Prijedlog plana upravljanja destinacijom i izračun prihvatnog kapaciteta-Grad Rijeka

TURISTIČKA ZAJEDNICA
GRADA RIJEKE

Klasa: 804-01-25/08
Ur.broj: 01-02-25-4
Rijeka, 3.12.2025.

RIJEKA
www.visitRijeka.hr

Na 9. (devetoj) sjednice Turističkog vijeća Turističke zajednice grada Rijeke (V. saziv) održane elektroničkim putem 3.12.2025. godine donesena je

O D L U K A

o upućivanju Prijedloga Plana upravljanja i izračun prihvatnog kapaciteta – Grad Rijeka – na usvajanje Gradskom vijeću Grada Rijeke

TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA RIJEKE

Predsjednica Turističkog vijeća
prof.dr.sc. Iva Rinčić

PLAN UPRAVLJANJA DESTINACIJOM I IZRAČUN PRIHVATNOG KAPACITETA – GRAD RIJEKA

Naručitelj: Turistička zajednica grada Rijeke

Izrađivač: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu
Sveučilište u Rijeci

Rijeka, 2025.

Sadržaj

UVOD 1
1. ANALIZA STANJA 3
1.1. Turistička potražnja 3
1.2. Atrakcije, smještajni kapaciteti i ostala ugostiteljska ponuda 8
1.3. Resursna osnova 17
1.4. Javna turistička infrastruktura 18
1.5. Komunalna i prometna infrastruktura 28
1.6. Digitalizacija 29
1.7. Pristupačnost destinacije osobama s invaliditetom 30
1.8. Organiziranostii dostupnost usluga u destinaciji 31
1.9. Ljudski potencijali 31
1.10. Komunikacijske aktivnosti 33
1.11. Analiza konkurencije 38
1.12. Izvješće o analizi stanja – SWOT analiza 44
2. RAZVOJNI POTENCIJAL TURISTIČKIH PROIZVODA 47
3. POKAZATELJI ODRŽIVOSTI DESTINACIJE 51
4. POKAZATELJI PRIHVATNOG KAPACITETA 59
5. RAZVOJNI SMJER S MJERAMA I AKTIVNOSTIMA 73
5.1. Opća načela i vizija razvoja 73
5.2. Ciljevi turizma grada Rijeke 74
5.3. Mjere i aktivnosti za realizaciju posebnog cilja 1: Razvijanje turizma kao integralnog dijela razvojnog koncepta grada 76
5.4. Mjere i aktivnosti za realizaciju posebnog cilja 2: Isticanje različitosti i otvorenosti u kreiranju turističkih doživljaja 79
5.5. Mjere i aktivnosti za realizaciju posebnog cilja 3: Jačanje održivog cjelogodišnjeg turizma 84
5.6. Mjere i aktivnosti za realizaciju posebnog cilja 4: Osnaživanje partnerske suradnje 88
6. SMJERNICE, PREPORUKE I PROVEDBA 91
Popis referenci 93
Prilog 1. Popis projekata 95
Prilog 2. Istraživanje stavova lokalnog stanovništva 99
Prilog 3. Istraživanje zadovoljstva turista i jednodnevnih posjetitelja cjelokupnim boravkom u destinaciji 109
Prilog 4. Popis zaštićenih kulturnih dobara, preventivno zaštićenih dobara i zaštićenih prirodnih područja 123
Prilog 5. Profil destinacije 125

UVOD

Plan upravljanja destinacijom i izračun prihvatnog kapaciteta – grad Rijeka (u daljnjem tekstu Plan) predstavlja dokument koji usmjerava održivi razvoj turizma na području grada Rijeke u razdoblju do 2029. godine. Cilj ovog dokumenta je uspostava osnove koja integrira tržišne trendove, prostorne i razvojne specifičnosti destinacije, kao i potencijale koje Rijeka kao urbano, kulturno i lučko središte posjeduje. Temelji se na multidisciplinarnom pristupu i uključuje sintezu analitičkih podataka, stručnih uvida i participativnog doprinosa relevantnih dionika.

Plan je u cijelosti usklađen s važećim strateško-planskim dokumentom na razini grada – *Plan razvoja turizma grada Rijeke do 2028. godine*. Dodatno, u izradi Plana polazilo se od usklađivanja s ključnim strateškim i planskim dokumentima na lokalnoj, regionalnoj i nacionalnoj razini, među kojima se posebno ističu *Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine*, *Nacionalni plan razvoja održivog turizma do 2027. godine*, *Plan razvoja turizma Primorsko-goranske županije do 2030. godine* te *Plan razvoja grada Rijeke za razdoblje 2021. – 2027. godine*.

Dodatno, u obzir su uzeti i dokumenti koji oblikuju europski okvir politika održivog razvoja, posebice u kontekstu turizma koji ima snažan utjecaj na lokalnu zajednicu, okoliš i gospodarstvo. Plan je utemeljen na aktima Ministarstva turizma i sporta Republike Hrvatske čime se osigurala metodološka konzistentnost i stručna relevantnost svih postupaka planiranja:

- Pravilnik o metodologiji izrade plana upravljanja destinacijom,
- Pravilnik o pokazateljima za praćenje razvoja i održivosti turizma,
- Pravilnik o metodologiji izračuna prihvatnog kapaciteta.

Sadržaj Plana proizašao je iz integriranog pristupa koji objedinjuje sljedeće cjeline:

- Uvod,
- Analiza stanja,
- Razvojni potencijal turističkih proizvoda,
- Pokazatelji održivosti destinacije,
- Pokazatelji prihvatnog kapaciteta,
- Razvojni smjer s mjerama i aktivnostima,
- Smjernice, preporuke i provedba.

Na temelju opsežnih istraživanja koja su uključivala kvalitativne i kvantitativne metode, analizu sekundarnih izvora, anketiranje lokalnog stanovništva i posjetitelja te stručne procjene dionika aktivnih u turizmu, identificirani su oni turistički proizvodi koji posjeduju najveći razvojni potencijal do 2029. godine. Naglasak je stavljen na proizvode koji potiču disperziju turističkih tokova, povećanje prosječne potrošnje i duljinu boravka, a istovremeno ne opterećuju prostor i zajednicu iznad njihovih stvarnih kapaciteta.

U procesu izrade osobita pažnja posvećena je uvažavanju participativnog načela, čime je osigurano uključivanje širokog spektra dionika u sve faze planiranja. Održane su tematske radionice s radnom skupinom, provedeni intervjui s ključnim akterima lokalnog turističkog sustava te su analizirani stavovi izraženi u okvirima Turističke zajednice grada Rijeke. Na taj je način omogućeno cjelovito

razumijevanje izazova i razvojnih prilika turizma u gradu Rijeci. Pri analizi održivosti destinacije obrađena su ukupno 23 pokazatelja održivosti i 46 pokazatelja prihvatnog kapaciteta, u skladu s propisanom metodologijom i u korelaciji s posebnim ciljevima postavljenima u *Planu razvoja turizma grada Rijeke do 2028. godine*.

Zaključne smjernice i preporuke sadržane u ovom Planu oblikovane su s ciljem osiguravanja ravnoteže između turističkog razvoja, očuvanja kvalitete života lokalnog stanovništva i očuvanja prirodne i kulturne baštine. Predloženi okvir mjera pridonosi jačanju konkurentnosti Rijeke na nacionalnom i međunarodnom turističkom tržištu, uz istodobno povećanje otpornosti destinacije na vanjske izazove i sezonske fluktuacije. Implementacija Plana stoga se temelji na provedbi aktivnosti i na stalnom praćenju i evaluaciji učinaka, što omogućuje prilagodbu u skladu s promjenjivim uvjetima i izazovima. Sveobuhvatni pristup sadržan u ovom dokumentu postavlja temelje za održiv i inkluzivan razvoj turizma u gradu Rijeci, u funkciji stvaranja prepoznatljive, održive i kvalitetne urbane turističke destinacije.

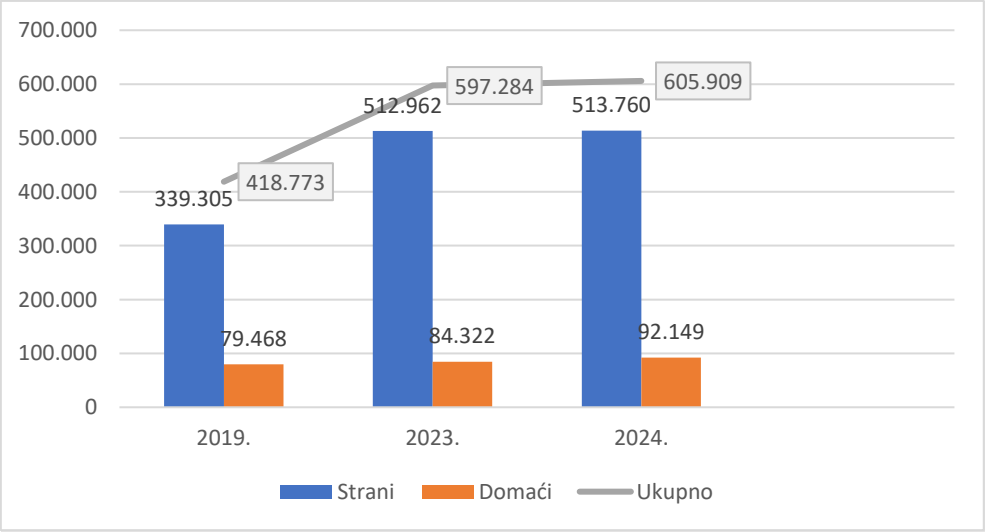
1. ANALIZA STANJA

Analiza stanja predstavlja ključnu podlogu za utvrđivanje vizije turizma grada Rijeke, posebnih ciljeva, mjera i aktivnosti.

1.1. Turistička potražnja

Grad Rijeka kontinuirano bilježi rast broja turističkih noćenja i dolazaka, s izuzetkom razdoblja pandemije, kada je taj trend privremeno zaustavljen. Kako bi se omogućila objektivna usporedba turističkih kretanja te pouzdana procjena turističkog prometa, kao referentna godina za analizu uzeta je 2019., posljednja stabilna pretpandemijska godina. Kvantitativni pokazatelji ukazuju na izraženi rast pri čemu je u 2023. godini ostvareno 42,6 % više noćenja i 33,4 % više dolazaka, dok 2024. godina bilježi 44,7 % više noćenja i 36,9 % više dolazaka u odnosu na 2019. godinu, što potvrđuje snažan oporavak i jačanje turističke privlačnosti Rijeke nakon pandemijskog razdoblja.

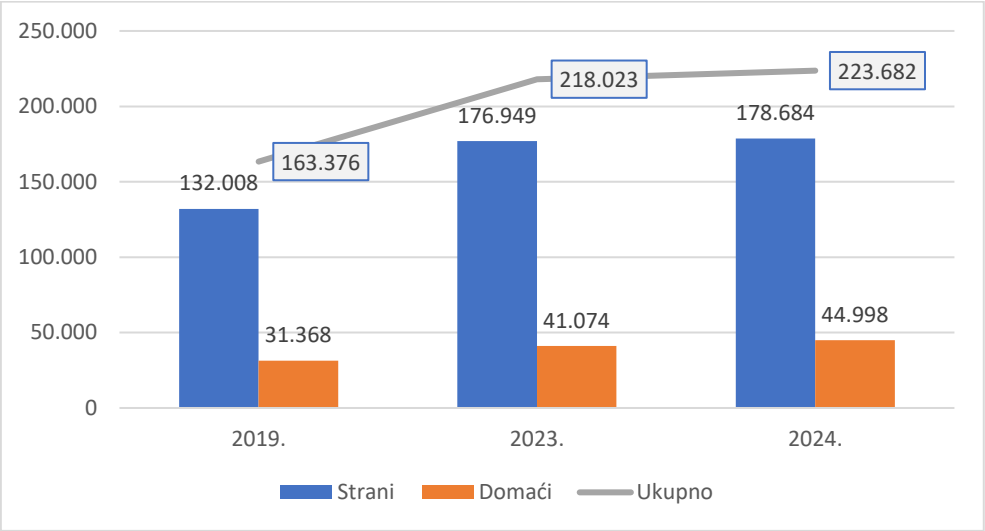
Grafikon 1. Noćenja domaćih i stranih turista u gradu Rijeci 2019., 2023. i 2024. godine



Izvor: eVisitor, podaci dobiveni na zahtjev

U odnosu na 2019. godinu, najveći doprinos porastu broja noćenja u 2023. godini dali su strani turisti, čiji je broj noćenja porastao za značajnih 51,1 %, dok je broj noćenja domaćih turista zabilježio rast od 6,1 %. Slična struktura zadržana je i u 2024. godini, kada je broj noćenja stranih turista bio 51,4 % viši u odnosu na referentnu godinu, dok su domaći turisti ostvarili porast od 15,6 %.

Grafikon 2. Dolasci domaćih i stranih turista u gradu Rijeci 2019., 2023. i 2024. godine



Izvor: eVisitor, podaci dobiveni na zahtjev

Broj turističkih dolazaka u 2023. i 2024. također raste zbog povećanja dolazaka i domaćih i stranih turista. Dolasci stranih turista povećali su se za 34,0 % u 2023., te za 35,3 % u 2024. Istodobno, broj dolazaka domaćih gostiju u 2023. godini bilježi povećanje za 30,9 %, a u 2024. za čak 43,4 %, što upućuje na sve izraženije uključivanje domaćeg tržišta u turistička kretanja Rijeke.

Promatrajući detaljnije strukturu noćenja prema emitivnim tržištima, u 2024. godini najveći broj noćenja stranih turista ostvaren je s tržišta Njemačke (86.981) i Italije (50.861), dok domaći turisti i dalje čine značajan udio u ukupnoj turističkoj potražnji, s ostvarenih 92.149 noćenja. Usporedba s 2019. godinom potvrđuje da su Njemačka i Italija tradicionalno najvažnija emitivna tržišta, no vidljiv je i njihov rast, pri čemu njemačko tržište bilježi porast noćenja od čak 57,86 %, a talijansko 9,57 %.

Značajan porast bilježi se i kod drugih tržišta srednje Europe. Austrijsko tržište više je no udvostručilo broj noćenja u odnosu na 2019. godinu (s 13.080 na 31.169), dok je Mađarska ostvarila rast od 64,45 % (s 19.371 na 31.846). Poljska, kao sve snažnije tržište, zabilježila je porast od 77,37 % (s 18.618 na 33.010), što potvrđuje sve veći interes turista iz srednjoeuropskih zemalja.

Osim toga, pozitivan trend vidljiv je i kod turista iz SAD-a, koji su 2024. godine ostvarili 21.090 noćenja, u odnosu na 16.947 u 2019., što predstavlja porast od 24,45 %. Tržište Ukrajine također bilježi kontinuiran rast, s preko 35.000 noćenja u 2024. godini, što se najvećim dijelom može povezati s geopolitičkim događanjima i agresiji na Ukrajinu. S druge strane, francusko tržište još se nije vratilo na pretpandemijsku razinu, budući da je broj noćenja nešto niži u odnosu na 2019. godinu (pad od 8,19 %).

Na razini ukupnih kretanja, 2024. godina bilježi 223.682 dolaska i 605.909 noćenja, što je značajan porast u odnosu na 2019. kada je ostvareno 163.376 dolazaka i 418.773 noćenja. Riječ je o rastu dolazaka od 36,91 % i noćenja od 44,68 %, što ukazuje na kontinuirani oporavak, ali i jačanje pozicije Rijeke kao turističke destinacije.

Struktura noćenja u Rijeci prema pet najvažnijih emitivnih tržišta prikazana je u tablici u nastavku.

Tablica 1. Ostvarena noćenja u gradu Rijeci prema najznačajnijim emitivnim tržištima u promatranim godinama 2019., 2023. i 2024

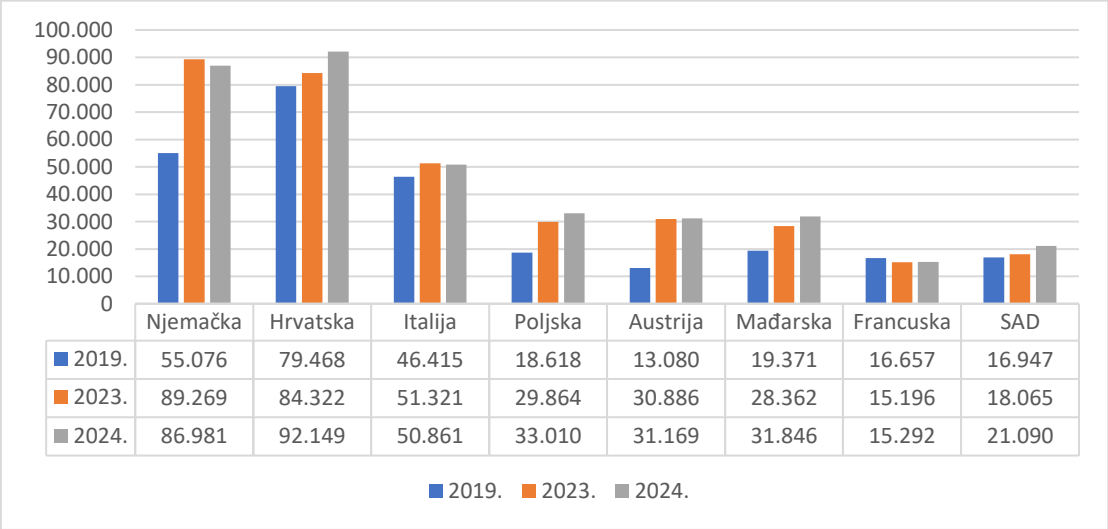
Rang	2019.	Noćenja	2023.	Noćenja	2024.	Noćenja
1	Hrvatska	79.468	Njemačka	89.269	Hrvatska	92.149
2	Njemačka	55.076	Hrvatska	84.322	Njemačka	86.981
3	Italija	46.415	Italija	51.321	Italija	50.861
4	Mađarska	19.371	Ukrajina	33.095	Ukrajina	35.133
5.	Poljska	18.618	Austrija	30.886	Poljska	33.010

Izvor: eVisitor, podaci dobiveni na zahtjev

Analiza ostvarenih noćenja pokazuje dinamične promjene među ključnim emitivnim tržištima u Rijeci. Dok su tradicionalni lideri (Hrvatska, Njemačka, Italija) zadržali vodeće pozicije, rast tržišta Ukrajine i Poljske te ulazak Austrije među vodeća tržišta u 2023. godini, ukazuju na promjene u turističkim preferencijama i diversifikaciju značajnih emitivnih turističkih tržišta u posljednjih nekoliko godina. Pri tome treba imati u vidu specifičnu situaciju koja je dovela do rasta Ukrajinskog tržišta.

Grafikon u nastavku dodatno vizualizira strukturu i diversifikaciju ostvarenih noćenja, ističući zemlje koje se dosljedno pojavljuju među deset najznačajnijih emitivnih tržišta u promatranim godinama (2019., 2023. i 2024.)

Grafikon 3. Ostvarena noćenja prema najznačajnijim emitivnim tržištima u 2019., 2023. i 2024. godini



	Njemačka	Hrvatska	Italija	Poljska	Austrija	Mađarska	Francuska	SAD
2019.	55.076	79.468	46.415	18.618	13.080	19.371	16.657	16.947
2023.	89.269	84.322	51.321	29.864	30.886	28.362	15.196	18.065
2024.	86.981	92.149	50.861	33.010	31.169	31.846	15.292	21.090

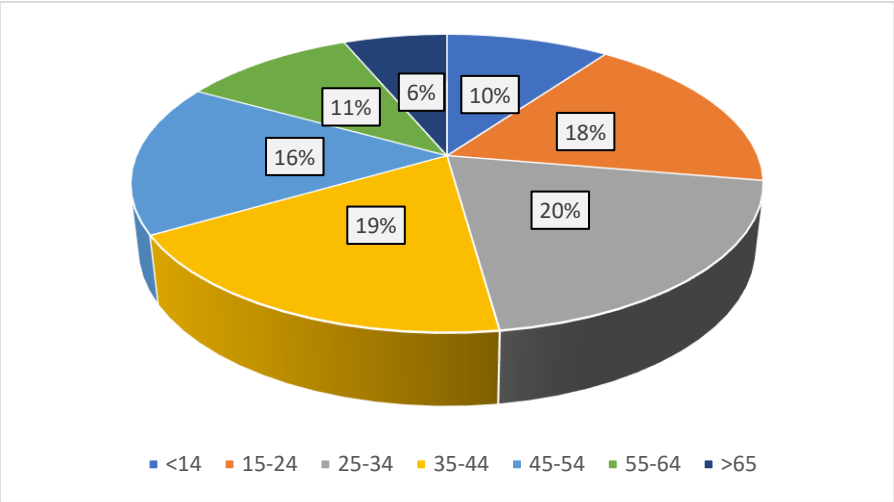
Izvor: eVisitor, podaci dobiveni na zahtjev

Grafikon prikazuje broj turističkih noćenja u Rijeci za osam najznačajnijih tržišta (Njemačka, Hrvatska, Italija, Poljska, Austrija, Mađarska, Francuska, SAD) u 2019., 2023. i 2024. godini.

Sveukupno, podaci potvrđuju orijentaciju Rijeke prema europskim tržištima, pri čemu Njemačka i Italija zajedno čine gotovo 30 % ukupnih noćenja u 2024. godini.

Uspoređujući noćenja prema dobnim skupinama turista u 2024. godini, najveći udio ostvarili su turisti u dobi od 25 do 34 godine, koji čine 20 % ukupnih noćenja (136.200). Slijede ih turisti u dobi od 35 do 44 godine s 19 % (127.509) te oni od 15 do 24 godine s 18 % (119.877), što zajedno čini 57 % noćenja u skupinama mlađim od 45 godina. Starije dobne skupine, poput onih između 55 i 64 godine (10 %; 71.695) i starijih od 65 godina (6 %; 42.871), imaju značajno manji udio. Dobna skupina mlađa od 14 godina čini 10 % noćenja (67.472).

Grafikon 4. Noćenja turista u Gradu Rijeci u 2024. godini prema dobnim skupinama (%)



Napomena: podaci uključuju komercijalni i nekomercijalni smještaj
Izvor: eVisitor, podaci dobiveni na zahtjev

U razdoblju od 2019. do 2024. godine zabilježen je kontinuirani porast noćenja turista u svim dobnim skupinama, pri čemu su najizraženiji rast ostvarile mlađe dobne kategorije do 45 godina. Njihov ukupni broj noćenja povećao se s 306.110 (65,4 % ukupnih noćenja) u 2019., na 434.871 (66,1 %) u 2023. te na 451.058 (66,6 %) u 2024. godini, čime ove skupine dominiraju strukturom noćenja u destinaciji.

Tijekom 2024. godine muškarci su ostvarili 52,3 % turističkih noćenja u Rijeci, dok je udio žena iznosio 47,7 %. Ovaj spolni omjer ostao je gotovo nepromijenjen u odnosu na 2023. godinu, kada su muškarci ostvarili 52,2 %, a žene 47,8 % ukupnih noćenja. Usporedno s time, u 2019. godini udio muških gostiju bio je izraženiji, iznoseći 56,2 %, dok je udio žena tada bio 43,8 %.

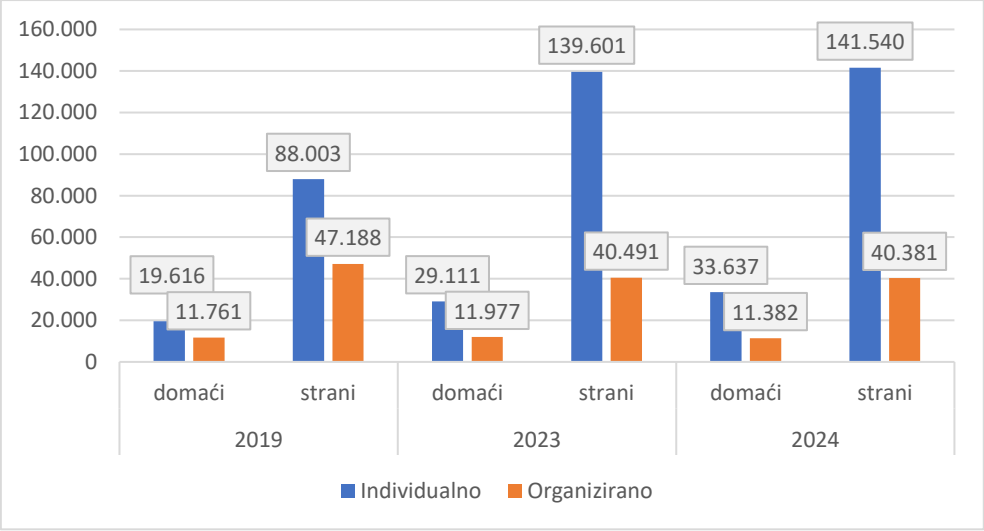
Tablica 2. Noćenja turista u gradu Rijeci prema spolu (%)

Spol	2019.	2023.	2024.
Muški	56,2	52,2	52,3
Ženski	43,8	47,8	47,7
Ukupno	100	100	100

Napomena: podaci uključuju komercijalni i nekomercijalni smještaj
Izvor: eVisitor, podaci dobiveni na zahtjev

U analizi strukture turističkih dolazaka u Rijeku u razdoblju od 2019. do 2024. godine uočava se dominacija individualnih dolazaka naspram organiziranih. Sveukupno gledano, individualni dolasci činili su 77,2 % svih dolazaka u 2024., dok je udio organiziranih iznosio 22,8 %. Ovakav omjer nije se mijenjao u odnosu na 2023. godinu, kada je udio individualnih dolazaka iznosio 76,3 % u odnosu na organizirane dolaske u visini 23,7 %. U 2019. godini ostvareno je 64,6 % individualnih i 35,4 % organiziranih dolazaka. Tijekom cijelog promatranog razdoblja, strukturu dolazaka obilježava izrazita dominacija stranih turista, čiji se udjeli kreću između 77 % i 80 % ukupnih dolazaka.

Grafikon 5. Struktura turista prema načinu dolaska u Rijeku



Napomena: podaci uključuju komercijalni i nekomercijalni smještaj
Izvor: eVisitor, podaci dobiveni na zahtjev

Prosječan boravak turista u gradu Rijeci 2024. godine bio je 2,98 dana i ima tendenciju blagog porasta prema podacima e-Visitora. Ovakve vrijednosti u potpunosti su sukladne trendovima urbanih destinacija, te odmiču Rijeku od ranije percepcije isključivo tranzitnog grada.

Tablica 3. Prosječan boravak turista u gradu Rijeci

Godina	Prosječan boravak
2019.	2,81
2023.	2,97
2024.	2,98

Napomena: podaci uključuju komercijalni i nekomercijalni smještaj
Izvor: eVisitor, podaci dobiveni na zahtjev

Tablica 4. Prosječan boravak turista prema vrsti smještajnog objekta (broj dana)

Kategorija	2019.			2023.			2024.		
	Domaći	Strani	Ukupno	Domaći	Strani	Ukupno	Domaći	Strani	Ukupno
Hoteli	1,83	1,83	1,83	1,76	2,35	2,20	1,71	2,4	2,22
Hosteli	1,92	1,77	1,81	1,97	2,44	2,35	1,86	2,07	2,02
Kampovi	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Objekti u domaćinstvu (obiteljski smještaj)	3,83	3,47	3,52	2,64	3,56	3,43	2,65	3,5	3,37
Ostali komercijalni smještaj	2,31	2,04	2,09	1,76	2,24	2,16	1,77	2,24	2,15
Ukupno	2,53	2,57	2,56	2,05	2,9	2,74	2,05	2,88	2,71

Izvor: eVisitor, podaci dobiveni na zahtjev

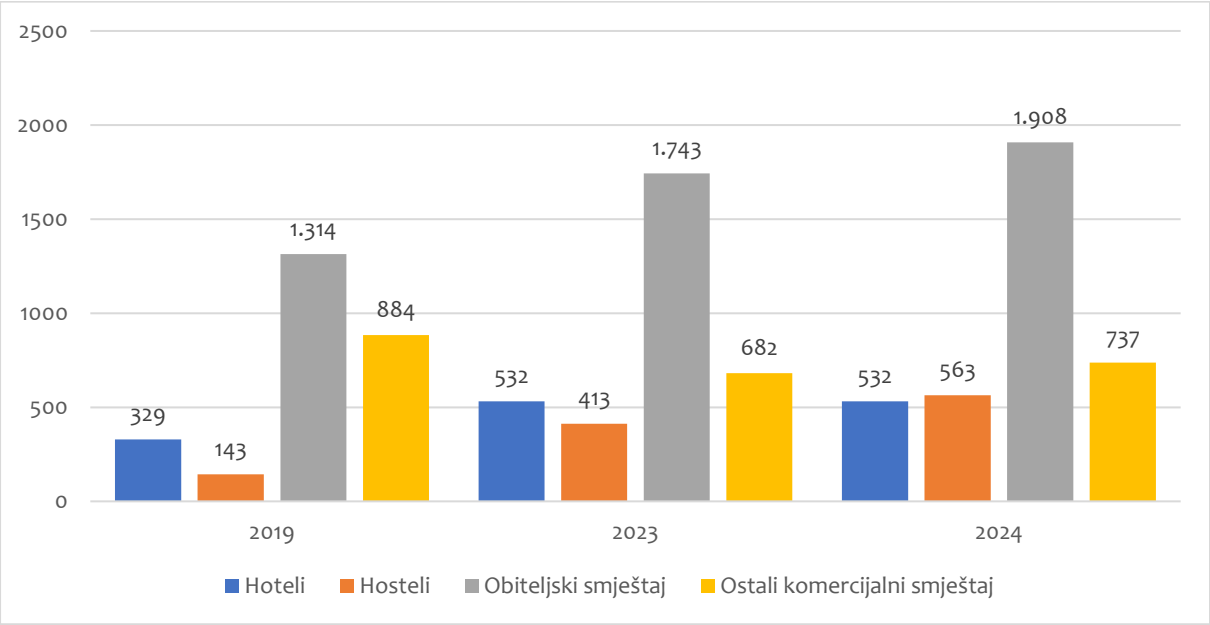
Prosječno trajanje boravka turista u Rijeci tijekom promatranih godina varira ovisno o vrsti smještaja. U 2024. godini turisti su u komercijalnom smještaju boravili prosječno 2,71 dan, što je na razini 2023. godine (2,74 dana). Najduži boravak dosljedno je zabilježen u objektima u domaćinstvu (obiteljskom smještaju): 3,37 dana u 2024., 3,43 dana u 2023. i 3,52 dana u 2019. godini.

1.2. Atrakcije, smještajni kapaciteti i ostala ugostiteljska ponuda

Smještajni kapaciteti

Rijeka bilježi kontinuirani rast smještajnih kapaciteta u razdoblju od 2019. do 2024. godine, pri čemu je najsnažniji porast zabilježen u obiteljskom smještaju (s 1.314 na 1.908 smještajnih jedinica) te u hostelima, gdje je broj jedinica porastao sa 143 na 563, što je dijelom rezultat kategorizacije Studentskog doma Ivan Goran Kovačić kao hostela. Istodobno, broj smještajnih jedinica u hotelima bilježi porast između 2019. i 2023. godine, a tijekom 2024. zadržava se na stabilnoj razini.

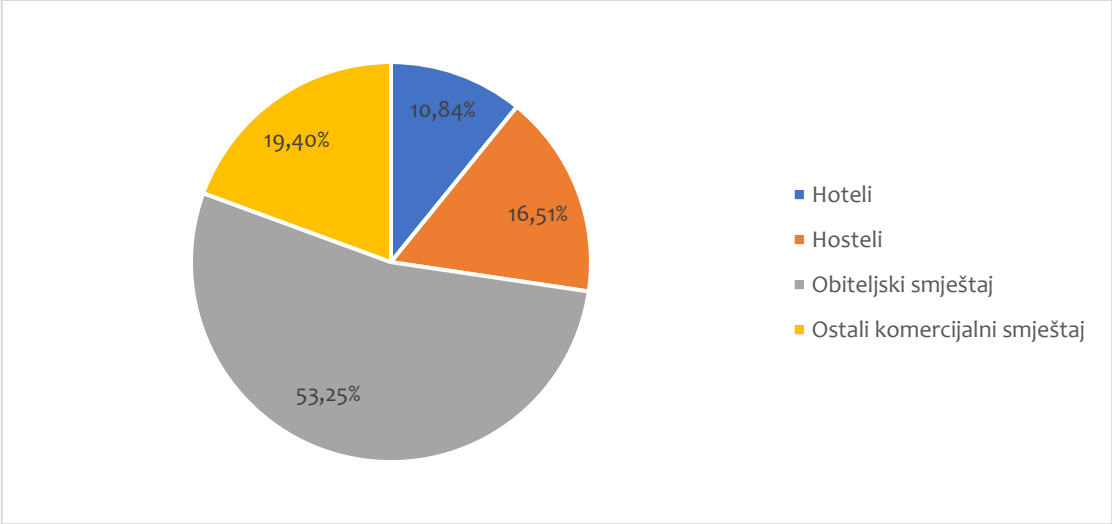
Grafikon 6: Smještajni kapaciteti u gradu Rijeci 2019. –2024. godine (broj smještajnih jedinica)



Izvor: eVisitor, podaci dobiveni na zahtjev

U 2024. godini u gradu Rijeci najveći udio smještajnih objekata činio je obiteljski smještaj, s udjelom od 53,25 %, zatim slijede ostali komercijalni smještaj s 19,40 %, hosteli s 16,51 % te hoteli s 10,48 %, što uključuje stalne i pomoćne postelje.

Grafikon 7: Struktura smještajnih kapaciteta u gradu Rijeci u 2024. godini (broj postelja)

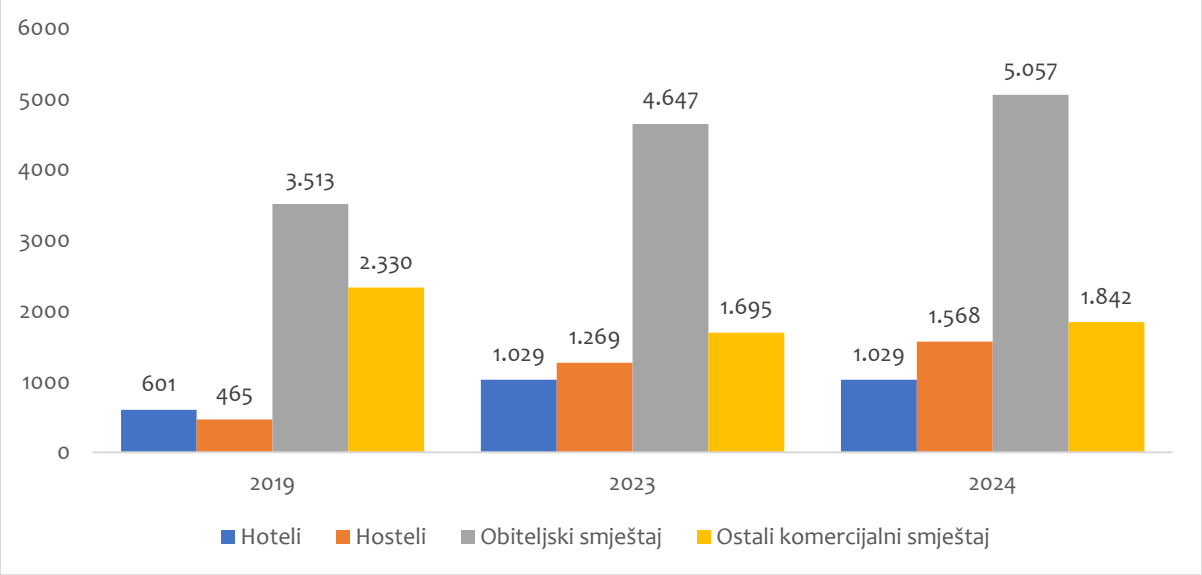


Izvor: eVisitor, podaci dobiveni na zahtjev

U razdoblju od 2019. do 2024. godine, najveći rast bilježi obiteljski smještaj, koji se povećao s 3.513 postelja u 2019. na 5.057 u 2024. godini. U istom razdoblju zabilježen je i porast kapaciteta u

hostelima i hotelima, dok su kapaciteti u ostalom komercijalnom smještaju blago varirali. Grafikon u nastavku ukazuje na kontinuirani porast turističke ponude, s naglaskom na obiteljski smještaj.

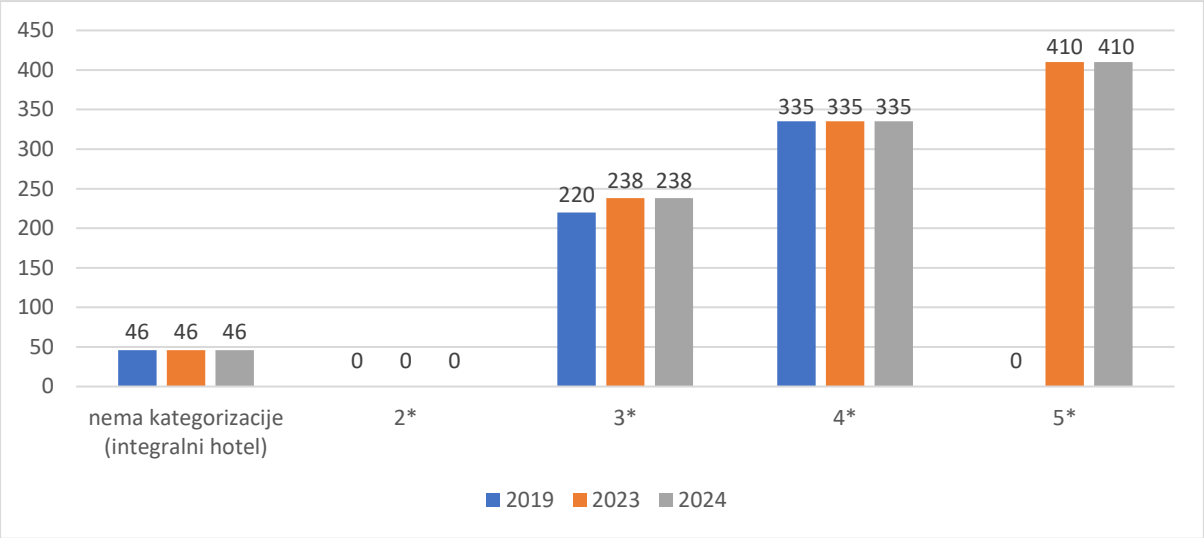
Grafikon 8: Smještajni kapaciteti u gradu Rijeci u razdoblju 2019. –2024. godine (broj postelja)



Izvor: eVisitor, podaci dobiveni na zahtjev

Struktura smještajnih kapaciteta u hotelima u Rijeci pokazuje stabilnost u broju postelja u kategorijama 3* (238) i 4* (335) od 2023. do 2024. godine, dok je najveća promjena vidljiva otvaranjem hotela s 5* i to s 410 postelja. U svim promatranim godinama nije bilo hotela niže kategorije, dok u promatranom razdoblju integrirani hoteli bez kategorizacije imaju stalnih 46 postelja.

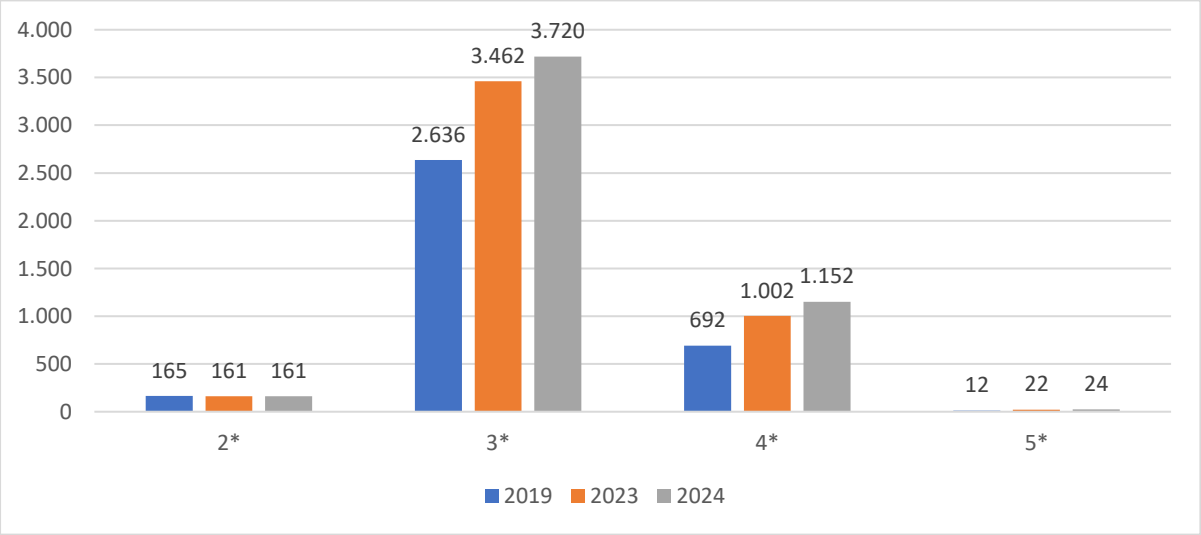
Grafikon 9: Struktura smještajnih kapaciteta (broj postelja) u hotelima u gradu Rijeci prema kategoriji



Izvor: eVisitor, podaci dobiveni na zahtjev

Struktura smještajnih kapaciteta u obiteljskom smještaju u Rijeci od 2019. do 2024. pokazuje znatan rast u višim kategorijama te je tako broj postelja s 3* porastao s 2.636 na 3.720, a s 4* sa 692 na 1.152. Istodobno, smještaj u nižoj kategoriji 2* ostao je nepromijenjen u promatranom razdoblju (161), što ukazuje na fokus na kvalitetniju turističku ponudu.

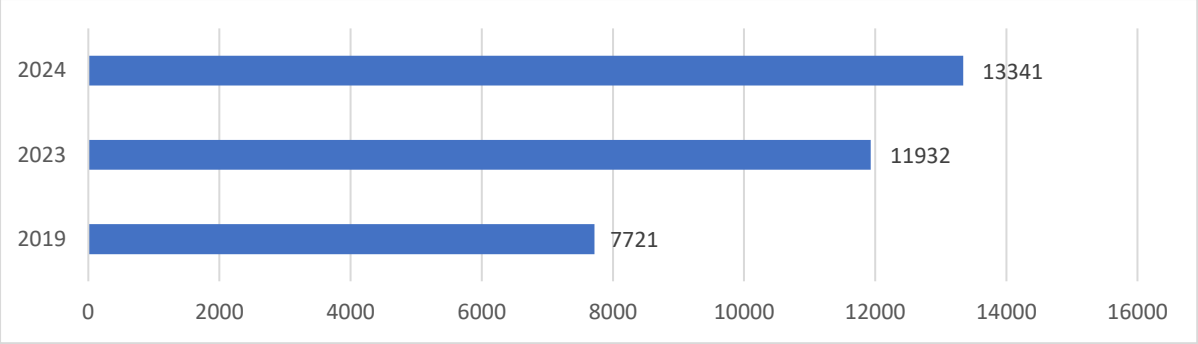
Grafikon 10: Struktura smještajnih kapaciteta (broj postelja) u obiteljskom smještaju u gradu Rijeci prema kategoriji



Izvor: eVisitor, podaci dobiveni na zahtjev

Broj kreveta u nekomercijalnom smještaju u Rijeci znatno je porastao, s 7.721 u 2019. na 13.341 u 2024., što predstavlja povećanje od preko 70 %.

Grafikon 11: Smještajni kapaciteti u gradu Rijeci u nekomercijalnom smještaju u razdoblju od 2019. do 2024. godine (broj postelja)



Izvor: eVisitor, podaci dobiveni na zahtjev

Nekomercijalni smještaj odnosi se na smještajne jedinice (kuće ili stanove za odmor) koje se ne iznajmljuju komercijalno, te ih vlasnici povremeno koriste za vlastite potrebe, za potrebe obitelji, rodbine ili prijatelja. Ukupan broj noćenja u nekomercijalnim smještajnim kapacitetima u Rijeci kontinuirano raste tijekom razdoblja 2019. – 2024., uz posebno izražen porast izvan glavne turističke sezone. Iako su srpanj i kolovoz i dalje mjeseci s najviše noćenja (preko 11.000 u oba mjeseca 2024. godini), značajan porast zabilježen je i u zimskim i proljetnim mjesecima (primjerice, u ožujku s 1.978 noćenja u 2019. na 4.958 u 2024. godini).

