban po Popisu stanovništva 2011. godine bio na razini broja stanovnika na kraju 19. stoljeća. Broj stanovnika smanjio se i između posljednja dva popisa (2001. i 2011. godine).



Slika 6. Kretanje broja stanovnika Općine Barban od 1857. do 2011. godine

Izvor: izradio autor prema Državni zavod za statistiku, 2005.¹⁹

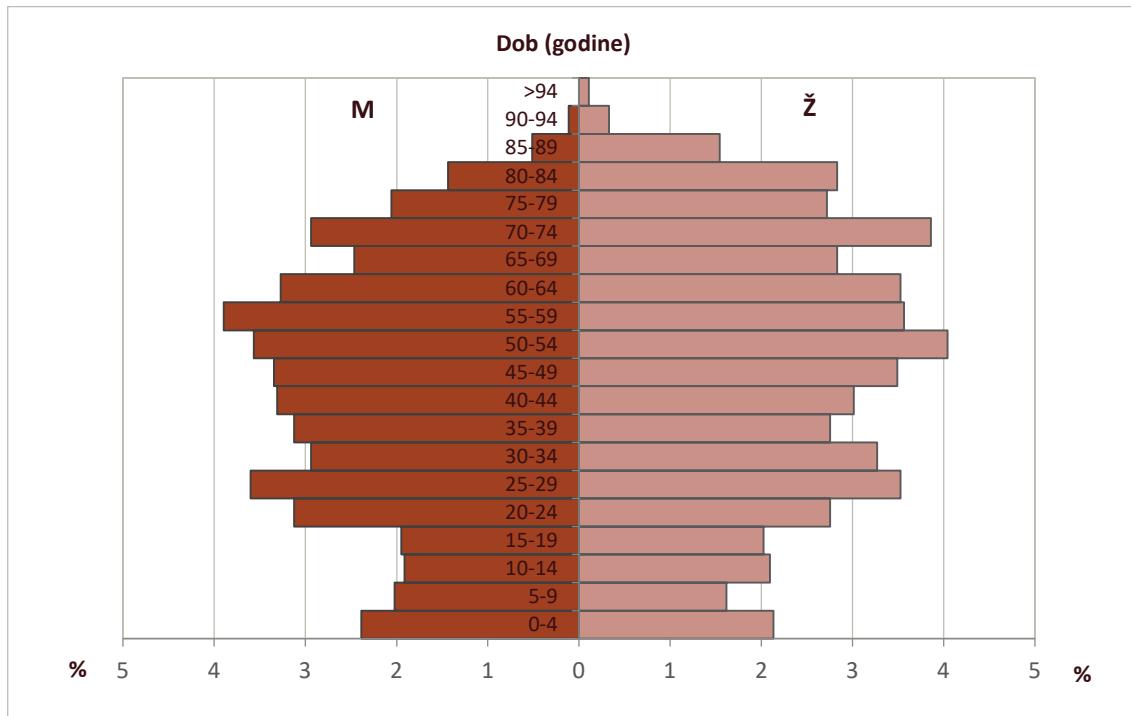
S obzirom da je od posljednjeg Popisa prošlo puno godina, upitna je pretpostavka daljnjih trendova. Ukoliko se analizira broj školske djece u posljednjih deset godina, primjetan je rast broja djece. Naime, tablica 4 prikazuje broj učenika u osnovnoj školi u Barbanu te je vidljivo kako je broj učenika narastao sa 128 učenika u školskoj godini 2009./2010. na 172 učenika u školskoj godini 2018./2019. S tim u vezi, u osnovnoj se školi otvaraju novi razredni odjeli što je iznenađujuće te u školi otvorenoj šk. god. 2006./2007. nedostaje razreda te dodatna odjeljenja nastavu imaju u kabinetima²⁰. Prema tim podacima, moglo bi se zaključiti kako se u sljedećem Popisu stanovništva očekuju pozitivniji rezultati, odnosno barem usporeni trend pada broja stanovnika.

Tablica 4. Broj učenika u osnovnoj školi u Barbanu u posljednjih deset godina

Školska godina	Broj učenika
2009./2010.	128
2010./2011.	138
2011./2012.	130
2012./2013.	140
2013./2014.	143
2014./2015.	139
2015./2016.	168
2016./2017.	175
2017./2018.	178
2018./2019.	172

Izvor: izradio autor prema Državni zavod za statistiku²¹

Dobno-spolna struktura stanovništva Općine Barban (slika 7) pokazuje kako je najveći broj stanovnika u zreloj starosnoj skupini (60 %), nakon čega slijedi staro stanovništvo (24 %), a najmanji udio nosi mlado stanovništvo do 20 godina. Radi se dakle o regresivnom tipu dobno-spolne strukture te je Općinu Barban zahvatio proces demografskog starenja. Gotovo je jednak omjer muškaraca i žena u mladoj dobnoj skupini, kao i u zreloj dobnoj skupini, dok je primjetan veći udio žena u staroj dobnoj skupini.



Slika 7. Dobno-spolna struktura stanovnika Općine Barban 2011. godine

Izvor: izradio autor prema Državni zavod za statistiku, 2011.²²

U usporedbi sa susjednim JLS-ovima, Općina Barban ima najveći udio starog stanovništva od svih susjednih JLS-ova, što je vidljivo u tablici 5 gdje je prikazan odnos svih dobnih skupina Općine Barban s prosjekom susjednih JLS-ova.

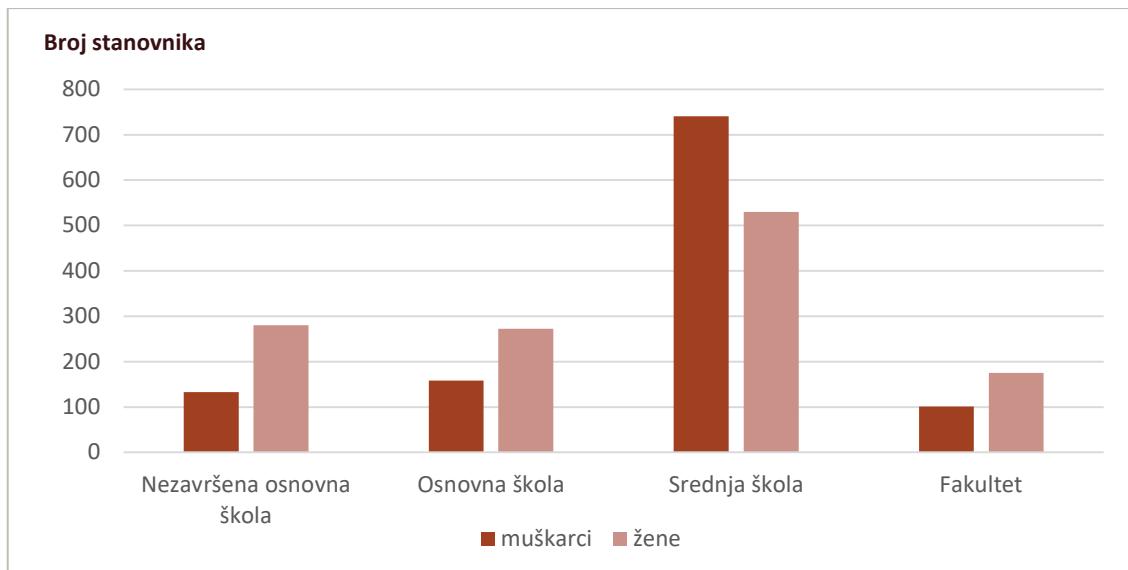
Tablica 5. Usporedba udjela stanovnika po dobnim skupinama Općine Barban i susjednih JLS

	Općina Barban	Prosjek susjednih JLS (Gračišće, Marčana, Pićan, Raša, Sveta Nedjelja, Svetvinčenat, Žminj)
Mlado stanovništvo (>20 godina)	16 %	18,3 %
Zrelo stanovništvo (20-65 godina)	60 %	62 %
Staro stanovništvo (>= 65 godina)	24 %	19,7 %

Izvor: izradio autor prema Državni zavod za statistiku, 2011.²³

Obrazovna struktura stanovništva važna je za ukupan potencijal razvoja gospodarstva, inovacija i novih djelatnosti. Prema Popisu stanovništva 2011. godine, u Općini Barban najveći broj stanovnika ima završenu srednju školu (slika 8), dok najmanji broj stanovnika ima završen

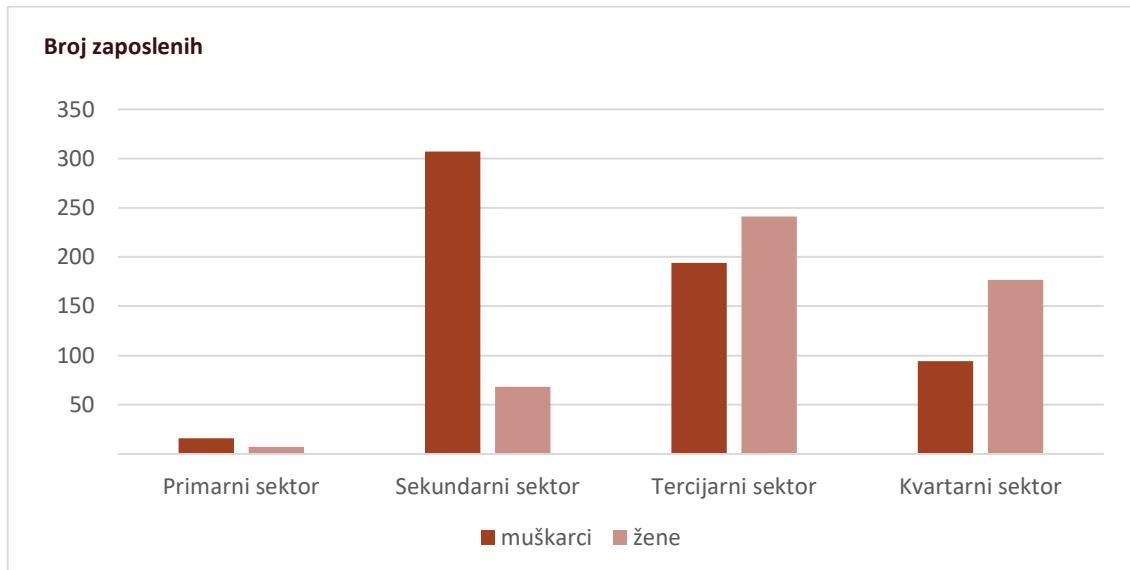
neki oblik višeg ili visokog obrazovanja. Među stanovništvom sa završenom srednjom školom dominiraju muškarci, dok je više žena u svim drugim kategorijama, od najnižeg, do najvišeg obrazovanja.



Slika 8. Obrazovna struktura stanovništva Općine Barban 2011. godine

Izvor: izradio autor prema Državni zavod za statistiku, 2011.²⁴

Uz obrazovnu strukturu stanovništva nadovezuje se i socio-ekonomска struktura (slika 9), odnosno u kojim sektorima djelatnosti stanovništvo pretežito radi. U analizu je prema Popisu stanovništva 2011. godine uzeto stanovništvo staro 15 i više godina, a rezultati pokazuju kako najveći broj zaposlenih stanovnika Općine Barban radi u tercijarnom sektoru te je odnos muškaraca i žena gotovo podjednak. Zatim slijedi sekundarni sektor u kojem dominiraju muškarci, a što se povezuje i s nešto većim brojem muškaraca sa završenom srednjom školom. Žene pak dominiraju u kvartarnom sektoru s obzirom da se radi o administrativnim zanimanjima te onima u obrazovanju i školstvu. Najmanje je zaposlenih u primarnom sektoru.



Slika 9. Socio-ekonomска структура становништва Опћине Barban старог 15 и више година

Izvor: izradio autor prema Državni zavod za statistiku, 2011.²⁵

2.3.2. Ekonomski obilježja

Barban ima u prosjeku slabije gospodarstvo u odnosu na susjedne općine, prvenstveno zbog nekoliko snažnih industrija i sjedišta tvrtki u Pićanu, Žminju i Raši. Ostale susjedne općine imaju slabije gospodarstvo od Općine Barban. Prema gospodarskim pokazateljima navedenim u tablici 6, broj poslovnih subjekata u Općini Barban gotovo je jednak kao prosjek susjednih JLS-ova, a ne odskače od prosjeka ni u visini prosječne neto i bruto plaće. Međutim, ukupni prihodi, dobit, investicije te vrijednosti uvoza i izvoza manji su u odnosu na prosjek susjednih JLS-ova.

Tablica 6. Gospodarski pokazatelji Općine Barban u usporedbi s prosjekom susjednih JLS-ova

Pokazatelj	Barban	Prosjek susjednih JLS-ova ¹
Broj subjekata	65	69
Broj zaposlenih	264	361
Prihod	143,37 mil. kn	358,57 mil. kn
Dobit	5,39 mil. kn	18,46 mil. kn
Novostvorena vrijednost	41,87 mil. kn	67,82 mil. kn
Uvoz	10,46 mil. kn	64,03 mil. kn
Izvoz	20,73 mil. kn	95,66 mil. kn
Neto plaća	5.538,54 kn	5.695,63 kn
Bruto plaća	7.670,38 kn	7.688,94 kn
Investicije	19,26 mil. kn	127 mil. kn

Izvor: SmartVision za 2018. godinu²⁶

Ukoliko podatke usporedimo s indeksom razvijenosti koji uključuje i demografske pokazatelje, sve susjedne općine i Općina Barban su u sedmoj skupini razvijenosti izuzev Općine Marčana koja se nalazi u osmoj najrazvijenijoj skupini.

U tablici 7 istaknuto je 10 najvećih tvrtki u Općini Barban po prihodima. Trgometal d.o.o. najveća je tvrtka i po broju zaposlenih te se bavi izradom i postavljanjem raznih montažnih i čeličnih konstrukcija, proizvodnjom poljoprivredne opreme te bravarijom. Tvrtke koje se također bave prerađivačkom industrijom su: Meritum – Nova d.o.o., Klen obrtničke djelatnosti d.o.o. i Kvaranta d.o.o. koji se bave preradom drva i proizvodnjom ostalih proizvoda od drva, pluta i sl. te Pomorski remont i održavanje d.o.o. (popravak i održavanje brodova i čamaca) i strojnom obradom metala (točnije motora i rezervnih dijelova). Agrokoka – Pula d.o.o. druga je najveća tvrtka u Općini Barban, a bavi se peradarstvom te proizvodnjom i prodajom jaja. Iz kategorije djelatnosti „Informacije i komunikacije“ ističe se tvrtka Tehnoline telekom d.o.o. koja se bavi pružanjem internetskih usluga odnosno djelatnosti bežične telekomunikacije. U kategoriji G ističe se tvrtka Dragon Bajun d.o.o. koja se bavi projektiranjem i proizvodnjom

¹ Prosjek susjednih JLS-ova (Gračišće, Marčana, Pićan, Raša, Sveta Nedjelja, Svetvinčenat i Žminj).

suhih transformatora i aparata za zavarivanje te Klen plus d.o.o. koja se bavi trgovinom drvom. U djelatnosti F odnosno građevinarstva nalaze se Voda Mont d.o.o. koja se bavi uvođenjem instalacija vodovoda, kanalizacije i plina te instalacija za grijanje i klimatizaciju te Uvesco d.o.o. u završnim radovima u graditeljstvu.

Tablica 7. Najvećih 10 tvrtki po prihodima u 2019. godini sa sjedištem u Općini Barban

Tvrta	Prihodi (kn)	Dobit/gubitak ²	Zaposleni	Djelatnost ³
TRGOMETAL d.o.o.	61.185.212	7.619.790	81	C
AGROKOKA – PULA d.o.o.	21.280.527	621.321	36	A
KLEN obrtničke djelatnosti d.o.o.	10.592.066	4.031.270	13	C
MERITUM NOVA d.o.o.	9.073.978	-1.382.545	6	C
DRAGON BAJUN d.o.o.	6.378.157	293.238	4	G
KLEN PLUS d.o.o.	2.889.250	135.871	2	G
VODA MONT d.o.o.	2.761.643	62.268	11	F
UVESCO d.o.o.	2.464.699	229.281	6	F
KVARANTA d.o.o.	2.333.938	4.904	8	C
TEHNOLINE TELEKOM d.o.o.	2.328.640	392.981	2	J

Izvor: Digitalna komora²⁷

Među 10 najvećih tvrtki po prihodima nije nijedna tvrtka direktno povezana s turizmom, ali su te tvrtke prikazane u tablici 8. Radi se o mikro tvrtkama s manje od 5 zaposlenih, a najveća je Puntera d.o.o. koja se bavi hotelijerstvom u hotelu s 4 zvjezdice - Villa Štefanija, a hotelijerstvom i sličnim smještajem bave se i tvrtke Prstenac d.o.o. i Olive Brook Estates d.o.o. Tvrtke koje pružaju osmišljeni turistički proizvod su: Istra Adventure d.o.o. koja se bavi iznajmljivanjem i organizacijom izleta na quadovima, buggyjima, kajacima i sl. te Istra život d.o.o. pod kojom je Glavani park, sportsko-rekreacijski zabavni park. Registrirane tvrtka za

² Dobit ili gubitak prije oporezivanja u kunama

³ A=poljoprivreda, šumarstvo i ribarstvo, C=prerađivačka industrija, F=građevinarstvo, G=trgovina na veliko i malo; popravak motornih vozila i motocikala, J=informacije i komunikacije

djelatnost restorana i ostalih objekata za pripremu i usluživanje hrane je Fratelli Učkar d.o.o. (Pizzeria Zara). Sunny Step j.d.o.o. i Istra well j.d.o.o. su turističke agencije dok se Liska j.d.o.o. bavi zabavnim i rekreacijskim djelatnostima, točnije konjičkim turizmom. Multimedijalni centar Barban d.o.o. je tvrtka osnovana od strane Općine kako bi se mogli prodavati suveniri u sklopu centra.

Tablica 8. Poslovni subjekti direktno povezani s turizmom

Tvrta	Prihodi (kn)	Dobit/gubitak ⁴	Zaposleni
PUNTERA D.O.O.	2.034.996	186.980	5
ISTRA ADVENTURE D.O.O.	1.363.121	7.036	2
ISTRA ŽIVOT D.O.O.	791.255	42.603	3
FRATELLI UČKAR D.O.O.	705.871	5.207	3
LISKA J.D.O.O.	278.943	3.658	1
SUNNY STEP J.D.O.O.	251.308	5.751	1
PRSTENAC D.O.O.	187.292.	-4.013	0
OLIVE BROOK ESTATES D.O.O.	150.489	-176.681	0
ISTRA WELL D.O.O.	125.365	-42.891	1

Izvor: Digitalna komora²⁸

Iako se radi o velikom broju poslovnih subjekata i djelatnostima izravno povezanimi s turizmom, upitna je opstojnost tvrtki s obzirom na neto profit. Međutim, na umu treba imati i činjenicu da je dio tvrtki aktivan već dugi niz godina, a dio tvrtki je tek osnovano zbog potreba tržišta.

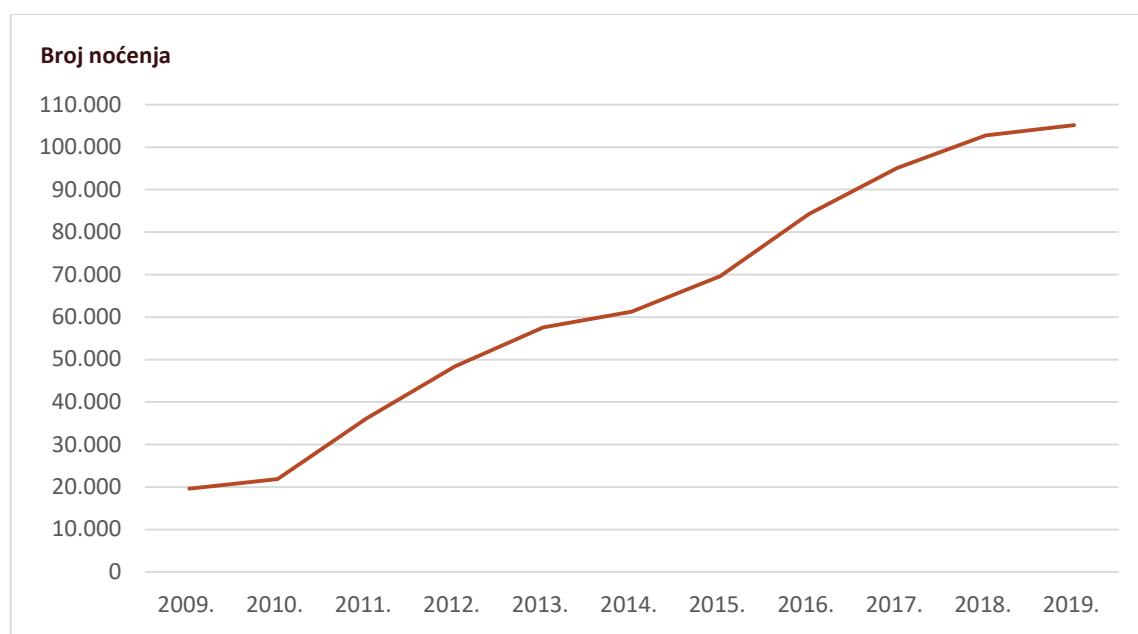
⁴ Dobit ili gubitak prije oporezivanja u kunama

2.4. Stanje turističkog sektora

Turizam se u Općini Barban počeo razvijati početkom 2000.-ih godina, 2008. godine osnovana je turistička zajednica te se broj turističkih dolazaka i noćenja bilježi od 2009. godine. Početak razvoja turizma vezan je uz razvoj ruralnog turizma u ostatku Istre i Hrvatske, a na daljnji razvoj, trendove i dostignuća utjecali su prirodni i kulturni resursi, prometni položaj, broj stanovnika, broj smještajnih kapaciteta i sl.

2.4.1. Turistički promet

Na slici 10 je vidljivo kako je prve godine od kad se noćenja bilježe, u Općini Barban zabilježeno oko 20.000 noćenja, a 2019. godine ta brojka je dostigla 105.147 noćenja (dokumentacija TZ Barban). Može se vidjeti kako je trend rasta broja turističkih noćenja gotovo stalan pa izuzev 2014. godine kad je zabilježen nešto manji porast u odnosu na prethodnu godinu, broj noćenja kontinuirano i stabilno raste iz godine u godinu.

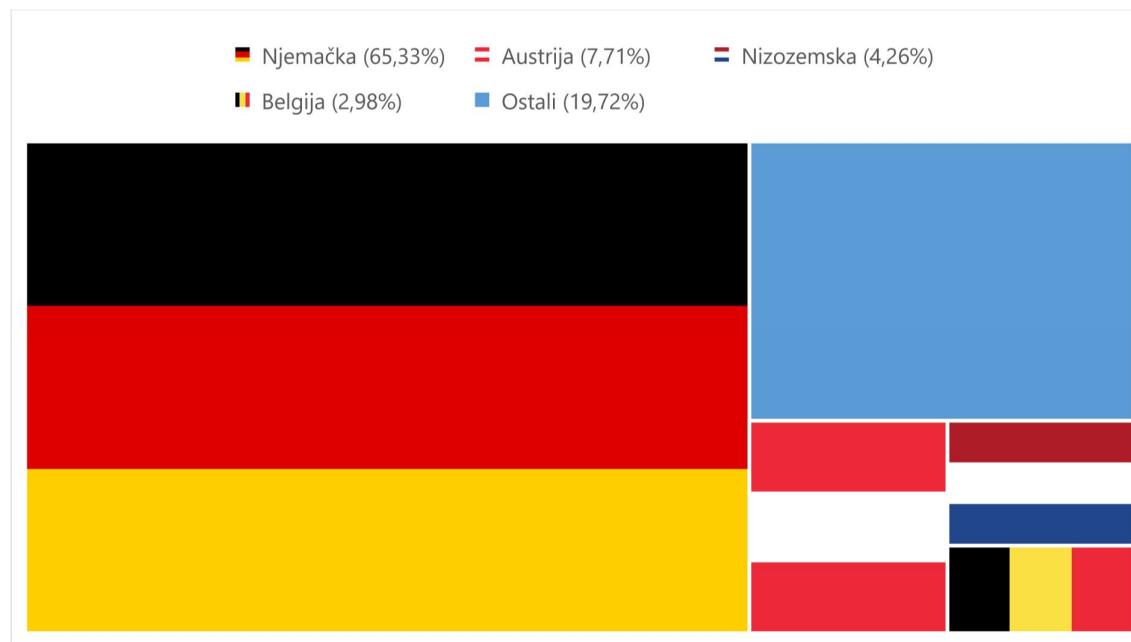


Slika 10. Broj noćenja turista u Općini Barban od 2009. do 2019. godine

Izvor: uredio autor prema dokumentaciji TZ Barban²⁹

U strukturi noćenja po državama dominiraju turisti iz inozemstva i to najviše iz Njemačke, Austrije, Nizozemske i Belgije (slika 11). S obzirom na činjenicu kako u Istarskoj županiji veliki udio noćenja ostvaruju turisti iz Italije i Slovenije, zanimljivo je kako u Općini Barban nisu među

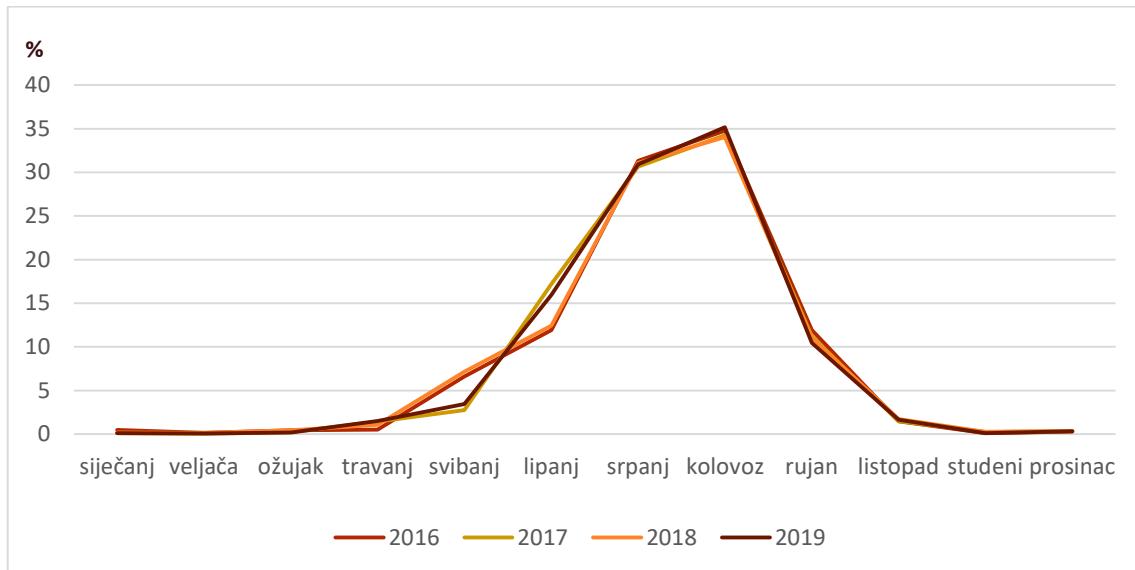
najzastupljenijim nacijama. Može se prepostaviti kako Slovenci i Talijani biraju provjerene destinacije u koje se ponovno vraćaju s obzirom da već dugi niz godina dolaze u Istru. Također, primjetno je kako ovdje posjeduju i vlastite nekretnine (kamp-kućice, vikendice) u kojima onda borave tijekom ljeta, a ostale destinacije poput Barbana posjećuju u prolazu.



Slika 11. Struktura turista po državama 2019. godine

Izvor: uredio autor prema podacima TZ Barban

Važan podatak u istraživanju turističkog prometa u nekoj destinaciji je sezonalnost i prosječno trajanje boravka. Budući da je ukupan broj dolazaka preko 12 tisuća u 2019. godini (12.206) te s obzirom na već prikazan broj noćenja, prosječno trajanje boravka je preko 8 dana. Kao i u ostatku Hrvatske, u Općini Barban prisutna je izrazita sezonalnost u turističkim dolascima i noćenjima. Kao što je vidljivo na slici 11, više od 65 % noćenja ostvareno je tijekom srpnja i kolovoza. Udio noćenja po mjesecima gotovo je identičan u posljednje 4 godine (2016. – 2019.), a jedine zamjetne fluktuacije su u svibnju i lipnju što ovisi vremenskim prilikama u predsezoni kao i o datumu proslave Uskrsa. Naime, 2016. i 2018. godine Uskrs se slavio ranije nego 2017. i 2019. godine stoga sezona počinje ranije. Tijekom rujna i lipnja ostvaruje se oko 20-25 %, a preostalih 10 % u pred i post sezoni dok se za vrijeme zime ostvaruje jedva zamjetan broj noćenja.



Slika 12. Udio broja noćenja turista u Općini Barban po mjesecima od 2016. do 2019. godine

Izvor: uredio autor prema podacima TZ Barban

Takvi rezultati negativno utječu na iskorištenost prostora, naime svi apartmani i kuće za odmor tijekom zime su neiskorišteni resurs te postoji veliki potencijal za napredak u produljenju sezone u Općini Barban s obzirom na povoljne prirodne uvjete te atrakcije neovisne o nižim temperaturama. Smještajni kapaciteti Općine Barban prikazani su u tablici 9 koja se nalazi u nastavku.

Tablica 9. Smještajni kapaciteti Općine Barban

Vrsta objekta	Kategorija objekta		Smještajni kapacitet	
	Broj zvjezdica	Ukupni broj objekata	Ukupni broj osnovnih kreveta	Ukupni broj pomoćnih kreveta
Pansion	Komfor	1	13	0
Kamp	***	1	60	0
	**	0	0	0
Objekti na OPG-u	***	1	4	2
	****	3	20	2
	/	2	14	4
Objekti u domaćinstvu	★★	4	21	3
	★★★	168	856	275
	★★★★	67	413	128
	★★★★★	4	30	8
	★★★	2	14	-
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj - apartman	★★★	1	8	-
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj - kuća za odmor	★★★	12	90	22
Nekomercijalni smještaj / Kuća, stan stanovnika	/	34	165	18
Nekomercijalni smještaj / Kuća za odmor (vikendica)	/	7	24	4

Izvor: Dokumentacija Općine Barban³⁰

2.4.2. Pješačke, biciklističke i konjičke staze

Pješačke, biciklističke i konjičke staze atraktivan su turistički proizvod, a njihovo uređenje je s obzirom na brojnost i razgranatost raznih šumskih puteva vrlo jednostavno. Zbog blagog nagiba terena, kretanje stanovnika prema poljoprivrednim i šumskim parcelama omogućeno je gustom mrežom puteva koji se danas uređuju i postaju osmišljene tematske staze. Na području Općine Barban uređeno je nekoliko pješačkih, biciklističkih te konjičkih staza.

