

Plan upravljanja destinacijom: Funtana

Konsolidirani izvještaj

Listopad 2026. godine

Sadržaj

I. Prihvatni kapacitet destinacije	5
I.1. Odabir metodologije procjene prihvatnog kapaciteta	5
I.2. Analiza razine nosivosti destinacije	II
I.3. Procjena dostignute razine prihvatnog kapaciteta	40
I.4. Analiza scenarija	42
I.5. Donošenje zaključaka i preporuka	46
2. Pokazatelji održivosti na razini destinacije	48
2.1. Osnovni pokazatelji održivosti	52
2.2. Specifični pokazatelji održivosti	6I

Sadržaj

3. Opća analiza stanja destinacije	70
3.1. Analiza općeg i gospodarskog stanja destinacije	70
3.2. Analiza prometne infrastrukture	78
3.3. Analiza komunalne infrastrukture	87
3.4. Analiza stanja digitalizacije	93
4. Analiza turističkog tržišta destinacije	96
4.1. Analiza turističke ponude	96
4.2. Analiza javne turističke infrastrukture	109
4.3. Analiza turističke potražnje	115
4.4. Analiza resursne osnove	122
4.5. Analiza komunikacijskih aktivnosti	125

Sadržaj

4.6. Analiza konkurencije	131
4.7. Ključni nalazi intervjua provedenih s destinacijskim dionicima	144
5. Zaključci i implikacije provedene analize stanja destinacije	147
6. SWOT analiza	152
7. Opća načela razvoja turizma	154
8. Strateški okvir	156
8.1. Klasterska razina	158
8.1.1. Vizija i pozicioniranje	160
8.1.2. Ključne mjere	165

Sadržaj

8. Strateški okvir	156
8.2. Destinacijska razina	173
8.2.1. Vizija i pozicioniranje	176
8.2.2. Strateška područja	182
9. Smjernice i preporuke za dionike razvoja	211
9.1. Smjernice i preporuke za Općinu Funtana	211
9.2. Smjernice i preporuke za Turističku zajednicu općine Funtana	213
9.3. Smjernice i preporuke za druge dionike u turizmu i upravljanju turizmom u destinaciji	215
10. Popis projekata	217
10.1. Popis projekata za provedbu mjera potrebnih za ostvarenje pokazatelja održivosti	217
10.2. Popis projekata od posebnog značaja za razvoj destinacije	220
11. Ključni strateški zaključci	224



I. Prihvatni kapacitet destinacije

I.1. Odabir metodologije procjene prihvatnog kapaciteta

Funtana je druga destinacija po broju noćenja na Porečkoj rivijeri, turističkoj iskustvenoj cjelini na čijem se prostoru realizira više od 9 milijuna noćenja na godišnjoj razini

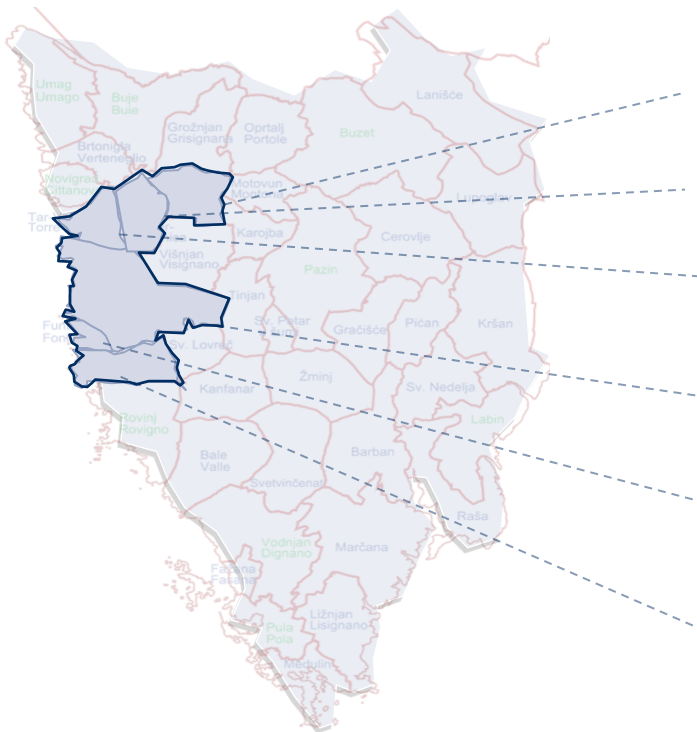
U Porečku rivijeru spadaju Poreč, Tar-Vabriga, Funtana, Kaštelir-Labinci i Vižinada, a u procesu izrade planova upravljanja, Rivijeri se priključuje i Vrsar. To su prostorno i tržišno povezane destinacije koje zajednički nastupaju i komuniciraju kao jedna cjelina radi jasnijeg pozicioniranja i usklađenog razvoja. Sukladno odluci naručitelja, za svaku se destinaciju izrađuje **zaseban plan upravljanja**.

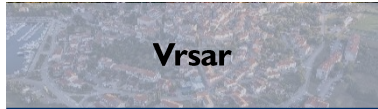
Porečka rivijera

Površina
254,7 km²

Populacija
26.863

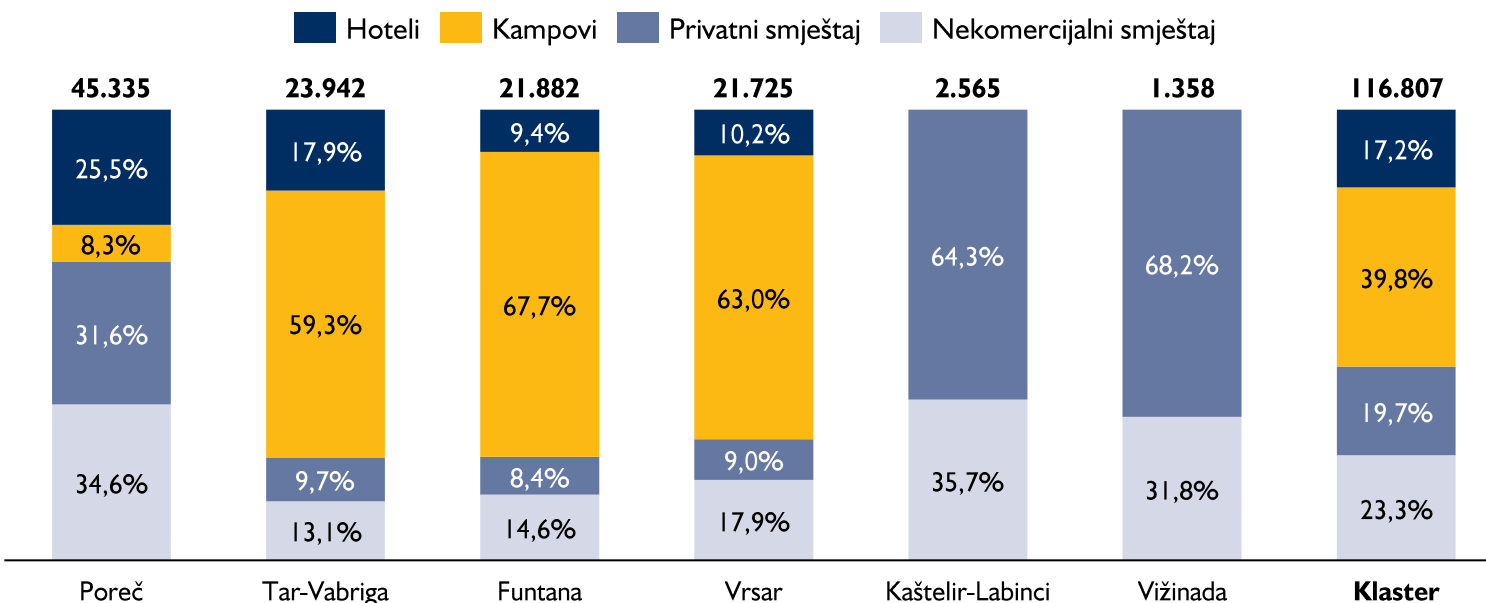
Noćenja
9.593.334



	Populacija	Površina	Udio noćenja
 Vižinada	1.200	35,7 km ²	1%
 Kaštelir-Labinci	1.669	35,2 km ²	1%
 Tar-Vabriga	2.430	27,1 km ²	20%
 Poreč	18.262	111 km ²	37%
 Funtana	1.153	8 km ²	22%
 Vrsar	2.149	37,7 km ²	19%

Porečka rivijera raspolaže s oko 117.000 kreveta, a Funtana nosi 19% kapaciteta klastera, od čega 68% otpada na kampove

Struktura kreveta po vrsti smještaja u jedinicama Porečke rivijere, 2025.



Broj stanovnika (2024.) i kreveta na 100 stanovnika u JLS-ovima Porečke rivijere

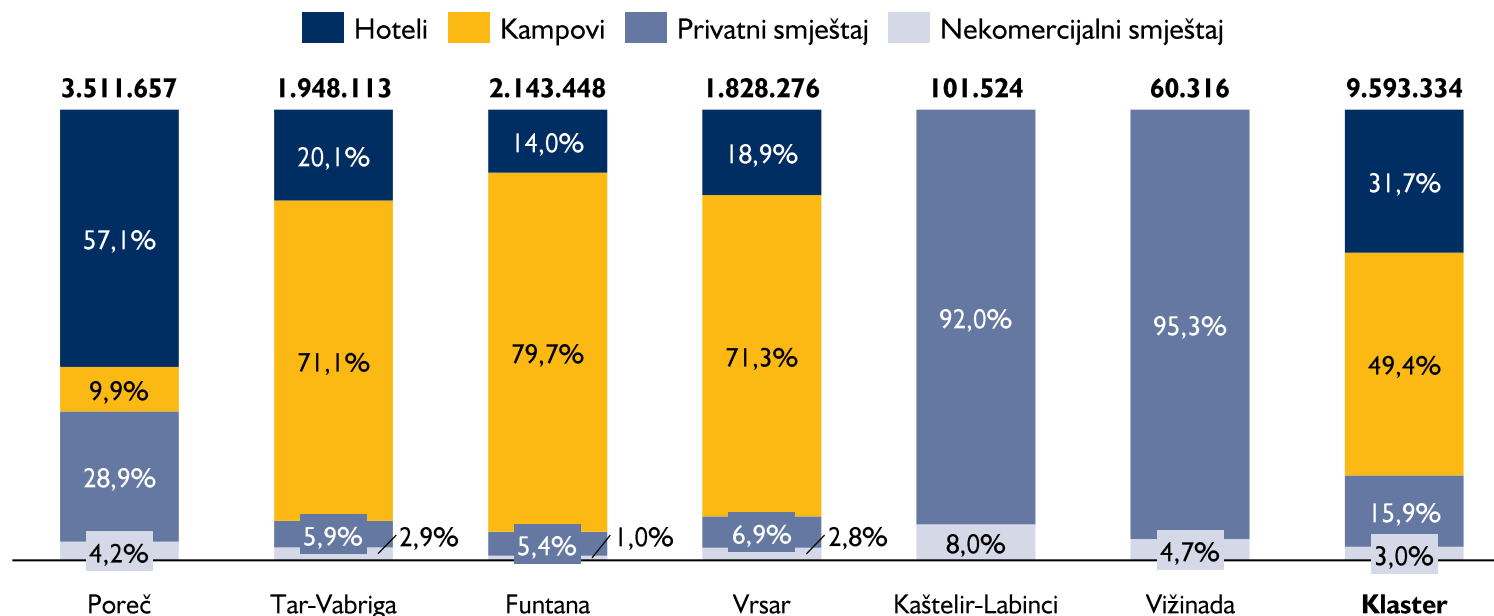
JLS	Stanovnici	Kreveti na 100 stanovnika
Poreč	18.262	248
Tar-Vabriga	2.430	985
Funtana	1.153	1.898
Vrsar	2.149	1.011
Kaštelir-Labinci	1.669	154
Vižinada	1.200	113
Klaster	26.863	435

Šest jedinica Porečke rivijere zajedno raspolaže sa 116.807 kreveta. Funtana s 21.882 kreveta nosi 19% kapaciteta klastera i treća je jedinica po broju kreveta, nakon Poreča i Tar-Vabriga, gotovo izjednačena s Vrsarom (21.725). U strukturi klastera prevladavaju kampovi s 40% kreveta, slijede nekomercijalni smještaj s 23%, privatni smještaj s 20% i hoteli s 17%. U Funtani kampovi nose 68% kreveta, najviše od svih jedinica rivijere, nekomercijalni smještaj 15%, hoteli 9%, a privatni smještaj 8%, pa je udio kampova znatno viši, a udio hotela, privatnog i nekomercijalnog smještaja znatno niži od prosjeka klastera.

S 1.898 kreveta na 100 stanovnika Funtana je najopterećenija jedinica rivijere: ima više od četiri puta više kreveta po stanovniku od prosjeka klastera (435) i gotovo osam puta više od Poreča (248). Vrsar (1.011) i Tar-Vabriga (985) imaju približno upola manji omjer.

Rivijera ostvaruje oko 9,6 milijuna noćenja, a Funtana 22% noćenja klastera, od čega 80% u kampovima

Struktura noćenja po vrsti smještaja u jedinicama Porečke rivijere, 2025.