Rijeka bilježi kontinuiran rast smještajnih kapaciteta svih oblika. U strukturi smještajnih kapaciteta najveći udio ima obiteljski smještaj (53 %), zatim slijede ostali komercijalni smještaj (19 %), hosteli (17 %) i hoteli (11 %). Važno je naglasiti da u promatranom razdoblju, obiteljski smještaj pokazuje rast kvalitete, uz navedeno od 2021. g. dominiraju hoteli kategorije 4* i 5*. Nekomercijalni smještaj u istom razdoblju bilježi snažan rast broja kreveta i noćenja. S obzirom na to da je riječ o urbanom središtu, glavnina ovih kapaciteta su u suštini prazni stanovi koji se ne koriste ili se koriste u vrlo malom obimu. Dakle, zbog pretežno povremenog korištenja i niske popunjenosti, ovaj tip smještaja funkcionalno nadopunjuje komercijalni smještaj i pridonosi ukupnoj dostupnosti kreveta u vršnim mjesecima bez značajnog tržišnog utjecaja.

Ugostiteljski objekti za hranu i piće

Rijeka prepoznaje važnost kontinuiranog unapređenja ugostiteljske ponude hrane i pića kao jednog od značajnih elemenata razvoja i prepoznatljivosti turističke destinacije. Sukladno *Planu razvoja turizma grada Rijeke do 2028. godine*, naglasak je na razvoju visokokvalitetne i raznolike ugostiteljske ponude, usmjerene na zadovoljavanje rastućih očekivanja suvremenih gostiju i njihovu sve izraženiju potrebu za doživljajima lokalnog identiteta.

Prema podacima Turističke zajednice Grada Rijeke, u Rijeci dominiraju restorani (73), što čini gotovo 60 % ukupnog broja ugostiteljskih objekata (122). Slijede barovi s 27 objekata (22,1 %), objekti brze prehrane s 15 objekata (12,3 %) te slastičarnice sa 7 objekata (5,7 %). Struktura ukazuje na koncentraciju ponude u restoranskom segmentu, uz prisutnost komplementarnih oblika ugostiteljskih usluga.

Tablica 5. Struktura ugostiteljskih objekata u Rijeci prema vrsti usluge (N = 122)

Vrsta objekta	Broj objekata
Restoran	73
Objekt brze prehrane (*fast food*)	15
Slastičarnica	7
Bar	27
Ukupno	122

Izvor: Turistička zajednica grada Rijeke: Popis ugostiteljskih objekata, https://visitrijeka.hr/ugostiteljski-objekti/

Ugostiteljski objekti u Rijeci odlikuju se raznolikošću ambijenata i uslužnih formata, kombinirajući unutarnje i vanjske prostore. Brojni objekti raspolažu terasama, dok se unutarnji prostori sve češće opremaju suvremenim klimatizacijskim sustavima i drugim elementima koji doprinose ukupnom komforu. Uz kontinuirana ulaganja u funkcionalna obilježja prostora, sve se više pažnje posvećuje i pristupačnosti, dok se ponuda dodatno obogaćuje sadržajima poput dječjih kutaka ili prostora prilagođenih poslovnim susretima, čime se ugostiteljska ponuda otvara različitim profilima gostiju.

Važnu ulogu u afirmaciji kvalitete riječke ugostiteljske ponude imaju oznake izvrsnosti, poput oznaka razvijenih na području Primorsko-goranske županije *Kvarner Food i Kvarner Gourmet*. Ova oznaka potvrđuje visoki standard usluge, posvećenost autentičnoj lokalnoj gastronomiji te istovremeno potkrepljuje važnost restorana u izgradnji snažnog eno-gastronomskog identiteta grada.

Međunarodna prepoznatljive oznake također su prisutne u Rijeci. Ovdje se posebno ističe *Nebo Restaurant & Lounge*, prvi riječki restoran s potvrđenom *Michelinovom zvjezdicom,* čime je uz bistro *Grad* i bistro *Hidden* s Michelinovom preporukom, Rijeka dodatno pozicionirana na karti vrhunske gastronomije. Osim toga, oznaku *Gault & Milleu* u Rijeci ima osam objekata (restorani, bistroi, konobe, slastičarnice).

Značajan doprinos u pozicioniranju Rijeke kao gastronomske destinacije ostvaruje se kroz projekt *Riječke gastronomske luke*, koji djeluje kao platforma za objedinjavanje ugostiteljskih objekata pod zajedničkim brendom specifičnim za Rijeku. Pokrenut 2022. godine, projekt teži jačanju vidljivosti lokalnih ugostiteljskih objekata te unapređenju ukupne kvalitete eno-gastronomske ponude putem umrežavanja i zajedničke promocije. Njegova vrijednost prepoznata je i na nacionalnoj razini, te je projekt 2024. godine nagrađen priznanjem *Simply the Best* za kreativnost, inovativnost i doprinos razvoju turističke ponude. Ove godine 42 restorana su ispunila propisane kriterije za ukupno 71 titulu „Riječkih gastronomskih luka“, dodijeljene u 11 kategorija: luke lokalnih namirnica,

ribarske luke, dnevne luke, veganske luke, barbeque luke, poslovne luke, romantične luke, obiteljske luke, luke za vinske entuzijaste, luke posebnosti i luke okusa drugih zemalja.

Tijekom 2025. godine projekt *Gastronomija Rijeke i Riječkog prstena* dodatno valorizira lokalnu gastronomiju, pozicionirajući Rijeku na gastronomskoj karti Hrvatske i Europe. Ova inicijativa je od posebnog značaja, osobito u kontekstu činjenice da će Kvarner (s Rijekom kao administrativnim i kulturnim središtem) u 2026. godini nositi prestižnu titulu Europske regije gastronomije.

Turističke atrakcije

Grad Rijeka raspolaže razvijenom mrežom materijalnih atrakcija od značaja za lokalno stanovništvo i posjetitelje. Razvijen je niz atraktivnih događanja koja unapređuju kvalitetu života stanovnika grada i privlače posjetitelje u destinaciju tijekom cijele godine.

Tablica 6: Materijalne atrakcije grada Rijeke

Materijalne atrakcije	Kratki opis
Trsatski kaštel	Srednjovjekovna utvrda smještena na brdu iznad Rijeke, s koje se pruža panoramski pogled na Kvarnerski zaljev. Danas služi kao kulturno-povijesna atrakcija i mjesto održavanja izložbi i događanja.
Riječki tunel	Podzemni prolaz dug oko 330 metara, izgrađen za potrebe vojske tijekom Drugog svjetskog rata. Danas je obnovljen i otvoren za javnost kao turistička atrakcija.
Palača šećera	Izgrađena sredinom 18. stoljeća kao barokna upravna zgrada rafinerije šećera (kasnije i tvornice duhana te tvornice motora Rikard Benčić), od 2020. godine služi kao sjedište Muzeja grada Rijeke i simbol industrijske baštine grada.
Stari grad	Povijesno srce grada smješteno uz Korzo, obilježeno uskim uličicama, trgovima i slikovitim zdanjima iz rimskog, srednjovjekovnog i baroknog razdoblja, uključujući Kosi toranj i mozaike iz antike.
Art kvart	Kulturni kvart u srcu grada, u bivšoj industrijskoj oazi koju lokalni stanovnici nazivaju „Benčić“. U Art kvartu nalaze se Muzej moderne i suvremene umjetnosti, Muzej grada Rijeke, Gradska Knjižnica i tzv. Dječja kuća.
Dječja kuća	Jedinstveni centar za kulturu i roditelje nastao u riječkom art-kvartu „Benčić“. Danas omiljena gradska platforma za sadržaje neformalnog odgoja i obrazovanja iz područja kulture te kao nova gradska točka dokolice za roditelje i djecu.
Pomorski i povijesni muzej Hrvatskog primorja	Osnovan 1961. godine, sadrži pomorski, kulturno-povijesni, etnografski i arheološki odjel, a sjedište Muzeja je historicističko zdanje, bivša Guvernerova palača koja je zaštićeni spomenik kulture.
Astronomski centar	Otvoren je 2009. u bivšoj utvrdi iz Drugog svjetskog rata. U jednoj od četiri kule, ugrađen je teleskop 2001. godine, zaštićen pokretnom kupolom. Objekt je danas prvi astronomski centar u Hrvatskoj koji objedinjuje zvjezdarnicu i planetarij.
Tarsatički principij (Principia at Tarsatica)	Kasnoantički rimski vojni zapovjedni kompleks iz 3. stoljeća, smješten ispod Trga Jurja Klovića u Starom gradu Rijeke. Danas je prenamijenjen u arheološki park gdje posjetitelji mogu razgledati ostatke zgrada, mozaike i dvorište nekadašnjeg zapovjedništva.
Korzo	Glavna riječka šetnica, duga oko 450 m, okružena šarmantnim kafićima, trgovinama i povijesnim austro-ugarskim građevinama poput Gradske ure.
Gradski toranj	Jedan od simbola Rijeke, izvorno je predstavljao tipičnu prohodnu kulu kroz koju se ulazilo u utvrđeni grad. I danas dominira središnjim dijelom Korza. Građen je u srednjem vijeku, vjerojatno na temeljima kasnoantičkih, primorskih gradskih vrata.
Gradska tržnica	Smještena uz morsku obalu, nedaleko od drvenog mola na kojemu su lokalni ribari iskrcavali ulov i odnosili ga na prodaju u košarama. Ribe, rakovi i školjke isprva su se prodavali na otvorenom, a od 1866. pod krovom, u podignutoj ribarnici.

Katedrala sv. Vida	Jedina barokna rotonda monumentalnih proporcija izgrađena na tlu Hrvatske. Gradnja crkve započeta je 1638. godine prema projektu isusovačkog arhitekta G. Briana. Kao uzor je poslužila znamenita venecijanska crkva *Santa Maria della Salute*.
JGL Muzej farmacije	Specijalizirani muzej gdje je na suvremen način prikazana svjetska i hrvatska povijest farmacije. Stalni izložbeni postav sastoji se od deset međusobno povezanih cjelina među kojima se ističu *Hortus sanitatis* (Vrt ozdravljenja) sa živim biljem, staklena vremenska lenta s 18 značajnih događaja iz povijesti farmacije, prikaz razvoja farmacije u Rijeci, *oficina* povijesne ljekarne iz prve polovice 20. st. te zona ljekovitog bilja s prikazom puta biljke od prirode do lijeka.
HNK Ivana pl. Zajca	Smješteno uz glavnu gradsku tržnicu nadomak obala Rječine i lučkih dokova, na umjetno stvorenom kopnu nekadašnjeg vojnog vježbališta poznatog kao *Trg Ürmeny*. Gradnju zgrade HNK Ivan pl. Zajc pokreće tijekom 1880-ih godina gradonačelnik Ciotta. Impozantan projekt tada komunalnog kazališta „Teatro Verdi" izradio je „Atelier Fellner i Helmer" iz Beča, tim specijaliziran za izgradnju kazališnih zgrada od Praga do New Yorka.
Svetište Majke Božje Trsatske i Franjevački samostan Trsat	Najveće hodočasničko središte zapadne Hrvatske. Njegov je postanak povezan s tradicijom o čudesnom prijenosu Nazaretske kućice i njezinom boravku na Trsatu (1291. – 1294.).
Prirodoslovni muzej Rijeka	Smješten u sklopu parka Nikole Hosta, prvi je regionalni muzej na riječkom području. Danas je muzej orijentiran istraživanju mora, a posjeduje i specijaliziranu knjižnicu s područja biologije, geologije i paleontologije.
Muzej moderne i suvremene umjetnosti u Rijeci	Specijalizirana muzejska ustanova s regionalnim djelokrugom. Muzej je tematski vezan za suvremenu umjetnosti i moderni likovno-umjetnički izražaj.
Palača Modello	Izgrađena u razdoblju od 1883. do 1885. prema zamisli znamenitih arhitekata Fellnera i Helmera, zaslužnih za projekt kazališta Ivana pl. Zajca u Rijeci. Palača Modello danas je mjesto administrativne službe HNK Ivana pl. Zajca i Zajednice Talijana Rijeke – Circolo.
Filodrammatica	Na uličnom se pročelju građevine razabiru utjecaji talijanske visoke renesanse i manirizma.
Riječki murali	Zidove nekoliko riječkih zgrada na Grobničkoj rivi te u Kružnoj, Vodovodnoj i Ružićevoj ulici krase impozantni murali renomiranih „street art" umjetnika iz Hrvatske i svijeta. Murali su nastajali tijekom 2020. i 2021 . godine u sklopu projekta Rijeka murala, kao dio projekta Europske prijestolnice kulture.
Dizalice na Molo longu	Proces obnove lučkih dizalica na riječkom lukobranu započeo je 2010. Svaka dizalica od obnove ima više reflektora koji mogu stvarati svjetlost u raznim bojama i intenzitetima. Riječ je o dvije poluportalne dizalice čiji je proizvođač tvrtka GANZ – Budapest.

Izvor: Turistička zajednica grada Rijeke, https://visitrijeka.hr/

Tablica 7: Atraktivna događanja na području grada Rijeke

Događanja	Kratki opis
Riječki karneval	Prepoznatljiv karneval u Europi koji privlači posjetitelje iz cijelog svijeta, a specifičan je po svojoj živopisnoj atmosferi, maskiranim povorkama i bogatom kulturno-zabavnom programu. Svake godine u povorkama Riječkog karnevala sudjeluje preko 15.000 ljudi, dok broj posjetitelja često premašuje 150.000.
Zima na Gradini	Inovativne dekoracije svake godine predstavljaju nove elemente, pružajući posjetiteljima potpuno novo iskustvo blagdana. Svjetla Trsatske gradine su novi riječki simbol adventa, stvarajući vizualni spektakl na lokaciji s koje se pruža najljepši pogled.
Rijeka Advent	Središnja zimska manifestacija koja tijekom prosinca oživljava gradske trgove i ulice bogatim programom (od koncerata, sajamske ponude i klizališta do gastro kućica) privlačeći brojne posjetitelje iz zemlje i inozemstva te jačajući turističku prepoznatljivost grada u blagdanskom razdoblju.
Ljeto na Gradini	Popularna kulturno-zabavna manifestacija koja se svake godine održava u Trsatskom kaštelu u Rijeci. Tijekom ljeta, posjetitelji mogu uživati u bogatom programu koji uključuje koncerte, kazališne predstave, filmske projekcije, izložbe i razne druge umjetničke i zabavne sadržaje.

Fiumanka	Međunarodna jedriličarska manifestacija koja u najsjevernijem jadranskom zaljevu, iz godine u godinu okuplja velik broj jedriličara i drugih posjetitelja. Uz jedrenje, događaj povezuje različite sportske i zabavne programe te tijekom 25 godina održavanja postaje prepoznatljiv sportsko-turistički događaj.
Rijeka Run	Festival sporta i rekreacije izrastao iz utrke Homo si teć, koja se prvi put održala 1998. Kroz godine broj utrka na festivalu je rastao, a i sam se festival raširio na tri tjedna održavanja.
Women's Weekend	Konferencija koja okuplja, povezuje i osnažuje žene, kao i muškarce koji utječu na promjene, okuplja istaknuta imena regionalne i svjetske scene iz područja biznisa, medija, lifestylea, IT-a, zdravlja i ljepote. Cilj manifestacije je povezati žene iz različitih industrija i društvenih sfera te osnažiti njihov položaj.
Riječke ljetne noći	Ljetni glazbeno-scenski festival koji se održava u Rijeci. Program je vrlo bogat, u rasponu od klasične drame i praizvedbe novih dramskih tekstova do nastupa uličnih kazališta, od koncerata klasične glazbe do nastupa poznatih izvođača hrvatske estrade.
Tobogan	Autonomna manifestacija četiriju riječkih ustanova u kulturi: Art-kina, Gradske knjižnice Rijeka, Muzeja moderne i suvremene umjetnosti i Gradskog kazališta lutaka Rijeka kao inovativna manifestacija interdisciplinarnog spajanja i stapanja djelatnosti navedenih organizacija u originalne forme i sadržaje za djecu.
Riječke stepenice	Vodeća modna manifestacija u Hrvatskoj i kao takva je najznačajnije i najveće modno događanje u regiji te najljepši ljetni modni event.
WineRi	Međunarodni eno-gastro festival, koji u Rijeku dovodi 80-ak izlagača iz više od 10 zemalja. U sklopu festivala, koji ima i humanitarni karakter, održava se i niz edukativnih radionica, premijera i predstavljanja vinarija.
Dani Trsata	Tradicionalna manifestacija posvećena dinastiji Frankopana. Centralni događaj je povijesni spektakl „Povratak Frankopana“, svečanim mimohodom gostujućih udruga s domaćinima u svečanim odorama i prikazom Trsatske frankopanske garde.
MIK	Festival Melodije Istre i Kvarnera svake godine gostuje po gradovima Istre i Kvarnera, područja koje pokrivaju tri županije na zapadnom dijelu Hrvatske. To je festival koji je temeljen na etno glazbi kraja u kojem se odvija i to glazbi kojoj je osnova takozvana „istarska ljestvica“, jedno od možda najinteresantnijih glazbenih pojava u svijetu.
Malik – festival mitova i legendi	Sadržava kulturni, zabavni i edukativni program te ugostiteljsku ponudu u srednjovjekovnoj atmosferi. Mali i veliki posjetitelji mogu prošetati među viteškim taborima, okrijepiti se u taverni, jahati, okušati se u srednjovjekovnim igrama, izrađivati luk i strijele, izraditi srednjovjekovnu frizuru, čuti više o srednjovjekovnim načinima borbe i starim zanatima te i sami postati vitezovima ili damama.
History film festival	History Film Festival godišnji je međunarodni festival povijesnih dokumentarnih filmova. Na festivalu se prikazuju društveno angažirani filmovi koji pružaju kritički osvrt tema šireg društvenog značaja.
Cro race	Cro Race je međunarodno biciklističko natjecanje kroz Hrvatsku te okuplja najuspješnije bicikliste sadašnjice, a prolazi kroz Rijeku i okolicu.
Ri rock festival	Jedan je od najdugovječnijih festivala neafirmiranih i demo bendova koji je obilježio riječku glazbenu kulturu, a održava se redovito od 1979. godine.
Rijeka Boat show	U Rijeci se svake godine održava sajam nautičkog turizma „Rijeka Boat Show“ s ciljem promoviranja i poticanja domaće nautičke proizvodnje. Svoja plovila, proizvode, usluge te različitu opremu za brodove predstavljaju brojni izlagači.
Jazz time festival Rijeka	Jazz Time Rijeka je međunarodni jazz festival koji se održava u Rijeci. Festival je poznat kao jedan od najstarijih i najprestižnijih jazz festivala u Hrvatskoj, a ugostio je brojne svjetski poznate glazbenike.
Hrvatski festival kabareta i burleske	Hrvatski festival kabarea i burleske ugošćuje međunarodnu glumačku postavu i posjetiteljima, uz nastupe umjetnika kabarea, nudi brojne radionice. To je jedinstveni međunarodni festival koji okuplja ljubitelje burleske i kabarea.
Impulse festival	Impulse Festival je višednevni boutique festival posvećen promociji urbane kulture, s posebnim naglaskom na glazbu.
Festival malih scena	Kroz niz manifestacija koje uključuju koncerte, filmske projekcije, likovnu umjetnost, ples, kritičke osvrte, tribine i radionice, festival istražuje glazbu kroz različite umjetničke forme i medije.
Revija lutkarskih kazališta	Međunarodni festival malih scena Rijeka u proteklih 30 godina postao je relevantna kulturna manifestacija u našem gradu, a na njegovim su se daskama igrali neki od najkvalitetnijih dramskih ansambala i predstave nekih od najcjenjenijih kazališnih redatelja u Europi. Festival je bio i ostao, mjesto međunarodnog kreativnog kulturnog prožimanja scenskih estetika i kultura.

Dani Sv. Vida	Jedini festival ovakve vrste u Primorsko-Goranskoj, Ličko-Senjskoj i Istarskoj županiji. Revija lutkarskih kazališta u Rijeci organizirana je prvi put 1996. g. te se otada organizira svake godine, prvi tjedan u studenome, a cilj joj je publici grada Rijeka i regije predstaviti uspješna ostvarenja domaćih i svjetskih lutkarskih kazališta.
Riječka ljetna vibra	Manifestacija koja objedinjava sva kulturna događanja u Rijeci u ljetnom periodu, od radionica, predavanja, autorskih susreta preko filmskih projekcija, predstava, izložbi i koncerata, a koje na različitim lokacijama organiziraju gradske kulturne ustanove – Gradska knjižnica Rijeka, Art-kino, Hrvatski kulturni dom na Sušaku, Muzej grada Rijeke, Muzej moderne i suvremene umjetnosti, Hrvatsko narodno kazalište Ivana pl. Zajca, Gradsko kazalište lutaka Rijeka te Turistička zajednica Grada Rijeke.
Međunarodni književni festival „Vrisak“	Riječki sajam knjiga i festival autora koji se organizira u rujnu sa mnoštvom događanja, predstavljanja knjiga, brojnim domaćim i stranim autorima u raznovrsnim popratnim sadržajima koji književnost čine živom, aktualnom i pristupačnom, a Rijeku stavljaju u centar književnosti.

Izvor: Turistička zajednica grada Rijeke, https://visitrijeka.hr/ ; podaci Grada Rijeke

Navedene atrakcije prepoznate su od strane turista i u dosadašnjem razdoblju bilježile su njihovu posjećenost.

1.3. Resursna osnova

Grad Rijeka raspolaže sa značajnim resursima koji imaju potencijal za turističku valorizaciju. Popis zaštićenih kulturnih dobara, preventivno zaštićenih dobara i zaštićenih prirodnih područja (Prilog 4) ukazuje na značajan broj resursa koji imaju mogućnost daljnje turističke valorizacije. Turistički potencijal navedenih resursa nije jednak, no turističkim opremanjem i u određenim elementima umrežavanjem dijela navedenih resursa moguće je dodatno unaprijediti turističku ponudu grada Rijeke.

Rijeka je grad bogat vjerskim događanjima, koja odražavaju raznolikost vjerskih zajednica koje u njemu žive. Katoličko Svetište Majke Božje Trsatske, staro sedamsto godina, najstarije je hrvatsko marijansko svetište s organiziranim i privatnim hodočasničkim posjetama te mjesto vjerskih i kulturnih događanja. Najveći vjerski događaj održava se 15. kolovoza na blagdan Velike Gospe. Islamski centar u Rijeci koji je otvoren 2013. godine u arhitektonski značajnoj zgradi, osim religijskih obreda, centar je i različitih kulturnih i društvenih događaja.

Važan dio turističke ponude Rijeke čine i tradicijski obrti, koji se valoriziraju kroz brojne manifestacije i prezentacije. Jedna od najpoznatijih je manifestacija Fiumare koja se održava svake godine, a cilj koje je promovirati pomorstvo i ribarstvo Rijeke. Tijekom manifestacije se prezentiraju tradicijska brodogradnja, stari obrti, jedrenje i ribarenje, a posjetitelji se upoznaju s povijesnim vrijednostima kroz radionice, izložbe, predavanja i demonstracije starih zanata. Jedan od prepoznatljivih simbola Rijeke je Morčić, tradicijski suvenir s bogatom poviješću. Izrada suvenira razvila se kao obrtnička tradicija u Rijeci i okolici, osobito u 18. i 19. stoljeću, kada su zlatari i filigrani izrađivali jedinstveni nakit.

Nadalje, Riječki karneval jedan je od najvećih i najpoznatijih karnevala u Europi, s dugom tradicijom i bogatim programom. Održava se svake godine u siječnju i veljači s brojnim događanjima, a središnji događaj je Međunarodna karnevalska povorka, na kojoj sudjeluju brojne skupine maskiranih sudionika iz Hrvatske i inozemstva.

U kulturno-turističkoj ponudi aktivno sudjeluju muzeji na području Grada Rijeke kao što su Pomorski i povijesni muzej, Muzej grada Rijeke, Prirodoslovni muzej, Muzej moderne i suvremene umjetnosti, Peek&Poke – Muzej informatike, Peek&Poke – Muzej djetinjstva i JGL Muzej farmacije. Osim muzeja, važno kulturno središte je Hrvatsko narodno kazalište Ivana pl. Zajca koje osim klasičnih izvedbi njeguje i suvremene umjetničke forme te surađuje s domaćim i međunarodnim umjetnicima.

1.4. Javna turistička infrastruktura

a) Primarna turistička infrastruktura

Kao sustav koji omogućuje pristupačnost gradu Rijeci te podupire razvoj njezine turističke ponude, primarna turistička infrastruktura je važan čimbenik prostorne integracije i poticanja diverzifikacije turističkih proizvoda, osobito u kontekstu razvoja specifičnih oblika turizma.

Cikloturistička i *trail* ponuda, staze i šetnice

U kontekstu Rijeke, turistička je infrastruktura okosnica razvoja urbane mobilnosti i aktivnog odmora kroz segment *outdoor* turizma. Ovaj specifičan oblik turizma se razvija kroz projekt *Rijeka Outdoor*, koji integrira cikloturističku i *trail* ponudu Rijeke te područje šireg riječkog prstena.

Rijeka i riječki prsten obuhvaćaju mrežu od preko 40 šetnica i planinarskih staza, razvijenih kroz projekte *Riječke šetnice i Rijeka Trails*. Staze su namijenjene rekreaciji, edukaciji i turističkom razgledavanju, prolazeći uz povijesne spomenike, zelene površine i obalnu liniju. Razlikuju se prema lokaciji, dužini, trajanju i stupnju zahtjevnosti, a njihova raznolikost odgovara potrebama korisnika različitih profila: od pješaka i rekreativaca do iskusnih planinara.

Riječke šetnice, pokrenute u sklopu inicijative *Rijeka – Zdravi grad*, povezuju ključne gradske točke, od Plumbuma na istoku do Preluka na zapadu. U okviru projekta, u Rijeci se izdvajaju sljedeće staze:

- Plumbum – Trsat (6,7 km)
- Trsat – Orehovica – Maršić (5,6 km)
- Trsat – Školjić – Lukobran (3,5 km)
- Školjić – Matešićev mlin (2,5 km)
- Orehovica – Drenova (8,7 km)
- Drenova – Pehlin (4,8 km)
- Bivio – Preluk (2,9 km)

Kao posebnost u gradu Rijeci se ističe Molo longo – riječki lukobran sagrađen 1888. godine. Tijekom 20. stoljeća je produžen te u konačnici njegova dužina iznosi 1707m. Molo longo je dugo bio u funkciji samo za carinske i lučke djelatnosti, a od 2009. godine je otvoren za javnost. Danas je Molo

longo omiljena gradska šetnica za stanovnike i turiste na kojoj se nalazi putnički terminal te dodatni zabavni i rekreacijski sadržaji te pruža pogled na grad.

Internetska platforma *Rijeka Trails* omogućava jednostavnu navigaciju i pristup informacijama o stazama, čime ih čini lako dostupnima turistima.

Kao grad bogate kulturno-povijesne baštine, Rijeka ima i tematske staze koje povezuju gradske zone s prirodnim krajobrazima i povijesnim lokalitetima. Pored šetnice od Bivija do Preluka, koja kao obalna promenada povezuje niz plaža i uvala uz popratne sadržaje poput ugostiteljskih objekata, sportskih sadržaja i dječjih igrališta, među najznačajnijima ističu se:

- Tematska staza *Tragovima Frankopana* – sastavni je dio šire kulturno-turističke rute *Putovima Frankopana*, koja povezuje frankopanske kaštele, među kojima se posebno ističe Trsatska gradina kao simbol povijesnog identiteta grada.
- Poučna planinarska staza *Šuma Striborova* – smještena na području Bivija, namijenjena je djeci predškolske i školske dobi, obiteljima, rekreativcima, sportašima i umirovljenicima, pružajući edukativne sadržaje i potičući aktivan boravak u prirodi.

Projekt *Bike Rijeka* kao sastavni dio šireg projekta Rijeka *Outdoor* obuhvaća mrežu biciklističkih staza koje povezuju Rijeku s destinacijama riječkog prstena, omogućujući kombinacije vožnje cestovnim, brdskim i trekking biciklom. Od ukupno 13 označenih ruta, u Rijeci se izdvaja *staza industrijske baštine* (29,5 km), asfaltirana ruta koja vodi kroz lokalitete značajne za riječku industrijsku povijest. Rijeka raspolaže i sustavom javnih električnih bicikala *RiCikleta*, koji obuhvaća 28 bicikala raspoređenih na četiri lokacije: Jadranski trg, Trsat, Sušački most i Kantrida. Ipak, nedostatak razvijenije mreže biciklističkih staza u urbanom području (dijelom uvjetovan zahtjevnim topografskim obilježjima) predstavlja infrastrukturni izazov. *Plan razvoja Grada Rijeke za razdoblje 2021. – 2027.* prepoznaje ovaj nedostatak, ali naglašava usmjerenost prema njegovu prevladavanju kroz razvoj raznovrsnih biciklističkih projekata i povezivanje s regionalnim rutama, što ukazuje na pozitivne trendove u budućem razvoju.

Plaže

Riječka obala odlikuje se raznolikošću plaža, koje zadovoljavaju interese posjetitelja različitih profila. Duž obale prostiru se šljunčane, kamene te betonske plaže. Zbog specifičnog geografskog položaja, riječke su plaže koncentrirane na krajnjem istoku i zapadu grada. Sveukupno, Grad Rijeka održava ukupno 21 uređenu plažu, raspoređenih u dva glavna obalna pojasa: 12 plaža na zapadnom dijelu (Kantrida i Costabella) te 9 na istoku (Pećine). Ukupna površina kojom se upravlja premašuje 90.000 m², a uključuje redovito održavanje, dohranjivanje šljunkom, postavljanje tuševa i kabina za presvlačenje te osiguravanje pristupačnosti za osobe s invaliditetom.

Tablica 8: Pregled uređenih plaža na području grada Rijeke – podjela na istočne i zapadne lokacije

Istočne plaže	Zapadne plaže
1. Križić 2. Sablićevo 3. Vila Olga 4. ex Park hotel 5. Glavanovo 6. Srebrena 7. Ružićevo 8. Grčevo 9. Plaža za pse Brajdica	1. Brgudi 2. Igralište 3. Plaža za pse Igralište 4. Vila Nora 5. Ploče 6. Razbojna 7. Bivio 8. Lungomare 9. Kostanj 10. Akademija 11. „S“ zavoj 12. Preluk

Izvor: Turistička zajednica grada Rijeke: brošura Riječke plaže, https://www.rijeka.hr/wp-content/uploads/2016/05/Bro%C5%A1ura-Rije%C4%8Dke-pla%C5%BEe.pdf

Na istoku, na području Pećina, nalaze se plaže *Križić* i *Sablićevo*, u blizini gradskog središta. Slijedom prema istoku redaju se plaže *Vila Olga*, nekadašnji *hotel Park*, *Glavanovo*, *Srebrena*, *Ružićevo* i *Grčevo*. Područje Pećina ujedno je lokacija najstarijih riječkih plaža, osobito onih iz razdoblja nekadašnjeg Sušaka, koji je krajem 19. stoljeća bio afirmiran kao mediteransko kupališno odredište.

U zapadnom dijelu grada, od Kantride prema Preluku, nalazi se niz uređenih i prirodnih plaža. Na Kantridi su smještene plaže *Brgudi*, *Igralište*, *Vila Nora*, *Ploče* i *Razbojna*, dok se dalje prema Biviju i Preluku nastavlja niz većih i manjih plaža i uvala povezanih obalnom šetnicom (Lungomare). U tom nizu ističu se plaže *Lungomare*, *Kostanj*, *Akademija*, *„S“ zavoj* te *Preluk*, posljednja riječka plaža na zapadu. Plaže omogućuju raznolike aktivnosti, od kupanja i sunčanja do sportova na vodi i uz obalu. Posebno se ističe plaža *Preluk*, poznata kao omiljena destinacija za jedrenje na dasci zahvaljujući stalnom jutarnjem vjetru koji stvara optimalne uvjete za surfanje.

Uz uređene plaže, riječko priobalje obiluje i manjim, skrivenim uvalama (osobito u zoni između Bivija i Preluka), od kojih su neke dostupne isključivo morskim putem. Takva izoliranost čini ih atraktivnima za posjetitelje u potrazi za privatnošću i kontaktom s prirodom.

Zahvaljujući mediteranskoj klimi, sezona kupanja u Rijeci započinje već u proljeće i često traje do kasne jeseni.

Interpretacijski centri i centri za posjetitelje

Rijeka razvija mrežu interpretacijskih centara, kao temeljne točke za edukaciju, valorizaciju baštine i unapređenje cjelokupnog turističkog doživljaja. Centri su tematski raznovrsni i prostorno disperzirani te obuhvaćaju prirodnu, kulturnu, industrijsku i pomorsku baštinu grada. Neki od najznačajnijih centara uključuju:

- *Interpretacijski centar Trsat*, smješten unutar Trsatskog kaštela, jednog od najvažnijih kulturno-povijesnih lokaliteta Rijeke. Ovaj centar je dio kulturno-turističke rute *Putovima Frankopana*.
- *Interpretacijski centar TypeFlow*, smješten u mezaninu Muzeja grada Rijeke – Palača Šećerane. Centar je posvećen glagoljici i tiskarstvu, nudeći edukativno-kreativne programe i radionice za posjetitelje.
- *Dječja kuća*, nastala u okviru revitalizacije bivšeg industrijskog kompleksa Benčić, integrira edukaciju, kulturu i kreativne industrije s naglaskom na djecu i mlade. Iako primarno orijentiran na mlađu publiku, Dječja kuća ima i širu funkciju centra za posjetitelje kroz suvremene pristupe kulturnoj interpretaciji.
- *Muzej moderne i suvremene umjetnosti*, smješten u neposrednoj blizini *Dječje kuće*, nudi izložbene postave te edukativne programe namijenjene različitim kategorijama posjetitelja.
- *Pomorski i povijesni muzej Hrvatskog primorja Rijeka*, smješten je u zgradi nekadašnje Guvernerove palače, gdje prezentira bogatu pomorsku i povijesnu baštinu regije. Posebno se ovdje ističe *Interpretacijski centar za istraživanje mora i zaštitu morskog okoliša*, koji djeluje u okviru muzeja te nudi specijalizirane edukativne i stručne programe usmjerene na ekologiju, more i održivi razvoj. Objekt je trenutačno u rekonstrukciji.

Uz interpretacijske centre, Rijeka ima i *Turistički informativni centar* (TIC), smješten na frekventnoj lokaciji u središtu Grada. TIC djeluje kao mjesto za distribuciju turističkih informacija, vođenje evidencije turista te koordinaciju s informativnim punktovima na području Kvarnera. Rad TIC-a organizira *Turistička zajednica grada Rijeke*, koja kroz razvoj promotivnih materijala i oblikovanje sadržaja istovremeno osigurava kvalitetnu i pravovremenu komunikaciju s turistima.

Kongresna infrastruktura

Rijeka raspolaže razvijenom kongresnom infrastrukturom koja omogućuje organizaciju poslovnih, znanstvenih i kulturnih događanja različitih formata. Ključni prostori obuhvaćaju više multifunkcionalnih dvorana različitog prihvatnog kapaciteta.

Tablica 9. Kongresna infrastruktura u Rijeci

Osnovni kongresni kapaciteti					
Naziv dvorane		**Površina (m2)**		**Kapacitet osoba**	
Konferencijsko-izložbena dvorana Transadria		220		170	
Filodrammatica (konferencijsko-izložbena dvorana)		140		140	
Hrvatski kulturni dom na Sušaku (dvorana)		540		540	
Ostali kapaciteti					
Naziv dvorane	**Površina (m^2)**	**Kapacitet osoba**	**Gledalište**	**Učionica**	**Banket**
Konferencijska sala na Bazenima Kantrida	90	60	60	20	60
Astronomski centar Rijeka Konferencijska sala	73	60	60	30	60
Astronomski centar Rijeka Multimedijalna sala	34	20	20	14	20
Mala dvorana – Centar Zamet	116	90	90	30	90
Konferencijska dvorana koncerna Agram	n/a	215	215	-	-

Izvor: Turistička zajednica Kvarnera: kongresi i skupovi, http://www.kvarner.hr/turizam/sto_raditi/Poslovni_turizam/Kongresi_i_skupovi/Rijeka ; Turistička zajednica grada Rijeke, https://visitrijeka.croatia.hr/

Nositelji kongresne ponude u Rijeci su i hoteli s prikladnim kapacitetima za kongrese, seminare i poslovne susrete te botel Marina s prostorima za poslovne događaje.

Tablica 10. Pregled kongresnih kapaciteta u hotelima

Dvorana	Površina (m^2)	Kazališna	U-postava	Školska	Okrugli stol	recepcija	Zajednički stol
Grand Hotel Bonavia							
Karolina	87	60	40	60	30	50	40
Moretto	21	-	-	-	-	-	10
Jozefina + Lujzijana	154	130	32	60	60	100	40
Hotel Jadran							
Dvorana I	117	110	30	40	-	-	-
Dvorana II	38	20	10 (I-postava)	10	-	-	-
Hotel Continental							
Dvorana I	80	70	30	30	-	-	-
Hotel Neboder							
Dvorana I	250	220	-	100	300	-	-
Hilton Rijeka Costabella Beach Resort & Spa							
Tramontana	144	125	44	48	48	124	30
Levant	85	65	40	32	44	70	50
Prefunction area	62	-	-	-	-	45	-
Maestral	59	36	24	20	28	45	11
Bonaca	9	-	12	12	10	-	8
Botel Marina							
Dvorana		**Gledalište**	**Učionica**	**Banket**			**Prijam**
Captain's Salon		70	30	50			70
Restaurant Salon		50	50	100			120
Coffe & Wine Bar		110	110	100			200
Lounge Salon		30	20	-			25

Izvor: Jadran hoteli Rijeka, https://jadran-hoteli.hr/sastanci-i-dogadanja/grand-hotel-bonavia/ *i* https://jadran-hoteli.hr/sastanci-i-dogadanja/hotel-continental/*; Hilton Rijeka Costabella Beach Resort & Spa,* https://www.hilton.com/en/hotels/rjkochi-hilton-rijeka-costabella-beach-resort-and-spa/events/ *Turistička zajednica Grada Rijeke,* https://visitrijeka.croatia.hr/

Uz postojeću infrastrukturu, značajnu ulogu u oblikovanju kongresne ponude ima i *Sveučilište u Rijeci*, čije se sastavnice kontinuirano koriste kao mjesta održavanja domaćih i međunarodnih znanstvenih skupova i konferencija. Time Sveučilište ne djeluje samo kao organizator događanja već i kao snažan integrator znanstvene zajednice u destinacijski razvoj Rijeke.

Infoploče i turistička signalizacija

Plan grada, s istaknutim mikrolokacijama i atrakcijama, dostupan je u tiskanom obliku. Dodatno su izrađena nova idejna rješenja za velike planove grada postavljene na ključnim lokacijama te jednostrane planove za gradska parkirališta.

U gradskom središtu postavljeni su *city light panoi* koji uz informativnu funkciju pridonose orijentaciji turista u urbanom prostoru. Panoi su postavljeni na sljedećim lokacijama:

1. Janeza Trdine
2. Trg Riječke rezolucije
3. Muzejski trg
4. Frankopanski trg
5. Verdijeva ulica
6. Krešimirova ulica
7. Lukobran
8. Bazarigov prolaz
9. Trg Ivana Koblera
10. Stara Vrata
11. Trg Grivica
12. Trg Žabica
13. Ciottina ulica
14. Trg 111. brigade Hrvatske vojske
15. Željeznički kolodvor
16. Trsat

Osim *city light panoa*, informativne table postavljene su i u javnim garažama te na otvorenom parkiralištu, s ciljem olakšavanja prostorne orijentacije posjetitelja:

1. Garaža Zagrad – 2 table
2. Garaža Zagrad B – 4 table
3. Garaža Stari grad – 3 table
4. Parkiralište Delta (uz naplatnu kućicu) – 1 tabla

b) Sekundarna turistička infrastruktura

Razvoj konkurentnog turističkog proizvoda podrazumijeva funkcionalnu sinergiju osnovne i sekundarne infrastrukture, pri čemu se potonja, iako primarno ne služi turističkoj funkciji, može strateški valorizirati kao nositelj dodatne atraktivnosti i identiteta destinacije.

Arheološka i kulturno-povijesna baština

Kulturno-povijesna i arheološka baština Rijeke čini važan segment njezina prostorno-povijesnog identiteta, ali je istovremeno i nedovoljno turistički valoriziran resurs. Arheološki lokaliteti dokumentiraju kontinuitet civilizacijskog razvoja od pretpovijesnog razdoblja do kasne antike, a posebno se izdvajaju:

- *Liburnijski limes* – kasnoantički obrambeni sustav (*Claustra Alpium Iuliarum*) koji obuhvaća bedeme, kule i promatračnice; najveći građevinski kompleks takvog tipa u regiji, s reprezentativnim dionicama u Rijeci (Kalvarija), ali i obližnjima Studeni i Prezidu.
- *Tarsatica* – antičko naselje u središtu današnjeg Starog grada, s ostatcima foruma, termi, sakralnih objekata, rimskih nekropola i monumentalnih građevina; nekoć važan vojno-administrativni centar limesa.

Usprkos fragmentiranoj istraženosti i djelomičnoj dostupnosti, ova baština ima potencijal za razvoj specijaliziranih interpretacijskih modela poput tematskih turističkih ruta i edukativnih itinerera.

Riječki urbani pejzaž prožet je brojnim arhitektonskim cjelinama i individualnim spomenicima pri čemu ključni lokaliteti uključuju:

- *Trsatska gradina* – srednjovjekovna utvrda s pogledom na Kvarnerski zaljev
- *Gradski toranj sa satom* – barokna vizura nekadašnjih gradskih vrata
- *Rimski luk (Stara vrata)* – jedini očuvani nadzemni ostatak antičke Tarsatike
- *Guvernerova palača* – historicistička zgrada, danas Pomorski i povijesni muzej Hrvatskog primorja
- *Kazalište Ivan pl. Zajc* – reprezentativna građevina iz 1885., kulturni i arhitektonski simbol grada
- *Crkva Uznesenja Blažene Djevice Marije* – najstarija gradska župna crkva sa specifičnim nagnutim zvonikom
- *Kapucinska crkva Gospe Lurdske* – neogotički sakralni objekt s kraja 19. stoljeća
- Crkva svetog Jeronima i dominikanski samostan – https://visitrijeka.hr/crkva-svetog-jeronima-i-dominikanski-samostan/
- Crkva sv. Fabijana i Sebastijana – https://visitrijeka.hr/crkva-sv-fabijana-i-sebastijana/

Industrijska baština

Riječka industrijska baština duboko je ukorijenjena u strukturama grada, ekonomskom razvoju i društvenim transformacijama. Razvijana u valovima intenzivne industrijalizacije, a potom i prepuštena propadanju uslijed gospodarskih i političkih promjena, danas je predmet sustavnog istraživanja i valorizacije. Ključne točke industrijske prošlosti Rijeke, koje svjedoče o njezinoj ulozi jednog od vodećih industrijskih središta regije, obuhvaćaju niz reprezentativnih lokaliteta i objekata. Nekoć vitalni pogoni, ovi objekti danas su pretežno prostori nove namjene. Manji dio objekata zadržao je svoju izvornu funkciju, dok su neki još uvijek u zapuštenom ili ruševnom stanju, čekajući obnovu ili novu svrhu.

Aktivni industrijski objekti:

- Tvornica „Vulkan“ – Nekada prepoznata po proizvodnji metalnih konstrukcija i opreme, današnja tvrtka Vulkan Nova nastavlja industrijsku tradiciju kroz proizvodnju brodske opreme, industrijskih dizalica i sustava za unutarnji transport
- Brodogradilište „3. maj“ – Nekoć jedno od ključnih brodograđevnih pogona na Jadranu te strateški važan industrijski subjekt. Danas se nalazi u stečajnom postupku, uz ograničenu proizvodnu aktivnost
- Gradska plinara – prva plinara na jugoistoku Europe (danas nije u funkciji)

Prenamijenjeni industrijski objekti:

- Tvornica „Rikard Benčić“ – Nekadašnja tvornica motora i traktora, simbol moderne riječke industrije i radničkog identiteta, danas je uspješno prenamijenjena u suvremeni kulturni kompleks koji uključuje muzejske, galerijske i knjižnične sadržaje.
- Tvornica duhana – Svojedobno najveća tvornica duhana unutar Austro-Ugarske Monarhije, danas se vodi kao dio tehničke i industrijske baštine grada Rijeke.
- Upravna zgrada Rafinerije šećera – Nekadašnje sjedište jednog od najvažnijih industrijskih postrojenja na istočnoj obali Jadrana tijekom 18. i 19. stoljeća, ujedno jedne od prvih modernih tvornica u ovom dijelu Europe. Danas je kompleks u potpunosti obnovljen i poznat kao Palača Šećerane, kao reprezentativni primjer kulturne baštine Rijeke.
- Tvornica „Rade Končar“ – Nekoć značajan predstavnik riječke elektroindustrije, danas se nalazi u vlasništvu Grada Rijeke te je pod zaštitom Ministarstva kulture i medija.
- Tvornica papira Smith & Meynier – Povijesno mjesto uvođenja prvog parnog stroja na jugoistoku Europe. Danas se na toj lokaciji nalazi Sinergana – suvremeni inkubator za kreativne tehnologije i IT industriju.
- Ljuštionica riže – Jedan od najvećih objekata takve vrste u svijetu. Prenamijenjena je kasnije u upravnu zgradu tvrtke INA.