Putem šparuga je kružna staza koja počinje i završava u naselju Prnjani. Duga je 6,2 km s visinskom razlikom od 93 metra te je predviđeno 2 sata za prolazak staze. Staza prolazi kroz šume te otvorene livade i polja odnosno šumskim putevima i makadamom i završava na

asfaltu. Na stazi se ističe punkt gdje se nalazi natpis "TITO" isписан suhozidom s kojeg se pruža pogled na naselje Barban. Težina staze je okarakterizirana kao srednja. Ime je dobila po biljci koja se bere u proljeće te je sastavni dio gastronomskog ponude.

Putem sv. Martina je također kružna staza koja počinje i završava u naselju Bičići. Duga je 14,1 km s visinskom razlikom od 111 m za čiji je prolazak predviđeno 4 do 5 sati. Staza je dobila ime po crkvici iz 14. st. koja je poznata po svojim freskama. Staza prolazi i kroz Glavani park poznat po adrenalinskim aktivnostima. Podloga je uglavnom makadam koji prolazi kroz polja i šumarke, a staza je srednje težine.

Putem mlinova je kružna staza s početkom i krajem u naselju Sutivanac. Staza je duga 8,75 km, ali s visinskom razlikom od 322 m budući da se staza spušta u dolinu rijeke Raše. Staza je dobila ime po starom mlinu Sušak uz čije ostatke prolazi. Za prolazak staze predviđeno je 2 h i 30 min te je staza također srednje težine³¹.

Putem špilja započinje kod zgrade osnovne škole u Barbanu, a završava u naselju Feštini u Općini Žminj. Staza je duga 12,5 km, a težina je okarakterizirana kao lagana. Staza prolazi kraj nekoliko špilja, zatim ostataka nekadašnjeg grada te prapovijesnih fosila, a kraj je u uređenoj špilji Feštinsko kraljevstvo.

Putem izvora je kružna staza koja vodi iz naselja Hrboki prema Raškom zaljevu pa preko naselja Puntera natrag u Hrboke. Na stazi su postavljene info table te putokazi prema izvorima i kanalima rijeke Raše.

Putem gljiva je kružna staza koja započinje i završava u naselju Draguzeti, duga je 7 km, a područje kojim prolazi bogato je jestivim gljivama.

Biciklistička staza naziva *Barban* prolazi skoro područjem cijele Općine u duljini od 33 km s visinskom razlikom od 481 m. Staza je avanturističkog tipa te je relativno zahtjevna iako je za njen prolazak predviđeno 3 sata. Kružnog je oblika s početkom i krajem u naselju Barban ima 10 km asfaltne podloge dok je ostalo makadam. Staza prolazi brežuljcima s kojih se pruža na iznimno očuvan krajobraz. Na jednom od tih brežuljaka nalazi se crkva sv. Pavla iz 14. st. Također, staza se spušta do uvale Blaz u Raškom kanalu koja je jedini izlaz Općine Barban

na more. Uvala Blaz poznata je po izvorima pitke vode uz koje su u 15. st. sagrađeni mlinovi za mljevenje žita³².

2.4.3. Ključni dionici u razvoju turizma

Ključni dionici razvoja turizma u bilo kojem prostoru su lokalna samouprava, lokalna turistička zajednica, lokalni poduzetnici koji pružaju određene turističke sadržaje te lokalno stanovništvo. Tako je općina kao institucija važna za pružanje finansijske i druge adekvatne pomoći u izgradnji i pružanju turističkih sadržaja, dok je turistička zajednica važna za promociju aktivnosti i turističkih dionika.

U razvoju turizma veliku ulogu imaju turističke atrakcije koje upotpunjaju ponudu smještaja u prostoru te stvaraju dodatne sadržaje koji privlače turiste smještene u drugim jedinicama lokalne samouprave. Prema klasifikaciji atrakcija, u Barbanu se ističu one avanturističkog turizma. *Istra Adventure* obrt je koji se bavi organizacijom programa po Istri s quadovima, buggyjima, kajacima, džipovima i sl. Obrt je poznat po organizaciji team-building programa kao i po individualnim i grupnim aranžmanima. *Glavani park* je adrenalinski park u kojem posjetitelji mogu proći ture s različitim igrama na različitim visinama, kao i pojedinačne atrakcije poput zip-linea, visoke ljljačke, ljudskog katapulta i sl. *Ranch Barba Tone* i *Liska AdventureRiding & Istra Horse Trekking* su rekreacijski centri koji nude jahaće programe kojima jahači prolaze po rutama diljem Općine Barban i okolice. Svi navedeni centri otvoreni su tijekom cijele godine te su programi prilagodljivi djeci, amaterima i profesionalcima.



Slika 13. Istra Outdoor Experience

Izvor: <https://istraoutdoorexperience.com/>³³

Istra Adventure, Glavani park te Ranch Barba Tone, Pedal Istra, konoba Vorichi, Camp Dvor, turistička agencija Travel Istra i TZ Barban okupljeni su u neformalno udruženje Istra Outdoor Experience te zajedno rade na organizaciji zajedničkih programa, a posjetitelji u višednevnim programima mogu iskušati razne aktivnosti. Glavni cilj udruživanja je produljenje sezone, a ponudom zajedničkih programa udruženje postaje atraktivnije turističkim agencijama jer su otklonjene poteškoće oko usuglašavanja programa, aktivnosti i termina. Objedinjenjem ponudom organizacije putovanja, smještaja, gastronomске ponude te dodatnih aktivnosti nudi se kompletan turistički proizvod, a partneri nastoje uključiti još članova³⁴. Navedeni dionici ključni su za razvoj turizma u Općini Barban.

U očuvanju lokalnih običaja i tradicionalnih proizvoda, u ruralnim područjima veliku ulogu imaju udruge te obiteljska poljoprivredna gospodarstva. Članovi *Kulturno-umjetničkog društva (KUD) Barban* bave se očuvanjem i promocijom folklorne baštine, svirke, plesova te čakavskog dijalekta. Tijekom godine sudjeluju na dvadesetak manifestacija diljem Hrvatske, ali i u inozemstvu³⁵. Za organizaciju *Trke na prstenac* najzaslužnije je *Društvo Trka na prstenac* koje se bavi organizacijom i promocijom ove manifestacije kao i o skrbi, uzgoju i održavanju konja te korištenju, održavanju i upravljanju objekata³⁶.



Slika 14. Kulturno-umjetničko društvo Barban

Izvor: Dokumentacija Općine Barban³⁷

Obiteljska poljoprivredna gospodarstva važna su za očuvanje tradicionalnih poljoprivrednih proizvoda te se OPG-ovi na području Općine Barban bave proizvodnjom meda, vina, maslinovog ulja, mliječnih proizvoda te raznih rukotvorina od kamena i drva.

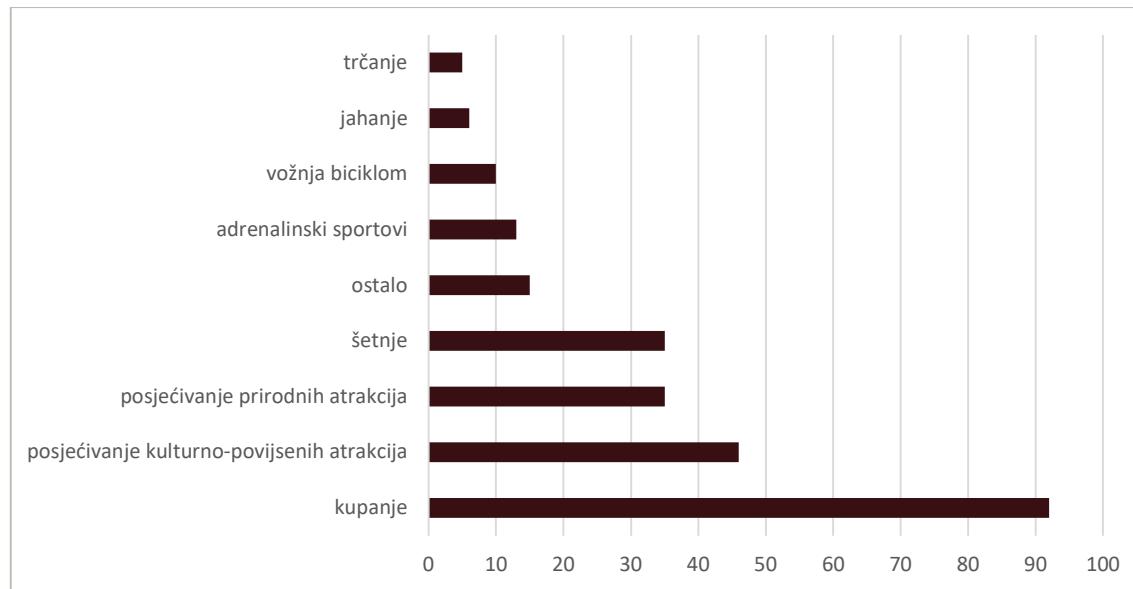
2.5. Trendovi u turizmu i navike turista

Najznačajnije tržište za Općinu Barban je turističko tržište Njemačke budući da iz iste zemlje dolazi 65 % turista. Turisti iz Njemačke za informiranje koriste Internet, gledaju kritike odnosno recenzije, a za booking i dalje uglavnom koriste računalo. Dopadljive ponude uz dobre fotografije su im izuzetno važne, a do njih dolaze putem online turističkih agencija³⁸. Glavni motiv odlaska na putovanje im je odmor, a većina želi posjetiti određenu zemlju zbog njezine kulture. Uz to, važna je blizina mora ili barem pristup bazenu (49 %) i usluge dostupne na njemačkom jeziku (40 %). Trećina cijeni kupnju regionalnih proizvoda dok trećina uživa u vožnji bicikлом po malim cesticama i okolnoj prirodi³⁹. Više su spremni potrošiti stariji turisti (rođeni do kraja 1970-ih) iako se predviđa sve veća potrošnja mlađih generacija⁴⁰. Najveći udio budžeta se potroši na smještaj kod kojeg im nije važna visoka kategorizacija, preferiraju hotele te im je važna ponuda odnosno veličina švedskog stola za doručak. Očekuju prirodnu i lokalnu

hranu, a ne egzotičnu⁴¹. Sve predmetne navike treba uzeti u obzir kod kreiranja turističkih proizvoda na lokalnom području Općine.

Istraživanje⁴² na području Općine Barban pokazalo je da prosječan profil turista ispitanika je 35-54 godina starosti, dolazi iz Njemačke, ima završenu srednju ili višu školu, putuje s obitelji i u destinaciji ostaje 14 dana te troši 25 – 50 eura dnevno. Glavni motivi dolaska turista u Barbanu su odmor i opuštanje te nova iskustva i doživljaji. Uz to važno im je i upoznavanje kulture te rekreacija i sport. Prvi put Barban je posjetilo 72 % ispitanika. Općinu Barban su odabrali zbog lokacije (48 %) i ponude smještaja (44 %). Ostali motivi im nisu toliko presudni poput prirodnih ljepota (29 %), kulture i običaja (11 %) te ponude aktivnosti (7 %).

Iz slike 15 može se vidjeti da je većina turista u Općini Barban klasičnog profila karakterističnog za našu obalu, odnosno temeljna aktivnost im je kupanje te posjećivanje prirodnih i kulturnih znamenitosti. Aktivnosti poput vožnje biciklom, adrenalinskih sportova, jahanja, trčanja zastupljene su otprilike tek kod svakog desetog turista.



Slika 15. Aktivnosti kojima se ispiti turisti bave

Izvor: Batel, 2019⁴³

2.6. SWOT analiza

SNAGE	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"> • Iznimno očuvan prirodni krajobraz • Povoljan turističkogeografski položaj 	<ul style="list-style-type: none"> • Nepovezanost privatnih iznajmljivača • Izražena sezonalnost 
<ul style="list-style-type: none"> • Klimatske karakteristike pogodne za produljenje turističke sezone 	<ul style="list-style-type: none"> • Ograničena finansijska sredstva proračuna Općine za investicijska i druga ulaganja 
<ul style="list-style-type: none"> • Bogatstvo kulturne baštine • Prepoznatljivost manifestacije Trka na prstenac 	<ul style="list-style-type: none"> • Ograničen ljudski kapacitet za potrebe razvoja turizma (broj osoba) u Općini • Neprepoznatljivost destinacije • Nedovoljna ulaganja u promociju 
<ul style="list-style-type: none"> • Postojeće uređene staze • Atrakcije avanturističkog turizma i poduzetnička inicijativa te povezanost dionika u avanturističkom turizmu • Značajan broj smještajnih objekata i ležajeva 	<ul style="list-style-type: none"> • Nedostatak agroturizama i druge ugostiteljske ponude • Nepovoljno demografsko stanje 
<ul style="list-style-type: none"> • Značajan porast broja noćenja u posljednjih 10 godina 	<ul style="list-style-type: none"> • Slaba obrazovna struktura stanovništva 

<ul style="list-style-type: none"> Sigurnost kao sve važniji čimbenik u odabiru destinacije 	
<p style="text-align: center;">PRIЛИКЕ</p> <ul style="list-style-type: none"> Bespovratna sredstva fondova EU  Razvoj koridora zelenih staza kroz prirodne i kulturne znamenitosti u suradnji s drugim općinama i županijom  Tržišni trendovi – porast interesa turista za turizmom doživljaja i porast važnosti sigurnosti Daljnji porast važnosti internetskog oglašavanja i njegova dostupnost krajnjim korisnicima Porast cijena nekretnina i zemljišta može pozitivno utjecati na ekonomsku moć lokalnog stanovništva Korištenje mjera aktivne politike zapošljavanja 	<p style="text-align: center;">PRIЈЕТЊЕ</p> <ul style="list-style-type: none"> Ekomska kriza: manja kupovna moć turista  Brža prilagodba konkurenčije novim trendovima na turističkom tržištu Porast cijene građevinskih radova što povećava ulaganja i smanjuje profitabilnost projekata u turizmu  Potencijalno nedovoljna suradnja susjednih općina i gradova zbog pojedinačnih interesa

Izvor: slike preuzete sa stranice Pixabay.com⁴⁴

2.7. Istraživanje o potrebama, interesima i izazovima ključnih dionika u razvoju turizma na području Općine Barban

Istraživanje je sadržavalo 2 anketna upitnika i 1 fokus grupu. Prvim upitnikom i fokus grupom obuhvaćeni su privatni iznajmljivači te ostali lokalni poduzetnici u turizmu poput ugostitelja ili pružatelja ostalih usluga. Drugim upitnikom ispitana su poljoprivredna gospodarstva.

Prije fokus grupe različitim dionicima u turizmu poslani su upitnici o ključnim razvojnim pitanjima u budućnosti. Pristigla su 24 ispunjena upitnika. Ispitani dionici potencijal vide u razvoju lovnog, konjičkog, avanturističkog, eno-gastronomskog, ciklo i eko turizma s posebnim naglaskom na cikloturizam te konjički i avanturistički turizam. Kao temeljni sadržaj na području Općine izdvojili su se Istra adventure, Glavani park i Ranch Barba Tone. Problem je identificiran s promocijom odnosno u tome što Općina nije dovoljno prepoznatljiva. Prednost je što postoje privatne inicijative ponude sadržaja, zadovoljavajuća je ponuda smještaja te broj turista u Općini, a ističe se i očuvano zelenilo uz mirno okruženje. Većina ispitanika smatra da turizam povoljno utječe na razvoj Općine odnosno da nema nepovoljnih utjecaja na kvalitetu života. Najveću korist vide u povećanju prihoda, poboljšanju infrastrukture, poboljšanju kvalitete života te zadržavanju stanovništva. Treba uzeti u obzir da su ispitanici ključni dionici u turizmu, a ne cjelokupna slika lokalnog stanovništva. Većina ispitanika smatra da treba zadržati postojeći broj smještajnih kapaciteta uz povećanje kvalitete usluge. Unatoč tome, smatraju da će u budućnosti uz povećanje kvalitete ipak doći do povećanja smještajnih kapaciteta privatnih iznajmljivača. Agencijska i internetska prodaja su ključni kanali prodaje. Buduće poboljšanje vide kroz promociju, povećanje kvalitete ponude, stvaranje specifičnih proizvoda i umrežavanje.

Dionici smatraju kako neće biti značajnijih ulaganja u sektoru turizma iduće tri godine, a o mogućnostima korištenja EU fondova kažu da nisu dovoljno upoznati te da se nedovoljno koriste. Od turističke zajednice dionici očekuju više promotivnih aktivnosti, sudjelovanje na sajmovima, organizaciju manifestacija te jasnu strategiju budućeg razvoja. Smatraju da je Općina prepoznatljiva po Trci na prstenac te adrenalinskom i konjičkom turizmu. Za budući razvoj turizma kao najvažnije elemente odabrali su očuvanu prirodu, gostoljubivost stanovnika te inovativne odnosno digitalne sadržaje. Temeljni korak u povećanju prihoda je proširiti i oplemeniti lokalnu ponudu čime bi se povećala potrošnja turista na lokalnom području.

Prijedlozi koji su se istaknuli su promocija Barbana kao adrenalinske prijestolnice Hrvatske, uređenje uvale Blaz te uređenje pješačkih i biciklističkih staza.

Kroz argumentiranu i kreativnu raspravu unutar fokus grupe došlo se do određenih zaključaka o razvojnim potrebama i izazovima na lokalnom području. Prvi izazov odnosi se na predviđeno povećanje smještajnih kapaciteta u vidu gradnje kuća za odmor i apartmana, s obzirom da je namjera izbjegći masovni turizam i zadržati izvorni način života. Isto se odnosi i na problematiku zelenog gospodarstva s obzirom da je namjera poticati investitore na „zelenu“ gradnju koja će biti izraz afirmacije tradicijskih elemenata u prostoru. Dugoročni cilj je razviti cijelogodišnji turizam koji se oslanja na unaprjeđenje turističke ponude u smislu umrežavanja i objedinjavanja ponude većine lokalnih dionika u turizmu. Istra Adventure je samoinicijativno razvio određenu prepoznatljivost Općine Barban kao mjesta avanturističkog turizma čemu svjedoči i promocija ponude istog na agencijskim stranicama privatnih iznajmljivača. Razvoj ponude predviđa umrežavanje lokalnih poduzetnika, privatnih iznajmljivača, lokalne turističke agencije, lokalnih poljoprivrednika koji će osigurati domaće proizvode, lokalnih restorana s tradicionalnom gastro ponudom te njihova zajednička promocija. Općina u tom smislu ima ulogu da iskomunicira važnost edukacija i umrežavanja s ciljem zajedničke promocije destinacije te da daje logističku pomoć u navedenom procesu osvješćivanja dionika o presudnim elementima za razvoj turizma na području Općine. U slučaju privatnih iznajmljivača javlja se problem nezainteresiranosti za suradnju s obzirom na činjenicu da se turizmom bave kao sekundarnom djelatnošću te nisu zainteresirani za aktivno sudjelovanje u radu Turističkog vijeća ili za suradnju s ostalim dionicima u turizmu Općine. Problematika vezana uz oskudnu gastronomsku ponudu nadovezuje se na oskudnu proizvodnju lokalnih OPG-ova budući da lokalni restorani zasad ne uspijevaju pronaći interes kod lokalnih OPG-ova za proizvodnjom većih količina domaćih proizvoda iako postoji potreba i volja za otkupom istih. Količine koje proizvedu lokalni OPG-ovi brzo se prodaju te isti nisu kapacitirani za proizvodnju koja će pratiti lokalnu potražnju, koja je trenutno veća od postojeće mogućnosti isporuke. Lokalni afirmirani restorani i konobe svoje sirovine nabavljaju van Općine što se može promijeniti povezivanjem OPG-ova i ostalih dionika u turizmu te povećanjem njihove proizvodnje. Na taj će način OPG-ovi sebi osigurati dugoročne dodatne kanale prodaje što će povećati prihode istih te isplativost poslovanja kao i motivaciju za njegovim širenjem.

Vizija razvoja turizma Općine Barban jest turizam autohtone specifične turističke ponude uz očuvanje prirode i trenutnog načina života povećanjem kvalitete već prepoznatljive ponude avanturističkog turizma, revitalizaciju kulturne baštine, izgradnju biciklističkog parka u sklopu Glavani parka (investitor je u početnoj fazi realizacije projekta). Realizacija projekata uređenja staza Puntera-Kanal-Raša i Blaz-Kanal-Raša, odobrenih za financiranje kroz Mjeru 8 "Ulaganja u razvoj šumskih područja i poboljšanje održivosti šuma" doprinijet će razvoju prirodne baštine u funkciji razvoja turizma Općine.

Trenutno na području Općine djeluje Turistička zajednica Općine Barban, međutim planirano je udruživanje iste s Turističkom zajednicom središnje Istre u prvoj fazi provedbe Strategije. Jedan od prepoznatih prijedloga i mogućih razvojnih smjerova je osmisliti alternativne marketinške strategije za povećanje turističke prepoznatljivosti lokalnog područja. Predloženo je korištenje vanjske marketinške agencije koja će dizajnirati visoko funkcionalnu promotivnu web stranicu optimiziranu na mobilnim uređajima s objedinjenom ponudom Općine i poveznicama na preostale relevantne sadržaje, primjerice, promotivne stranice okolnih općina.

Poseban naglasak stavljen je i na lokalne poljoprivrednike odnosno sinergiju poljoprivrede i turizma stoga su poslani upitnici svim poljoprivrednim gospodarstvima s područja Općine. Pristiglo je 29 popunjениh upitnika. Najviše ispitanika uzgaja masline odnosno proizvodi maslinovo ulje (11), zatim vinovu lozu odnosno grožđe i vino (6) te povrće (4). Uzgoj je raznolik, puno proizvođača se bavi uzgojem različitih kultura ili životinja u malim količinama, između ostalog, poljoprivredna gospodarstva se još bave voćem, aromatičnim biljem, medom, žitaricama, ali i konjogojstvom, kozjim mlijekom, pilećim mesom, jajima, svinjama, sijenom, djetelinom i ostalom hranom za životinje. Svoje proizvode okvirno prodaje $\frac{1}{4}$ ispitanika i to uglavnom na kućnom pragu dok ostalih $\frac{3}{4}$ ispitanika kao glavni razlog što ne prodaje svoje proizvode navodi nedovoljne količine (40 %) ili ne znaju kako ih prodati (20 %).

Većina poljoprivrednih gospodarstava se želi povezati s turizmom (60 %), prvenstveno s privatnim iznajmljivačima, ali i ugostiteljima. Značajan je interes i za proširenjem poslovanja poljoprivrednog gospodarstva u smjeru turizma (65 %) gdje je najviše subjekata zainteresirano za smještajne kapacitete, ali i kušaonice, agroturizme te održavanje prezentacija i radionica

primjerice o samoniklom i aromatičnom bilju. Postoji i interes za zdravstvenim turizmom te aromaterapijom.

Lokalni poljoprivrednici su kroz upitnik iznijeli i cijeli niz prijedloga kako povezati poljoprivredu i turizam:

- ponuda lokalnih proizvoda u lokalnim trgovinama
- edukacija ključnih dionika
- razgledavanje i fotografiranje sa životinjama
- povezivanje poljoprivrednih proizvođača međusobno i s TZ-om
- zaštita prostora – očuvanje istog
- uređivanje turističkih punktov
- postavljanje info ploča
- izgradnja agroturizama – premalo prikladnih i kvalitetnih konoba
- povezivanje s ugostiteljskim objektima
- kreiranje paket aranžmana za turiste (npr. smještaj, domaći proizvodi, jahanje)
- promocija OPG-ova
- otvaranje vrata OPG-ova – približavanje turistima i lokalnom stanovništvu
- povećanje smještajnih kapaciteta na OPG-ovima
- organizacija sajmova, manifestacija, radionica
- izgradnja i pružanje usluga kušaonica
- obilazak vinograda i maslinika – sudjelovanje u branju ili obradi
- sufinanciranje izgradnje smještajnih kapaciteta i kuća za odmor
- eno-gastro promocije
- izleti u šumama s vodičima
- organizacija male tržnice OPG-ova ispred bivše zgrade TZ Barban

2.8. Potencijali razvoja turizma u Općini Barban

Na temelju provedene analize „iskristalizirali“ su se potencijali razvoja turizma u Općini Barban koji su nit vodilja u kreiranju razvojnih mjera. Razvidno je da Općina Barban i dalje primarno ovisi o ljetnoj sezoni i turistima koje privlači standardna tzv. *sunce i more* ponuda. Budući da Općina Barban nema značajniji dio obale izuzev uvale Blaz, većina turista uglavnom posjećuje okolne destinacije (uglavnom plaže). Ono što Općina Barban nudi je smještaj na dobroj lokaciji blizu mjesta koje turisti žele posjetiti budući da se proteklih godina izgradio značajan broj kuća za odmor.

Na području Općine Barban razvija se ponuda avanturističkog turizma, točnije već postoji mogućnost vožnje quadovima, buggyima, kajacima, zatim jahanje te adrenalinski park. Uz isto, područje Općine Barban je očuvalo prirodni krajobraz kroz kojeg prolaze brojne cestice i staze. Stoga je i razvoj cikloturizma te pješačkih tura značajan za ovo područje. Općenito postoji izrazit potencijal razvoja aktivnog odmora na otvorenom. Upitno je hoće li navedene aktivnosti biti prepoznate kao temeljna snaga turizma Općine Barban odnosno privlačni faktor ili će biti samo dodatni sadržaj tj. dopunska aktivnost kada turist posjeti područje Općine Barban.

Jedino područje uz obalu koje pripada granicama Općine Barban je uvala Blaz čiji je potencijal još uvijek nedovoljno iskorišten. Potrebno je izraditi plan turističke valorizacije istog područja. Upitno je može li kao kupališna plaža konkurirati obližnjim uvalama, stoga se treba razmisliti o drugačijem tipu valorizacije predmetnog dijela obale. Na istom području nalaze se i prirodni izvori te stari mlinovi što daje dodatnu vrijednost prostoru. Važno je očuvati prirodnost tog područja i dozu mističnosti, no ovo područje mora dobiti svoju funkciju. Moguća je dodatna valorizacija već postojećih aktivnosti na tom prostoru kao što je kupanje s konjima, promocija uvale kao plaže za pse, uređenje punktova za roštiljanje s protupožarnom zaštitom, krajobrazno uređenje šetnice uz izvore i mlinove s info pločama itd. Na području Općine Barban postoji još velik broj prirodnih ljepota poput špilja, lokvi i vidikovaca odakle se pruža atraktivan pogled. Primjerice atraktivan je ulaz u Vicinu špilju koja se i koristi za konjičke ture, no potrebno je poraditi na dodatnoj signalizaciji za takve atrakcije. Već postoje projekti poput staza putem izvora, putem špilja, putem šparuga, no isti su zastarjeli te je nužno njihovo osuvremenjivanje kroz *gps* trasiranje, online dostupnost i signalizaciju na terenu.

Pojedine kulturne znamenitosti odnosno nematerijalna i materijalna baština Općine Barban je poznata uskom krugu ljudi (osim Trke na prstenac) te je upitno i koliko su lokalni stanovnici upoznati sa svojom baštinom. Prvi korak valorizacije baštine su edukacije za lokalno stanovništvo primjerice privatne iznajmljivače, ostale dionike u turizmu ali i dugoročno za učenike u školama. Daljnji korak je razvoj zanimljivih priča i povezivanje sadržaja odnosno *storytelling*. Upravo kultura može uz ugodnu klimu biti jedan od najvažnijih čimbenika za privlačenje ciljane skupine starijih turista (umirovljenika) na višemjesečni boravak na području Općine. Dakle, postoji mogućnost razvoja ponude za umirovljenike iz razvijenih zemalja srednje i zapadne Europe koji bi došli zbog povoljnije klime i prihvatljivih finansijskih uvjeta boraviti veći dio godine u Općini Barban. Istima je potrebno prilagoditi i ponuditi dodatne

sadržaje i usluge kao što su pojedina kulturna događanja i aktivnosti, zajednička druženja s lokalnim stanovnicima u određenim (zatvorenim) prostorima, usluge stomatologa, frizera i druge usluge njegove. Povezivanjem s turističkim agencijama i razmjenom informacija te uspostavljanjem dugoročne suradnje moguće je ostvariti značajan napredak u popunjavanju lokalnih smještajnih kapaciteta i povećanju prihoda kod lokalnih uslužnih obrta sa istom ciljanom skupinom u razdoblju izvan ljetnih mjeseci.

Trka na prstenac kao središnja manifestacija Općine i novouređeni Centar za posjetitelje Barban resursi su koji se moraju maksimalno iskoristiti, no treba biti svjestan ograničenih mogućnosti dalnjeg razvoja isključivo u tom smjeru. Trka na prstenac će zasigurno ostati najveća tradicionalna i kulturna vrijednost Barbana i vjerojatno će pretposljednji vikend u kolovozu biti razdoblje tijekom svake godine kada će Barban biti dobro medijski zastupljen na lokalnoj pa i nacionalnoj razini. Isto je potrebno iskoristiti za promociju drugih turistički atraktivnih sadržaja.

Isto tako, Centar sa svojim kapacitetima treba u većoj mjeri umrežiti s ostalim dionicima kao mjestom za kreativne sastanke i promišljanja te podjelu informacija turistima o gotovo svim turistički atraktivnim sadržajima na području Općine. Centar može biti „orientiran“ i prema školskim grupama kroz koje će se dugoročno najbolje prenositi tradicija Trke na prstenac. No, teško je za očekivati da Trka kao događaj može postati zaštitni znak Općine zbog kojeg bi turisti (prvenstveno) dolazili na odmor u Općinu Barban i zadržavali se više dana. Procjena je da će na odluku više utjecati cjelokupna tradicija i kulturna baština te Trka kao neizostavni dio istih.

Na području ciljanih i lokalnom području sklonih tržišta Njemačke i Austrije postoji razvijena kultura jahanja. Velik dio stanovnika istih zemalja kao potencijalnih turista ima izražen interes za sportskim ili rekreativnim jahanjem.⁵

⁵ Konjički sektor u EU ostvaruje godišnji prihod od oko 100 milijardi eura, a pozitivni učinci su mnogostruki - gospodarski, ekološki, zdravstveni.