Dolasci, prosječan boravak i udio u noćenjima klastera po JLS-ovima rivijere

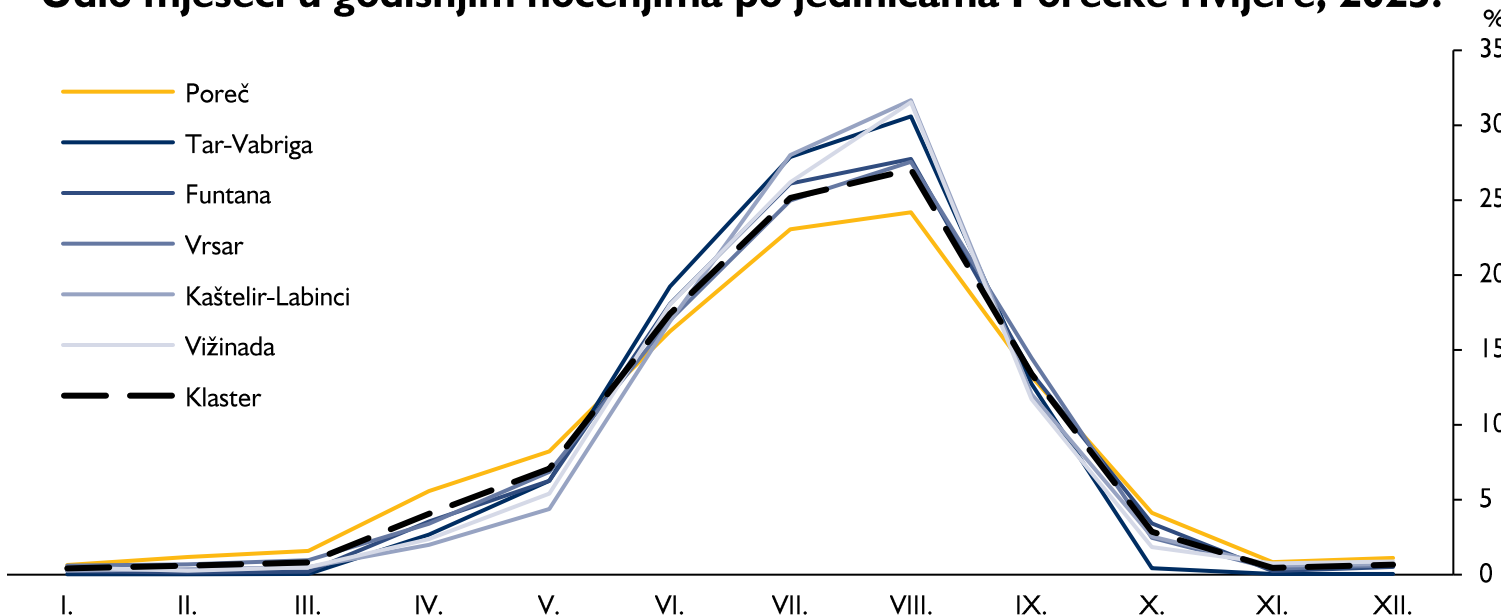
JLS	Dolasci	Prosječan boravak (dana)	Udio u noćenjima klastera
Poreč	664.609	5,3	36,6%
Tar-Vabriga	273.408	7,1	20,3%
Funtana	322.675	6,6	22,3%
Vrsar	260.583	7,0	19,1%
Kaštelir-Labinci	11.836	8,6	1,1%
Vižinada	8.718	6,9	0,6%
Klaster	1.541.829	6,2	100%

Porečka rivijera ostvaruje oko 1,5 milijuna dolazaka i 9,6 milijuna noćenja godišnje. Funtana sudjeluje s 21% dolazaka i 22,3% noćenja klastera te je po broju dolazaka i noćenja druga jedinica rivijere, nakon Poreča. Polovina noćenja klastera ostvaruje se u kampovima, trećina u hotelima, 16% u privatnom i 3% u nekomercijalnom smještaju.

U Funtani kampovi nose 80% noćenja, najviše od svih jedinica rivijere, hoteli 14%, privatni smještaj 5%, a nekomercijalni smještaj 1%. Gost u Funtani boravi prosječno 6,6 dana, dulje nego u Poreču (5,3 dana) i od prosjeka klastera (6,2 dana), što odražava velik udio kampova u strukturi noćenja.

Sezonalnost Funtane bliska je prosjeku rivijere: srpanj i kolovoz nose 53,8% njezinih noćenja, a posezona u rujnu i listopadu gotovo 17%

Udio mjeseci u godišnjim noćenjima po jedinicama Porečke rivijere, 2025.



Udio noćenja u predsezoni, glavnoj sezoni i posezoni po JLS-ovima Porečke rivijere

JLS	Travanj – lipanj	Srpanj i kolovoz	Rujan i listopad
Poreč	30,0%	47,2%	17,4%
Tar-Vabriga	28,2%	58,5%	13,2%
Funtana	27,9%	53,8%	16,9%
Vrsar	27,2%	52,5%	16,9%
Kaštelir-Labinci	23,3%	59,7%	14,6%
Vižinada	25,8%	57,7%	13,6%
Klaster	28,6%	52,2%	16,3%

Na razini klastera srpanj i kolovoz nose 52% noćenja, predsezona od travnja do lipnja 29%, a posezona u rujnu i listopadu 16%. Funtana ima vrlo sličnu raspodjelu: u srpnju i kolovozu ostvaruje 53,8% noćenja, u predsezoni 27,9%, a u posezoni 16,9%, jednako kao Vrsar i nešto manje od Poreča (17,4%). Od studenog do ožujka ostvaruje 1,3% svojih noćenja i 10% noćenja cijelog klastera u tom razdoblju, nakon Poreča (66%) i Vrsara (21%). Niži ljetni udio od Funtane imaju samo Poreč (47,2%) i Vrsar (52,5%), dok Vižinada, Tar-Vabriga i Kaštelir-Labinci u srpnju i kolovozu ostvaruju od 57,7% do 59,7% noćenja.

Opterećenje se ne zaustavlja na administrativnim granicama. U kolovozu se na rivijeri ostvari oko 2,6 milijuna noćenja, prosječno 84.000 dnevno, od čega u Funtani oko 19.200, gotovo 17 gostiju na svakog stanovnika. Funtana, Poreč i ostale općine rivijere dijele vodoopskrbni sustav, iste glavne prometnice (D75, D302 i A9), Zračnu luku Pula i javne usluge, a gost rivijeru doživljava kao cjelinu i tek unutar nje bira mjesto boravka. Pokazatelji izračunati samo za Općinu Funtana zato ne pokazuju puni pritisak koji turizam rivijere stvara na zajedničku infrastrukturu. Zbog toga se u zaključcima predlaže da se sljedeći plan upravljanja i izračun prihvatnog kapaciteta izrade na razini klastera Porečka rivijera.

Izvor: eVisitor, turističke zajednice Porečke rivijere, Horwath HTL analiza, 2026.

Za Funtanu je odabrana kombinirana metodologija procjene prihvatnog kapaciteta koja povezuje kvantitativne pokazatelje s percepcijama dionika

Metodologije propisane Pravilnikom o metodologiji izračuna prihvatnog kapaciteta

1. Kvantitativna metodologija

Prikuplja i analizira numeričke podatke radi određivanja mjerljivih granica prihvatljivog opterećenja prostora i sustava. Fokus je na vršnim vrijednostima, kapacitetima i trendovima te na usporedbama kroz vrijeme i prema referentnim vrijednostima.

2. Kvalitativna metodologija

Prikuplja nenumeričke uvide kroz intervju, fokus grupe, opažanja i ankete. Cilj je razumjeti percepcije, iskustva i prioritete dionika te prepoznati probleme i prilike koje brojke same ne otkrivaju.

3. Kombinirana metodologija

Povezuje kvantitativne granice s kvalitativnim uvidima kako bi se donijele uravnotežene odluke. Brojčani pokazatelji definiraju kapacitete i rizike, a percepcije i operativni uvidi usmjeravaju mjere upravljanja i redoslijed intervencija.

Obalna zona s kampovima i manjom jezgrom stvara preklapanje funkcija

Veći kampovi uz obalu i mala jezgra koncentriraju turističke i svakodnevne aktivnosti u istom prostoru. Kombinirana metoda omogućuje korištenje brojčanih pokazatelja koji mjere opterećenje prostora i sustava dok kvalitativni otkrivaju gdje i kako nastaju konflikti.

Sezonska koncentracija i pritisak na sustave

Ljetno razdoblje pojačava potrebe za vodom, odvozom otpada i održavanjem. Kvantitativni podaci pokazuju razinu opterećenja, a kvalitativni uvidi lociraju točke najvećih pritisaka i način korištenja prostora.

Svakodnevno funkcioniranje mjesta i mobilnost

Dnevni tokovi kroz mjesto te pristupi plažama i parkiranje stvaraju operativne izazove. Potrebno je povezati podatke o prometu s opažanjima stanovnika i posjetitelja te razviti rješenja za pješačko i biciklističko povezivanje i javni prijevoz.

Očuvanje identiteta i razvoj usmjeren na kvalitetu

Razvoj treba temeljiti na suradnji s kampovima i lokalnim dionicima. Prioritet je podizanje kvalitete ponude i javnog prostora uz prostorna ograničenja i očuvanje doživljaja malog mjesta.



I. Prihvatni kapacitet destinacije

I.1. Odabir metodologije procjene prihvatnog kapaciteta

I.2. Analiza razine nosivosti destinacije

Metodološki okvir izrade analize prihvatnog kapaciteta destinacije

Provedba analize nosivosti destinacije izrađuje se temeljem Pravilnika o metodologiji izračuna prihvatnog kapaciteta koji je izdalo Ministarstvo turizma i sporta. Pravilnikom je definirana analiza pokazatelja u kategorijama obveznih i dodatnih pokazatelja, koji su dodatno podijeljeni na 10 analiziranih područja. Provedba analize obvezna je za destinacije s indeksom turističke razvijenosti kategorije I. i II. Nosivost destinacije analizira se kako bi se definirala ključna ograničenja i uska grla destinacije.

Obvezni pokazatelji >> 36

Dodatni pokazatelji >> 7

Ukupno >> 43

KATEGORIJE

1 Institucionalni i strateški okvir

2 Smještajni kapaciteti

3 Turistička potražnja

4 Resursno atrakcijska osnova

5 Priroda i okoliš

6 Prostor

7 Komunalna infrastruktura

8 Prometna infrastruktura

9 Stanovništvo i kvaliteta života

10 Zaposlenost

U navedenim kategorijama, ukupno je definirano **36 obveznih i 7 dodatnih pokazatelja prihvatnog kapaciteta**. Dodatni pokazatelji za Funtanu izračunavaju se prema odabiru turističke zajednice. Plan upravljanja destinacijom za Funtanu obuhvaća analizu 7 dodatnih pokazatelja te je ukupno obrađeno 43 pokazatelja u okviru analize prihvatnog kapaciteta destinacije.

Analizirani podaci prikupljaju se putem dva primarna istraživanja (Istraživanje stavova lokalnog stanovništva o turizmu i utjecaju turizma na kvalitetu života i Istraživanje turista i jednodnevnih posjetitelja boravkom u destinaciji), prikupljanjem informacija od dionika u destinaciji i nadležnih tijela te korištenjem dostupnih sekundarnih izvora.

Obvezni pokazatelji prihvatnog kapaciteta

Broj pokazatelja	Naziv pokazatelja
1.1.	Stav o turizmu kao faktoru povećanja blagostanja stanovnika
2.1.	Omjer broja kreveta u komercijalnom smještaju te kućama i stanovima za odmor u odnosu na 100 stanovnika
2.2.	Omjer broja kreveta u nekomercijalnom smještaju u odnosu na 100 stanovnika
2.3.	Omjer broja smještajnih objekata u domaćinstvu te kućama i stanovima za odmor u odnosu na broj stanova za stalno stanovanje
2.4.	Broj kreveta u komercijalnom smještaju te kućama i stanovima za odmor na 100 m ² građevinskog područja naselja
2.5.	Struktura smještajnih kapaciteta izražena u postotnim udjelima
3.1.	Intenzitet stacionarnog, komercijalnog i nekomercijalnog turizma kao omjer prosječnog broja turista po stanovniku u vršnim danima turističke sezone
3.2.	Nezadovoljstvo radi gužve na ulicama, trgovima, atrakcijama
4.1.	Koncentracija materijalnih atrakcija na odabranim područjima destinacije/definiranim zonama
4.2.	Koncentracija ugostiteljskih sadržaja na odabranim područjima destinacije/definiranim zonama
4.3.	Kakvoća voda za kupanje na mjernim stanicama na području destinacije tijekom razdoblja lipanj – rujn u odnosu na ostatak godine (za destinacije za koje je pokazatelj relevantan)
4.4.	Raspoloživa površina plaže po kupacu u danima vršne turističke sezone (za destinacije za koje je pokazatelj relevantan)
4.5.	Kakvoća zraka na mjernim stanicama na području destinacije tijekom razdoblja lipanj – rujn u odnosu na ostatak godine
4.6.	Utjecaj turizma na izgled destinacije
4.7.	Utjecaj turizma na korištenje javnog prostora
4.8.	Zadovoljstvo ljepotom i uređenosti mjesta (kulturni i prirodni aspekti) kao i glavnih atrakcija
5.1.	Razina buke u danima vršne turističke sezone u odnosu na ostatak godine u zonama mješovite namjene po danu i noći
5.2.	Iritacija razinom buke u vrijeme turističke sezone

Obvezni pokazatelji prihvatnog kapaciteta

Broj pokazatelja	Naziv pokazatelja
5.3.	Utjecaj buke na kvalitetu boravka
6.1.	Udio stambenih jedinica turističke namjene (komercijalni i nekomercijalni kapaciteti) u ukupnom broju stambenih jedinica
6.2.	Maksimalni potencijal izgradnje na neizgrađenim i izgrađenim dijelovima građevinskog područja naselja mješovite namjene
6.3.	Mogućnosti nove stambene izgradnje na neizgrađenim površinama mješovite namjene građevinskog područja naselja
6.4.	Utjecaj pretvaranja stanova u turističke apartmane na kvalitetu života u destinaciji
7.1.	Vršno opterećenje i udio objekata u lancu turizma (hoteli, komercijalni i nekomercijalni smještaj, ugostiteljski objekti i sl. u vršnom opterećenju) – voda
7.2.	Vršno opterećenje i udio objekata u lancu turizma (hoteli, komercijalni i nekomercijalni smještaj, ugostiteljski objekti i sl. u vršnom opterećenju) – električna energija
7.3.	Broj djelatnika na održavanju javnih površina u odnosu na m ² javnih površina koje se održavaju
7.4.	Kapaciteti (ljudski i tehnološki) za odvoz otpada
7.5.	Iritacija neprimjereno odloženim otpadom tijekom turističke sezone
8.1.	Procjena (ekspertna) kapaciteta prometne infrastrukture u odnosu na volumen prometa na odabranim pravcima/točkama u danima vršne turističke sezone
8.2.	Procjena kapaciteta i iskorištenosti parkirališta u razdoblju vršne turističke sezone
8.3.	Iritacija gužvom u prometu tijekom turističke sezone
8.4.	Zadovoljstvo prometom u mjestu
9.1.	Kretanje broja stanovnika u (posljednjem) desetogodišnjem razdoblju
9.2.	Iritacija gužvom i specifično gužvama na ulicama/javnim površinama
9.3.	Indeks priuštivosti stana (na razini destinacije)
10.1.	Raspoloživost dodatne radne snage (stopa nezaposlenosti; broj izdanih radnih dozvola po mjesecima)