Objekti u ruševnom ili zapuštenom stanju:

- Riječka tvornica konopa – Preostali dijelovi pogonske zgrade nisu pod konzervatorskom zaštitom. Objekt je u izrazito lošem stanju, bez krovišta, izložen daljnjem propadanju, a dio prostora koristi se kao parkiralište.

- Tvornica torpeda „Whitehead“ – Povijesno prva tvornica torpeda na svijetu. Iako je proizvodnja obustavljena, torpedna lansirna rampa iz 1930-ih još uvijek postoji kao vrijedan primjer tehničke baštine, ali je u iznimno derutnom stanju.

Ovi lokaliteti, danas većinom izvan funkcije, svjedoče o nekadašnjoj moći industrijskog Riječkog bazena. Njihovo istraživanje, zaštita i interpretacija u fokusu su rada Centra za industrijsku baštinu Sveučilišta u Rijeci koji, kao i Udruga Pro Torpedo, nastoji industrijsku baštinu sačuvati kao temelj za nove oblike kulturne, edukativne i turističke valorizacije.

Parkirališta

Parkirališta u Rijeci, kao dio sekundarne turističke infrastrukture, osiguravaju dostupnost urbanih sadržaja i protočnost prometa.

Tablica 11. Struktura parkirališta u gradu Rijeci

Vrsta parkirališta	Broj mjesta		
	2019.	2023.	2024.
Otvoreno	2878	2662	2607
Zatvoreno	2441	2039	2635
Garaža	1888	1888	2423
Otvoreno (autobusi)	13	13	13
Ukupno	7220	6602	7678

Izvor: Rijeka parking, podaci o parkiralištima TD Rijeka plus d. o. o.; Best in Parking AG; https://www.bestinparking.com/en/hr/garages

U okviru raspoloživih organiziranih parkirališnih mjesta u Rijeci, ukupni kapacitet parkirališta, koji obuhvaća otvorena, zatvorena i garažna mjesta, kao i otvorena parkirališta za autobuse, povećao se s 7220 mjesta u 2019. na 7678 mjesta u 2024. godini. Broj otvorenih parkirališta bilježi pad s 2878 mjesta u 2019. na 2607 u 2024. godini. Suprotno tome, broj zatvorenih parkirališta (pod rampom) povećao se s 2441 mjesta u 2019. godini na 2635 u 2024. godini, a broj mjesta u garažama porastao je značajno s 1888 na 2423 mjesta u istom razdoblju. Otvorena mjesta za autobuse ostaju konstantna, s 13 mjesta.

Analiza ukazuje na stabilnost i raznolikost parkirališne infrastrukture, uz određene promjene u kapacitetima i popunjenosti koje odražavaju prilagodbu na turističke i urbano-stambene potrebe grada.

Javni sanitarni čvorovi

Rijeka raspolaže s deset javnih nužnika koji su dostupni korisnicima tijekom cijele godine. Uz ovu stalnu infrastrukturu, tijekom ljetne turističke sezone (od 1. lipnja do 15. rujna), s mogućnošću produljenja do 1. listopada ovisno o vremenskim uvjetima i intenzitetu posjećenosti, na gradskim plažama se dodatno otvara još jedanaest javnih sanitarnih čvorova.

Sportski objekti i ostala sportska infrastruktura

Rijeka se odlikuje razvijenom sportskom infrastrukturom koja obuhvaća niz suvremeno opremljenih objekata, raspoređenih diljem grada i njegove okolice. Ovi objekti omogućuju bavljenje sportom na profesionalnoj, amaterskoj i rekreativnoj razini, a ujedno pružaju uvjete za održavanje lokalnih, nacionalnih i međunarodnih sportskih natjecanja. Osim zatvorenih sportskih dvorana i centara, prirodna obilježja riječkog kraja (more, brdovit teren i blaga mediteranska klima) omogućuju razvoj i prakticiranje brojnih sportova na otvorenom tijekom cijele godine.

Tablica 12. Sportska infrastruktura u gradu Rijeci

Kategorija	Naziv objekta
Višenamjenske dvorane i centri	• Dvorana mladosti • Centar Zamet • Dvorana Dinko Lukarić • Dvorana za borilačke sportove Sušak • Košarkaška dvorana Brajda • Stolnoteniska dvorana Kvarner
Nogometni objekti	• Stadion Kantrida • Nogometno igralište Krimeja • Nogometno igralište Robert Komen • Stadion HNK Rijeka, Rujevica
Vodeni sportovi	• Bazeni Kantrida • Veslački dom Delta
Borilački sportovi	• Boksački klub Rijeka • Kickboxing klub Sušak
Boćanje	• Boćalište Brajda • Boćarski centar Podvežica
Sportsko-rekreacijski centri	• SRC 3. maj • SRC Belveder • SRC Mlaka • SRC Sušak • SRC Zamet
Ostali objekti	• Otvoreno igralište Kampus • Atletska dvorana Kantrida • Streljana Drenova

	• Streljana Papirničar • Tenis centar Pećine • Tenis centar Marčeljeva Draga • Šahovski dom Rijeka

Izvor: Grad Rijeka: sportski objekti, https://www.rijeka.hr/teme-za-gradane/sport-i-rekreacija/sportska-infrastruktura-grada-rijeke/sportski-objekti/

Rijeka je 2022. godine bila kandidat za titulu Europskog grada sporta, što dodatno potvrđuje njezinu stratešku usmjerenost na sport i zdrav život (*Strategija sporta Grada Rijeke 2018. – 2024.).* Grad kontinuirano ulaže u obnovu i proširenje sportske infrastrukture, pri čemu se osobita pažnja posvećuje dostupnosti sportskih sadržaja široj javnosti te uključivanju sporta u turističku ponudu.

Rodne kuće poznatih osoba

U Rijeci se nalaze rodne kuće više istaknutih ličnosti koje su oblikovale kulturni, glazbeni i društveni identitet grada. Među njima je rodna kuća skladatelja Ivana pl. Zajca, obilježena spomen-pločom, te Villa Ružić, povijesna rezidencija obitelji Ružić, u kojoj su živjeli poduzetnik Viktor Ružić i svjetski priznati dirigent Lovro pl. Matačić. U širem gradskom području, od Piramide do Plumbuma, rođeni su i austrijski dramatičar Ödön von Horváth te Marija Krucifiksa Kozulić, utemeljiteljica autohtone redovničke zajednice i jedna od najznačajnijih dobrotvorki u povijesti grada, a čija je rodna kuća označena memorijalnom pločom.

Premda su ove lokacije prepoznatljive i često se spominju u interpretaciji lokalne povijesti, osobito u okviru turističkih obilazaka i vođenja, one još uvijek nisu sustavno objedinjene u posebne kulturne rute ili interpretativne sadržaje, što pruža mogućnost za njihovu daljnju valorizaciju i integraciju u kulturno-turističku ponudu Rijeke.

1.5. Komunalna i prometna infrastruktura

Komunalna i prometna infrastruktura kontinuirano se razvija na području grada Rijeke a njena se obilježja utvrđuju u Planu razvoja grada Rijeke 2021. – 2027. kao važećem strateško planskom dokumentu.

Za dostupnost Rijeke kao turističke destinacije ističe se:

- dobra cestovna povezanost s glavnim emitivnim tržištima,
- željeznički promet i infrastruktura nije na zadovoljavajućoj razini u kontekstu korištenja kao pristupnog pravca za turiste,
- pomorskim prometom Rijeka je povezana s otocima, postaje sve atraktivnija destinacija za pristajanje kruzera, a planirana je izgradnja najveće marine na Mediteranu,

- Zračna luka Rijeka nalazi se na otoku Krku, na području Općine Omišalj, no njezino se korištenje i valorizacija ne smatra dostatnom; za dolazak turista u Rijeku od značaja su zračne luke u okruženju. Pitanje avio povezanosti Rijeke, kao i cijelog Kvarnera jedan je od ključnih preduvjeta daljeg razvoja i pozicioniranja kao cjelogodišnje destinacije.

1.6. Digitalizacija

Grad Rijeka u svakom razvojnom aspektu teži upotrebi novih i pametnih tehnologija. Rijeka je dvije godine uzastopno proglašena najpametnijim gradom u Hrvatskoj, nastavit će s korištenjem suvremenih tehnologija u svim područjima kako bi poboljšala kvalitetu života svojih građana.

Grad Rijeka pokreće brojne inicijative i provodi projekte usmjerene razvoju ne samo gospodarstva već grada u cjelini. Kao primjer dobre prakse potrebno je izdvojiti Centar kompetencija za pametne gradove (CEKOM) koji podrazumijeva partnerstvo u inovacijskom klasteru koji povezuje gospodarske subjekte i istraživačke institucije na projektima istraživanja i razvoja u pametnim gradovima, a za cilj ima rješavanje izazova s kojima se gradovi nose, poput prometa, energetike, ekologije, infrastrukture, upravljanja resursima i slično. CEKOM za pametne gradove je inovacijski klaster sa svrhom provođenja istraživačko-razvojnih projekata i razvoja kompetencija u domeni primjene pametnih tehnologija za pametne gradove, čime doprinosi rješavanju suvremenih izazova urbanih ekosustava s ciljem unapređenja kvalitete života i standarda građana. Analiza digitalnih komunikacijskih kanala za promociju destinacije i informiranje različitih ciljnih skupina obuhvaćena je u poglavlju 1.10.

Gradska bežična mreža (RIJEKA-FREE ACCESS) – Područje pokrivenosti signalom besplatnog bežičnog Interneta Grada Rijeke prostire se na 310.000 m2, što se može usporediti s gotovo 45 nogometnih igrališta, i obuhvaća gradsko središte, dio Starog grada, Trsat , kompleks Bazeni Kantrida, Centar Zamet, Atletsku dvoranu, Artkino Croatia, Gradsku knjižnicu Rijeka – Narodnu čitaonicu, Dječji odjel „Stribor“, SO „Dom lijepe književnosti“ (Filodrammatica), ogranak Zamet, HNK Ivana pl. Zajca – Kazališni trg, Muzej grada Rijeke – Trg Riccarda Zanelle, Astronomski centar, Pomorski i autobusni putnički terminal, Željeznički kolodvor Rijeka, Hrvatski kulturni dom, Muzej moderne i suvremene umjetnosti, područje Krešimirove ulice (Art-kino Croatia – Muzej moderne i suvremene umjetnosti), Art-kvart, Trg Riječke rezolucije, Kružnu ulicu, Dječji trg (Trg Sv. Barbare, Trg Šišmiš), Maticu umirovljenika i Kampus.

1.7. Pristupačnost destinacije osobama s invaliditetom

Pristupačnost nije samo pitanje društvene odgovornosti, već i ključan element razvoja uključivog turizma koji privlači širi spektar gostiju, pozitivno utječe na imidž grada kao i na kvalitetu života u gradu. Neuključivo okruženje i manjak informacija o (ne)pristupačnosti pojedinih elementa ponude destinacije često odvraća osobe s invaliditetom od putovanja.

Grad Rijeka prepoznaje važnost pristupačnosti što je vidljivo kroz sustavno unapređenje pristupačnost javnih površina i objekata za osobe s invaliditetom (Grad Rijeka, n. d. a). Grad je proveo niz mjera poput izgradnje pristupnih rampi na nogostupima, uvođenja akustičnih signala na semaforima, prilagođavanja ulaza u zgrade te osiguravanja parkirališnih mjesta za osobe s invaliditetom (iako još uvijek postoji potreba za povećanjem njihovog broja i bolje kontrole korištenja). Nadalje, i gradski javni prijevoz s vremenom postaje pristupačniji, naime mnogi su gradski autobusi niskopodni i opremljeni rampama za ulazak osoba u invalidskim kolicima. Rijeka ima i dvije plaže prilagođene osobama s invaliditetom – Uvala Kostanj i plaža Ploče (Grad Rijeka, n. d. b).

Bazenski kompleks Kantrida ubraja se među najpristupačnije javne objekte u Rijeci koji je, zahvaljujući inkluzivnim i pristupačnim rješenjima, dobio priznanje Međunarodnog paraolimpijskog odbora za pristupačnost (IPC Distinction).

Tablica 12: Prilagođenost sportskih objekata osobama s invaliditetom

Sportski objekti	Pristup objektu s prometnice	Pristup gledalištu i borilištu	Toalet	Dizala, rampe, taktilne staze
Astronomski centar Rijeka	da	da	da	1 dizalo, 1 unutarnja rampa
Atletska dvorana Kantrida	da	da	da	1 dizalo, 1 vanjska rampa
Bazeni Kantrida	da (iz prostora javne garaže)	da	da	1 dizalo – bazen, 2 dizala – garaža, taktilna staza
Boćarski centar Podvežica	da	da (borilište), ne (gledalište)	ne	-
Centar zamet	da	da	da	2 dizala, 1 unutarnja rampa
Dvorana Dinko Lukarić	da	ne	ne	-
Dvorana mladosti	da	da	da	-
Nogometno igralište Krimeja	da	da	ne	-
Nogometno igralište Robert Komen	da	ne	ne	-
SRC Belveder	da (nogometno igralište), ne (dvorane)	da (nogometno igralište), ne (dvorane)	ne	-
Stadion Kantrida	da	da (u ravnini s nogometnim igralištem)	ne	-
Otvoreno igralište kampus	da	da	da	-
SRC Zamet	da (za otvoreno koš. igralište i boćalište)	ne	ne	1 rampa za pristup boćalištu

Izvor: Rijeka sport (n. d.): Osobe s invaliditetom, https://www.rijekasport.hr/hr/osobe-s-invaliditetom/

Nekolicina znamenitosti i kulturnih institucija, poput Hrvatskog narodnog kazališta Ivana pl. Zajca i Pomorskog i povijesnog muzeja Hrvatskog primorja, donekle je prilagođena osobama s

poteškoćama u kretanju. Prema evidenciji Turističke zajednice grada Rijeke, u destinaciji postoje ukupno 22 ključne materijalne atrakcije od čega njih 27 % nije pristupačno osobama s invaliditetom. Važno je istaknuti kako se vrlo teško dolazi do informacije o smještajnim objektima na području grada koji su pristupačni i inkluzivni.

Unatoč pozitivnim pomacima, u Rijeci su i dalje prisutne arhitektonske barijere u staroj gradskoj jezgri, visoki rubnjaci, dok broj pristupačnih parkirališnih mjesta ne zadovoljava uvijek potrebe u vrijeme povećanog turističkog prometa. Jedan od značajnijih izazova u kontekstu turizma i pristupačnosti ogleda se u nedostatku informacija o tome koji su elementi turističke ponude grada pristupačni osobama s invaliditetom. Ako informacije nisu dostupne, osobe s invaliditetom vjerojatno neće odabrati određenu destinaciju ili objekt, neovisno o ostalim privlačnim karakteristikama destinacije (Đurkin Badurina i sur., 2025). Istovremeno, važno je navedene informacije učiniti dostupnima u raznim formatima kako bi ih osobe s različitim vrstama invaliditeta mogle koristiti (MINTS, 2024).

Grad Rijeka unapređuje pristupačnosti za osobe s invaliditetom kroz infrastrukturne prilagodbe i projekte uklanjanja barijera. Međutim, evidentno je kako postoji još prostora za napredak. Za daljnji razvoj pristupačnog i uključivog turizma preporučuje se jača suradnja s udrugama osoba s invaliditetom, redovito mapiranje i označavanje pristupačnih turističkih točaka, kreiranje adekvatne informacijske baze, podizanje svijesti i senzibiliziranje javnosti te edukacija dionika u turizmu o potrebama gostiju s invaliditetom i o važnosti razvijanja destinacije koja je pristupačna svima.

1.8. Organiziranosti i dostupnost usluga u destinaciji

Grad Rijeka središte je Primorsko-goranske županije i treći grad po veličini u Republici Hrvatskoj. Predstavlja administrativno, obrazovno, zdravstveno i poslovno središte regije te sukladno tome ima razvijenu dostupnost cijelog spektra usluga prvenstveno usmjerenih na lokalno stanovništvo i poslovne subjekte, ali koje su dostupne i osiguravaju uvjete sigurnog boravka i turistima i to ne samo onih koji posjećuju grad Rijeku već i destinacije u okruženju. Obuhvaćaju razne uslužne djelatnosti, usluge zdravstvene zaštite, vjerske zajednice, ustanove u obrazovanju, kulturi i sportu, financijske, platne i poštanske institucije, javne službe s naglaskom na žurne službe (policija, vatrogasci, služba spašavanja na kopnu i moru, hitna pomoć) .

1.9. Ljudski potencijali

U razdoblju od 2019. do 2024. godine grad Rijeka bilježi pozitivan trend u ukupnoj zaposlenosti, s porastom broja zaposlenih s 48.469 na 50.591 osobu. U istom razdoblju zaposlenost u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane, kao ključnom dijelu turističkog poslovanja, porasla je s 1.674 na 2.132 osoba, što predstavlja rast od 27,3 %. Usporedbe radi, na nacionalnoj razini

taj je sektor također bilježio rast zaposlenosti – s 53.411 zaposlenih u 2019. na 69.239 u 2024., odnosno povećanje od 29,6 %.

Tablica 13: Zaposlenost u Rijeci i Republici Hrvatskoj (ukupno i turizam)

Broj zaposlenih	2019.	2023.	2024.
Rijeka – ukupno	48.469	50.321	50.591
Rijeka – turizam	1.674	2.095	2.132
Republika Hrvatska – ukupno	1.155.402	1.270.298	1.262.193
Republika Hrvatska – turizam	53.411	66.543	69.239

Izvor: DZS, Zaposleni u pravnim osobama po županijama i gradovima/općinama prema NKD-u 2007., stanje 31. ožujka 2025., https://podaci.dzs.hr/media/xpkfrkth/zaposlenost-i-place-pregled-po-zupanijama.xlsx

Ovaj trend rasta zaposlenosti u turizmu u Rijeci usklađen je sa strateškim ciljevima nacionalnih razvojnih dokumenata, osobito *Strategijom razvoja održivog turizma Republike Hrvatske do 2030.* i *Nacionalnim planom razvoja održivog turizma do 2027.*, koji naglašavaju važnost jačanja ljudskih potencijala u turizmu. Unatoč tome, empirijska istraživanja provedena u okviru *Strategije razvoja održivog turizma do 2030. godine* i *Plana razvoja turizma Primorsko-goranske županije do 2030. godine*, ukazuju na percipirani nedostatak raspoložive radne snage u turizmu. Lokalno stanovništvo grada Rijeke dostupnost radne snage ocjenjuje prosječnom ocjenom 2,75 (na ljestvici od 1 do 5). Iako ta ocjena za Rijeku nije niža od nacionalnog prosjeka, jasno upućuje na izazove u privlačenju i zadržavanju kvalitetnog kadra. S druge strane, rezultati istraživanja ukazuju i na važnost osposobljenosti zaposlenih u turizmu, koju ispitanici iz Rijeke ocjenjuju prosječnom ocjenom 3,22 (na skali od 1 do 5), što je iznad prosjeka za ostatak zemlje (2,81).

Tablica 14: Ljudski potencijali – usporedba stavova lokalnog stanovništva Rijeke, Primorsko-goranske županije i Hrvatske

Tvrdnja	Prosječna ocjena		
	RI	PGŽ	RH
Raspoloživost radne snage	2,75	2,55	2,75
Osposobljenost zaposlenih u turizmu	3,22	3,03	2,81

Napomena: Ocjene se kreću od 1 – izrazito nezadovoljan do 5 – izrazito zadovoljan.
Izvor: Plan razvoja turizma Rijeke do 2028. godine, obrada autora prema rezultatima empirijskih istraživanja provedenih u okviru Strategije razvoja održivog turizma do 2030. godine i Plana razvoja turizma Primorsko-goranske županije do 2030. godine

Navedeni rezultati istraživanja dodatno su potvrđeni i kroz SWOT analizu u Planu razvoja turizma Rijeke do 2028., gdje se nedostatak kvalificirane radne snage navodi kao jedna od ključnih slabosti destinacije, a odljev radne snage kao jedna od prijetnji. Poslodavci u turizmu, osobito oni iz ugostiteljstva i privatnog smještaja, suočavaju se s izazovima privlačenja i zadržavanja radne snage. Kao potencijalna mjera navodi se potreba za većom podrškom institucija, organizacijom edukacija

i poticajima za cjelogodišnje zapošljavanje, osobito u destinaciji poput Rijeke koja ima relativno nisku sezonalnost u odnosu na druge obalne gradove.

U tom kontekstu, Mjera 2.5. iz Plana razvoja turizma – „Jačati kompetencije ljudskih potencijala i poduzetnika u turizmu“ – ima ključnu ulogu. Mjera je usmjerena na jačanje kompetencija ljudskih potencijala (različite kategorije zaposlenika) i poduzetnika u turizmu te sektorima i aktivnostima povezanim s turizmom, koji će doprinijeti njegovoj konkurentnosti i održivosti kroz osiguranje kvalitetnih radnih mjesta, povećanje kvalitete života i rada lokalnog stanovništva. S obzirom na velik udio obiteljskog smještaja u ukupnim smještajnim kapacitetima i potrebi za rastom njihove kvalitete, nužni su edukacijski programi usmjereni i ka nositeljima ovog segmenta ponude.

Novi zahtjevi gostiju, novi trendovi na turističkom tržištu nameću potrebu za kontinuiranim jačanjem kompetencija sadašnjih i budućih zaposlenika i poduzetnika te njihovo usklađivanje s potrebama suvremenih procesa. Poseban naglasak daje se potpori i provedbi u osmišljavanju novih programa usmjerenih jačanju osnovnih strukovnih znanja i vještina s fokusom na kraće programe prilagođene potrebama poslodavaca, zaposlenika, dionika u turizmu, ali i šire javnosti. Prije svega jačanje kompetencija odnosi se na suvremene trendove u eno-gastronomiji, interpretaciji suvremenih kulinarskih tehnika, ali uvažavajući lokalno, autohtono, tradicionalno, autentično i inovativno.

Jačanjem kompetencija ljudskih potencijala i poduzetnika u turizmu pridonijet će se stvaranju novih znanja, vještina i kompetencija kao temeljnim pokretačima promjena u javnom i privatnom sektoru.

Rijeka je sveučilišni grad s razvijenim visokoškolskim i srednjoškolskim obrazovnim sustavom koji osigurava obrazovanje potrebnih kadrova za turizam i ugostiteljstvo i druge vezane djelatnosti.

1.10. Komunikacijske aktivnosti

Analiza online aktivnosti

Turistička zajednica grada Rijeke koristi suvremene digitalne komunikacijske kanale za promociju destinacije i informiranje različitih ciljnih skupina.

U 2023. godini TZ grada Rijeke pokrenula je novu destinacijsku web stranicu www.visitrijeka.hr kao glavni informacijski i promotivni kanal. Stranica je vizualno privlačna, responzivna i dostupna na šest jezika (hrvatski, engleski, njemački, talijanski, francuski, španjolski). Web stranica se sastoji od glavne navigacije/izbornika u *headeru* stranice s osnovnim kategorijama sadržaja prikazanim u vodoravnom slijedu s odgovarajućim podizbornicima. Sadržaj je podijeljen u više tematskih kategorija:

- tematski turizam (kultura, gastronomija, aktivni turizam itd.),
- atrakcije i znamenitosti (muzeji, plaže, povijest),
- planiranje boravka (praktične informacije, smještaj, promet) i

- događanja (kalendar događanja i manifestacija s posebnim podstranicama).

U *footeru* stranice nalaze se kategorije i poveznice namijenjene članovima, iznajmljivačima i medijima koje sadrže sve važne informacije o ustrojstvu, radu i projektima TZ grada Rijeke. Stranica služi kao centralna platforma za sve zainteresirane strane – turiste, građane i dionike u turizmu, a omogućuje korisnicima brz pristup informacijama o ponudi grada, aktualnim manifestacijama i praktičnim savjetima, čime se osigurava kvalitetna priprema i orijentacija posjetitelja.

Osim stranice VisitRijeka, TZ grada Rijeke upravlja i dodatnim web platformama usmjerenim na specifične segmente turističke ponude: www.povezimosebastinom.hr predstavlja projekt „Povežimo se baštinom" i sadržajno je posvećena kulturnoj i povijesnoj baštini destinacije, dok stranica www.rijekaoutdoor.hr promovira *outdoor* segment i aktivnosti na otvorenom te uključuje informacije o biciklističkim, pješačkim i planinarskim rutama, sportskim događanjima i prirodnim atrakcijama.

Uz web stranicu, TZ grada Rijeke koristi newsletter i email marketing kao dodatni oblik izravne komunikacije. Putem newslettera informira članove, institucije, turiste i građane o manifestacijama, EU projektima, edukacijama i ostalim aktualnostima. Ova vrsta direktnog marketinga omogućuje ciljani pristup informacijama prema interesnim skupinama i povećava vidljivost turističke ponude grada.

Značajan komunikacijski kanal predstavlja i odredišna stranica (engl. *landing page*) „Mosaic of Memories", www.mosaicofmemories.com, koja povezuje TZ grada Rijeke s turističkim zajednicama okolnih općina i gradova. Kroz zajednički nastup destinacija Riječkog prstena (Rijeka, Bakar, Čavle, Jelenje, Kastav, Kostrena, Kraljevica, Viškovo i Klana), stvoren je atraktivan *landing page* koji multimedijalno prezentira regionalne atrakcije, manifestacije i tematske doživljaje. Interaktivni *plug-in* omogućuje prikaz sadržaja s društvenih mreža, objavljenog uz službene *hashtagove*, čime se dodatno potiče angažman korisnika. Tijekom 2024. godine projekt je obogaćen novim rubrikama (Enogastro, Kultura i Outdoor), video i foto materijalima te tiskanim brošurama koje dodatno naglašavaju raznolikost turističke ponude destinacije.

Digitalna prisutnost dodatno je proširena i putem mobilnih aplikacija, koje su dostupne korisnicima na različitim platformama. Aplikacija „Rijeka Outdoor" prati istoimeni projekt i nudi interaktivne karte, prijedloge ruta i informacije o sportskim aktivnostima u okolici Rijeke. Aplikacija „Heritage – Povežimo se baštinom" korisnicima omogućuje pregled baštinskih lokaliteta i kulturnih sadržaja regije putem tematskih ruta, dok aplikacija „Trsat Castle" pruža virtualno iskustvo posjeta Trsatskoj gradini kroz multimedijalne sadržaje, povijesne informacije i vodiče. Ove aplikacije dodatno obogaćuju doživljaj destinacije i potiču individualno istraživanje grada.

Putem društvenih mreža, TZ grada Rijeke ostvaruje kontinuiranu prisutnost u digitalnom okruženju, omogućujući promociju destinacije, izravno informiranje i poticanje interakcije s ciljnim skupinama. Facebook stranica i Instagram profil, pod nazivom *visitRijeka,* koriste se za promociju događanja, kulturnih sadržaja, prirodnih ljepota i lokalne ponude te služe za informiranje, komunikaciju s lokalnom zajednicom te vizualnu promociju destinacije široj publici. Redovite objave

uključuju fotografije i videozapise s lokalnih događanja, a korištenje hashtagova (#rijeka, #visitrijeka) dodatno doprinosi vidljivosti sadržaja. Broj pratitelja (zaključno s 31. prosincem 2024.) na Facebooku iznosi 43 383, dok Instagram bilježi 19 597 pratitelja. YouTube kanal TZ grada Rijeke, s 863 pretplatnika (zaključno s 31. prosincem 2024.) dodatno doprinosi promociji grada. Objavljuju se promotivni spotovi te videozapisi s manifestacija poput Riječkog karnevala. Serijal videozapisa pod nazivom „Povežimo se baštinom" zauzima istaknuto mjesto, predstavljajući najzastupljeniji sadržaj na kanalu koji ima cilj približiti gledateljima bogatu kulturno-povijesnu baštinu regije kroz vizualno atraktivne i informativne videozapise. Kroz potonje sadržaje, TZ grada Rijeke učinkovito koristi ovu digitalnu platformu za promociju kulturnog turizma i jačanje prepoznatljivosti destinacije.

Aktivnosti promocije putem web stranice TZ grada Rijeke i društvenih mreža prate se i procjenjuju putem alata za analitiku prometa. U 2024. godini ukupan broj korisnika koji su posjetili web stranicu iznosio je 261 353, a generirano je 402 147 sesija. Broj pregleda po sesiji iznosi 2,02, što sugerira da korisnici u prosjeku pregledaju nešto više od dvije stranice po posjetu. Prosječno trajanje sesije iznosi 2 minute i 31 sekundu. S obzirom na činjenicu da je nova web stranica pokrenuta u lipnju 2023. godine, ostvareni rezultati u 2024. godini ukazuju na interes korisnika za sadržaj koji stranica nudi. Tijekom 2024. godine Facebook stranica zabilježila je 34 900 posjeta i 35 000 interakcija sa sadržajem. U odnosu na prethodnu godinu, broj posjeta porastao je za 50,2 %, a broj interakcija za čak 217,5 %. Instagram profil ostvario je 24 600 posjeta i 9 600 interakcija, što predstavlja rast od 65,5 % u posjetama te povećanje interakcija za 100 % u usporedbi s prethodnom godinom. Ovi pokazatelji upućuju na izražen pozitivan trend u angažmanu korisnika na društvenim mrežama. TZ grada Rijeke primjenjuje i digitalno oglašavanje kao dio integrirane promotivne strategije s ciljem povećanja vidljivosti destinacije i poticanja turističke potražnje. Tijekom 2024. godine provedene su dvije kampanje. Prva kampanja bila je usmjerena na promociju Riječkog karnevala te se realizirala putem društvenih mreža Facebook i Instagram. Druga kampanja bila je usmjerena na promociju manifestacije Rijeka Advent, a uključivala je Google Display oglašavanje te društvene mreže Facebook i Instagram. Ovakav pristup omogućio je dodatnu promociju manifestacija i povećanje dosega komunikacije.

Osim individualnih kampanja, TZ grada Rijeke tijekom 2023. i 2024. godine sudjelovala je u zajedničkoj promotivnoj kampanji destinacije koju provodi u suradnji s Turističkom zajednicom Kvarnera. Kampanja se provodi na ključnim emitivnim tržištima, s ciljem pozicioniranja Rijeke i Kvarnera kao atraktivne destinacije.

U kontekstu digitalnih inicijativa, TZ grada Rijeke osmislila je i realizirala posebnu promotivnu aktivnost – *Winter Pass*, s ciljem produljenja boravka gostiju i unapređenja ukupne turističke ponude u zimskim mjesecima. Radi se o pogodnosti kojom posjetitelji s najmanje dva noćenja ostvaruju pravo na besplatan ulaz u brojne gradske atrakcije. Propusnica se, u obliku QR koda, dostavlja gostima putem e-maila nakon dolaska u smještaj. *Winter Pass* dodatno povezuje lokalne dionike i doprinosi atraktivnosti zimskog doživljaja grada.

Digitalni komunikacijski kanali TZ grada Rijeke međusobno su povezani i strateški usmjereni na promociju destinacije kroz informiranje, vizualnu prezentaciju i digitalni angažman korisnika.

Integracija web stranice, *landing pagea*, društvenih mreža, newslettera i aplikacije osigurava sveobuhvatan i učinkovit pristup domaćem i inozemnom turističkom tržištu.

Analiza offline aktivnosti

Unatoč rastućoj važnosti digitalnih kanala, TZ grada Rijeke kontinuirano provodi niz *offline* aktivnosti koje pridonose promociji destinacije i boljoj dostupnosti informacija posjetiteljima.

TZ grada Rijeke u 2024. godini provela je brojne aktivnosti offline oglašavanja s ciljem jačanja pozicije Rijeke kao cjelogodišnje turističke destinacije. Među najistaknutijima, bilo je oglašavanje 41. Riječkog karnevala, najpoznatije manifestacije kulturnog turizma, koje se provodilo putem radijskih i tiskanih oglasa, plakata diljem Hrvatske, reportaža i posebnih televizijskih emisija. Povorke su se prenosile uživo, a dodatno su promovirane kroz snimanje profesionalnih fotografija i video sadržaja. Promovirane su i druge manifestacije poput Rijeka Adventa, Riječkih gastronomskih luka i Rijeka Outdoor projekta. Uz vlastite aktivnosti, TZ grada Rijeke sudjelovala je u udruženom oglašavanju zračne luke Rijeka i promociji destinacije kao avio-destinacije. Također, kroz projekt „Unapređenje kvalitete komunikacije destinacije Riječki prsten“ razvijeni su multimedijalni i tiskani sadržaji kojima se destinacija promovira kroz eno-gastronomiju, kulturu i *outdoor* turizam.

Tijekom 2024. godine tiskane su brošure na hrvatskom, engleskom i njemačkom jeziku te na talijanskom, francuskom i španjolskom jeziku. Također je izrađena nova dvojezična brošura o riječkim plažama, koja uključuje ažurirane podatke i vizualno atraktivne fotografije. U cilju dodatne vidljivosti destinacije, izrađene su i brendirane papirnate vrećice, kao i promotivni leci različitih formata namijenjeni promociji manifestacija i projekata u organizaciji TZ grada Rijeke. Svi tiskani materijali dostupni su i hotelijerima te privatnim iznajmljivačima putem Turističko-informativnog centra.

Sudjelovanje na turističkim sajmovima važan je oblik izravne promocije destinacije. TZ grada Rijeke nastupila je na međunarodnim sajmovima poput ITB Berlina, ITB Šangaja, RDA sajma te sajma u Busanu (Južna Koreja), gdje je ostvarena suradnja s brojnim turističkim dionicima i agencijama. Također je sudjelovala na sajmu pametnog grada – Smart City Expo sajmu u Barceloni, radi razmjene iskustava u području digitalizacije turističkih usluga.

Organizacija i podrška događanjima važan je element *offline* aktivnosti. TZ grada Rijeke podržava brojna događanja koje doprinose atraktivnosti destinacije tijekom cijele godine, uključujući: Riječki karneval, Ljetne manifestacije i Rijeka Advent, te pruža potpore brojnim manifestacijama poput: Women's weekend, Wine EnoGASTRO VIP event, WineRi, Dani Trsata – Povratak Frankopana, Hrvatski festival burleske i kabarea, Rijeka Run/Homo si teć, Fiumanka, Melodije Istre i Kvarnera, Rijeka Boat Show, Jazz Time Rijeka festival, Izložba „Pul Kaštela“, Glazbene večeri na terasi hotela, Malik fest, History Film Festival 4, Riječke stepenice, Regata tisuću otoka, Cro Race i Ri Rock festival.

Analiza suradnji s trećim stranama

TZ grada Rijeke u 2024. godini ostvarila je niz uspješnih suradnji s medijima, influencerima i turističkim agentima, čime je značajno pridonijela promociji destinacije na domaćem i inozemnom tržištu.

U suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom i turističkom zajednicom Primorsko-goranske županije, Rijeka je tijekom 2024. godine ugostila brojne novinare iz prestižnih svjetskih medija poput *National Geographic Traveller UK*, *The Times*, *ÖBB Magazine* ,*Radio Times UK*, *Feinschmecker, News – Luksuzna putovanja – Special*, *Evita, Food & Travel*, *Resort's, World Traveller Magazin*, kao i iz online medija poput poljskog portala gazeta.pl, odnosno podroze.gazeta.pl (podstanica posvećena putovanjima) i portala natemat.pl. Njihovi posjeti rezultirali su objavama s velikim dosegom, koje su istaknule riječku kulturnu, gastronomsku i event ponudu. Posebno su promovirani Karneval, Advent, lokalna gastronomija te Rijeka kao *city break* destinacija. TZ grada Rijeke ostvarila je i suradnju s influencerima, primjerice, posjet influencera Ruperta Digginsa, nagrađenog LUXLife priznanjima, donio je dodatnu vidljivost u segmentu digitalnog turizma. Također, u destinaciji su organizirani i studijski posjeti turističkih agenata, poput članova zaklade Willy Scharnow, s ciljem predstavljanja kulturno-povijesne baštine Rijeke.

Ova raznovrsna i ciljano vođena promocija doprinijela je jačanju imidža Rijeke kao atraktivne i autentične turističke destinacije.

Analiza mogućnosti prikupljanja i distribucije informacija za turiste

TZ grada Rijeke koristi različite izvore i kanale za informiranje turista, čime doprinosi boljoj vidljivosti destinacije, lakšem snalaženju gostiju te većem zadovoljstvu boravkom.

Glavni izvori informacija uključuju:

- Turistički informativni centar (TIC) na Korzu, koji djeluje na frekventnoj i lako dostupnoj lokaciji te pruža informacije osobno, telefonom i putem e-pošte;
- Info punkt na Trsatskom kaštelu, dostupan tijekom cijele godine, posebno aktivan vikendom i blagdanima zahvaljujući angažmanu vanjskih suradnika;
- Tiskani i digitalni promotivni materijali, koji sadrže informacije o atrakcijama, manifestacijama i turističkim proizvodima destinacije. Distribuiraju se u TIC-u, na pristaništima za kruzere, prezentacijama, sajmovima, studijskim posjetima te direktno hotelima, hostelima, iznajmljivačima i drugim partnerima;
- *City light* plakati i turistička signalizacija, koji povećavaju dostupnost ključnih informacija i omogućuju jednostavnije snalaženje na terenu.

U 2024. godini distribuirana je veća količina promotivnih materijala, osobno kroz TIC, kao i putem dostave na različite adrese i lokacije.

Prikupljanje informacija o turistima provodi se putem sustava eVisitor, ali i kroz istraživanja njihova zadovoljstva.

Učestalost ažuriranja i distribucije informacija prati ritam turističke sezone, posebnih događanja i manifestacija, dok se podaci o gostima kontinuirano bilježe i analiziraju kako bi se unaprijedila kvaliteta usluga i ponude destinacije.

U kontekstu mogućnosti marketinškog pozicioniranja u okviru komunikacije na regionalnoj i/ili nacionalnoj razini, TZ grada Rijeke svoje marketinško pozicioniranje ostvaruje kroz suradnju s Turističkom zajednicom Primorsko-goranske županije i turističkim zajednicama Riječkog prstena, što omogućuje veći doseg i usklađenu komunikaciju turističke ponude. Rijeka se, osim kroz vlastite aktivnosti, promovira i putem regionalnih kampanja Kvarnera te nacionalnih kampanja Hrvatske turističke zajednice, čime se pojedini turistički atributi dodatno ističu na širem tržištu.

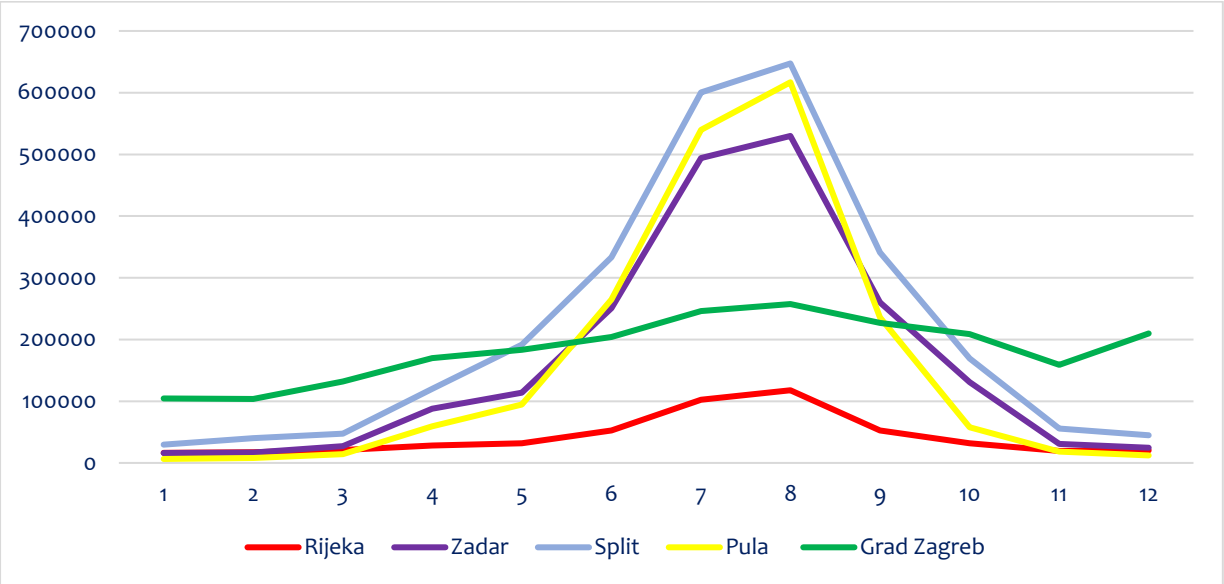
1.11. Analiza konkurencije

Za potrebe izrade ovog dokumenta, grad Rijeka se uspoređuje s gradovima koji imaju slična urbana obilježja. U analizu su uključeni Zadar, Split, Pula i Zagreb. Sukladno *Planu razvoja turizma Grada Rijeke do 2028. godine*, u nastavku se prikazuju temeljni pokazatelji odabranih urbanih destinacija i grada Rijeke.

Sezonalnost turističkog prometa jedan je od najvećih izazova hrvatskog turizma, što nije slučaj u Rijeci. Podaci pokazuju da Rijeka u usporedbi sa Zagrebom kao glavnim gradom i ostalim većim obalnim gradovima Hrvatske ima najmanje izraženu sezonalnost u ostvarenim noćenjima tijekom godine. Najveću izraženu sezonalnost u noćenjima ima grad Split, iza kojeg slijedi Pula, zatim Zadar i Zagreb. Radi se o vrlo pozitivnom pokazatelju koji predstavlja dobar temelj za dugoročnu održivost turizma u Rijeci i manje negativne implikacije na lokalnu zajednicu i ekonomiju.

U svim se promatranim gradovima najbolji turistički rezultati u dolascima i noćenjima ostvaruju u srpnju i kolovozu, dok se najlošiji rezultati ostvaruju u siječnju i veljači.

Grafikon 12: Noćenja u izabranim gradovima siječanj – prosinac 2022.

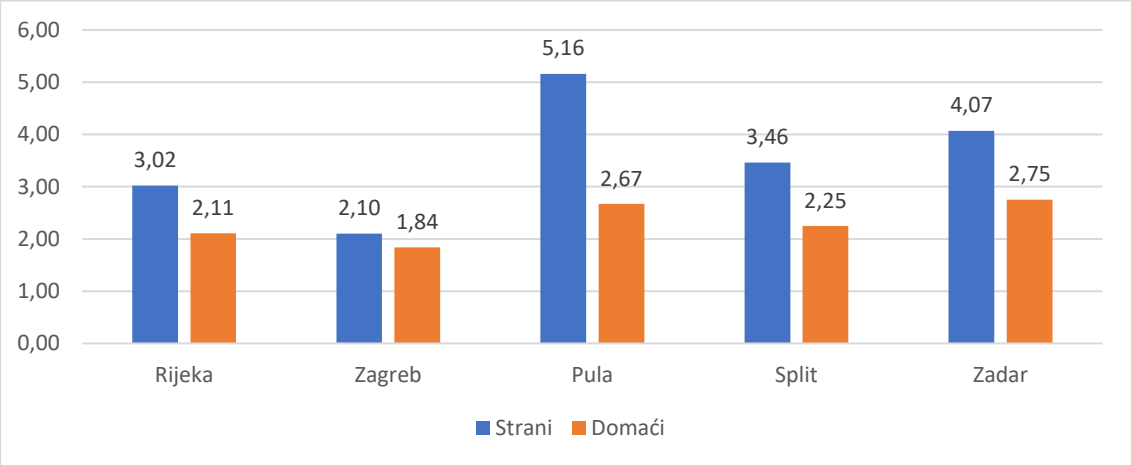


Izvor: Plan razvoja turizma Rijeke do 2028. godine, str. 13.

Grad Zagreb, kao glavni grad i poslovno središte u kojem se turističke aktivnosti odvijaju tijekom cijele godine, u usporedbi s Rijekom bilježi kraći prosječni boravak domaćih i stranih turista. U Zagrebu prosječan boravak stranih turista iznosi 2,10, a prosječan boravak domaćih turista iznosi 1,84 dana što je u odnosu na Rijeku kraće za 0,92 dana kod usporedbe prosječnog boravka stranih i 0,27 dana kod usporedbe prosječnog boravka domaćih turista.

U svim promatranim gradovima Pula ima zabilježen najvišu prosječnu ostvarenu duljinu boravka stranih turista (5,16), a Zadar u prosječnoj ostvarenoj duljini boravka domaćih turista u 2022. godini (2,75).