Bitni dodatni motivi dolaska turista sa interesom za aktivnostima jahanja su mogućnost upoznavanja lokalne kulture, tradicije „življjenja“, lokalne gastronomije i prirodnih ljepota. Predmetni turisti traže doživljajno iskustvo i aktivan odmor. Sigurnost na ciljanom odredištu im je iznimno važna. S obzirom na sve navedeno Općina Barban već sada ima dobru podlogu za razvoj konjičkog turizma.

Moguća prilika za razvoj lokalnog konjičkog turizma je da niti jedna europska zemlja još uvijek nije razvila brend zemlje konjičkog turizma niti je kao takva prepoznata. Postoji mogućnost brendiranja i pozicioniranja Općine Barban kao atraktivnog nacionalnog pa i europskog odredišta konjičkog turizma uz ograničena ulaganja u promotivne aktivnosti.

Razvoj ugostiteljske ponude također se ne smije zanemariti kao niti povezivanje ugostiteljskih objekata s lokalnim obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima budući da suvremeni turist očekuje lokalne, autentične i svježe namirnice. Potrebno je potaknuti povećanje proizvodnje lokalnih poljoprivrednika budući da postoji realna i dugoročna potražnja za istima od strane lokalnih restorana i konoba. Sinergija poljoprivrede i turizma doprinijet će razvoju oba sektora. Uz poljoprivredu, može se iskoristiti potencijal šuma prvenstveno kroz lov i lovni turizam te poučne staze vezane za pojedine šumske zajednice.

U prvoj fazi važno je iskoristiti postojeći potencijal turista koji već dolaze u Općinu Barban prvenstveno zbog "sunce i more" ponude. Na području Općine Barban naglasak treba staviti na komunikaciju s privatnim iznajmljivačima koji su najveći dionik koji trenutno nije dovoljno aktivan odnosno povezan. Potrebno je intenzivnom promocijom na terenu u susjednim općinama i u poznatim obalnim destinacijama istaknuti ponudu i aktivnosti u Općini Barban. Budući da većina turista već dolazi sa isplaniranim aktivnostima potrebno je nametnuti se kroz online promociju na ciljanim tržištima i prije samog dolaska turista.

Razvojem selektivnih oblika turizma potrebno je privlačiti turiste koji primarno dolaze zbog sadržaja i ponude „novih doživljaja“ koji se nude u Općini i koji nisu „klasični“ turisti koji traže ponudu "sunca i mora". Uz kontinuiranu prvenstveno digitalnu promociju na ciljanim tržištima tradicionalno sklonim Općini Barban moguće je razviti trajnu povezanost s područjem Općine kao „drugim domom“ ili mjestom „stalne relaksacije“ gdje dolazak tijekom cijele godine postaje dugogodišnja navika. Promocija vrijednosti tradicije i ponuda avanturističkog (adrenalinskog) turizma trebala bi doprinijeti ostvarenju istih ciljeva.



3. Strateški razvojni okvir

Općina Barban, uz blizinu (u svjetskim okvirima) glavnih emitivnih turističkih tržišta Njemačke i Austrije (73% svih noćenja na području Općine u 2019. godini), zauzima geografski povoljan prostor između komercijaliziranog obalnog pojasa i netaknute autentične unutrašnjosti Istre. Ruralni ambijent Općine osim klasične ponude „sunca i mora“ te kuća za odmor nudi specifičan doživljaj tradicije i adrenalina. Općina je već dijelom prepoznata po svojoj tradiciji (prvenstveno zahvaljujući Trki na prstenac) ali u posljednje vrijeme i po avanturističkom (adrenalinskom) turizmu koji je nastao kao rezultat poduzetničke inicijative na lokalnom području. S obzirom na isto postoje osnove za stvaranje dugoročnih komparativnih prednosti na ciljanim turističkim tržištima koja su povjesno sklona Općini Barban. Kako bi se navedene prednosti, prvenstveno finansijski, valorizirale tijekom provedbe Strategije potrebno je nastaviti dosadašnje uspješne aktivnosti umrežavanja između pojedinih dionika u lokalnom turizmu, proširiti istu suradnju i umreženost s većim brojem istih, povećati intenzitet zajedničkih aktivnosti s Općinom Barban te nadležnom Turističkom zajednicom. Potrebno je osvijestiti zajedničke vrijednosti lokalnog područja, ciljano promovirati i bendlirati isto uz pojedinačni doprinos što je moguće većeg broja dionika u lokalnom turizmu.

Temelji razvoja turizma Općine Barban su kulturni i prirodni resursi, tradicija i adrenalin, te je iste potrebno iskoristiti bez narušavanja prirodnog okruženja i autentičnosti lokalnih naselja. U fokusu pripreme i provedbe predmetne Strategije je lokalno stanovništvo, njegove potrebe i interesi. Lokalnim poduzetnicima kao nositeljima razvoja Općine potrebno je ukazati na mogućnosti nadogradnje postojećih proizvoda i usluga s ciljem daljnog obogaćivanja turističke ponude i povećanja prihoda. Finansijska održivost odnosi se na razvoj projekata za koje će se moći naplaćivati ulaznica (kulturni programi, tematske ture, manifestacije, i sl.) s ciljem prenamjene sredstava u daljnji razvoj turističke infrastrukture, posebice one koja se odnosi na nadogradnju tradicijskim elementima.

Smanjenje sezonalnosti razvojem cjelogodišnjeg turizma omogućit će veće prihode lokalnim dionicima što će generirati brži razvoj turističke ponude koja nije nužno vezana za smještaj. Važno je da privatni iznajmljivači prepoznaju važnost umrežavanja s ostalim dionicima u lokalnom turizmu s ciljem ostvarenja zajedničkih dugoročnih finansijskih koristi na lokalnom području.

Jedna od bitnih zadaća u planiranom razdoblju provedbe Strategije je unapređenje promotivnih aktivnosti i usmjereno brenđiranje Općine u suradnji s relevantnim institucijama (Turistička zajednica) i lokalnim dionicima u turizmu što će doprinijeti povećanju popunjenošći smještajnih kapaciteta te povećanju prihoda dionika, posebno u razdoblju izvan ljetnih mjeseci. U promociji treba iskoristiti navedene komparativne prednosti Općine kao i činjenicu da ista još uvijek nije turistički „eksploatirana“ stoga se može postići učinak iznenađenja, ostvariti doživljaj avanture i izvornosti, adrenalina i tradicije. Na isti način pruža se prilika da se lokalna turistička ponuda i sadržaji spoje s najnovijim trendovima u razvoju turističke potražnje, a koja se odnosi na potražnju za novim doživljajima i iskustvima autentičnog načina života i tradicije u sinergiji s avanturom.

Razvoj ljudskih resursa ključan je čimbenik u dalnjem međusektorskому razvoju Općine. Organizacija edukacija postaje temeljni alat za maksimalno iskorištavanje potencijala lokalnog stanovništva. Pored savladavanja osnova materinjih jezika emitivnih tržišta, nužno je uključiti zajednicu u digitalno opismenjavanje i upoznavanje s novim tehnologijama s krajnjim ciljem prosperiteta i povećanja prihoda. Razvoj lokalne gastronomije treba se osloniti na nabavu sirovine od lokalnih poljoprivrednika te marketinški pristup prezentaciji jela na način da turist konzumaciju doživi kao nezaboravan doživljaj. Nadalje, potrebno je educirati vodiče za biciklističke i pješačke ture te puteve ostalih znamenitosti. Privatne iznajmljivače moguće je educirati kako da povećaju vlastite prihode i vrijeme popunjenošći kroz primjericu ekološko certificiranje ili specijaliziranu ponudu za bicikliste i sl. Mlađe naraštaje odnosno učenike i studente moguće je uključiti u sukreiranje turističke ponude i stvaranje sadržaja kroz natječaje Općine (s pripadajućim nagradama) u osmišljavanju sadržaja poput „što njihovo mjesto može ponuditi ljeti, a što zimi“. Navedeni sadržaji mogu se koristiti za promociju putem mrežne stranice Turističke zajednice središnje Istre. Namjera je da na predmetnim mrežnim stranicama bude postavljeno što je moguće više zanimljivog sadržaja o turističkim atrakcijama, sadržajima i ponudi na području Općine Barban.

Ruralne destinacije koje njeguju tradicionalan način života i rada predstavljaju potencijalno atraktivna turistička odredišta posebno u trendu doživljajnog turizma. Općina Barban ima mogućnost dalnjim ulaganjima u promociju lokalne tradicije i poticanjem sinergije s avanturističkim turizmom doprinijeti ostvarenju dva osnovna cilja: povećanju prihoda lokalnog turističkog sektora te stvaranju inovativnih i održivih turističkih proizvoda.

Iz navedenog se može zaključiti da je bitan cjelovit i zajednički pristup turizmu, a razvoj turističke ponude trebao bi se oslanjati na umrežavanje lokalnih dionika u turizmu koji će objediniti svoje pojedinačne ponude što je jedan od najučinkovitijih načina za višu konkurentnost odnosno privlačenje novih turista (prije svega tzv. „milenijalaca“ i „skrinšotera“ koji će u razdoblju od pet godina činiti 50% europske turističke potražnje). Promotivne aktivnosti velikim dijelom podrazumijevaju zajedničko predstavljanje ponude na stranicama turističke zajednice te udruženja lokalnih poduzetnika, iznajmljivača te OPG-ova.

Gospodarska aktivnost jedan je od ključnih čimbenika zadržavanja lokalnog stanovništva, stvaranja inovacija i privlačenja novih investicija. Poduzetnički način razmišljanja te stvaranje dodane vrijednosti temelj su uspješnosti provedbe svake strategije. Cilj je da lokalno stanovništvo prepozna turizam kao mogući izravni ili posredni izvor povećanja vlastitih prihoda na lokalnom području. Koristeći uz uslugu smještaja i popratne usluge ostalog stanovništva i poslovnih subjekata (ugostiteljski objekti, OPG-ovi, suvenirnica, trgovine, lokalni turistički vodiči i agencije) turisti svojom potrošnjom povećavaju prihode istih. U drugom „valu“ isti lokalni poslovni subjekti i stanovnici troše povećane prihode. Ukoliko ih smisleno i ciljano troše ponovno na lokalnom području povećava se broj lokalnih ekonomskih transakcija te prihodi značajnog broja stanovnika kontinuirano rastu. Posljedično raste kupovna moć lokalnog stanovništva čime i veći broj lokalnih poduzetničkih pothvata može uspjeti, a povećava se i sposobnost novih ulaganja, koja s vremenom donose dodatne nove prihode.

Praćenje najnovijih trendova u turizmu od strane lokalne turističke agencije te upoznavanje postojećih i potencijalnih lokalnih iznajmljivača smještaja, ostalih dionika u turizmu pa i cjelokupnog lokalnog stanovništva s istim trendovima trebalo bi povećati raznovrsnost sadržaja namijenjenih turistima na lokalnom području. Isto će doprinijeti bržem i kvalitetnijem odgovoru na zahtjeve turista i „osjetljivosti“ na njihove potrebe i interese. Osvijestit će se te u većoj mjeri iskoristiti lokalni potencijali za povećanje prihoda u turizmu (npr. usluga upoznavanja turista s lokalnim obiteljima i njihovim načinom života kao i povijesti obitelji na lokalnom području). Sve navedeno potrebno je kontinuirano promišljati i kreativno osmislitи kroz zajedničke sastanke lokalnih dionika u turizmu i redovite edukacije.

Ključno je da manifestacije na lokalnom području objedinjuju sve turističke potencijale od autentične gastronomске ponude, kulturnih sadržaja, inovativnih kreativnih aktivnosti do

proizvoda lokalnih OPG- ova koji će se na taj način imati priliku prezentirati velikom broju posjetitelja što predstavlja početnu fazu sinergije poljoprivrede sa sektorom turizma. Inovativnost i održivost u osmišljavanju programa unutar okvira zajedničkog brenda su ključni elementi s obzirom na najnovije trendove u turizmu te europskom gospodarstvu.

Trajnu konkurentsку prednost i razlikovni element Općina Barban će ostvariti sustavnim planiranjem te kontinuiranom realizacijom poboljšanja. Polazeći od osnovnih ciljeva Strategije, povećanja prihoda lokalnog stanovništva kroz turizam te osmišljavanje inovativnih održivih turističkih sadržaja koji će predstavljati dugoročni aspekt napretka, dolazi se do ostvarenja više kvalitete života lokalnog stanovništva s obzirom na činjenicu da cijelokupna zajednica ima višestruke koristi od razvoja turizma. Razvoj turizma oslanjat će se prvenstveno na organizaciju dodatnih sadržaja izvan ljetnih mjeseci, povećanje kvalitete trenutnih smještajnih kapaciteta (naglasak na više kategorizacije 4* i 5*), povećanje kvalitete popratnih turističkih sadržaja te na međusobno udruživanje zainteresiranih dionika u lokalnom turizmu. Razvoj turizma imat će pozitivan učinak na socijalne i ekonomski aspekte života lokalnog stanovništva, odnosno socijalnu koheziju.

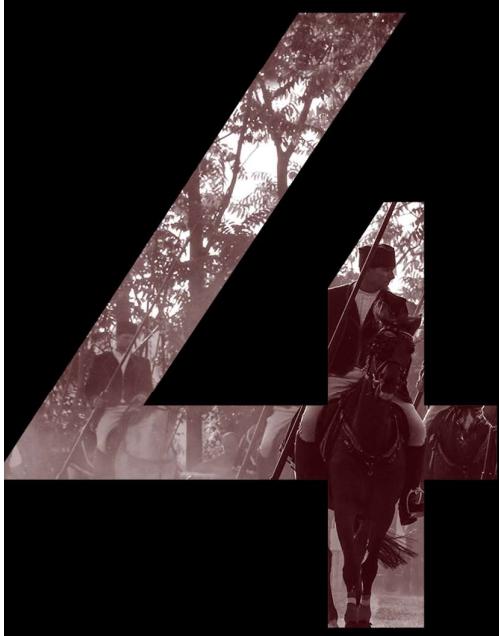
Uređenje biciklističkih i pješačkih staza ima dvostruki pozitivan učinak u smislu da se prostor održava estetski i funkcionalno, a namjena je ponuditi turistima sadržaj koji nije nužno vezan uz ljetne mjesecce. Naglasak je na smanjenju sezonalnosti međusektorskim pristupom turizmu, odnosno stvaranjem sinergijskih lanaca između turizma, kulture, poljoprivrede. Navedeno je važno ako osim ekonomskog aspekta sagledamo važnost životnog standarda lokalne zajednice te dugoročne ciljeve u vidu smanjenja depopulacije ruralnih prostora. Život u ruralnim sredinama često zna biti otežan zbog zanemarenosti u odnosu na urbane sredine, stoga je važno dobrobiti bavljenja turizmom pretoći u zajedničke interese, a oni se prvenstveno odnose na zadovoljstvo lokalnih stanovnika životom u mjestu prebivališta.

Stvaranje poduzetničke atmosfere, organizacija edukacija na temu poduzetničkih vještina te aktivnosti koje će potaknuti posebice mlade na ostvarenje vlastitih poslovnih ideja unutar Općine je krucijalno za sveukupni razvoj turističkih sadržaja te društveni razvoj lokalne zajednice. Asortiman usluga na raspolaganju turistima trebao bi biti širi te „nadohvati ruke“ što će biti presudno da isti svoju planiranu potrošnju za vrijeme boravka realiziraju unutar Općine, a ne u obližnjim većim turističkim centrima.

Jedna od razvojnih smjernica je ostvarenje sinergije poljoprivrede i turizma što daje dodatni zamah razvoju u smislu sve veće potražnje i interesa za lokalnim, autohtonim, autentičnim, domaćim proizvodima. Iz navedenog se da zaključiti da su i poljoprivrednici nezaobilazan aspekt razvoja te da njihova proizvodnja može biti dodana vrijednost turizmu u Općini.

Biti u korak s turističkim trendovima ujedno znači upoznati potrebe i interesu suvremenog turista, ono što ga motivira u odabiru destinacije. Najprikladniji pristup promociji turizma za područje Općine Barban je zadovoljenje trenutnih imperativa određenih niša posebno na tržištima povjesno sklonim Općini a u skladu s lokalnim komparativnim prednostima.

Razvoj lokalnog turizma ne može se osloniti isključivo na lokalnu javnu vlast koja nije dovoljno kapacitirana da uz svoje tekuće aktivnosti uspijeva pokrenuti sve aspekte važne za pokretanje procesa razvoja lokalnog turizma. Pokretači bi trebali biti prvenstveno lokalni dionici u turizmu koji će udruživanjem i kontinuiranim zajedničkim radom aktivno sudjelovati u osmišljavanju i razvoju novih usluga i sadržaja. Općina treba poticati zajednički rad istih te u njemu aktivno sudjelovati, organizirati stručne te edukacije u svezi razvoja poduzetničkih vještina. Umrežavanje podrazumijeva da kroz određeno vrijeme privatni iznajmljivači smještaja uspostave suradnju s drugim lokalnim poduzetnicima, poljoprivrednicima te ostalim protagonistima turizma kako bi se stvorila cjelovita turistička ponuda koja će se tako i promovirati te shodno tome stvarati imidž destinacije i bolje konkurirati na tržištu. Isto tako, poznata je „tromost“ hrvatskog zakonodavnog sustava kada je riječ o investicijama što se reflektira i na razvoj turizma. Stoga je važno da Općina nastavi posredovati između nacionalne i lokalne razine kako bi se zajednički pronašlo rješenje za pojedine prepreke u realizaciji projekata u koje lokalni investitori žele i mogu investirati, ali im pravne ili slične prepreke to onemogućuju.



4. Strategija razvoja turizma

4.1. Misija, vizija, ciljevi

Misija

Razvoj turizma Općine Barban prepušta se u velikoj mjeri lokalnim poduzetnicima i njihovoj poduzetničkoj inicijativi. Općina usklađuje razvojne smjernice u aktivnoj komunikaciji sa svim dionicima, a temeljni zadatak Općine su infrastrukturni projekti koji služe kao prepostavka dalnjem razvoju lokalnog turizma. Kroz turističku zajednicu dogovara se promocija i plan brendiranja destinacije. Bespovratna sredstva iz EU fondova s naglaskom na zeleno i digitalno gospodarstvo snažno doprinose realizaciji investicija u lokalnom turizmu.

Vizija

Općina Barban postaje središnje mjesto za avanturistički turizam u Istri te jedno od najpoznatijih takvih odredišta u Hrvatskoj. Općina aktivno brine o svojoj tradiciji i kulturi, kontinuirano promovira iste vrijednosti na ciljanim turističkim tržištima. Krajobraz ostaje autentičan s brojnim pješačkim, biciklističkim i „konjičkim“ stazama. Broj smještajnih kapaciteta umjereni raste, a kuće za odmor, apartmani, sobe i kamp podižu kvalitetu svoje usluge te zadržavaju elemente lokalne tradicije. Turisti dolaze cijele godine s obzirom na ponudu avanturističkog i drugih vidova lokalnog turizma koji su svojstveni pred i post sezoni, a zbog povoljne klime i očuvane tradicije naglasak se stavlja i na turiste starije životne dobi.

Lokalni dionici u turizmu su gotovo svi umreženi, potiču zajedničke vrijednosti u brendiranju Općine. Pravovremeni su u prihvaćanju najnovijih trendova u turizmu te digitalnom oglašavanju. Kontinuirano razvijaju nove ideje i sadržaje te proširuju ponudu na lokalnom području. Općina postaje „drugi dom“ i „mjesto stalne relaksacije“ za brojne turiste s tržišta Njemačke i Austrije.

Ciljevi

Strategija razvoja turizma Općine Barban ima dva osnovna cilja:

1. Povećanje prihoda lokalnog turističkog sektora
2. Stvaranje inovativnih i održivih turističkih proizvoda

Daljnji razvoj postojećih resursa, njihovo optimalno korištenje kao i međusektorsko umrežavanje raznih dionika u turizmu od privatnih iznajmljivača, poljoprivrednika, poduzetnika i ostalih doprinijet će ostvarenju prvog cilja ove Strategije. Prihodi lokalnog turističkog sektora povećat će se sinergijskim učincima prethodno navedenih dionika te stvaranjem održive turističke ponude koja će nastaviti generirati profit što će omogućiti ulaganje u dugoročnije projekte. Potrošnja turista može se optimizirati i preusmjeriti u Općinu Barban tako što će se razvoj ponude osloniti na dodatne motive dolaska poput adrenalina, tradicije i odmora tijekom cijele godine za razliku od dosadašnjih motiva sunca i mora. Drugi cilj odnosi se upravo na dugoročni razvoj turizma čiji će se potpuni učinci vidjeti izvan razdoblja na koje se Strategija odnosi, no navedeni proces započinje upravo strateškim promišljanjem i stvaranjem razvojnih prepostavki. Osmišljavanje inovativnih turističkih proizvoda, praćenje trendova u turizmu, diversifikacija turističke ponude te održivo upravljanje u turizmu temeljeno na digitalizaciji i zelenom gospodarstvu temelj su opstanka na dinamičnom turističkom tržištu koje neprestano odražava nove potrebe i interes turista.

Prioriteti

1.1. Učinkovito upravljanje postojećim resursima

Prvi korak u dalnjem razvoju turizma Općine Barban je usmjeriti razvoj turističke ponude u smjeru razvoja cjelogodišnjeg turizma adrenalina i tradicije, razvoja poduzetništva i lokalnih manifestacija inovativnim i racionalnim iskorištavanjem postojećih resursa oslanjajući se pritom na novitete koji se odnose na Novo programsko razdoblje 2021.-2027. te hvatanje u koštač s globalnim izazovima poput pandemije bolesti COVID-19. Od iznimne je važnosti daljnje povezivanje dionika u turizmu kako bi maksimalno iskoristili prilike koje se pojavljuju na tržištu. Privatni iznajmljivači, ugostiteljski objekti, vinari, suvenirnica, ali i prirodna bogatstva, kulturna baština, mir i tišina te pješačke, biciklističke staze i konjičke staze koje

prolaze posebnim krajobrazom samo su neki od resursa čiji se potencijal mora nastaviti razvijati.

1.2. Prepoznatljivost Općine

Općina Barban svojom poviješću, tradicijom i postojećim resursima te razvojnim smjernicama „prirodno“ pripada području središnje Istre. S obzirom na gotovo identične ciljane skupine u digitalnom i ostalim oblicima oglašavanja, razvojne aktivnosti koje ima smisla provoditi na širem području a koje su namijenjene povećanoj učinkovitosti i stvaranju dodane vrijednosti turističkoj ponudi, Pripajanje Turističke zajednice Barban Turističkoj zajednici središnje Istre trebalo bi doprinijeti povećanju učinkovitosti u doprinijeti će ostvarenju postavljenih ciljeva kroz planirano povećanje učinkovitosti aktivnosti objedinjeno upravljanje destinacijom (promociju, prvenstveno kroz društvene mreže i web stranice, edukacije, pješačke, biciklističke, konjičke staze i drugo) budući da bi se trebala povećati učinkovitost aktivnosti, posebno u dijelu digitalnog oglašavanja. Prepoznatljivost male sredine kao što je Općina Barban moguće je isključivo kroz ciljano oglašavanje na ciljane niše kroz koje se može profilirati na tržište. Cilj je promovirati Barban kao mjesto tradicije i adrenalina kroz cijelu godinu te pružiti turistima dodatne motive za dolazak, a koje nisu nužno vezane uz sunce i more. Krajnji je cilj prepoznatljivost Barbana kao avanturističkog raja u tradicijskom ambijentu.

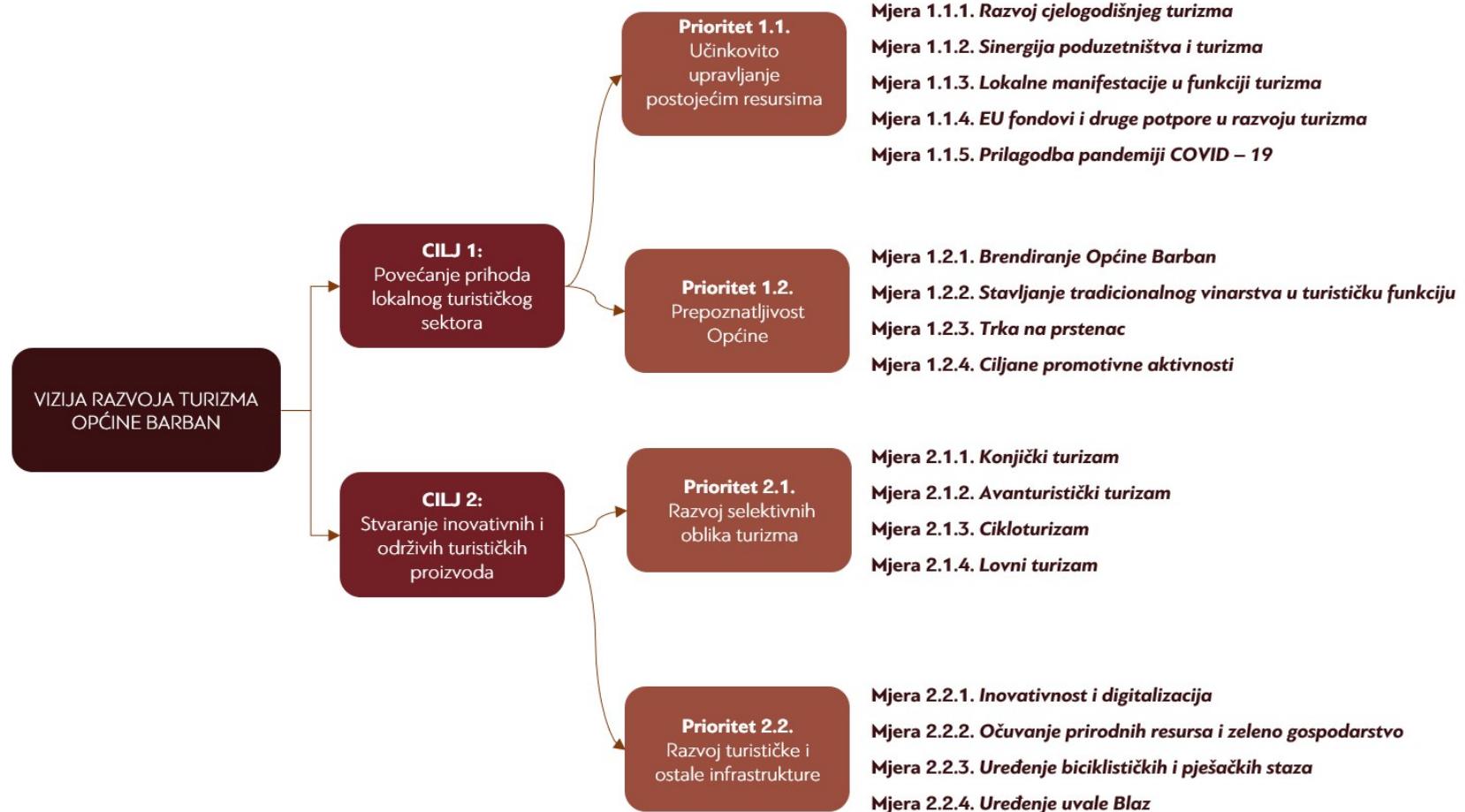
2.1. Razvoj selektivnih oblika turizma

Diversifikacija turističke ponude omogućuje razvoj cjelogodišnjeg turizma i posljedično smanjenje sezonalnosti (isključivo ljetne opterećenosti kapaciteta). Uz to, raznolika ponuda doprinosi održivosti (otpornosti) turizma budući da se ne oslanja isključivo na jedan segment turizma koji može utjecati na cijelu lokalnu ekonomiju nađe li se pred izazovima. Različiti oblici turizma omogućuju uključivanje većeg kruga lokalnih zainteresiranih dionika poput lovaca, umjetnika, gastronoma, poduzetnika koji umrežavanjem i međusobnom suradnjom mogu stvoriti konkurentniju i održiviju turističku ponudu.

2.2. Razvoj turističke i ostale infrastrukture

Strateško promišljanje javnih ulaganja podrazumijeva racionalan razvoj infrastrukture kao potpornog sustava razvoju zajednice općenito, pa i samog turizma. Infrastrukturna ulaganja,

posebice ona u skladu s održivim, zelenim razvojem dugoročno su isplativa te imaju multiplicirajući učinak na lokalno gospodarstvo i socijalnu koheziju. Opća infrastruktura poput prometa, telekomunikacija i komunalnih djelatnosti potrebna je za daljnji razvoj turizma u Općini Barban kroz poboljšanje prometne povezanosti javnim i privatnim prijevozom, brzi Internet te daljnje ulaganje u digitalizaciju svih sektora te prakticiranje visokih ekoloških standarda poput odvojenog prikupljanja otpada. Na opću nadovezuje se društvena infrastruktura poput predškolskog i školskog odgoja, razvoja tradicionalnih kulturnih praksi u korak sa turističkim trendovima koji doprinose razvoju ljudskog kapitala i očuvanju lokalnog identiteta. Turistička infrastruktura razvijat će se povećanjem prihoda lokalnih dionika u turizmu razvojem selektivnih oblika turizma kroz cijelu godinu koji će dalnjim ulaganjima povećavati samu kvalitetu i konkurentnost ponude u skladu s potrebama turista. Nadogradnja Centra za posjetitelje Barban te kvalitetno upravljanje postaju elementi koji čine razliku. Uz to, biciklističke, pješačke staze i konjičke staze više nisu samo trasirani lokalni putevi već je nužno redovito održavanje uz stalno ulaganje u prateće elemente poput klupa, nadstrešnica, edukativnih ploča, nadogradnja istih tematskim programima itd.



4.2. Mjere razvoja

Mjera 1.1.1. Razvoj cjelogodišnjeg turizma

Marketinški pristup suvremenom turistu podrazumijeva personalizirani i fleksibilan pristup s obzirom na galopirajuće promjene u razvoju turističkih trendova koje idu u korak s izazovima na globalnoj pozornici (primjer za to je pandemija bolesti COVID-19), a koji će zasigurno utjecati na vrstu ponude koja će biti aktualna kroz nekoliko godina s obzirom da će se potrebe turista mijenjati. U skladu s navedenim činjenicama važno je naglasiti kako razvoj destinacije ovisi o odnosu prema resursima prisutnima na datom prostoru. U slučaju Općine Barban osim što unaprjeđenje ponude ima izravnu poveznicu s razvojem sinergije tradicije i avanturističkog turizma, isto se odnosi na tendenciju razvoja cjelogodišnjeg turizma razvojem selektivnih oblika turizma izvan glavne sezone.