Odabrani dodatni pokazatelji prihvatnog kapaciteta

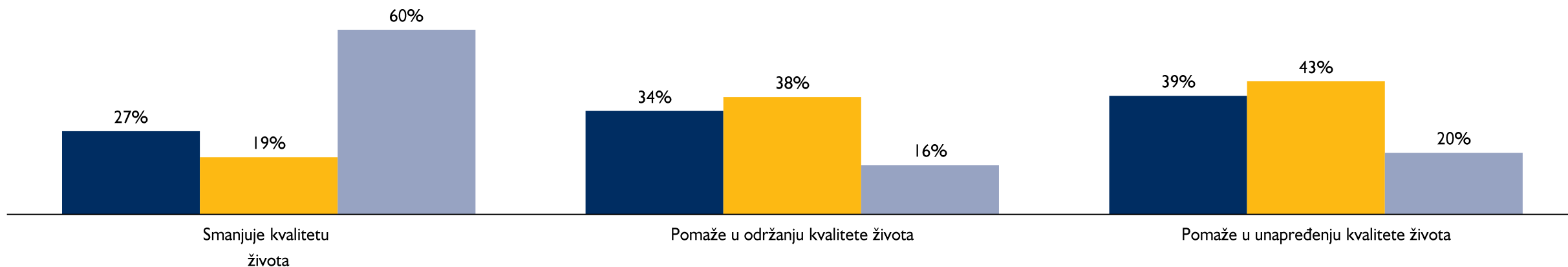
Broj pokazatelja	Naziv pokazatelja
I3.1.	Koncentracija događanja i večernjih zabavnih sadržaja na odabranim područjima destinacije/definiranim zonama
I5.1.	Potencijal povećanja građevinskih područja
I5.3.	Potencijal izgradnje u neizgrađenim građevinskim područjima ugostiteljsko-turističke namjene
I5.5.	Veličina i struktura kapaciteta (vezovi) u nautici (za destinacije za koje je pokazatelj relevantan)
I5.6.	Potencijalno povećanje kapaciteta u nautičkom turizmu (za destinacije za koje je pokazatelj relevantan)
I9.1.	Udio turizma u gospodarskoj strukturi destinacije
I9.2.	Ovisnost stanovnika grada/mjesta o prihodima od turizma kao udio stanovnika za koje je turizam glavni i dodatni izvor prihoda u ukupnom broju stanovnika

Obvezni pokazatelji prihvatnog kapaciteta

I.1. Stav o turizmu kao faktoru povećanja blagostanja stanovnika

Razmislite kako sve turizam utječe na svakodnevni život u Vašem mjestu. Uzimajući u obzir i dobre i loše strane turizma, smatrate li da turizam u Vašem mjestu:

■ Svi stanovnici ■ Stanovnici koji ostvaruju prihode od turizma ■ Stanovnici koji ne ostvaruju prihode od turizma

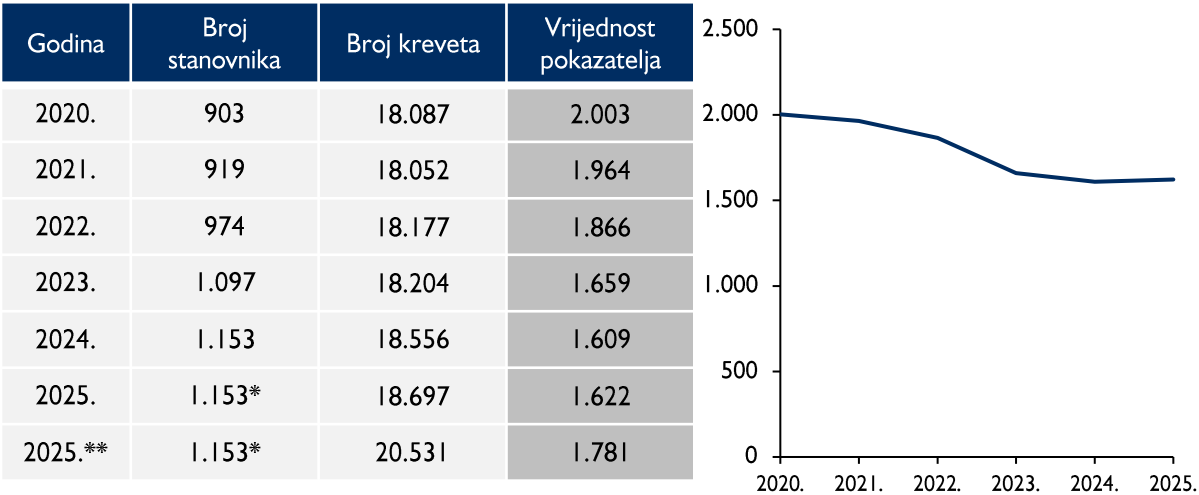


Rezultati Istraživanja stavova lokalnog stanovništva o turizmu i utjecaju turizma na kvalitetu života pokazuju da stanovnici imaju raznolike stavove o utjecaju turizma na kvalitetu života u mjestu, no prevladava pozitivan dojam. Ukupno 72% ispitanika smatra da turizam doprinosi održavanju (34%) ili unapređenju kvalitete života (39%), dok manji dio, 27%, percipira turizam kao čimbenik koji smanjuje kvalitetu života.

Kod stanovnika koji ostvaruju prihode od turizma taj je pozitivan stav još izraženiji, njih 81% smatra da turizam poboljšava ili barem održava kvalitetu života, dok 19% navodi da on ima negativan učinak. Suprotno tome, među onima koji nemaju prihode od turizma, više od polovice (60%) smatra da turizam smanjuje kvalitetu života, a 36% prepoznaje njegove pozitivne strane. Ovi rezultati jasno ukazuju na to da osobna ekonomska korist utječe na percepciju turizma.

2.1.

Omjer broja kreveta u komercijalnom smještaju te kućama i stanovima za odmor u odnosu na 100 stanovnika



*Za 2025. godinu korištena je procjena stanovništva za 2024. godinu (1.153), posljednja koju je DZS objavio na razini općine.

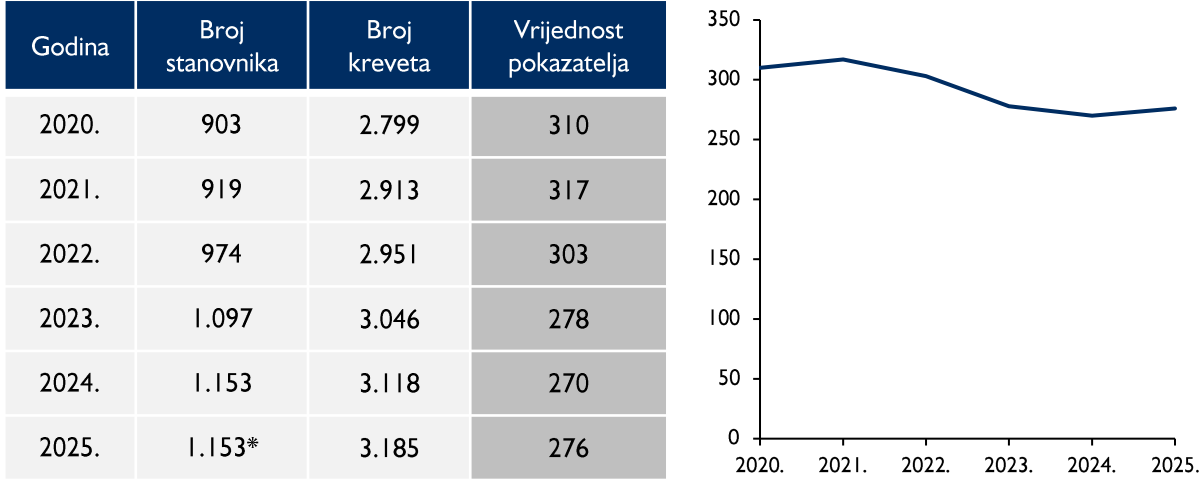
**Uključujući kuće i stanove za odmor registrirane u sustavu eVisitor.

Pokazatelj stavlja u odnos broj kreveta u komercijalnom smještaju te kućama i stanovima za odmor s brojem stalnih stanovnika. Prema Smjernicama broj kreveta odnosi se na kolovoz, mjesec s najviše noćenja; za 2020. do 2024. dostupan je samo broj kreveta za cijelu godinu, pa su u tablici za te godine korišteni ti podaci. Podatak o kućama i stanovima za odmor iz porezne evidencije nije dostupan, jer je porez na kuće za odmor od 2025. zamijenjen porezom na nekretnine, pa su kao procjena uzeti kreveti u kućama i stanovima za odmor (vikendicama) registriranim u sustavu eVisitor (1.834 kreveta u kolovozu 2025.); procjena je donja granica, jer obuhvaća samo objekte prijavljene u sustav. Uz 18.697 kreveta u komercijalnom smještaju u kolovozu 2025. pokazatelj iznosi 1.781 krevet na 100 stanovnika, odnosno gotovo 18 kreveta po stanovniku.

Sam komercijalni smještaj, koji se može pratiti kroz cijelo razdoblje, kreće se od 2.003 kreveta na 100 stanovnika u 2020. do 1.622 u 2025. godini. Pad je posljedica rasta broja stanovnika za 27,7%, dok je broj komercijalnih kreveta porastao za 3,4%. Visoka vrijednost pokazatelja upućuje na vrlo snažan turistički intenzitet i na značajan pritisak smještajnih kapaciteta na prostor, infrastrukturu i lokalnu zajednicu.

2.2.

Omjer broja kreveta u nekomercijalnom smještaju u odnosu na 100 stanovnika



Kada se broj stanovnika stavi u omjer s brojem kreveta u nekomercijalnom smještaju, vrijednost pokazatelja pokazuje umjereniju razinu intenziteta u odnosu na komercijalni smještaj, ali i dalje vrlo visok udio turističkih kapaciteta u odnosu na broj stanovnika: u 2025. godini na 100 stanovnika dolazi 276 kreveta u nekomercijalnom smještaju, odnosno gotovo tri kreveta po stanovniku. Broj kreveta u nekomercijalnom smještaju kontinuirano raste, s 2.799 u 2020. na 3.185 u 2025. godini, odnosno za 13,8% u pet godina ili 2,6% godišnje. Budući da je broj stanovnika u istom razdoblju porastao brže (za 27,7%), vrijednost pokazatelja smanjila se s 310 u 2020. na 270 u 2024. godini, a u 2025. ponovno raste na 276.

2.3. Omjer broja smještajnih objekata u domaćinstvu te kućama i stanovima za odmor u odnosu na broj stanova za stalno stanovanje

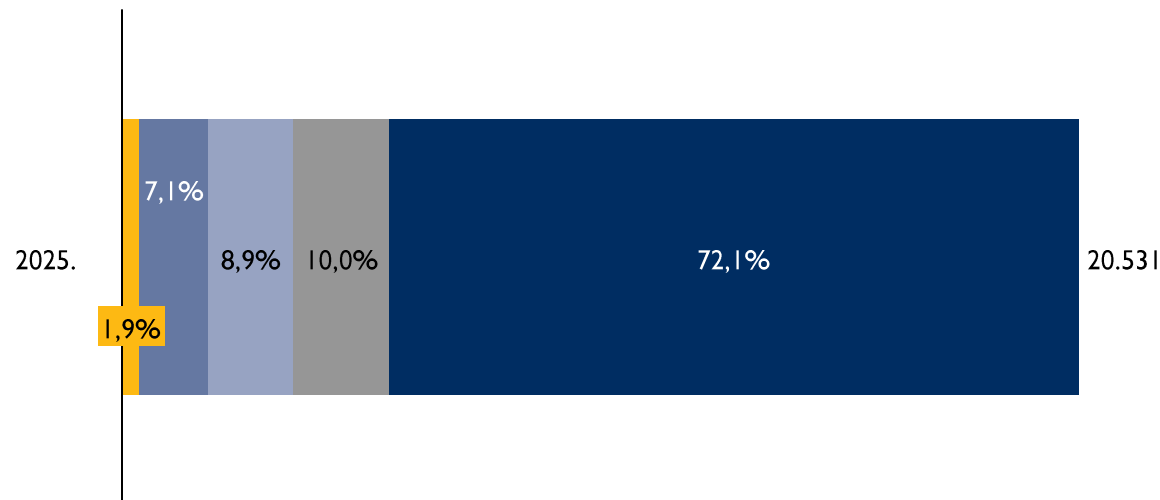
Pokazatelj iznosi 1,43, što znači da na svaki nastanjeni stan za stalno stanovanje dolazi gotovo jedan i pol objekt u domaćinstvu odnosno kuće ili stana za odmor. U izračun je uključen 261 objekt registriran u sustavu eVisitor kao objekt u domaćinstvu, apartman, kuća za odmor, soba za iznajmljivanje ili studio apartman te 231 objekt koji se vodi kao kuća ili stan za odmor (vikendica) (stanje u sustavu eVisitor 2024.), u odnosu na 343 nastanjena stana za stalno stanovanje prema Popisu stanovništva 2021. Broj kuća i stanova za odmor donja je granica, jer obuhvaća samo objekte prijavljene u sustav eVisitor. Uz 370 stanova za odmor prema Popisu stanovništva 2021., umjesto kuća i stanova za odmor prijavljenih u sustav eVisitor, pokazatelj bi iznosio 1,84.

2.4. Broj kreveta u komercijalnom smještaju te kućama i stanovima za odmor na 100 m² građevinskog područja naselja

Pokazatelj iznosi 3,33 kreveta na 100 m² građevinskog područja naselja, odnosno 333 kreveta po hektaru. Izračunat je kao omjer zbroja 18.697 kreveta u komercijalnom smještaju u kolovozu 2025. i 1.834 kreveta u kućama i stanovima za odmor (ukupno 20.531) te 61,61 ha izgrađenog dijela građevinskog područja naselja prema podacima Općine; ista površina ulazi i u pokazatelj održivosti 4.3.1., koji uz nju obuhvaća i zone ugostiteljsko-turističke namjene. Vrijednost je visoka i zato što brojnik uključuje krevete u kampovima i hotelima, koji se pretežno nalaze u zonama ugostiteljsko-turističke namjene; sam privatni smještaj te kuće i stanovi za odmor daju 0,60 kreveta na 100 m². Procjena kreveta u kućama i stanovima za odmor donja je granica (vidjeti pokazatelj 2.1.).

2.5. Struktura smještajnih kapaciteta izražena u postotnim udjelima

Hoteli Objekti u domaćinstvu Kuće i stanovi za odmor
Kampovi Ostali komercijalni smještaj



Prema Smjernicama struktura se računa iz stalnih kreveta u hotelima, kampovima, objektima u domaćinstvu i ostalom komercijalnom smještaju te procijenjenih kreveta u kućama i stanovima za odmor koji se ne koriste za kratkoročni najam (iz pokazatelja 2.1.), bez kuća i stanova stanovnika općine. U kolovozu 2025. tih je kreveta 20.531.

Kampovi čine 72,1% kapaciteta (14.805 kreveta), hoteli 10,0% (2.046), objekti u domaćinstvu 7,1% (1.465), ostali komercijalni smještaj 1,9% (381), a kuće i stanovi za odmor 8,9% (1.834). Kamping turizam time ostaje temelj turističke ponude Funtane i glavni nositelj smještajnih kapaciteta.

Struktura svih kreveta registriranih u sustavu eVisitor, uključujući i kuće i stanove stanovnika općine, od 2019. do 2025. ostala je stabilna: ukupni broj kreveta porastao je s 20.547 na 21.882 (za 2025. stanje u kolovozu), a kampovi su sve vrijeme imali između 68% i 70% kreveta.