Grafikon 13: Prosječan boravak turista u izabranim gradovima 2022. godine

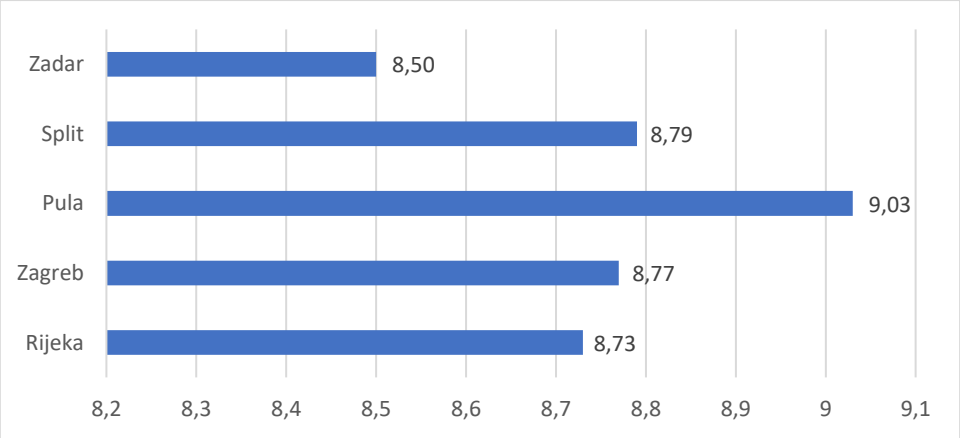


Izvor: Plan razvoja turizma Rijeke do 2028. godine, str. 14.

Uspoređujući prosječan boravak turista s ostalim gradovima, turisti u Rijeci borave gotovo jednako koliko i u Splitu, a duže u odnosu na turiste u Zagrebu. Navedeno ukazuje na to kako percepcija grada Rijeke kao tranzitnog grada ima sve manje uporište.

Iako se ne može smatrati u potpunosti egzaktnim, vrijedi istaknuti da je prema podacima online agencije Booking.com ocjena hotelskog smještaja Rijeke dobra.[1] Prosječna ocjena hotela visoke kategorije u Rijeci, Splitu, Zadru i Zagrebu kreće se od 8,50 – 8,80, a jedino Pula ima prosječnu ocjenu 9,63. Pri interpretaciji i usporedbi prosječnih ocjena hotela potrebno je naglasiti kako na njih zasigurno značajan utjecaj imaju visoki standardi kvalitete internacionalnih lanaca hotela koji su najzastupljeniji u Puli i Zagrebu.

Grafikon 14: Prosječna ocjena zadovoljstva hotelskim sadržajima kategorije 4* i 5*



Izvor: Plan razvoja turizma Rijeke do 2028. godine, str. 12.

Nakon analiziranog razdoblja, ne bilježe se značajnije promjene prethodno prikazanih tendencija.

U kontekstu komunikacijskih strategija, Rijeka kontinuirano razvija promotivne aktivnosti koje je pozicioniraju uz odabrane konkurentske destinacije. Aktivno se primjenjuju suvremeni alati digitalnog marketinga, uključujući upravljanje društvenim mrežama, digitalno oglašavanje te razvoj mobilnih i web platformi za informiranje i angažman posjetitelja. Također, tiskani promotivni materijali i dalje predstavljaju važan dio integrirane komunikacijske strategije, osiguravajući vidljivost Rijeke u svim segmentima ciljanog tržišta. Rijeka je prisutna i na ključnim turističkim sajmovima i događanjima, kako na nacionalnoj, tako i na međunarodnoj razini, čime komunicira svoje komparativne prednosti i jača prepoznatljivost. Usporedba s konkurencijom pokazuje da Rijeka kontinuirano potvrđuje svoju relevantnost i prepoznatljivost na turističkom tržištu.

[1] Analiza OTA kanala Booking.com na dan 25. 9. 2023.

Tržišni trendovi i inovacije

Turizam u globalnom kontekstu prolazi kroz značajne promjene, potaknute klimatskim izazovima, tehnološkim razvojem i promjenama u preferencijama suvremenih putnika. Nakon oporavka od COVID pandemije, u fokusu je oblikovanje kvalitetnijeg i održivijeg načina putovanja.

Posebno postaju popularna tzv. „svrhovita putovanja" (engl. *Purposeful Journeys*), koja donose dublju smisao i vrijednost. Putnici kroz različite inicijative poput projekata očuvanja okoliša, programa za lokalne zajednice ili kulturnih razmjena aktivno sudjeluju u oblikovanju mjesta kojeg posjećuju. Takva putovanja omogućuju povezivanje s prirodom, istraživanje netaknutih i udaljenih područja, pružanje podrške lokalnim zajednicama, usporavanje tempa putovanja i ostvarivanje pozitivnog utjecaj na destinacije koje posjećuju. Ulaganja u zelenu infrastrukturu i ponudu ekološki osviještenih iskustava pozicioniraju destinacije kao predvodnike održivog turizma, privlačeći sve svjesnije i zahtjevnije putnike. Predviđa se da će u 2025. putnici sve više birati destinacije s umjerenijom klimom i jasnom predanošću očuvanju okoliša. Takozvani *coolcations*, odnosno odmori u hladnijim regijama, već su u porastu. Iskusniji putnici često su nositelji promjena u smjeru odgovornog turizma, dok mlađe generacije već sada izbjegavaju destinacije koje štete okolišu ili ne pokazuju odgovornost prema prirodi i lokalnim zajednicama. U skladu s tim promjenama, turizam sve više naginje modelima koji stavljaju naglasak na očuvanje okoliša, uključivanje lokalnih zajednica i primjenu naprednih tehnologija (Travel Trend Report, 2025).

Istovremeno, digitalna transformacija, predvođena umjetnom inteligencijom i pametnim tehnologijama, ima značajan utjecaj na oblikovanje budućnosti putovanja i turizma, općenito. Tehnološka rješenja povezuju putnike s održivim izborima, omogućuju personalizirane doživljaje i optimiziraju resurse u realnom vremenu. Ovakav pristup sve više odgovara novim generacijama turista koje cijene transparentnost, odgovornost i digitalnu praktičnost (Travel Trend Report, 2025).

Digitalna transformacija u turizmu ogleda se kroz širok spektar tehnoloških rješenja koja unapređuju korisničko iskustvo, optimiziraju upravljanje destinacijama te potiču inovacije i održivost. U tom kontekstu, oblikuju se i novi digitalni trendovi koji snažno utječu na budućnost turizma (Key Digital Trends in the Tourism and Travel Industry in 2025):

- *Umjetna inteligencija, chatbotovi i korištenje ChatGPT-a* – omogućuju korisničku podršku 24/7, brze odgovore na upite i automatizaciju usluga, kreiranje sadržaja te analizu podataka, što omogućuje personalizaciju iskustva te optimizaciju radnih procesa;
- *Ekološki orijentirana tehnologija* – pametni mjerači i IoT uređaji omogućuju održivo upravljanje resursima i smanjenje energetske potrošnje, što odgovara sve većoj ekološkoj osviještenosti putnika;
- *Tehnologija prepoznavanja* – koristi biometrijske metode poput otiska prsta, prepoznavanja lica i skeniranja mrežnice za autentifikaciju, pristup sobama ili beskontaktna plaćanja;
- Veliki podaci i analitika – omogućuju poslovnim subjektima u turizmu razumijevanje ponašanja gostiju, predviđanje potražnje, optimizaciju cijena i kreiranje personaliziranih ponuda;

- *Blockchain tehnologija* – koristi se za sigurnu i transparentnu obradu transakcija i potencijalnu integraciju kriptovaluta i NFT-ova u turističku ponudu;
- *Robotika* – roboti zamjenjuju zaposleno osoblje preuzimajući zadatke u hotelima, agencijama i zračnim lukama, skraćuju vrijeme čekanja na uslugu i pružaju niz drugih koristi;
- *Personalizacija* – s pomoću podataka i strojnog učenja moguće je prilagoditi ponudu svakom korisniku (npr. preporuke na temelju prethodnih rezervacija);
- *Beskontaktne usluge* – uključuju plaćanje, prijavu u hotele i pristup sobama putem pametnih telefona ili glasovnih asistenata. Ova tehnologija osigurava veću higijenu i praktičnost;
- *Internet stvari* (IoT) – povezani uređaji omogućuju automatsku regulaciju uvjeta u sobama, praćenje potrošnje i pametno upravljanje objektima (npr. prema prisutnosti gosta);
- *Virtualna (VR) i proširena stvarnost (AR)* – VR omogućuje virtualne obilaske destinacija, a AR putem mobilnih aplikacija nudi dodatne informacije tako da proširuje stvarno okruženje digitalnim sadržajem;
- *Mobilna integracija* – putem aplikacija gosti mogu rezervirati sobe, naručiti usluge, upravljati uređajima u sobi ili primati personalizirane ponude na temelju svoje lokacije;
- *Metaverse i putovanja* – kombinira VR, AR i društvene mreže, stvarajući interaktivna digitalna putovanja omogućujući korisnicima da istraže destinaciju prije nego što je posjete;
- *Pametni domovi za kratkoročni najam* – uvođenjem pametnih uređaja, najam postaje privlačniji digitalnim nomadima i poslovnim putnicima koji traže fleksibilnost i povezanost;
- *Pomoćne usluge* – uključuju dodatne digitalne usluge poput Wi-Fi-ja, poslovnih alata i aplikacija koje istovremeno povećavaju prihod i zadovoljstvo gosta;
- *Napredna Wi-Fi i 5G tehnologija* – omogućuju bolju povezanost, podršku za napredne funkcije poput VR-a, AI-ja i mobilnih aplikacija te povećavaju digitalno iskustvo;
- *Glasovno pretraživanje i upravljanje* – koristi se za rezervacije i upravljanje sobama putem glasovnih naredbi, što dodatno pojednostavljuje korisničko iskustvo.

Najvažniji utjecaj digitalizacije na turizam vidljiv je u području pojave pametnih rješenja koja olakšavaju putovanja, razvoj pametnih destinacija i novih profila poslova. Sveobuhvatni pametni model putovanja uključuje primjenu mjera koje poboljšavaju i olakšavanju putovanja i unapređuju sigurnost, kao što su primjena pametnih viza, sigurnosnih procesa i infrastrukture koja se temelji na inovativnim tehnologijama. Primjena inovativnih tehnoloških rješenja i digitalna transformacija mijenjaju način upravljanja turističkim destinacijama i poslovnim subjektima u turizmu te omogućavaju razvoj pametnih destinacija. Pametna turistička destinacija podrazumijeva dinamičko međusobno povezivanje dionika putem tehnološke platforme na kojoj se informacije koje se odnose na turističke aktivnosti mogu odmah razmjenjivati. Ta integrirana platforma ima više dodirnih točaka kojima se može pristupiti putem raznih uređaja krajnjih korisnika što će podržati stvaranje i olakšavanje turističkih iskustava u stvarnom vremenu i poboljšati učinkovitost upravljanja turističkim resursima u cijeloj destinaciji i na mikro i na makro razini. Konačni cilj je korištenje sustava za poboljšanje turističkog iskustva i unapređenje učinkovitosti upravljanja resursima kako bi se maksimizirala konkurentnost destinacije i zadovoljstvo potrošača, dok se također demonstrira održivost tijekom duljeg vremenskog okvira. Digitalna transformacija snažno utječe i na radnu snagu u turizmu, mijenjajući postojeće poslove, ali i otvarajući nove prilike za zapošljavanje te rast malih i srednjih poduzeća. Zato je potrebno poticati obrazovanje u području

inovativnih tehnologija koje će omogućiti implementaciju digitalnih rješenja u poslovne procese i upravljanje pametnim turističkim destinacijama.

Turistički razvoj grada Rijeke planira se na osnovama i u skladu s nadređenim planskim dokumentima na nacionalnoj, regionalnoj i razini grada Rijeke kao i aktualnim europskim politikama, no dodatno treba naglasiti značaj i uvažavanje dominantnih europskih politika kao i ciljeva održivog razvoja Ujedinjenih naroda budući da turistički razvoj Rijeke treba doprinijeti njihovoj realizaciji, posebno usklađeno s 11. ciljem održivog razvoja „Održivi gradovi i zajednice". Rješavanje izazova s kojima se danas suočava urbani turizam mnogo je složeniji zadatak nego što se to uobičajeno percipira. U svijetu generalno postoji hitna potreba za postavljanjem održivog plana za urbani turizam i pozicioniranje turizma u široj urbanoj agendi. Turizam bilježi stalni rast (s izuzetkom pandemijskih godina) i ima snažan utjecaj na cijelo okruženje. Stoga je ključno osigurati da urbani turizam bude usklađen s ulogom gradova u globalnoj agendi (Zurab Pololikashvili Secretary-General, World Tourism Organization – UNWTO). „Nova urbana agenda Ujedinjenih naroda" koja je usvojena na Konferenciji Ujedinjenih naroda o stanovanju i održivom urbanom razvoju (Habitat III) u Quitu, Ekvador, 20. listopada 2016. i 17 ciljeva održivog razvoja apsolutni su prioriteti.

Preporuke turističke politike gradova, u skladu s publikacijama Svjetske turističke organizacije, uključuju sljedeće elemente (Plan razvoja turizma Rijeke do 2028. godine, str. 4):

1. Osigurati da su politike urbanog turizma usklađene s globalnom agendom grada, „Novom urbanom agendom Ujedinjenih naroda" i 17 ciljeva održivog razvoja (SDGs), odnosno posebno ciljem 11 „Održivi gradovi i zajednice" i načela UNWTO-ovog Globalnog etičkog kodeksa za turizam;
2. Postaviti strateški dugoročni plan za održivi urbani turizam uključujući definiciju prihvatnog kapaciteta za grad i po potrebi za određena područja i atrakcije. Ovo je posebno korisno za provedbu strategija koje imaju za cilj disperziju posjetitelja, segmentaciju posjetitelja i razvoj novih itinerara;
3. Odrediti prihvatljive razine utjecaja turizma na grad kroz participativni proces koji uključuje sve relevantne dionike. To će koristiti lokalnim zajednicama, stvoriti zajednička gradska iskustva za posjetitelje i stanovnike te pomoći u komunikaciji sa stanovnicima;
4. Postaviti modele upravljanja koji uključuju intenzivnu suradnju različitih javnih sektora, tako i privatnog sektora i lokalne zajednice;
5. Poticati mehanizme komunikacije i suradnje među svim relevantnim dionicima. Strategije upravljanja bit će daleko učinkovitije ako svi relevantni dionici rade zajedno i usklađeno;
6. Poboljšati integraciju lokalnih zajednica u turistički lanac vrijednosti promičući njihov angažman u različitim aktivnostima u okviru turizma i osiguravajući da turizam doprinese kvaliteti života i kreiranju dostojnih radnih mjesta;
7. Redovito pratiti percepciju lokalne zajednice prema turizmu i promovirati vrijednost koje turistički razvoj donosi među građanima. To će omogućiti rano prepoznavanje eventualnih problema i zajednički razvojnih strategija upravljanja za rješavanje uočenih problema;

8. Vršiti monitoring i donositi planove i odluke na bazi podataka i rezultata istraživanja vodeći računa o ključnim izazovima kao što su prihvatni potencijal destinacije, mobilnost, raspoloživi resursi i stavovi lokalnog stanovništva prema razvoju turizma.
9. Ulagati u tehnologiju, inovacije i partnerstva za promicanje pametnih gradova – korištenje najbolje tehnologije za rješavanje pitanja održivosti, pristupačnosti i inovacija;
10. Promicati inovativne proizvode i iskustva koja gradu omogućuju diverzifikaciju potražnje u vremenu i prostoru i privlačenje odgovarajućih segmenata posjetitelja u skladu sa svojom dugoročnom vizijom i strategijom;
11. Planirati turistički razvoj sustavno i kontinuirano. Dinamičan, nestalan, neizvjestan i složen globalni razvoj današnjice zahtijeva pristup koji ne uzima u obzir (samo) prošlost, već također identificira pokretačke snage promjena i ključne neizvjesnosti, kako bi se stvorili prihvatljivi scenariji;
12. Turiste sagledavati kao svojevrsne privremene stanovnike grada, osigurati da turistička politika promiče angažman posjetitelja i stanovnika i izgraditi grad za sve.

Ciljevi i mjere turističkog razvoja Rijeke do 2028. godine usklađeni su navedenim zahtjevima i doprinose ukupnom unapređenju kvalitete boravka turista i života lokalnog stanovništva te jačanju konkurentnosti na turističkom tržištu.

1.12. Izvješće o analizi stanja – SWOT analiza

Na temelju provedenih analiza elemenata neophodnih za formiranje turističke ponude grada Rijeke, kao i osiguranje uvjeta za boravak turista provedena je SWOT analiza turizma grada Rijeke.

SWOT analiza identificira ključne aspekte turizma grada kroz snage, slabosti, prilike i prijetnje određene karakteristikama unutarnjeg stanja turizma u destinaciji i vanjskim utjecajima iz okruženja koji djeluju na formiranje turističke ponude i potražnje.

SWOT ANALIZA		
SNAGE		**SLABOSTI**
• Geoprometni položaj • Blizina emitivnih tržišta • Nove investicije i strateški projekti koji doprinose razvoju turizma • Kulturna, industrijska i maritimna baština • Nasljeđe Europske prijestolnice kulture • Sportski sadržaji • Podrška lokalnog stanovništva razvoju turizma • Cjelogodišnje poslovanje u turizmu • Prometna infrastruktura i povezanost • Gostoljubivost • Sveučilišni grad, zdravstveno središte regije • Multikulturalnost i otvorenost • Središte regije Kvarner, atraktivni sadržaji i destinacije u okruženju • Turistička događanja • Sigurnost • Kvaliteta mora		• Prostorna ograničenost • Obalni prostor u značajnom dijelu nije dostupan turistima i lokalom stanovništvu • Jedinstveni turistički nevalorizirani resursi (npr. Torpedo) • Struktura smještajnih kapaciteta • Devastacija prostora na pojedinim lokacijama • Prometne gužve i prometna povezanost u destinaciji • Demografija • Opterećenost obalnog pojasa • Nedostatak kvalificirane radne snage • Nedostatak autohtonih proizvoda • Umreženost turizma i ostalog gospodarstva • Zračna luka Rijeka
PRILIKE		**PRIJETNJE**
• Rast interesa za investicije u turizmu • Održivi i odgovorni turizam • Porast potražnje za posebnim oblicima turizma • Novi trendovi koji podupiru gradski turizam • Digitalizacija i nove tehnologije • Rast interesa za kreativnim industrijama • Zelena tranzicija • Raspoloživi izvori financiranja • Rast potražnje za lokalnim i autohtonim proizvodima • Gospodarski razvoj		• Ekonomske, političke, ekološke, zdravstvene krize • Klimatske promjene • Zakonodavne i porezne politike • Odljev stanovništva i radne snage • Globalno nepoticajno poslovno okruženje

Izvor: Plan razvoja turizma grada Rijeke do 2028. godine

SWOT analiza grada Rijeke ukazuje na evidentne snage Rijeke kao turističke destinacije i polazište za novi razvojni iskorak. Pri tome se posebno ističu nove investicije i strateški projekti koji su već u fazi realizacije ili njenoj najavi. Time se obogaćuje struktura ponude, stvaraju uvjeti za kvalitetniji i održiviji cjelogodišnji turizam, te se doprinosi jačanju destinacijskog identiteta Rijeke kao suvremene i odgovorne urbane destinacije. Slabosti je, gdje je na njih moguće djelovati, potrebno eliminirati, odnosno raditi na njihovu rješavanju.

Globalno okruženje nameće pred turistički sustav brojne izazove, no istovremeno pruža i prilike za razvoj konkurentnog, tržištu prilagođenog i lokalnoj zajednici prihvatljivog razvoja turizma.

2. RAZVOJNI POTENCIJAL TURISTIČKIH PROIZVODA

Na temelju provedenih višestrukih analiza i istraživanja, uvažavajući stavove lokalnog stanovništva, procjene turističkih profesionalaca koji djeluju u destinaciji te analize resursne osnove i tržišnih trendova, identificirali su se turistički proizvodi s najvećim razvojnim potencijalom u razdoblju do 2029. godine na području grada Rijeke.

SPORTSKO-REKREACIJSKI TURIZAM			
Resursna osnova	**Doprinos razvoju lokalne zajednice**	**Doprinos cjelogodišnjem poslovanju**	**Marketinški potencijal**
dobra	visok	visok	visok
Sportsko-rekreacijski turizam u najvećoj je mjeri ovisan o ponudi i kvaliteti sportskih aktivnosti i usluga te infrastrukturi. Bazira se na putovanjima radi sudjelovanja u sportskim aktivnostima, u svrhu sportske pripreme ili sportskog natjecanja, promatranja sporta ili posjeta sportskim atrakcijama. Može uključivati širok raspon aktivnosti koje se odvijaju na zatvorenim i otvorenim prostorima, a sve popularnija putovanja u sportskom turizmu postaju veliki sportski događaji. S obzirom na to da sport postaje jedna od najznačajnijih praksi provođenja slobodnog vremena uz rastući broj putovanja zbog svjetske popularnosti sporta, turističke destinacije formuliraju i komercijaliziraju proizvode i usluge vezane za sport u cilju privlačenja većeg broja turista, ali i stvaranja imidža destinacije (Nacionalni plan razvoja održivog turizma do 2027. godine).			

KULTURNI I KREATIVNI TURIZAM			
Resursna osnova	**Doprinos razvoju lokalne zajednice**	**Doprinos cjelogodišnjem poslovanju**	**Marketinški potencijal**
izvrsna	visok	visok	visok
Kulturni turizam je posljednjih desetljeća sve značajnije prisutan u turističkim putovanjima. Razlozi leže u različitim promjenama koje okružuju suvremenog putnika, a to su prije svega brojnost i različitost informacijskih izvora (Internet), rast obrazovanja, povećanje slobodnog vremena predviđenog za putovanja, želja za novim iskustvima itd. Posebnost kulturnog turizma očituje se u različitosti ponude koje destinacije pružaju i to kroz tradicijske vrijednosti, lokalne obrte, kulturne rute i staze, zaštitu i revitalizaciju kulturne i graditeljske baštine, umjetnost, ali i kroz ostvarenje različitih programa i kulturnih događaja. Uključivanje različitih dionika i njihovo sinergijsko djelovanje važno je u razvoju kulturno turističkih proizvoda. U takvoj suradnji vrlo je važno lokalno stanovništvo kao dionik na čijim se vrijednostima gradi kulturni turistički proizvod. U razvoj je potrebno uključiti kulturne i kreativne industrije (film, glazba…) koje osiguravaju uspješno brendiranje i prepoznatljivost ponude kulturnog i kreativnog turizma (Nacionalni plan razvoja održivog turizma do 2027. godine).			

GASTRO I ENO TURIZAM			
Resursna osnova	**Doprinos razvoju lokalne zajednice**	**Doprinos cjelogodišnjem poslovanju**	**Marketinški potencijal**
dobra	visok	visok	visok
Gastronomski identitet kao dio kulturne baštine predstavlja značajan motiv za putovanje i generator je turističke potrošnje. U današnjem globaliziranom svijetu hrana je jedna od najistaknutijih točaka kulturne razlike među regijama i zajednicama, kao i važan segment kulturnog identiteta. Gastro i eno turizam predstavljaju priliku za revitalizaciju i diverzifikaciju turizma, promicanje lokalnog gospodarskog razvoja i uključivanje različitih dionika. Stoga će gastronomija i vinski turizam biti važan segment promicanja i brendiranja destinacije (Nacionalni plan razvoja održivog turizma do 2027. godine).			

TURIZAM DOGAĐAJA			
Resursna osnova	**Doprinos razvoju lokalne zajednice**	**Doprinos cjelogodišnjem poslovanju**	**Marketinški potencijal**
dobra	visok	visok	visok
U uvjetima dinamičnog rasta, heterogenosti preferencija i interesa turističke potražnje, raste i potražnja za turizmom događaja. Na ovaj segment turističke ponude menadžment destinacije može najsnažnije utjecati, a vremenskom disperzijom događaja može se direktno utjecati na cjelogodišnje poslovanje destinacije. Uključivanje što šireg prostora kako bi se spriječili nepoželjni pritisci na pojedine točke destinacije djeluje se pozitivno na prihvatni kapacitet cijele destinacije. Pri organizaciji događaja važno je uključivati lokalno stanovništvo u njihovo osmišljavanje i provedbu te primjenjivati *zero waste* koncept.			

POSLOVNI TURIZAM			
Resursna osnova	**Doprinos razvoju lokalne zajednice**	**Doprinos cjelogodišnjem poslovanju**	**Marketinški potencijal**
dobra	umjeren	visok	visok
Obilježja poslovnog turizma su bilježenje aktivnosti tijekom cijele godine, interakcija s drugim gospodarskim aktivnostima, usmjerenost na ponudu visoke kvalitete i iznadprosječna turistička potrošnja. Na dodatnu realizaciju potrošnje može se utjecati prvenstveno kvalitetom i raznovrsnošću ostalih sadržaja destinacija. Poslovni turizam obuhvaća poslovne ljude koji putuju iz poslovnih motiva (MICE) no istodobno koriste svoje slobodno vrijeme u lokalnim rekreacijskim aktivnostima i zabavi, što također uključuje posjete lokalnim restoranima. Stoga se može zaključiti da se poslovni turizam umrežava i podupire i razvoj ostalih posebnih oblika turizma (eno-gastronomski, kulturni, zdravstveni, sportsko-rekreacijski i drugi) (Nacionalni plan razvoja održivog turizma do 2027. godine). Gospodarski sustav Rijeke, napose potencijal riječke luke značajan je za razvoj poslovnog turizma.			

ZDRAVSTVENI TURIZAM			
Resursna osnova	**Doprinos razvoju lokalne zajednice**	**Doprinos cjelogodišnjem poslovanju**	**Marketinški potencijal**
dobra	visoka	visoka	visok
Zdravstveni turizam usmjeren je na široke segmente tržišta i u svojim oblicima može biti glavni motiv dolaska turista, ali i sekundarni, odnosno kvalitetna dopuna postojećoj ponudi destinacije. Predviđa se kako će zdravstveni turizam u idućem desetljeću najbrže rasti. Taj trend je uvjetovan nizom društvenih promjena: značajne demografske promjene (starenje populacije) kao i duboko usađene vrijednosti suvremenog društva vezane za potrebe za zdravim životom. Zdravstveni turizam, odnosno zdravstveno-turistički proizvodi i usluge, smatra se posebnim oblikom turizma budućnosti, koji ostvaruje visoku dodanu vrijednost, ima mogućnost cjelogodišnjeg poslovanja i u potpunosti je u skladu s trendovima i potrebama turističkog tržišta (Nacionalni plan razvoja održivog turizma do 2027. godine).			

SUNCE I MORE			
Resursna osnova	**Doprinos razvoju lokalne zajednice**	**Doprinos cjelogodišnjem poslovanju**	**Marketinški potencijal**
dobra	nema značajan doprinos	nema značajan doprinos	dobar
Proizvod „sunca i mora“ dominantan je oblik turizma prisutan u Hrvatskoj. Odmor uz more, prvenstveno u ljetnim mjesecima, uživajući u prirodnim ljepotama prevladavajući je motiv dolaska turista što je rezultiralo izrazitom sezonalnošću turizma i prostornom neravnotežom u pogledu razvoja turizma tako da u realizaciji turističkog prometa dominira Jadranska Hrvatska. Suvremeni trendovi na tržištu, zahtjevi i očekivanja turista nameću potrebu njegova sadržajnog razvoja, diverzifikacije ponude i umrežavanja s ostalim posebnim oblicima turizma (Nacionalni plan razvoja održivog turizma do 2027. godine). Trend potražnje za ovim turističkim proizvodom odrazio se i na priobalne gradove koji uz ostale motive putovanja privlače i proizvodom „sunca i mora“.			

NAUTIČKI TURIZAM			
Resursna osnova	**Doprinos razvoju lokalne zajednice**	**Doprinos cjelogodišnjem poslovanju**	**Marketinški potencijal**
dobra	umjeren	umjeren	dobar
Nautički turizam ima izrazitu dodanu vrijednost. Uvažavajući razvedenost hrvatske obale i klimatske uvjete, ima visok razvojni potencijal. Za ukupni razvoj turizma i očuvanje obale i mora značajno je razvijati nautički turizam u smjeru održivosti. Zbog osjetljivosti resursa važno je smanjenje negativnog utjecaja nautičkog turizma i brodara (ploveći hoteli) na okoliš, prirodu i prostor. Za razvoj nautičkog turizma osobito je važan izračun prihvatnih kapaciteta (Nacionalni plan razvoja održivog turizma do 2027. godine).			

Turističke proizvode koji imaju razvojni potencijal za grad Rijeku potrebno je razvijati poštujući održive prakse, ekološki prihvatljive koncepte, društvenu interakciju i smanjujući negativne utjecaje na destinaciju, otvarajući pri tome mogućnosti za nove poduzetničke aktivnosti i jačajući ekonomsku održivost.

3. POKAZATELJI ODRŽIVOSTI DESTINACIJE

Pokazatelji održivosti predstavljaju ključne instrumente za praćenje, ocjenjivanje i donošenje informiranih odluka u upravljanju razvojem turizma. Njihova uloga nadilazi samo prikupljanje i kvantificiranje podataka. Oni, naime, omogućuju dublje razumijevanje prošlih i budućih promjena koje utječu na gospodarske, društvene, okolišne i prostorne dimenzije destinacije (Boranić Živoder, i sur. 2025).

Pokazatelji održivosti za grad Rijeku izračunati su za 2019., 2023. i 2024. godinu, koristeći dostupne podatke iz sekundarnih izvora, kao i rezultate primarnih online istraživanja provedenih u 2025. godini među lokalnim stanovništvom (Prilog 2) te posjetiteljima i turistima (Prilog 3) grada Rijeke, pri čemu pokazatelji za godine tijekom pandemije nisu uključeni jer bi zbog iznimnih okolnosti i poremećaja izazvanih COVID-19 krizom mogli značajno iskriviti stvarnu sliku održivosti grada.

Za učinkovito upravljanje razvojem turizma u skladu s načelima održivosti, ključno je najprije detaljno utvrditi trenutačno stanje u društvenom, okolišnom, ekonomskom i prostornom smislu. Samo na temelju takve procjene, uz stalno praćenje relevantnih pokazatelja, moguće je osigurati kvalitetne informacije koje su nužne za donošenje odluka i usmjeravanje turističkog razvoja prema održivim rješenjima.

U nastavku je prikazano 17 obveznih pokazatelja koje je svaka destinacija dužna pratiti kao i 6 odabranih specifičnih pokazatelja koji su identificirani kao značajni za održivost turizma grada Rijeke.

Obvezni pokazatelji održivosti

Društveni						
	Pokazatelj	**Prihvatljivi standard**	**2019.**	**2023.**	**2024.**	**Aktualno stanje**
1	***Broj turističkih noćenja na stotinu stalnih stanovnika u vrhu turističke sezone***	8	3,21	4,67	4,69	Nisko turističko opterećenje
2	***Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom***	Više od 50 % stanovnika iskazuje pozitivan stav	n/a	n/a	(2025) 17 % ispitanika je zadovoljno turizmom u Rijeci (24 % onih koji ostvaruju koristi i 14 % koji ne ostvaruju koristi od turizma).	Nedovoljna razina zadovoljstva lokalne zajednice turizmom *Faktor rizika*[2]
3	***Zadovoljstvo cjelokupnim boravkom u destinaciji***	Indeks zadovoljstva više od 80 %	n/a	n/a	(2025) 74 % (57 % ispitanika je zadovoljno cjelokupnim boravkom, 48 % drži da je boravak u Rijeci ispunio njihova očekivanja, a za njih 50 % bio je to gotovo idealan boravak.)	Unatoč tome što turisti i posjetitelji iskazuju relativno visok stupanj zadovoljstva, javlja se potreba za kontinuiranim unapređenjem u cilju povećanja vrijednosti indeksa preko 80 %. *Faktor rizika*
4	***Udio atrakcija (lokaliteta) pristupačnih osobama s invaliditetom***	90 %	n/a	n/a	73 %	Čim veći broj atrakcija bi se trebao učiniti pristupačnima. Prepoznato i definirano Planom razvoja turizma grada Rijeke do 2028. godine, posebni cilj 2. Isticanje različitosti i otvorenosti u kreiranju turističkih doživljaja, mjera 2.3. Snažiti pristupačnost *Faktor rizika*
5	***Broj organiziranih turističkih ambulanti***	1	n/a	n/a	1	Grad Rijeka ima dostupne ambulante i sigurna je za posjetitelje.

[2] Niska vrijednost pokazatelja proizlazi iz zadane metodologije koja u obzir uzima isključivo ispitanike koji su zadovoljstvo turizmom ocijenili ocjenama 4 i 5.

Okolišni						
	Pokazatelj	**Prihvatljivi standard**	**2019.**	**2023.**	**2024.**	**Aktualno stanje**
6	***Omjer potrošnje vode po turističkom noćenju u odnosu na prosječnu potrošnju vode po stalnom stanovniku destinacije***	Nesmetana opskrba vodom pri vršnoj potrošnji tijekom turističke sezone	Ukupna potrošnja vode u mjesecu s najvećim brojem noćenja je manja od ukupne potrošnje vode u mjesecu s najmanjim brojem noćenja	392 % Turisti troše otprilike 3,9 puta više vode po noćenju nego što iznosi prosječna potrošnja vode po noćenju jednog stalnog stanovnika.	123 % Turisti troše otprilike 1,2 puta više vode po noćenju nego što iznosi prosječna potrošnja vode po noćenju jednog stalnog stanovnika	Rijeka ima adekvatnu opskrbu vodom pri vršnoj potrošnji tijekom turističke sezone.
7	***Omjer količine komunalnog otpada nastale po noćenju turista i količine otpada koje generira stanovništvo u destinaciji (tone)***	Nesmetano zbrinjavanje otpada generiranog tijekom turističke sezone	U mjesecu s najviše noćenja generira se manje otpada nego u mjesecu s najmanje noćenja.	2,95 % Turisti su proizveli 97 % manje komunalnog otpada od lokalnog stanovništva.	U mjesecu s najviše noćenja (kolovoz) generira se manje otpada (4.892 t) nego u mjesecu s najmanje noćenja (siječanj, 5.612 t).	Otpad proizveden od strane turista ne predstavlja opterećenje na sustav gospodarenja otpadom u Rijeci.
8	***Udio zaštićenih područja u destinaciji u ukupnoj površini destinacije***	n/p	n/p	n/p	n/p	n/p
9	***Omjer potrošnje električne energije po turističkom noćenju u odnosu na potrošnju električne energije stalnog stanovništva destinacije***	Nesmetana opskrba električnom energijom pri vršnoj potrošnji	U mjesecu s najmanje turističkih noćenja potrošnja električne energije veća je nego u mjesecu s najviše turističkih noćenja	U mjesecu s najmanje turističkih noćenja potrošnja električne energije veća je nego u mjesecu s najviše turističkih noćenja	U mjesecu s najmanje turističkih noćenja potrošnja električne energije je veća nego u mjesecu s najviše turističkih noćenja.	U Rijeci nema energetskog opterećenja infrastrukture tijekom turističke sezone
10	***Uspostavljen sustav za prilagodbu klimatskim promjenama i procjenu rizika***	Da	Da	Da	Nacrt prijedloga Programa ublažavanja klimatskih promjena, prilagodbe klimatskim promjenama i zaštite ozonskog sloja grada Rijeke za razdoblje 2024. – 2028. godine stavljen na javnu raspravu	U postupku

Ekonomski						
	Pokazatelj	**Prihvatljivi standard**	**2019.**	**2023.**	**2024.**	**Aktualno stanje**
11	***Ukupan broj dolazaka turista u mjesecu s najvećim opterećenjem***	60.000	35.951	43.266	45.446	Rijeka ima potencijal za povećanjem broja dolazaka u mjesecu s najvećim opterećenjem (kolovoz).
12	***Prosječna duljina boravka turista u destinaciji***	3,2	2,81	2,97	2,98	U Rijeci se turisti zadržavaju kratko, što je odraz trendova posebno u urbanim destinacijama, no Rijeka ima potencijal za produljenjem prosječne duljine boravka.
13	***Ukupan broj zaposlenih u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane***	n/p	Siječanj: 2.537 Kolovoz: 2.459[3]	Siječanj: 2.469 Kolovoz: 2.577[3]	Siječanj: 2.642 Kolovoz: 2.710[3]	Udio zaposlenih u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane u ukupnom broju zaposlenih je stabilan i ispod je godišnjeg prosjeka RH[4] te ne ukazuje na značajnu mjesečnu distribuciju, što upućuje na sezonsku neelastičnost.
14	***Poslovni prihod gospodarskih subjekata (obveznika poreza na dobit) u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane***	Kontinuirano povećanje poslovnih prihoda	67.227.062 EUR[5]	123.368.405 EUR[4]	132.499.031 EUR[4]	Rast poslovnih prihoda odraz je povećane potražnje, prilagodbe tržišnim uvjetima i povećanja kvalitete usluga.

[3] Broj zaposlenih = broj osiguranika HZMO-a prema općini rada

[4] U 2024. g. udio zaposlenih u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane u ukupnom broju zaposlenih u Rijeci kreće se od 4,1 % (siječanj, veljača), 4,2 % (od ožujka do listopada) do 4,3 % (studeni i prosinac), dok godišnji prosjek 2024. zaposlenih u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane na razini RH iznosi 7,6 %. Hrvatski zavod za zapošljavanje (2025). Godišnjak 2024. https://www.hzz.hr/app/uploads/2022/09/GODISNJAK-2024.pdf

[5] Nominalne cijene.

Prostorni/upravljanje						
	Pokazatelj	**Prihvatljivi standard**	**2019.**	**2023.**	**2024.**	**Aktualno stanje**
15	***Identifikacija i klasifikacija turističkih atrakcija***	n/p	/	/	/	Rijeka ima velik broj zaštićenih kulturnih dobara među kojima je 1 kulturno zaštićeno dobro (arheologija), 5 kulturno-povijesnih cjelina, 3 nematerijalna kulturna dobra, 3 pokretna pojedinačna dobra, 4 pokretne zbirke, 45 nepokretna pojedinačna dobra (Prilog 4). Na području grada 3 su preventivno zaštićena dobra te 1 zaštićeno prirodno područje – spomenik prirode.
16	***Status implementacije aktivnosti iz plana upravljanja destinacijom***	n/p	n/p	n/p	n/p	Plan upravljanja destinacijom se donosi u 2025. g.
17	***Broj ostvarenih noćenja u smještaju u destinaciji po hektaru izrađenog građevinskog područja JLS***	725	383,53	539,56	555,16	Pokazatelji upućuju na to da turistička aktivnost u Rijeci nije prostorno intenzivna.

Specifični pokazatelji održivosti

Društveni			
	Pokazatelj	**Prihvatljivi standard**	**Aktualno stanje**
1	***Udio stanovnika koji imaju pozitivno, odnosno negativno mišljenje o utjecaju turizma na identitet mjesta***	Više od 50 % stanovnika ima pozitivno mišljenje Manje od 50 % stanovnika ima negativno mišljenje	36 % ispitanika ima pozitivno mišljenje o utjecaju turizma na identitet mjesta (46 % onih koji ostvaruju koristi i 33 % onih koji ne ostvaruju koristi od turizma). *Faktor rizika* 13 % ispitanika smatra da turizam negativno utječe na identitet mjesta (15 % onih koji ostvaruju koristi i 25 % onih koji ne ostvaruju koristi od turizma).
2	***Postotak ponovljenih/stalnih turista u smještajnim objektima destinacije***	20 %	22 % ispitanika je Rijeku posjetilo više puta.

Okolišni			
	Pokazatelj	**Prihvatljivi standard**	**Aktualno stanje**
3	***Postotak turista i jednodnevnih posjetitelja koji koriste različita prometna sredstva za dolazak na odredište***	n/p	(2025) Automobil – 69,6 % Autobus – 17,0 % Zrakoplov – 7,2 % Vlak – 1,3 % Brod/trajekt – 1,1 % Ostalo – 3,8 %

Ekonomski						
	Pokazatelj	**Prihvatljivi standard**	**2019.**	**2023.**	**2024.**	**Aktualno stanje**
4	***Stopa popunjenosti u smještajnim kapacitetima***	51 %	17,3 %	19,3 %	17,7 %	Pokazatelj je nizak uslijed zadane metodologije izračuna koja uključuje broj kreveta, a ne broj soba/apartmana/kuća za odmor. *Faktor rizika*
5	***Prosječna dnevna potrošnja turista u eurima***	Kontinuirano povećanje dnevne potrošnje turista i posjetitelja	n/a	n/a	(2025) Prosječna dnevna potrošnja turista i posjetitelja – 112,9€	Turisti i posjetitelji u Rijeci u prosjeku dnevno troše više od prosjeka županije.

Prostorni/upravljanje			
	Pokazatelj	**Prihvatljivi standard**	**Aktualno stanje**
6	***Specifična strategija za marketing izvansezonskih događanja i privlačenje posjetitelja tijekom cijele godine***	DA	Planom razvoja turizma grada Rijeke do 2028. godine u okviru posebnog cilja 3. Jačanje održivog cjelogodišnjeg turizma predviđen je pokazatelj ishoda „Događaji s ciljem privlačenja turističke potražnje izvan razdoblja 1. 6. – 30. 9.“ s ciljanom vrijednosti min. 1 mjesečno što korespondira s realizacijom ovog pokazatelja.

Pokazatelji održivosti grada Rijeke ukazuju na povoljno stanje u svim ključnim komponentama – društvenoj, okolišnoj, ekonomskoj i prostornoj. Impliciraju na nisko turističko opterećenje, kao i na prostorno neintenzivne turističke aktivnosti. Komunalni sustav nesmetano funkcionira tijekom cijele godine, neovisno o turističkim aktivnostima. Rastu poslovni prihodi gospodarskih subjekata u djelatnostima pružanja smještaja te priprema i usluživanja hrane, a turistička je potrošnja iznad prosjeka županije. Istovremeno, zabilježena je niska stopa iskorištenosti kapaciteta te zadovoljavajuća razina zadovoljstva turista i posjetitelja boravkom u Rijeci, ali i nešto niža razina zadovoljstva lokalnog stanovništva turizmom, što upućuje na potrebu daljnjeg unapređenja kvalitete turističke ponude i komunikacije s lokalnom zajednicom. Cjelogodišnje poslovanje i relativno niska sezonalnost za priobalnu destinaciju, pozitivna su obilježja Rijeke i čvrst temelj za održivi razvoj destinacije. Sve navedeno ukazuje na mogućnost kontroliranog povećanja broja turista tijekom cijele godine, uključujući i vršnu sezonu, uz poštivanje načela održivosti.

4. POKAZATELJI PRIHVATNOG KAPACITETA

Procjena prihvatnog kapaciteta u turizmu temelji se na analizi ključnih pokazatelja stanja relevantnih za održivi razvoj turizma. Navedena analiza je ključna za praćenje i procjenu utjecaja turizma na određenu destinaciju, u ovom slučaju za grad Rijeku. Riječ je o procesu koji nadilazi individualne kapacitete i zahtijeva koordinirano djelovanje i multidisciplinarni pristup. Pravilnik o izračunu prihvatnog kapaciteta razvrstava pokazatelje na obvezne i dodatne, a njihovo sustavno praćenje omogućuje detaljno razumijevanje kako turizam utječe na lokalnu zajednicu, posjetitelje, gospodarstvo prostor i okoliš. Praćenjem ovih pokazatelja moguće je precizno identificirati područja na kojima turizam uzrokuje najveće opterećenje. Dobiveni rezultati služe kao osnova za objektivno sagledavanje pozitivnih i negativnih aspekata turizma kao i za daljnje određivanje i upravljanje prihvatnim kapacitetom destinacije (Boranić Živoder i sur., 2025). Nakon utvrđivanja vrijednosti pokazatelja prihvatnog kapaciteta, definirane su prihvatljive razine aktivnosti, odnosno granične vrijednosti koje Rijeka može podnijeti bez narušavanja kvalitete svojih resursa, ekosustava i života zajednice (Boranić Živoder i sur., 2025) vodeći računa o prihvaćenom strateškom razvojnom usmjerenju grada Rijeke i relevantnim znanstvenim spoznajama.

Pokazatelji prihvatnog kapaciteta za grad Rijeku, jednako kao i pokazatelji održivosti, analizirani su za 2019., 2023. i 2024. godinu na temelju dostupnih podataka iz sekundarnih izvora te rezultata primarnih istraživanja provedenih 2025. godine među lokalnim stanovništvom te posjetiteljima i turistima grada Rijeke. Podaci za godine obilježene pandemijom nisu uključeni, budući da bi izvanredne okolnosti i poremećaji uzrokovani COVID-19 krizom mogli značajno narušiti realnu sliku stanja u gradu.