Prvi korak u procesu unaprjeđenja ponude i razvoja cjelogodišnjeg turizma je identifikacija ciljanih skupina, odnosno turista koji žele svoje vrijeme provesti i svoj novac trošiti na području Općine. Općina će i dalje veliku pozornost posvećivati obiteljima, kao najčešćem vidu posjeta turista na lokalnom području, međutim planiran je postepen kontinuiran razvoj ponude i za druge dvije ciljane skupine. S obzirom na već postojeće resurse i lokalne osobitosti prvu ciljanu skupinu predstavljaju osobe sklone avanturističkom turizmu koje su, pored ponude „sunca i mora“, zainteresirane za adrenalinske aktivnosti, ali i za upoznavanje lokalne kulture kroz specifične i za navedeno područje karakteristične berbe grožđa, maslina, izradu smokvenjaka i ostalo. Unaprjeđenje ponude, dakle, podrazumijeva, objedinjavanje u jedinstvenu diferenciranu ponudu koja će svoje manifestacije imati kroz cijelu godinu.

Trka na prstenac kao krovna manifestacija privući će posjetitelje izvan sezone održavanjem priprema konjanika u vidu treninga i kvalifikacija uz bogat kulturno-umjetnički sadržaj i bogatu gastronomiju. Konjički turizam razvijat će se usporedno s razvojem manifestacije u smjeru hipoterapije, pedagoškog i rekreacijskog jahanja te endurance discipline, odnosno daljinskog jahanja zadanih udaljenosti od 40 do 160 kilometara u danu. Natjecanje endurance discipline održavalо bi se u ožujku ili listopadu te bi se organizirali punktovi za pasivne promatrače.

Izgradnja biciklističkog centra u sklopu Glavani parka predstavlja potencijalni generator razvoja cjelogodišnjeg razvoja turizma na području Općine s obzirom da će isti nuditi zatvorene sadržaje (zid za penjanje, skate park, trampolin, igraonica za djecu) tijekom cijele godine, a turisti koji koriste predmetne usluge će trošiti i na ostale usluge unutar Općine (smještaj, prehrana i ostalo). Osim već postojećih adrenalinskih aktivnosti na otvorenom Glavani park bi postao središnje mjesto adrenalina za sve ljubitelje avanture. Cikloturizam je i na svjetskom turističkom tržištu prepoznat kao jedan od najboljih oblika popunjavanja pred i post sezone budući da su tada uvjeti za biciklizam optimalni.

U sklopu sportske zone (streljana, trkalište) predviđene Prostornim planom uklopit će se lovački dom koji potencijalno predstavlja centar razvoja lovnog turizma od iznimnog značaja na regionalnoj, pa tako i lokalnoj razini. Isti se izravno povezuje s razvojem specifičnih jela divljači koja mogu postati dio gastronomске ponude Općine. Cilj je privući veće skupine lovaca koji će koristiti usluge smještaja, hrane i ostalih potrebnih usluga unutar Općine. Kako bi se mogla ostvariti navedena mjera, potrebni su infrastrukturni pothvati u smislu da lovcima treba osigurati grijane objekte, boksove za pse, lako ishođenje potrebnih isprava. Osim ponude koja se odnosi na organizaciju lova, gostima se treba ponuditi i druge usluge koje se odnose na posjet kulturnim i prirodnim znamenitostima, ugostiteljske usluge lokalnih restorana s ponudom lokalnih jela s divljači te ostale aktivnosti koje čine ukupnu turističku ponudu Općine.

Agroturizam je prilika za razvoj cjelogodišnjeg turizma, ali i za poticanje lokalnih OPG- ova na povećanje proizvodnje s obzirom da je potražnja za lokalnim poljoprivrednim proizvodima veća od ponude. Kako bi se unaprijedili kapaciteti proizvodnje na lokalnom području potrebno je usmjeriti razvojne resurse na smanjenje depopulacije i poboljšanje demografske slike stanovništva motivirajući mlade ljude na ostanak u Općini te osvještavanje o mogućnostima postizanja vlastitog blagostanja kroz turizam koji može biti plodonosan kanal prodaje za poljoprivrednike. Jedna od prosperitetnih životnih opcija za mlađe generacije je samozapošljavanje kroz vlastite poduzetničke projekte, od kojih značajan broj može biti u sektoru turizma ili kombinaciji poljoprivrede i turizma. Cjelogodišnja ponuda oslanja se na umrežavanje poljoprivrednika s lokalnim restoranima i privatnim iznajmljivačima te lokalnim poduzetnicima kako bi se stvorila jedinstvena turistička ponuda.

Druga istaknuta ciljna skupina odnosi se na starije turiste i umirovljenike. Zbog svoje ugodne klime u odnosu na zemlje srednje i zapadne Europe predmetno područje može i zimi biti izuzetno poželjno odredište za boravak. Smještajni kapaciteti su već razvijeni te su dovoljne minimalne intervencije kako bi se stavili u funkciju i izvan glavne turističke sezone. Tako bi Općina Barban mogla postati tzv. "drugi dom" umirovljenicima iz razvijenijih europskih zemalja. Svojom platežnom moći isti umirovljenici bi mogli značajno doprinijeti lokalnoj ekonomiji, a s obzirom na cijene stanovanja i usluga njege u njihovim matičnim zemljama boravak bi i njima mogao biti ekonomski izuzetno prihvatljiv.

Barban kao područni centar u kojem se nalaze funkcije koje zadovoljavaju gotovo sve životne potrebe stanovništva: trgovine, ambulanta, banka, poštanski ured, benzinska pumpa, osnovna škola, vrtić, knjižnica, ljekarna kao i ugostiteljski objekti treba nadopuniti svim uslugama potrebnima starijoj populaciji i umirovljenicima koji će svoj boravak na području Općine iskoristiti ne samo za konzumaciju turističkih sadržaja (pasivno sudjelovanje na konjičkim treninzima, degustacije lokalnih proizvoda, šetnje, posjet kulturnim znamenitostima, odlazak u Crkvu i ostalo), već za vlastitu brigu i njegu s obzirom da je ista troškovno povoljnija nego u njihovim matičnim državama. Tako će starija populacija i umirovljenici obaviti posjet stomatologu, sistematski pregled, otići na masažu, tečaj tradicijskih plesova, istarskog dijalekta ili izrade tradicionalnog Barbanskog rančina. Za provedbu navedenog, bit će potrebna organizacija prijevoza što je poslovna prilika za potencijalnog lokalnog prijevoznika s obzirom na činjenicu da su linije javnog prijevoza rijetke.

Činjenica je da je Centar za posjetitelje Barban otvoren u veljači 2019. doprinio povećanju turističkog prometa te većoj posjećenosti Barbana međutim potrebno je raditi na dalnjem unaprjeđenju usluga Centra na način da ponudi sadržaje prilagođene starijima u zimskim mjesecima. Bilo bi idealno kada bi navedena ciljna skupina imala mogućnost samostalno kreirati svoj zimski dan u Barbanu u vidu društvenih okupljanja u Centru. Isto tako, postoji mogućnost da Centar za posjetitelje Barban omogući galerijski prostor lokalnim umjetnicima koji bi svoje umjetničke radove redovito izlagali upotpunjujući ponudu kulturno-umjetničkim sadržajima. Izložba radova Prstenac afirmiranog umjetnika Alije Rešića koji svoj atelje ima u mjestu Hrboki, a koja tematizira konje i Trku na prstenac trebala bi postati dio redovnog programa Centra uz mogućnost održavanja umjetničkih radionica za zainteresirane.

Razvoj cjelogodišnjeg turizma jedan je od imperativa ove Strategije stoga se kroz ovu mjeru sažeto prikazuje osnovni koncept razvoja. Aktivan rad na provođenju većine mjera u nastavku Strategije trebao bi s vremenom doprinijeti ostvarenju cjelogodišnjeg turizma na lokalnom području.

Ciljevi	Cilj 1, Prioritet 1
Nositelj	Općina Barban
Partneri	Lokalni poduzetnici, ostali dionici u turizmu, lokalno stanovništvo, HDLU Istra, udruge umirovljenika iz emitivnih zemalja, ostale udruge i neformalna udruženja vezana za ciljane skupine iz emitivnih zemalja, specijalizirane turističke agencije
Korisnici	Turisti, lokalno stanovništvo
Aktivnosti	<ul style="list-style-type: none"> • Početna intencija Općine kroz davanje Centra za posjetitelje i prostora gdje se odvija Trka na prstenac (Gradišće) na korištenje svim zainteresiranim dionicima u izvan sezonskom razdoblju (primjerice za održavanje team buildinga, sastanaka, manifestacija itd.) • Jasno definiranje ciljanih skupina i kontinuiran rad na promociji među ciljanom populacijom • Infrastrukturno opremanje prostora s obzirom na potrebe ciljanih skupina i ciljni razvoj cjelogodišnjeg turizma • Održavanje i oplemenjivanje izvansezonskih manifestacija • Osmišljavanje modela finansijskog poticaja ili olakšica svim dionicima u prve dvije godine provođenja Strategije koji privlače turiste izvan sezone i osmišljavaju dodatnu ponudu • Provođenje mjera razvoja selektivnih oblika turizma
Vremenski okvir	2021. – 2024.
Izvor financiranja i proračun	Proračun Općine, nacionalni izvori, EU fondovi; potrebno je do 60 tisuća kuna za poticanje dionika koji privlače izvansezonske turiste dok su ostali troškovi navedeni u drugim vezanim mjerama
Pokazatelji rezultata	Statistika noćenja, broj održanih programa u predsezoni i posezoni, statistike anketiranih turista i lokalnih dionika u turizmu.

Mjera 1.1.2. Sinergija poduzetništva i turizma

Općina Barban ima u značajnoj mjeri razvijeno lokalno poduzetništvo odnosno ima značajan broj aktivnih poslovnih subjekata na svom području. Općina ima vlastitu poduzetničku zonu, a 2019. godine otvorio se i poduzetnički inkubator u naselju Šajini.

Gospodarska aktivnost jedan je od ključnih čimbenika zadržavanja lokalnog stanovništva, stvaranja inovacija i privlačenja novih investicija. Poduzetnički način razmišljanja te stvaranje dodane vrijednosti temelj su uspješnosti svake strategije. Stoga, postojeće stanje i infrastruktura mogu biti dodatan impuls bržeg rasta svih sektora. Osim što već postoje etablirani poduzetnici u sektoru turizma na području Općine, postoji i niz tvrtki koje uspješno posluju, a nisu direktno povezane s turizmom. Kroz ovu mjeru nastojat će se iskoristiti prednosti cjelokupne gospodarske aktivnosti te istu staviti u funkciju turizma.

Poduzetnička zona najvažniji je strateški razvojni gospodarski projekt budući da zadržava radna mjesta na području Općine. Poduzetnička zona ima i fotonaponsku sunčanu elektranu te se treba nastaviti razvijati u smjeru zelenih rješenja, ali i digitalizacije. Cilj mora biti privlačenje novih tvrtki i širenje postojećih te daljnje infrastrukturno opremanje prostora. U kontekstu turizma, potrebno je dodatno krajobrazno uređenje prostora. Ipak, najveći učinci su indirektni kroz zadržavanje i privlačenje stanovništva, ostvarenje prihoda lokalnog proračuna koji se koristi i za turističke projekte, povećanje otpornosti lokalnog gospodarstva i samog turizma budući da područje nije vezano isključivo za jedan gospodarski sektor. Poduzetnički inkubator Barban noviji je projekt koji tek treba u svom punom kapacitetu zaživjeti. Punjenje novim „stanarima“ može biti izazovno za ruralno područje, stoga je potrebno razmisiliti i o povezivanju s turizmom koji je uz IT jedan od najbrže rastućih sektora. Moguće je lokalno stanovništvo potaknuti na otvaranje novih tvrtki i obrta u sektoru turizma koji će nuditi dodatne sadržaje. Uz to, trend „digitalnog nomadstva“ odnosno ljudi koji putuju i rade bit će sve važniji u budućnosti, a poduzetnički inkubator može biti početna infrastruktura za razvoj ovog oblika turizma na području Općine.

Ciljevi	Cilj 1, Prioritet 1
Nositelj	Općina Barban
Partneri	Lokalni poduzetnici, konzultanti
Korisnici	Turisti, lokalni poduzetnici, lokalno stanovništvo
Aktivnosti	<ul style="list-style-type: none"> • Krajobrazno uređenje poduzetničke zone • Prilagođavanje rada poduzetničkog inkubatora digitalnim nomadima i drugim trendovima u svjetskom turizmu te lokalnim razvojnim ciljevima • Organizacija natječaja za lokalne poduzetnike s područja Općine Barban na temu "Inovativan turistički proizvod Općine Barban za 2022. godinu" • Izrada plana ulaganja u zelenu i digitalnu tranziciju lokalnog gospodarstva kroz EU fondove • Edukacije o poduzetničkim vještinama i novim trendovima u gospodarstvu za poduzetnike u sektoru turizma i u povezanim djelatnostima
Vremenski okvir	2021. – 2024.
Izvor financiranja i proračun	Proračun Općine Barban, donacije; ukupno je potrebno do 65 tisuća kuna (40 tisuća kuna za natječaj te 25 tisuća kuna za krajobrazno uređenje poduzetničke zone u početnoj fazi)
Pokazatelji rezultata	Broj novih tvrtki u Poduzetničkoj zoni Barban, broj novih „stanara“ u Poduzetničkom inkubatoru Barban posebno u sektoru turizma

Mjera 1.1.3. Lokalne manifestacije u funkciji turizma

Općina Barban ima mnoštvo manifestacija koje se održavaju dugi niz godina, a svakako se ističe Trka na prstenac kao daleko najpoznatija i s nacionalnim značajem. Ostale manifestacije su uglavnom lokalnog i regionalnog karaktera, a vezane su za eno-gastronomiju, sport ili za folklor odnosno glazbu. Prednost barbanskih manifestacija je što su samoodržive odnosno vezane su uz lokalno stanovništvo te nisu umjetno stvorene za turiste. Suvremeni turist upravo traži manifestacije koje su autentične i povezane s područjem koje posjećuje. Želi doživjeti lokalnu tradiciju, običaje i život lokalnih stanovnika.

Postoje tri eno-gastronomске manifestacije, a vezane su uz maslinovo ulje, vino i smokve. Smotra vina održava se u svibnju, a maslinovih ulja u studenom. Obje su važne za afirmaciju lokalnih vinara i maslinara, no ipak u budućnosti je teško očekivati njihovu daljnju profilaciju i značajniji napredak s obzirom na postojanje poznatijih manifestacija za vina i maslinova ulja u obližnjim općinama. Postoji mogućnost pozicioniranja na području Istre i središnje Istre u smjeru autohtone istarske sorte Terana koji je upravo svojstven Općini uz još nekoliko područja u Istri.

Fešta smokve i smokvenjaka koja se održava u rujnu najznačajnija je manifestacija koja obrađuje temu smokve u Istri, stoga postoji potencijal dalnjeg isticanja i razvoja ove manifestacije. Potencijalna prijetnja razvoju manifestacije je što ne postoji veći proizvođač smokava na lokalnom području, međutim postoji prostor za daljnji razvoj kao manifestacije od značaja za cijelu Istru. Na isti način bi se osigurala veća vanjska potpora u smislu financiranja, a s vremenom će doći i do značajnog povećanja broja posjetitelja (jedinstvenost manifestacije za cijelu Istru za koju smokva ima iznimno tradicionalno značenje) i ukupne potrošnje istih. Na manifestaciji mogu izlagati uzbudljivači iz cijele Istre, ali i lokalni OPG-ovi i drugi lokalni dionici u turizmu. Proširenim sadržajem i ponudom osigurati će se dodatni motiv dolaska turista i stanovnika iz ostalih dijelova Istre što će povećati prihode lokalnih dionika u turizmu posebno u razdoblju izvan srpnja i kolovoza kao glavnog dijela turističke sezone.

Dvije sportske manifestacije su Regata Barbanske rivijere i Jug na dva kotača, od čega je prva vezana uz jedrenje, a druga uz biciklizam. S obzirom da je prva manifestacija prvenstveno vezana za sport te da je realno zahtjevno vezati turističku ponudu Barbana uz jedrenje postoji mogućnost aktivnog korištenja druge manifestacije za razvoj lokalnog turizma. Jug na dva

kotača je manifestacija vezana za biciklizam u kojoj sudjeluju i druge općine s područja južne Istre. Biciklijade i slična događanja poželjan su oblik turističke promocije Općine s obzirom na postojeći trend te daljnji razvoj cikloturizma na području Istre. S obzirom na sadašnji i daljnji planirani razvoj avanturističkog i konjičkog turizma postoji mogućnost razvoja sportskih manifestacija vezanih uz konjički sport ili adrenalinske aktivnosti.

Tri manifestacije vezane uz folklor i glazbu održavaju se u studenom (tradicionalna glazba), svibnju (folklor) i srpnju (harmonika). Dobro su raspoređene u godišnjem kalendaru i namjera je nastaviti ih održavati. Uz doprinos očuvanju lokalne tradicije mogu biti iznimno zanimljiv događaj za jednu od ciljanih skupina, a to je starija populacija odnosno umirovljenici. Kroz održavanje predmetnih manifestacija postoji prostor za uspostavljanje kulturne suradnje sa sličnim kulturno-umjetničkim društvima iz emitivnih tržišta. Isto bi doprinijelo jačanju veza sa ciljanim sadašnjim i potencijalnim turistima na njemačkom i austrijskom emitivnom tržištu, potencijalno povoljno i učinkovitoj promociji te dugogodišnjem efektu sinergije.

Postojeće manifestacije predstavljaju značajan resurs za povećanje broja turista i turističke potrošnje na lokalnom području, posebno u razdoblju izvan srpnja i kolovoza, odnosno predstavljaju jedan od čimbenika ostvarenja cjelogodišnjeg turizma. Kako bi se ostvario sinergijski efekt s ostalim čimbenicima potrebno je ciljano ulagati određena finansijska i druga sredstva u promociju manifestacija na ciljanim emitivnim tržištima. Prije svega se to odnosi na već sklona turistička tržišta koja su bliska udaljenošću i pogodna za „produženi“ vikend turizam poput dijelova Hrvatske, Slovenije pa i Austrije.

Pod promocijom manifestacija s ciljem privlačenja turista i povećanjem njihove potrošnje misli se prvenstveno na promociju putem društvenih mreža i portala. Sredstva za promociju mogu se manjim dijelom koristiti iz proračuna Općine, dijelom iz sredstava turističke zajednice dok je dio sredstava moguće osigurati kroz lokalno udruženje dionika u turizmu. Pretpostavka je da se kroz određeni model može osigurati dio finansijskih sredstava od lokalnih dionika koji bi trebali imati koristi od dolaska povećanog broja turista i njihove potrošnje. Uključivanjem financiranja od strane lokalnog udruženja dionika u turizmu omogućit će se povećana učinkovitost u predmetnim cjelokupnim ulaganjima u promidžbene aktivnosti s ciljem povećanja prihoda te mjerljivost i „osjetljivost“ na rezultate. S ograničenim sredstvima za promidžbu od 20.000 kuna po određenoj manifestaciji moguće je kroz društvene mreže

doprijeti do 17.300 do 50.000 potencijalnih turista dnevno kroz razdoblje od 30 dana. Za očekivati je da ukoliko dnevno s manifestacijom bude upoznato npr. 20.000 ciljanih „filtriranih“ osoba s tržišta koja su potencijalno sklona Općini Barban kao turističkom odredištu kroz razdoblje od mjesec dana značajan dio će se odlučiti na dolazak na manifestaciju te će prenoći na području Općine odnosno ostvariti određenu potrošnju na lokalnom području.

Učinkovitost digitalnog oglašavanja ovisit će i o cjelokupnoj digitalnoj ponudi turističkih sadržaja na području Općine. Iz istog razloga potrebno je osigurati na određenoj web stranici raznovrsne, potencijalnim turistima zanimljive i potrebne informacije koje su u skladu s najnovijim trendovima u turizmu na ciljanim tržištima. U predmetnom slučaju potrebno je opisati pojedinu manifestaciju, njihov sadržaj i ponudu te popratne turističke usluge koje mogu koristiti zainteresirani posjetitelji. Nužno je da se u ovoj digitalnoj prezentaciji manifestacija osigura efekt sinergije s drugim uslugama odnosno da se na digitalno vidljiv način ponude organizirani aranžmani koji uključuju lokalne dionike te raznovrsnost turističke ponude za ciljane turiste.

Kako bi se isto ostvarilo u većoj mjeri potrebno je nastojati produžavati postojeće manifestacije na nekoliko dana čime bi turisti ostvarivali minimalno dva noćenja. Proširenje sadržaja i turističke ponude omogućit će povećanu potrošnju turista na lokalnom području te povećanje prihoda lokalnih dionika u turizmu. Cilj je uključiti lokalne OPG-ove i njihove proizvode u većoj mjeri u postojeće manifestacije tijekom provedbe Strategije.

Obogaćivanje manifestacija novim sadržajima doprinijet će i privlačenju turista (uglavnom umirovljenika) koji bi provodili jesenske, zimske i proljetne mjeseca na području Barbana kontinuirano.

Ciljevi	Cilj 1, Prioritet 1
Nositelj	Općina Barban
Partneri	KUD Barban, zainteresirani gospodarski subjekti, udruge i poljoprivredna gospodarstva
Korisnici	Turisti, lokalno stanovništvo
Aktivnosti	<ul style="list-style-type: none"> • nastavak održavanja manifestacija koje su samoodržive odnosno vezane uz lokalno stanovništvo (ne samo turiste) • naglasak na razvoju manifestacija čiji je sadržaj komplementaran s turističkim razvojem Općine Barban • proširenje sadržaja i ponude postojećih manifestacija s ciljem privlačenja većeg broja turista u razdoblju provedbe Strategije te povećanje njihove ukupne potrošnje na lokalnom području • produžavanje trajanja postojećih manifestacija sa ciljem privlačenja turista i njihovog zadržavanja na lokalnom području (dodatnog ostvarenja noćenja) • promocija manifestacija sa ciljem privlačenja turista • razvoj manifestacije vezane uz cikloturizam • razvoj manifestacije vezane uz adrenalinske aktivnosti • daljnji razvoj Fešte smokve i smokvenjaka kao prepoznatljive barbanske gastronomski manifestacije, uz naglasak na razvoju lokalnih proizvođača smokava i jačanju manifestacije na regionalnoj razini • nastavak održavanja manifestacija vezanih uz glazbu i folklor i njihova prilagodba emitivnim tržištima (ostvarenje suradnje s kulturno-umjetničkim društvima na području Njemačke i Austrije)
Vremenski okvir	2021. – 2025.
Izvor financiranja i proračun	Proračun Općine Barban, proračun turističke zajednice, donacije sponzora i drugih JLS; predviđeno je do 70.000 kuna godišnje za pojačanu promociju.
Pokazatelji rezultata	Broj posjetitelja svake manifestacije, broj turista koji posjeti pojedinu manifestaciju posebno u razdoblju izvan glavne turističke sezone, broj uključenih lokalnih gospodarskih subjekata koji sudjeluju na manifestaciji s ciljem obogaćivanja turističke ponude lokalnim prehrabbenim proizvodima, ostvarene količine prodaje te ostvareni prihodi lokalnih poljoprivrednih proizvođača i drugih lokalnih gospodarskih subjekata na pojedinim manifestacijama.

Mjera 1.1.4. EU fondovi i druge potpore u razvoju turizmu

Krajem 2020. godine završilo je programsko razdoblje 2014. – 2020. iz kojeg je unutar Programa ruralnog razvoja RH bilo moguće financirati brojna ulaganja u poljoprivrednom sektoru te sa njima povezana ulaganja unutar ruralnog turizma, tradicijskih obrta i pružanja usluga na poljoprivrednim gospodarstvima.

Jedna od razvojnih smjernica Strategije je povezivanje poljoprivrednih gospodarstava i lokalnog turizma kroz isporuku poljoprivrednih proizvoda od strane lokalnih OPG-ova restoranima, trgovinama i privatnim iznajmljivačima smještaja. Drugi vid stvaranja sinergije je vlastita izgradnja smještajnih kapaciteta ili kušaonica na lokalnim farmama i obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima.

Jednu od najzanimljivijih mjera poljoprivrednicima predstavlja Mjera 6. Razvoj poljoprivrednih gospodarstava i poslovanja. Unutar navedene Mjere postoje dvije podmjere od kojih je 6.2. namijenjena pokretanju nepoljoprivredne djelatnosti, dok je Podmjera 6.4. namijenjena razvoju već postojeće nepoljoprivredne djelatnosti. Navedena mjera je odgovor na jedan od glavnih ciljeva Programa ruralnog razvoja RH koji se odnosi na obnovu opustošenih ruralnih područja Republike Hrvatske. Navedeno se nastoji ostvariti poticanjem stvaranja novih radnih mjeseta stvaranjem i razvojem gospodarskih aktivnosti putem ulaganja u nepoljoprivredne djelatnosti u sklopu poljoprivrednog gospodarstva, odnosno u dopunske djelatnosti kao što su to ulaganja u smještajne kapacitete, kušaonice, tradicijske obrte te pružanje usluga drugima.

Kroz navedene Podmjere 6.2 i 6.4 moguće je sufinanciranje ulaganja u ruralnom turizmu poput izgradnje i opremanja smještajnih kapaciteta ili kušaonica. Od toga kroz Podmjeru 6.2 lokalni OPG-ovi mogu ishoditi 50.000 eura bespovratno sa intezitetom potpore od 100% prihvatljivih ulaganja (uz uvjet da se tek počinju baviti ruralnim turizmom) dok se kroz Podmjeru 6.4 može ishoditi do 200.000 eura bespovratno sa intenzitetom potpore od 70% prihvatljivih ulaganja (uz uvjet da se već bave ruralnim turizmom).

Od natječaja namijenjenih prvenstveno razvoju turizma, a izvan Programa ruralnog razvoja RH, na raspolaganju je program Ministarstva turizma "Konkurentnost turističkog gospodarstva". Navedeni je program prilika za razvoj subjekata malog gospodarstva kao što su trgovačka društva izvan javnog sektora, obrti i zadruge. , te uz njih isti program prilika je i

za razvoj obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava koja pružaju ugostiteljske i turističke usluge. Navedeni program ima pet mjera koje se odnose na povećanje standarda, kvalitete i dodatne ponude određenih vrsta ugostiteljskih objekata; razvoj posebnih oblika turizma; dostupnost, sigurnost i prepoznatljivost.

Kroz mjeru ruralnog razvoja, odnosno tip operacije 8.5.2. Uspostava i uređenje poučnih staza, vidikovaca i ostale manje infrastrukture koja doprinosi stvaranju nove turističke usluge te stvaranju poučne i rekreativne funkcije omogućena su ulaganja u javne svrhe i to u izgradnju poučnih staza, malih rekreativskih objekata poput dječjih igrala, signalizaciju i informativne ploče te vidikovce. Takvim se ulaganjima nastoji omogućiti dostupnost rekreativske, turističke i zdravstvene funkcije šuma svim ljubiteljima prirode, lokalnom stanovništvu te izletnicima i turistima. Navedeno je prilika za rekultivaciju prirodnog resursa u turističke svrhe s naglaskom na očuvanje prirode.

Kroz Podmjeru 4.4 za lokalne OPG-ove postoji mogućnost obnove suhozida i kažuna sa intenzitetom potpore od 100% prihvatljivih ulaganja. Općina ima mogućnost kroz Podmjeru 7.2 rekonstruirati nerazvrstane ceste te u suradnji s nadležnim vodovodnim i komunalnim društvima obnoviti vodovod i kanalizaciju dok se kroz Podmjeru 7.4 može obnoviti lokalna društvena infrastruktura (društveni domovi, turističko informativni centri, vatrogasni domovi i drugo).

Ono što je bitno napomenuti je da se u idućem programskom razdoblju do 2027. godine očekuje otvaranje natječaja za sufinanciranje identičnih ili sličnih ulaganja dok bi se u prve dvije godine realizacije novog Programa ruralnog razvoja RH trebali objavljivati identični natječaji kao i u programskom razdoblju do 2020. godine. Krajem 2020. godine najavljen je cijeli niz novih natječaja koji bi se trebalo objavljivati učestalo tijekom 2021. godine. Tako se za ruralni turizam očekuje otvaranje natječaja za podmjere 6.2 i 6.4 te Podmjeru 4.4 (za kažune i suhozide). Već u prvom kvartalu 2021. godine očekuje se otvaranje natječaja za Podmjeru 7.4 koja je namijenjena financiranju ruralne društvene infrastrukture.

Razvoj poljoprivrede u ruralnim prostorima od izuzetne je važnosti za očuvanje tradicijskih vrijednosti, otvaranje radnih mjesta, te zadržavanje mladih na selu. Lokalna poljoprivreda u sinergiji s ruralnim turizmom može polučiti više prihode te ujedno obogatiti lokalnu turističku ponudu. Bespovratna sredstva iz EU fondova mogu u velikoj mjeri potaknuti ulaganja u istom

sektoru što će se na pozitivan način odraziti na opstojnost lokalnih poljoprivrednika te njihovu motiviranost i sposobnost za suradnju sa sektorom turizma.

Namjera predmetne Strategije odnosno dionika u razvoju lokalnog turizma je u maksimalnoj mogućoj mjeri informirati i educirati lokalne poljoprivrednike, poslovne subjekte u sektoru turizma te u drugim „blisko povezanim“ djelatnostima o mogućnostima financiranja investicijskih projekata te drugih aktivnosti iz EU fondova te iz različitih nacionalnih izvora. Ujedno, cilj je potaknuti predmetne poslovne subjekte na korištenje bespovratnih sredstava i drugih oblika potpore u njihovim ulaganjima. Vjeruje se da će isto doprinijeti povećanju ulaganja u turističke kapacitete na lokalnom području te obogaćivanju turističke ponude. Isto se odnosi i na projekte od javnog značaja kod kojih će nositelji biti Općina Barban ili druga javna tijela.