S druge strane, hoteli zadržavaju udio između 9% i 10%, bez vidljivog rasta kroz promatrano razdoblje. Budući da hotelski kapaciteti predstavljaju najkonkurentniji i najstabilniji oblik smještaja, njihov nizak i nepromijenjen udio upućuje na ograničenu diversifikaciju smještajne ponude te prostor za daljnji razvoj kvalitetnijih, cjelogodišnjih kapaciteta.

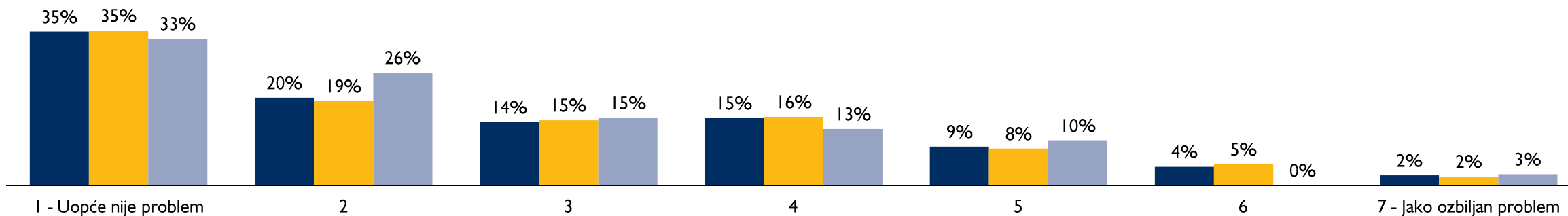
3.1. Intenzitet stacionarnog, komercijalnog i nekomercijalnog, turizma kao omjer prosječnog broja turista po stanovniku u vršnim danima turističke sezone

U vršnim danima turističke sezone, u kolovozu 2025. godine, u Funtani je prosječno boravilo 19.188 turista (594.829 noćenja podijeljeno s 31 danom), što u odnosu na 1.153 stalna stanovnika daje intenzitet stacionarnog turizma od 16,6, odnosno 1.664 turista na 100 stanovnika. Ova vrijednost jasno pokazuje da broj turista višestruko nadmašuje broj stanovnika, što potvrđuje izrazitu sezonsku koncentraciju turističkog prometa u destinaciji.

3.2. Nezadovoljstvo radi gužve na ulicama, trgovima, atrakcijama

U kojoj Vam mjeri gužva na ulicama/trgovima/atrakcijama predstavlja problem tijekom Vašeg boravka u destinaciji?

■ Svi turisti ■ Turisti u komercijalnom smještaju ■ Turisti u nekomercijalnom smještaju



Prema rezultatima Istraživanja turista i jednodnevnih posjetitelja boravkom u destinaciji gužvu na ulicama, trgovima i atrakcijama kao ozbiljan problem (ocjene 6 i 7) doživljava 6,5% ispitanika: 6,8% turista u komercijalnom smještaju, 2,6% turista u nekomercijalnom smještaju i 11,8% jednodnevnih posjetitelja. Više od polovice ispitanih turista (55%) smatra da gužve nisu problem ili su tek manja smetnja, oko 30% daje ocjene 3 i 4, a 15% ocjene od 5 do 7. Kod gostiju u komercijalnom smještaju njih 54% smatra da gužva ne predstavlja problem tijekom boravka u destinaciji, 30% daje ocjene 3 i 4, a 15% ocjene od 5 do 7. Kod nekomercijalnih gostiju njih 59% smatra da gužva ne predstavlja problem tijekom boravka u destinaciji, 28% daje ocjene 3 i 4, a 13% ocjene od 5 do 7.

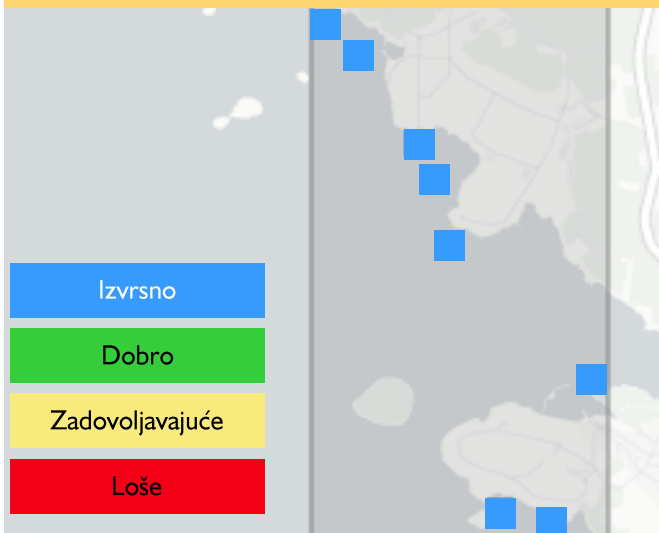
4.1. Koncentracija materijalnih atrakcija na odabranim područjima destinacije/definiranim zonama

Destinacija nije podijeljena na zone, pa je pokazatelj izračunat za cijelu Općinu. Na 794,72 ha nalazi se 7 materijalnih atrakcija, što daje koncentraciju od 0,009 atrakcija po hektaru, odnosno 0,9 atrakcija na 100 ha.

4.2. Koncentracija ugostiteljskih sadržaja na odabranim područjima destinacije/definiranim zonama

Pokazatelj nije moguće izračunati prema propisanoj metodologiji. Istarska županija, Upravni odjel za turizam, potvrdila je u rujnu 2026. da broj sjedećih mjesta nije sadržan u rješenjima o razvrstavanju ugostiteljskih objekata ni u Upisniku, pa službeni podatak ne postoji. Nedostaje i broj fiskaliziranih računa u vršnim danima, koji vodi Porezna uprava; prosječan broj osoba po računu prema pojašnjenju Ministarstva utvrđuje se ekspertnom procjenom stručnog tima.

4.3. Kakvoća voda za kupanje na mjernim stanicama na području destinacije tijekom razdoblja lipanj – rujn u odnosu na ostatak godine



Rezultati ispitivanja kakvoće mora za kupanje na području Funtane pokazuju visoku razinu kvalitete morske vode tijekom sezone kupanja 2025. godine. Mjerenje kakvoće vode za kupanje provodi se na osam službenih lokacija u Funtani:

- AC Istra – Plaža Istra
- AC Zelena Laguna – Plaža
- TN Funtana – Uvala Frnažine
- AC Puntica – Prema ribarskoj luci
- AC Bijela uvala – Uvala Crljena zemlja
- AC Bijela uvala – Južni dio
- AC Bijela uvala – Sjeverni dio
- Hotel Delfin – Ispod hotela

Na svakoj je lokaciji u sezoni kupanja 2025. uzeto deset uzoraka, a konačna ocjena za svih osam lokacija je izvrsna, kao i 2024. godine. Ovakvi rezultati potvrđuju da Funtana održava visoke standarde zaštite okoliša i upravljanja obalnim područjem.

4.4. Raspoloživa površina plaže po kupacu u danima vršne turističke sezone

Tijekom vršne sezone, u kolovozu 2025. godine, u Funtani je u smještajnim kapacitetima dnevno boravilo prosječno 19.188 turista (594.829 noćenja podijeljeno s 31 danom), uz 1.153 stalna stanovnika, pa se procjenjuje oko 20.300 osoba koje koriste plaže. S obzirom na ukupnu površinu plaža od 117.552 m², raspoloživa površina iznosi približno 5,78 m² po kupcu, što ukazuje na umjerenu gustoću korištenja plažnog prostora tijekom najopterećenijih dana sezone. Broj jednodnevnih posjetitelja, koji Smjernice također uključuju u izračun, nije dostupan; uz dosadašnju procjenu od oko 1.000 jednodnevnih posjetitelja dnevno vrijednost bi iznosila 5,51 m². Procjena broja kupaca ipak može biti nepouzdana, jer ne obuhvaća sve korisnike plaža, posebno one koji dolaze isključivo na kratkotrajno kupanje. Dodatno, ukupna površina kupališnog prostora uključuje i dijelove obale koji nisu uređene plaže ili nisu jednako pristupačni svim kupcima, što znači da stvarna korisna površina može biti manja. Zbog toga ovaj pokazatelj ne pruža preciznu sliku prostornog opterećenja obalnog područja u razdoblju vršne sezone.

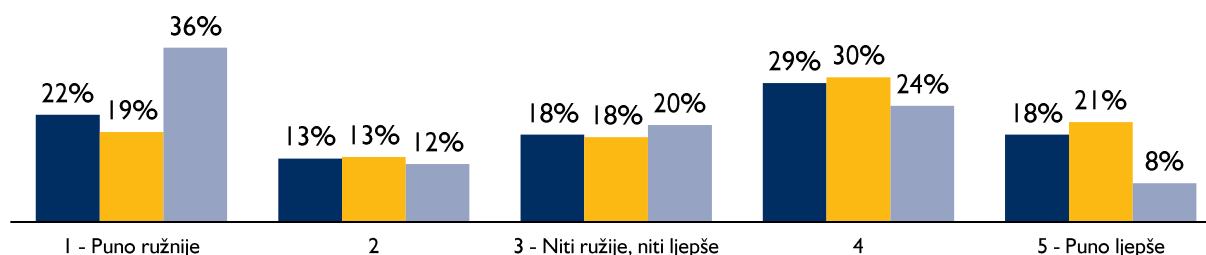
4.5. Kakvoća zraka na mjernim stanicama na području destinacije tijekom razdoblja lipanj – rujn u odnosu na ostatak godine

Na području Funtane ne postoji mjerna postaja za kvalitetu zraka, pa se prema Smjernicama koristi ocjena zone kojoj destinacija pripada. Funtana se nalazi u zoni HR 4 Istra, u kojoj je prema posljednjem godišnjem izvješću zrak u prvoj kategoriji kakvoće za lebdeće čestice (PM10 i PM2,5) i dušikov dioksid, ali u drugoj kategoriji za prizemni ozon. Na najbližoj mjernoj postaji Višnjan u 2025. godini zabilježena su 33 dana s prekoračenjem ciljne vrijednosti za ozon, od čega 24 dana u razdoblju od lipnja do rujna. Ljetni mjeseci tako su razdoblje s najlošijom kakvoćom zraka, na što utječu visoke temperature i jako sunčevo zračenje, a dijelom i emisije iz prometa.

4.6. Utjecaj turizma na izgled destinacije

Kako turistički razvoj utječe na izgled mjesta - postaje li ono uslijed turističkog razvoja ružnije ili ljepše?

■ Svi stanovnici ■ Stanovnici koji ostvaruju prihode od turizma ■ Stanovnici koji ne ostvaruju prihode od turizma

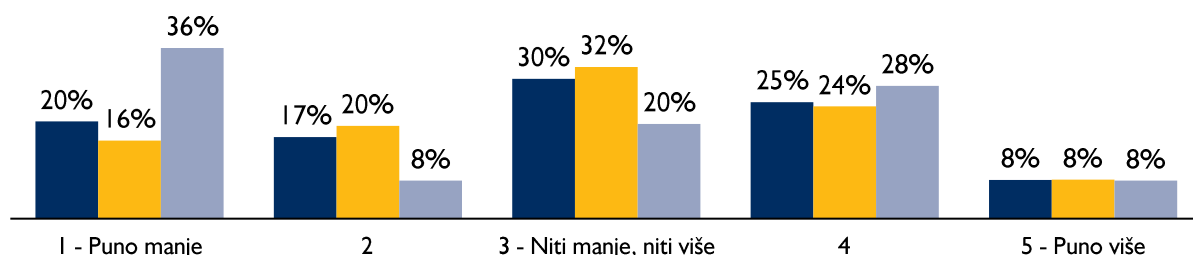


Rezultati Istraživanja stavova lokalnog stanovništva o turizmu i utjecaju turizma na kvalitetu života pokazuju da skoro polovica ispitanika (47%) smatra da turizam čini mjesto ljepšim, dok 18% procjenjuje da razvoj turizma nema značajniji utjecaj na izgled mjesta, a 35% smatra da turizam narušava vizualni dojam destinacije, od čega 22% smatra da je mjesto puno ružnije. Kada se promatraju razlike prema ostvarivanju prihoda od turizma, vidljivo je da stanovnici koji ostvaruju prihod od turizma imaju pozitivniju percepciju utjecaja turizma na izgled mjesta: njih 21% smatra da je mjesto uslijed turističkog razvoja puno ljepše, dok među stanovnicima koji ne ostvaruju prihod od turizma takav stav ima ukupno 8% sudionika. Isto tako, među stanovnicima koji ne ostvaruju prihod od turizma negativna percepcija je izraženija te njih 36% smatra da je mjesto zbog turističkog razvoja puno ružnije.

4.7. Utjecaj turizma na korištenje javnog prostora

Što mislite o načinu korištenja javnog prostora u Vašem mjestu, je li turizam javni prostor (rivu, gradske ulice i trgove, zelene površine) učinio manje ili više prikladnim za Vaše potrebe?

■ Svi stanovnici ■ Stanovnici koji ostvaruju prihode od turizma ■ Stanovnici koji ne ostvaruju prihode od turizma

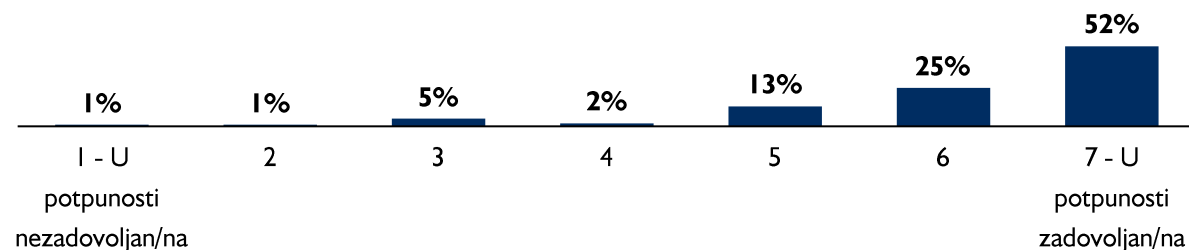


Rezultati Istraživanja pokazuju da 32,8% ispitanika smatra da je turizam javni prostor učinio prikladnijim za potrebe lokalnog stanovništva (ocjene 4 i 5: 24,6% nešto više i 8,2% puno više), dok 37,7% smatra da ga je učinio manje prikladnim (ocjene 1 i 2: 20,5% puno manje i 17,2% nešto manje). Neutralan stav ima 29,5% ispitanika, što ukazuje na izraženu raznolikost stavova u zajednici.