Procjena prihvatnog kapaciteta grada Rijeke temelji se na sveobuhvatnoj analizi postojećeg stanja turističke aktivnosti, infrastrukturnih kapaciteta, ekoloških pokazatelja te razine zadovoljstva lokalnog stanovništva i posjetitelja. Stoga, navedena procjena predstavlja zajednički rezultat rada stručnjaka iz različitih disciplina, čija je suradnja bila nužna s obzirom na kompleksnost izračuna traženih pokazatelja. Ova procjena odražava stanje u određenom vremenskom trenutku, pri čemu je potrebno naglasiti da se prihvatni kapacitet u budućnosti može mijenjati i optimizirati putem strateških ulaganja u infrastrukturu, ljudski kapital te razvoj inovativnih turističkih proizvoda (Boranić Živoder i sur., 2025).

U nastavku je prikazano 36 obveznih i 10 dodatnih pokazatelja prihvatnog kapaciteta, koji su prepoznati kao relevantni za turizam grada Rijeke. Ovi pokazatelji razvrstani su u deset kategorija, čime se osigurava sveobuhvatna analiza ključnih aspekata turističkog razvoja grada.

Institucionalni i strateški okvir

	Pokazatelj (O – obvezni; D – dodatni)	Prihvatljivi standard	2019.	2023.	2024.	Aktualno stanje
O	***Stav o turizmu kao faktoru povećanja blagostanja stanovnika***	Više od 50 % stanovnika iskazuje stav	n/a	n/a	(2025) 65 % ispitanika percipira da turizam pomaže u održavanju i unapređenju kvalitete života. Navedeno značajnije percipiraju ispitanici koji ostvaruju koristi od turizma (81 %) u odnosu na one koji ne ostvaruju koristi od turizma (59 %).	Lokalno stanovništvo pozitivno percipira ulogu turizma u povećanju blagostanja
D	***Uspostavljena destinacijska strategija održivog razvoja turizma s vizijom i strateškim smjernicama te jasnom intervencijskom logikom***	Da	Ne	Ne	Da	Grad Rijeka je 2024. g. usvojila *Plan razvoja turizma Rijeke do 2028. godine*

Smještajni kapaciteti

	Pokazatelj (O – obvezni; D – dodatni)		Prihvatljiv standard	2019.	2023.	2024.	Aktualno stanje
O	***Omjer broja kreveta u komercijalnom smještaju te kućama i stanovima za odmor u odnosu na 100 stanovnika***		Ispod 20[6]	6,35	9,18	10,04	10 komercijalnih kreveta na 100 stanovnika smatra se prihvatljivim.
O	***Omjer broja kreveta u nekomercijalnom smještaju u odnosu na 100 stanovnika***		Ispod 13	6,90	11,24	12,57	Trenutačni broj nekomercijalnih kreveta na 100 stanovnika smatra se prihvatljivim
O	***Omjer broja smještajnih objekata u domaćinstvu te kućama i stanovima za odmor u odnosu na broj stanova za stalno stanovanje***		Ispod 0,05	0,020	0,029	0,035	Omjer broja smještajnih objekata u domaćinstvu te kuća i stanova za odmor u odnosu na broj stanova za stalno stanovanje u Rijeci kontinuirano i sve brže raste. To sugerira da sve veći udio stambenih jedinica prelazi u funkciju turističkog smještaja ili sekundarnog stanovanja.
O	***Broj kreveta u komercijalnom smještaju te kućama i stanovima za odmor na 100 m² građevinskog područja naselja***		Ispod 0,5	0,06	0,08	0,09	Trenutačni pokazatelj smatra se prihvatljivim.
O	***Struktura smještajnih kapaciteta izražena u postotnim udjelima*** *(broj kreveta)*	Hoteli	Povećanje udjela hotelskog smještaja iznad 20 %	8,5 %	11,1 %	9,9 %	Struktura smještajnih kapaciteta zahtijeva povećanje udjela hotela. Navedeno je prepoznato u *Planu razvoja turizma Rijeke do 2028. godine*, odnosno u Mjeri 3.2. Promicati razvoj smještajnih kapaciteta primjerenih cjelogodišnjem poslovanju *Faktor rizika*
		Objekti u domaćinstvima		50,0 %	50,1 %	48,6 %	
		Ostalo		39,7 %	31,9 %	32,8 %	
		Kuće i stanovi za odmor koji se ne koriste za kratkoročni najam		1,8 %	6,9 %	8,2 %	

[6] Posebno vodeći računa o strukturi smještajnog kapaciteta, gdje se očekuje povećanje broja kreveta u korist hotelskog smještaja.

Turistička potražnja

	Pokazatelj (O – obvezni; D – dodatni)	Prihvatljivi standard	2019.	2023.	2024.	Aktualno stanje
O	***Intenzitet stacionarnog, komercijalnog i nekomercijalnog, turizma kao omjer prosječnog broja turista po stanovniku u vršnim danima turističke sezone***	0,35 turista po stanovniku	0,032 turista po stanovniku	0,047 turista po stanovniku	0,047 turista po stanovniku	Ovako nizak intenzitet turizma pokazuje da turizam ne opterećuje lokalnu zajednicu, prostor i infrastrukturu.
O	***Nezadovoljstvo radi gužve na ulicama, trgovima, atrakcijama***	Ispod 20 % posjetitelja i turista iskazuje negativan stav	n/a	n/a	(2025) 15 %	Za 15 % posjetitelja i turista gužva na ulicama, trgovima i atrakcijama predstavlja problem.
D	***Ocjena smještajnih kapaciteta***	Minimalno 80 % turista iskazuje pozitivan stav	n/a	n/a	(2025) 68 %	Iako 68 % posjetitelja i turista visoko ocjenjuje smještajne kapacitete, u cilju povećanja razine zadovoljstva važno je kontinuirano unapređenja njihove kvalitete smještajnih kapaciteta grada. *Faktor rizika*

Resursno atrakcijska osnova

Pokazatelj (O- obvezni; D – dodatni)		Prihvatljivi standard	2019.	2023.	2024.	Aktualno stanje
O	***Koncentracija materijalnih atrakcija na području grada Rijeke***	n/p	n/p	n/p	0,0011 materijalnih atrakcija/ha	Niska vrijednost pokazatelja ukazuje na disperziju atrakcija, a razlog tome leži u tome što je u izračun uzeta površina cijelog grada. Navedeno je u skladu s vizijom i strateškim usmjerenjem grada Rijeke koji su definirani Planom razvoja turizma Rijeke do 2028. godine
O	***Koncentracija ugostiteljskih sadržaja na području grada Rijeke***	n/a	n/a	n/a	n/a	Podaci za izračun pokazatelja nisu dostupni
O	***Kakvoća voda za kupanje na mjernim stanicama na području destinacije tijekom razdoblja lipanj – rujan u odnosu na ostatak godine***	Izvrsna kakvoća mora za kupanje	**SVIBANJ**[7] • Broj uzoraka: 20 • Izvrsno: 19 (95,00 %) • Zadovoljavajuće: 1 (5,00 %) **LIPANJ** • Broj uzoraka: 57 • Izvrsno: 37 (64,91 %) • Dobro: 5 (8,77 %) • Zadovoljavajuće: 7 (12,28 %) • Nezadovoljavajuće: 5 (8,77 %) (obilne oborine, kanalizacija) **SRPANJ** • Broj uzoraka: 54 • Izvrsno: 46 (85,19 %) • Dobro: 7 (12,96 %) • Zadovoljavajuće: 1 (1,85 %) **KOLOVOZ** • Broj uzoraka: 54 • Izvrsno: 48 (88,89 %) • Dobro: 2 (3,70 %) • Zadovoljavajuće: 3 (5,56 %) • Nezadovoljavajuće: 1 (1,85 %) **RUJAN** • Broj uzoraka: 51 • Izvrsno: 41 (80,39 %) • Dobro: 6 (11,76 %) • Zadovoljavajuće: 4 (7,84 %)	**SVIBANJ**[7] • Broj uzoraka: 37 • Izvrsno: 33 (89,19 %) • Dobro: 4 (10,81 %) **LIPANJ** • Broj uzoraka: 53 • Izvrsno: 53 (100,00 %) **SRPANJ** • Broj uzoraka: 39 • Izvrsno: 36 (92,31 %) • Dobro: 2 (5,13 %) • Zadovoljavajuće: 1 (2,56 %) **KOLOVOZ** • Broj uzoraka: 34 • Izvrsno: 29 (85,29 %) • Dobro: 4 (11,76 %) • Zadovoljavajuće: 1 (2,94 %) **RUJAN** • Broj uzoraka: 32 • Izvrsno: 22 (68,75 %) • Dobro: 8 (25,00 %) • Zadovoljavajuće: 2 (6,25 %)	**SVIBANJ**[7] • Broj uzoraka: 14 • Izvrsno: 12 (85,71 %) • Dobro: 2 (14,29 %) **LIPANJ** • Broj uzoraka: 31 • Izvrsno: 22 (70,97 %) • Dobro: 4 (12,90 %) • Zadovoljavajuće: 5 (16,13 %) **SRPANJ** • Broj uzoraka: 76 • Izvrsno: 73 (96,05 %) • Dobro: 3 (3,95 %) **KOLOVOZ** • Broj uzoraka: 39 • Izvrsno: 37 (94,87 %) • Dobro: 1 (2,56 %) • Zadovoljavajuće: 1 (2,56 %) **RUJAN** • Broj uzoraka: 30 • Izvrsno: 19 (63,33 %) • Dobro: 7 (23,33 %) • Zadovoljavajuće: 4 (13,33 %)	Tijekom turističke sezone kakvoća mora pretežno je izvrsna

[7] Nastavni Zavod za javno zdravstvo Primorsko-goranske županije, Podaci o kakvoći mora za kupališne vode na području grada Rijeke za 2019., 2023. i 2024. godinu, preuzeti iz izvješća o mjerenjima kakvoće mora dostupnih putem online sustava „Vrtlac“ Instituta za oceanografiju i ribarstvo (IZOR), Split.

O	***Raspoloživa površina plaže po kupaču u danima vršne turističke sezone***	Minimalno 5m²/kupaču[8]	1,1m²	1,2m²	1,2m²	Unatoč tome što kapacitet plažnog prostora u Rijeci nije na razini standarda, a s obzirom na metodologiju izračuna te činjenicu da se radi o urbanoj destinacije, ovaj pokazatelj ne smatra se faktorom rizika.
O	***Kakvoća zraka na mjernim stanicama na području destinacije tijekom razdoblja lipanj – rujan u odnosu na ostatak godine***	I. kategorija kvalitete zraka (čist ili neznatno onečišćen zrak)	I. kategorija	I. kategorija	I. kategorija	Kakvoća zraka u Rijeci klasificirana je u I. kategoriju kvalitete, odnosno kao čist ili neznatno onečišćen zrak
O	***Utjecaj turizma na izgled destinacije***	Više od 50 % stanovnika iskazuje pozitivan stav	n/a	n/a	(2025) 34 % ispitanika pozitivno percipira utjecaj turizma na izgled destinacije (45 % onih koji ostvaruju koristi od turizma i 31 % onih koji ih ne ostvaruju)	Manje od polovice ispitanika pozitivno percipira utjecaj turizma na izgled destinacije. *Faktor rizika*
O	***Utjecaj turizma na korištenje javnog prostora***	Više od 50 % stanovnika iskazuje pozitivan stav	n/a	n/a	(2025) 32 % ispitanika smatra da uslijed turističkog razvoja javni prostor postaje prikladniji za potrebe lokalnog stanovništva (40 % onih koji ostvaruju koristi od turizma i 29 % onih koji nemaju koristi od turizma).	Manje od polovice ispitanika percipira pozitivan utjecaj turizma na korištenje javnog prostora. *Faktor rizika*

[8] Institut za turizam (2022). *Studija turističkog nosivog kapaciteta grada Splita.*

O	***Zadovoljstvo ljepotom i uređenošću mjesta (kulturni i prirodni aspekti) kao i glavnih atrakcija***	Više od 50 % posjetitelja i turista iskazuje pozitivan stav	n/a	n/a	(2025) 49 % zadovoljnih ljepotom mjesta 41 % zadovoljnih uređenošću mjesta 44 % zadovoljnih uređenošću glavnih atrakcija	Manje od polovice posjetitelja i turista je zadovoljno ljepotom i uređenošću mjestom *Faktor rizika*
D	***Turizam kao razlog istiskivanja sadržaja važnih stanovnicima***	Manje od 50 % stanovnika iskazuje stav	n/a	n/a	(2025) 31 % ispitanika drži da su zbog turizma sadržaji koji su važni lokalnoj zajednici postali manje dostupni (21 % onih koji ostvaruju koristi i 35 % onih koji ih ne ostvaruju od turizma)	Stanovnici ne doživljavaju turizam kao razlog zbog kojeg nestaju sadržaji koji su im bitni.
D	***Ocjena atmosfere, ugođaja***	Više od 50 % posjetitelja i turista iskazuje pozitivan stav	n/a	n/a	(2025) 58 % ispitanika iskazuje pozitivan stav	Većina posjetitelja i turista izrazito visoko ocjenjuje atmosferu i ugođaj u gradu.
D	***Ocjena gastronomske ponude u mjestu***	Više od 50 % posjetitelja i turista iskazuje pozitivan stav	n/a	n/a	(2025) 55 % ispitanika iskazuje pozitivan stav	Više od polovice posjetitelja i turista ocjenjuje gastronomsku izrazito visoko, no postoji prostora za unapređenje što je prepoznato u *Planu razvoja turizma Rijeke do 2028. godine,* u mjeri 2.1. Razvijati i inovirati ponudu posebnih oblika turizma, kao i u mjeri 3.4. Privlačiti oznake kvalitete i međunarodne brendove u okviru kojih je poseban naglasak stavljen i na gastro turizam.
D	***Ocjena događanja i manifestacijama***	Više od 50 % posjetitelja i turista iskazuje pozitivan stav	n/a	n/a	(2025) 37 % ispitanika iskazuje pozitivan stav	Manje od polovice ispitanika izrazito visoko ocjenjuje događanja i manifestacije. *Faktor rizika*

Okoliš

	Pokazatelj (O – obvezni; D – dodatni)	Prihvatljivi standard	2019.	2023.	2024.	Aktualno stanje
O	***Razina buke u danima vršne turističke sezone u odnosu na ostatak godine u zonama mješovite namjene po danu i noći***	n/p	n/a	n/a	n/a	Podaci za izračun pokazatelja nisu dostupni. Grad Rijeka ima Kartu buke, ali taj dokument ne sadrži tražene podatke po danima.
O	***Iritacija razinom buke u vrijeme turističke sezone***	Manje od 50 % stanovnika iskazuje negativan stav	n/a	n/a	(2025) 21 % ispitanika ističe kako im buka tijekom turističke sezone predstavlja veliki problem (9 % onih koji ostvaruju koristi od turizma i 25 % onih koji ih ne ostvaruju).	Razina buke u vrijeme turističke sezone većini stanovnika Rijeke ne predstavlja problem.
O	***Utjecaj buke na kvalitetu boravka***	Manje od 50 % posjetitelja i turista iskazuje negativan stav	n/a	n/a	(2025) 12 % ispitanika ističe kako im buka u gradu predstavlja problem.	Velikoj većini posjetitelja i turista buka ne predstavlja problem tijekom boravka u Rijeci.

Prostor

	Pokazatelj (O – obvezni; D – dodatni)	Prihvatljivi standard	2019.	2023.	2024.	Aktualno stanje
O	***Udio stambenih jedinica turističke namjene (komercijalni i nekomercijalni kapaciteti) u ukupnom broju stambenih jedinica***[9]	manje od 5 %	1,85 %	2,72 %	3,16 %	Grad ima prostora za kontrolirani rast turističkih kapaciteta.
O	***Maksimalni potencijal izgradnje na neizgrađenim i izgrađenim dijelovima građevinskog područja naselja mješovite namjene***	n/p	n/p	n/p	150.931 stambenih jedinica	U 2021. g. u Rijeci je bilo 47.917 stambenih jedinica.[10] Iz dostupnih podataka vidljivo je da postoji mogućnost nove stambene izgradnje.
O	***Mogućnosti nove stambene izgradnje na neizgrađenim površinama mješovite namjene građevinskog područja naselja***	n/p	n/p	n/p	30.720 stambenih jedinica	
O	***Utjecaj pretvaranja stanova u turističke apartmane na kvalitetu života u destinaciji***	Manje od 50 % stanovnika iskazuje negativan stav	n/a	n/a	(2025) 66 % ispitanika drži da zbog apartmanizacije život postaje puno ili nešto lošiji (55 % onih koji ostvaruju koristi od turizma i 69 % onih koji ih ne ostvaruju).	Velik dio ispitanika percipira negativan utjecaj apartmanizacije na kvalitetu života. *Faktor rizika*
D	***Percepcija stanovnika o postojećem stanju izgrađenosti prostora***	Manje od 50 % stanovnika iskazuje negativan stav	n/a	n/a	(2025.) 42 % ispitanika smatra kako je prostor na području grada Rijeke preizgrađen (39 % onih koji ostvaruju koristi i 43 % onih koji ih ne ostvaruju od turizma)	Većina stanovnika ne smatra da je Rijeka prekomjerno izgrađena.

[9] U sve tri promatrane godine za Rijeku kao ukupan broj stambenih jedinica, uzet je onaj iz Popisa stanovništva, kućanstava i stanova 2021. g. (61.636 stanova za stalno stanovanje). (Državni zavod za statistiku. (2021). *Popis stanovništva, kućanstava i stanova 2021*. https://dzs.gov.hr/u-fokusu/popis-2021/88).

[10] Državni zavod za statistiku. (2021). Popis stanovništva, kućanstava i stanova 2021. https://dzs.gov.hr/u-fokusu/popis-2021/88.

Komunalna infrastruktura

	Pokazatelj (O – obvezni; D – dodatni)	Prihvatljivi standard	2019.	2023.	2024.	Aktualno stanje
O	***Vršno opterećenje i udio objekata u lancu turizma (hoteli, komercijalni i nekomercijalni smještaj, ugostiteljski objekti i sl. u vršnom opterećenju) – voda*** [11]	Nesmetana opskrba vodom pri vršnoj potrošnji tijekom turističke sezone	Ukupna potrošnja vode u mjesecu s najvećim brojem noćenja je manja od ukupne potrošnje vode u mjesecu s najmanjim brojem noćenja	392 % Turisti troše otprilike 3,9 puta više vode po noćenju nego što iznosi prosječna potrošnja vode po noćenju jednog stalnog stanovnika.	123 % Turisti troše otprilike 1,2 puta više vode po noćenju nego što iznosi prosječna potrošnja vode po noćenju jednog stalnog stanovnika	Rijeka ima adekvatnu opskrbu vodom pri vršnoj potrošnji tijekom turističke sezone. Turisti su u 2024. g. trošili 185 l, a stanovnici 149 l vode dnevno.[12]
O	***Vršno opterećenje i udio objekata u lancu turizma (hoteli, komercijalni i nekomercijalni smještaj, ugostiteljski objekti i sl. u vršnom opterećenju) – električna energija***[13]	Nesmetana opskrba električnom energijom pri vršnoj potrošnji	U mjesecu s najmanje turističkih noćenja potrošnja električne energije veća je nego u mjesecu s najviše turističkih noćenja	U mjesecu s najmanje turističkih noćenja potrošnja električne energije veća je nego u mjesecu s najviše turističkih noćenja	U mjesecu s najmanje turističkih noćenja potrošnja električne energije je veća nego u mjesecu s najviše turističkih noćenja.	U Rijeci nema energetskog opterećenja infrastrukture tijekom turističke sezone
O	***Broj djelatnika na održavanju javnih površina u odnosu na m2 javnih površina koje se održavaju***	Adekvatno održavanje tijekom cijele godine, uključujući vršnu turističku sezonu	29.047 m^2/djelatniku	29.394 m^2/djelatniku	26.795 m^2/djelatniku	Osigurano dostatno održavanje javnih površina
O	***Kapaciteti (ljudski i tehnološki) za odvoz otpada*** *(Procjena količine otpada koji se može dnevno prikupiti u destinaciji)*	Nesmetano zbrinjavanje otpada tijekom cijele godine	154,8 t	163,73 t	154,36 t	Kapaciteti prilagođeni potrebama, uključujući tijekom vršne turističke sezone.
O	***Iritacija neprimjereno odloženim otpadom tijekom turističke sezone***	Manje od 50 % stanovnika iskazuje negativan stav	n/a	n/a	(2025) 63 % ispitanika drži da tijekom turističke sezone neprimjereno odlaganje otpada predstavlja veliki problem (57 % onih koji ostvaruju koristi od turizma i 65 % onih koji ih ne ostvaruju).	Za veći dio ispitanika neprimjereno odlaganje otpada predstavlja veliki problem. *Faktor rizika*

[11] Radi se o pokazatelju koji se računa i u okviru pokazatelja održivosti, metodologija izračuna je identična, no naziv pokazatelja održivosti je drugačiji i glasi: *Omjer potrošnje vode po turističkom noćenju u odnosu na prosječnu potrošnju vode po stalnom stanovniku destinacije*.

[12] „Europski turist prosječno potroši oko 300 litara vode dnevno, dok europski stanovnik troši između 100 i 200 litara dnevno, s prosjekom od približno 150 litara“ (European Commission, 2013).

[13] Radi se o pokazatelju koji se računa i u okviru pokazatelja održivosti, metodologija izračuna je identična, no naziv pokazatelja održivosti je drugačiji i glasi: *Omjer potrošnje električne energije po turističkom noćenju u odnosu na potrošnju električne energije stalnog stanovništva destinacije*.

Prometna infrastruktura

	Pokazatelj (O – obvezni; D – dodatni)	Prihvatljivi standard	2019.	2023.	2024.	Aktualno stanje
O	***Procjena (ekspertna) kapaciteta prometne infrastrukture u odnosu na volumen prometa na odabranim pravcima/točkama u danima vršne turističke sezone***	n/p	n/p	n/p	n/p	Riječka zaobilaznica je jedna od najopterećenijih prometnica u Hrvatskoj, što posebno dolazi do izražaja u vršnoj sezoni. Ostale prometnice u gradu su pod permanentnim opterećenjem lokalnog prometa od strane lokalnog stanovništva, a koji nije značajno pod utjecajem kretanja turista.
O	***Procjena kapaciteta i iskorištenosti parkirališta u razdoblju vršne turističke sezone***	n/p	n/p	n/p	n/p	Prosječna popunjenost parkirališta na području cijelog grada Rijeke u danu vršne sezone (kolovoz, 2024.) iznosi 80%.
O	***Iritacija gužvom u prometu tijekom turističke sezone***	Manje od 50 % stanovnika iskazuje negativan stav	n/a	n/a	(2025) Za 65 % ispitanika gužva u prometu tijekom turističke sezone predstavlja velik problem (53 % onih koji ostvaruju koristi od turizma i 69 % onih koji ih ne ostvaruju).	Za veći dio ispitanika gužva u prometu tijekom turističke sezone predstavlja velik problem. *Faktor rizika*
O	***Zadovoljstvo prometom u mjestu***	Više od 50 % turista iskazuje pozitivan stav	n/a	n/a	(2025) 12,5 % ispitanika je zadovoljno prometom u gradu	Za veći dio ispitanika promet u gradu nije na zadovoljavajućoj razini. *Faktor rizika*

Stanovništvo i kvaliteta života

Pokazatelj (O – obvezni; D – dodatni)		Prihvatljivi standard	2019.	2023.	2024.	Aktualno stanje
O	***Kretanje broja stanovnika u (posljednjem) desetogodišnjem razdoblju*** *(prosječna stopa promjene broja stanovnika u destinaciji u promatranom razdoblju)*	Nastavak ublažavanja negativnog trenda	-1,68 %	-1,72 %	-1,56 %	Vidljivo je da se negativni trend, (pad broja stanovnika) nastavlja, ali se u posljednjem razdoblju bilježi blago usporavanje tog pada. *Faktor rizika*
O	***Iritacija ljetnom gužvom i specifično gužvama na ulicama/javnim površinama***	Manje od 50 % stanovnika iskazuje negativan stav	n/a	n/a	(2025) 38 % ispitanika drži da ljetna gužva tijekom turističke sezone predstavlja velik problem (31 % onih koji ostvaruju koristi od turizma i 40 % onih koji ne ostvaruju koristi od turizma).	Za veći dio ispitanika ljetna gužva na ulicama/javnim površinama ne predstavlja veliki problem.
O	***Indeks priuštivosti stana***	17	n/a	(2022) 18,57[14]	n/a	Indeks ukazuje na nisku priuštivost stanovanja, ali i tendenciju pogoršanja u narednim godinama. *Faktor rizika*
D	***Percepcija utjecaja turizma na rast troškova života***	Manje od 50 % stanovnika iskazuje negativan stav	n/a	n/a	(2025) 68 % ispitanika drži da je turizam uzrokovao rast troškova života (59 % onih koji ostvaruju i 71 % onih koji ne ostvaruju koristi od turizma).	Stanovnici drže kako turizam utječe na rast troškova života. *Faktor rizika*
D	***Nezadovoljstvo s raspoloživosti stambenog prostora po prihvatljivoj cijeni uzrokovanog turizmom***	Manje od 50 % stanovnika iskazuje negativan stav	n/a	n/a	(2025) 68 % ispitanika drži da je zbog turizma raspoloživost stambenog prostora po prihvatljivoj cijeni nezadovoljavajuća (56 % onih koji ostvaruju i 71 % onih koji ne ostvaruju koristi od turizma).	Stanovnici ističu nezadovoljstvo s raspoloživosti stambenog prostora u okviru prihvatljive cijene. *Faktor rizika*

[14] Ministarstvo turizma i sporta, Alati za upravljanje razvojem turizma u destinaciji. Dostupno na https://mint.gov.hr/alati-za-upravljanje-razvojem-turizma-u-destinaciji/23970

Zaposlenost, gospodarstvo i važnost turizma

	Pokazatelj (O – obvezni; D – dodatni)	Prihvatljivi standard	2019.	2023.	2024.	Aktualno stanje
O	***Raspoloživost dodatne radne snage*** *(broj nezaposlenih u mjesecu s najvećim ostvarenim brojem noćenja turista)*	Dovoljan broj dostupne i kvalificirane radne snage za neometano odvijanje turističkih aktivnosti.	4.209	4.020	3.187	Tijekom turističke sezone bilježi se pad broja nezaposlenih. S obzirom na to da je u Rijeci udio zaposlenih u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane u ukupnom broju zaposlenih stabilan i ne ukazuje na značajnu mjesečnu distribuciju, pad broja nezaposlenosti u vršnoj sezoni ne predstavlja faktor rizika.
D	***Ovisnost stanovnika grada/mjesta o prihodima od turizma kao udio stanovnika za koje je turizam glavni i dodatni izvor prihoda u ukupnom broju stanovnika***	Manje od 50 % stanovnika iskazuje stav	n/a	n/a	(2025) Za 25 % ispitanika turizam je glavni ili dodatni izvor prihoda.	Stanovnici grada Rijeke ne ovise o prihodima od turizma.

Analiza pokazatelja prihvatnog kapaciteta pokazala je kako su ključni aspekti turističkog razvoja Rijeke na zadovoljavajućoj razini. Institucionalni i strateški okvir za upravljanje turizmom je jasno definiran, a intenzitet turizma, mjeren omjerom prosječnog broja turista po stanovniku u vršnim danima sezone daleko je ispod kritičnih vrijednosti i ukazuje na nizak pritisak na lokalnu zajednicu i infrastrukturu. Okolišni, prostorni i komunalni pokazatelji također su u prihvatljivim okvirima.

Grad trenutačno nema ozbiljnih preopterećenja u smislu apsolutnog broja turista, ali suočava se s određenim faktorima rizika pri čemu se ističe nepovoljna struktura smještajnih kapaciteta s nedostatnim udjelom hotela. Nešto niža razina zadovoljstva turista i posjetitelja kvalitetom smještaja, događanjima i manifestacijama te prometom u gradu ukazuje na potrebu daljnjeg unapređenja ponude i prometne infrastrukture u cilju povećanja kvalitete u svim segmentima čime se doprinosi atraktivnosti destinacije, produženju sezone i povećanju lojalnosti. Analiza pokazatelja je ukazala na to kako je kod jednodnevnih posjetitelja zadovoljstvo i spremnost za preporuku najniža. Ovaj nalaz sugerira na potrebu za boljim prilagođavanjem sadržaja i usluga njihovim očekivanjima. U kontekstu stavova lokalnog stanovništva, važno je naglasiti kako dio stanovnika izražava zabrinutost zbog negativnog utjecaja apartmanizacije na kvalitetu života. K tome, visok indeks priuštivosti stana, dodatno ukazuje na otežanu dostupnost stanovanja za lokalno stanovništvo.

Na kraju treba naglasiti kako je većina utvrđenih rizika vezana za subjektivne stavove i percepcije lokalnog stanovništva te nešto manje uz stavove turista i posjetitelja i kao takvi ne predstavljaju neposrednu ugrozu održivosti, ali svakako zahtijevaju pažljivo praćenje pokazatelja koji su se pokazali rizičnima, kao i značajnije uključivanje i uvažavanje interesa lokalne zajednice.

Komunalna infrastruktura i prostorni kapaciteti grada omogućuju daljnji rast turističkog prometa. Procjenjuje se da tijekom najintenzivnijeg mjeseca broj turističkih dolazaka može porasti 30 %, kao i da je grad sposoban primiti do 5.000 gostiju s kruzera u jednom danu, bez narušavanja održivosti destinacije. Iako Rijeka bilježi cjelogodišnje poslovanje, trenutačna razina turističke aktivnosti izvan glavne sezone pruža prostor za značajno povećanje prometa. Navedeno se može realizirati posebice ako se unaprijedi struktura smještajnih kapaciteta i to u korist hotela. Hoteli nude višu razinu usluge, dodatne sadržaje i otvaraju više mogućnosti za zapošljavanje lokalnog stanovništva. Njihova veća zastupljenost može ublažiti izraženu sezonalnost i dodatno ojačati konkurentnost destinacije.

Unatoč identificiranim izazovima, analiza ukazuje na to da su vrijednosti ključnih pokazatelja održivosti i prihvatnog kapaciteta Rijeke unutar prihvatljivih granica i da grad ima prostora za kontrolirani rast turističkog prometa u vršnoj sezoni i izvan vršne sezone i to u skladu s definiranim strateškim usmjerenjem koji se ogleda u razvoju turizma kao integralnog dijela razvojnog koncepta grada. Naravno, sve uz uvjet očuvanja i zaštite resursa, kontinuiranog unapređenja kvalitete turističkih sadržaja i doživljaja te očuvanja ravnoteže između turističkog razvoja, potreba turista, lokalnog stanovništva i ostalih dionika grada.

5. RAZVOJNI SMJER S MJERAMA I AKTIVNOSTIMA

5.1. Opća načela i vizija razvoja

Model razvoja turizma grada Rijeke formiran je tako da se ravnopravno uvažavaju i vrednuju ekonomski, socio-kulturni i ekološki doprinosi turizma. Model je usklađen sa strateško-planskim dokumentima iz područja turizma na regionalnoj razini (Plan razvoja turizma Primorsko-goranske županije do 2030. godine) i nacionalnoj razini (Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine, Nacionalni plan razvoja održivog turizma do 2027. godine) te aktualnim europskim politikama.

Pri tome se poštuju načela koja osiguravaju dugoročnu konkurentnost turizma, ali i njegovu pozitivnu interakciju sa zajednicom:

- Održivost,
- Kvaliteta,
- Pristupačnost,
- Zadovoljstvo posjetitelja i lokalnog stanovništva,
- Sigurnost za sve.

Turizam Rijeke sagledava se kao složena gospodarska aktivnosti koja treba omogućiti unapređenje uvjeta života i rast poduzetničkih prilika za lokalno stanovništvo.

Na temelju analize sadašnjeg stanja, provedenih istraživanja i prikupljenih stavova, uvažavajući strateške dokumente na razini grada Rijeke, Primorsko-goranske županije i Republike Hrvatske, uvažavajući trendove na turističkom tržištu vizija grada Rijeke kao turističke destinacije jest:

Rijeka, grad s karakterom, sigurna urbana luka koja afirmira različitosti i nasljeđe prošlosti u kreiranju turističkih doživljaja otvorenih za sve, tijekom cijele godine, na moru, uz more, Rječinu i gradskim kvartovima.

Ključni elementi vizije – argumentacija:

Element vizije	Argumentacija
Grad s karakterom	Rijeka kao grad specifičnog urbaniteta, lokalne kulture uvažavanja, prihvaćanja, tolerancije, otvoreni grad (*Krepat ma ne molat, Forza Fiume, Semper magis…*).
Urbana luka	Rijeka kao značajna teretna i putnička luka, lokacija najveće marine na Mediteranu (Porto Baroš). U simboličnom smislu: luka različitosti, gastronomska luka, ali i za turizam značajno – sigurna luka, luka kao utočište.
Različitosti	Rijeka kao grad uvažavanja različitih kultura, vjera, opredjeljenja. Rijeka u budućem razdoblju različitosti ne samo da uvažava, ona ih afirmira kao dio turističkog identiteta grada.

Nasljeđe prošlosti	Rijeka kao grad burne prošlosti koja se ogleda i prezentira u brojnim i različitim elementima turističke ponude grada. Afirmirajući nasljeđe prošlosti, kreira se turizam budućnosti Rijeke.
Turistički doživljaji otvoreni za sve, cijele godine	Rijeka će kreirati turističke doživljaje i sadržaje turističke ponude tijekom cijele godine koji će biti usmjereni i dostupni u jednakoj mjeri turistima iz Rijeke i okruženja te lokalnom stanovništvu.
Turistički doživljaji na moru, uz more, Rječini i gradskim kvartovima	Rijeka nastavlja razvijati turističke sadržaje uz more (marina, šetnice, plaže, lučice, sportski objekti, smještajni objekti…), na moru u kontekstu organiziranja regata, valoriziranja tramontane u zoni Preluk i uz Rječinu. Posebnost Rijeke je razvoj različitih turističkih doživljaja u gradskim kvartovima čime turizam čini dio lokalne zajednice, doprinosi kvaliteti njena života i utječe na smanjenje opterećenosti uskih lokaliteta turističkim aktivnostima i time utječe na rast prihvatnog potencijala destinacije.

Izvor: Plan razvoja turizma Rijeke do 2028. godine, str. 27.

5.2. Ciljevi turizma grada Rijeke

Razvojni smjer destinacije definiran je strateškim Planom razvoja turizma Rijeke do 2028. godine, a na temelju provedene analize stanja, sagledavanja stavova ključnih dionika, analize razvojnih potreba i potencijala. Postavljena su četiri posebna cilja razvoja turizma grada Rijeke do 2028. godine i to:

CILJEVI	OPIS
Posebni cilj 1. **Razvijanje turizma kao integralnog dijela razvojnog koncepta grada**	Grad Rijeka razvijat će turizam kao integralni dio razvojnog koncepta grada te će se aktivnostima koje unapređuju korištenje pametnih rješenja unaprijediti uvjeti života i lokalnom stanovništvu i uvjeti boravka turista. Uravnoteženost turizma sa svim ostalim djelatnostima u gradu i stavovima lokalnog stanovništva zahtijeva upravljanje turizmom u skladu s utvrđenim prihvatnim kapacitetom uz stalno jačanje marketinga destinacije.
Posebni cilj 2. **Isticanje različitosti i otvorenosti u kreiranju turističkih doživljaja**	Uvažavanje različitosti i otvorenost obilježja su koja karakteriziraju Rijeku kao grad te se navedeno dodatno afirmira kroz realizaciju vizije turizma Rijeke do 2028. godine. Raspoloživi resursi zahtijevaju snažniju valorizaciju i optimizaciju upravljanja destinacijom kako bi se na njihovim temeljima snažnije razvijali posebni oblici turizma, odnosno turistička ponuda i uopće turistički gospodarski sustav koji je pristupačan svima. Uz uključivanje lokalne zajednice posebno je značajno ulagati u jačanje kompetencija zaposlenih i poduzetnika u turizmu, napose jer dio njih i nema formalno prethodno obrazovanje iz područja turizma, a i uvažavajući stalne nove izazove na koje poduzetnici, odnosno ljudski potencijali moraju odgovoriti.
Posebni cilj 3. **Jačanje održivog cjelogodišnjeg turizma**	Održivi cjelogodišnji turizam strateški je cilj hrvatskog turizma, kao i turizma grada Rijeke. Iako dosadašnji pokazatelji turističkog prometa pokazuju da upravo Rijeka ima manje izraženu sezonalnost od usporedivih gradova, sve dalje razvojne aktivnosti usmjeravaju se ka

	jačanju investicija i poduzetničkih inicijativa koje će dodatno doprinijeti cjelogodišnjem turističkom poslovanju u Rijeci kao i ostvarenju rasta turističkog prometa u skladu s načelima održivosti i rastu kvalitete svih segmenata turističke ponude.
Posebni cilj 4. **Osnaživanje partnerske suradnje**	Pretpostavka za uspješan razvoj gradskog turizma je osiguranje suradnje svih dionika na razini destinacije uz sinergiju sektorskih politika. Pri tome je neophodno uključivanje svih dionika, uključujući lokalno stanovništvo, u donošenje ključnih odluka u turizmu grada Rijeke. Kompetitivnost turističkog tržišta nameće potrebu unapređivanja menadžmenta destinacije i upravljanje temeljeno na planovima i prikupljenim kvantitativnim i kvalitativnim podacima.

5.3. Mjere i aktivnosti za realizaciju posebnog cilja 1: Razvijanje turizma kao integralnog dijela razvojnog koncepta grada

Mjera 1.1. **Unapređivati koncept Rijeke kao pametne (engl. *smart*) turističke destinacije primjenom inovativnih tehnologija i digitalizacije**	
Opis i aktivnosti	Grad Rijeka jedan je od 196 europskih gradova uključenih u projekt Europske komisije „Smart Cities Marketplaces“ na temelju ostvarenih rezultata implementacije digitalnih rješenja u području energetske učinkovitosti, obnovljivih izvora energije, novih oblika mobilnosti usmjerenih prema poboljšanju kvalitete života u urbanim sredinama.[15] Pametna rješenja i razvoj ICT sektora (ICT inkubator Hartera, razvoj Startup Rijeka) aktivno doprinosi transformaciji Rijeke iz industrijskog grada u prepoznatljivu turističku destinaciju kao integralnog dijela razvojnog koncepta grada temeljenog na aktivnom međuodnosu turizma, industrije, prometa, znanosti, poduzetništva i novih tehnologija. Digitalizacija u turizmu doprinosi bržoj razmjeni podataka i informacija nositelja ponude i turista i njihovoj aktivnoj komunikaciji, digitalnoj transformaciji svih postupaka, administrativnom rasterećenju poduzetnika, razvoju e-usluga za upravljanje održivim razvojem destinacije i turističkim tokovima, afirmaciji digitalnog marketinga, transferu znanja, ubrzavanju poslovnih procesa, implementaciji umjetne inteligencije, novih softverskih rješenja, informacijskih sustava i upravljanju velikim bazama podataka, rudarenju podataka u generiranju poslovnih odluka temeljenih na znanju koje imaju veću mogućnost uspjeha u dinamičnom i sve izazovnijem okruženju. Također nastoji se ubrzati i unaprijediti proces istraživanja tržišta temeljen na aktivnoj implementaciji CRM-a (Customer Relationship Management) i poslovne inteligencije u predviđanju preferencija turista i aktivnosti konkurencije u generiranju i inoviranju modela koncepcije razvoja i upravljanja održivim razvojem u funkciji kvalitativne transformacije turizma grada Rijeke temeljene na afirmaciji posebnih oblika turizma i ponude događaja. Aktivnosti: 1. Status Smart Cities Marketplace – nastavak aktivnosti 2. Akcijski plan snaženja digitalne transformacije destinacije 3. Implementacija Customer Relationship Managementa (CRM)
Izvor financiranja	TZG Rijeka
Nositelj	TZG Rijeka
Planirani rok izvršenja	Do 2029.

[15] Rijeka | Smart Cities Marketplace (europa.eu), pristupljeno 14. 1. 2024.

Mjera 1.2. **Upravljati turizmom na temelju prihvatnog kapaciteta grada**	
Opis i aktivnosti	Na temelju usvojenog Plana razvoja turizma Rijeke do 2028. godine sačinjen je Plan upravljanja destinacijom s ciljem osiguranja održivosti turističkog razvoja Rijeke, odnosno budućeg razvoja kao integralnog dijela razvojnog koncepta grada. Plan upravljanja destinacijom temelji se na pokazateljima održivosti i izračunu prihvatnih kapaciteta uzimajući u obzir i turističke tokove kao i potrebe i interese lokalnog stanovništva. Neophodno je upravljati turizmom na temelju prihvatnog kapaciteta jer se tako osigurava očuvanje ravnoteže između turističkog razvoja i kvalitete života lokalnog stanovništva. Nekontroliran i prevelik priljev turista može izazvati negativne učinke na lokalnu kulturu, tradiciju i okoliš, stoga je važno uvažavati ograničenja koja će očuvati autentičnost destinacije i omogućiti adekvatnu zaštitu kulturne i prirodne baštine grada. Odgovornim upravljanjem turizmom i poticanjem razvoja raznolikih i kvalitetnih turističkih proizvoda i doživljaja, grad Rijeka sačuvat će autentičnost i privlačiti posjetitelje koji cijene lokalnu kulturu, gastronomiju i tradiciju. Na temelju identificiranih razvojnih potreba i potencijala turizma grada Rijeke, i primjenom integriranog upravljanja, implicirat će razvoj turističkih proizvoda, koordinaciju, adekvatnu i učinkovitu komunikaciju s ostalim dionicima s ciljem osiguravanja infrastrukture, realizacije zajedničkih projekata kao i razvoja ljudskih potencijala. Upravljanje turizmom na temelju prihvatnog kapaciteta predstavlja holistički pristup koji balansira ekonomske, socijalne i ekološke aspekte kako bi se postigao održiv turistički razvoj grada Rijeke koji štiti okoliš i donosi koristi svim dionicima destinacije – lokalnom stanovništvu, poduzetnicima, javnom sektoru i turistima. Aktivnosti: 1. Provedba preporuka proizašlih iz definiranog prihvatnog kapaciteta grada Rijeke u okviru Plana upravljanja destinacijom, a sukladno Pravilniku o metodologiji izračuna prihvatnog kapaciteta 2. Praćenje indikatora prihvatnog kapaciteta sukladno definiranoj dinamici
Izvor financiranja	TZG Rijeke
Nositelj	TZG Rijeke
Planirani rok izvršenja	Definiran prihvatni kapacitet – 2025.; ostalo kontinuirano do 2029.

Mjera 1.3. **Jačati marketing destinacije**	
Opis i aktivnosti	U cilju realizacije uspješnog razvoja turizma grada Rijeke i ostvarivanja konkurentske prednosti na globalnom turističkom tržištu, naročito je važno usmjeriti napore prema primjeni koncepcije destinacijskog marketinga. Navedeno potvrđuje i suvremeni razvoj turizma, u smislu njegovih posebnih oblika, čime se ponuda prilagođava specifičnim turističkim potrebama koje se razvijaju u pravcu kontinuirane potrage za novim, doživljajnim aktivnostima. Svjetska iskustva i najnoviji trendovi upućuju na razvoj selektivne potražnje, a osobito na rastući segment tržišta gradskog turizma, za koji Rijeka ima sve potrebne preduvjete. Jasno definirana strategija pozicioniranja, temeljena na specifičnim obilježjima proizvoda, preduvjet je stvaranja prepoznatljivosti Rijeke kao destinacije koja nudi nezaboravan turistički doživljaj. Aktivnosti: 1. Izrada marketinškog plana turizma grada Rijeke. 2. Brendiranje destinacije sukladno jedinstvenim karakteristikama grada Rijeke i trendovima na turističkom tržištu, pri čemu je potrebno posebno identificirati i isticati ključne urbane atrakcije i kulturnu raznolikost. 3. Unapređivanje funkcionalno-tehničkih i sadržajno-informativnih elemenata destinacijske web stranice te razvijanje snažne prisutnosti na postojećim i novim društvenim mrežama oblikovanjem ciljanih kampanja. 4. Implementacija digitalnih inovacija u kreiranju turističkih doživljaja i komunikaciji s tržištem, a posebice u kontekstu primjene tehnologije virtualne i proširene stvarnosti te mobilnog marketinga.
Izvor financiranja	TZG Rijeka
Nositelj	TZG Rijeka
Planirani rok izvršenja	Do 2029.