Novo programsko razdoblje do 2027. godine donijet će neke novosti te dodatne prilike za lokalna poljoprivredna gospodarstva:

- Jedinstvenu definiciju mladog poljoprivrednika i veću potporu mladima
- Novi model provedbe: brži sustav, digitalizaciju, skraćivanje rokova
- Intervencije za okoliš do 30% ukupne ZPP; fokus će biti na očuvanju okoliša i klimatskim promjenama
- Nadogradnju i poboljšanje transfera znanja u poljoprivredi (AKIS)

Uz navedene prednosti, novo programsko razdoblje donosi nove izazove s obzirom da će poljoprivrednici u procesu proizvodnje hrane posebnu pozornost morati posvetiti zaštiti prirode i bioraznolikosti. Isto iziskuje veća ulaganja u mehanizaciju i ljudske resurse.

Novo programsko razdoblje 2021.-2027. obuhvaća sljedeća tematska područja:

- jedinstveno tržište, inovacije i digitalna pitanja
- kohezija i vrijednosti
- prirodni resursi i okoliš
- migracije i upravljanje granicama
- sigurnost i obrana
- EU susjedstvo i svijet
- europska javna uprava

Posebnu vrijednost nositi će projekti zelenog gospodarstva, inovacije i digitalizacije. Ciljevi Zelene Europe u novom programskom razdoblju su energetska učinkovitost; obnovljivi izvori energije; razvoj pametnih, energetskih sustava, mreža i skladištenja na lokalnoj razini; promicanje prilagodbe na klimatske promjene, sprječavanje rizika i povećanje otpornosti na katastrofe; održivo upravljanje vodama; prijelaz na kružno gospodarstvo; biološka raznolikost, zelena infrastruktura u urbanom okruženju i smanjenje onečišćenja. Što se tiče inovacija i digitalizacije važni su ciljevi koji se odnose na poboljšanje poslovne produktivnosti, kvalitete života i demokratičnosti javne uprave participacijom građana korištenjem IKT-a te konkurentnije gospodarstvo temeljeno na inovacijama.

U hrvatskom kontekstu Nacionalna razvojna strategija Republike Hrvatske za razdoblje do 2030. godine, čiji je početak provedbe predviđen 2021. godine, postaje ključan strateški dokument koji predstavlja četiri razvojna smjera: održivo gospodarstvo i društvo, jačanje otpornosti na krize, zelena i digitalna tranzicija, ravnopravni regionalni razvoj.

Strateški su ciljevi unutar prvog razvojnog smjera konkurentno i inovativno gospodarstvo, obrazovani i zaposleni ljudi, učinkovito i djelotvorno pravosuđe, javna uprava i upravljanje državnom imovinom, globalna prepoznatljivost i jačanje međunarodnog položaja i uloge Hrvatske. Unutar drugog razvojnog smjera zastupljeni su ciljevi: zdrav, aktivan i kvalitetan život, demografska revitalizacija i bolji položaj obitelji, sigurnost za stabilan razvoj. Treći razvojni smjer odnosi se na ciljeve ekološke i energetske tranzicije za klimatsku neutralnost, samodostatnost u hrani i razvoj biogospodarstva, održiva mobilnost, digitalna tranzicija društva i gospodarstva. Četvrti razvojni smjer obuhvaća ciljeve razvoja potpomognutih područja i područja s razvojnim posebnostima i jačanje regionalne konkurentnosti.

Turizam kao najvažnija grana za hrvatski BDP imat će prilike iskoristiti nove perspektive za povećanje konkurentnosti u vidu „digitalnijeg“ i „zelenijeg“ turizma.

Cilj i prioritet	Cilj 1, Prioritet 1
Nositelj	Općina Barban
Partneri	Konzultantske tvrtke za pripremu EU fondova, Ministarstvo turizma, Ministarstvo poljoprivrede, Agencija za plaćanja u poljoprivredi, ribarstvu i ruralnom razvoju RH, Istarska županija
Korisnici	OPG-ovi te subjekti koji pružaju ugostiteljske i turističke usluge

Aktivnosti	<ul style="list-style-type: none"> Organizacija edukacija o mogućnostima financiranja projekata iz europskih fondova Organizacija edukacija o mogućnostima financiranja iz proračuna Istarske županije Kontinuirana suradnja i razmjena informacija o potrebama za ulaganjima i mogućim izvorima financiranja između Općine i konzultantskih tvrtki Kontinuirano praćenje mogućnosti financiranja bespovratnim sredstvima i povoljnim kreditima zbog pandemije COVID-19
Vremenski okvir	2021. – 2025.
Izvor financiranja i proračun	Proračun Općine, do 10.000 kuna godišnje za edukacije koje će održati vanjski stručnjaci.
Pokazatelji rezultata	Broj edukacija, broj prisutnih na edukacijama Broj iznajmljivača koji koriste bespovratna sredstva Broj lokalnih dionika u turizmu koji koristi EU fondove, ukupna vrijednost odobrenih EU projekata na području Općine.

Mjera 1.1.5. Prilagodba pandemiji COVID-19

Predviđa se kako će pandemija COVID-19 ostaviti dugoročan trag na turistički sektor te je nužnost strateški promisliti kako odgovoriti na izazove u vidu slabije kupovne moći, rastuće potrebe za sigurnošću. Uz već poznate negativne učinke kao što je smanjen obim svih turističkih aktivnosti uslijed ugroze zdravstvene sigurnosti, aktualan je i pad cijelokupnog nacionalnog i svjetskog gospodarstva i kupovne moći stanovništva te je ujedno i smanjena potreba za odmorom zbog smanjenja intenziteta radnih aktivnosti. Neovisno o nepovoljnim okolnostima potrebno je identificirati prilike aktualne koronakrise koja će zasigurno utjecati i dijelom definirati drugačije potrebe i interesu budućih turista odnosno njihova razmišljanja i način odlučivanja u svezi prikladnih turističkih odredišta.

Usporedimo li 2019. i 2020. godinu odnosno rezultate po dolascima i noćenjima u razdoblju od 1.1. do 30.9. može se doći do zaključka da je Općina Barban kao i ostatak Hrvatske ostvarila relativno dobre rezultate s obzirom na novonastale okolnosti. U Općini Barban je u navedenom razdoblju ostvareno preko 60 % noćenja i dolazaka iz prethodno rekordne 2019. godine. Konkurentske zemlje Mediterana poput Grčke, Španjolske i Turske ostvarivale su u

navedenom razdoblju značajno slabije rezultate (oko 25 % rezultata iz 2019.) zbog ovisnosti o avionskom prometu odnosno veće udaljenosti od dominantnih emitivnih tržišta. Pri tome je kao razloge „uspješnosti“ potrebno uzeti u obzir i strukturu smještajnih kapaciteta u Općini Barban (većinom kuće za odmor) te epidemiološku situaciju kao i restriktivne mjere u svakoj pojedinoj državi.

Novonastala situacija je prilika za daljnje medijsko i digitalno naglašavanje prednosti Općine Barban na turističkom tržištu. Biti će potrebno dodatno istaknuti komparativne prednosti lokalnih smještajnih kapaciteta (uglavnom kuće za odmor sa smanjenom mogućnosti zaraze s Covid 19) te popratnih usluga na lokalnom području (pridržavanje mjera, naglašavanje malog broja zaraženih na lokalnom i širem području).

Istra Outdoor Experience, udruženje koje čine lokalni dionici u turizmu (Istra Adventure, Glavani park, Ranch Barba Tone, Konoba Vorichi, Camp Dvor i Travel Istria), pozitivan je lokalni primjer da se zajedničkim promišljenim radom može osmislići odgovor na izazove koje je pred turizam stavila pandemija bolesti COVID-19. Plan prilagodbe istog udruženja uključio je suradnju raznih dionika u turizmu te približavanje ponude ciljnim skupinama digitalnim kanalima komunikacije. Ponuda turistima je proširena kroz organizaciju događaja na otvorenom od degustacije vina, rakije, likera, kao i organizacije i posluživanja hrane u masliniku ili vinogradu.

S obzirom na slabiju propusnost granica i znatno veće kontrole za očekivati je zadržavanje stanovništva unutar granica vlastite države, no i nakon popuštanja mjera očekuje se manje putovanja na udaljene destinacije te smanjenje trajanja boravka u destinaciji. Također, turisti će preferirati manje posjećena mjesta te objekte gdje mogu boraviti samostalno. Već sada je vidljivo da su kuće za odmor traženje od hotelskog smještaja zbog utjecaja pandemije, a za očekivati je da će dio turista i u budućem razdoblju (možda i od nekoliko godina) smještaj potražiti u mirnom, netaknutom ambijentu umjesto u istaknutim obalnim destinacijama⁴⁵.

Iz navedenog se mogu definirati temeljne smjernice u kontekstu novonastale situacije COVID-19 pandemije:

1. Potrebno je kreirati i promovirati turističku ponudu koja bi privukla ciljne skupine umirovljenika i avanturista izvan glavne sezone
2. Ponuditi gostima sadržajan produženi vikend budući da će se smanjiti uobičajeni višetjedni odmori
3. Istaknuti prednosti ponude isključivo kuća za odmor i pojedinačnih apartmana budući da su jedan od najizoliranijih oblika smještaja s najvećom privatnošću te time i zdravstvenom sigurnošću
4. Digitalna transformacija postaje nužnost suvremenog turističkog tržišta, no s aktualnom krizom dodatno se potenciraju prednosti digitalnog poslovanja i usmjerenosti na inovativna rješenja i tzv. *ekonomiju dijeljenja*.

Ciljevi	Cilj 1, Prioritet 1
Nositelj	Općina Barban
Partneri	Lokalni iznajmljivači i ostali lokalni dionici u turizmu, turistička zajednica
Korisnici	Domaći turisti, turisti obližnjih emitivnih tržišta
Aktivnosti	<ul style="list-style-type: none"> • kontinuirani sastanci sa lokalnim dionicima s ciljem planiranja aktivnosti u održavanju i razvoju lokalnog turizma u novonastalim okolnostima • organizacija turističke ponude i sadržaja za kratke odmore i domaće tržište, posebno u razdoblju izvan ljetnih mjeseci • promocija nove ponude i novih prilagođenih sadržaja
Vremenski okvir	2020. – 2021.
Izvor financiranja i proračun	Potrebno je do 50 tisuća kuna iz proračuna Općine za sve aktivnosti, uz mogućnost ishođenja sredstava potpore od IŽ i Ministarstva turizma
Pokazatelji rezultata	Turistička kretanja u odnosu na susjedne JLS u 2021. godini (broj dolazaka i noćenja).

Mjera 1.2.1. Brendiranje Općine Barban

Tijekom provedbe Strategije planirano je da se promoviraju i prezentiraju dvije vrijednosti lokalnog područja, tradicija i avanturistički (pustolovni) turizam. Predmetne vrijednosti u skladu su s lokalnim resursima i konkurentnim prednostima koje su građene kroz dugoročna povijesna razdoblja (Trka na prstenac, kulturne znamenitosti i nalazišta), ili su stvorene poduzetničkim aktivnostima.

Predmetne vrijednosti u skladu su s novim trendovima u turizmu koji daje naglasak na turizam doživljaja. Ujedno, značajna prednost je što u razvoju avanturističkog turizma snažno sudjeluje lokalni poduzetnički sektor koji je izvor novih inovativnih razmišljanja i promotivnih aktivnosti te stvaranja dodatnih sadržaja.

S obzirom na ograničena finansijska sredstva za promociju, posebno zbog učinka pandemije COVID 19, planirano je da se promocija vrijednosti tradicije i avanturističkog turizma (brendiranje) stvara na već postojećim emitivnim tržištima sklonim lokalnom području. Prvenstveno se to odnosi na određene lokacije na tržištu Njemačke i Austrije.

U sljedećoj godini planirano je provesti opsežno istraživanje o užim lokacijama iz kojih dolaze turisti, o motivima dolaska, njihovim potrebama i interesima, načinu dolaska, ponašanju prilikom odabira odredišta i drugim bitnim faktorima koji imaju utjecaja na odluku o dolasku na lokalno područje.

Nakon provedenog istraživanja bit će moguće izabrati uža područja na glavnim emitivnim tržištima na kojima bi se pojačale promotivne aktivnosti, prvenstveno putem digitalnog marketinga odnosno društvenih mreža. Drugim riječima tijekom provedbe Strategije brendiranje bi se usmjerilo prvenstveno na predmetna područja iz kojih dolazi najveći broj turista. Na isti način očekuje se da će se kontinuiranom usredotočenom uzastopnom promocijom na određenom području stvoriti efekt sinergije s dosadašnjim iskustvima i iskustvima prethodnih turista s predmetnog područja. Dugoročni cilj bi bio stvoriti imidž Barbana na ciljanim emitivnim tržištima kao mjesta stalnog „drugog doma“ ili mjesta za kontinuiranu stalnu i sigurnu relaksaciju.

Predmetne namjere u skladu su sa jednom od najvažnijih razvojnih smjernica Strategije koja se odnosi na razvoj cjelogodišnjeg turizma na području Općine. Brendiranjem područja Barbana kao „drugog doma“ za stanovnike na ciljanim emitivnim tržištima doprinijelo bi se popunjavanju smještajnih kapaciteta u razdoblju od jeseni do proljeća sa tzv. stalnim turistima. Isti turisti provodili bi u cijelosti svoje vrijeme tijekom jeseni, zime i proljeća u smještajnim kapacitetima na području Općine Barban. Pri tome bi se postigla visoka popunjenošć smještajnih kapaciteta u razdoblju izvan ljetnih mjeseci po nešto nižim cijenama, ostvarili bi se značajni dodatni prihodi kod lokalnih iznajmljivača i drugih dionika u turizmu te lokalnih gospodarskih subjekata. Ciljana skupina su prvenstveno mlađi umirovljenici na emitivnim tržištima.

Brendiranje područja kao mjesta za „stalnu relaksaciju“ doprinijet će dolasku osoba sa ciljanim emitivnim tržišta koja imaju potrebu za aktivnim odmorom, a doživljaj lokalnih tradicionalnih vrijednosti i običaja može doprinijeti odluci o dolasku. Istu ciljanu skupinu prvenstveno čine mlađe osobe, od kojih će značajan broj biti poslovni ljudi. Najnoviji trendovi u turizmu pokazuju da je sve češći dolazak individualnih gostiju kojima bi predmetna vrsta avanturističkog turizma trebala biti dodatni motiv za dolazak. Isto se odnosi i na pojavu „digitalnih nomada“ kao vrste poslovnih turista koji su sve češća pojava, a očekuje se da će njihova važnost značajno porasti nakon završetka pandemije bolesti COVID-19 zbog utjecaja pojačane digitalizacije poslovanja.

Područje Općine Barban zbog niza dosadašnjih, uglavnom povijesnih okolnosti (te uloženih npora) ima dobru početnu osnovu za učinkovito „spajanje“ s najnovijim trendovima u turizmu te zahtjevima i interesima turista na ciljanim emitivnim tržištima. Lokalno područje posjeduje element sigurnosti kao jedan od najbitnijih čimbenika koji utječe na odluku o dolasku turista s iskazanim interesom za ruralni turizam. Područje je ekološki dobro očuvano s mogućnosti uvođenja najnovijih mera u zaštiti prirode i primjeni zelenog i održivog gospodarstva. Isto postaje sve važniji motiv dolaska modernih turista. Spajanje posla i odmora, personalizacija odmora, turizam doživljaja i osobnog rasta najnoviji su trendovi koji idu u prilog postojećoj turističkoj ponudi Općine Barban te njezinom planiranom razvoju. Intenzitet razvoja ovisit će najvećim dijelom o sposobnosti brzog prilagođavanja digitalnom marketingu, te trendu automatizacije ponašanja zainteresiranih turista na društvenim mrežama i mrežnim stranicama.

Ciljevi	Cilj 1, Prioritet 2
Nositelj	Općina Barban, Istra Outdoor Experience, Udruga privatnih iznajmljivača
Partneri	Privatni iznajmljivači, Turistička zajednica, lokalni poduzetnici
Korisnici	Turisti
Aktivnosti	<ul style="list-style-type: none"> • Edukativne radionice na temu brendiranja destinacije svih dionika u kulturi (<i>Brendaonica</i> po uzoru na radionicu Miguela Rivasa - stručnjak iz grupacije TASO Desarrollos) • Stvaranje personaliziranog narativa i vizualnog identiteta • Razvoj personaliziranih web stranica te profila na društvenim mrežama • Osmišljavanje sustava proizvodnje i distribucije unikatnog suvenira koji će dodatno ojačati imidž Općine (<i>Barbanski rančin</i>) • Organizacija studijskog putovanja za travel blogere i influencere kvartalno • Stvaranje mreže lokalnih blogera • Organizacija besplatnih promotivnih evenata kada će turisti po povoljnijim cijenama moći upoznati turističku ponudu Općine u predsezoni i posezoni.
Vremenski okvir	2022. – 2023.
Izvor financiranja i proračun	Proračun Općine Barban, proračun Turističke zajednice, Istarska županija, Ministarstvo turizma, donacije, finansijska sredstva lokalnih poduzetnika i članova Istria Outdoor Experience; potrebno je do 50 tisuća kuna godišnje za provođenje mјere
Pokazatelji rezultata	Broj uključenih travel blogera i influencera, broj kreiranih sadržaja na društvenim mrežama, broj potencijalnih turista koji su vidjeli oglase na društvenim mrežama, porast broja korisnika usluga Istria Outdoor Experience, porast broja turističkih dolazaka, porast broja noćenja posebno u razdoblju izvan ljetnih mjeseci.

Mjera 1.2.2. Stavljanje tradicionalnog vinarstva u turističku funkciju

Područje Općine Barban ima dugogodišnju tradiciju uzgoja terana. Pojedini OPG-ovi na lokalnom području nastoje aktivno očuvati istu tradiciju te je komercijalizirati kroz turistički sektor. S predmetnim ciljem osmišljen je i lokalni privatni muzej vina, objekt tradicionalne arhitekture s očuvanim izvornim alatima.

Namjera strategije je očuvati predmetnu tradiciju uzgoja terana, te doprinijeti s istom „obogaćivanju“ sadržaja atraktivnih turistima na lokalnom području. Cilj je potaknuti lokalne OPG-ove na osmišljavanje sličnih priča i proizvoda kako bi se očuvala autentična lokalna tradicija.

Očuvanje predmetne tradicije poticati će se kroz sudjelovanje proizvođača na Smotri vina Općine Barban te drugim lokalnim manifestacijama, te kroz Centar za posjetitelje Barban. Osmišljavati će se i promovirati nove vinske priče, povezivati lokalni poljoprivrednici u proizvodnji i prezentaciji istog proizvoda. Planirano je održavanje edukativnih radionica o proizvodnji vina, povijesnom nasleđu istoga na lokalnom području te načinu prezentacije turistima. Nastojati će se organizirati zajednička promocija OPG-ova na lokalnom tržištu.

Prezentacija tradicionalne proizvodnje terana, degustacija istog i lokalnih jela od ekološki proizvedenih namirnica na lokalnim OPG-ovima povezati će se s konjičkim stazama i avanturističkim turama i aranžmanima. Namjera je da se na predmetni način poveća atraktivnost lokalne turističke ponude te ostvari sinergija s osnovnom namjerom stvaranja odredišta avanturističkog turizma i očuvane tradicije.

Ciljevi	Cilj 1, Prioritet 2
Nositelj	Općina Barban, pojedini lokalni poduzetnici i OPG-ovi
Partneri	OPG-ovi, lokalni dionici u turizmu, vinari, lokalno stanovništvo
Korisnici	Turisti
Aktivnosti	<ul style="list-style-type: none"> • Stvaranje vinskih priča • Udruživanje lokalnih poljoprivrednika te zajednički marketing • Edukativne radionice o proizvodnji vina, tradiciji uzgoja terana te načinu prezentacije povijesnog nasljeđa turistima • Organizacija smotre vina.
Vremenski okvir	2021. – 2023.
Izvor financiranja	Ulaganja pojedinih lokalnih OPG-ova, Proračun Općine, donacije, nacionalni izvori, EU fondovi. Potrebno je do 50.000 kuna godišnje za promotivne aktivnosti i održavanje događanja od strane Općine.
Pokazatelji rezultata	Broj turista koji posjete lokalne OPG-ove kao proizvođače vina, prihodi od prodaje vina kroz turistički sektor.

Mjera 1.2.3. Trka na prstenac

Manifestacije su neizostavan dio turističke ponude određene destinacije, no razlikuju se po svom značenju. Mogu biti lokalno prepoznate, regionalno ili šire, također, određene manifestacije mogu biti čimbenik dolaska turista u određeno područje dok ih je većina usputna ponuda turistima dok borave u destinaciji. S obzirom na karakter ove Strategije veća pažnja će se posvetiti turističkoj valorizaciji *Trke na prstenac*, ali istu nije moguće promatrati izvan kulturnog konteksta odnosno tradicije i povezanosti lokalnog stanovništva s manifestacijom.

Suvremeni turist želi doživjeti potpuni lokalni doživljaj i biti uronjen u zajednicu, on traži autentično iskustvo. S obzirom na takve trendove turističke potražnje potrebno je kreirati turistički proizvod koji odgovara tim potrebama, a prvi korak prezentacije *Trke na prstenac* kao autentičnog lokalnog događaja je sagledavanje iste iz vizure lokalnog stanovništva. Povezanost lokalnog stanovništva i manifestacije temelj je daljnog uspješnog razvoja *Trke na prstenac* ukoliko se turistu uspije dočarati autentično iskustvo, a ne manifestaciju kao priredbu odvojenu od stvarnosti.

Prezentacija autentičnog iskustva turistima zahtjevan je proces te je potreban cijeli niz aktivnosti i kontinuiranog rada na ovom složenom turističkom proizvodu. Prednost je da već postoji dionik koji je primarno zadužen za organizaciju i razvoj ovog događaja, a to je Društvo Trka na prstenac. Prvi korak u procesu je prepoznavanje dosega *Trke na prstenac*, odnosno koliko je trenutno prepoznatljiva, do koje publike dopire te koji su budući potencijali.

Iako ne postoje opsežnija istraživanja procjenjuje se vrlo dobra prepoznatljivost manifestacije kod lokalnog stanovništva te šire u Istarskoj županiji. Već na nacionalnoj razini je prepoznatljivost znatno slabija, no iz godine u godinu sve više ljudi zna za *Trku na prstenac* s obzirom na kontinuiran rad na istoj. Stranim turistima ova manifestacija ne može biti dominantan privlačni faktor dolaska u destinaciju, no ostaje pitanje koliko su uopće turisti koji već borave u Općini upoznati s manifestacijom? Istraživanje iz 2018. godine je pokazalo da $\frac{1}{4}$ turista u Općini Barban nije upoznato s manifestacijom, a ovo su neka od zapažanja $\frac{1}{4}$ turista koji su upoznati: „jedinstveni događaj za Barban“, „čuo sam za to prvi put prije dva dana, čini se zanimljivo“, „tradicionalna manifestacija“, „festival u Barbanu“, „jako zanimljiva utrka“, „upravo sam pročitao o njoj u brošuri iz turističke zajednice“, „posjetili smo Trku, bilo je odlično iskustvo“, „tradicionalna utrka u kojoj je cilj pogoditi sridu“ itd. Navedeni odgovori i

doživljaj $\frac{1}{4}$ turista koji su upoznati s manifestacijom mogu poslužiti u budućoj promociji i profilaciji manifestacije. Problem je da $\frac{3}{4}$ turista koji borave u Općini Barban ne znaju ništa o manifestaciji stoga bi prvi korak bio aktivnija promocija na području Općine Barban, a kasnije i širenje na ostatak Istarske županije.

Vrijeme odvijanja u pretposljednjem vikendu u kolovozu ne odražava potrebu za manifestacijama u produženju sezone, no termin je ustaljen i treba iskoristiti prednosti tog termina. Naime, tada u Istarskoj županiji boravi izrazito puno turista stoga je nužna promocija u vodećim destinacijama Istarske županije koje su ujedno i vodeće destinacije u Hrvatskoj. Trajanje manifestacije je već sada više dana budući da kreće već u petak, u subotu se nastavlja prednatjecanje Trka na viticu te u nedjelju glavni program *Trke na prstenac*. Navedeni raspored i trajanje se smatra optimalnim budući da je ipak izbjegnut vršni pritisak samo na nedjelju, a dovoljno je kratko da se zadrži fokus na manifestaciji te da organizacijski i provedbeno nema većih problema.

Koraci koji su već učinjeni su uvrštavanje *Trke na prstenac* kao konjičke igre na popis nematerijalne kulturne baštine 2016. godine, otvaranje multimedijalnog *Centra za posjetitelje Barban* gdje je fokus upravo na predmetnoj manifestaciji, izrada moderne web stranice *trkanaprstenac.hr* kao središnjeg mjesta za informiranje o manifestaciji itd. Temeljni koraci za naredno razdoblje su umrežavanje svih dionika u turizmu te povezivanje njihove ponude s manifestacijom, razvoj programa manifestacije, uređenje trkališta Gradišće i promotivne aktivnosti. Nadalje, ne smije izostati održavanje i daljnji razvoj aktivnosti kroz *Centar za posjetitelje Barban* i web stranicu.

Kroz umrežavanje svih dionika u turizmu postići će se sinergijski učinak tako da će sve strane imati više koristi, a turist bolji doživljaj. Posebno treba raditi na suradnji javnog i privatnog sektora. Primjerice privatni sektor može promovirati kroz svoje aktivnosti *Centar za posjetitelje Barban* i *Trku na prstenac*, ali i obrnuto da privatni sektor više sudjeluje u sukreiranju manifestacija te da im se olakša po potrebi korištenje Centra za posjetitelje Barban ili trkališta Gradišće te ostalih javnih površina za svoje aktivnosti. Uređenje trkališta Gradišće i cjelokupnog prostora gdje se odvija *Trka na prstenac* može doprinijeti općoj uređenosti i podizanju atraktivnosti naselja Barban, no radi se o značajnoj investiciji za čiju će provedbu trebati više godina i sufinanciranje iz drugih izvora. Promocija će najviše doprinijeti razvoju

manifestacije te općenitom brendiranju Barbana kroz *Trku na prstenac*, ali i vezanih aktivnosti poput konjičkog turizma. Online promocija će se usmjeriti na ciljana tržišta kako bi turist prethodno bio upoznat s manifestacijom koju onda može uvrstiti u svoj plan puta. U tijeku sezone važna je i tradicionalna promocija na *billboardovima* i preko letaka na prostoru cijele Istarske županije kao vodeće turističke regije. Kroz edukacije je potrebno više uključiti privatne iznajmljivače u promociju te osvijestiti da će i oni imati koristi budući da će gost biti zadovoljan uslugom te će se rado vratiti na područje gdje mu je prezentirana lokalna kultura.

Cilj i prioritet	Cilj 1, Prioritet 2
Nositelj	Društvo Trka na Prstenac
Partneri	Lokalni gospodarski subjekti u turizmu, privatni iznajmljivači, lokalni poljoprivrednici, turistička zajednica, lokalno stanovništvo, Općina Barban
Korisnici	Posjetitelji manifestacije, lokalni dionici u turizmu
Aktivnosti	<ul style="list-style-type: none"> • Umrežavanje svih dionika u turizmu (redoviti sastanci) • Razvoj programa manifestacije • Održavanje i osmišljavanje novih aktivnosti <i>Centra za posjetitelje Barban</i> i web stranice <i>trkanaprstenac.hr</i> • Uređenje trkališta • Promocija u Općini Barban preko privatnih iznajmljivača • Promocija u Istarskoj županiji (nastavak zakupa <i>billboarda</i>, tradicionalna promocija letcima, ali sve veći naglasak na digitalni marketing i prethodnu prezentaciju manifestacije turistima budući da većina unaprijed isplanira svoj boravak) • Edukacije privatnih iznajmljivača i suradnja vezana uz <i>Trku na prstenac</i>
Vremenski okvir	2021. – 2025.
Izvor financiranja i proračun	Proračun Općine, donacije. Potrebno je 1,2 milijuna kuna.
Pokazatelji rezultata	Statistika posjećenosti manifestacije i prepoznatljivosti (podaci prikupljeni anketama koje ispunjavaju posjetitelji manifestacije i turisti na području Općine). Broj uključenih gospodarskih subjekata u manifestaciju i vezane aktivnosti.

Mjera 1.2.4. Ciljane promotivne aktivnosti

Tradicija i u značajnoj mjeri razvijen avanturistički turizam ističu se kao najvažniji turistički potencijali Općine Barban. Cilj je ponuditi lokalnu tradiciju i adrenalinski doživljaj kao jedinstveni turistički proizvod karakterističan za ovu lokaciju. U razvoju planiranog i ciljanog imidža trebali bi sudjelovati nadležna turistička zajednica, Općina Barban kao institucija, neformalno udruženje lokalnih dionika u turizmu (Istra Outdoor Experience i potencijalno druga slična udruženja), lokalni privatni iznajmljivači (Udruga privatnih iznajmljivača) i lokalni poduzetnici.

Centar za posjetitelje Barban kao novouređeni prostor za prezentaciju kulturne baštine Općine predstavlja turistički atraktivan sadržaj koji je potrebno promišljeno uklopliti u cijelokupnu lokalnu turističku ponudu. Isto Centar trebao bi biti jedan od najvažnijih motiva dolaska ciljanih skupina turista u Barban odnosno trebao bi dodatno „oplemeniti“ ponudu na području Općine. Postojanje i sadržaj Centra potrebno je uklopliti u digitalnu turističku ponudu svih pojedinih dionika u turizmu na području Općine. Drugim riječima sadržaj Centra potrebno je istaknuti na web stranicama privatnih iznajmljivača, web stranicama članova udruženja Istra Outdoor Experience te kod drugih lokalnih poduzetnika povezanih sa sektorom turizma.

Kao element promocije lokalne turističke ponude nužno je osmisliti zajednički program aktivnosti i sadržaja kao vikend aranžmana na lokalnom području za dva do četiri dana boravka odnosno sedam ili četrnaest dana. Sadržaji unutar planiranih aranžmana bi uključivali osnovne sastavnice ciljanog brenda područja odnosno elemente lokalne tradicije i adrenalinskog turizma. Između ostalih planirane aktivnosti mogu biti aktivnosti udruženja Istra Outdoor Experience, posjet Centru za posjetitelje, organizirano razgledavanje kulturnih znamenitosti na lokalnom području, organizirano razgledavanje prirodnih ljepota, pješačenje uređenim stazama za posjetitelje, posjet lokalnim konobama (restoranima), posjet farmama (lokalnim OPG-ovima), vožnja bicikлом na lokalnim biciklističkim stazama, sudjelovanje na lokalnim manifestacijama i druge osmišljene aktivnosti. Moguće je osmisliti više programa sa ciljem proširene ponude. Nužno je da svaki aranžman bude vremenski organiziran i usklađen.