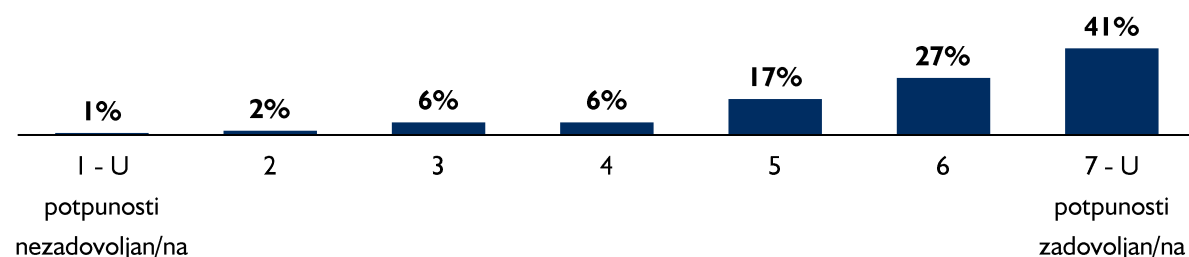
Kada se rezultati promatraju prema ostvarivanju prihoda od turizma, uočavaju se jasne razlike. Stanovnici koji ne ostvaruju prihod od turizma češće izražavaju negativan stav te njih 36% smatra da turizam znatno smanjuje mogućnost korištenja javnog prostora, dok isti stav ima 16% onih koji ostvaruju prihode od turizma.

4.8. Zadovoljstvo ljepotom i uređenošću mjesta (kulturni i prirodni aspekti) kao i glavnih atrakcija

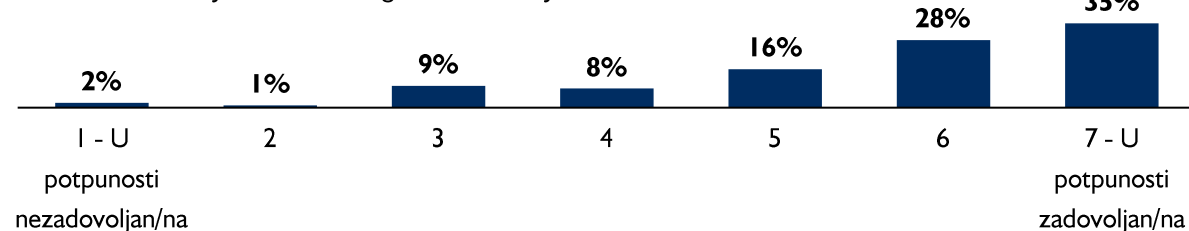
Koliko ste zadovoljni ljepotom mjesta?



Koliko ste zadovoljni uređenošću mjesta?



Koliko ste zadovoljni uređenošću glavnih atrakcija?



Rezultati Istraživanja turista i jednodnevnih posjetitelja boravkom u destinaciji pokazuju vrlo pozitivnu percepciju posjetitelja o destinaciji, i u pogledu njene ljepote i u pogledu uređenosti prostora.

Ljepotom mjesta zadovoljno je (ocjene 6 i 7) 76,8% ispitanika: 75,6% turista u komercijalnom smještaju, 84,6% turista u nekomercijalnom smještaju i 76,5% jednodnevnih posjetitelja. U potpunosti je zadovoljno 52,0% ispitanika, a nezadovoljstvo ljepotom destinacije (ocjene 1 i 2) izrazilo je 2,6% ispitanika.

Uređenošću mjesta zadovoljno je 68,0% ispitanika (68,4% turista u komercijalnom i 64,1% u nekomercijalnom smještaju te 70,6% jednodnevnih posjetitelja), od čega je u potpunosti zadovoljno 40,5%. Niže zadovoljstvo uređenošću (ocjene 1 i 2) izrazilo je 2,9% ispitanika.

Uređenost glavnih atrakcija ima nešto niže postotke u odnosu na prva dva elementa, no i dalje ostvaruje pozitivne rezultate: zadovoljno je 63,7% ispitanika (64,0% turista u komercijalnom i 64,1% u nekomercijalnom smještaju te 58,8% jednodnevnih posjetitelja), a u potpunosti je zadovoljno 35,3%.

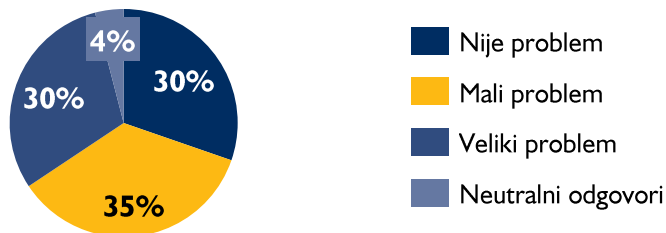
Rezultati pokazuju da turisti percipiraju destinaciju kao atraktivno mjesto za boravak i vrlo su zadovoljni njenom ljepotom, uređenošću kao i uređenošću njenih glavnih atrakcija.

5.1. Razina buke u danima vršne turističke sezone u odnosu na ostatak godine u zonama mješovite namjene po danu i noći

Općina Funtana ne provodi mjerenja razine buke, pa pokazatelj nije moguće izračunati.

5.2. Iritacija razinom buke u vrijeme turističke sezone

Kada pomislite na život u svojem mjestu tijekom turističke sezone, predstavlja li buka veliki problem, mali problem ili uopće nije problem?

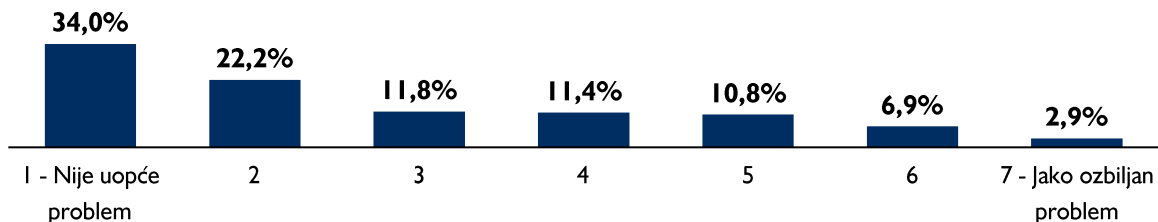


Rezultati Istraživanja stavova lokalnog stanovništva o turizmu i utjecaju turizma na kvalitetu života pokazuju da stanovnici Funtane imaju podijeljene stavove o problemu buke tijekom turističke sezone. Najveći udio ispitanika, 35%, smatra da je buka mali problem, dok 30% procjenjuje da buka tijekom sezone predstavlja velik problem. Sličan udio, 30%, navodi da buka nije problem.

Gotovo jednako ispitanih stanovnika smatra da buka jest problem i da nije, što pokazuje da utjecaj turističkih aktivnosti na svakodnevni život nije jednoznačno percipiran, već ovisi o lokaciji stanovanja i individualnom doživljaju sezone.

5.3. Utjecaj buke na kvalitetu boravka

U kojoj mjeri vam buka u javnim prostorima (na ulicama, trgovima, atrakcijama) predstavlja problem tijekom boravka u destinaciji?



Rezultati Istraživanja turista i jednodnevnih posjetitelja boravkom u destinaciji pokazuju da većina ispitanika buku ne smatra ozbiljnim problemom te je njih 34% izjavilo da buka uopće nije problem, dok je dodatnih 22% ocijenilo da je buka manji problem. Velik je udio i neutralnih odgovora te iznosi ukupno 34%. Negativnih odgovora, odnosno posjetitelja koji smatraju da je buka problem je vrlo malo. Njih 3% smatra da je buka jako ozbiljan problem, dok ih 7% smatra da je buka problem u određenoj mjeri.

Buku na javnim prostorima kao ozbiljan problem (ocjene 6 i 7) doživljava 9,8% ispitanika: 10,0% turista u komercijalnom smještaju, 7,7% turista u nekomercijalnom smještaju i 11,8% jednodnevnih posjetitelja, pa za većinu gostiju buka nije značajan problem tijekom boravka u Funtani.

6.1. Udio stambenih jedinica turističke namjene (komercijalni i nekomercijalni kapaciteti) u ukupnom broju stambenih jedinica

U Funtani je u sustavu eVisitor registriran 231 objekt koji se vodi kao kuća ili stan za odmor (vikendica) i 217 objekata u domaćinstvu (stanje 2024.), dok su prema Popisu stanovništva 2021. nastanjena 343 stana za stalno stanovanje. Udio stambenih jedinica turističke namjene u ukupnom broju stambenih jedinica, izračunat prema Smjernicama, iznosi 130,6%, što znači da na svakih 100 nastanjenih stanova dolazi oko 131 kuća i stan koji se koriste za odmor ili turistički smještaj. Ako se u izračun uključe i 183 kuće i stana stanovnika općine registrirana u nekomercijalnom smještaju, pokazatelj iznosi 184,0. Omjer pokazuje da je namjena stambenog fonda u velikoj mjeri usmjerena na turizam, što ukazuje na visoku prostornu i funkcionalnu usmjerenost mjesta prema turizmu.

Isti se pritisak može izraziti i u krevetima. Zbroj kreveta u privatnom smještaju (1.846) i u nekomercijalnom smještaju (3.185), u odnosu na zbroj tih kreveta i broja stanovnika (1.153), iznosi 81,4%. Više od četiri petine kreveta u stambenim i mješovitim zonama namijenjeno je turizmu, odnosno 4,4 turističkih kreveta po stanovniku.

6.2. Maksimalni potencijal izgradnje na neizgrađenim i izgrađenim dijelovima građevinskog područja naselja mješovite namjene

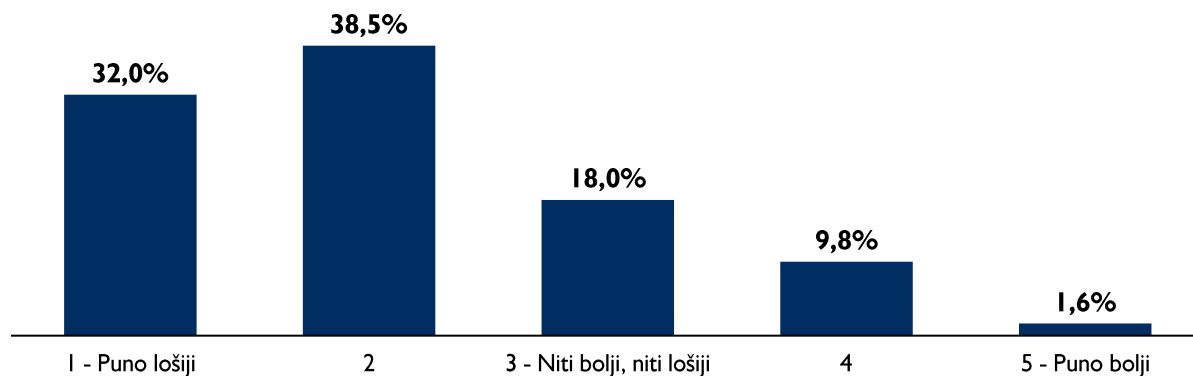
Općina je dostavila površinu izgrađenog dijela građevinskog područja naselja (61,61 ha) te uvjete gradnje iz prostornog plana. Za izračun nedostaje još prosječna površina građevne čestice u izgrađenom dijelu građevinskog područja naselja, koju treba utvrditi urbanist na temelju katastarske podloge. Dio pokazatelja koji se odnosi na neizgrađene površine iskazan je kao pokazatelj 6.3.: do 2.543 nove stambene jedinice.

6.3. Mogućnosti nove stambene izgradnje na neizgrađenim površinama mješovite namjene građevinskog područja naselja

Na neizgrađenim površinama stambene i mješovite namjene građevinskog područja naselja (21,20 ha) prema prostornom planu moguće je izgraditi do 2.543 nove stambene jedinice. Izračun polazi od najmanje građevne čestice od 250 m², na kojoj su dopuštene najviše tri stambene jedinice. To je više od sedmerostrukog broja nastanjenih stanova za stalno stanovanje (343 prema Popisu stanovništva 2021.), pa prostorni plan ostavlja vrlo velik prostor za novu izgradnju, uključujući i apartmane.

6.4. Utjecaj pretvaranja stanova u turističke apartmane na kvalitetu života u destinaciji

Što mislite o pretvaranju stanova i kuća u turističke apartmane i kuće za odmor, postaje li život u mjestu zbog toga lošiji ili bolji?



Rezultati Istraživanja stavova lokalnog stanovništva o turizmu i utjecaju turizma na kvalitetu života pokazuju da većina stanovnika Funtane percipira pretvaranje stanova i kuća u turističke apartmane kao negativan utjecaj na kvalitetu života u mjestu. Ukupno 70,5% ispitanika smatra da život u mjestu zbog toga postaje lošiji, od čega 32,0% procjenjuje da postaje puno lošiji, a 38,5% nešto lošiji. Neutralan stav zauzima 18,0% stanovnika, dok 11,5% ispitanika smatra da život postaje bolji. Negativan stav izraženiji je među stanovnicima koji ne ostvaruju prihode od turizma (88,0%) nego među onima koji ih ostvaruju (66,0%). Rezultati ukazuju na prevladavajuću zabrinutost lokalnog stanovništva zbog porasta apartmanizacije, koja se povezuje s pogoršanjem životnih uvjeta, rastom cijena nekretnina i smanjenjem dostupnosti stambenog prostora za lokalno stanovništvo.

7.1. Vršno opterećenje i udio objekata u lancu turizma u vršnom opterećenju – voda

Pokazatelj vršnog opterećenja potrošnjom vode jasno ukazuje na izrazitu sezonalnost u korištenju vodnih resursa u destinaciji. U mjesecu s najmanjim brojem turističkih noćenja (veljača 2024., 3.975 noćenja) ukupna potrošnja vode iznosi 6.121 m³, dok u vršnom mjesecu (kolovoz 2024., 600.454 noćenja) doseže 100.519 m³, što predstavlja porast od više od 16 puta. Prema formuli iz Smjernica potrošnja vode po noćenju turista iznosi 0,158 m³, a prosječna dnevna potrošnja po stanovniku priključenom na vodoopskrbu (566 stanovnika) 0,335 m³, pa turist po noćenju troši 47% prosječne dnevne potrošnje stanovnika. Iako pojedinačni turist troši manje vode od stanovnika, ključan je faktor nagli porast broja turista u ljetnom razdoblju. Struktura potrošnje potvrđuje da turizam predstavlja glavni izvor vršnog opterećenja vodne infrastrukture te da je upravo sezonski rast broja posjetitelja ključan element za razumijevanje intenziteta korištenja vodnih resursa.

7.2. Vršno opterećenje i udio objekata u lancu turizma u vršnom opterećenju – električna energija

Podaci nisu dostupni na razini destinacije.