5.4. Mjere i aktivnosti za realizaciju posebnog cilja 2: Isticanje različitosti i otvorenosti u kreiranju turističkih doživljaja

Mjera 2.1. **Razvijati i inovirati ponudu posebnih oblika turizma**	
Opis i aktivnosti	Inovativna i raznolika turistička ponuda formira se zajedničkim djelovanjem svih dionika uključenih u njezino stvaranje te time osigurava prepoznatljivost i konkurentnost destinacije na turističkom tržištu. U zajedničkim promišljanjima i djelovanjima dionika razvijaju se posebni oblici turizma po kojima je Rijeka 2028. godine prepoznata kao destinacija gradskog turizma s raznolikom ponudom, ali i prepoznatljivo središte sadržajnijeg boravka turista s područja Primorsko-goranske županije. Posjet Rijeci kao urbanom središtu cilj je svakog turista koji boravi u okruženju. Raznolika kulturno-povijesna i prirodna baština te različitosti koje pružaju posebni oblici turizma osiguravaju ostvarenje kvalitetnih turističkih doživljaja u destinaciji. U tom smjeru razvoj novih sadržaja te početak ili nastavak u inoviranju postojećih, uz poduzetničke inicijative i kreativne industrije i aktivno uključenje svih dionika destinacija, stvara turističke proizvode koje organizatori putovanja realiziraju na turističkom tržištu. U okviru takvog razvoja posebnih oblika turizma, Rijeka pronalazi svoje mjesto na konkurentnom turističkom tržištu te odgovara na trendove u turizmu i potražnji na tržištu, a uvijek vođena ciljem kontinuiranog unapređenja i nadogradnje kvalitete i raznovrsnosti turističkih proizvoda. Najznačajniji posebni oblici turizma koji će se razvijati na području Rijeke su: sportsko-rekreacijski turizam, kulturni i kreativni turizam, gastro i eno turizam, turizam događaja, poslovni turizam, zdravstveni turizam, sunce i more, nautički turizam. Aktivnosti: 1. Uspostavljen sustav potpore projektima/programima od strateškog značaja koji podupiru posebne oblike turizma od važnosti za Rijeku 2. Kontinuirano i sustavno unapređenje kvalitete sadržaja od značaja za razvoj posebnih oblika turizma u suradnji s nositeljima ponude 3. Po potrebi formiranje klastera koji objedinjavaju dionike od značaja za pojedini posebni oblik turizma
Izvor financiranja	TZG Rijeke, nositelji turističke ponude, poduzetnici
Nositelj	TZG Rijeke u suradnji s nositeljima turističke ponude
Planirani rok izvršenja	Do 2029.

Mjera 2.2. **Uključivati lokalnu zajednicu u turističke razvojne procese i kreiranje turističkih doživljaja**	
Opis i aktivnosti	Suradnja turističke zajednice s ostalim dionicima turističke destinacije, posebice s lokalnim stanovništvom, neophodna je pri stvaranju kvalitetne i specifične turističke ponude. Koncept sustvaranja turističkih doživljaja koristi se s ciljem stvaranja jedinstvenih iskustava za posjetitelje, ali istovremeno i za lokalno stanovništvo, posebno ono koje aktivno sudjeluje u tom procesu. Lokalna zajednica ima duboko razumijevanje vlastite kulture, tradicije i povijesti, što omogućuje stvaranje autentičnih turističkih iskustava. S obzirom na to da lokalno stanovništvo vrlo često igra ključnu ulogu u očuvanju kulturne i prirodne baštine, njihovo sudjelovanje u razvojnim procesima smanjuje rizik od negativnih utjecaja turizma. Lokalno stanovništvo kroz turizam ima priliku ponuditi svoje proizvode i usluge za kojima postoji povećanje potražnje čime se potiče razvoj malih poduzetnika i obrtnika. Stoga, uključivanje lokalne zajednice u kreiranje turističkih razvojnih procesa i turističkih doživljaja ima brojne prednosti koje doprinose održivom turizmu i njegovu pozitivnom utjecaju na zajednicu i turiste. Kroz svoje aktivno sudjelovanje, lokalna zajednica će doprinijeti oblikovanju identiteta destinacije. Turisti sve više cijene i traže osobni kontakt te žele iskusiti lokalne običaje i način života u destinaciji koju posjećuju, stoga će aktivno uključivanje lokalnog stanovništva u kreiranje turističkih doživljaja i turističkih razvojnih procesa unaprijediti i obogatiti iskustvo posjetitelja, čineći ga zanimljivijim i nezaboravnim. Aktivnim uključivanjem lokalne zajednice kao (su)kreatora pridonosi se održivom razvoju turizma, povećava pozitivan utjecaj na lokalno gospodarstvo, čuva autentičnost i identitet destinacije te turistima osigurava nove i jedinstvene turističke doživljaje. Aktivnosti: 1. Uključivanje lokalnog stanovništva u strateško planiranje i kreiranje turističkih razvojnih procesa 2. Prioritiziranje turističkih doživljaja koji uključuju (su)kreiranje i sudjelovanje lokalne zajednice i njihov tržišno komuniciranje
Izvor financiranja	TZG Rijeka i Grad Rijeka
Nositelj	TZG Rijeka u suradnji s Gradom Rijekom
Planirani rok izvršenja	Do 2029.

Mjera 2.3 **Snažiti pristupačnost**	
Opis i aktivnosti	Snaženje pristupačnosti jedan je od prioriteta europskih politika, predstavlja društvenu obavezu i civilizacijski doseg turističkih destinacija 21. stoljeća. Pristupačnost predstavlja „kvalitetu ili značajku koja implicira da je nešto dostižno, dostupno, jednostavno za dobiti, jednostavno za upotrebljavati, jednostavno za razumjeti, jednostavno za cijeniti, jednostavno za ulaziti te jednostavno za upotrebljavati osobama s bilo kojom vrstom invaliditeta“ (Đurkin Badurina i sur., 2025). S obzirom na to da gotovo 1,5 milijardi ljudi (16 % svjetske populacije) živi sa značajnim invaliditetom (UN Tourism, n. d.) a mnogi se zbog invaliditeta, fizičkih ograničenja ili starije životne dobi suočavaju s trajnim ili povremenim poteškoćama u pristupu, izuzetno je važno da pristupačnost svih sadržaja, proizvoda i usluga bude u središtu svakog turističkog razvoja, ideje ili plana (Đurkin Badurina i sur., 2025). Time se, uz osiguranje relevantnih i pouzdanih informacija o pristupačnosti turističkih sadržaja u destinaciji, jamči jednakost, uključivost i mogućnost ravnopravnog uživanja u turističkim doživljajima za svakog pojedinca. Promišljanje turističkog razvoja i provođenje aktivnosti tako da doprinosi društvenoj jednakosti i uključivosti znači svjesno stvaranje okruženja u kojem se poštuju i uvažavaju različitosti te omogućuje ravnopravno sudjelovanje svih članova društva, bez obzira na njihove osobne karakteristike ili okolnosti. Sadržaji, objekti, usluge i događaji (turistički, sportski, kulturni i drugi) trebaju biti prilagođeni osobama s invaliditetom. Posebno je važno osigurati vizualnu signalizaciju, digitalne aplikacije kao i vodiče prilagođene osobama s invaliditetom. Aktivnosti: 1. Mapiranje i označavanje pristupačnih turističkih točaka (provoditi terenska istraživanja u cilju identifikacije lokacija koje su pristupačne osobama s invaliditetom) 2. Kreiranje informacijske baze o pristupačnosti (izraditi i održavati online bazu s detaljnim informacijama o pristupačnosti turističkih sadržaja) 3. Senzibilizacija javnosti i edukacija dionika u turizmu (organizirati kampanje i edukacije kojima se promiče važnost pristupačnog i uključivog turizma)
Izvor financiranja	TZG Rijeka
Nositelj	TZG Rijeka
Planirani rok izvršenja	Do 2029.

Mjera 2.4. **Valorizirati jedinstvene turističke resurse industrijskog i kulturno-povijesnog nasljeđa**	
Opis i aktivnosti	Naslijeđe koje je Rijeka ostvarila kroz nositeljstvo titule Europske prijestolnice kulture 2020. programa Luka različitosti reflektira se i na budućnost. Rijeka ostvaruje vidljivost kao kulturno središte na razini Hrvatske, ali i na međunarodnoj razini. Titula Europske prijestolnice kulture doprinosi jačanju lokalnih inicijativa kroz sinergijsko djelovanje institucionalnog i izvaninstitucionalnog sektora, ali i kontinuirano potiče međunarodno umrežavanje. Kulturni programi i infrastruktura te kreativne industrije osiguravaju da je kultura sastavnim dijelom turističke ponude grada. Važan dio nasljeđa Europske prijestolnice kulture je obnova zgrada i objekata kulture u Rijeci koji osiguravaju uživanje u kulturnoj ponudi kako lokalnom stanovništvu tako i turistima (kompleks Benčić). U razvoju turističke ponude važna je uloga muzejske ponude te razvijenost i vidljivost programa i sadržaja koje nude. Nadalje, obnovljeni Brod Galeb koji privezan u riječkoj luci postat će kulturno-turistička atrakcija. Prostor Exportdrva postat će središte različitih događanja kako onih poslovnih tako i onih kulturnih. Uređenje kompleksa Metropolis, zaštićenog secesijskog kompleksa skladišta u zapadnom djelu luke i drugih sadržaja otvaranja Rijeke prema moru omogućit će se poticanje turističkih, društvenih i poduzetničkih inicijativa. Lokalitete i objekte koji svjedoče o nekadašnjoj moći industrijskog Riječkog bazena, a izvan su funkcije, nastoji se sačuvati i obnoviti kao temelj za nove oblike kulturne, edukativne buduće turističke valorizacije (Riječka tvornica konopa, Tvornica torpeda i dr.). Titula Europska prijestolnica kulture 2020. je grad Rijeku trajno zabilježila na mapi Europskih prijestolnica kulture te će time i dalje doprinositi vidljivosti i prepoznatljivosti Rijeke kao kulturnog središta osobito kod kulturom motiviranih turista, ali i onih koji žele dodatno unaprijediti sadržajnost svojeg boravka u Rijeci i okolnim turističkim destinacijama. Aktivnosti: 1. Plansko unapređenje turističke valorizacije industrijskog i kulturno-povijesnog nasljeđa 2. Projekt Metropolis 3. Motorni brod Galeb – integracija u turističku ponudu grada 4. Obnova i koncepcijsko oblikovanje prostora Exportdrva
Izvor financiranja	TZG Rijeke, kulturne institucije, Grad Rijeka, udruge
Nositelj	TZG Rijeke, kulturne institucije, Grad Rijeka, udruge
Planirani rok izvršenja	Do 2029.

Mjera 2.5. **Jačati kompetencije ljudskih potencijala i poduzetnika u turizmu**	
Opis i aktivnosti	Konkurentnost turizma kao i gospodarstva u cjelini direktno se vezuje za kvalitetu ljudskih potencijala u pogledu njihovih ključnih kompetencija za obavljanje poslova, ali i dostatnu brojnost usklađenu s potrebama i zahtjevima tržišta rada. Mjera je usmjerena na jačanje kompetencija ljudskih potencijala (različite kategorije zaposlenika) i poduzetnika u turizmu te sektorima i aktivnostima povezanim s turizmom, koji će doprinijeti njegovoj konkurentnosti i održivosti kroz osiguranje kvalitetnih radnih mjesta, povećanje kvalitete života i rada lokalnog stanovništva. S obzirom na velik udio obiteljskog smještaja u ukupnim smještajnim kapacitetima i potrebi za rastom njihove kvalitete, nužni su edukacijski programi usmjereni i ka nositeljima ovog segmenta ponude. Novi zahtjevi gostiju, novi trendovi na turističkom tržištu nameću potrebu za kontinuiranim jačanjem kompetencija sadašnjih i budućih zaposlenika i poduzetnika te njihovo usklađivanje s potrebama suvremenih procesa. Poseban naglasak daje se potpori i provedbi u osmišljavanju novih programa usmjerenih jačanju osnovnih strukovnih znanja i vještina s fokusom na kraće programe prilagođene potrebama poslodavaca, zaposlenika, dionika u turizmu, ali i šire javnosti. Prije svega jačanje kompetencija odnosi se na suvremene trendove u eno-gastronomiji, interpretacije suvremenih kulinarskih tehnika, ali uvažavajući lokalno, autohtono, tradicionalno, autentično i inovativno. Jačanjem kompetencija ljudskih potencijala i poduzetnika u turizmu pridonijet će se stvaranju novih znanja, vještina i kompetencija kao temeljnim pokretačima promjena u javnom i privatnom sektoru. Aktivnosti: 1. Organiziranje programa za unapređenje kompetencija u turizmu, posebno za nositelje obiteljskog smještaja i turističke neprofesionalce 2. Organiziranje tematskih edukacijskih programa/događanja za odabrane skupine s ciljem unapređenja znanja, kompetencija i jačanja poduzetničkih kapaciteta 3. Organiziranje programa edukacije koji doprinose integraciji strane radne snage zaposlene u turizmu i ugostiteljstvu u zajednicu
Izvor financiranja	TZG Rijeka
Nositelj	TZG Rijeka
Planirani rok izvršenja	Do 2029.

5.5. Mjere i aktivnosti za realizaciju posebnog cilja 3: Jačanje održivog cjelogodišnjeg turizma

Mjera 3.1. **Podržavati investicije i poduzetničke inicijative u funkciji razvoja turizma**	
Opis i aktivnosti	Kako bi se turizam grada Rijeke intenzivnije razvijao potrebno je kontinuirano privlačiti i pružiti podršku novim investicijama i poduzetničkim projektima koji doprinose razvoju novih elemenata turističke ponude i unapređenju postojećih. Kreiranje pozitivnog poslovnog okruženja utječe na privlačenje investicija i uspješnost poslovanja, a to je i jedan od uvjeta za postizanje konkurentnosti. Pri tome treba voditi računa o tome da poduzetnički projekti u turizmu imaju svoje specifičnosti, poput dugoročnosti povratka investicije i u određenim projektima visokih investicijskih uloga. Podrška investicijama obuhvaća i pružanje informacija o dostupnim sredstvima financiranja za razvoj poslovanja i podizanje konkurentnosti malih i srednjih poduzetnika te pružanje podrške ulaganjima koja rezultiraju povećanjem produktivnosti i konkurentnosti. Turizam grada Rijeke u narednom razdoblju očekuje niz investicija i poduzetničkih inicijativa kako bi se stvorio turistički proizvod koji će stvarati višu dodanu vrijednost. Isto tako, u gradu Rijeci potrebno je podržavati one investicije i poduzetničke inicijative koje rezultiraju novim kvalitetnim radnim mjestima, primjenjuju održive prakse, pametna rješenja i pristupačnost. Navedeno će rezultirati unapređenjem kvalitete života, osnaživanjem društvene uključenosti i smanjivanjem socijalnih nejednakosti. Aktivnosti: 1. Prioritizirati investicije od strateškog značaja za razvoj turizma grada Rijeke 2. Podržati poduzetničke inicijative koje primjenjuju održive prakse, pametna rješenja i pristupačnost.
Izvor financiranja	Grad Rijeka
Nositelj	Grad Rijeka u suradnji s TZG Rijeke
Planirani rok izvršenja	Do 2029.

Mjera 3.2. **Promicati razvoj smještajnih kapaciteta visoke kvalitete primjerenih cjelogodišnjem turizmu**	
Opis i aktivnosti	Kako bi se osigurala adekvatna struktura i kvaliteta smještajnih kapaciteta, kao i usmjerenja prema cjelogodišnjem poslovanju, potrebno je promicati rast i kvalitativno unapređenje visoko kvalitetnog smještaja, ali i unapređenje kvalitete u svim smještajnim kapacitetima. Posebno se ukazuje na značaj hotelskog smještaja kao oblika smještaja koji najznačajnije doprinosi cjelogodišnjem poslovanju. Isto tako potrebno je provoditi aktivnosti koje daju mogućnosti malim iznajmljivačima u segmentu obiteljskog smještaja za transformaciju u poduzetnike (hotelski smještaj) uvažavajući pri tome različitost tržišnih i organizacijskih mogućnosti (integralni hoteli). Unapređenjem strukture smještajnih kapaciteta stvorit će se pozitivan utjecaj i povećavati tendencije prema cjelogodišnjem poslovanju čime se osigurava novo stalno zapošljavanje i kreiranje proizvoda i usluga visoke dodane vrijednosti, otvaraju mogućnosti plasmana lokalnih proizvoda, značajno pozitivno djeluje na ekonomsku održivost turističkog sustava i potiče razvoj Rijeke kao turističke destinacije. U kontekstu usmjerenja prema kvaliteti, održivosti i cjelogodišnjem poslovanju potrebno je unapređivati kvalitetu svih smještajnih kapaciteta, dodatno jačati njihovu strukturu kako bi se osigurali bolji uvjeti za cjelogodišnje poslovanje i osiguranje turističke ponude visoke dodane vrijednosti. Strukturirani razvoj u smjeru smještajnih kapaciteta primjerenih cjelogodišnjem turizmu i njihovoj kvaliteti dodatno doprinosi stvaranju poticajnog poslovnog okruženja, ali i certificiranju smještajnih kapaciteta lokalnim, regionalnim i međunarodnim oznakama kvalitete. Aktivnosti: 1. Kontinuirano i sustavno praćenje unapređenja kvalitete smještajnih kapaciteta u suradnji s nositeljima ponude 2. Privlačiti međunarodne hotelske brendove 3. Snažiti razvoj mikro i malog poduzetništva u segmentu smještajne ponude 4. Jačati certificiranje smještajnih objekta oznakama kvalitete
Izvor financiranja	TZG Rijeke, Grad Rijeka, poduzetnici, nositelji smještajne ponude
Nositelj	TZG Rijeka u suradnji s nositeljima smještajne ponude
Planirani rok izvršenja	Do 2029.

Mjera 3.3. **Organizirati turističke događaje i snažiti ponudu tijekom cijele godine**	
Opis i aktivnosti	Suvremeni turizam prerasta u industriju događaja, s ciljem pružanja unikatnih turističkih doživljaja. Rijeka u svojem turističkom razvoju mora kvantitativno povećati i kvalitativno unaprijediti ponudu turističkih događaja. Broj događaja potrebno je povećati i ravnomjernije rasporediti tijekom čitave godine u cilju cjelogodišnjeg poslovanja (primjer atraktivnih događaja izvan glavne sezone je Riječki karneval). Također se turistički događaji moraju organizirati na različitim lokacijama kako bi se turistički afirmirali gradski kvartovi i time gradio turizam u simbiozi s lokalnom zajednicom. Turistički događaji moraju prerasti u nadgradnju posebnih oblika turizma (kulturni, sportski, gastronomski, *outdoor*, poslovni...). U inoviranju i kvalitativnom diversificiranju događaja posebnu važnost imaju kulturni događaji temeljeni na autohtonim vrijednostima (kultura, tradicija, tradicijska glazba, lokalna enogastronomija, itd.) kojima će se oživjeti bogata prošlost i diversificirati se od uniformne, stereotipne, globalizirane ponude događaja, ali s druge strane i događaji koji imaju izraziti međunarodni doseg i pridonose pozicioniranju Rijeke na kulturnoj karti Europe i Mediterana. U osmišljavanju događaja potrebno je kontinuirano unapređivati višekratne događaje (događaji koji se održavaju svake godine). U inoviranju događaja potrebno je aktivno uključivati domicilno stanovništvo kao promotora lokalne kulture koje mora živjeti s događajem (primjer Riječki karneval), ali i turiste kao aktivne sukreatore sadržaja događaja (kreativni turizam). Kulturni i kreativni turizam (glazba, film…) treba doprinijeti rastu globalne prepoznatljivosti grada. Turistički događaji mogu postati ključni promotor i zamašnjak turističkog poslovanja tijekom cijele godine te je potrebno planski osmišljavati i nadopunjavati kalendar događaja u koordinaciji s ponudom događaja susjednih destinacija, kao i poslovnih subjekata u turizmu čime se može osigurati kvalitetnija infrastruktura za manifestacije tijekom cijele godine, ravnomjerniji raspored događaja i manja sezonska ovisnost, snažnije povezivanje događanja s lokalnom zajednicom i gradskom infrastrukturom te dodatna vrijednost ukupnoj turističkoj ponudi grada Rijeke. Aktivnosti: 1. Poticati unapređenja postojećih i razvijanje novih programa događanja s ciljem privlačenja turističke potražnje izvan razdoblja 1. 6. – 30. 9. 2. Razvijati i privlačiti događaje međunarodne prepoznatljivosti i značaja 3. Uključivanje lokalnog stanovništva u planiranje i kreiranje turističkih događaja
Izvor financiranja	TZG Rijeke, Grad Rijeka, TZ PGŽ, poslovni subjekti u turizmu
Nositelj	TZG Rijeke, Grad Rijeka, lokalna zajednica, udruge, institucije u kulturi, poslovni subjekti u turizmu
Planirani rok izvršenja	Do 2029.

Mjera 3.4. **Privlačiti oznake kvalitete i međunarodne brendove**	
Opis i aktivnosti	Uzimajući u obzir brze promjene na turističkom tržištu, posebice vezano za sve zahtjevniju turističku potražnju, nužno je poduzimati mjere koje će privući turističku potražnju oznakama kvalitete, posebno s naglaskom na međunarodne oznake kvalitete. Od velikog je značaja za turizam grada Rijeke poduprijeti oznake kvalitete i međunarodne oznake izvrsnosti u svim segmentima turističkog sustava: objekti za smještaj, objekti za hranu i piće, odabrani proizvodi i usluge, atrakcijski elementi, obrazovne ustanove i programi. Dodatno, treba nastaviti s implementacijom lokalnih oznaka kvalitete, kao što su *Kvarner family* (obiteljski smještaj), *Kvarner Gourmet* i *Kvarner Food* (ugostiteljski objekti), *Kvarner Wines*. Na razini grada Rijeke pokrenut je 2022. godine projekt Riječke gastronomske luke s ciljem povezivanja ugostiteljskih objekata u zajedničku priču s marketinškim potencijalom, izgradnje gastronomskog brenda u sklopu brenda grada Rijeke, podrške u profiliranju ugostiteljskih objekata s ciljem dizanja ukupne kvalitete i prepoznatljivosti ponude destinacije te edukacija za ugostitelje o novim trendovima u ugostiteljskoj ponudi. Kontinuiranim jačanjem kvalitete osigurat će se dugoročna prepoznatljivost turizma grada Rijeke čemu poseban doprinos trebaju dati međunarodne oznake kvalitete. Time se dodatno snaži vidljivost na međunarodnom tržištu, pri čemu je iznimna važnost u privlačenju međunarodnih hotelskih brendova. Aktivnosti: 1. Podupirati međunarodne oznake kvalitete s ciljem jačanja prepoznatljivosti i izvrsnosti 2. Privlačenje međunarodnih brendova posebno u segmentu hotelskog smještaja 3. Nastaviti aktivnosti na promociji i snaženju prepoznatljivosti lokalnih oznaka (razina Kvarnera i grada Rijeke)
Izvor financiranja	Poslovni subjekti uz podršku TZG Rijeke
Nositelj	Poslovni subjekti uz podršku TZG Rijeke
Planirani rok izvršenja	Do 2029.

5.6. Mjere i aktivnosti za realizaciju posebnog cilja 4: Osnaživanje partnerske suradnje

Mjera 4.1. **Poticati sinergiju sektorskih politika i dionika**	
Opis i aktivnosti	Turizam kao složena ekonomska i društvena aktivnosti ima snažnu interakciju s različitim sektorskim politikama, a njegova organizacija i u konačnici kvaliteta s aspekta turista ovisi o kvaliteti ukupnog funkcionalnog sustava grada. Kao što turizam utječe na grad, isto tako i odluke, aktivnosti i projekti koji se odvijaju u gradu u okviru različitih sektorskih politika utječu i na turizam, odnosno na kreiranje poticajnih uvjeta za njegov daljnji razvoj. Stoga je za dugoročno održivi i kvalitetan turizam potrebno poticati sinergiju sektorskih politika (upravljanje prostorom, pomorskim dobrom, komunalna infrastruktura, kulturna politika, prometna rješenja, sport i obrazovanje, digitalizacija, zelene politike…). Osim usklađenosti sektorskih politika za razvoj turizma, izuzetno je važna suradnja različitih dionika na razini destinacije kako iz područja javnog tako i privatnog sektora. Upravo je usklađivanje različitih interesa i prioriteta različitih dionika jedan od najvećih izazova upravljanja gradom kao turističkom destinacijom. Slijedom navedenog, uspješnost upravljanja turizmom ne može biti prepuštena isključivo turističkom menadžmentu, već je nužna stalna suradnja i usklađenost. Aktivnost: 1. Formirati koordinacijsko tijelo na razini grada Rijeke s ciljem usuglašavanja aktivnosti i djelovanja 2. Po potrebi formirati klastere (npr. za kulturni turizam, MICE…)
Izvor financiranja	Grad Rijeka i TZG Rijeka
Nositelj	Grad Rijeka i TZG Rijeka
Planirani rok izvršenja	2026.

Mjera 4.2. **Jačati participativno odlučivanje u turizmu**	
Opis i aktivnosti	Turističke politike trebaju donijeti boljitak lokalnoj zajednici što je moguće jedino primjenom participativnog odlučivanja u turizmu, otvaranja mogućnosti svim javnim i poslovnim sustavima i lokalnom stanovništvu da u adekvatnoj mjeri sudjeluju u donošenju odluka u turizmu. Daljnji značajan korak djelovanja usmjeren je na problematiku poticanja umrežavanja s naglaskom na sve horizontalne i vertikalne oblike umreženja između sudionika na strani ponude. Suvremene tehnologije na relativno jednostavan i efikasan način omogućuju kolanje informacija, postupke prikupljanja mišljenja i generiranje zaključaka koji su u najširem društvenom i gospodarskom interesu grada. Ovakav pristup treba prevenirati potencijalne otpore pojedinih skupina ili u najeklatantnijem slučaju otpor lokalnog stanovništva, odnosno otvara se mogućnost pravodobnog informiranja s jedne strane, ali i komuniciranja stavova pojedinih skupina i lokalne zajednice u cjelini. U cilju prikupljanja stavova ključnih dionika o razvoju turizma i njegovim aspektima potrebno je uspostaviti sustavno prikupljanja njihovih stavova, analizu istih i provedbu korektivnih aktivnosti/mjera. Aktivnosti: 1. Uspostavljen sustav prikupljanja stavova lokalnog stanovništva o turizmu Rijeke 2. Uspostavljen sustav prikupljanja stavova turista o turizmu Rijeke 3. Uspostavljen sustav prikupljanja stavova turističkih dionika o turizmu Rijeke
Izvor financiranja	TZG Rijeka
Nositelj	TZG Rijeka
Planirani rok izvršenja	Svake dvije godine

Mjera 4.3. **Unapređivati menadžment destinacije**	
Opis i aktivnosti	U uvjetima globalnog turističkog tržišta, sve snažnije konkurencije i razvoja turističke ponude pojedinih destinacija te stalnog rasta i promjena zahtjeva turista, neophodno je kontinuirano unapređivati menadžment destinacije – grada Rijeke. Posebno je značajan u uvjetima permanentnih kriza s kojima se susrećemo, a koje su teško predvidive i traže efikasan krizni menadžment destinacije u posebnim okolnostima. Budući da se turizam u Rijeci sagledava kao sastavni dio razvojnog koncepta grada uz naglašene prednosti koje treba donijeti lokalnom stanovništvu, općem društvenom i ekonomskom razvoju menadžment destinacije treba odgovoriti na niz izazova unapređujući svoj način rada uvažavajući u što većoj mjeri načelo participativnosti. Turistička zajednica okosnica je menadžmenta destinacije, no složenost tržišnih uvjeta i formiranja konkurentnog turističkog proizvoda grada zahtijeva intenzivnu i stalnu suradnju, prije svega s gradskom upravom i ključnim nositeljima turističke ponude, ali i širim krugom dionika koji svatko na svoj način doprinose funkcioniranju grada i kreiranju uvjeta za turističke aktivnosti. Cjeloviti strateški pristup destinacijskog menadžmenta treba ići u smjeru uspješnog povezivanja svih elemenata koji čine destinaciju uz jačanje uloge lokalne zajednice u procesu donošenja odluka, kroz članstvo u tijelima turističke zajednice, a isto tako i kroz predstavnička tijela građana. Značajnija uloga turističkih zajednica treba osigurati održivi razvoj osiguravanjem uvjeta da se resursi koriste na održivi način, odnosno da se očuva autentičnost, ekološki i resursni integritet prostora. Potiče se razvoj IT alata za upravljanje destinacijom kao i jačanje digitalizacije u marketingu i promociji. Aktivnosti: 1. Monitoring provedbe plana turizma, praćenje definiranih ishoda i pokazatelja održivosti i prihvatnog potencijala 2. Unapređenje postojećih i razvoj novih IT rješenja u funkciji osiguranja podataka za efikasnije upravljanje destinacijom 3. Definirati natječaje, potpore i ostale aktivnosti usklađeno s ciljevima i vizijom razvoja turizma grada Rijeke
Izvor financiranja	TZG Rijeke
Nositelj	TZG Rijeke
Planirani rok izvršenja	Kontinuirano

6. SMJERNICE, PREPORUKE I PROVEDBA

Plan upravljanja destinacijom akt je lokalne razine provedbe cjelovite reforme hrvatskog turizma koja počiva na Strategiji razvoja održivog turizma do 2030. godine, Nacionalnom planu razvoja održivog turizma do 2027. godine, Zakonu o turizmu te provedbenih pravilnika: Pravilnik o metodologiji izrade plana upravljanja destinacijom, Pravilnik o pokazateljima za praćenje razvoja i održivosti turizma, Pravilnik o metodologiji izračuna prihvatnog kapaciteta.

Rijeka je i prije uspostavljanja zakonske obaveze izrade Plana upravljanja destinacijom imala strateško-planski razvojni dokument za turizam, odnosno usvojen Plan razvoja turizma grada Rijeke do 2028. godine koji uz utvrđenu viziju, posebne ciljeve i mjere, ima i utvrđene pokazatelje ishoda po svakom posebnom cilju.

Planom upravljanja utvrđeni su pokazatelji održivosti, pokazatelji prihvatnog kapaciteta i provedbene aktivnosti za realizaciju postavljenih ciljeva i mjera.

Smjernice i preporuke proizlaze iz utvrđenog modela razvoja turizma grada Rijeke koji sagledava turizam kao integralni dio razvojnog koncepta grada. Navedeno podrazumijeva:

- Aktivnu suradnju i koordinaciju aktivnosti Grada Rijeke, gradskih institucija/poduzeća, turističke zajednice i gospodarskih subjekata (posebno onih iz područja turizma i ugostiteljstva)
- Aktivnu suradnju i koordinaciju aktivnosti na razini okruženja i regije (Riječki prsten, Kvarner)
- Aktivnu suradnju sa sustavom turističkih zajednica – od lokalnih, regionalne do razine HTZ
- Suradnju i poticaj gospodarskim subjektima u turizmu koji provode projekte usklađene s vizijom turizma grada Rijeke
- Participativno odlučivanje, odnosno uvažavanje stavova lokalne zajednice pri donošenju razvojnih odluka u turizmu
- Uvažavanje stavova posjetitelja kao temelja za buduće oblikovanje i unapređenje turizma grada Rijeke, a u cilju rasta njihova zadovoljstva destinacijom
- Usklađivanje plana rada turističke zajednice s donesenim Planom
- Provođenje postavljenih posebnih ciljeva, mjera i aktivnosti i praćenje provedbe temeljeno na konkretnim pokazateljima
- Razvijanje istraživačke podloge za upravljanje turizmom destinacije
- Promoviranje i podupiranje održive prakse, zelene politike, jačati pristupačnost i odgovorno poslovanje svih dionika
- Provedbu edukativnih programa i akcija u skladu s ciljevima, mjerama i aktivnostima utvrđenima Planom
- Korištenje prednosti digitalizacije kako u komunikaciji s tržištem, tako i u ubrzavanju procesa poslovanja i organizacije

- Korištenje IT sustava za upravljanjem turizmom koje razvija Ministarstvo turizma i sporta RH
- Menadžment destinacije temeljen na podacima, što podrazumijeva dinamičko praćenje podataka o osnovnim pokazateljima turističkog razvoja, pokazateljima održivosti, pokazateljima prihvatnog kapaciteta
- Provedbu monitoringa provedbe Plana, po potrebi pokretanje izmjena i dopuna Plana (u slučaju značajnih odstupanja ili bitno izmijenjenih okolnosti) te redovito izvještavanje tijela turističke zajednice o provedbi Plana

Svrha svega navedenog je realizacija utvrđene vizije razvoja turizma grada Rijeke.

Popis referenci

1. Best in Parking AG. (n.d.). https://www.bestinparking.com/en/hr/garages
2. Bioportal. (n. d.). *Informacijski sustav zaštite prirode*. https://bioportal.hr/
3. Boranić Živoder, S., Marković Vukadin, I., Trezner, Ž. (2025). *Upravljanje turističkom destinacijom: Priručnik za nastavnike*. Ministarstvo turizma i sporta.
4. Državni zavod za statistiku. (2021a). *Popis stanovništva po gradovima i općinama, 2021.* https://podaci.dzs.hr/media/td3jvrbu/popis_2021-stanovnistvo_po_gradovima_opcinama.xlsx
5. Državni zavod za statistiku. (2021b). *Popis stanovništva, kućanstava i stanova 2021.* https://dzs.gov.hr/u-fokusu/popis-2021/88
6. Državni zavod za statistiku. (2025). *Zaposleni u pravnim osobama po županijama i gradovima/općinama prema NKD-u 2007., stanje 31. ožujka 2025.* https://podaci.dzs.hr/media/xpkfrkth/zaposlenost-i-place-pregled-po-zupanijama.xlsx
7. Đurkin Badurina, J., Kovačić, N., Paleka, H., & Soldić Frleta, D. (2025). Rušenje prepreka: Stvaranje uključivih turističkih destinacija. *In press*.
8. Euronews. (2025). *Travel trend report: Exploring differently, travelling better (2025 edition)*. Euronews.
9. European Commission. (2013). *Best environmental management practice in the tourism sector*. Publications Office of the European Union. https://green-forum.ec.europa.eu/document/download/31ee1841-92ff-4eb9-b37e-9fc1f4d66bb7_en?filename=2_PDFsam_BEMP-5-FINAL.pdf
10. European Commission. (n. d.). *Rijeka. Smart Cities Marketplace*. https://smart-cities-marketplace.ec.europa.eu/city/rijeka
11. eVisitor. (n. d.). *Informacijski sustav za prijavu i odjavu turista*. https://www.evisitor.hr/
12. Grad Rijeka. (2021). *Plan razvoja grada Rijeke za razdoblje 2021.–2027. godine*. https://www.rijeka.hr/wp-content/uploads/2021/03/Plan-razvoja-Grada-Rijeke-za-razdoblje-2021.-2027..pdf
13. Grad Rijeka. (n. d.-a). *Osiguravanje mobilnosti i pristupačnosti*. https://www.rijeka.hr/teme-za-gradane/obitelj-i-drustvena-skrb/osobe-s-invaliditetom/osiguravanje-mobilnosti-pristupacnosti/?noredirect=hr-HR
14. Grad Rijeka. (n. d.-b). *Plaža Kostanj*. https://www.rijeka.hr/gradska-uprava/gradski-projekti/realizirani-projekti/uredjenja-grada/plaza-kostanj/
15. Grad Rijeka. (n. d.). *Sportski objekti*. https://www.rijeka.hr/teme-za-gradane/sport-i-rekreacija/sportska-infrastruktura-grada-rijeke/sportski-objekti/
16. Hilton Rijeka Costabella Beach Resort & Spa. (n. d.). https://www.hilton.com/en/hotels/rjkochi-hilton-rijeka-costabella-beach-resort-and-spa/events/
17. Hrvatski zavod za zapošljavanje. (2025). *Godišnjak 2024.* https://www.hzz.hr/app/uploads/2022/09/GODISNJAK-2024.pdf
18. Institut za turizam. (2022). *Studija turističkog nosivog kapaciteta grada Splita*. https://sjednice.split.hr/pdfviewer/7267?backUrl=%2F%236%2F129&signature=d785fa3ff88f35da8564694a7ae57240226d580e6c0261068e20966fc04057ad
19. Institut za turizam. (2023). *TOMAS Hrvatska 2022./2023: Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj u 2022. i 2023. godini*. https://www.htz.hr/sites/default/files/2023-12/TOMAS%20Hrvatska%202022%20-%202023.pdf
20. Jadran hoteli Rijeka. (n. d.). https://jadran-hoteli.hr/sastanci-i-dogadanja/grand-hotel-bonavia/ https://jadran-hoteli.hr/sastanci-i-dogadanja/hotel-continental/
21. Ministarstvo turizma i sporta. (2024). *Pristupačan turizam: Priručnik za inkluzivnu uslugu i zapošljavanje*. https://drive.google.com/file/d/1QKsgiUpIDZ3rPElwIM60QfZ4bQoVcpCN/view
22. Ministarstvo turizma i sporta. (2025a). *Alati za upravljanje razvojem turizma u destinaciji*. https://mint.gov.hr/alati-za-upravljanje-razvojem-turizma-u-destinaciji/23970
23. Ministarstvo turizma i sporta. (2025b). *Smjernice za provođenje istraživanja zadovoljstva cjelokupnim boravkom u destinaciji: Ankete turista i jednodnevnih posjetitelja*. https://mint.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/Smjernice%20za%20provo%C4%91enje%20istra%C5%

BEivanja%20zadovoljstva%20cjelokupnim%20boravkom%20u%20destinaciji%20V1.2%20lipanj%202025..pdf
24. Ministarstvo turizma i sporta. (2025c). *Smjernice za provođenje istraživanja stavova lokalnog stanovništva o turizmu i utjecaju turizma na kvalitetu života: Anketa lokalnog stanovništva*. https://mint.gov.hr/UserDocsImages/1A_UPISNICI/Smjernice%20za%20provo%C4%91enje%20istra%C5%BEivanja%20stavova%20lokalnog%20stanovni%C5%A1tva.pdf
25. Ministarstvo turizma i sporta Republike Hrvatske. (2022). *Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine*. https://mint.gov.hr/UserDocsImages/2022_dokumenti/003_220721_Strategija_ROT_nacrt.pdf
26. Ministarstvo turizma i sporta Republike Hrvatske. (2023). *Nacionalni plan razvoja održivog turizma do 2027. godine*. https://mint.gov.hr/UserDocsImages/2023_dokumenti/Nacionalni%20plan%20razvoja%20odr%C5%BEivog%20turizma%20do%202027.%20godine%20i%20Akcijski%20plan%20do%202025.%20godine.pdf
27. Nastavni zavod za javno zdravstvo Primorsko-goranske županije. (2019). *Podaci o kakvoći mora za kupališne vode na području grada Rijeke za 2019. godinu*. Institut za oceanografiju i ribarstvo.
28. Nastavni zavod za javno zdravstvo Primorsko-goranske županije. (2023). *Podaci o kakvoći mora za kupališne vode na području grada Rijeke za 2023. godinu*. Institut za oceanografiju i ribarstvo.
29. Nastavni zavod za javno zdravstvo Primorsko-goranske županije. (2024). *Podaci o kakvoći mora za kupališne vode na području grada Rijeke za 2024. godinu*. Institut za oceanografiju i ribarstvo.
30. Primorsko-goranska županija. (2022). *Plan razvoja turizma Primorsko-goranske županije do 2030. godine*. https://www.kvarner.hr/en/docs/kvarner2011HR/documents/2652/1.0/Original.pdf
31. Registar kulturnih dobara RH. (n.d.). https://registar.kulturnadobra.hr/#/
32. Revfine. (2025). *Key digital trends in the tourism and travel industry in 2025*. https://www.revfine.com/digital-trends-travel-industry/
33. Rijeka parking. (n.d.). *Podaci o parkiralištima TD Rijeka plus d.o.o.*
34. Rijeka sport. (n.d.). *Osobe s invaliditetom*. https://www.rijekasport.hr/hr/osobe-s-invaliditetom/
35. Turistička zajednica grada Rijeke. (2016). *Brošura Riječke plaže*. https://www.rijeka.hr/wp-content/uploads/2016/05/Bro%C5%A1ura-Rije%C4%8Dke-pla%C5%BEe.pdf
36. Turistička zajednica grada Rijeke. (2024). *Plan razvoja turizma Rijeke do 2028. godine*. https://visitrijeka.hr/wp-content/uploads/2024/04/2024-03-15_Plan-razvoja-turizma-Rijeke.pdf
37. Turistička zajednica grada Rijeke. (n.d.). *Popis ugostiteljskih objekata*. https://visitrijeka.hr/ugostiteljski-objekti/
38. Turistička zajednica Kvarnera. (n.d.). *Kongresi i skupovi*. http://www.kvarner.hr/turizam/sto_raditi/Poslovni_turizam/Kongresi_i_skupovi/Rijeka
39. UN Tourism. (n.d.). *Accessible tourism*. https://www.unwto.org/accessibility

Prilog 1. Popis projekata

Projekti koji pridonose provedbi mjera, projekti od posebnog značaja za razvoj destinacije

1. Revitalizacija Trsatskog kaštela u funkciji održivog kulturnog turizma

Revitalizacija Trsatskog kaštela predstavlja sveobuhvatan projekt obnove jednog od najprepoznatljivijih kulturno-povijesnih simbola grada Rijeke, s posebnim naglaskom na unapređenje turističke ponude i stvaranje održive destinacije koja potiče dulji boravak i kvalitetniji doživljaj posjetitelja.

Projekt uključuje temeljito uređenje svih unutarnjih prostora Kaštela, s naglaskom na rekonstrukciju Ulazne kule koja će postati ključna točka interpretacije baštine. U okviru ove faze predviđena je instalacija novih elektroinstalacija, funkcionalno povezivanje svih etaža unutarnjim stepeništem te završna muzeološka obrada prostora. Postav muzejske građe bit će koncipiran tako da kroz suvremene interpretacijske alate približi bogatu povijest Kaštela svim posjetiteljima, čime se značajno obogaćuje kulturna i turistička ponuda lokaliteta.

Istovremeno se uređuje i vanjski prostor Kaštela, čime se dodatno poboljšava ukupni doživljaj destinacije. Posebno se ističe popločenje i krajobrazno uređenje terase ispred prostora Mira junaka, adaptacija stambenog dijela unutar kompleksa te valorizacija lapidarija koji će dobiti novu, edukativno-interpretacijsku funkciju – stvarajući dodatne sadržaje za posjetitelje i produžujući njihovo zadržavanje na lokalitetu.

Ključan segment projekta čini i uređenje Nugentovog parka, koji će postati zelena oaza Kaštela. Projekt, koji je već u prvoj fazi provedbe, uključuje sustav navodnjavanja i pažljivo planirano hortikulturno uređenje koje pridonosi dugoročnoj održivosti i ekološkoj otpornosti prostora.

U završnoj fazi predviđa se uređenje sportsko-rekreativne zone i atraktivne šetnice, što će dodatno unaprijediti funkcionalnost lokaliteta i njegovu atraktivnost za različite ciljne skupine – od kulturnih turista, preko lokalnog stanovništva, do obitelji i rekreativaca. Time Trsatski kaštel postaje multifunkcionalni prostor koji objedinjuje kulturu, rekreaciju, edukaciju i održivi turizam, doprinoseći ukupnoj konkurentnosti Rijeke kao destinacije koja njeguje svoju baštinu i aktivno je interpretira u suvremenom kontekstu.

2. Kulturno-turistička valorizacija Riječkog tunela – multimedijalna i izložbena prenamjena prostora

Predmet projekta kulturno-turističke valorizacije Riječkog tunela obuhvaća sveobuhvatnu prenamjenu i opremanje tunelskog prostora s ciljem njegove transformacije u jedinstveni kulturno-turistički prostor namijenjen održavanju trajnih i privremenih izložbi. Projekt uključuje projektiranje i izvedbu konstrukcija koje će služiti kao nosive i izložbene površine za raznovrsne umjetničke, povijesne i edukativne sadržaje, s naglaskom na modularnost i prilagodljivost potrebama različitih izložbenih postava. U sklopu projekta predviđena je i izvedba specijalizirane izložbene rasvjete koja će omogućiti kvalitetnu prezentaciju izložbenog materijala te doprinijeti stvaranju dojmljivog ambijenta. Poseban naglasak stavlja se na oblikovanje stalnog izložbenog postava koji će tematizirati povijest Tunela, njegovu ulogu i

značenje za grad Rijeku te širi kulturno-povijesni kontekst. Projekt uključuje i niz zahvata usmjerenih na poboljšanje ukupnog doživljaja posjetitelja, poput integracije multimedijalnih i interaktivnih sadržaja, informacijsko-komunikacijskih sustava, signalizacije, orijentacijskih točaka i drugih interpretacijskih elemenata. Nadalje, predviđena je nabava i izrada izložbenog inventara – vitrina, postamenata, nosača, panoa, sjedala i ostale opreme potrebne za provedbu i održavanje izložbi. Projekt također uključuje osnovnu opremu za upravljanje i logistiku unutar prostora, poput mobilnih pregrada, sustava za nadzor i zaštitu izložaka. Cilj projekta je oblikovanje suvremenog i multifunkcionalnog prostora koji će svojom sadržajnom i tehničkom opremljenošću omogućiti organizaciju kulturnih programa te istovremeno pružiti posjetiteljima dojmljivo, edukativno i interaktivno iskustvo obilaska Riječkog tunela.