U digitalnoj prezentaciji lokalne ponude i brenda te promociji lokalnog područja kao turističkog odredišta bitno je dati mogućnost izbora potencijalnim turistima, gotova rješenja mogućih aktivnosti tijekom njihova boravka. Sve navedeno bi trebalo biti vidljivo i lako

dostupno u digitalnom obliku na mrežnim stranicama te na društvenim mrežama u „nekoliko klikova“. Pri tome bi način prezentacije svih sadržaja trebao imati i zabavne elemente kako bi se utjecalo na stvaranje emocionalne povezanosti s brendom odnosno lokalnom sredinom.

Osnovne ciljane skupine turista će biti kao i do sada velikim dijelom obitelji, međutim značajniju pozornost će se posvetiti i individualcima, poslovnim ljudima i drugim skupinama turista s potrebom za aktivnim odmorom a koji istodobno traže autentične destinacije s tradicijom te očuvanu prirodu i prirodne ljepote. Posebnu pozornost posvetiti će se umirovljenicima u razdoblju izvan ljetnih mjeseci s ciljem ostvarenja dugoročnog boravka na lokalnom području tijekom jeseni, zime i proljeća.

Nužno je da svi materijali koji se dijele unutar Centra za posjetitelje turistima budu i na njemačkom jeziku s obzirom na zastupljenost istog tržišta te tržišta Austrije na lokalnom području. Činjenica je da je dostupnost informacija na njemačkom jeziku u određenoj ruralnoj destinaciji jedan od bitnih čimbenika koji utječu na konačnu odluku turista (povjesno sklonih Barbanu) o dolasku. O istome bi trebalo voditi računa kod digitalnog oglašavanja odnosno sve web stranice koje sudjeluju u turističkoj promociji područja Općine trebale bi imati i varijantu na njemačkom jeziku (web stranice turističke zajednice, Općine Barban, Istria Outdoor Experience, web stranice privatnih iznajmljivača i drugih lokalnih dionika). Potrebno je izraditi facebook stranicu na njemačkom jeziku koja bi se kontinuirano održavala i nadograđivala te služila za promociju na ciljanim tržištima. U prvom kontaktu s turistima poboljšao bi se pozitivan učinak ukoliko kontakt osoba vlada njemačkim jezikom. Iz istog razloga potrebno je organizirati i redovite edukacije o osnovama njemačkog jezika za privatne iznajmljivače i druge lokalne dionike u turizmu.

U osmišljavanju brenda potrebno je s obzirom na tekuće trendove posebnu pozornost posvetiti e-brendingu odnosno stvaranju brenda na društvenim mrežama i u digitalnom prostoru. Kad turisti već dođu na lokalno područje potrebno je iskoristiti njihovo prisustvo s pružanjem dodatnih informacija o njima potencijalno zanimljivim sadržajima na lokalnom prostoru. Pri tome je bitno promišljanje o tome što sve može biti potencijalno atraktivno turistima na lokalnom području, priprema materijala i brošura s grupiranim aktivnostima po pojedinim područjima (npr. avanturistički turizam, kulturni sadržaji i znamenitosti, prirodne atrakcije i ljepote, lokalna enogastronomска ponuda, organizirani posjeti farmama i

sudjelovanje u određenim poljoprivrednim aktivnostima, lokalne manifestacije), te ponuda organiziranih lokalnih aktivnosti izvan smještajnih objekata za više dana.

U razvoju brenda lokalnog područja kao turističkog odredišta važnu će ulogu imati i lokalni socijalni kapital. Osvješćivanje svih dionika u turizmu o pojedinačnim manjim ulaganjima raspoložive energije i vremena u zajedničke vrijednosti donijet će značajan finansijski povrat te konkurentnu prednost svim dionicima pojedinačno u odnosu na druga turistička odredišta ruralnog turizma. Isto se između ostalog odnosi na grupiranje turističkih sadržaja odnosno zajedničku ulaznicu za više aktivnosti, pri čemu turisti kao kupci ostvaruju veći popust na pojedine aktivnosti. Pri tome je i u ovoj namjeri potrebno osigurati više grupnih paketa kako bi se osigurala raznovrsnost i prilagodba različitim interesima turista te kako bi isti imali mogućnost izbora. Na primjer, moguće je osigurati grupnu ulaznicu za avanturističke aktivnosti, grupnu ulaznicu za aktivnosti kulturnih znamenitosti i događanja, grupnu ulaznicu za posjet prirodnim ljepotama, restoranima, farmama.

Drugi vid efikasnog korištenja lokalnog socijalnog kapitala je stavljanje svih mogućih vanjskih aktivnosti za turiste na web stranice privatnih iznajmljivača i drugih dionika u turizmu na području Općine.

Planirano je da se sredstva raspoloživa za promociju velikim dijelom usmjere na digitalno oglašavanje, prvenstveno na društvenim mrežama, na području koja su povjesno sklona Općini Barban kao turističkom odredištu. Nakon provođenja istraživanja turista koji posjete područje Općine tijekom 2021. godine te definiranja određenih područja s najvećim „izvorom“ turista, planirano je usmjeriti digitalno oglašavanje prvenstveno na predmetno tržište. Osim oglašavanja na društvenim mrežama moguće je koristiti i google adwords oglase na google tražilici za pojmove koje turisti sa ciljanih tržišta najčešće traže prilikom svog odabira turističkog odredišta.

S obzirom da su umirovljenici jedna od bitnih ciljanih skupina tijekom provedbe Strategije nužno je osim digitalnog marketinga značajnu pozornost još uvijek posvetiti i klasičnim oblicima promocije. Isto prije svega podrazumijeva izradu brošura koje sadrže organizirane ture i aranžmane s ponudom većeg broja lokalnih dionika. Brošure bi trebale sadržavati mogućnost izbora nekoliko organiziranih „gotovih“ aranžmana.

Brošure je potrebno dijeliti svakom turistu koji posjeti područje Općine, od strane djelatnika Općine, djelatnika Turističke zajednice, svakog privatnog iznajmljivača smještaja, članova Istra Outdoor Experience-a, zaposlenika trgovina, restorana, cafe barova, u crkvama. Važno je da djelatnici svih institucija i poslovnih subjekata vide vlastitu dugoročnu korist od predmetnog angažiranja te da aktivno sudjeluju u dijeljenju predmetnih materijala. Moguće je tijekom ljetnih mjeseci angažirati i lokalne studente ili srednjoškolce da dijele materijale tijekom određenih manifestacija. Brošure je nužno podijeliti i staviti na vidljivo mjesto i u svim turističkim zajednicama i centrima za posjetitelje u obalnim gradovima Istre.

U prvoj godini provedbe Strategije i predmetnih aktivnosti moguće je organizirati zajedničku „akciju“ svih mještana sa ciljem promocije mjesta. Dijeljenje brošura može se proširiti i na turiste koji tijekom ljetnih mjeseci posjete obalne destinacije (u središtu gradova, na većim plažama, u hotelima).

Zajedničke ture i aranžmani trebali bi biti vidljivi i na svim oglasnim mjestima na području Općine. Isto podrazumijeva službena oglasna mjesta ali i autobusne stanice, pa i svako pogodno mjesto za postavljanje plakata na mjestima koje po iskustvu i prepostavci posjećuju turisti. Po nekim iskustvenim istraživanjima potrebno je da osoba minimalno tri puta vidi isti sadržaj ili ponudu (po mogućnosti na različitim mjestima) kako bi se odlučila za kupnju iste.

Travel blogeri i *travel influenceri* predstavljaju najjače „karike“ digitalnog marketinga u promociji destinacije s obzirom na veliki broj pratitelja koje privlače na društvenim mrežama i blogovima. Činjenica je da se usmena predaja ili preporuke prijatelja i obitelji često navode kao najutjecajniji izvor informacija u odlukama o odabiru potrošača⁴⁶, stoga je utjecaj *travel blogera* i *influencera* logičan s obzirom da njihov subjektivan opis doživljaja destinacije djeluje kao preporuka s obzirom na već postojeću naklonost pratitelja te stvara određeni imidž destinacije. Interni marketing ne inzistira na karakterističnim promotivnim aktivnostima već se naglasak stavlja na stvaranje „dobrog glasa“ destinacije. Praksa je organizirati studijsko putovanje za *travel bloggere* i *influencere* koji vlastitom prezentacijom i interpretacijom promoviraju destinaciju na društvenim mrežama. Naglasak bi trebao biti na prezentaciji lokalnih tradicijskih običaja i načina života, posebno starijih ljudi, kulturnim atrakcijama i prirodnim ljepotama, enogastronomskoj ponudi te posebno ponudi avanturističkog (adrenalin) turizma kao bitnom motivatoru dolaska potencijalne skupine turista. Isto je

potrebno osmisliti kao doživljaje koje će *travel blogeri* i *travel influenceri* koji posjete Općinu prenosići.

U promociji lokalnog područja na određenim ciljanim tržištima potrebno je koristiti manifestaciju Trke na prstenac i njezinu kulturnu i tradicijsku vrijednost. Ujedno, moguće je prezentirati i važnost odredišta kroz činjenice o posjećenosti od strane poznatih osoba poput predsjednika Vlade RH i predsjednika RH te pojedinih drugih uzvanika. Postoji mogućnost organizacije dolaska i svjetski poznatih osoba ili osoba koje su važne u društvenom životu na području ciljanih emitivnih tržišta bitnih za lokalno područje (na primjer Austrija ili južna Njemačka). Isto je potrebno medijski popratiti posebno od strane medija na emitivnim tržištima bitnima za lokalno područje.

Povezivanje s turističkim agencijama koje rade s turistima na ciljanim emitivnim tržištima koji iskazuju sklonost Barbanu te nuđenje određenih prednosti u odnosu na konkurentska odredišta može značajno doprinijeti povećanju broja turista koji dolaze u grupama, posebno u razdoblju izvan ljetnih mjeseci.

Pored spomenutog modela organizacije studijskih putovanja za travel blogere i influencere, postoji model digitalnog marketinga po uzoru na nizozemski turistički projekt *Spotted by Locals*. Cilj bi bio razviti mrežu lokalnih blogera (dionici u turizmu okupljeni oko lokalne udruge) koji putem personalizirane web stranice promoviraju sadržaje i specifičnosti Općine (prihodi se u predmetnom projektu ostvaruju i putem skidanja mobilne aplikacije koja nudi dodatne sadržaje, a naplaćuje se). Lokalni dionici u ovoj aktivnosti mogu prenosići priču Barbana koja „vodi od povijesnih otisaka kulture u staroj jezgri do adrenalinskog doživljaja u suvremenom razdoblju“.

U aktivnosti stvaranja digitalnog sadržaja na zajedničkim web stranicama planirano je uključiti i srednjoškolce odnosno studente s lokalnog područja. Moguće je organizirati natjecanje na godišnjoj razini za „najturističku priču Barbana“ u kojem bi nekoliko najuspješnijih radova srednjoškolaca i studenata bilo nagrađeno simboličnim financijskim nagradama. Svi kvalitetniji radovi bi se koristili kao digitalni sadržaji za privlačenje turista. Natjecanje je moguće organizirati i za ostale osobe međutim nagrade bi u istom slučaju bile promotivne prirode, odnosno doprinosile bi ugledu osoba kojima su dodijeljene.

Tijekom provedbe Strategije planirano je kontinuirano provođenje edukacija za lokalne privatne iznajmljivače te ostale dionike u turizmu. U 2021. godini nastojat će se organizirati edukacije za područje digitalnog marketinga, novih trendova u turizmu te osmišljavanje i prezentaciju turističkog sadržaja (ponude). Održavanje zajedničkih sastanaka lokalnih dionika u turizmu i razvoj novih ideja, kao i njihova primjena smatrati će se prioritetnim zadacima u prvim godinama provedbe Strategije.

Značajan broj lokalnih dionika u turizmu (prvenstveno članovi udruženja Istra Outdoor Experience) već je upoznat s alatima digitalnog marketinga te ga aktivno primjenjuje. Jedna od važnih prepostavki Strategije je da se značajna konkurentska prednost na turističkom tržištu za lokalno područje kao cjelinu, ali i pojedinačne dionike može ostvariti kroz zajednički rad svih dionika u turizmu na brendiranju zajedničkih vrijednosti na lokalnom području. Pretpostavka je da s kontinuiranim edukacijama u području promocije i osmišljavanja ponude pojedinačni iznajmljivači i poduzetnici mogu dostignuti određenu razinu konkurentnosti na tržištu, međutim za snažniji iskorak poput realizacije cilja visoke popunjenoosti u razdoblju izvan ljetnih mjeseci bit će potrebno nadograditi konkurentnost cijelog područja. Isto je moguće postići kroz zajednički rad, velik broj pojedinačnih manjih prvenstveno promotivnih ulaganja u zajedničke vrijednosti te rad na razvoju daljnog međusobnog umrežavanja.

Za ostvarenje cilja zajedničke promocije kroz kontinuirane sastanke i promišljanja bit će potrebno održati i nekoliko edukacija u vezi psiholoških aspekata organizacije i rada grupe te utvrđivanja zajedničkih ekonomskih interesa, rizika i prihvatanja nepovoljne strane udruživanja zbog ostvarenja dugoročne koristi.

U zajedničkoj promociji trebalo bi istaknuti sigurnost kao jedan od najvažnijih motivatora dolazaka turista u ruralna odredišta, te „zeleni turizam“. Praćenje trendova „zelenog turizma“ na ciljanim tržištima i aktivna primjena na lokalnom području mogu povezati lokalne dionike s najnovijim svjetskim trendovima. Isto je s obzirom na očuvanu prirodu te lokalni način života, po procjeni, moguće učiniti u vrlo kratkom roku te uz ograničena i velikom broju lokalnih dionika prihvatljiva i moguća materijalna ulaganja. Lokalni „zeleni turizam“ bi trebao biti jedna od najvećih konkurentske prednosti Općine Barban na ciljanom turističkom tržištu. Promocija predmetnog načina pružanja usluga pa i istinskog lokalnog načina rada i života, ima potencijal

spojiti Općinu Barban sa samim vrhom kvalitetne turističke ponude na ciljanim tržišnim segmentima Njemačke i Austrije.

Provedba planiranih promotivnih aktivnosti tijekom razdoblja provedbe Strategije trebala bi doprinijeti stvaranju brenda te povećanju prepoznatljivosti Općine, posebno na emitivnim tržištima sklonim lokalnom području. S vremenom se očekuje da će se stvoriti efekt sinergije s dosadašnjim i uzastopnim novim aktivnostima te da će isto doprinijeti povećanju popunjenošti smještajnih kapaciteta u razdoblju izvan ljetnih mjeseci. Uz pažljivu posvećenost promotivnim aktivnostima i provođenje redovitih godišnjih istraživanja kod turista koji borave na lokalnom području bit će moguće izmjeriti financijsku isplativost digitalne promocije za lokalno područje „po svakoj uloženoj kuni“. S vremenom, tijekom provedbe Strategije, učinkovitost promotivnih ulaganja u zajedničku promociju će se povećati, čime će se stvoriti pretpostavke za povećana ulaganja uključujući i privatni (poduzetnički) sektor. Kontinuirana provedba ulaganja u digitalne promotivne aktivnosti uz ostale mjere trebala bi doprinijeti povećanju broja dolazaka i noćenja u razdoblju izvan ljetnih mjeseci te time i povećanju prihoda privatnih iznajmljivača i ostalih dionika u lokalnom turizmu uključujući i povezane djelatnosti (poljoprivreda, trgovina i drugo).

Ciljevi	Cilj 1, Prioritet 2
Nositelj	Općina Barban, Turistička zajednica, Istria Outdoor Experience, Udruga privatnih iznajmljivača
Partneri	Privatni iznajmljivači, lokalni poduzetnici
Korisnici	Turisti
Aktivnosti	<ul style="list-style-type: none"> • Organizacija redovitih sastanaka privatnih iznajmljivača i članova Istra Outdoor Experience, predstavnika Općine Barban te drugih lokalnih dionika (konoba/restorana, OPG-ova, turističkih agencija) kao neformalnog udruženja (Odbor za razvoj turizma) <ul style="list-style-type: none"> - kontinuirano osmišljavanje načina i razvoj ideja za zajedničku promociju - stavljanje naglaska na ponudu i prezentaciju „zelenog“ turizma - izrada pojedinačnih web stranica i zajedničke facebook stranice na njemačkom jeziku - osmišljavanje i priprema zajedničkih aranžmana

	<ul style="list-style-type: none"> - digitalno oglašavanje zajedničkih aranžmana na pojedinačnim web stranicama lokalnih dionika - izrada brošura sa zajedničkim aranžmanima - dijeljenje brošura turistima u Barbanu i turističkim zajednicama u obalnim turističkim odredištima, posebno onima kod kojih je Barban usputna destinacija na putu povratka turista (Pula, Medulin, Fažana) - kontinuirano osmišljavanje načina za umrežavanje sadržaja i ponude <ul style="list-style-type: none"> • Definiranje načina provođenja istraživanja potreba i interesa te karakteristika ponašanja turista koji dolaze na područje Općine Barban u 2021. i sljedećim godinama • Definiranje strategije ulaganja u digitalno oglašavanje od strane lokalnog Odbora za razvoj turizma • Organiziranje zajedničke akcije svih mještana uz angažman studenata i srednjoškolaca s ciljem podjele brošura i postavljanja plakata sa zajedničkim turističkim turama i aranžmanima na lokalnom području • Planiranje i organizacija te održavanje edukativnih radionica (osnove i napredniji moduli njemačkog jezika, digitalni marketing, novi trendovi u turizmu, osmišljavanje i prezentacija turističke ponude, psihološki efekti udruživanja, „zeleni turizam“) • Organizacija studijskih putovanja za travel blogere i influencere te potencijalno novinare s emitivnih tržišta • Organizacija natjecanja za srednjoškolce i studente te druge mještane za „najturističku priču“ Barbana
Vremenski okvir	2021. – 2023.
Izvor financiranja i proračun	Proračun Općine Barban, proračun Turističke zajednice, Istarska županija, Ministarstvo turizma, donacije, finansijska sredstva lokalnih poduzetnika i članova Istria Outdoor Experience. Potrebno je do 100 tisuća kuna godišnje.
Pokazatelji rezultata	Broj uključenih travel blogera i influencera, broj kreiranih sadržaja na društvenim mrežama, broj potencijalnih turista koji su vidjeli oglase na društvenim mrežama, porast broja korisnika usluga Istra Outdoor Experience, porast broja turističkih dolazaka, porast broja noćenja posebno u razdoblju izvan ljetnih mjeseci.

Mjera 2.1.1. Konjički turizam

Konjički turizam je već sada u značajnoj mjeri dio turističke ponude Općine Barban. Namjera je da isti postane jedan od najznačajnijih čimbenika za razvoj cjelogodišnjeg turizma s obzirom da je već „utkan“ u način života lokalnog stanovništva.

Postojeće prednosti za daljnji razvoj konjičkog turizma odnose se na visoku estetsku vrijednost krajobraza, prohodne staze, raznolikost staza u smislu prirodnog okruženja te prisutnost staza različitih nivoa zahtjevnosti. Osim navedenog, postoji niz privatnih dionika i konjičkih klubova koji godinama svojom ponudom rekreativnog i sportskog jahanja privlače turiste.

Namjera strategije je proširiti i učiniti atraktivnijom postojeću ponudu u razdoblju izvan ljetnih mjeseci sa ciljem ostvarenja cjelogodišnjeg turizma.

Ciljana skupina su strani turisti koji traže aktivran odmor u ruralnim mjestima te domaći turisti koji iz urbanih centara vikendom gravitiraju prema ruralnim lokacijama.

S obzirom na internet promociju na europskom turističkom tržištu može se zaključiti da je sektor konjičkog turizma ipak ograničeno promoviran te da postoji prilika za razvoj vlastitog brenda pojedinih poslovnih subjekata ili odredišta. Isto je još uvijek moguće postići uz ograničena finansijska sredstva s obzirom na razinu konkurencije.

Planirano je usmjeriti značajan udio od raspoloživih finansijskih sredstava namijenjenih digitalnom oglašavanju u promociju lokalnog konjičkog turizma.

Poticati će se daljnje označavanje i uređenje lokalnih konjičkih staza. Cilj je certificirati iste kao turističke konjičke staze te time dodatno doprinijeti pozitivnom imidžu i ponudi lokalnog konjičkog turizma. Nastojati će se osmisiliti staze kroz netaknutu prirodu, s atraktivnim prirodnim vizurama, u blizini pojedinih ugostiteljskih objekata i drugih sadržaja (avanturističkih, kulturnih) atraktivnih turistima. Isto podrazumijeva posjet lokalnim OPG-ovima uz mogućnost kupnje i konzumacije lokalnih proizvoda, istraživanje špilja, obilazak kulturnih znamenitosti na konjima i sličnu ponudu.

Cilj strategije je osmisiliti i urediti konjičke rute/staze s „horses welcome“ punktovima te iste certificirati. Predmetni punktovi podrazumijevaju izletišta, vidikovce, kušaone, agroturizme.

Ponuda konjičkog turizma uskladiti će se i s drugim sadržajima zanimljivim turistima poput pješačkih ili biciklističkih staza. Dvije nove poučne staze koje su u fazi uređenja (Blaz-ušće Raše te Puntera – kanal Raša) doprinijet će proširenoj i atraktivnijoj ponudi u razdoblju izvan ljetnih mjeseci.

Trenutno se na lokalnom području kao dio ponude konjičkog turizma nude turistički aranžmani škole jahanja, jahačih kampova za djecu i kampova terapijskog jahanja. Na području konjičkog sporta na lokalnom području nudi se škola preponskog i dresurnog jahanja, mogućnost pripreme za natjecanja, polaganje jahačkih dozvola i endurance licenci pod vodstvom međunarodno priznatih trenera.

Ostvareni su zapaženi rezultati na hrvatskim pa i svjetskim natjecanjima, posebno u daljinskom jahanju. Isto tako, postoji organizirana suradnja između pojedinih lokalnih dionika u konjičkom turizmu.

Jedna od planiranih razvojnih namjera Strategije je uspostava jahačeg centra koji je predviđen Prostornim planom Općine Barban. Kroz isti bi se trebale razvijati aktivnosti uzgoja, sporta i rekreacije u sektoru konjogoštva na lokalnom području. Vrijednost ulaganja procijenjena je na približno 5 milijuna kuna.

U dosadašnjim aktivnostima izrađena je projektna dokumentacija za obnovu postojeće štale u Barbanu s ciljem povećanja kapaciteta za uzgoj i smještaj konja. Realizacijom projekta omogućilo bi se natjecateljima Trke na prstenac da imaju vlastitog konja i smještaj, te mogućnost sustavnog treniranja. Stvorili bi se preduvjeti za kvalitetniju pripremu lokalnih jahača za natjecanja.

Namjera je da se u sklopu jahačeg centra organiziraju pojedina natjecanja konjičkog sporta u turističke svrhe.

S obzirom na raznolikost terena, područje Općine Barban pogodno je za razvoj discipline endurance, odnosno daljinskog jahanja za zadane udaljenosti od 20 do 160 kilometara u danu.

Natjecanje daljinskog jahanja se dosad organiziralo izvan ljetnih mjeseci što doprinosi razvoju cjelogodišnjeg turizma. Tijekom provedbe Strategije cilj je organizirati i urediti punktove za gledatelje koji će pratiti predmetna natjecanja.

Dugoročna prilika za razvoj lokalnog konjičkog turizma u segmentu konjičkog sporta je u iznimno profitabilnim aktivnostima pripreme konjanika. Za razvoj predmetne ponude potrebno je uz pansionsku štalu i manjež izgraditi i galopsku stazu. Mogućnost izgradnje iste se razmatra, a realizirat će se ovisno o procijenjenoj vrijednosti ulaganja i isplativosti projekta.

U dosadašnjem razvoju konjičkog turizma na lokalnom području ostvarena je povremena suradnja s filmskom industrijom. Nastojati će se iskoristiti postojeća iskustva za daljnji rast u predmetnom području.

S obzirom na trenutnu resursnu osnovu i raspoložive kapacitete poticati će se rast u smjeru hipoterapije, pedagoškog i rekreacijskog jahanja.

Cilj Strategije je uz postupni i kontinuirani razvoj osnovne infrastrukture potrebne za konjički sport razvijati i potporne usluge važne u kontekstu „konjičke industrije“ poput trgovine za opremu, veterinarske ambulante i ostalog. Prepostavka za pružanje popratnih usluga je dovoljan broj korisnika usluga odnosno prvenstveno turista koji koriste lokalne usluge u konjičkom sportu i popratnim aktivnostima vezanim za konje.

Razvoj konjičkog turizma čini jednu od osnovnih razvojnih smjernica u razvoju lokalnog turizma. Prepostavka je da će se s dalnjim razvojem konjičkog turizma, za koji postoje realne resursne osnove u postojećoj ponudi, razvijati i ostali segmenti turizma te povezana djelatnost poljoprivrede.

Kontinuirano „jačanje“ konjičkog turizma uz stvaranje brenda turističkog odredišta avanturističkog turizma trebalo bi doprinijeti povećanju broja dolazaka i noćenja turista koji pokazuju interes za konjima, posebno na ciljanim tržištima. Razvoj sadržaja i turističkih usluga povezanih s konjima doprinijeti će i povećanju atraktivnosti lokalne turističke ponude te povećanoj motivaciji drugih turista za dolazak na lokalno područje.

Prepostavka je i da će razvoj konjičkog turizma pozitivno utjecati na razvoj lokalne poljoprivrede kroz „pojačani“ rad agroturizama i kušaonica kao odredišta uz konjičke staze odnosno kao dio konjičkih tura. Ostali pozitivni popratni efekti su smanjenje zapaštenih poljoprivrednih površina zbog potrebe za ispašom konja te povećanje proizvodnje žitarica i sijena za potrebe ishrane konja. Razvojem konjičkog turizma doprinijeti će se i očuvanju

lokalnog autentičnog krajobraza kroz osvješćivanje važnosti istog za ostvarenje prihoda od turizma kao i nastavku i očuvanju tradicije bavljenja konjima.

Ciljevi	Cilj 2, Prioritet 1
Nositelj	Općina Barban
Partneri	Lokalni subjekti u konjičkom turizmu odnosno lokalni poduzetnici, udruge i klubovi u konjičkom sportu, subjekti koji se bave konjima na razini RH i država emitivnih tržišta
Korisnici	Turisti, lokalni poduzetnici, rančevi, udruge, stanovništvo
Aktivnosti	<ul style="list-style-type: none"> • organizacija sastanka s partnerima i definiranje kratkoročnih ciljeva • unaprjeđenje infrastrukture za daljnji razvoj konjičkog turizma • obnova postojeće štale prema Idejnom planu izrađenom kroz projekt <i>Revitalizacija konjogojstva na području Općine Barban</i> • certificiranje konjičkih staza i „horses welcome“ punktova • edukacije vodiča za turističke jahaće programe • osmišljavanje jahačih programa • osmišljavanje međusektorskih programa u turističkoj ponudi • izgradnja galopske staze (1500 m duljine, 50m širine) ukoliko se pronađu prikladni vanjski izvori financiranja
Vremenski okvir	2021. – 2023.
Izvor financiranja i proračun	EU fondovi, nacionalne potpore, donacije. Potrebno je do 100 tisuća kuna godišnje za redovne aktivnosti koje ne uključuju nova investicijska ulaganja.
Pokazatelji rezultata	Statistika posjetitelja koji koriste posebne programe, statistike i analize posjećenosti Barbana u predsezoni i posezoni.

Mjera 2.1.2. Avanturistički turizam

Avanturistički turizam, kao selektivni oblik turizma, jedan je od visoko rastućih oblika turizma s mnogim razvojnim mogućnostima. U sebi uključuje fizičku aktivnost i otkrivanje novog mjesta, te upoznavanja novih ljudi i kultura, prilagođavanje promjenama i stjecanje iskustva. Ovaj oblik turizma vrlo se lako može razvijati u svim dijelovima svijeta jer se većinom odvija u prirodnom okruženju. Bogati prirodni resursi u Općini omogućuju bavljenje gotovo svim avanturističkim aktivnostima. Da bi poduzetnici uprihodili značajna finansijska sredstva te lokalno stanovništvo imalo koristi od razvoja takvog proizvoda, potrebno je dodatno raditi na ovim elementima: razvoj prometne infrastrukture, daljnje uređenje pješačkih staza i kartiranje kayaking ruta, stvaranje zanimljivih avanturističkih itinerera te organizacija brojnih avanturističkih natjecanja koja bi privukla mnoge sudionike diljem svijeta.

U Istarskoj županiji su najrazvijenije, 2 vrste avanturističkih proizvoda : Trails (trčanje, trekking, pješačenje) i Kayaking (kajakarenje). U općini Barban su se po tom pitanju već počeo razvijati sustav pješačkih staza na kojima se mogu razvijati novi turistički proizvodi.

U općini postoje 3 pješačke staze kategorizirane kao „srednje zahtjevne“: pješačka staza, broj 781 - „Putem mlina“, staza 782 – „Putem Šparoga“, „ i staza 783 – „Putem sv. Martina“. Trenutno su fazi rekonstrukcije i uređenja (označavanja) dvije nove poučno pješačke staze: Puntera – Kanal Raša i Blaz ušće – Raša. Održavanje staza planira se vlastitim sredstvima putem komunalnog poduzeća. Kayaking kao jedna od mogućnosti najrasprostranjenija je u Uvali Blaz gdje je se već nalazi etablirano „mjesto ulaska u vodu s kayakom, te postoje rute koje se koriste. Predviđaju se izrade ruta za samostalno kajakarenje, koje se mogu koristiti i lokalni poduzetnici prilikom osmišljavanja svojih turističkih itinerera.

Općina Barban ostvarila je svojevrsnu prepoznatljivost po pustolovnom (avanturističkom) turizmu zahvaljujući uspješnom poslovanju u predmetnom sektoru nekolicine poduzetnika pod nazivom Istra Outdoor Experience te njihovoј uspješnoј međusobnoj suradnji u pogledu promocije i nastupa na tržištu. Strategijom se planira jačanje tih veza te edukacije i udruživanje i drugih dionika u turizmu u taj turistički proizvod

U Barbanu su etablirane i druge vrste avanturističkog turizma i to: jahanje, vožnja quadovima, buggyjima, , najam jet skija i ronjenje. Jahaće ture te ture na vozilima već su bogate ponudom,

a razvojna perspektiva može ići u smjeru organizacije cateringa tradicionalnih jela u okviru navedenih tura te razvoj ribolovnog turizma sa središtem u uvali Blaz gdje bi turisti mogli pohađati tečajeve podvodnog ribolova, iznajmiti plovilo i opremu potrebnu za podvodni ribolov.