7.3. Broj djelatnika na održavanju javnih površina u odnosu na m² javnih površina koje se održavaju

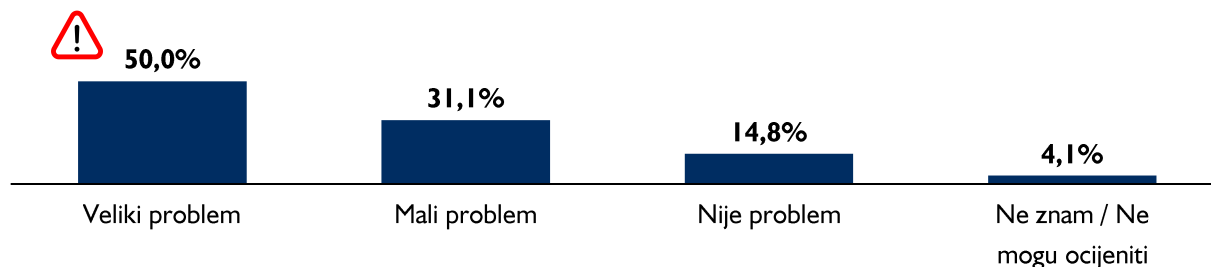
Na području Funtane održava se 30.534 m² javnih površina, a tijekom 2025. na radnom mjestu pometaća u komunalnom društvu Puntica d.o.o. bila su zaposlena četiri radnika. Na jednog radnika tako dolazi oko 7.634 m² javnih površina.

7.4. Kapaciteti (ljudski i tehnološki) za odvoz otpada

Podaci nisu dostupni na razini destinacije.

7.5. Iritacija neprimjereno odloženim otpadom tijekom turističke sezone

Kada pomislite na život u Funtani tijekom turističke sezone, predstavlja li neprimjereno odlaganje otpada veliki problem, mali problem ili uopće nije problem?



Polovica sudionika Istraživanja stavova lokalnog stanovništva o turizmu i utjecaju turizma na kvalitetu života smatra da je nepravilno odlaganje otpada tijekom turističke sezone velik problem, dok dodatnih 31% taj problem ocjenjuje malim. Za 15% ispitanika nepravilno odlaganje otpada nije problem. Dobiveni rezultati ukazuju na to da stanovnici jasno prepoznaju prisutnost ovog izazova tijekom sezone pojačanog turističkog prometa, a među onima koji ga prepoznaju prevladava percepcija da se radi o velikom problemu.

8.1. Procjena (ekspertna) kapaciteta prometne infrastrukture u odnosu na volumen prometa na odabranim pravcima/točkama u danima vršne turističke sezone

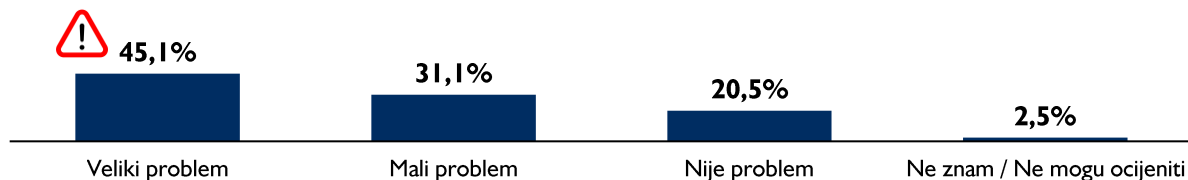
Prema tablici okvirnih propusnih moći iz Smjernica, državna cesta D75, koja prolazi kroz središte Funtane i povezuje je s Porečom i Vrsarom, kao dvotračna arterijska cesta u naselju ima okvirnu propusnu moć od 18.000 vozila dnevno, a prosječni ljetni dnevni promet na brojačkom mjestu kod Funtane u 2025. godini (17.607 vozila) doseže 98% te vrijednosti; u odnosu na 2024. (18.045 vozila) ljetni promet smanjio se za 2,4%. Brojanje vozila u vršnom satu, koje Smjernice također predviđaju, nije provedeno. Prema podacima Hrvatskih cesta o brojenju prometa za 2025. godinu, prosječni ljetni dnevni promet na D75 kod Funtane gotovo je dvostruko veći od prosječnog godišnjeg (9.345 vozila). Na pristupnim pravcima s autoceste promet je ljeti također znatno veći: na autocesti A9 kod Nove Vasi 1,9 puta veći od godišnjeg prosjeka (20.214 naspram 10.630 vozila), što je 34% okvirne propusne moći autoceste, a na državnoj cesti D302 kod Žbandaja, na pravcu od čvora Baderna prema Poreču, iznosi 22.356 vozila dnevno, 36% više od godišnjeg prosjeka i 5,2% više nego 2024. Ljeti je promet kroz Funtanu gotovo dvostruko veći od prosjeka godine, što je u skladu s rezultatima istraživanja prema kojima 45,1% stanovnika prometne gužve smatra velikim problemom.

8.2. Procjena kapaciteta i iskorištenosti parkirališta u razdoblju vršne turističke sezone

Parkiranje se u Funtani ne naplaćuje, osim na parkiralištu kod marine, pa nema evidencije o popunjenosti parkirališta, a brojanje parkiranih vozila po satima, koje propisuju Smjernice, nije provedeno. Prostorno-planska dokumentacija Općine predviđa 1.336 parkirališnih mjesta, od kojih su neka izgrađena, a neka tek planirana. Pokazatelj zato nije moguće izračunati. Brojanje u vršnoj sezoni preporučuje se za sljedeći ciklus praćenja.

8.3. Iritacija gužvom u prometu tijekom turističke sezone

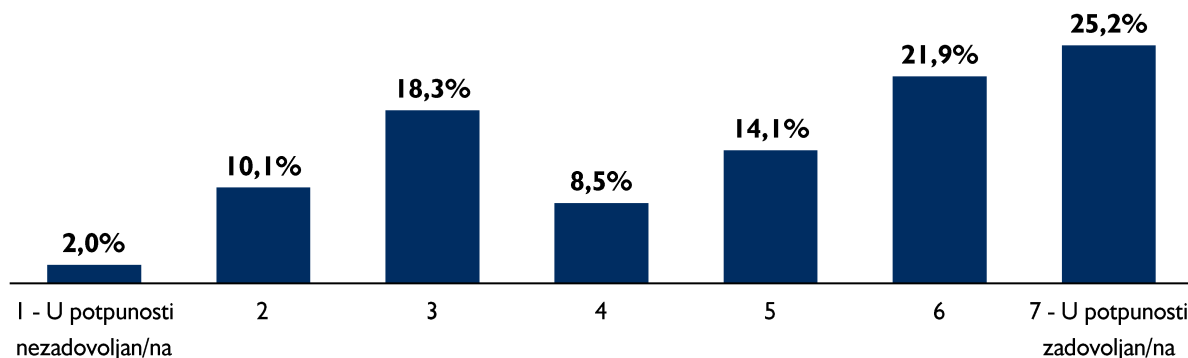
Kada pomislite na život u Funtani tijekom turističke sezone, predstavlja li gužva u prometu veliki problem, mali problem ili uopće nije problem?



Prema rezultatima Istraživanja stavova lokalnog stanovništva o turizmu i utjecaju turizma na kvalitetu života gotovo polovica stanovnika (45%) smatra da su gužve u prometu tijekom turističke sezone veliki problem, dok dodatnih 31% taj problem doživljava manjim, ali ga uočava. Tek petina stanovnika (21%) navodi da prometne gužve ne predstavljaju problem.

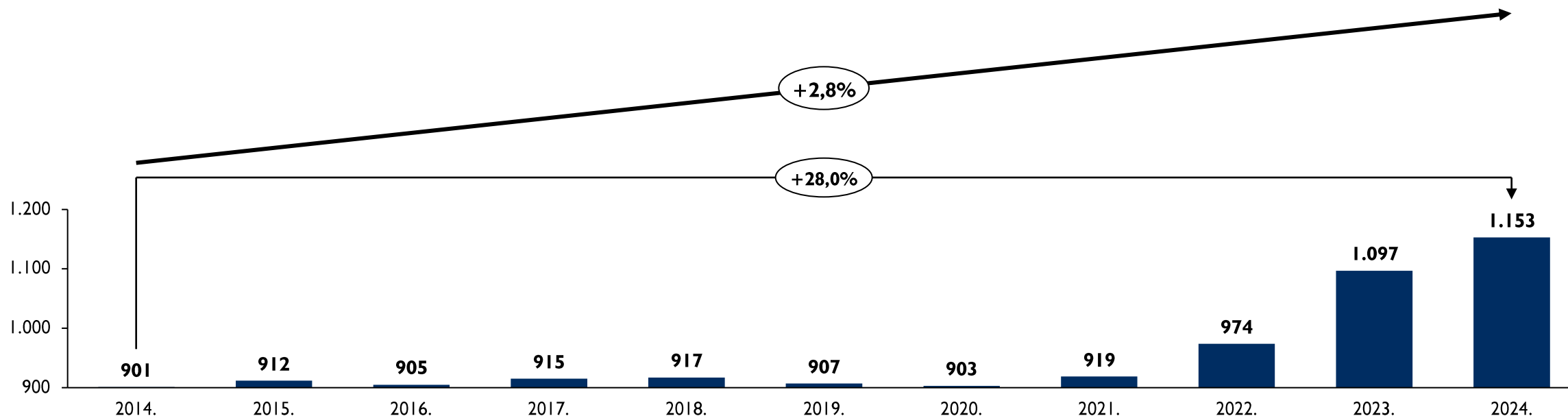
8.4. Zadovoljstvo prometom u mjestu

Koliko ste zadovoljni prometom u Funtani (protočnost prometa, parkirališta)?



Prema rezultatima Istraživanja turista i jednodnevnih posjetitelja boravkom u destinaciji prometom u mjestu (protočnost prometa, parkirališta) zadovoljno je (ocjene 6 i 7) 47,1% ispitanika: 48,4% turista u komercijalnom smještaju, 48,7% turista u nekomercijalnom smještaju i 23,5% jednodnevnih posjetitelja. Njih 25% je u potpunosti zadovoljno, a 22% uglavnom zadovoljno. Ocjene od 3 do 5 daje 41% ispitanika, a 12% ispitanika izražava nezadovoljstvo prometom i parkirališnim mogućnostima (ocjene 1 i 2). Ovi rezultati upućuju na to da, iako postoje određene teškoće vezane uz prometnu protočnost i dostupnost parkirališta, percepcija većine posjetitelja nije izrazito negativna. Udio zadovoljnih ispitanika je veći od udjela nezadovoljnih, što ukazuje na umjereno pozitivnu percepciju prometnog sustava u destinaciji.

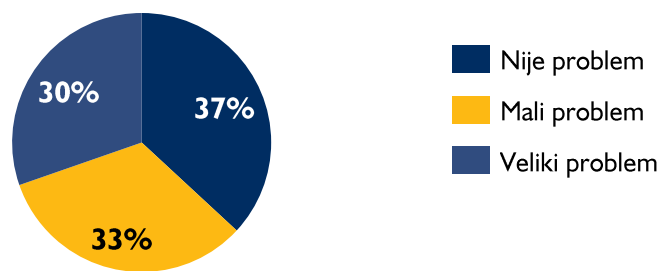
9.1. Kretanje broja stanovnika u (posljednjem) desetogodišnjem razdoblju



Podaci o kretanju broja stanovnika u Funtani u posljednjem desetogodišnjem razdoblju pokazuju postupan rast nakon duljeg razdoblja stagnacije, s izrazitim porastom u posljednje tri godine. Od 2014. do 2020. broj stanovnika kretao se između 900 i 920, uz manje oscilacije i bez značajnih promjena. Nakon 2021. godine, kada je zabilježeno 919 stanovnika, započinje razdoblje kontinuiranog rasta: broj stanovnika povećava se na 974 u 2022. i 1.097 u 2023. te doseže 1.153 stanovnika u 2024. godini. Od 2014. do 2024. broj stanovnika povećao se za 252 osobe ili 28,0%, odnosno prosječno za 25,2 stanovnika godišnje, a prosječna godišnja stopa promjene prema formuli iz Smjernica iznosi 2,8%. Računano kao geometrijski prosjek deset godišnjih promjena, stopa rasta iznosi 2,5% godišnje, što je pretpostavka rasta stanovništva u scenarijima razvoja.

9.2. Iritacija gužvom i specifično gužvama na ulicama/javnim površinama

Kada pomislite na život u Funtani tijekom turističke sezone, predstavlja li gužva na ulicama/javnim površinama veliki problem, mali problem ili uopće nije problem?



Rezultati istraživanja pokazuju da su mišljenja stanovnika Funtane o sezonskim gužvama na ulicama i javnim površinama podijeljena. Najveći udio ispitanika (36,9%) smatra da gužve nisu problem, 32,8% procjenjuje ih kao mali problem, a 30,3% gužvu doživljava kao veliki problem.

Ovakva raspodjela odgovora upućuje na izraženu polarizaciju stavova: dio stanovnika je naviknut na sezonske gužve i ne smatra ih značajnima, dok drugi dio ističe njihov snažan negativan utjecaj na kvalitetu života. Ukupno 63,1% ispitanika ipak prepoznaje gužve kao određeni problem, što sugerira da prometno i prostorno opterećenje tijekom turističke sezone utječe na svakodnevni život u destinaciji.

9.3. Indeks priuštivosti stana (na razini destinacije)

Prema publikaciji „Pregled tržišta nekretnina Republike Hrvatske 2025.” Ministarstva prostornoga uređenja, graditeljstva i državne imovine i Ekonomskog instituta, Zagreb, indeks priuštivosti stana za Općinu Funtana za 2024. godinu nije objavljen, jer je u općini ostvareno manje od deset kupoprodaja, pa se vrijednosti radi zaštite povjerljivosti ne prikazuju. Posljednja objavljena vrijednost, za 2023. godinu, iznosi 39,9, što je druga najviša vrijednost među istarskim jedinicama za koje je indeks objavljen. Indeks se računa kao omjer medijalne cijene četvornog metra stana i prosječne godišnje neto plaće zaposlenih u općini, pomnožen sa 100, pa viša vrijednost znači slabiju priuštivost: prosječna godišnja neto plaća u Funtani u 2023. bila je dostatna za kupnju samo oko 2,5 m² stana. Priuštivost je u 2023. bila slabija nego u Rovinju (37,7), Vrsaru (33,9), Tar-Vabrigi (28,9) i Poreču (28,5). Prosječna cijena stana u Funtani u 2024. godini iznosila je 2.488,61 €/m², oko 3% više od prosjeka Istre (2.416,97 €/m²).

10.1. Raspoloživost dodatne radne snage

Prema podacima Hrvatskog zavoda za zapošljavanje (HZZ), u Funtani je u siječnju 2025. godine evidentirano 18 nezaposlenih osoba, dok se tijekom ljetnih mjeseci, u razdoblju pojačane turističke aktivnosti, broj nezaposlenih značajno smanjio na svega 6 osoba u kolovozu.