3. Centar za posjetitelje Torpedo

Centar za posjetitelje Torpedo smješten je unutar lučkog područja lučke uprave Rijeka sa istočne strane lansirne rampe torpeda. Centar se realizira na način da se rekonstruiraju dva postojeća objekta koja su smještena tik uz more. Prilaz centru planira se preko Katastarskih čestica HŽI-a i ulice Milutina Barača. na samom ulazu u lučko područje predviđeno je parkiralište. U jednom dijelu centra biti će multi medijalni centar, a u drugom izložba arte fakata vezanih za nastanak torpeda u Rijeci. Cilj projekta je približiti javnosti zanimljiva postignuća iz industrijske prošlosti grada na Rječini.

4. Obnova šetnice Molo longo

Šetnicu Molo longo - Rječki lukobran, potrebno je temeljito rekonstruirati. Ista je neadekvatna za šetače jer je kolnik dotrajao i pun rupa i zakrpa. Projektom "Uređenje partera Riječkog lukobrana" izrađenog još 2017.g. u suradnji sa Konzervatorskim odjelom u Rijeci osim same završne plohe predviđena je izvedba i elektro i hidro instalacija radi osiguranja potrebnih priključaka brodovima. Osnovna svrha realizacije ovog projekta je urediti parter Riječkog lukobrana kako bi postao ugodan i siguran za šetače, a infrastruktura; voda, struja dobije dugoročno sigurno korištenje bez značajnog održavanja.

5. Uređenje obalne šetnice s plažama – zapad: dionica D Rekreacijska površina Preluk – obuhvat D1

Projekt „Uređenje rekreacijskog područja Preluk – Obuhvat D1“ obuhvaća transformaciju prostora nekadašnjeg kampa Preluk kroz ozelenjavanje, sadnju autohtonih biljnih vrsta i implementaciju održivih rješenja za smanjenje negativnih učinaka poput toplinskih otoka i širenja invazivnih biljnih vrsta. Prostor će biti podijeljen u različite zone s obzirom na intenzitet aktivnosti, od mirnijih zona na zapadu do dinamičnijih na istoku, povezane drvoredom i grupacijama stabala uz planiranu šetnicu. Svrha projekta je formiranje ključnih urbanih točaka u zonama amfiteatra, sportskih terena i dječjih igrališta, čime će se zadovoljiti potrebe korisnika svih dobnih skupina. Pored toga, projekt uključuje prilagodbu staza za osobe s invaliditetom, uklanjanje asfalta te implementaciju ekoloških materijala i prilagodbu nagiba staza. Cjelokupna koncepcija usmjerena je na stvaranje funkcionalnog, održivog i

pristupačnog prostora rekreativnih i zabavnih sadržaja za sve korisnike, podižući kvalitetu okoliša predmetnog područja obuhvata Preluk. Uređenjem rekreacijskog područja Preluk-D1 iz postojećeg sivog infrastrukturnog prostora u zeleno područje kroz sadnju autohtonih biljnih vrsta i primjenu održivih rješenja za poboljšanje okoliša te prilagodbu na klimatske promjene

6. ExportDrvo - Razvoj višenamjenske infrastrukture u funkciji podrške gospodarstvu i turizmu obnovom i prenamjenom brownfield-a

Prenamjenom zgrade ExportDrva cilj je uspostaviti suvremeni multifunkcionalni prostor u centru grada Rijeke otvoren za potrebe gospodarskih subjekata i organizacija, u svjetlu unaprjeđenja turističke ponude i promocije gospodarskih i poduzetničkih aktivnosti, posebno industrija koje su nominirane Planom razvoja grada Rijeke (zelene, plave, kreativne, IT i smart industrije). Svrha je omogućavanje korištenja novih prostornih kapaciteta u centru Rijeke za održavanje sajamskih, kongresnih i drugih manifestacija u svrsi promocije gospodarskih subjekata i organizacija, podrške malom i srednjem poduzetništvu i lokalnom gospodarstvu te obogaćivanja turističke ponude.

7. Astronomski centar Rijeka - zamjena planetarija

Projekt obuhvaća zamjenu postojeće planetarijske tehnologije u Astronomskom centru Rijeka suvremenim digitalnim planetarijem nove generacije. U sklopu projekta nabavit će se novi opto-digitalni sustav projekcije, računalna oprema, zvučni sustav te prateća infrastruktura koja će omogućiti interaktivne, edukativne i znanstvene prezentacije svemira. Modernizacijom će se unaprijediti kvaliteta prikaza, energetska učinkovitost i atraktivnost sadržaja za posjetitelje svih dobnih skupina. Svrha projekta je osigurati dugoročno održivu i tehnološki naprednu infrastrukturu koja će omogućiti Astronomskom centru Rijeka da nastavi biti središte popularizacije znanosti i edukacije o svemiru u regiji. Novi planetarij doprinijet će većem interesu građana, turista i školske djece za astronomiju, te jačanju kulturno-edukativne ponude Rijeke kao grada znanosti, kulture i inovacija.

8. Pilot projekt – uređenje postojeće sportsko – obrazovne zone Trsat (Dvorana mladosti i OŠ Trsat)

Pilot projekt Trsat - Dvorana Mladosti i Osnovna škola Trsat objedinjava implementaciju mjera energetske učinkovitosti, zelene infrastrukture i održive urbane mobilnosti na razini gradske četvrti Trsat u Rijeci. Obuhvat uključuje dva objekta javne namjene s okolnim javnim površinama i okolišem u okviru kojih će biti provedene aktivnosti s ciljem stvaranja energetski učinkovite i zelene gradske četvrti. Energetskom obnovom postojeće sportske i obrazovne infrastrukture unaprijedit će se uvjeti boravka i rada korisnika u njima te smanjiti potrošnju energije i emisija CO2. Korištenjem obnovljivih izvora energije poticati će se nisko-ugljični i klimatskim promjenama prilagođen lokalni razvoj. Svrha je unaprijediti postojeću javnu sportsko-rekreativnu infrastrukturu u suvremenu i održivu infrastrukturu te povećati mogućnosti za zdrav i aktivan životni stil, boravak na svježem zraku i međusobno druženje. Svrha je i povećati kvalitetu života stanovnika kroz razvoj zelene infrastrukture. Postavljanjem infrastrukture za punjenje električnih vozila potaknuti stanovništvo k održivoj mobilnosti.

9. Energetska obnova zgrade HKD-a na Sušaku

Energetskom obnovom zgrade HKD-a planirani radovi obuhvaćaju sanaciju krova, pročelja, izmjenu stolarije, izvođenje solarne elektrane na krovu, izmjene strojarskih instalacija grijanja i hlađenja. Planirana namjena projekta je povećanje energetskih svojstava zgrade javne namjene u cilju boljeg i efikasnijeg korištenja u kulturne, društvene i ostale svrhe.

Prilog 2. Istraživanje stavova lokalnog stanovništva

Sukladno smjernicama Ministarstva turizma i sporta, sadržaj i ciljevi istraživanja stavova lokalnog stanovništva o turizmu i utjecaju turizma na kvalitetu života definirani su metodološkim tablicama obveznih pokazatelja održivosti u dijelu koji se odnosi na osnovni pokazatelj ZL-2: Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom iz Pravilnika o pokazateljima za praćenje razvoja i održivosti turizma (NN 112/2024).[16]

Metodologija i profil ispitanika

Za prikupljanje stavova lokalnog stanovništva grada Rijeke koristila se metoda *online* prikupljanja podataka. Predložak upitnika je dobiven od Ministarstva turizma i sporta te je, sukladno smjernicama, uvezen na platformi EUSurvey. Izrađen je QR kod koji su ispitanici bili u mogućnosti skenirati kako bi pristupili upitniku.

Ciljnu populaciju u *online* istraživanju predstavljali su svi stalni stanovnici grada Rijeke u dobi od 18 i više godina. Istraživanje se provodilo od 26. 2. 2025. do 16. 4. 2025. tako da su se QR kod i link koji su vodili na anketni upitnik prosljeđivali lokalnom stanovništvu Rijeke putem maila, SMS-a, društvenih mreža, Viber i WhatsApp grupa. Prvo pitanje u upitniku je bilo kontrolnog tipa s ciljem utvrđivanja jesu li ispitanici dio ciljne skupine – stanovnici grada Rijeke. Ako je ispitanik odgovorio da nije stanovnik grada Rijeke, automatizmom bi se otvorila stranica sa zahvalom i ispitanik ne bi bio u mogućnosti odgovarati na ostala pitanja u upitniku.

Budući da je spol varijabla koja se najčešće koristi za ocjenu reprezentativnosti uzorka, pri prikupljanju podataka vodilo se računa o spolnoj strukturi stanovnika grada Rijeke. U tom se kontekstu redovito pratio broj prikupljenih upitnika te se pred kraj prikupljanja podataka istraživanje intenzivnije promoviralo među muškom populacijom, s obzirom na to da su bili manje skloni popunjavanju upitnika. U konačnici, prikupljeno je 307 upitnika, jedan ispitanik je bio mlađi od 18 godina te su se njegovi odgovori izuzeli iz daljnje analize. Stoga, u ovom izvještaju, pri analizi podataka, u obzir su uzeti odgovori od ukupno 306 ispitanika.

Prema Popisu 2021., Rijeka ima 107.964 stanovnika, od čega 50.453 muškaraca (46,7 %) i 57.511 žena (53,3 %).[17] U ovom istraživanju sudjelovalo je 139 muškaraca (45,5 %) i 165 žena (53,9 %) (tablica 1), stoga uzorak ovog istraživanja dobro odgovara spolnoj strukturi stanovništva Rijeke prema Popisu 2021.

[16] Ministarstvo turizma i sporta (2025). Smjernice za provođenje istraživanja stavova lokalnog stanovništva o turizmu i utjecaju turizma na kvalitetu života: Anketa lokalnog stanovništva, dostupno na: https://mint.gov.hr/UserDocsImages/1A_UPISNICI/Smjernice%20za%20provo%C4%91enje%20istra%C5%BEivanja%20stavova%20lokalnog%20stanovni%C5%A1tva.pdf

[17] DZS, Popis stanovništva po gradovima i općinama, 2021. dostupno na https://podaci.dzs.hr/media/td3jvrbu/popis_2021-stanovnistvo_po_gradovima_opcinama.xlsx

Tablica 1. Profil ispitanika (n = 306)

Obilježje	n	%	Obilježje	n	%
Spol			**Mjesečna primanja kućanstva**		
Muškarac	139	45,4	*Do 500 €*	2	0,7
Žena	165	53,9	*501 – 1000 €*	25	8,2
Ne želim se izjasniti	2	0,7	*1001 – 1500 €*	46	15,0
Dob			*1501 – 2000 €*	32	10,5
18 do 25	37	12,1	*2001 – 3000 €*	84	27,5
26 do 35	51	16,7	*3001 – 4000 €*	60	19,6
36 do 45	86	28,1	*4001 – 5000 €*	20	6,5
46 do 55	60	19,6	*5001 € i više*	21	6,9
56 do 65	41	13,4	*Ne znam / ne želim odgovoriti*	16	5,2
66 do 75	25	8,2	**Turizam je**		
76 i više	6	2,0	*Glavni izvor prihoda*	12	3,9
Stupanj obrazovanja			*Dodatni izvor prihoda*	63	20,6
Srednja škola ili niže	65	21,2	*Nema nikakav prihod od turizma*	231	75,5
Viša škola	25	8,2			
Fakultet i viši stupnjevi	214	69,9			
Bez odgovora/ne želim odgovoriti	2	0,7			

Izračun pokazatelja

EUSurvey platforma podržava automatsku deskriptivnu analizu podataka poput izračuna apsolutnih i relativnih frekvencija za kvalitativna obilježja i kao takva je korištena pri izračunu pokazatelja.[18]

U ovom se dijelu prikazuje izračun obveznih i specifičnih pokazatelja održivosti, obveznih i dodatnih pokazatelja prihvatnog kapaciteta koji su usmjereni na stavove lokalnog stanovništva. Sukladno smjernicama, pokazatelji su računati na ukupnom skupu ispitanika te zasebno na skupu ispitanika koji ostvaruju koristi od turizma i na skupu ispitanika koji ne ostvaruju koristi od turizma.

[18] Ministarstvo turizma i sporta (2025). Smjernice za provođenje istraživanja stavova lokalnog stanovništva o turizmu i utjecaju turizma na kvalitetu života: Anketa lokalnog stanovništva, dostupno na: https://mint.gov.hr/UserDocsImages/1A_UPISNICI/Smjernice%20za%20provo%C4%91enje%20istra%C5%BEivanja%20stavova%20lokalnog%20stanovni%C5%A1tva.pdf

Obvezni pokazatelji održivosti

Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom izražava se s pomoću udjela (%) stanovnika koji su zadovoljni razvojem turizma u destinaciji.

$$\text{\% stanovnika zadovoljnih turizmom} = \frac{\text{broj ispitanika s ocjenom 4 ili 5 na pitanje A1}}{\text{ukupni broj ispitanika koji su odgovorili na pitanje A1}} \times 100\%$$

	Iznos pokazatelja		
% ispitanika zadovoljnih turizmom	Ukupni uzorak (n = 306)	Ispitanici koji ostvaruju koristi od turizma (n = 75)	Ispitanici koji ne ostvaruju koristi od turizma (n = 231)
	17 %	24 %	14 %

Sukladno rezultatima, od ukupnog broja ispitanika tek je njih 17 % zadovoljno turizmom u Rijeci. Očekivano, više zadovoljnih među onima koji ostvaruju koristi od turizma (24 %) od ostalih ispitanika (14 %).

Specifični pokazatelji održivosti

Udio stanovnika koji imaju pozitivno, odnosno negativno mišljenje o utjecaju turizma na identitet mjesta izražava se s pomoću udjela (%) ispitanika s pozitivnom, odnosno negativnom percepcijom utjecaja turizma na autentičnost mjesta i utjecaja turizma na očuvanje tradicije, običaja i kulture.

C1. Prema Vašem mišljenju, kako turistički razvoj utječe na duh Vašeg mjesta, na njegovu autentičnost?
C2. Prema Vašem mišljenju, kako turistički razvoj utječe na očuvanje tradicije, običaja i kulture Vašeg mjesta?
(Označavanje na ljestvici od 1 = 'Turizam ima izrazito negativan utjecaj' do 5 = 'Turizam ima izrazito pozitivan utjecaj', pri čemu je 3 = 'Niti negativan, niti pozitivan').

Udio (%) stanovnika koji smatraju da turizam pozitivno utječe na identitet mjesta računa se:

$$\text{\% stanovnika koji smatraju da turizam pozitivno utječe na identitet mjesta} = \frac{\text{broj ispitanika s ocjenom 4 ili 5 i na C1 i na C2}}{\text{ukupni broj ispitanika koji su odgovorili na pitanja C1 i C2}} \times 100\%$$

Udio (%) stanovnika koji smatraju da turizam negativno utječe na identitet mjesta računa se:

$$\%\ \text{stanovnika koji smatraju da turizam negativno utječe na identitet mjesta} = \frac{\text{broj ispitanika s ocjenom 1 ili 2 na C1 ili na C2}}{\text{ukupni broj ispitanika koji su odgovorili na pitanja C1 i C2}} \times 100\%$$

	Iznos pokazatelja		
	Ukupni uzorak (n = 306)	Ispitanici koji ostvaruju koristi od turizma (n = 75)	Ispitanici koji ne ostvaruju koristi od turizma (n = 231)
% ispitanika koji smatraju da turizam pozitivno utječe na identitet mjesta	36 %	46 %	33 %
% ispitanika koji smatraju da turizam negativno utječe na identitet mjesta	13 %	15 %	25 %

Od ukupnog broja ispitanika njih 36 % drži da turizam ima pozitivan utjecaj na autentičnost mjesta i na očuvanje tradicije, običaja i kulture (čak 46 % onih koji ostvaruju koristi od turizma i 33 % onih koji nisu). S druge strane, od ukupnog broja ispitanika tek njih 13 % smatra da turizam negativno utječe na identitet mjesta.

Obvezni pokazatelji prihvatnog kapaciteta

Stav o turizmu kao faktoru povećanja blagostanja stanovnika izražava se s pomoću udjela (%) ispitanika s pozitivnom percepcijom utjecaja turizma na kvalitetu života u destinaciji.

$$\%\ \text{stanovnika s pozitivnom percepcijom utjecaja turizma na kvalitetu života} = \frac{\text{broj ispitanika koji su odgovorili 2 ili 3 na pitanje PH1}}{\text{ukupni broj ispitanika koji su odgovorili na pitanje PH1}} \times 100\%$$

% ispitanika s pozitivnim percepcijom utjecaja turizma na kvalitetu života	Iznos pokazatelja		
	Ukupni uzorak (n = 306)	Ispitanici koji ostvaruju koristi od turizma (n = 75)	Ispitanici koji ne ostvaruju koristi od turizma (n = 231)
	65 %	81 %	59 %

65 % ispitanika ukupnog uzorka percipira da turizam pomaže u održavanju i unapređenju kvalitete života. I u ovom slučaju navedeno značajnije percipiraju ispitanici koji ostvaruju koristi od turizma (81 %) u odnosu na one koji ne ostvaruju koristi od turizma (59 %).

Utjecaj turizma na izgled destinacije izražava se s pomoću udjela (%) ispitanika s pozitivnom percepcijom utjecaja turizma na izgled destinacije.

$$\text{\% stanovnika s pozitivnom percepcijom utjecaja turizma na izgled destinacije} = \frac{\text{broj ispitanika s ocjenom 4 ili 5 na pitanje PH2}}{\text{ukupni broj ispitanika koji su odgovorili na pitanje PH2}} \times 100\%$$

% ispitanika s pozitivnim percepcijom utjecaja turizma na izgled destinacije	Iznos pokazatelja		
	Ukupni uzorak (n = 306)	Ispitanici koji ostvaruju koristi od turizma (n = 75)	Ispitanici koji ne ostvaruju koristi od turizma (n = 231)
	34 %	45 %	31 %

Od ukupnog broja ispitanika, 34 % njih pozitivno percipira utjecaj turizma na izgled destinacije, 45 % onih koji ostvaruju koristi od turizma i 31 % onih koji ih ne ostvaruju.

Utjecaj turizma na korištenje javnog prostora izražava se s pomoću udjela (%) ispitanika s pozitivnom percepcijom utjecaja turizma na korištenje javnog prostora.

$$\text{\% stanovnika s pozitivnom percepcijom utjecaja turizma na korištenje javnog prostora} = \frac{\text{broj ispitanika s ocjenom 4 ili 5 na pitanje PH3}}{\text{ukupni broj ispitanika koji su odgovorili na pitanje PH3}} \times 100\%$$

% ispitanika s pozitivnim percepcijom utjecaja turizma na korištenje javnog prostora	Iznos pokazatelja		
	Ukupni uzorak (n = 306)	Ispitanici koji ostvaruju koristi od turizma (n = 75)	Ispitanici koji ne ostvaruju koristi od turizma (n = 231)
	32 %	40 %	29 %

32 % ispitanika smatra da uslijed turističkog razvoja javni prostor postaje prikladniji za potrebe lokalnog stanovništva (40 % onih koji ostvaruju koristi od turizma i 29 % koji nemaju koristi od turizma).

Iritacija razinom buke u vrijeme turističke sezone izražava se s pomoću udjela (%) ispitanika kojima buka tijekom turističke sezone predstavlja veliki problem.

$$\%\ \text{stanovnika uznemirenih bukom} = \frac{\text{broj ispitanika s odgovorom 1 na pitanje PH4}}{\text{ukupni broj ispitanika koji su odgovorili na pitanje PH4}} \times 100\%$$

% ispitanika uznemirenih bukom tijekom turističke sezone	Iznos pokazatelja		
	Ukupni uzorak (n = 306)	Ispitanici koji ostvaruju koristi od turizma (n = 75)	Ispitanici koji ne ostvaruju koristi od turizma (n = 231)
	21 %	9 %	25 %

Od ukupnog broja ispitanika, njih 21 % ističe kako im buka tijekom turističke sezone predstavlja velik problem (9 % onih koji ostvaruju koristi od turizma i 25 % onih koji ne ostvaruju koristi od turizma).

Utjecaj pretvaranja stanova u turističke apartmane na kvalitetu života u destinaciji izražava se s pomoću udjela (%) ispitanika s negativnom percepcijom apartmanizacije.

$$\%\ \text{stanovnika s negativnom percepcijom apartmanizacije} = \frac{\text{broj ispitanika s ocjenom 1 ili 2 na pitanje PH5}}{\text{ukupni broj ispitanika koji su odgovorili na pitanje PH5}} \times 100\%$$

% ispitanika s negativnom percepcijom apartmanizacije	Iznos pokazatelja		
	Ukupni uzorak (n = 306)	Ispitanici koji ostvaruju koristi od turizma (n = 75)	Ispitanici koji ne ostvaruju koristi od turizma (n = 231)
	66 %	55 %	69 %

Čak 66 % ispitanika od ukupnog broja ispitanika drži da zbog apartmanizacije život postaje puno ili nešto lošiji.

Iritacija neprimjereno odloženim otpadom tijekom turističke sezone izražava se s pomoću udjela (%) ispitanika kojima neprimjereno odloženi otpad tijekom turističke sezone predstavlja velik problem.

$$\%\ \text{stanovnika uznemirenih neprimjereno odloženim otpadom} = \frac{\text{broj ispitanika s odgovorom 1 na pitanje PH6}}{\text{ukupni broj ispitanika koji su odgovorili na pitanje PH6}} \times 100\%$$

% ispitanika uznemirenih neprimjereno odloženim otpadom tijekom turističke sezone	Iznos pokazatelja		
	Ukupni uzorak (n = 306)	Ispitanici koji ostvaruju koristi od turizma (n = 75)	Ispitanici koji ne ostvaruju koristi od turizma (n = 231)
	63 %	57 %	65 %

Velik je udio ispitanika (63 %) koji drže da tijekom turističke sezone neprimjereno odlaganje otpada predstavlja velik problem.

Iritacija gužvom u prometu tijekom turističke sezone izražava se s pomoću udjela (%) ispitanika kojima gužva u prometu tijekom turističke sezone predstavlja velik problem.

$$\%\ \text{stanovnika uznemirenih gužvom u prometu} = \frac{\text{broj ispitanika s odgovorom 1 na pitanje PH7}}{\text{ukupni broj ispitanika koji su odgovorili na pitanje PH7}} \times 100\%$$

% ispitanika uznemirenih gužvom u prometu	Iznos pokazatelja		
	Ukupni uzorak (n = 306)	Ispitanici koji ostvaruju koristi od turizma (n = 75)	Ispitanici koji ne ostvaruju koristi od turizma (n = 231)
	65 %	53 %	69 %

Od ukupnog broja ispitanika, za njih 65 % gužva u prometu tijekom turističke sezone predstavlja velik problem.

Iritacija gužvom i specifično gužvama na ulicama/javnim površinama izražava se s pomoću udjela (%) ispitanika kojima gužva na ulicama/javnim površinama tijekom turističke sezone predstavlja velik problem.

$$\text{\% stanovnika uznemirenih gužvom na ulicama/ javnim površinama} = \frac{\text{broj ispitanika s odgovorom 1 na pitanje PH8}}{\text{ukupni broj ispitanika koji su odgovorili na pitanje PH8}} \times 100\%$$

% ispitanika uznemirenih gužvom na ulicama/javnim površinama	Iznos pokazatelja		
	Ukupni uzorak (n = 306)	Ispitanici koji ostvaruju koristi od turizma (n = 75)	Ispitanici koji ne ostvaruju koristi od turizma (n = 231)
	38 %	31 %	40 %

38 % ispitanika drži da gužva na ulicama/javnim površinama tijekom turističke sezone predstavlja veliki problem (31 % onih koji ostvaruju koristi od turizma i 40 % onih koji ne ostvaruju koristi od turizma).

Dodatni pokazatelji prihvatnog kapaciteta

Turizam kao razlog istiskivanja sadržaja važnih stanovnicima izražava se s pomoću udjela (%) ispitanika koji drže da zbog turizma nestaju sadržaji i usluge koji su im važni.

$$\text{\% ispitanika koji se slažu s tvrdnjom} = \frac{broj\ ispitanika\ s\ ocjenom\ 4\ ili\ 5}{ukupan\ broj\ ispitanika\ koji\ su\ odgovorili\ na\ pitanje}$$

% ispitanika koji se slažu s tvrdnjom da zbog turizma nestaju sadržaji i usluge koji su važni stanovnicima	Iznos pokazatelja		
	Ukupni uzorak (n = 301)	Ispitanici koji ostvaruju koristi od turizma (n = 73)	Ispitanici koji ne ostvaruju koristi od turizma (n = 228)
	31 %	21 %	35 %

31 % ispitanika drži da su zbog turizma sadržaji koji su važni lokalnoj zajednici postali manje dostupni.

Percepcija stanovnika o postojećem stanju izgrađenosti prostora izražava se s pomoću udjela (%) ispitanika koji smatraju da je prostor u Rijeci preizgrađen.

$$\% \text{ ispitanika koji smatraju da je prostor preizgrađen} = \frac{broj\ ispitanika\ s\ odgovorom\ 3}{ukupan\ broj\ ispitanika\ koji\ su\ odgovorili\ na\ pitanje}$$

% ispitanika koji smatraju da je prostor preizgrađen	Iznos pokazatelja		
	Ukupni uzorak (n = 306)	Ispitanici koji ostvaruju koristi od turizma (n = 75)	Ispitanici koji ne ostvaruju koristi od turizma (n = 231)
	42 %	39 %	43 %

Od ukupnog broja ispitanika, 42 % njih smatra kako je prostor na području grada Rijeke preizgrađen.

Percepcija utjecaja turizma na rast troškova života izražava se s pomoću udjela (%) ispitanika koji drže da je turizam uzrokovao rast troškova života.

$$\% \text{ ispitanika koji se slažu s tvrdnjom} = \frac{broj\ ispitanika\ s\ ocjenom\ 4\ ili\ 5}{ukupan\ broj\ ispitanika\ koji\ su\ odgovorili\ na\ pitanje}$$

% ispitanika koji se slažu s tvrdnjom da je turizam uzrokovao rast troškova života	Iznos pokazatelja		
	Ukupni uzorak (n = 301)	Ispitanici koji ostvaruju koristi od turizma (n = 73)	Ispitanici koji ne ostvaruju koristi od turizma (n = 228)
	68 %	59 %	71 %

Većina ispitanika (68 %) drži da je turizam uzrokovao rast troškova života (71 % ispitanika koji ne ostvaruju i 59 % koji ostvaruju koristi od turizma).

Nezadovoljstvo s raspoloživosti stambenog prostora po prihvatljivoj cijeni uzrokovanog turizmom izražava se s pomoću udjela (%) ispitanika koji drže da je zbog turizma raspoloživost stambenog prostora po prihvatljivoj cijeni nezadovoljavajuća.

$$\% \text{ ispitanika koji se slažu s tvrdnjom} = \frac{broj\ ispitanika\ s\ ocjenom\ 4\ ili\ 5}{ukupan\ broj\ ispitanika\ koji\ su\ odgovorili\ na\ pitanje}$$

% ispitanika koji se slažu s tvrdnjom da je zbog turizma raspoloživost stambenog prostora po prihvatljivoj cijeni nezadovoljavajuća	Iznos pokazatelja		
	Ukupni uzorak (n = 301)	Ispitanici koji ostvaruju koristi od turizma (n = 73)	Ispitanici koji ne ostvaruju koristi od turizma (n = 228)
	68 %	56 %	71 %

Rezultati ukazuju na to kako većina ispitanika (68 %) drži da je zbog turizma raspoloživost stambenog prostora po prihvatljivoj cijeni nezadovoljavajuća.

Ovisnost stanovnika o prihodima od turizma izražava se s pomoću udjela (%) ispitanika za koje je turizam glavni i dodatni izvor prihoda.

$$\% \text{ ispitanika za koje je turizam glavni i dodatni izvor prihoda} = \frac{broj\ ispitanika\ s\ odgovorim\ a\ ili\ b\ na\ pitanje\ A1}{ukupan\ broj\ ispitanika\ koji\ su\ odgovorili\ na\ pitanje}$$

% ispitanika za koje je turizam glavni i dodatni izvor prihoda	Iznos pokazatelja
	Ukupni uzorak (n = 306)
	24,5 %

Za 25 % ispitanika turizam je glavni ili dodatni izvor prihoda.

Prilog 3. Istraživanje zadovoljstva turista i jednodnevnih posjetitelja cjelokupnim boravkom u destinaciji

Sukladno smjernicama Ministarstva turizma i sporta, sadržaj i ciljevi istraživanja zadovoljstva turista i jednodnevnih posjetitelja određeni su metodološkim tablicama propisanih pokazatelja održivosti, posebno u dijelu koji se odnosi na osnovni pokazatelj ZT-1 – Zadovoljstvo turista i jednodnevnih posjetitelja destinacijom, sukladno Pravilniku o pokazateljima za praćenje razvoja i održivosti turizma (NN 112/2024)[19], kao i propisanih pokazatelja prihvatnog kapaciteta, sukladno Pravilniku o metodologiji izračuna prihvatnog kapaciteta (NN 112/2024).

Metodologija i profil ispitanika

Za prikupljanje stavova turista i jednodnevnih posjetitelja grada Rijeke koristila se metoda *online* prikupljanja podataka i metoda osobnog intervjua (metodama CAPI – engl. *Computer Assisted Personal Interview*, i PAPI, engl. *Pen-and-Paper Personal Interview*[20]). Predložak upitnika je dobiven od Ministarstva turizma i sporta te je, sukladno smjernicama, uvezen na platformu EUSurvey. Izrađen je QR kod koji su ispitanici bili u mogućnosti skenirati kako bi pristupili upitniku. Nadalje, pripremljena je i tiskana inačica upitnika koja se koristila pri prikupljanju podataka osobnim intervjuom (PAPI metodom). Podaci s papirnatih upitnika dobiveni ovom metodom uneseni su na EUSurvey platformu. Upitnik je, osim na hrvatskom jeziku, bio dostupan i na njemačkom, slovenskom, poljskom, talijanskom, češkom i engleskom jeziku.

U istraživanju su ciljnu populaciju činile osobe starije od 18 godina, a obuhvaćeni su turisti koji su ostvarili noćenje u komercijalnim i nekomercijalnim smještajnim objektima te jednodnevni posjetitelji. Istraživanje se provodilo od ožujka do početka srpnja 2025. tako da su se QR kod i poveznica koji su vodili na anketni upitnik aktivno promovirali od strane Turističke zajednice Grada Rijeke. Anketa je bila dostupna u Turističkom informativnom centru (TIC), gdje su djelatnici informirali posjetitelje o svrsi i važnosti ankete te ih poticali na sudjelovanje. Uz to, anketa je distribuirana hotelima, hostelima i privatnim iznajmljivačima, uz zamolbu da istu proslijede svojim gostima, bilo putem letaka, QR kodova ili direktnom komunikacijom na recepciji. Također, anketa je poslana i Udruzi turističkih vodiča Kvarnera te je bila dostupna za ispunjavanje i u Riječkom tunelu, gdje su zaposlenici TIC-a poticali posjetitelje da sudjeluju u istraživanju. Dodatno, u cilju motiviranja većeg broja turista i jednodnevnih posjetitelja i prikupljanja podataka veće kvalitete, koristila se metoda osobnog intervjua koju su provodili studenti i asistenti Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci. Neposredno prije početka anketiranja provedena je obuka anketara, na kojoj su anketari upoznati s ciljevima istraživanja, svojim zaduženjima, načinom provedbe anketiranja te planom anketiranja. Plan anketiranja uključivao je određivanje uzorka i kvota ispitanika koje je bilo potrebno anketirati. Anketiranje je realizirano u različitim vremenskim intervalima tijekom dana (prijepodne, poslijepodne i navečer) te na više

[19] Ministarstvo turizma i sporta (2025). Smjernice za provođenje istraživanja zadovoljstva cjelokupnim boravkom u destinaciji: Ankete turista i jednodnevnih posjetitelja, dostupno na: https://mint.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/Smjernice%20za%20provo%C4%91enje%20istra%C5%BEivanja%20zadovoljstva%20cjelokupnim%20boravkom%20u%20destinaciji%20V1.2%20lipanj%202025..pdf

[20] Ibid

različitih lokacija unutar grada. Kako bi se osigurala visoka kvaliteta prikupljenih podataka, redovito se provodila kontrola rada anketara kao i stanje broja ispitanika.

Tijekom prikupljanja podataka, posebna pažnja posvećena je zastupljenosti ispitanika iz triju segmenata: turista u komercijalnim smještajnim objektima, turista u nekomercijalnom smještaju te jednodnevnih posjetitelja. Osim toga, kod turista koji su boravili u komercijalnom smještaju, vodilo se računa o strukturi smještajnih kapaciteta u gradu Rijeci, nastojeći pritom osigurati da uzorak ispitanika približno odražava tu strukturu.

Ukupno je prikupljeno 449 upitnika, no odgovori dvaju ispitanika mlađih od 18 godina izuzeti su iz daljnje analize. Stoga su u ovom izvještaju, pri obradi podataka, analizirani odgovori ukupno 447 ispitanika – turista i jednodnevnih posjetitelja grada Rijeke.

U ovom istraživanju sudjelovalo je 227 ispitanika koji su boravili u komercijalnom smještaju; 93 ispitanika koji su boravili u nekomercijalnom smještaju i 127 jednodnevnih posjetitelja čiji je profil vidljiv u tablici 1.

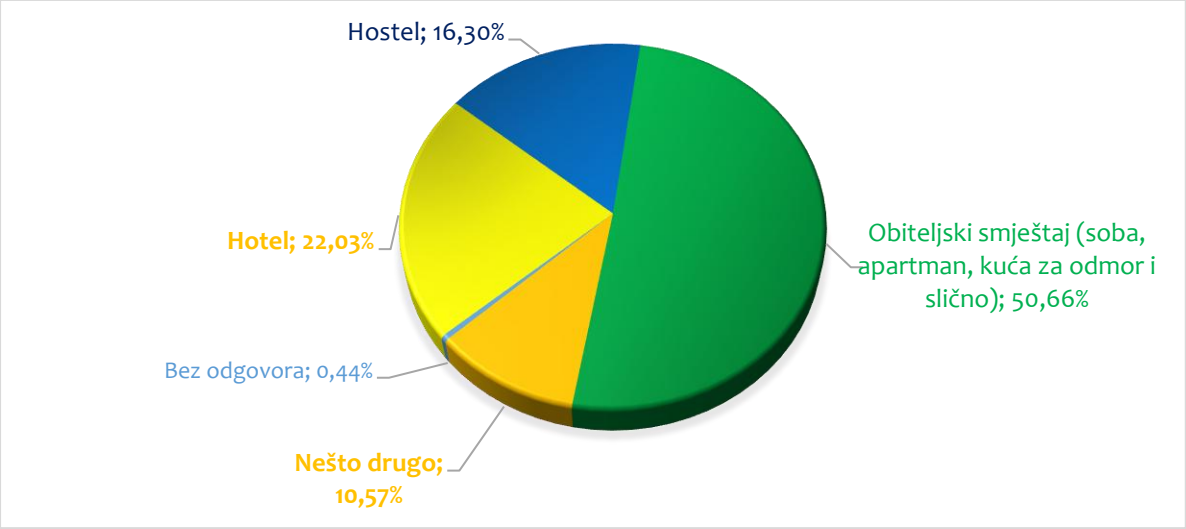
Tablica 1. Profil ispitanika (n = 447)

	Komercijalni smještaj (n = 227)		Nekomercijalni smještaj (n = 93)		Jednodnevni posjetitelji (n = 127)	
Obilježje	n	%	n	%	n	%
Spol						
Muškarac	94	41,41	42	45,16	49	38,58
Žena	132	58,15	49	52,69	77	60,63
Ne želim se izjasniti	1	0,44	2	2,15	1	0,79
Dob						
18 do 25	72	31,72	23	24,73	40	31,50
26 do 35	55	24,23	28	30,11	47	37,00
36 do 45	46	20,26	20	21,51	20	15,75
46 do 55	34	14,98	4	4,30	12	9,45
56 do 65	17	7,49	10	10,75	8	6,30
66 do 75	3	1,32	7	7,54	0	0
76 i više	0	0	1	1,07	0	0
Stupanj obrazovanja						
Srednja škola ili niže	68	29,96	34	36,56	29	22,83
Viša škola	59	25,99	25	26,88	21	16,54
Fakultet i viši stupnjevi	93	40,97	33	35,48	76	59,84
Bez odgovora / ne želim odgovoriti	7	3,08	1	1,07	1	0,79
Mjesečni prihod kućanstava						
Do 500 €	2	0,88	3	3,23	5	3,94
501 – 1000 €	14	6,17	3	3,23	8	6,3
1001 – 1500 €	25	11,01	8	8,60	23	18,11
1501 – 2000 €	40	17,62	19	20,43	12	9,45
2001 – 3000 €	52	22,91	28	30,11	29	22,83
3001 – 4000 €	18	7,93	5	5,38	18	14,17
4001 – 5000 €	19	8,37	12	12,9	11	8,65

5001 – 6000 €	11	4,85	3	3,23	4	3,15
6001 – 7000 €	0	0	0	0	1	0,79
7001 – 8000 €	3	1,32	1	1,08	3	2,36
8001 € i više	8	3,52	0	0	1	0,79
Ne želim odgovoriti	35	15,42	11	11,83	12	9,44
Zemlja porijekla						
Hrvatska	95	41,85	53	56,99	105	82,68
Druge zemlje	132	58,15	40	43,01	22	17,32

U Rijeci najveći udio smještajnih kapaciteta otpada na obiteljski smještaj, koji je u 2024. g. činio 53,25 %, dok su hosteli činili 16,51 %, a hoteli 10,48 % ukupnih komercijalnih kapaciteta grada. Ostali komercijalni smještaj sudjeluje u ukupnoj strukturi s udjelom od 19,40 %. Kada je u pitanju distribucija ispitanika u komercijalnom smještaju, vidljivo je kako je u strukturi ispitanika također najveći udio onih koji su boravili u obiteljskom smještaju (50,66 %), slijede oni koji su boravili u hotelima (22,03 %) i ispitanici koji su odsjeli u hostelima (16,3 %) (grafikon 1).

Grafikon 1. Distribucija ispitanika po tipu komercijalnog smještajnog objekta (n = 227)



Najveći udio ispitanika koji su boravili u komercijalnom smještaju čine domaći turisti, s udjelom od 41,85 %. Među inozemnim posjetiteljima najviše je bilo ispitanika iz Njemačke (10,1 %), Poljske (5,7 %), Češke Republike (4,4 %), Slovenije (4,4 %), Srbije (4,4 %), Austrije (4 %) i Italije (3,1 %). Ova struktura ispitanika djelomično odražava tržišnu sliku grada Rijeke.

Izračun pokazatelja

EUSurvey platforma podržava automatsku deskriptivnu analizu podataka poput izračuna apsolutnih i relativnih frekvencija za kvalitativna obilježja te se navedena analiza dijelom koristila pri izračunu pokazatelja.[21] Nadalje, za dodatnu analizu podataka za kvantitativna obilježja, podaci su se prebacili iz EUSurvey platforme u statistički softver SPSS (engl. *Statistical Package for the Social Sciences*).

U nastavku su prikazani rezultati izračuna obveznih i specifičnih pokazatelja održivosti, kao i obveznih i dodatnih pokazatelja prihvatnog kapaciteta koji se odnose na stavove turista i jednodnevnih posjetitelja grada Rijeke. Pokazatelji su izračunati prema smjernicama Ministarstva turizma i sporta,[22] i to na sljedećim skupinama ispitanika:

- na ukupnom uzorku ispitanika,
- na ispitanicima koji su boravili u komercijalnom smještaju,
- na ispitanicima koji su boravili u nekomercijalnom smještaju,
- na skupu jednodnevnih posjetitelja.

Obvezni pokazatelji održivosti

Zadovoljstvo turista i jednodnevnih posjetitelja destinacijom, vrijednost ovog pokazatelja sastoji se od: vrijednosti indeksa zadovoljstva posjetitelja destinacijom i neto spremnost na preporuku destinacije.

Za izračun **indeksa zadovoljstva posjetitelja** destinacijom koristili su se odgovori ispitanika na sljedeća pitanja:

A1. Koliko ste zadovoljni svojim cjelokupnim boravkom u ovoj destinaciji? (koriste se ocjene od 1 = 'U potpunosti nezadovoljan' do 7 = 'U potpunosti zadovoljan')

A2. U kojoj mjeri je boravak u ovoj destinaciji ispunio Vaša očekivanja? (koriste se ocjene od 1 = 'Daleko ispod očekivanja' do 7 = 'Daleko iznad očekivanja')

A3. Kako biste ocijenili svoj boravak u ovoj destinaciji? (koriste se ocjene od 1 = 'Najgori mogući boravak koji možete zamisliti' do 7 = 'Najbolji mogući boravak koji možete zamisliti')

[21] Ministarstvo turizma i sporta (2025). Smjernice za provođenje istraživanja zadovoljstva cjelokupnim boravkom u destinaciji: Ankete turista i jednodnevnih posjetitelja, dostupno na: https://mint.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/Smjernice%20za%20provo%C4%91enje%20istra%C5%BEivanja%20zadovoljstva%20cjelokupnim%20boravkom%20u%20destinaciji%20V1.2%20lipanj%202025..pdf

[22] Sve formule i pojašnjenja izračuna pojedinih pokazatelja preuzeti su iz: Smjernica za provođenje istraživanja zadovoljstva cjelokupnim boravkom u destinaciji: Ankete turista i jednodnevnih posjetitelja i Smjernica za izračun obaveznih pokazatelja prihvatnog kapaciteta destinacije, Ministarstva turizma i sporta (2025).

Indeks zadovoljstva posjetitelja destinacijom računa se prema sljedećoj formuli koja daje rezultat u rasponu od 0 do 100:

$$\text{Indeks zadovoljstva} = \left(\frac{\overline{A1} + \overline{A2} + \overline{A3} - 3}{18}\right) * 100$$

gdje su $\overline{A1}$, $\overline{A2}$ i $\overline{A3}$ prosječne vrijednosti odgovora na ta pitanja.

	Iznos pokazatelja			
Zadovoljstvo turista i jednodnevnih posjetitelja destinacijom (indeks zadovoljstva)	Ukupni uzorak (n = 447)	Ispitanici u komercijalnom smještaju (n = 227)	Ispitanici u nekomercijalnom smještaju (n = 93)	Jednodnevni posjetitelji (n = 127)
	74 %	75 %	76 %	69 %

Rezultati upućuju na to da je zadovoljstvo destinacijom najviše među ispitanicima u nekomercijalnom smještaju (76 %) i komercijalnom smještaju (75 %), dok su jednodnevni posjetitelji nešto manje zadovoljni (69 %).

U nastavku se zasebno interpretiraju vrijednost pojedinačnih mjera zadovoljstva kroz:

- Udio (%) posjetitelja zadovoljnih cjelokupnim boravkom u destinaciji (na temelju pitanja A1.)
- Udio (%) posjetitelja čija očekivanja su ispunjena (na temelju pitanja A2.)
- Udio (%) posjetitelja kojima je to bio gotovo idealan boravak (na temelju pitanja A3.)

Udjeli se računaju kao omjer broja ispitanika s ocjenom 6 ili 7 i ukupnog broja ispitanika:

% zadovoljnih posjetitelja = (broj ispitanika s ocjenom 6 ili 7/ ukupni broj ispitanika) * 100 %

	Iznos pokazatelja			
	Ukupni uzorak (n = 447)	Ispitanici u komercijalnom smještaju (n = 227)	Ispitanici u nekomercijalnom smještaju (n = 93)	Jednodnevni posjetitelji (n = 127)
Udio zadovoljnih cjelokupnim boravkom u destinaciji	57 %	61 %	65 %	45 %
Udio ispitanika čija očekivanja su ispunjena	48 %	52 %	51 %	38 %
Udio ispitanika kojima je to bio gotovo idealan boravak	50 %	54 %	60 %	37 %

Gosti u nekomercijalnom smještaju pokazuju najviši stupanj zadovoljstva i ispunjenih očekivanja, dok su jednodnevni posjetitelji u svim kategorijama manje zadovoljni.

Za izračun ***neto spremnosti za preporuku destinacije*** koristi se odgovor na pitanje: B1. Koliko je vjerojatno da ćete ovo mjesto preporučiti prijateljima, rodbini ili kolegama? (koriste se ocjene od 0 = 'Nije vjerojatno da ću preporučiti' do 10 = 'Jako je vjerojatno da ću preporučiti').

Ispitanici koji su na pitanje B1. dali ocjenu od 0 do 6 smatraju se odgovarateljima, oni koji su dali ocjenu 7 ili 8 neutralnima, a oni s ocjenom 9 ili 10 promotorima.