Od privatnih inicijativa ističe se Glavani park – adrenalinski i zabavni park kao mjesto koje radi 365 dana godišnje te u kojem se može osjetiti cjelokupni doživljaj adrenalina.

Avanturistička destinacija nije potpuna bez avanturističkih manifestacija te se putem fondova ministarstva turizma i sredstava općine planiraju podržati manifestacije koje bi etabrirale Barban kao populano Avanturističko mjesto.

Strategijom se planiraju provesti novi tehnološki i drugi trendovi u avanturističkom turizmu:

- Korištenje i izrada virtualnih tura - Otkako je virtualna stvarnost ušla u svijet turizma sa svim mogućnostima koje može pružiti, njena popularnost naglo raste. Pored vizualnih, sudionici također mogu doživjeti zvučne efekte pa i mirise.
- Korištenje profesionalne fotografije i videozapisa - Naše društvo postaje sve više vizualno i većina ljudi temelji svoje mišljenje na onome što vide. Upravo zato je u planu izrada i snimanje kvalitetnih privlačnih slika i fotogalerije u svrhu promocije avanturističkog (pustolovnog) turizma.
- Implementacija Chatboat-a - Chatbot je sustav koji omogućava korisnicima da se izravno povežu s uslugama i uključe se u internetske razgovore. Chatboti su dizajnirani za brže i učinkovitije rješavanje problema s korisničkom podrškom
- Biti lokalni kao vrhunska avantura - neka od najnevjerojatnijih iskustava na putovanjima jesu upoznavanje ljudi i njihovog načina života.
- Integrirane marketinške komunikacije koja bi se trebala sastojati od elemenata: oglašavanja u klasičnim i novim medijima (novine, časopisi, TV, radio, jumbo, internet, mobilno oglašavanje, plakati), unaprjeđenja prodaje, osobne prodaje (organizacija sastanaka s ključnim korisnicima), publiciteta (članci, TV i radijske emisije), odnosa s javnošću (objave za medije i press konferencije) te direktne komunikacije.

Pametnim ulaganjem sredstva, kvalitetnim marketingom te osmišljavanjem zanimljivih i kvalitetnih aranžmana, avanturistički turizam u Barbanu bi mogao u skoroj budućnosti postati destinacija pustolovnog turizma u sinergiji s ponudom tradicionalne gastronomске ponude te prirodne i kulturne baštine, dakle stvoriti destinaciju adrenalina i tradicije.

Ciljevi	Cilj 2, Prioritet 1
Nositelj	Istra Outdoor Experience
Partneri	Turistička zajednica, Istarska razvojna turistička agencija, lokalni poduzetnici,
Korisnici	Turisti, lokalno stanovništvo
Aktivnosti	<ul style="list-style-type: none"> • Infrastrukturno osmišljavanje, održavanje i razvoj novih pješačkih staza • Razvoj i promocija novih kayaking sadržaja, kreiranje gpx kayaking ruta, izrada turističkih itinerera • unaprjeđenje postojeće ponude s ciljem diversifikacije iste • razvoj pustolovnog turizma za mlađu dobnu skupinu • razvoj podvodnog ribolova • razvoj avanturističkih tura koje će objediniti sve ponude na području Općine • Edukacija iznajmljivača i dionika o mogućnostima razvoja i ponudi avanturističkog turizma u općini • Korištenje novih trendova u avanturističkom turizmu: izrada virtualnih tura, implementacija Chatbot sustava, akcije snimanja kvalitetnih fotografija i promocijskih videa avanturističke destinacije Barban, „biti lokalan“ inicijativa (buy local), • Podrška promociji i razvoju avanturističkih manifestacija • Razvoj integrirane marketinške komunikacije za promociju i prodaju destinacije
Vremenski okvir	2021. – 2023.
Izvor financiranja i proračun	Proračun Općine Barban, proračun Turističke zajednice, EU fondovi; donacije; Potrebno je do 200.000 kuna početnog ulaganja te 100.000 kuna za održavanje.
Pokazatelji rezultata	Broj kilometara uređenih trail staza, broj kreiranih kayaking ruta, broj avanturističkih manifestacija, broj edukacija, izvedeni infrastrukturni zahvati, broj usluga vezanih uz avanturističku ponudu, statistika posjećenosti.

Mjera 2.1.3. Cikloturizam

Istarska županija je u svojim strateškim dokumentima, Cikloturizam identificirala kao jednu od najvažnijih grana turizma koje predstavljaju veliki potencijal za razvoj turizma. Cikloturizam, kao grana selektivne vrste turizma, predstavlja potencijal razvoja koji nema samo finansijski potencijal rasta već je i okolišno održiv, a očuvan okoliš postaje najvažniji turistički resurs budućnosti.

U općini Barban za sada postoji jedna označena službena staza „Barban 631“ koja se odnosi na „Cestovni biciklizam“ a nalazi se u kategoriji „teških staza“ te je predviđena za iskusnije (profesionalne) bicikliste, odnosno za Aktivni cikloturizam. Kako su u strategiji kao ciljane skupine, identificirane obitelji s djecom i rekreativci, tako se u općini planira razvoj, offroad MTB staza namijenjenih rekreativcima s obiteljima, turistima, te rekreativnim MTB vozačima.

Ciljane skupine cikloturista obuhvaćene strategijom jesu: rekreativni biciklisti i obitelji, brdski biciklisti (MTB), cestovni biciklisti, E-bike turisti.

Operativnim planom cikloturizma IŽ izrađena je analiza koja pokazuje da Cikloturisti pripadaju skupini srednje ili visoko obrazovanih turista. Najčešće putuju u paru, oko 30% cikloturista dolazi u skupini od tri do pet ljudi, a preostalih 20% su samci. Skoro 60% cikloturista promjeni smještaj nekoliko puta za vrijeme putovanja, dok oko 40% boravi u jednoj destinaciji. Cikloturisti u prosjeku troše 53 eura dnevno uključujući i smještaj, dok jednodnevni posjetitelji u prosjeku troše 16 eura dnevno. Gosti smješteni na jednom mjestu koriste kružne staze stoga je važno osigurati korištenje lokalnih cesta sa što manje prometa, mogućnost lokalnog smještaja s autohtonom gastronomskom ponudom, uz postojeće prirodne i kulturne atrakcije.

Potencijal za razvoj predstavljaju tematske, igrificirane i storytelling staze koje turistima pružaju dodatan osjećaj zabave kroz igru, kulturu i sport. Razvoj takvih vrsta staza predstavlja nadstandard u dosadašnjem razvoju cikloturizma te ih je općina prepoznala kao potencijal koji bi mogla financirati iz Europskih i nacionalnih bespovratnih sredstava. Takve staze predstavljaju najveći prinos u iznosu uloženog i dobivenog jer se na njima mogu postavljati i tematski/storytelling punktovi koji su privlačni i većem broju posjetitelja od samih biciklista na kojima bi se onda mogla kapitalizirati značajna sredstva iz naplate doživljaja, gadgets, suvenира, hrane i pića.

Investiranje u samu infrastrukturu odnosi se na aktivnosti trasiranja, označavanja staza radi lakšeg snalaženja na prostoru općine. Trasiranje staza i neinvazivni zahvati u prirodi se planiraju provesti radi povećanja sigurnosti biciklista, a i zbog ujednačavanja kvaliteta staza s ostalima u županiji. Cilj je pružiti ujednačenu kvalitetu sigurnosti trasa/staza na razini cijele regije odnosno na području Istarske županije.

Radi kapitalizacije sredstava koja bi se uložila u dodatnu infrastrukturu, u općini se planiraju postaviti brojači posjetitelja na nekoliko punktova službenih staza, te na određenim lokacijama na kojima bi se moglo trasirati nove staze. Podaci dobiveni iz analiza brojača koriste se da se utvrde najatraktivnije staze i punktovi na kojima bi se postavila eko odmorišta za bicikliste s okrjepljenim stanicama.

Rezultati, očitani s brojača biciklista/posjetitelja na punktovima gdje još uvijek nisu označene staze, pružaju informacije o potencijalnim atraktivnim putevima kojima se prirodno kreću biciklisti kako bi općina znala gdje planirati buduću biciklističku infrastrukturu. Unutar vlastitih sredstava Općine planira se оформiti sustav održavanja biciklističkih staza.

Važan aspekt razvoja cikloturizma na području središnje Istre odnosi se na specifičnost cikloturizma u smislu da biciklističke staze prolaze kroz više jedinica lokalne samouprave. Stoga je nužna međusobna suradnja i umrežavanje kako bi se razvila potrebna infrastruktura, ali i zajednička promocija (interaktivna bike karta te cestovna biciklistička karta za područje cijele Istre).

U Barbanu se u sklopu izgradnje novih cestovnih prometnica, planiraju i asfaltirati biciklističke trake uz cestu kako bi se u budućnosti općina povezala s drugim lokacijama u Južnoj Istri te formirala biciklistički cestovni koridor kojim bi se povećala dostupnost destinacije, smanjile gužve na cestama, te povećala sigurnost biciklista.

Podržavaju se aktivnosti koje koordinira Istarska razvojna turistička agencija, putem razvoja Bike & Outdoor proizvoda a to su : dodjela oznake Istra bike&bed smještaj, instaliranje E- bike punionice, podržavanje i promocija Bike&friendly point usluga restorana, bike prijevoza za turiste, servisa za bicikle, edukacije za Bike vodiče.

Radi lakšeg snalaženja u prostoru, planira se izrada gpx trasa i tiskanje informativnih turističkih bike karti Južne Istre koje se dijele u lokalnom TZ uredu.

U svrhu promocije cikloturizma na području Južne Istre, domaćim i stranim posjetiteljima organizirat će se tradicionalna bike manifestacija/rekreativna biciklijada: Jug na dva kotača. U svrhu prezentacije novih staza te privlačenja rekreativaca i zaljubljenika u cikloturizam, podržavaju se i planiraju nove Bike manifestacije, odnosno utrke. Osim promidžbe same destinacije, organizacija bike utrka, donosi sredstva razvoju lokalne ekonomije.

Izgradnja biciklističkog parka u sklopu Glavani parka (investitor je u početnoj fazi realizacije projekta) važan je aspekt razvoja cikloturizma. Bike Centar, zaokružuje cijelokupnu ponudu destinacije na jednom mjestu. Bike Park objedinjuje sve sadržaje koje biciklisti trebaju na odmoru: od poligona za treniranje i specijaliziranih staza različite zahtjevnosti do škole biciklizma i vođenih tura u destinaciji. Sveobuhvatna usluga u bike parku prilagođena je svim tipovima biciklista i obiteljima s djecom, a kvalitetna infrastruktura nudit će vrhunski biciklistički doživljaj.

Područje općine zbog svoje očuvane prirode, blizine morskih destinacija, kulturnih i arheoloških lokaliteta predstavlja idealan poligon za razvoj cikloturizma.

Ciljevi	Cilj 2, Prioritet 1
Nositelj	Općina Barban
Partneri	Privatni iznajmljivači, turistička zajednica, Istarska razvojna turistička agencija, lokalne biciklističke udruge, lokalni poduzetnici, lokalno stanovništvo
Korisnici	Turisti, lokalno stanovništvo
Aktivnosti	<ul style="list-style-type: none"> • Unaprjeđenje postojeće biciklističke staze s ciljem diversifikacije turističke ponude • Trasiranje novih MTB staza, bike pointova, okrjepnih stanica i uvrštanje u destinacijsku ponudu • Održavanje postojeće i nove biciklističke infrastrukture • Stvaranje bike share sustava bicikala i električnih bicikala te e-bike punionice • Stvaranje tematskih interpretativnih ruta kroz storytelling i igifikaciju

	<ul style="list-style-type: none"> • Nabava brojača biciklista u svrhu poboljšanja sigurnosti i razvoja novih staza • Edukacija iznajmljivača i lokalnih dionika u svrhu edukacija o proizvodu • Razvoj sustava <i>Istra Bike&Bed</i> za smještaj cikloturista (edukacije iznajmljivača, certificiranje smještaja kao specijaliziranog za prihvatanje cikloturista) • Izrada gpx zapisa staza i sudjelovanje u izradi karata • Suradnja s IRTA-om kao krovnom organizacijom koja upravlja razvojem cikloturizma (Istra Bike&Outdoor) u vidu razvoja sadržaja vezanih uz cikloturizam • Organizacija fokus grupa s bitnim dionicima o razvoju ponude cikloturizma • Razvoj infrastrukturne mreže koja će povezivati dionike u turizmu koji vlastitim poslovanjem ostvaruju profit u turizmu • Osnivanje biciklističkog parka.
Vremenski okvir	2021. – 2023.
Izvor financiranja	Proračun Općine Barban, proračun Turističke zajednice Općine Barban, EU fondovi; Privatne investicije poduzetnika, Potrebno je do 100 tisuća kuna godišnje.
Pokazatelji rezultata	Broj kilometara uređenih biciklističkih staza i biciklističkih traka, broj novih smještajnih objekata certificiranih kao <i>bed&bike</i> , broj novih okrjeplnih stanica, broj razvijenih storytelling ruta, izvedeni infrastrukturni zahvati, broj usluga vezanih uz cikloturističku ponudu, broj uključenih dionika u fokus grupu o razvoju cikloturizma, broj educiranih dionika o razvoju proizvoda

Mjera 2.1.4. Razvoj lovnog turizma

Jedan od načina smanjenja sezonalnosti je razvoj lovnog turizma budući da je sezona lova u zimskim mjesecima kada ima najmanje turista. Lovci uglavnom borave dva do tri dana u destinaciji. Glavno tržište je Italija budući da od tamo dolazi 95 % lovaca u Istarskoj županiji, njih 1700. Istarska županija ima 46 lovišta i 37 lovačkih društava, a na području Općine Barban aktivno je Lovačko društvo Kamenjarka Barban koja u zakupu ima lovišta Barban i Raša. Od vrsta se ističu fazani, zečevi, divlje svinje i srne.

Općina Barban već ima u planu projekt koji će značajno doprinijeti razvoju lovnog turizma, a to je izgradnja lovačkog doma u sportskoj zoni (streljana, trkalište). Namjera je da lovački dom postane centar razvoja lovnog turizma na lokalnoj, ali i regionalnoj razini. U prvoj fazi izradit će se idejni projekt za predmetno ulaganje.

Nadalje, lov ima velik gastronomski potencijal u pripremi specifičnih jela od divljači, a daljnji razvoj gastronomске ponude ovisit će o suradnji dionika u lovnom turizmu te u sektoru ugostiteljstva. Uz usluge pružanja hrane koja se može proširiti i na ostale skupine turista, planira se razvijati i smještaj i ostale usluge prilagođene lovcima. Lovcima je potrebno osigurati grijane objekte, boksove za pse te lako ishođenje potrebnih isprava. Boksovi za pse po dosadašnjim iskustvima mogu značajno doprinijeti privlačenju lovaca, a za ista ulaganja predviđeno je i sufinanciranje iz proračuna Općine. Pretpostavka je da će postavljanjem većeg broja boksova za pse doprinijeti prepoznatljivosti Općine Barban kao odredišta prilagođenog potrebama lovaca i lovnog turizmu. Uz to, lovcima će se ponuditi i ostala turistička ponuda poput posjeta kulturnim i prirodnim znamenitostima. Planirano je privlačenje lovaca kroz pripremu i promociju specijaliziranih vikend aranžmana.

S obzirom da se radi o specifičnoj ciljnoj skupini, promocija navedenog oblika turizma provodit će se uglavnom na specijaliziranim sajmovima, u katalozima i lovačkim časopisima kako bi se privukli uglavnom strani lovci. Razvoj lovno-turističkog poduzetništva poticat će se edukacijom sudionika lovnog turizma te umrežavanjem s ostalim dionicima u turizmu poput lokalne turističke agencije, Općine, lokalnih društava i ostalih. Edukacije će dionike pripremiti za konkretne korake u razvoju lovnog turizma, a to je dolazak do turista u lovnom turizmu, prilagodba objekata za lovni turizam te prezentacija isplativosti ulaska u lovni turizam.

Ciljevi	Cilj 2, Prioritet 1
Nositelj	Lovačko društvo <i>Kamenjarka Barban</i>
Partneri	Lovački savez Istarske županije, Općina Barban, turističke agencije, TZ, lokalni poduzetnici, ostali dionici u turizmu
Korisnici	Turisti - lovci
Aktivnosti	<ul style="list-style-type: none"> • edukacije za dionike u turizmu o potencijalima lovnog turizma (kako prilagoditi postojeće resurse za zimsku sezonu lova – prenamjena smještajnih i ugostiteljskih objekata; isplativost turističke ponude u lovnom turizmu; kako doprijeti do ciljanog tržišta i iskoristiti postojeće resurse) • sufinanciranje boksova za pse kod privatnih iznajmljivača • izgradnja lovačkog doma • kontinuirana komunikacija Općine i ostalih dionika u turizmu s ciljem razvoja lovnog turizma • objedinjavanje cjelokupne turističke ponude (organizacija lova, smještaj, restorani, prijevoz, ostale usluge)
Vremenski okvir	2023. – 2025.
Izvor financiranja i proračun	Ulaganje u lovnu infrastrukturu pokrenut će lokalne interesne grupe uz podršku Općine. Planirana ulaganja su do 4,1 milijuna kuna iz vanjskih izvora i proračuna Općine.
Pokazatelji rezultata	Broj prijavljenih gostiju i ostvarenih noćenja lovaca na području Općine. Broj prijavljenih lovaca. Broj odstrela divljači.

Mjera 2.2.1. Inovativnost i digitalizacija

Digitalizacija kao nužan proces u unaprjeđenju poslovanja predstavlja izazov za ruralna mjesta koja nisu trenutno kapacitirana za učinkovitu primjenu naprednih tehnoloških inovacija. Stoga ključan korak predstavlja upoznavanje s materijom kroz edukacije. Digitalizacija ne podrazumijeva samo nabavljanje IT opreme, već je usko povezana s razvojem ljudskog kapitala. Tehnološke inovacije ubrzano mijenjaju tržište, a za prilagodbu novonastalim uvjetima i opstanak na tržištu nužno je brzo savladavanje novih vještina. Stoga je važno kontinuirano educirati dionike u turizmu o mogućnostima koje digitalne vještine predstavljaju za osobni razvoj, razvoj zajednice, razvoj turizma. Za razvoj svih sektora pa tako i turizma važna je obrazovna struktura stanovništva, posebno za korištenje novih tehnologija u industriji i poljoprivredi te u turizmu i uslužnim djelatnostima. Razvoj ljudskih resursa univerzalan je prioritet te ga je važno realizirati tijekom provedbe Strategije.

U sektoru turizma, proces digitalizacije odnosi se na inovativnu interakciju s tržištem (e-marketing, e-promocija) te povezivanje s društvenim mrežama s ciljem učinkovitijeg upravljanja destinacijom. Razni aspekti razvoja, poput smanjenja depopulacije, povećanja prihoda, povećanja kvalitete života moraju se osloniti na digitalizaciju kao pokretačku silu razvoja turizma. Sustav treba biti samoodrživ. Podizanje razine obrazovanja u skladu s tržišnim prilikama povećat će i mogućnost zapošljavanja, a cilj je da mladi obrazovani ljudi ostaju u zajednici i doprinose njenom razvoju u smislu podizanja kvalitete životnog standarda.

Mobilna tehnologija i digitalna komunikacija s potencijalnim gostima ključan su aspekt razvoja turizma. Preporuča se optimizacija sadržaja turističke ponude na pametnim telefonima te otvorenost i dostupnost online komunikacije s potencijalnim turistima putem promotivnih mrežnih stranica. Navedeno uvelike utječe na percepciju potencijalnih gostiju o turističkoj destinaciji (web stranica mora biti pregledna i fluidna kako bi onaj tko pregledava brzo i jednostavno manipulirao sadržajem- tekstualnim i vizualnim). U specifičnom sektoru kao što je turizam na svjetskoj razini se kontinuirano događa razvoj usluga i sadržaja koji obično prati druge sektore i trendove te značajne inovacije. Digitalizacija doprinosi povećanju prodaje, omogućuje personalizirani pristup turistu, mijenja agencijsko poslovanje kroz efikasnije upravljanje ponudom, omogućuje recenziju usluga, kroz društvene mreže omogućuje razmjenu iskustava te ciljane promotivne aktivnosti, razvija inovativne usluge ekonomije

dijeljenja (Couchsurfing, Airbnb, Blabla car, Uber itd.). Mogućnost online i beskontaktnog plaćanja važno je u funkcioniranju naplate usluga. Nadalje, umjetna inteligencija koristi se kroz različite virtualne asistente na pametnim telefonima, proširena i virtualna stvarnost kroz korištenje naočala i ostalih pomagala stvara potpuno novi svijet/slika/stvarnost ili se dopunjuje postojeća stvarnost s dodatnim elementima s kojima je moguća interakcija. Tehnologija proširene stvarnosti je popularna u turističkoj industriji na način da se u realni svijet dodaju elementi virtualnog svijeta (proširena stvarnost može se upotrijebiti za podršku posjetiteljima na materinjim jezicima, ponuditi dodatni povijesni ili kulturno-istorijski kontekst destinacije, stvoriti obrazovne igre u cilju boljeg upoznavanja destinacije i ostalo). *Centar za posjetitelje Barban* koristi već naprednu tehnologiju simulacije *Trke na prstenac* koja predstavlja autentičan doživljaj za turiste.

Google Maps i Google Earth prikazuju satelitske snimke, karte ulica, Street View, prometne uvjete u stvarnom vremenu te omogućuju planiranje ruta za pješačenje, automobil, bicikl ili javni prijevoz. Google Karte kao usluga ima veliku ulogu u promociji turističke ponude s obzirom da svi ugostiteljski i smještajni objekti mogu biti vidljivi ukoliko to žele. Navedeno olakšava turistima pronađak destinacije. Street View je zanimljiv s obzirom da omogućuje virtualnu šetnju destinacijom što uvelike olakšava snalaženje prostorom. Pored navedenog, Google Karte nude mogućnost objavljivanja recenzija i fotografija destinacije.

Internet stvari (IoT) omogućuje povezivanje fizičkih uređaja koji prikupljaju, dijele i razmjenjuju podatke putem interneta s ciljem pojednostavljenja života ljudi što može biti iznimno atraktivno i turistima koji dođu na odmor. Big data odnosno tehnologija velikih podataka omogućuje prikupljanje, obradu i analizu velike količine podataka koji se mogu iskoristiti u tržišnom pozicioniraju i unapređenju kvalitete usluge⁴⁷.

Uz napredne tehnologije ne smije se zaboraviti na prateću infrastrukturu koja je preduvjet za daljnji razvoj tehnoloških rješenja. Brz i svima dostupan internet danas je temeljna infrastruktura poput vodovodne mreže, a na ključnim javnim mjestima potrebna je javna besplatna bežična mreža. Uz to potrebna su ulaganja u povezanost optičkim kablovima te razvoj nove mobilne mreže pete generacije (5G). Općina već sudjeluje u projektu gdje se planira razvoj optičke mreže odnosno širokopojasnog interneta što se planira realizirati do 2023. godine.

Ciljevi	Cilj 2, Prioritet 2
Nositelj	Općina Barban
Partneri	Tehnološke tvrtke, turistička zajednica
Korisnici	Turisti, lokalni poduzetnici, privatni iznajmljivači
Aktivnosti	<ul style="list-style-type: none"> • Organizacija edukacija o primjeni novih tehnologija u turizmu za lokalne dionike u turizmu • Analiza kvalitete postojeće infrastrukture i brzine interneta • Postavljanje javno dostupnog interneta na ključnim turističkim lokacijama u Općini • Korištenje GPS-a u razvoju destinacije (tematski itinerari za promociju nastaju spajanjem "točaka interesa" koje predstavljaju različite vrste turističkih sadržaja, usluge i turističke atrakcije kojima lokacija raspolaže poput biciklističkih staza, staza za pješačenje i planinarenje, informiranje o najbližim ugostiteljskim objektima, smještajnim kapacitetima i drugim dostupnim sadržajima) • Implementacija najnovijih tehnoloških rješenja u turističku infrastrukturu te digitalizacija sustava.
Vremenski okvir	2021. – 2025.
Izvor financiranja i proračun	U narednom programskom razdoblju očekuje se poseban naglasak na inovativnost i digitalizaciju, stoga se ova mjera planira financirati većinom iz EU fondova. Potrebno je do 50 tisuća kuna godišnje za manje zahvate.
Pokazatelji rezultata	Brzina interneta, broj polaznika na edukacijama, anketa o primjeni digitalnih rješenja.

Mjera 2.2.2. Očuvanje prirodnih resursa i zeleno gospodarstvo

Politika zaštite okoliša mora biti ugrađena u sve aspekte života, od ekonomskih, socioloških, kulturoloških do političkih. Prirodna ograničenja treba poštivati u smislu racionalne, ekološke organizacije interesa u prostoru. Pored očuvanja prirodnih resursa (prostor, hrana, voda, energija) odgovornim ponašanjem te primjenom novih tehnologija, načela zelenog gospodarstva potiču suvremene metode u tradicionalnoj autohtonoj poljoprivredi, razvoj lokalnog srednjeg i malog poduzetništva, te razvoj selektivnih oblika turizma kao alternative devastirajućem masovnom turizmu. Strateško planiranje razvoja turizma Općine Barban snažno podupire viziju istog. Razvoj malog i srednjeg lokalnog poduzetništva, manifestacije lokalnog karaktera, uređenje pješačkih, biciklističkih i konjičkih staza te ostale mjere planiraju se provesti u skladu s načelima održivog razvoja.

Prirodni kapital je neizostavna tema u narednim godinama, a upravo je njegovo očuvanje u vidu povećanja energetske učinkovitosti, poticanja zelene infrastrukture, racionalno zbrinjavanje otpada, recikliranje i ostalo ključ razvoja turizma koji njeguje očuvani krajobraz i održiv pristup komercijalizaciji prostora. Prema Prostornom planu Općine Barban predviđa se racionalno korištenje prirodnih izvora u smislu da se prostorom manipulira s ciljem afirmacije pejzaža, a ne njegove devastacije. Cilj je dakle sanacija, revalorizacija zapuštenih prostora s visokim potencijalom razvoja. Primjer može biti potencijalna rekultivacija kamenoloma Gočan u kulturne, sportske, turističke svrhe. U sklopu samog kamenoloma bilo bi idealno organizirati kulturne sadržaje, odnosno osigurati prostor za razvoj kulturnih i kreativnih industrija posebice za kiparske kolonije i koncerte, dok bi sam kamenolom okruživale biciklističke staze, konjičke staze, infrastruktura za rekreativno penjanje. Zaključak je da racionalno korištenje prostora ne podrazumijeva istovremeno i devastaciju istog.

Povećanje broja smještajnih kapaciteta i izgradnja poduzetničke zone neće narušiti prirodno bogatstvo Općine ako se izvede u skladu sa zelenim graditeljstvom, a utjecat će na povećanje prihoda svih dionika u turizmu na način da će povećanjem broja posjetitelja i razvoj dodatnih selektivnih oblika turizma utjecat na povećanje prihoda svih dionika u turizmu.. Cilj je i povećanje kvalitete turističke ponude, diversifikacija iste te stvaranje različitih elemenata koji će izdvojiti Barban kao destinaciju. Strategija ukazuje na važnost tradicionalne gradnje s ciljem zaštite krajobraza, ali i stvaranje autentičnog imidža Općine što će privući goste i van

sezone, posebice domaće turiste iz urbanih centara koji odluče provesti vikend u ljepotama Općine Barban.

Potrebno je ulagati u obnovljive izvore energije, energetsku učinkovitost objekata, recikliranje otpada te saniranje divljih deponija otpada što Općina Barban aktivno čini već dugi niz godina (akcija uklanjanja onečišćenja iz mora u Raškom zaljevu, sanacija ilegalnih odlagališta smeća). Općenito se preporučuje poticanje poduzetničkih ideja koje uključuju načela zelenog gospodarstva u svoje poslovanje budući da svaki dionik ukoliko je dovoljno educiran najbolje zna kako on može doprinijeti zaštiti okoliša. Uz veća ulaganja, edukacije su ključan alat dugoročnog razvoja zelenih praksi stoga se predviđa edukacija o zelenoj gradnji i korištenju obnovljivih izvora energije. Jedna od planiranih aktivnosti je uključivanje škola i vrtića u „zelene“ projekte (djecu se potiče na aktivno sudjelovanje u stvaranju „zelenih“ projekata na području Općine - Obilježavanje Dana zelenila i „prirodnih čari“ Općine Barban).

Namjera je Općine njegovati prirodni kapital te poticati tradicionalno izvorno graditeljstvo koje će se nadovezati na lokalnu tradiciju, izvornu i autentičnu. Navedeno podrazumijeva stvaranje tradicionalne atmosfere u vidu uređenja okućnica i dodavanja tradicionalnih elemenata u gradnji. Općina će poticati takav trend natječajima za izbor smještajnog i ugostiteljskog objekta koji najviše odiše tradicijom. Nagrada bi bila novčana te bi se predmetni iznos mogao iskoristiti isključivo s ciljem dodavanja tradicijskih elemenata u sklopu objekta.

Primjena koncepta zelenog gospodarstva u turizmu ima i svoj pozitivan prihodovni element. Tijekom nekoliko posljednjih godina započet je trend posebnog vrednovanja turističkih odredišta koja brinu o zaštiti okoliša. Drugim riječima zaštita okoliša u nekom turističkom odredištu postaje bitan faktor privlačenja novog „vala“ turista na postojećim emitivnim tržištima za Općinu Barban. Dobrobit racionalnog, ekološki osviještenog, zelenog korištenja i prenamjene prirodnih i kulturno-povijesnih prostora je, dakle, višestruka.