Ovakav sezonski obrazac jasno pokazuje snažnu povezanost lokalnog tržišta rada s turizmom, gdje se veći dio radne snage zapošljava u ugostiteljstvu, smještajnim objektima i pratećim djelatnostima tijekom glavne turističke sezone. Istodobno, porast nezaposlenosti u zimskim mjesecima ukazuje na sezonalnost zapošljavanja i ovisnost o turističkom ciklusu destinacije.

Dodatni pokazatelji prihvatnog kapaciteta

13.1. Koncentracija događanja i večernjih zabavnih sadržaja na odabranim područjima destinacije/definiranim zonama

Destinacija nije podijeljena na zone te nije moguće izračunati pokazatelj. Ukupan broj događanja i večernjih zabavnih sadržaja u destinaciji je 400, a njih 34 organizirano je od strane turističke zajednice.

15.1. Potencijal povećanja građevinskih područja

Prema podacima Općine, građevinsko područje naselja obuhvaća 82,81 ha, od čega je izgrađeno 61,61 ha (74%), a neizgrađeno 21,20 ha. Negrađevinsko područje iznosi 523,41 ha, a od njega je u građevinsko moguće prenamijeniti 13,14 ha, čime bi se građevinsko područje naselja povećalo za 15,9%.

15.3. Potencijal izgradnje u neizgrađenim građevinskim područjima ugostiteljsko-turističke namjene

Prema podacima Općine, u neizgrađenim građevinskim područjima ugostiteljsko-turističke namjene nema mogućnosti za nove ležajeve. Daljnji rast smještajnih kapaciteta moguć je stoga ponajprije u građevinskom području naselja, gdje prostorni plan dopušta do 2.543 nove stambene jedinice (pokazatelj 6.3.).

15.5. Veličina i struktura kapaciteta (vezovi) u nautici (za destinacije za koje je pokazatelj relevantan)

Općina Funtana ima ukupno 132 komunalna veza i 161 stalni nautički vez u moru.

15.6. Potencijalno povećanje kapaciteta u nautičkom turizmu (za destinacije za koje je pokazatelj relevantan)

Prema podacima turističke zajednice, kapacitet marine moguće je povećati na ukupno 200 vezova, odnosno za 39 vezova u odnosu na sadašnji 161 stalni vez u moru.

19.1. Udio turizma u gospodarskoj strukturi destinacije

Prema podacima FINA-e, u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane u 2024. godini bilo je zaposleno 61 osoba, što predstavlja porast od 7% u odnosu na prethodnu godinu. Prihodi poslovnih subjekata u ovoj djelatnosti porasli su za 11% u 2024. godini u odnosu na prethodnu godinu te su iznosili 4,69 milijuna eura. Navedeni broj zaposlenih čini 32,6% ukupnog broja zaposlenih u destinaciji u poslovnim subjektima prijavljenima u FINA-i, dok prihodi ove djelatnosti čine 22,9% svih djelatnosti. Ovi pokazatelji upućuju na značaj djelatnosti povezanih s turizmom u gospodarskoj strukturi Funtane.

19.2. Ovisnost stanovnika grada/mjesta o prihodima od turizma kao udio stanovnika za koje je turizam glavni i dodatni izvor prihoda u ukupnom broju stanovnika

Vama i/ili članovima Vaše uže obitelji turizam je:



Većina ispitanika (80%) navodi da im turizam predstavlja izvor prihoda, za njih 51% to je dodatni izvor prihoda, dok je za njih 29% on glavni izvor egzistencije. Jedna petina ispitanih stanovnika nema nikakav prihod od turizma (20%).

Ovakva struktura ukazuje na snažnu ekonomsku vezu lokalnog stanovništva s turističkim sektorom. Visok udio stanovnika koji ostvaruju barem neki prihod od turizma pokazuje da turizam ima važnu ulogu u lokalnoj ekonomiji i životnom standardu zajednice.

An aerial photograph of a coastal area featuring a large marina filled with numerous sailboats. The marina is situated on a lush, green island. In the background, the sea extends to the horizon under a blue sky with scattered clouds. Several small, forested islands are visible in the distance.

I. Prihvatni kapacitet destinacije

I.1. Odabir metodologije procjene prihvatnog kapaciteta

I.2. Analiza razine nosivosti destinacije

I.3. Procjena dostignute razine prihvatnog kapaciteta

Procjena dostignute razine prihvatnog kapaciteta

1. Struktura smještaja ukazuje na pojačane sezonske pritiske u prostoru

Prema strukturi svih kreveta registriranih u sustavu eVisitor, kampovi čine oko 68% ukupnih kapaciteta i prostorno su koncentrirani uz obalu, dok privatni i nekomercijalni smještaj čine oko 23% kapaciteta te su većinom smješteni u naselju i neposrednom zaleđu. Takva struktura koncentrira velik broj korisnika prostora u vršnim ljetnim razdobljima, pojačava preklapanje turističkih i svakodnevnih funkcija te povećava osjetljivost obalne zone i javnih površina.

2. Ljetni vrhunac opterećuje vodoopskrbu i održavanje javnih površina

Pokazatelj vršnog opterećenja potrošnjom vode pokazuje porast ljeti, a na razini destinacije nema operativnih podataka o kapacitetima odvoza otpada. Javne površine od 30.534 m² održavaju četiri radnika. U anketi 50,0% stanovnika nepravilno odlaganje otpada vidi kao veliki problem, a 31,1% kao manji problem.

3. Promet i parkiranje ograničavaju svakodnevnu funkcionalnost u vrhuncu sezone

Državna cesta kroz mjesto i pristupi plažama stvaraju uska grla i zastoje, a u anketi 45,1% stanovnika gužve u prometu navodi kao veliki problem.

4. Plaže i javne površine pokazuju sezonske gužve na pojedinim lokacijama

Procijenjena površina plaže iznosi oko 5,8 m² po kupacu, što ukazuje na umjerenu gustoću korištenja prostora, no stvarno opterećenje može biti veće na određenim lokacijama te zbog nepreciznosti u procjeni broja korisnika i raspoložive funkcionalne površine plaža.

Pokazatelji upućuju na činjenicu da je prihvatni kapacitet destinacije u vršnim ljetnim razdobljima vrlo blizu gornje granice funkcionalne izdržljivosti, pri čemu kumulativni učinak kampova, privatnog smještaja i nekomercijalnog smještaja dodatno povećava osjetljivost obalne zone i njezina neposrednog zaleđa.



I. Prihvatni kapacitet destinacije

I.1. Odabir metodologije procjene prihvatnog kapaciteta

I.2. Analiza razine nosivosti destinacije

I.3. Procjena dostignute razine prihvatnog kapaciteta

I.4. Analiza scenarija

Ključne pretpostavke scenarija rasta (Funtana)

Stabilan kontinuitet

Interne pretpostavke

- Turizam Funtane zadržava stabilnu kamping strukturu s izraženim ljetnim vrhuncem i visokom razinom popunjenosti tijekom srpnja i kolovoza
- Kapaciteti su gotovo u potpunosti iskorišteni u glavnoj sezoni, dok su mogućnosti daljnjeg kvantitativnog rasta ograničene prostornim i tržišnim faktorima
- Razvoj destinacije temelji se na kontinuitetu ulaganja u postojeće kampove i obiteljski smještaj, bez značajnijih promjena u strukturi ponude

Eksterne pretpostavke

- Makroekonomski uvjeti i stabilna potražnja na glavnim emitivnim tržištima osiguravaju visoku popunjenost tijekom glavne sezone
- Blizina Poreča doprinosi dodatnoj atraktivnosti Funtane i omogućuje korištenje šire destinacijske ponude u neposrednom okruženju
- Tržišna pozicija Funtane ostaje čvrsto vezana uz obiteljski i kamping turizam s naglaskom na mir i prirodni ambijent
- Povezivanje s destinacijama Porečke rivijere odvija se kroz zajedničke promotivne aktivnosti i suradnju u komunikaciji prema tržištima, bez značajnijih promjena u modelu upravljanja

Uređeni rast

Interne pretpostavke

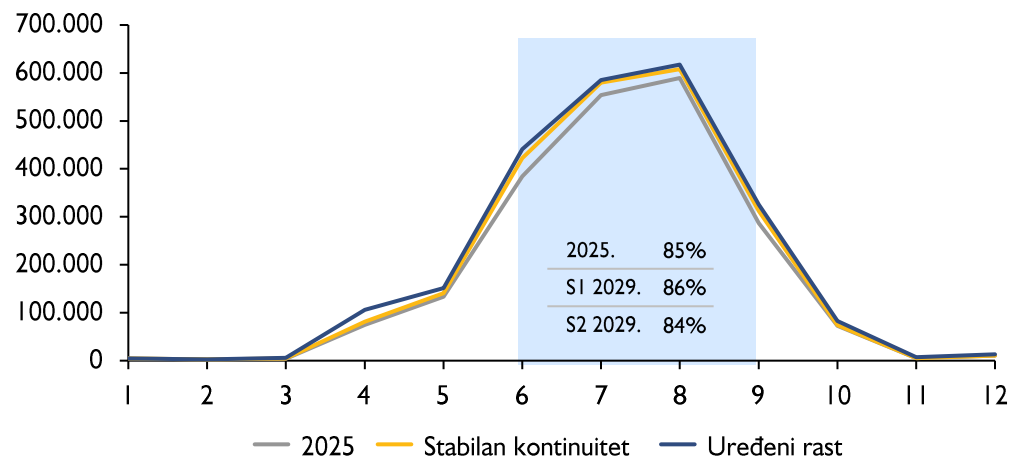
- Destinacija se usmjerava na povećanje kvalitete i diversifikaciju postojećih kapaciteta, osobito kroz razvoj sadržaja u svibnju i lipnju
- Hotelske i kamping kompanije prepoznaju potencijal za jaču aktivaciju predsezone i razvoj novih tržišta, uz koordinirano strateško planiranje s TZ-om
- Naglasak se stavlja na organski rast i unaprjeđenje doživljaja kroz gastronomske sadržaje, autentične proizvode i manja događanja lokalnog karaktera

Eksterne pretpostavke

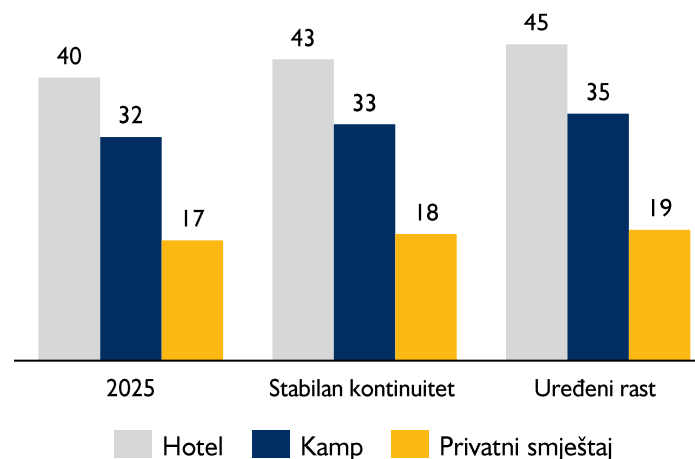
- Stabilni gospodarski trendovi i daljnji razvoj Istre stvaraju povoljno okruženje za postupno produljenje sezone
- Raste interes tržišta za manjim, autentičnim i gastronomski prepoznatljivim destinacijama, što Funtani otvara prostor za diferencijaciju
- Funtana se aktivno uključuje u zajedničke razvojne inicijative unutar klastera Porečke rivijere, s naglaskom na koordinirano planiranje tržišnih aktivnosti i razvoj komplementarne ponude.

Projekcije pokazuju da bi Funtana u 2029. godini mogla ostvariti između 123 i 220 tisuća novih noćenja

Sezonalnost noćenja (%)



Godišnja zauzetost kreveta (%)



Godina	Ostvarena noćenja	Promjena
2025.	2.122.250	/
S1 2029.	2.245.748	+123.498
S2 2029.	2.342.350	+220.100

S obzirom na to da kampovi čine oko 68% smještajnih kapaciteta Funtane i ostvaruju gotovo 80% noćenja, destinacija i u narednom razdoblju zadržava izraženu sezonalnost turističkog prometa. Glavnina noćenja i dalje se ostvaruje u ljetnim mjesecima, s vrhuncem u srpnju i kolovozu.

Predviđa se da će godišnja zauzetost kreveta u hotelskom smještaju porasti s 40,0% u 2025. godini na 42,6% u prvom scenariju i 44,7% u drugom scenariju. Kampovi, koji čine najveći udio smještajnih kapaciteta u destinaciji, bilježe porast godišnje zauzetosti s 31,6% na 33,4% u prvom te 34,9% u drugom scenariju. Zauzetost u privatnom smještaju porasla bi sa 17,0% na 17,9% u prvom i 18,5% u drugom scenariju.

Ukupan broj noćenja u komercijalnom smještaju Funtane trebao bi doseći 2,25 milijuna u Stabilnom kontinuitetu i 2,34 milijuna u Uređenom rastu, što predstavlja povećanje od 123 tisuće (+5,8%) i 220 tisuća (+10,4%) u odnosu na 2025. godinu. Ovi pokazatelji ukazuju na stabilan i održiv rast, potaknut jačim pozicioniranjem u predsezoni i većom integracijom s ponudom Porečke rivijere, dok se pritisak na stambeni prostor prikazuje na sljedećem slajdu.

Nastavi li se dosadašnji rast, nekomercijalni smještaj Funtane do 2029. dosegnut će oko 3.500 kreveta, odnosno 2,7 kreveta po stanovniku

	2025.	Stabilan kontinuitet 2029.	Uređeni rast 2029.
Kreveti u komercijalnom smještaju	18.697	18.697	18.697
Kreveti u nekomercijalnom smještaju	3.185	3.532	3.355
od toga kuće i stanovi za odmor	1.834	2.034	1.932
Stanovnici	1.153	1.304	1.304
2.1 Kreveti u komercijalnom smještaju te kućama i stanovima za odmor na 100 stanovnika	1.780,7	1.589,4	1.581,6
2.2 Kreveti u nekomercijalnom smještaju na 100 stanovnika	276,2	270,8	257,2
3.1 Turisti po stanovniku u vršnim danima	16,64	15,18	15,41
Udio turističkog smještaja u stambenim zonama	81,4%	80,5%	80,0%

Scenariji su dopunjeni kretanjem nekomercijalnog smještaja i broja stanovnika, kako bi se za svaki scenarij mogli izračunati pokazatelji opterećenja. U scenariju Stabilnog kontinuiteta nekomercijalni smještaj raste dosadašnjim tempom od 2,6% godišnje (prosjeak od 2020. do 2025.), pa do 2029. doseže oko 3.500 kreveta. U scenariju Uređenog rasta mjere upravljanja prepolovljuju taj rast na 1,3% godišnje, uz oko 3.350 kreveta.