Neto spremnost za preporuku računa se kao razlika udjela promotora i udjela odgovaratelja:

% promotora = (broj ispitanika s ocjenom 9 ili 10/ ukupan broj ispitanika) * 100 %

% odgovaratelja = (broj ispitanika s ocjenom između 0 i 6/ ukupan broj ispitanika) * 100 %

% neto spremnost za preporuku = % promotora – % odgovaratelja

Neto spremnost za preporuku destinacije	Iznos pokazatelja			
	Ukupni uzorak (n = 447)	Ispitanici u komercijalnom smještaju (n = 227)	Ispitanici u nekomercijalnom smještaju (n = 93)	Jednodnevni posjetitelji (n = 127)
	-4 %	10 %	11 %	-29 %

Rezultati pokazuju da su gosti koji borave u komercijalnom i nekomercijalnom smještaju skloniji preporučiti destinaciju (neto spremnost za preporuku 10 % i 11 %), dok jednodnevni posjetitelji iskazuju prilično nisku spremnost za preporuku, što se očituje negativnim rezultatom (-29 %) i sugerira na potrebu za unapređenje njihova iskustva tijekom boravka u Rijeci.

Specifični pokazatelji održivosti

Postotak ponovljenih/stalnih turista u smještajnim objektima destinacije

Udio ponovljenih posjeta destinaciji mjeri se s pomoću sljedeća dva pitanja:

C1. Je li ovo Vaš prvi posjet ovom mjestu? a) Da / b) Ne ; ako je odgovor na C1 =da, slijedi pitanje C2. Koliko ste puta posjetili ovo mjesto tijekom posljednjih pet godina (ne računajući ovaj posjet)?

Pokazatelj se računa kao omjer ispitanika koji su već posjetili mjesto tijekom posljednjih pet godina i ukupnog broja ispitanika:

$$\text{udio ponovljenih (stalnih) turista u smještajnim objektima destinacije} = \frac{BIP}{BI} \times 100\%$$

pri čemu je:

BIP – broj ispitanika u koji su već posjetili odredište tijekom posljednjih 5 godina, a računa se kao broj onih koji su na pitanje C1 odgovorili *b) Ne* i na pitanje C2 dali odgovor veći od 0,

BI – ukupni broj ispitanika u destinaciji.

Postotak ponovljenih/stalnih turista u smještajnim objektima destinacije	Iznos pokazatelja
	Ispitanici u komercijalnom smještaju (n = 227)
	22 %

Od ispitanika koji su boravili u komercijalnom smještaju, 22 % ih je posjetilo Rijeku više puta u posljednjih pet godina.

Postotak turista i jednodnevnih posjetitelja koji koriste različita prometna sredstva za dolazak na odredište (javna/privatna i vrsta) računa se kao omjer ispitanika koji su koristili neko od javnih/privatnih prijevoznih sredstava za dolazak u destinaciju i ukupnog broja ispitanika tako da se udio računa za svako prijevozno sredstvo posebno:

$$\text{udio posjetitelja koji su u dolasku u destinaciju koristili javni/privatni prijevoz } i = \frac{PPi}{BP} \times 100\%$$

Pri čemu je:

PPi – broj ispitanika koji su za dolazak u destinaciju primarno koristili prijevozno sredstvo *i*, a računa se kao broj ispitanika koji su na pitanje D1 odgovorili: a) Automobilom ili e) Autobusom ili f) Vlakom ili g) Zrakoplovom ili h) Brodom/ trajektom ili i) Drugim prijevoznim sredstvom.

Postotak turista i jednodnevnih posjetitelja koji koriste različita prometna sredstva za dolazak na odredište	Iznos pokazatelja			
	Ukupni uzorak (n = 447)	Ispitanici u komercijalnom smještaju (n=227)	Ispitanici u nekomercijalnom smještaju (n=93)	Jednodnevni posjetitelji (n=127)
Automobil	69,6 %	64,8 %	72,0 %	76,4 %
Autobus	17,0 %	17,8 %	18,3 %	15,8 %
Zrakoplov	7,2 %	10,6 %	7,5 %	0,8 %
Vlak	1,3 %	2,2 %	—	0,8 %
Brod/trajekt	1,1 %	—	—	3,9 %
Ostalo	3,8 %	4,6 %	2,2 %	2,3 %

Podaci pokazuju da većina turista i jednodnevnih posjetitelja dolazi automobilom, dok su autobus i zrakoplov sljedeći najčešći izbor. Ostala prijevozna sredstva koriste se znatno rjeđe. Najveći udio korištenja automobila bilježe jednodnevni posjetitelji (76,4 %), dok su gosti u komercijalnom smještaju nešto češće koristili zrakoplov (10,6 %).

Prosječna dnevna potrošnja turista u eurima (turista u komercijalnim i nekomercijalnim oblicima smještaja te jednodnevnih posjetitelja) mjeri se s pomoću sljedećih pitanja:

OP2. Ukupan planirani broj noćenja u ovom mjestu tijekom ovog putovanja

E1. Procijenite troškove koje ste imali i koje planirate imati do kraja ovog boravka u ovome mjestu. Pri tome uključite izdatke za ugostiteljske usluge, kupnju, kulturu i zabavu, sport, lokalni prijevoz, organizirane izlete i slično, ali isključite izdatke za smještaj (ako ste ih imali) i prijevoz do destinacije! Ukupni trošak u eurima (bez izdataka za smještaj i prijevoz do destinacije):_____€

E2. Za koliko ste osoba iskazali troškove?
a) Samo za sebe (1 osoba)
b) Za sebe i svoju pratnju – ukupno _____ osoba, od toga _____ djece mlađe od 15 godina

Izračun troškova po osobi

Za ispitanike koji su iskazali potrošnju samo za sebe, troškovi po osobi su jednaki iskazanim troškovima u E1.
Za one ispitanike koji su iskazali ukupne troškove za više osoba, troškovi po osobi računaju se prema formuli:

$$\text{Troškovi po osobi} = \frac{Ukupni\ trošak\ u\ eurima\ (E1)}{Ukupan\ broj\ osoba - \frac{Broj\ djece\ mlađe\ od\ 15\ godina}{2}}$$

Izračun prosječne dnevne potrošnje

Za jednodnevne posjetitelje, pokazatelj prosječne dnevne potrošnje se računa kao omjer sume svih troškova po osobi i ukupnog broja ispitanika koji nisu ostvarili noćenje u destinaciji.

Za turiste (posebno za one u komercijalnom i nekomercijalnom smještaju), pokazatelj prosječne dnevne potrošnje se računa kao omjer sume svih troškova po osobi i ukupnog broja noćenja.

Prosječna dnevna potrošnja	Iznos pokazatelja			
	Ukupni uzorak (n = 447)	Ispitanici u komercijalnom smještaju (n = 227)	Ispitanici u nekomercijalnom smještaju (n = 93)	Jednodnevni posjetitelji (n = 127)
	112,9 €	106,5 €	77,3 €	149,5,1 €

Prosječna dnevna potrošnja najviša je kod jednodnevnih posjetitelja, dok su ispitanici koji noće u Rijeci, posebice oni u nekomercijalnom smještaju, znatno umjereniji u potrošnji.

Obvezni pokazatelji prihvatnog kapaciteta

Nezadovoljstvo zbog gužve na ulicama, trgovima, atrakcijama mjeri se s pomoću sljedećeg pitanja: PH1. U kojoj Vam mjeri gužva na ulicama/trgovima/atrakcijama predstavlja problem tijekom Vašeg boravka u destinaciji? (od 1 – 'uopće nije problem' do 7 – 'jako ozbiljan problem').

Udio posjetitelja koji su nezadovoljni zbog gužve na ulicama, trgovima i atrakcijama u destinaciji računa se kao omjer broja ispitanika s ocjenom 6 ili 7 i ukupnog broja ispitanika koji su odgovorili na to pitanje:

$$\%\ \text{posjetitelja nezadovoljnih radi gužve na ulicama, trgovima, atrakcijama} = \frac{\text{broj ispitanika s ocjenom 6 ili 7 na pitanju PH1}}{\text{ukupni broj ispitanika koji su odgovorili na pitanje PH1}} \times 100\%$$

	Iznos pokazatelja			
Nezadovoljstvo zbog gužve na ulicama, trgovima, atrakcijama	Ukupni uzorak (n = 447)	Ispitanici u komercijalnom smještaju (n = 227)	Ispitanici u nekomercijalnom smještaju (n = 93)	Jednodnevni posjetitelji (n = 127)
	15,2 %	14,1 %	14,0 %	18,1 %

Udio nezadovoljnih posjetitelja zbog gužve na ulicama, trgovima i atrakcijama iznosi 15,2 %, pri čemu je nezadovoljstvo nešto izraženije među jednodnevnim posjetiteljima (18,1 %).

Zadovoljstvo turista i jednodnevnih posjetitelja ljepotom i uređenošću mjesta (kulturni i prirodni aspekti) kao i glavnih atrakcija

Udio zadovoljnih turista i jednodnevnih posjetitelja ljepotom mjesta mjeri se s pomoću pitanja: PH2. Koliko ste zadovoljni ljepotom mjesta? (1 = 'U potpunosti nezadovoljan/na' do 7 = 'U potpunosti zadovoljan/na', pri čemu je 3 – 'Niti zadovoljna niti nezadovoljan').

Udio zadovoljnih turista i jednodnevnih posjetitelja uređenošću mjesta mjeri se s pomoću pitanja: PH3. Koliko ste zadovoljni uređenošću mjesta? (1 = 'U potpunosti nezadovoljan/na' do 7 = 'U potpunosti zadovoljan/na', pri čemu je 3 – 'Niti zadovoljna niti nezadovoljan').

Udio zadovoljnih turista i jednodnevnih posjetitelja uređenošću glavnih atrakcija u ovoj destinaciji mjeri se s pomoću pitanja: PH4. Koliko ste zadovoljni uređenošću glavnih atrakcija u ovoj destinaciji? (1 = 'U potpunosti nezadovoljan/na' do 7 = 'U potpunosti zadovoljan/na', pri čemu je 3 – 'Niti zadovoljna niti nezadovoljan').

Udio zadovoljnih turista i jednodnevnih posjetitelja pojedinom kategorijom (ljepotom mjesta, uređenošću mjesta i uređenošću glavnih atrakcija) mjeri se s pomoću sljedećih formula:

$$\%\ \text{posjetitelja zadovoljnih ljepotom mjesta} = \frac{\text{broj ispitanika s ocjenom 6 ili 7 na pitanju PH2}}{\text{ukupni broj ispitanika koji su odgovorili na pitanje PH2}} \times 100\%$$

$$\%\ \text{posjetitelja zadovoljnih uređenošću mjesta} = \frac{\text{broj ispitanika s ocjenom 6 ili 7 na pitanju PH3}}{\text{ukupni broj ispitanika koji su odgovorili na pitanje PH3}} \times 100\%$$

$$\%\ \text{posjetitelja zadovoljnih uređenošću glavnih atrakcija u destinaciji} = \frac{\text{broj ispitanika s ocjenom 6 ili 7 na pitanju PH4}}{\text{ukupni broj ispitanika koji su odgovorili na pitanje PH4}} \times 100\%$$

Udio zadovoljnih	Iznos pokazatelja			
	Ukupni uzorak (n = 447)	Ispitanici u komercijalnom smještaju (n = 227)	Ispitanici u nekomercijalnom smještaju (n = 93)	Jednodnevni posjetitelji (n = 127)
ljepotom mjesta	49,4 %	56,0 %	47,3 %	39,4 %
uređenošću mjesta	40,7 %	45,8 %	39,8 %	32,3 %
uređenošću glavnih atrakcija	44,1 %	51,5 %	37,6 %	35,4 %

Rezultati pokazuju da je gotovo polovica turista i posjetitelja zadovoljna ljepotom mjesta, dok je razina zadovoljstva nešto niža za uređenost mjesta i glavnih atrakcija.

Utjecaj buke na kvalitetu boravka

Udio posjetitelja nezadovoljnih zbog utjecaja buke na kvalitetu boravka mjeri se s pomoću pitanja: PH5. U kojoj Vam mjeri buka na javnim prostorima (ulicama, trgovima, atrakcijama) predstavlja problem tijekom Vašeg boravka u destinaciji? (od 1 – 'uopće nije problem' do 7 – 'jako ozbiljan problem').

Pokazatelj se računa se kao omjer broja ispitanika s ocjenom 6 ili 7 i ukupnog broja ispitanika koji su odgovorili na to pitanje:

$$\%\ \text{posjetitelja nezadovoljnih radi buke} = \frac{\text{broj ispitanika s ocjenom 6 ili 7 na pitanju PH5}}{\text{ukupni broj ispitanika koji su odgovorili na pitanje PH5}} \times 100\%$$

Utjecaj buke na kvalitetu boravka	Iznos pokazatelja			
	Ukupni uzorak (n = 447)	Ispitanici u komercijalnom smještaju (n = 227)	Ispitanici u nekomercijalnom smještaju (n = 93)	Jednodnevni posjetitelji (n = 127)
	12,3 %	10,6 %	10,8 %	17,4 %

Nizak je udio ispitanika nezadovoljnih zbog buke, posebno među gostima u komercijalnom i nekomercijalnom smještaju.

Zadovoljstvo prometom u mjestu mjeri se s pomoću pitanja: PH6. Koliko ste zadovoljni prometom u mjestu (protočnost prometa, parkirališta)? (1 = 'U potpunosti nezadovoljan/na' do 7 = 'U potpunosti zadovoljan/na', pri čemu je 3 – 'Niti zadovoljna niti nezadovoljan').
Pokazatelj se računa se kao omjer broja ispitanika koji su na pitanje dali ocjenu 6 ili 7 i ukupnog broja ispitanika koji su odgovorili na pitanje:

$$\%\ \text{posjetitelja zadovoljnih prometom u mjestu} = \frac{\text{broj ispitanika s ocjenom 6 ili 7 na pitanju PH6}}{\text{ukupni broj ispitanika koji su odgovorili na pitanje PH6}} \times 100\%$$

Zadovoljstvo prometom u mjestu	Iznos pokazatelja		
	Ukupni uzorak (n = 320)	Ispitanici u komercijalnom smještaju (n = 227)	Ispitanici u nekomercijalnom smještaju (n = 93)
	12,5 %	14,5 %	7,5 %

Pokazatelj zadovoljstva prometom među turistima je nizak, posebno među onima u nekomercijalnom smještaju.

Dodatni pokazatelji prihvatnog kapaciteta

Ocjena elementa turističke ponude mjeri se s pomoću pitanja: G1. Molimo Vas da ocijenite elemente turističke ponude mjesta u kojemu sada boravite! Svaki navedeni element turističke ponude mjesta ocijenite na ljestvici od 1 – jako loše do 7 – odlično.

Smještajni kapaciteti

Udio turista koji smještajni kapacitet ocjenjuju vrlo visoko računa se kao omjer broja ispitanika koji su na pitanje dali ocjenu 6 ili 7 i ukupnog broja ispitanika koji su odgovorili na to pitanje.

Ocjena smještajnih kapaciteta	Iznos pokazatelja		
	Ispitanici u komercijalnom smještaju (n = 227)	Ispitanici koji borave u hotelima (n = 50)	Ispitanici koji borave u privatnom smještaju (n = 115)
	68,3 %	66,0 %	71,3 %

Rezultati pokazuju da većina ispitanika visoko ocjenjuje smještajne kapacitete.

Atmosfera, ugođaj

Udio turista koji vrlo visoko ocjenjuju atmosferu i ugođaj računa se kao omjer broja ispitanika koji su na pitanje dali ocjenu 6 ili 7 i ukupnog broja ispitanika koji su odgovorili na to pitanje.

Ocjena atmosfere, ugođaja	Iznos pokazatelja			
	Ukupni uzorak (n = 447)	Ispitanici u komercijalnom smještaju (n = 227)	Ispitanici u nekomercijalnom smještaju (n = 93)	Jednodnevni posjetitelji (n = 127)
	57,9 %	66,8 %	58,0 %	40,2 %

Najviše ocjene atmosfere i ugođaja dali su ispitanici u komercijalnom smještaju, potom ispitanici u nekomercijalnom smještaju i jednodnevni posjetitelji.

Gastronomska ponuda u mjestu

Udio turista koji gastronomsku ponudu ocjenjuju vrlo visoko računa se kao omjer broja ispitanika koji su na pitanje dali ocjenu 6 ili 7 i ukupnog broja ispitanika koji su odgovorili na to pitanje.

Gastronomska ponuda u mjestu	Iznos pokazatelja			
	Ukupni uzorak (n = 447)	Ispitanici u komercijalnom smještaju (n = 227)	Ispitanici u nekomercijalnom smještaju (n = 93)	Jednodnevni posjetitelji (n = 127)
	54,8 %	62,6 %	55,9 %	40,2 %

Najviše ocjene gastronomske ponude zabilježene su među ispitanicima u komercijalnom smještaju, dok su nešto niže vrijednosti utvrđene kod ispitanika u nekomercijalnom smještaju i jednodnevnih posjetitelja.

Događanja i manifestacije

Udio turista koji vrlo visoko ocjenjuju događanja i manifestacije računa se kao omjer broja ispitanika koji su na pitanje dali ocjenu 6 ili 7 i ukupnog broja ispitanika koji su odgovorili na to pitanje.

Događanja i manifestacije	Iznos pokazatelja			
	Ukupni uzorak (n = 447)	Ispitanici u komercijalnom smještaju (n = 227)	Ispitanici u nekomercijalnom smještaju (n = 93)	Jednodnevni posjetitelji (n = 127)
	37,1 %	37,4 %	39,8 %	34,6 %

Element događanja i manifestacija dobio je najviše ocjene od ispitanika u nekomercijalnom smještaju, dok su slične, nešto niže vrijednosti zabilježene kod ispitanika u komercijalnom smještaju i kod jednodnevnih posjetitelja.

Kao i kod prethodnih pokazatelja, tako i u nastavku, svaki ponuđeni element turističke ponude mjesta ispitanici su ocjenjivali na ljestvici od 1 – jako loše do 7 – odlično. Tablica u nastavku prikazuje omjer broja ispitanika koji su na pitanje dali ocjenu 6 ili 7 i ukupnog broja ispitanika koji su odgovorili na to pitanje.

Ocjena	Iznos pokazatelja			
	Ukupni uzorak	Ispitanici u komercijalnom smještaju	Ispitanici u nekomercijalnom smještaju	Jednodnevni posjetitelji
Ljepota prirode i krajolika	53,2 %	59,5 %	50,5 %	44,1 %
Ljepota mjesta	51,2 %	56,4 %	49,5 %	43,3 %
Uređenost mjesta	42,1 %	49,3 %	41,9 %	29,9 %
Ekološka očuvanost prostora	31,3 %	36,1 %	28,0 %	25,2 %
Osobna sigurnost	70,7 %	74,5 %	68,8 %	65,4 %
Prometna dostupnost destinacije	49,0 %	55,5 %	40,0 %	44,1 %
Prilagođenost destinacije djeci	31,3 %	29,1 %	33,3 %	33,9 %
Mogućnosti kvalitetnog kretanja pješice u destinaciji	43,2 %	44,5 %	44,1 %	40,2 %
Prilagođenost destinacije osobama s invaliditetom	23,3 %	22,9 %	24,7 %	22,8 %
Lokalni javni prijevoz	27,8 %	27,9 %	26,7 %	28,3 %
Gostoljubivost lokalnog stanovništva	64,2 %	70,9 %	62,3 %	53,5 %
Čistoća plaža	56,0 %	66,7 %	54,0 %	36,6 %
Opremljenost/uređenost plaža	42,4 %	49,8 %	45,3 %	25,9 %
Biciklističke rute i staze	26,8 %	29,3 %	25,6 %	22,9 %
Pješačke staze	36,1 %	39,7 %	32,5 %	33,0 %
Označavanje znamenitosti	43,3 %	47,6 %	44,1 %	35,4 %
Informacije u destinaciji	42,1 %	44,1 %	38,7 %	40,9 %
Kultura i umjetnost	45,2 %	48,0 %	41,9 %	42,5 %
Zabava/noćni život	31,3 %	34,4 %	30,1 %	26,8 %
Sportski sadržaji	28,0 %	29,2 %	27,4 %	26,1 %
Ponuda organiziranih izleta u okolicu	36,9 %	39,2 %	34,5 %	34,2 %
Mogućnost za kupnju	40,5 %	41,4 %	41,9 %	37,8 %
Besplatan internet u destinaciji	41,2 %	40,7 %	48,8 %	36,9 %

Među najviše ocijenjenim elementima turističke ponude grada Rijeke, ispitanici ističu osobnu sigurnost, gostoljubivost lokalnog stanovništva, čistoću plaža, ljepotu prirode i krajolika te ljepotu grada. Manji je udio ispitanika koji visoko ocjenjuju biciklističke rute i staze, sportske sadržaje, lokalni javni prijevoz i prilagođenost destinacije osobama s invaliditetom.

Prilog 4. Popis zaštićenih kulturnih dobara, preventivno zaštićenih dobara i zaštićenih prirodnih područja

Rb.	Zaštićena kulturna dobra	
	Popis	**Vrsta**
1	Arheološka zona sv. Križ	*arheologija*
2	Bivši augustinski, danas dominikanski samostan	*nepokretna pojedinačna*
3	Casa Veneziana (Rezidencija Whitehead)	*nepokretna pojedinačna*
4	Cjelina arhivskih fondova i zbirki u posjedu Državnog arhiva u Rijeci	*pokretna zbirka*
5	Crkva sv. Jeronima	*nepokretna pojedinačna*
6	Crkva sv. Kuzme i Damjana	*nepokretna pojedinačna*
7	Crkva sv. Marije	*nepokretna pojedinačna*
8	Crkva Uznesenja Blažene Djevice Marije	*nepokretna pojedinačna*
9	Crkve sv. Romualda i Svih Svetih	*nepokretna pojedinačna*
10	Franjevački samostan s crkvom Gospe Trsatske	*nepokretna pojedinačna*
11	Građa Sveučilišne knjižnice Rijeka	*pokretna zbirka*
12	Gradska palača	*nepokretna pojedinačna*
13	Grafit „Paraf“	*nepokretno pojedinačno – lokalnog značaja*
14	Guvernerova palača	*nepokretna pojedinačna*
15	Hotel Bristol	*nepokretna pojedinačna*
16	Hotel Emigranti	*nepokretna pojedinačna*
17	Inkunabula Rhetorica ad C. Herennium	*pokretno pojedinačna*
18	Kameni stup za zastavu-stendarac	*nepokretna pojedinačna*
19	Kaštel Trsat	*nepokretna pojedinačna*
20	Katedrala sv. Vida	*nepokretna pojedinačna*
21	Knjiga „Pěsme“ Ljudevita Vukotinovića	*pokretno pojedinačno*
22	Kulturno - povijesna cjelina grada Rijeke	*kulturnopovijesna cjelina*
23	Kulturno-povijesna cjelina Groblja Kozala	*kulturnopovijesna cjelina*
24	Kulturno-povijesna cjelina Groblje Trsat	*kulturnopovijesna cjelina*
25	Kulturnopovijesna industrijska cjelina bivše tvornice INA Mlaka	*kulturnopovijesna cjelina*
26	Lansirna stanica torpeda i kompresorska stanica za punjenje torpeda zrakom u sklopu bivše tvornice „Torpedo“	*kulturnopovijesna cjelina*
27	Lučka skladišta XIII (12) i XV (13), Budimpeštansko pristanište	*nepokretna pojedinačna*
28	Lučka skladišta XIX (18), XX (19), XXI (20) i XXII (21),Praško pristanište	*nepokretna pojedinačna*
29	Lučko skladište XIV (17), Visinov gat	*nepokretna pojedinačna*
30	Mauzolej Gorup	*nepokretno pojedinačno*
31	Mauzolej Manasteriotti	*nepokretna pojedinačna*
32	Mauzolej Whitehead	*nepokretna pojedinačna*
33	Motel Panorama	*nepokretna pojedinačna*
34	Palača Adria	*nepokretna pojedinačna*
35	Palazzo Modello	*nepokretna pojedinačna*

36	Riječki neboder	*nepokretna pojedinačna*
37	Sinagoga	*nepokretna pojedinačna*
38	Sklop dječje bolnice Kantrida	*nepokretna pojedinačna*
39	Spomen kosturnica palih boraca NOR-a (Trsat)	*nepokretna pojedinačna*
40	Stari gradski zid ispred O.Š. „Nikola Tesla“	*nepokretna pojedinačna*
41	Sudbena palača i zatvor	*nepokretna pojedinačna*
42	Tradicija esperanta u Hrvatskoj	*nematerijalno kulturno dobro*
43	Tripundanske svečanosti i kolo sv. Tripuna – tradicije bokeljskih Hrvata u Hrvatskoj	*nematerijalno kulturno dobro*
44	Umijeće gradnje i plovidbe tradicijskim barkama Kvarnera	*nematerijalno kulturno dobro*
45	Urbanističko-arhitektonski kompleks „Narodni dom u Sušaku“	*nepokretna pojedinačna*
46	Vila Kramar	*nepokretna pojedinačna*
47	Vila nadvojvode Josipa Habsburga	*nepokretna pojedinačna*
48	Zbirka inkunabula iz Sveučilišne knjižnice Rijeka	*pokretna zbirka*
49	Zbirka starih knjiga iz Zbirke Rara Gradske knjižnice Rijeka	*pokretna zbirka*
50	Zgrada, jednokatnica u Rijeci u ulici Račkoga 36	*nepokretna pojedinačna*
51	Zgrada Bakarčić	*nepokretna pojedinačna*
52	Zgrada „Teatar Fenice“	*nepokretna pojedinačna*
53	Zgrada bivše tvornice „Rikard Benčić“	*nepokretna pojedinačna*
54	Zgrada bivšeg Lazareta	*nepokretna pojedinačna*
55	Zgrada bivšeg Municipija	*nepokretna pojedinačna*
56	Zgrada Celligoi	*nepokretna pojedinačna*
57	Zgrada Filodrammatice	*nepokretna pojedinačna*
58	Zgrada Hrvatskog narodnog kazališta „Ivan pl. Zajc“	*nepokretna pojedinačna*
59	Zgrada Mjesnog međustrukovnog odbora URSSJ	*nepokretna pojedinačna*
60	Zgrada Venutti	*nepokretna pojedinačna*
61	Motorni brod „Galeb“	*pokretno kulturno dobro*

Preventivno zaštićena dobra	
Popis	**Vrsta**
Art-kino Croatia	*nepokretna pojedinačna*
Obiteljska vila s okolišem – vila Padoani	*nepokretna pojedinačna*
Obiteljska vila s perivojem – vila Valentini	*nepokretna pojedinačna*

Zaštićena prirodna područja	
Popis	**Kategorija**
Zametska pećina	*spomenik prirode*

Izvor: Registar kulturnih dobara RH i Bioportal

Prilog 5. Profil destinacije

Rijeka – profil i osnovne informacije o destinaciji

Grad Rijeka	2023.	2024.
Prometna povezanost *(zračni prijevoz, cestovne veze, željezničke veze, brodske veze i dr.)*	Zračna luka Rijeka, cestovna povezanost (autocesta A6), željeznica, luka Rijeka	Zračna luka Rijeka, cestovna povezanost (autocesta A6), željeznica, luka Rijeka
Udaljenost od glavnog grada i glavnih emitivnih tržišta	~ 170 km do Zagreba Ljubljana (Slovenija): ~ 115 km Trst (Italija): ~ 70 km Milano (Italija): ~ 470 km München (Njemačka): ~ 530 km Beč (Austrija): ~ 520 km Budimpešta (Mađarska): ~ 500 km Varšava (Poljska): ~ 1.000 km Kijev (Ukrajina): ~ 1.500 km	~ 170 km do Zagreba Ljubljana (Slovenija): ~ 115 km Trst (Italija): ~ 70 km Milano (Italija): ~ 470 km München (Njemačka): ~ 530 km Beč (Austrija): ~ 520 km Budimpešta (Mađarska): ~ 500 km Varšava (Poljska): ~ 1.000 km Kijev (Ukrajina): ~ 1.500 km
Geografska obilježja *(reljef, planine, rijeke i dr.)*	Obalni grad, Kvarnerski zaljev, rijeka Rječina, brdovito zaleđe	Obalni grad, Kvarnerski zaljev, rijeka Rječina, brdovito zaleđe
Klimatska obilježja *(prosječni broj sunčanih dana, količina padalina, prosječne sezonske temperature)*	Prosječna godišnja temperatura: ~ 10,8 °C; Najhladniji mjesec: siječanj – dnevne temperature: ~ 8,7 °C do 12 °C; Najtopliji mjesec: srpanj – dnevne temperature: ~ 26 °C do 27,7 °C; Padaline (godišnje): ~ 1 704 mm – siječanj: ~ 135 mm; srpanj: ~ 82 mm Broj sunčanih sati: ~ 2 222 sati godišnje, srpanj: ~ 9,9 sati sunčeva zračenja dnevno	Prosječna godišnja temperatura: ~ 10,8 °C; Najhladniji mjesec: siječanj – dnevne temperature: ~ 8,7 °C do 12 °C; Najtopliji mjesec: srpanj – dnevne temperature: ~ 26 °C do 27,7 °C; Padaline (godišnje): ~ 1 704 mm – siječanj: ~ 135 mm; srpanj: ~ 82 mm Broj sunčanih sati: ~ 2 222 sati godišnje, srpanj: ~ 9,9 sati sunčeva zračenja dnevno
Broj stalnih stanovnika	Prema popisu 2021: 107 964; procjena: 106.163	Prema popisu 2021: 107 964
Broj turista *(po zemlji porijekla, demografska obilježja i dr.)*	218.023 dolazaka / 597.284 noćenja; emitivna tržišta: Njemačka, Hrvatska, Italija, Ukrajina, Austrija; 52,2 % muškarci, 47,8 % žene	223.682 dolazaka / 605.909 noćenja; emitivna tržišta: Hrvatska, Njemačka, Italija, Ukrajina, Poljska; 52,3 % muškarci, 47,7 % žene; dominiraju turisti 25-44 godine
Prosječna duljina boravka	2,97 dana	2,98 dana
Turistički kapaciteti *(po vrstama, po kvaliteti)*	Obiteljski smještaj 54,99 %, ostali komercijalni smještaj 20,03 %, hosteli 13,80 %, hoteli 11,19 %; otvoren hotel 5*; povećanje kvalitete (3* i 4*) u obiteljskom smještaju	Obiteljski smještaj 53,25 %, ostali komercijalni smještaj 19,40 %, hosteli 16,51 %, hoteli 10,48 %; povećanje kvalitete (3* i 4*) u obiteljskom smještaju
Ugostiteljski sadržaji	73 restorana 27 barova 15 objekata brze prehrane (*fast food*) 7 slastičarnica	73 restorana 27 barova 15 objekata brze prehrane (*fast food*) 7 slastičarnica Michelin star: Nebo Restaurant & Lounge
Najpopularnije turističke atrakcije	<u>Materijalne atrakcije:</u> Trsatski kaštel Riječki tunel Palača šećera Stari grad Art kvart Dječja kuća	<u>Materijalne atrakcije:</u> Trsatski kaštel Riječki tunel Palača šećera Stari grad Art kvart Dječja kuća

	Pomorski i povijesni muzej Hrvatskog primorja Astronomski centar Tarsatički principij Korzo Gradski toranj Gradska tržnica Katedrala sv. Vida JGL Muzej farmacije HNK Ivana pl. Zajca Svetište Majke Božje Trsatske i Franjevački samostan Trsat Prirodoslovni muzej Rijeka Muzej moderne i suvremene umjetnosti u Rijeci Palača Modello Filodrammatica Riječki murali Dizalice na Molo longu <u>Događanja:</u> Riječki karneval Zima na Gradini Rijeka Advent Ljeto na Gradini Fiumanka Rijeka Run Women's Weekend Riječke ljetne noći Tobogan Riječke stepenice WineRi Dani Trsata MIK Malik – festival mitova i legendi History film festival Cro race Ri rock festival Rijeka Boat show Jazz time festival Rijeka Hrvatski festival kabareta i burleske Impulse festival Festival malih scena Revija lutkarskih kazališta Dani Sv. Vida Vrisak	Pomorski i povijesni muzej Hrvatskog primorja Astronomski centar Tarsatički principij Korzo Gradski toranj Gradska tržnica Katedrala sv. Vida JGL Muzej farmacije HNK Ivana pl. Zajca Svetište Majke Božje Trsatske i Franjevački samostan Trsat Prirodoslovni muzej Rijeka Muzej moderne i suvremene umjetnosti u Rijeci Palača Modello Filodrammatica Riječki murali Dizalice na Molo longu <u>Događanja:</u> Riječki karneval Zima na Gradini Rijeka Advent Ljeto na Gradini Fiumanka Rijeka Run Women's Weekend Riječke ljetne noći Tobogan Riječke stepenice WineRi Dani Trsata MIK Malik – festival mitova i legendi History film festival Cro race Ri rock festival Rijeka Boat show Jazz time festival Rijeka Hrvatski festival kabareta i burleske Impulse festival Festival malih scena Revija lutkarskih kazališta Dani Sv. Vida Vrisak
Glavni turistički proizvodi	Sportsko-rekreacijski turizam Kulturni i kreativni turizam Gastro i eno turizam Turizam događaja Poslovni turizam Zdravstveni turizam Sunce i more Nautički turizam	Sportsko-rekreacijski turizam Kulturni i kreativni turizam Gastro i eno turizam Turizam događaja Poslovni turizam Zdravstveni turizam Sunce i more Nautički turizam
Turistička infrastruktura *(kongresni kapaciteti, pješačke/planinarske/biciklističke staze, plaže i dr.)*	<u>Kongresni kapaciteti:</u> Konferencijsko-izložbena dvorana Transadria Filodrammatica (konferencijsko-izložbena dvorana) Hrvatski kulturni dom na Sušaku (dvorana)	<u>Kongresni kapaciteti:</u> Konferencijsko-izložbena dvorana Transadria Filodrammatica (konferencijsko-izložbena dvorana) Hrvatski kulturni dom na Sušaku (dvorana)

	Konferencijska sala na Bazenima Kantrida Astronomski centar Rijeka Konferencijska sala Astronomski centar Rijeka Multimedijalna sala Mala dvorana – Centar Zamet Konferencijska dvorana koncerna Agram Kongresne dvorane u hotelima: Grand Hotel Bonavia, Hotel Jadran, Hotel Continental, Hotel Neboder, Hilton Rijeka Costabella Beach Resort & Spa, botel Marina Sastavnice Sveučilišta u Rijeci <u>Šetnice:</u> preko 40 šetnica i planinarskih staza *Riječke šetnice:* Plumbum – Trsat (6,7 km) Trsat – Orehovica – Maršić (5,6 km) Trsat – Školjić – Lukobran (3,5 km) Školjić – Matešićev mlin (2,5 km) Orehovica – Drenova (8,7 km) Drenova – Pehlin (4,8 km) Bivio – Preluk (2,9 km) *Molo longo – riječki lukobran (1707 m)* *Tematske staze:* Tematska staza Tragovima Frankopana Poučna planinarska staza Šuma Striborova <u>Biciklističke staze:</u> 13 biciklističkih ruta, od kojih se ističe staza industrijske baštine (29,5 km) 28 električnih bicikala RiCikleta raspoređenih na četiri lokacije: Jadranski trg, Trsat, Sušački most i Kantrida <u>Plaže:</u> 21 uređena plaža: *Istočne plaže* Križić Sablićevo Vila Olga ex Park hotel Glavanovo Srebrena Ružićevo Grčevo Plaža za pse Brajdica *Zapadne plaže* Brgudi Igralište Plaža za pse Igralište Vila Nora Ploče Razbojna Bivio Lungomare Kostanj	Konferencijska sala na Bazenima Kantrida Astronomski centar Rijeka Konferencijska sala Astronomski centar Rijeka Multimedijalna sala Mala dvorana – Centar Zamet Konferencijska dvorana koncerna Agram Kongresne dvorane u hotelima: Grand Hotel Bonavia, Hotel Jadran, Hotel Continental, Hotel Neboder, Hilton Rijeka Costabella Beach Resort & Spa, botel Marina Sastavnice Sveučilišta u Rijeci <u>Šetnice:</u> preko 40 šetnica i planinarskih staza *Riječke šetnice:* Plumbum – Trsat (6,7 km) Trsat – Orehovica – Maršić (5,6 km) Trsat – Školjić – Lukobran (3,5 km) Školjić – Matešićev mlin (2,5 km) Orehovica – Drenova (8,7 km) Drenova – Pehlin (4,8 km) Bivio – Preluk (2,9 km) *Molo longo – riječki lukobran (1707 m)* *Tematske staze:* Tematska staza Tragovima Frankopana Poučna planinarska staza Šuma Striborova <u>Biciklističke staze:</u> 13 biciklističkih ruta, od kojih se ističe staza industrijske baštine (29,5 km) 28 električnih bicikala RiCikleta raspoređenih na četiri lokacije: Jadranski trg, Trsat, Sušački most i Kantrida <u>Plaže:</u> 21 uređena plaža: *Istočne plaže* Križić Sablićevo Vila Olga ex Park hotel Glavanovo Srebrena Ružićevo Grčevo Plaža za pse Brajdica *Zapadne plaže* Brgudi Igralište Plaža za pse Igralište Vila Nora Ploče Razbojna Bivio Lungomare Kostanj

	Akademija „S“ zavoj Preluk	Akademija „S“ zavoj Preluk

OBRAZAC IZVJEŠĆA O PROVEDENOM SAVJETOVANJU SA ZAINTERESIRANOM JAVNOŠĆU	
Naslov dokumenta	Savjetovanje sa zainteresiranom javnošću u vezi s Prijedlogom Plana upravljanja destinacijom i izračun Prihvatnog kapaciteta-Grad Rijeka
Stvaratelj dokumenta, tijelo koje provodi savjetovanje	Turistička zajednica grada Rijeke
Svrha dokumenta	Plan upravljanja destinacijom je planski dokument za razvoj održive destinacije. Primarna mu je svrha osigurati razvoj destinacije u smjeru održivosti u skladu s aktima strateškog planiranja, prostornim planovima, planom upravljanja kulturnim dobrima i drugim važećim planovima i propisima.
Datum dokumenta	28.10.2025.
Verzija dokumenta	1.
Vrsta dokumenta	Strateško planski dokument
Naziv nacrta zakona, drugog propisa ili akta	Plana upravljanja destinacijom i izračun prihvatnog kapaciteta- grad Rijeka
Jedinstvena oznaka iz Plana donošenja zakona, drugih propisa i akata objavljenog na internetskim stranicama Vlade	/
Naziv tijela nadležnog za izradu nacrta	Turistička zajednica grada Rijeke
Koji su predstavnici zainteresirane javnosti bili uključeni u postupak izrade odnosno u rad stručne radne skupine za izradu nacrta?	Dionici turističkog sustava, članovi Turističkog vijeća Turističke zajednice grada Rijeke
Je li nacrt bio objavljen na internetskim stranicama ili na drugi odgovarajući način? Ako jest, kada je nacrt objavljen, na kojoj internetskoj stranici i koliko je vremena ostavljeno za savjetovanje? Ako nije, zašto?	DA Javno savjetovanje sa zainteresiranom javnošću trajalo je u razdoblju od 28. listopada do 28. studenog 2025. godine. Prijedlog Plana upravljanja destinacijom i izračun prihvatnog kapaciteta- grad Rijeka objavljen je na službenim stranicama Grada Rijeke www.rijeka.hr i na službenim stranicama Turističke zajednice grada Rijeke www.visitrijeka.hr
Koji su predstavnici zainteresirane javnosti dostavili svoja očitovanja?	Predstavnik gluhih osoba

ANALIZA DOSTAVLJENIH PRIMJEDBI Primjedbe koje su prihvaćene Primjedbe koje nisu prihvaćene i obrazloženje razloga za neprihvaćanje	Ukupno je stiglo dvije primjedbe, od koji su obje djelomično prihvaćene, u okviru mjere snaženja pristupačnosti.
Troškovi provedenog savjetovanja	Provedba javnog savjetovanja nije iziskivala dodatne financijske troškove

Izvješće o provedenom savjetovanju - Savjetovanje sa zainteresiranom javnošću u vezi s Prijedlogom Plana upravljanja destinacijom i izračun Prihvatnog kapaciteta-Grad Rijeka

Redni broj	Korisnik/Sekcija/Komentar	Odgovor
1	**MIRO OPAČAK** **PLAN UPRAVLJANJA DESTINACIJOM I IZRAČUN PRIHVATNOG KAPACITETA – GRAD RIJEKA** Poštovani, Kao predstavnik gluhih osoba, želimo istaknuti važnost uključivanja pristupačnosti i komunikacijskih prilagodbi u Plan upravljanja destinacijom i prilikom određivanja prihvatnog kapaciteta za Grad Rijeku. 1. Pristupačnost informacija i komunikacije Važno je da sve informacije o destinaciji (turističke usluge, javni sadržaji, kulturni i zabavni programi) budu pristupačne gluhim osobama, uključujući: video materijale s titlovima ili prijevodom na znakovni jezik, interaktivne turističke karte i aplikacije koje koriste vizualne i tekstualne informacije, jasne znakove i oznake na lokacijama koje su prilagođene gluhim osobama. Pristupačnost informacija omogućava gluhim osobama da samostalno planiraju i koriste turističke sadržaje, što je ključno za inkluzivni turizam. 2. Prihvatni kapacitet i inkluzivnost Pri izračunu prihvatnog kapaciteta grada potrebno je uzeti u obzir posebne potrebe osoba s invaliditetom, uključujući gluhe osobe. Primjerice, kulturni i zabavni sadržaji trebaju imati osigurane vizualne i tekstualne obavijesti, tumače znakovnog jezika ili alternativne komunikacijske kanale kako bi se mogli uključiti u sve aktivnosti. Uključivanje ovih kriterija u izračun prihvatnog kapaciteta doprinosi pravednijoj i inkluzivnijoj turističkoj ponudi. 3. Preporuke U Planu upravljanja destinacijom uvrstiti obvezu osiguravanja pristupačnosti gluhim osobama u svim turističkim i kulturnim sadržajima. Pri određivanju prihvatnog kapaciteta, uključiti kriterije koji osiguravaju da gluhe osobe mogu jednako sudjelovati u ponudi destinacije. Promicati korištenje tehnoloških rješenja i vizualnih komunikacijskih alata za sve javne informacije i usluge. Zaključak: Osiguravanje pristupačnosti i inkluzivnosti za gluhe osobe u Planu upravljanja destinacijom i pri određivanju prihvatnog kapaciteta Grada Rijeke ključno je za stvaranje ravnopravne i kvalitetne turističke ponude te povećanje zadovoljstva i sigurnosti svih posjetitelja. S poštovanjem,	**Djelomično prihvaćen** Poštovani, Zahvaljujemo na vrijednom komentaru koji je uvažen u obimu i na način kako je adekvatno za dokument u okviru mjere 2.3. Snažiti pristupačnost. Detaljnije obrazlaganje koje se navodi nije moguće unijeti u dokument na taj način, no isto predstavlja vrijedan doprinos za kasnije aktivnosti provedbe Plana upravljanja.

2	**MIRO OPAČAK** **1.ANALIZA STANJA, 1.7.Pristupačnost destinacije osobama s invaliditetom** Komentar na Plan upravljanja destinacijom i izračun prihvatnog kapaciteta – Grad Rijeka Pristupačnost destinacije osobama s invaliditetom Ističemo važnost da Plan upravljanja destinacijom Grada Rijeke uključuje potpunu pristupačnost za sve osobe s invaliditetom, s posebnim naglaskom na parasporti i gluhe osobe. 1. Parasporti i gluhe osobe Plan treba posebno prepoznati potrebe korisnika parasporti i gluhih osoba, u skladu s Zakonom o športu. Sadržaji, sportski objekti i događaji trebaju biti prilagođeni, uz osiguranje: komunikacijskog posrednika (tumača znakovnog jezika), vizualnih i tekstualnih uputa, sigurnosnih i komunikacijskih prilagodbi. 2. Pristupačne turističke i kulturne usluge Informacije o destinaciji, javnim događanjima i kulturnim sadržajima moraju biti dostupne u vizualnom obliku i kroz titlove ili znakovni jezik. Obavezno je osigurati vizualnu signalizaciju, digitalne aplikacije i vodiče prilagođene osobama s invaliditetom. Zaključak Uključivanje ovih mjera u Plan upravljanja destinacijom Grada Rijeke omogućava: stvaranje inkluzivne i ravnopravne turističke ponude, veću sigurnost i samostalnost gluhih osoba i korisnika parasporti, usklađenost s Zakonom o športu i načelima jednakih mogućnosti. S poštovanjem,	**Djelomično prihvaćen** Poštovani, Zahvaljujemo na vrijednom komentaru koji je uvažen u obimu i na način kako je adekvatno za dokument u okviru mjere 2.3. Snažiti pristupačnost. Detaljnije obrazlaganje koje se navodi nije moguće unijeti u dokument na taj način, no isto predstavlja vrijedan doprinos za kasnije aktivnosti provedbe Plana upravljanja.