Ciljevi	Cilj 2, Prioritet 2
Nositelj	Općina Barban
Partneri	Privatni iznajmljivači, turistička zajednica, lokalni poduzetnici, lokalno stanovništvo, Zelena Istra
Korisnici	Turisti, lokalno stanovništvo, poduzetnici
Aktivnosti	<ul style="list-style-type: none"> • edukacije za dionike u turizmu i lokalno stanovništvo o mogućnostima sufinanciranja energetske učinkovitosti i obnovljivih izvora energije iz EU fondova i nacionalnih izvora • edukacija za lokalne poduzetnike o zelenom graditeljstvu • prezentacija mogućnosti Eco Domus certificiranja • osmišljavanje projekata za škole i vrtiće • ulaganje u sustav upravljanja otpadom i suradnja s okolnim jedinicama lokalne samouprave po pitanju otpada • interaktivne radionice recikliranja i tehnika korištenja prirodnih materijala • organizacija natječaja za izbor „najtradicionalnijeg“ smještajnog ili ugostiteljskog objekta u Općini.
Vremenski okvir	2021. – 2025.
Izvor financiranja i proračun	Proračun Općine Barban, nacionalni izvori, ITU mehanizam, pojedini natječaji iz europskih fondova; do 100 tisuća kuna iz proračuna Općine.
Pokazatelji rezultata	Broj organiziranih edukacija, broj objekata s ulaganjem u energetsku učinkovitost, broj smještajnih objekata s certifikatom Eco Domus, broj saniranih divljih deponija otpada, broj uključenih učenika u eko projekte, broj prijavljenih na natječaje za „najtradicionalniji“ ugostiteljski ili smještajni objekt u Općini.

Mjera 2.2.3. Uređenje biciklističkih i pješačkih staza

Pješačke, biciklističke i konjičke staze podupiru viziju zelenog gospodarstva, a daljnje uređenje takve sportsko-rekreacijske infrastrukture (unaprjeđenje staza, mogućnost skladištenja bicikala i opreme, servis, najam, praonica, odmorište, prijevoz bicikala i opreme) te stvaranje sadržaja u sklopu istih (organizirane tematske ture) čine turističku ponudu bogatijom te povećavaju kvalitetu života lokalnih stanovnika koji svoje slobodno vrijeme odluče provesti u aktivnom odmoru.

Ponuda staza u Općini Barban je raznolika: pješačko-biciklistička staza Putem šparuga, pješačko-konjička staza Putem gljiva u okolini naselja Draguzeti, pješačko-konjička staza Putem izvora koja prolazi uz nekoliko izvora vode kraj naselja Hrboki, pješačka staza Putem mlinova kod Sutivanca koja prolazi kraj mlinova na rubnom dijelu Raške doline, zatim pješačko-biciklistička staza Sv. Martina oko naselja Bičići i Orihi te pješačko-biciklistička staza Putem špilja koja prolazi kraj nekoliko špilja u Općini Barban i susjednoj Općini Žminj. Postoji i jedna biciklistička staza od 33 kilometara. Sve staze označene su informativnom pločom te se odlikuju specifičnim elementima (biljkama, kulturnim znamenitostima ili prirodnim bogatstvima). Jahaće ture, vožnja quadovima i buggyjima, pješački i biciklistički promet potrebno je podići na višu razinu uređenjem odmorišta, tematskih punktova (umjetničkih, gastronomskih, sportskih, pustolovnih) na kojima će posjetitelji zastati i upoznati nove sadržaje (izložba na otvorenom, catering u masliniku ili vinogradu). Berba šparauga i gljiva mogu postati dio ture navedenih staza, a njihova priprema pravi gastronomski doživljaj za posjetitelje.

Što se tiče realizacije projekata uređenja staza Puntera-Kanal-Raša i Blaz-Kanal-Raša, odobrenih za financiranje kroz Podmjeru M08 "Ulaganja u razvoj šumskih područja i poboljšanje održivosti šuma" isti će doprinijeti razvoju prirodne baštine u funkciji razvoja turizma Općine. Ulaganja će se provesti u skladu s ekološkim standardima korištenjem prirodnih materijala, a krajnji je cilj istih educiranje i informiranje o značaju, zaštiti i održivom gospodarenju šumama i okolišem. Navedene staze privući će velik broj posjetitelja što će doprinijeti i razvoju lokacija poput uvale Blaz razvojem novih sadržaja.

Ciljevi	Cilj 2, Prioritet 2
Nositelj	Općina Barban
Partneri	Turistička zajednica, Istarska razvojna turistička agencija, Istra Outdoor Experience, lokalno stanovništvo
Korisnici	Turisti, lokalno stanovništvo
Aktivnosti	<ul style="list-style-type: none"> • Unaprjeđenje postojećih biciklističkih staza s ciljem diversifikacije turističke ponude • Organizacija berbe šparuga, gljiva te kulinarske radionice pripreme istih • Infrastrukturni zahvati (trasiranje, postavljanje signalizacije) • Kreirati sustav održavanja i kontrole pješačkih i biciklističkih puteva (mjerači posjetitelja, GIS sustav, kontrola staza) • Stvaranje bike share sustava bicikala i električnih bicikala te e-bike punionice • Stvaranje tematskih interpretativnih ruta kroz storytelling i igrifikaciju • Razvoj sustava <i>Istra Bike&Bed</i> za smještaj cikloturista (edukacije iznajmljivača, certificiranje smještaja kao specijaliziranog za prihvat cikloturista) • Postavljanje brojača posjećenosti • Mapiranje i stvaranje GPS podloge za nove pješačke, biciklističke puteve • Izrada karata • Razvoj infrastrukturne mreže koja će povezivati dionike u turizmu koji vlastitim poslovanjem ostvaruju profit u turizmu • Uređenje odmorišta, tematskih punktova.
Vremenski okvir	2021. – 2023.
Izvor financiranja i proračun	Proračun Općine Barban, proračun Turističke zajednice Općine Barban, EU fondovi; vrijednost ulaganja procjenjuje se na iznos do 1,3 milijuna kuna od čega se najveći dio odnosi na uređenje poučnih staza koje su prijavljene na natječaje za financiranje iz EU fondova s intenzitetom potpore od 100%
Pokazatelji rezultata	Broj kilometara uređenih biciklističkih staza, broj smještajnih objekata certificiranih kao <i>bed&bike</i> , izvedeni infrastrukturni zahvati, osmišljene tematske ture.

Mjera 2.2.4. Uređenje uvala Blaz

Uvala Blaz ima povijesno i kulturno značenje za Općinu Barban. U uvali nema građevina osim izvornih mlinova iz 15. stoljeća. Ista predstavlja značajni krajobraz prema Prostornom planu Istarske županije. U Uvali se nalazi uzgajalište školjaka međutim predmetni uzgoj ne utječe značajno na njezinu vrijednost u smislu turističkog vrednovanja prostora. S obzirom na navedene vrijednosti Uvala ima potencijal za visoki doprinos razvoju lokalnog turizma.

Jedna od bitnih razvojnih namjera Strategije je staviti istu u dugoročnu turističku funkciju uz očuvanje autentičnosti postojećeg prostora.

Namjera je predmetni prostor ostaviti u velikoj mjeri „netaknutim“ s novim građevinama odnosno valorizirati postojeće krajobrazne vrijednosti.

Daljnji razvoj ovisiti će u velikoj mjeri o suradnji s Općinom Marčana, s obzirom da se značajan dio predmetnog prostora nalazi na području iste Općine.

Tijekom provedbe strategije osmisliti će se niz sadržaja i aktivnosti koje bi trebale doprinijeti turističkoj valorizaciji bez značajnog zadiranja u postojeći prostor. Planirano je da predmetni prostor postane značajna turistička atrakcija za cijelo područje Općine. Turistička atraktivnost temeljiti će se na isticanju krajobrazne vrijednosti i zaštiti postojećeg prostora te osiguranju prirodne plaže za turiste s područja Općine. Namjera je da se predmetni prostor kao takav i promovira od strane Turističke zajednice te u suradnji s lokalnim dionicima u turizmu. Cilj je da prostor s navedene dvije funkcije (krajobrazna atraktivnost i prostor prirodne plaže) postane značajan dodatni motiv za dolazak turista sa ciljanih tržišta na područje Općine.

Tijekom 2021. godine urediti će se dvije šetnice odnosno poučne staze koje će „oplemeniti“ postojeći prostor te doprinijeti povećanju turističke atraktivnosti istog. Na poučnim stazama Puntera – kanal Raša te Barban - uvala Blaz urediti će se staze za pješačenje i odmorišta, postaviti klupice i stolovi, kante za otpatke, informativne ploče o šumskim zajednicama. Uređenjem predmetnih staza prostor cijele zapadne strane obale Raškog zaljeva staviti će se u funkciju rekreacije za lokalno stanovništvo i turiste.

S obzirom da se u narednom razdoblju očekuje mogućnost financiranja sličnih poučnih staza iz Programa ruralnog razvoja RH (EU fondova) postoji mogućnost daljnog uređenja novih staza.

U suradnji s lokalnom zajednicom razmotriti će se mogućnosti daljnog pametnog opremanjivanja prostora manjom infrastrukturom te tzv. soft aktivnostima. Planirano je uređenje dječjeg parka, postavljanja klupica te jednostavnih građevina i opreme za roštiljanje s protupožarnom zaštitom. Razmotriti će se mogućnost postavljanja sprava za vježbanje.

Postoji mogućnost postavljanja montažnih ugostiteljskih objekata ili jednostavnijih zidanih građevina koje će se uklopi u prostor. Zahtijevati će se da se svi postavljeni i izgrađeni objekti svojim izgledom prilagode tradicionalnom istarskom graditeljstvu.

Cilj je da se postojeći mlinovi turistički valoriziraju kao atraktivna kulturna baština i vrijedno povijesno nasljeđe. Tijekom provedbe Strategije osmislići će se projekti uređenja te pronaći vanjski izvori financiranja, prvenstveno kroz EU fondove. Projekti će se osmislići u suradnji s privatnim vlasnicima i Općinom Marčana.

Valorizirati će se legende vezane za predmetno područje (legenda o kruni kralja Tomislava) te povijesne mitološke priče. Razmotriti će se uređenje tematskog parka koji bi prezentirao lokalnu antropološku baštinu. U sklopu istog postoji mogućnost održavanja kulturno umjetničkih priredbi u suradnji s udrugama u kulturi. Neće se graditi građevine koje bi narušavale krajobraznu vrijednost prostora.

Planirano je uređenje prostora plaža. Pri tome će se paziti na zadržavanje autentičnosti prostora s obzirom na obilježja krajolika i lokalne tradicije.

Na području uvale „ostaviti će se prostor“ za dosadašnji uzgoj školjaka. Nastaviti će se održavati Regata barbanske rivijere te Morska trka na prstenac s popratnim zabavnim sadržajima.

Cjelokupni daljnji razvoj i očuvanje predmetnog prostora nastojati će se osmislići i realizirati kroz kontinuiranu komunikaciju s lokalnom zajednicom.

Ciljevi	Cilj 2, Prioritet 2
Nositelj	Općina Barban
Partneri	Turistička zajednica, lokalni poduzetnici, vlasnici zemljišta u uvali Blaz, privatni iznajmljivači
Korisnici	Turisti, lokalno stanovništvo
Aktivnosti	<ul style="list-style-type: none"> • Umrežavanje dionika zainteresiranih za uređenje Blaza • Uspostavljanje suradnje s Općinom Marčana • Osmišljavanje programa revitalizacije prostora • Uređenje staza • Postavljanje edukativnih, informativnih ploča, klupa • Razvoj rekreativnih, kulturnih i ugostiteljskih sadržaja • Postavljanje punkta za roštiljanje s protupožarnom zaštitom.
Vremenski okvir	2021. – 2025.
Izvor financiranja i proračun	Proračun Općine Barban, proračun turističke zajednice, Istarska županija, Ministarstvo turizma, donacije, EU fondovi; planirana su sredstva od 920 tisuća kuna za početno uređenje poučnih staza uključujući i opremu te 50 tisuća kuna godišnje za održavanje.
Pokazatelji rezultata	Broj realiziranih manjih infrastrukturnih projekata u uvali, broj održanih događaja, anketa prepoznatljivosti uvale kod gostiju 2022. godine i 2024. godine – usporedba.

4.3. Provedbeni plan

Provedbeni plan i početne aktivnosti u prvoj godini provedbe Strategije odvijat će se u posebnim okolnostima nastalim uslijed pojave pandemije COVID – 19. Zbog pojave cjepiva ipak se očekuje postepen povratak u normalu 2021. godine posebice do vrhunca turističke sezone. S obzirom na postojanje većeg broja aktivnih lokalnih dionika na turističkom tržištu potrebno ih je u ranoj fazi uključiti u provedbu Strategije budući da Općina samostalno ne raspolaže s dovoljno ljudskih resursa. Sva njihova znanja i iskustva mogu biti temelj budućeg razvoja i prilagodbe na nove izazove na tržištu. Aktivnosti neformalnog udruženja Istra Outdoor Experience potrebno je nastaviti i podići ih na višu razinu s uključivanjem i ostalih dionika te organizacijom dodatnih edukacija s vanjskim suradnicima o specifičnim znanjima koja im budu potrebna.

Tablica 10. Hodogram aktivnosti za prvih 12 mjeseci provedbe Strategije

Mjeseci	Aktivnost
Siječanj 2021.	Prezentacija ciljeva Strategije svim dionicima u sektoru turizma
Veljača 2021.	Početak promotivne kampanje na društvenim mrežama na ciljanim dominantnim tržištima
Ožujak 2021.	Radionica o mogućnostima sufinanciranja iz EU fondova u novom programskom razdoblju 2021. – 2027.
Travanj 2021.	Sastanak privatnih iznajmljivača smještaja i poljoprivrednih gospodarstava te njihovo povezivanje
Svibanj 2021.	Interni sastanak s temom budućnosti manifestacija u Općini Barban s naglaskom na Trku na prstenac
Lipanj 2021.	Organizacija mjeseca "Avanture i adrenalina" s brojnim promotivnim aktivnostima i sastancima lokalnih dionika na temu brendiranja Općine Barban kao "Adventure Capital of Croatia"
Srpanj 2021.	Intenzivna suradnja i promocija na vodećim obalnim turističkim destinacijama u Istri
Kolovoz 2021.	Operativni rad u vrhuncu turističke sezone i pripreme za Trku na prstenac – suradnja svih dionika
Rujan 2021.	Organizacija mjeseca "Zasluženog odmora" s promotivnim aktivnostima namijenjenima starijoj populaciji uz sastanke lokalnih dionika s temom

	prilagodbe svoje usluge starijoj populaciji kako bi se ubuduće odlučili više mjeseci boraviti u Općini Barban
Listopad 2021.	Serija edukacija na temu zelene i digitalne tranzicije
Studeni 2021.	Organizacija natječaja za lokalne poduzetnike s područja Općine Barban na temu "Inovativan turistički proizvod Općine Barban za 2022. godinu"
Prosinac 2021.	Sastanak sa svim dionicima u sektoru turizma s temom što je učinjeno u prethodnoj godini i zajedničko definiranje smjernica i ciljeva za idućih godinu dana



5. Zaključni sažeti prikaz

U Strategiji su iznesene razvojne perspektive i mogućnosti koje bi trebale postati generator novih ideja za sve dionike u razvoju turizma na području Općine. Kontinuiranim edukacijama, međusobnim umrežavanjem i suradnjom omogućit se provedba i realizacija Strategije. Dijelovi iste kao pisanog dokumenta s naznačenim projektima i osnovnim smjernicama razvoja trebali bi biti isprintani i postavljeni na vidljiva mjesta u svim prostorijama u kojima se odvijaju određena društvena i gospodarska zbivanja. O Strategiji bi se trebali voditi aktivni i interaktivni dijalozi kako bi se poticalo dionike na realizaciju iste. Cilj je povećati svjesnost dionika u turizmu o mogućnostima koje turizam nudi kao i o svim čimbenicima koji utječu na povećanje prihoda i kvalitete života u Općini Barban. Namjera je da Strategija postane "živi" dokument te referenca za sve koji se odluče realizirati svoju poslovnu ideju kroz turizam.

Cilj Strategije je doprinijeti primjeni racionalnog i inovativnog načina razmišljanja, otvaranje novih spoznaja o poduzetništvu u turizmu, unapređenju poslovanja kroz razvoj poduzetničkih vještina i primjenom novih tehnologija. Bit Strategije je približiti svješću, znanjem i vještinama lokalne dionike u turizmu uspješnim turističkim trendovima na međunarodnoj razini te postati destinacija sinergije adrenalina i tradicije.

Za uspješnu realizaciju iznesenih inicijativa neophodna je uspostava i unaprjeđenje sinergije djelovanja svih dionika u turizmu, od Općine, poduzetnika, iznajmljivača, poljoprivrednika i zajednice uz podršku i aktivno sudjelovanje Općine. Važno je osvješćivanje prednosti zajedničkog rada pri planiranju i provedbi pojedinih aktivnosti unutar predloženih razvojnih smjernica Strategije. Pored navedenog, od iznimne važnosti je kontinuirana edukacija, sastanci te razmjena mišljenja, iskustava i informacija s ciljem napretka turizma predmetnog područja.

MJERA	NAZIV PROJEKTA	POČETAK PROVEDBE	GLAVNI INICIATORI	POČETNO ULAGANJE (KN)	IZVORI FINANCIRANJA	GODIŠNJE ODRŽAVANJE POSLOVANJA (KN)
RAZDOBLJE 1:		2020.				
Mjera 1.1.4.	EU fondovi i druge potpore u razvoju turizma		Općina Barban, konzultantske tvrtke za pripremu EU fondova, Istarska županija	10.000	Proračun Općine	10.000
Mjera 1.1.5.	Prilagodba pandemiji COVID - 19	2021.	Općina Barban, lokalni dionici u turizmu, TZ	50.000	Proračun Općine, Istarska županija, Ministarstvo turizma	-
RAZDOBLJE 2:						
Mjera 1.1.1.	Razvoj cjelogodišnjeg turizma	2021.	Općina Barban, lokalni poduzetnici, specijalizirane turističke agencije	60.000	Proračun Općine, nacionalni izvori, EU fondovi	50.000
Mjera 1.1.2.	Sinergija poduzetništva i turizma		Općina Barban, lokalni poduzetnici, konzultanti	65.000	Proračun Općine, donacije	50.000
Mjera 1.1.3.	Lokalne manifestacije u funkciji turizma		Općina Barban, KUD Barban, udruge, poljoprivredna gospodarstva	70.000	Proračun Općine, donacije sponzora	70.000
Mjera 1.2.2.	Stavljanje tradicionalnog vinarstva u turističku funkciju		Općina Barban, OPG-ovi, lokalni dionici u turizmu, vinari	50.000	Proračun Općine, nacionalni izvori, donacije	50.000
Mjera 1.2.3.	Trka na prstenac		Društvo Trka na prstenac	1.200.000	Proračun Općine, donacije	200.000
Mjera 1.2.4.	Ciljane promotivne aktivnosti		TZ, Općina Barban, Istra Outdoor Experience, Udruga privatnih iznajmljivača	100.000	Proračun TZ-a, proračun Općine, Istarska županija, Ministarstvo turizma, donacije, finansijska sredstva lokalnih poduzetnika	100.000
Mjera 2.1.1.	Konjički turizam		Lokalni subjekti u konjičkom turizmu, udruge i klubovi u konjičkom sportu, Općina Barban	100.000	EU fondovi, nacionalni izvori i donacije, proračun Općine	100.000
Mjera 2.1.2.	Avanturistički turizam		Istra Outdoor Experience, Istarska razvojna turistička agencija, lokalni poduzetnici	200.000	Proračun TZ-a, EU fondovi, proračun Općine, donacije	100.000
Mjera 2.1.3.	Cikloturizam		Općina Barban, Istarska razvojna turistička agencija, lokalni poduzetnici	100.000	Proračun Općine Barban, proračun TZ-a, EU fondovi	100.000
Mjera 2.2.1.	Inovativnost i digitalizacija		Općina Barban, tehnološke tvrtke, TZ	50.000	EU fondovi, proračun Općine	50.000
Mjera 2.2.2.	Očuvanje prirodnih resursa i zeleno gospodarstvo		Općina Barban, TZ, lokalni poduzetnici, Zelena Istra, privatni iznajmljivači, lokalno stanovništvo	100.000	EU fondovi, proračun Općine, nacionalni izvori	100.000
Mjera 2.2.3.	Uređenje biciklističkih i pješačkih staza		Općina Barban, TZ, Istarska razvojna turistička agencija, Istra Outdoor Experience	1.300.000	EU fondovi, proračun Općine, proračun TZ-a	100.000

Mjera 2.2.4.	Uređenje uvale Blaz		Općina Barban, vlasnici zemljišta u uvali Blaz, lokalni poduzetnici, TZ	920.000	Istarska županija, Ministarstvo turizma, EU fondovi	50.000
MJERA	NAZIV PROJEKTA	POČETAK PROVEDBE	GLAVNI INICIATORI	POČETNO ULAGANJE (KN)	IZVORI FINANCIRANJA	GODIŠNJE ODRŽAVANJE POSLOVANJA (KN)
RAZDOBLJE 3:						
Mjera 1.2.1.	Brendiranje Općine Barban	2022.	Općina Barban, Istra Outdoor Experience, Udruga privatnih iznajmljivača, TZ	50.000	Proračun Općine, Istarska županija, Ministarstvo turizma, proračun TZ-a, donacije	50.000
RAZDOBLJE 4:						
Mjera 2.1.4.	Lovni turizam	2023.	Lovačko društvo Kamenjarka Barban, TZ, lokalni poduzetnici, Općina Barban	4.100.000	Proračun Općine, EU fondovi	100.000

Popis slika

Slika 1. Položaj Općine Barban.....	1
Slika 2. Srednji godišnji hod temperature zraka i oborina na meteorološkim postajama u Pazinu i Rovinju u klimatskom razdoblju 1971.-2000. godine	8
Slika 3. Trka na prstenac	13
Slika 4. Fotografije s manifestacije Fešta smokve i smokvenjaka.....	14
Slika 5. Ulaz u Centar za posjetitelje u Barbanu	15
Slika 6. Kretanje broja stanovnika Općine Barban od 1857. do 2011. godine	16
Slika 7. Dobno-spolna struktura stanovnika Općine Barban 2011. godine	18
Slika 8. Obrazovna struktura stanovništva Općine Barban 2011. godine.....	19
Slika 9. Socio-ekonomska struktura stanovništva Općine Barban starog 15 i više godina.....	20
Slika 10. Broj noćenja turista u Općini Barban od 2009. do 2019. godine	24
Slika 11. Struktura turista po državama 2019. godine.....	25
Slika 12. Udio broja noćenja turista u Općini Barban po mjesecima od 2016. do 2019. godine	26
Slika 13. Istra Outdoor Experience.....	30
Slika 14. Kulturno-umjetničko društvo Barban	32
Slika 15. Aktivnosti kojima se ispitani turisti bave	33

Popis tablica

Tablica 1. Zaštićena područja prirode Općine Barban.....	9
Tablica 2. Kulturna dobra Općine Barban	10
Tablica 3. Manifestacije u Općini Barban.....	12
Tablica 4. Broj učenika u osnovnoj školi u Barbanu u posljednjih deset godina	17
Tablica 5. Usporedba udjela stanovnika po dobnim skupinama Općine Barban i susjednih JLS	18
Tablica 6. Gospodarski pokazatelji Općine Barban u usporedbi s prosjekom susjednih JLS-ova	21
Tablica 7. Najvećih 10 tvrtki po prihodima u 2019. godini sa sjedištem u Općini Barban	22
Tablica 8. Poslovni subjekti direktno povezani s turizmom.....	23
Tablica 9. Smještajni kapaciteti Općine Barban.....	27
Tablica 10. Hodogram aktivnosti za prvih 12 mjeseci provedbe Strategije.....	119

6. Literatura i izvori

¹ Državna geodetska uprava, Središnji državni portal, 2017: Digitalni orto-foto 2017, Mrežne usluge prostornih podataka, <https://dgu.gov.hr/vijesti/mrezne-usluge-prostornih-podataka-drzavne-geodetske-uprave/5015>

² Lukić, A., 2017: Ruralni turizam: pojam, podjela, očekivanja i učinci, Baština i turizam u ruralnim područjima, Geografski odsjek, Prirodoslovno-matematički fakultet, Sveučilište u Zagrebu.

³ Šegota, T., Filipčić, A., 1996: *Klimatologija za geografe*, Školska knjiga, Zagreb.

⁴ Zaninović, K., 2008: Klimatski atlas Hrvatske, Državni hidrometeorološki zavod, Zagreb.

⁵ Zaninović, K., 2008: Klimatski atlas Hrvatske, Državni hidrometeorološki zavod, Zagreb.

⁶ Program ukupnog razvoja Općine Barban 2016. – 2020., Centar za ulaganja EURO KONZALTING d.o.o.

⁷ Prostorni plan Istarske županije – 3.1.1. Zaštićena područja prirode, Zavod za prostorno uređenje Istarske županije, http://www.zpuiz.hr/fileadmin/dokumenti/prostorni_plan/Ostali/PPIZ_2016/PPIZ_2016S/3_1_1_zasticena_podrucja_prirode_2016S.pdf

⁸ Prostorni plan Istarske županije – 3.1.1. Zaštićena područja prirode, Zavod za prostorno uređenje Istarske županije, http://www.zpuiz.hr/fileadmin/dokumenti/prostorni_plan/Ostali/PPIZ_2016/PPIZ_2016S/3_1_1_zasticena_podrucja_prirode_2016S.pdf

⁹ Službena stranica Turističke zajednice Barban, <https://tz-barban.hr/barban-2/povijest/>

¹⁰ *Registar kulturnih dobara*, Ministarstvo kulture, <http://www.minkulture.hr/default.aspx?id=6212>

¹¹ *Registar kulturnih dobara*, Ministarstvo kulture, <http://www.minkulture.hr/default.aspx?id=6212>

¹² *Turistička zajednica Općine Barban*, <http://tz-barban.hr/>

¹³ Dokumentacija Općine Barban, 2020.

¹⁴ *Turistička zajednica Općine Barban*, <http://tz-barban.hr/>

¹⁵ Dokumentacija Općine Barban, 2020.

¹⁶ Službena stranica Općine Barban, http://barban.hr/wp-content/uploads/2014/03/Barbanski_Glasnik_49_2017-12_preview_spread.pdf

¹⁷ Službena stranica Općine Barban, http://barban.hr/wp-content/uploads/2014/03/Barbanski_Glasnik_49_2017-12_preview_spread.pdf

¹⁸ Službena stranica Općine Barban, <https://barban.hr/centar-za-posjetitelje-barban/>

¹⁹ Naselja i stanovništvo Republike Hrvatske 1857. – 2001., CD-ROM, Državni zavod za statistiku, Zagreb, 2005.

²⁰ Orlić, J., 2018: Krštenja više nego sprovoda: Zahvaljujući turizmu mlade obitelji ostaju na Barbanštini, *Glas Istre*, 345/LXXIV, prosinac.

²¹ Državni zavod za statistiku, 2011: https://www.dzs.hr/hrv_eng/publication/2011/si-1442.pdf

²² Državni zavod za statistiku, 2011: Popis stanovništva, kućanstava i stanova 2011. godine, <https://www.dzs.hr/Hrv/censuses/census2011/results/censustabshtm.htm>

²³ Državni zavod za statistiku, 2011: Popis stanovništva, kućanstava i stanova 2011. godine, <https://www.dzs.hr/Hrv/censuses/census2011/results/censustabshtm.htm>

²⁴ Državni zavod za statistiku, 2011: Popis stanovništva, kućanstava i stanova 2011. godine, <https://www.dzs.hr/Hrv/censuses/census2011/results/censustabshtm.htm>

²⁵ Državni zavod za statistiku, 2011: Popis stanovništva, kućanstava i stanova 2011. godine, <https://www.dzs.hr/Hrv/censuses/census2011/results/censustabshtm.htm>

²⁶ SmartVision, 2018., <https://www.bisnode.hr/>

²⁷ Digitalna komora, 2019, <https://digitalnakomora.hr/pretraga/poslovni-subjekti/napredna>

²⁸ Digitalna komora, 2019, <https://digitalnakomora.hr/pretraga/poslovni-subjekti/napredna>

²⁹ Dokumentacija Turističke zajednice Općine Barban

³⁰ Dokumentacija Općine Barban

³¹ Istra trails, n.d.: Staze, <http://www.istria-trails.com/en/trails>

³² Istra bike, n.d.: Staze, <http://www.istria-bike.com/hr/staze>

³³ Istra Outdoor Experience, <https://istraoutdoorexperience.com/>

³⁴ Radio Labin, http://www.radiolabin.hr/news_details.php?id=14429

³⁵ KUD Barban, <http://www.kudbarban.hr/stranica/>

³⁶ Fininfo, <https://www.fininfo.hr/Poduzece/Pregled/drustvo-trka-na-prstenac/Detaljno/603637>

³⁷ Dokumentacija Općine Barban

³⁸ SiteMinder, 2017: Statistics reveal trends about German, British and French travellers, <https://www.siteminder.com/r/trends-advice/hotel-travel-industry-trends/statistics-trends-german-british-french-travellers/#>

³⁹ Pxcom, n.d.: Travel trends of German travelers, <https://pxcom.media/en/blog/german-travelers/>

⁴⁰ Micrometrics, n.d.: Trends to Watch in German Leisure Travel, <https://www.micrometrics.com/germany-leisure-travel-trends/>

⁴¹ Pxcom, n.d.: Travel trends of German travelers, <https://pxcom.media/en/blog/german-travelers/>

⁴² Batel, T., 2019: Stanje i perspektive razvoja konjičkog turizma u općini Barban, Sveučilište u Zagrebu

⁴³ Batel, T., 2019: Stanje i perspektive razvoja konjičkog turizma u općini Barban, Sveučilište u Zagrebu

⁴⁴ Pixabay, n.d.: Stunning free images & royalty free stock, <https://pixabay.com/>

⁴⁵ Forbes, 2020: What Will Travel Be Like After The Coronacrisis?, <https://www.forbes.com/sites/christopherelliott/2020/03/18/what-will-travel-be-like-after-the-coronavirus/#36b48ef93329>

⁴⁶ Istraživanje Instituta za turizam pod nazivom Tomas Ljeto 2017, <https://hrturizam.hr/wp-content/uploads/2018/07/Tomas-Ljeto-2017-Stavovi-i-potrosnja-turista-u-Hrvatskoj.pdf>.

⁴⁷ Službena internetska stranica Europske unije: *Virtualna stvarnost – stvarnost u kojoj živimo*, https://ec.europa.eu/croatia/virtual_reality_reality_we_live_in_hr