Broj stanovnika u oba scenarija raste po stopi iz posljednjih deset godina (2,5% godišnje), na oko 1.300, a komercijalni kapaciteti ostaju na sadašnjoj razini. Turista po stanovniku u vršnim danima bit će nešto manje nego danas (15,2 odnosno 15,4 umjesto 16,6), jer broj stanovnika raste brže od noćenja u kolovozu, a rast noćenja ostvaruje se pretežno izvan kolovoza.

Budući da broj stanovnika raste gotovo jednako brzo kao nekomercijalni smještaj, pokazatelj 2.2 u prvom scenariju ostaje na oko 270 kreveta na 100 stanovnika, a u drugom pada na oko 257. Udio turističkog smještaja u stambenim zonama (kreveti u privatnom i nekomercijalnom smještaju u odnosu na zbroj tih kreveta i broja stanovnika) u oba scenarija ostaje oko 80%, pa i 2029. na svakog stanovnika dolaze oko četiri turistička kreveta u stambenim zonama.



I. Prihvatni kapacitet destinacije

I.1. Odabir metodologije procjene prihvatnog kapaciteta

I.2. Analiza razine nosivosti destinacije

I.3. Procjena dostignute razine prihvatnog kapaciteta

I.4. Analiza scenarija

I.5. Donošenje zaključaka i preporuka

Zaključci i preporuke analize prihvatnog kapaciteta

ZAKLJUČCI

PREPORUKE

1.	Zbog nedostatka prostornih i operativnih podataka Funtanu nije bilo moguće zonirati na manje prostorne cjeline		<i>U suradnji sa svim relevantnim dionicima: Općinom Funtana, Turističkom zajednicom općine Funtana, komunalnim poduzećima i dr., destinaciju je potrebno zonirati na turističke zone prema kojima će se u narednom razdoblju bilježiti pokazatelji prihvatnog kapaciteta i pokazatelji održivosti. Sljedeći plan upravljanja destinacijom i izračun prihvatnog kapaciteta izraditi na razini klastera Porečka rivijera.</i>
2.	Smještajna struktura s dominantnim kampovima i rastućim privatnim i nekomercijalnim smještajem generira kumulativne pritiske		<i>Ograničiti daljnji rast nekomercijalnog i privatnog smještaja u stambenim zonama prostorno-planskim mjerama i usklađivanjem evidencije poreza na nekretnine sa sustavom eVisitor, uz godišnje praćenje pokazatelja 2.2, 2.3 i 6.1, a nakon zoniranja destinacije po potrebi ograničiti i rast smještajnih kapaciteta visoke sezonalnosti u najopterećenijim dijelovima općine.</i>
3.	Promet i parkiranje ograničavaju protočnost i svakodnevnu funkcionalnost		<i>Razviti integrirani model mobilnosti poput park and ride sustava, sezonske shuttle linije te jačati javni prijevoz.</i>
4.	Ljetni vrhunac pojačava opterećenje vodoopskrbe, odvoza otpada i održavanja javnih površina		<i>Uspostaviti praćenje po zonama, nastaviti rad na vodoopskrbnoj mreži, povećati učestalost odvoza i udio recikliranja otpada te utvrditi prosječnu površinu građevne čestice u izgrađenom dijelu građevinskog područja naselja za pokazatelj 6.2 i pribaviti podatke HEP-a za pokazatelj 7.2.</i>
5.	Sezonski pritisci u najopterećenijim obalnim zonama pojačavaju osjetljivost lokalne zajednice i utječu na kvalitetu života		<i>Uspostaviti redovno praćenje stavova lokalne zajednice i u suradnji s dionicima uvoditi ciljne mjere kojima se ublažavaju sezonski pritisci u najopterećenijim dijelovima obale.</i>

2. Pokazatelji održivosti na razini destinacije



Metodološki okvir izrade analize održivosti destinacije

Provedba analize nosivosti destinacije izrađuje se temeljem Pravilnika o pokazateljima za praćenje razvoja i održivosti turizma koji je izdalo Ministarstvo turizma i sporta. Pravilnikom je definirana analiza pokazatelja u kategorijama osnovnih i specifičnih pokazatelja, koji su dodatno podijeljeni na 6 analiziranih područja. Analiza pokazatelja održivosti destinacije predviđena je kako bi se mogao analizirati utjecaj turizma na održivost i razvoj destinacije.

Osnovni pokazatelji >> 17

Specifični pokazatelji >> 16

Ukupno >> 33

Kategorije pokazatelja

1 Društveni	2 Okolišni
3 Okolišni – priroda	4 Okolišni - klima
5 Ekonomski	6 Prostorni – upravljanje

U navedenim kategorijama, ukupno je definirano **17 osnovnih i 16 specifičnih pokazatelja** održivosti destinacije pa je ukupno je obrađeno **33 pokazatelja održivosti**. Izračun osnovnih pokazatelja nije opcionalan, a specifični pokazatelji za Funtanu izračunavaju se prema odabiru turističke zajednice.

Analizirani podaci prikupljani su putem tri primarna istraživanja (anketa lokalnog stanovništva, anketa turista i jednodnevnih posjetitelja te anketa gospodarskih subjekata), analizom informacija od dionika u destinaciji te korištenjem dostupnih sekundarnih izvora.

Osnovni pokazatelji održivosti destinacije

Broj pokazatelja	Naziv pokazatelja	Područje održivosti
1.1.1.	Broj turističkih noćenja na stotinu stalnih stanovnika u vrhu turističke sezone	Društveni
1.1.2.	Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom	Društveni
1.2.1.	Zadovoljstvo cjelokupnim boravkom u destinaciji	Društveni
1.3.1.	Udio atrakcija (lokaliteta) pristupačnih osobama s invaliditetom	Društveni
1.4.1.	Broj organiziranih turističkih ambulanti	Društveni
2.1.1.	Omjer potrošnje vode po turističkom noćenju u odnosu na prosječnu potrošnju vode po stalnom stanovniku destinacije (izraženo po osobi i po noćenju)	Okolišni
2.2.1.	Omjer količine komunalnog otpada nastale po noćenju turista i količine otpada koje generira stanovništvo u destinaciji (tone)	Okolišni
2.3.1.	Udio zaštićenih područja u destinaciji u ukupnoj površini destinacije (ukupno i pojedinačno po kategoriji zaštite)	Okolišni
2.4.1.	Omjer potrošnje električne energije po turističkom noćenju u odnosu na potrošnju električne energije stalnog stanovništva destinacije	Okolišni
2.5.1.	Uspostavljen sustav za prilagodbu klimatskim promjenama i procjenu rizika	Okolišni
3.1.1.	Ukupan broj dolazaka turista u mjesecu s najvećim opterećenjem	Ekonomski
3.1.2.	Prosječna duljina boravka turista u destinaciji	Ekonomski
3.2.1.	Ukupan broj zaposlenih u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane	Ekonomski
3.2.2.	Poslovni prihod gospodarskih subjekata (obveznika poreza na dobit) u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane	Ekonomski
4.1.1.	Identifikacija i klasifikacija turističkih atrakcija	Prostorni / upravljanje
4.2.1.	Status implementacije aktivnosti iz plan upravljanja destinacijom	Prostorni / upravljanje
4.3.1.	Broj ostvarenih noćenja u smještaju u destinaciji po hektaru izgrađenog građevinskog područja JLS	Prostorni / upravljanje

Specifični pokazatelji održivosti destinacije

Broj pokazatelja	Naziv pokazatelja	Područje održivosti
1.1.1.	Utjecaj turizma na kvalitetu života lokalnog stanovništva	Društveni
1.1.3.	Udio stanovnika pod umjerenim ili visokim stresom od turizma	Društveni
1.1.4.	Promjena broja stanovnika u zadnjih pet godina u odnosu na promjenu broja turističkih noćenja	Društveni
1.2.1.	Postotak ponovljenih/stalnih turista u smještajnim objektima destinacije	Društveni
1.3.3.	Postotak pristupačnih linija javnog prijevoza u destinaciji za osobe s invaliditetom	Društveni
1.4.5.	Broj podnesenih prijava zbog buke uzrokovane turističkim aktivnostima	Društveni
1.4.6.	Remećenja javnog reda i mira prouzrokovano turističkom aktivnošću	Društveni
2.1.1.	Udio turističkih poslovnih subjekata koji poduzimaju akcije za smanjenje potrošnje vode	Okolišni
2.2.1.	Udio turističkih poslovnih subjekata koji koriste recikliranu vodu	Okolišni
2.3.2.	Udio turističkih poslovnih subjekata koji razdvajaju različite vrste otpada	Okolišni
2.3.4.	Plan gospodarenja otpadom s ciljevima za smanjenje i održivo odlaganje	Okolišni
2.3.5.	Sprječavanje stvaranja otpada: plan smanjenja količine otpada od posluživanja hrane	Okolišni
2.5.1.	Udio turističkih poslovnih subjekata koji su implementirali neka od rješenja za ublažavanje i prilagodbu klimatskim promjenama	Okolišni
2.6.3.	Udio turističkih poslovnih subjekata u destinaciji koji koriste lokalno proizvedenu hranu, piće, dobra i usluge u turističkim poslovnim subjektima u destinaciji	Ekonomski
3.1.1.	Stopa popunjenosti u smještajnim kapacitetima	Ekonomski
4.3.1.	Broj kuća i stanova za odmor na 100 objekata u kojima se stalno živi	Prostorni
Ostalo		

An aerial photograph of a coastal marina. The water is a deep blue, and the sky is a lighter blue with some clouds. In the foreground, a large number of sailboats are docked in a long, narrow pier. The pier is made of concrete and has a low wall on one side. Behind the pier, there is a large, green, forested island. The island has a few buildings and a road. In the background, there are more islands and the open sea. The text "2. Pokazatelji održivosti na razini destinacije" is overlaid on the left side of the image in white, bold font.

2. Pokazatelji održivosti na razini destinacije

2.1. Osnovni pokazatelji održivosti

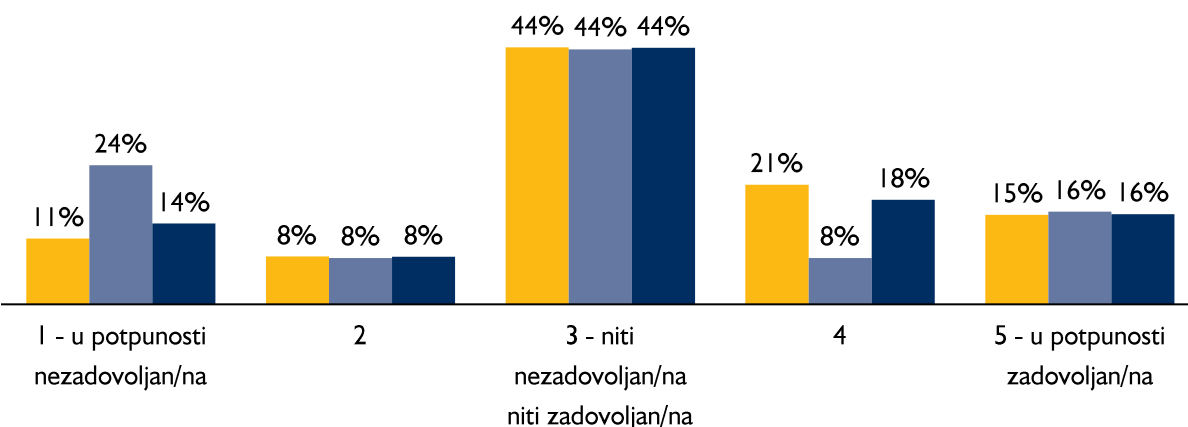
I.1.1. Broj turističkih noćenja na stotinu stalnih stanovnika u vrhu turističke sezone

Na području Funtane u kolovozu 2025. godine ostvareno je prosječno 1.664 turistička noćenja dnevno na stotinu stalnih stanovnika, što je izuzetno visok omjer koji ukazuje na izraženu sezonsku koncentraciju turističkog prometa i snažan pritisak na lokalne resurse tijekom vrhunca sezone. U kolovozu, mjesecu s najvećim brojem noćenja, ostvareno je 594.829 noćenja, dok destinacija broji 1.153 stalna stanovnika. Za usporedbu, prosjek Hrvatske u kolovozu 2025. iznosi 22,2 noćenja dnevno na 100 stanovnika, a na razini cijele godine 6,7. Upravo zato praćenje ovakvih pokazatelja važno je za planiranje održivog razvoja turizma, budući da visoki intenzitet može dovesti do preopterećenja destinacije i utjecati na kvalitetu života lokalnog stanovništva.

I.1.2. Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom

Koliko ste sveukupno zadovoljni razvojem turizma u Vašem mjestu?

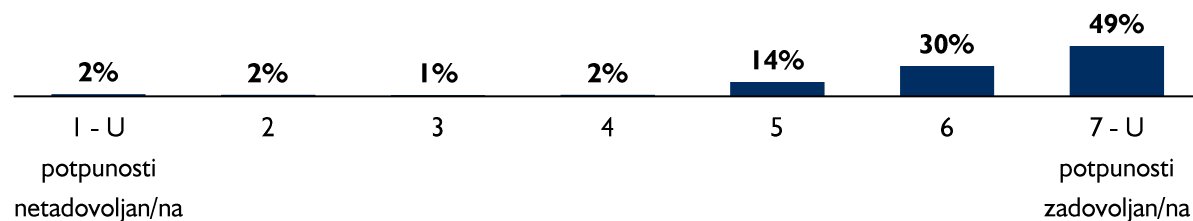
■ Ostvaruju prihode od turizma
 ■ Ne ostvaruju prihode od turizma
 ■ Svi ispitanici



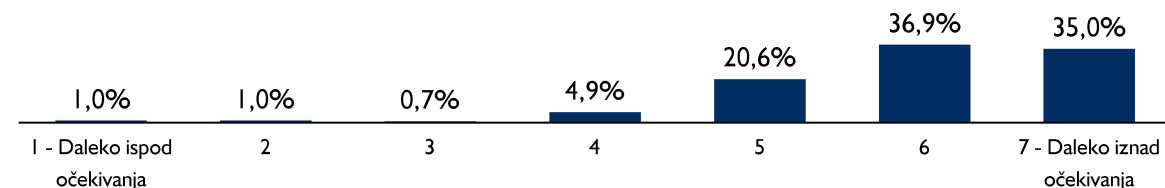
Rezultati Istraživanja stavova lokalnog stanovništva o turizmu i utjecaju turizma na kvalitetu života pokazuju da je 34% lokalnog stanovništva zadovoljno razvojem turizma u Funtani. Među stanovnicima koji ostvaruju ekonomsku korist od turizma, zadovoljstvo je nešto veće (36%), dok među onima koji ne ostvaruju korist iznosi 24%. Raspodjela odgovora ukazuje na umjereno zadovoljstvo turizmom, no prisutan je i vrlo značajan udio neutralnih odgovora.

I.2.1. Zadovoljstvo cjelokupnim boravkom u destinaciji

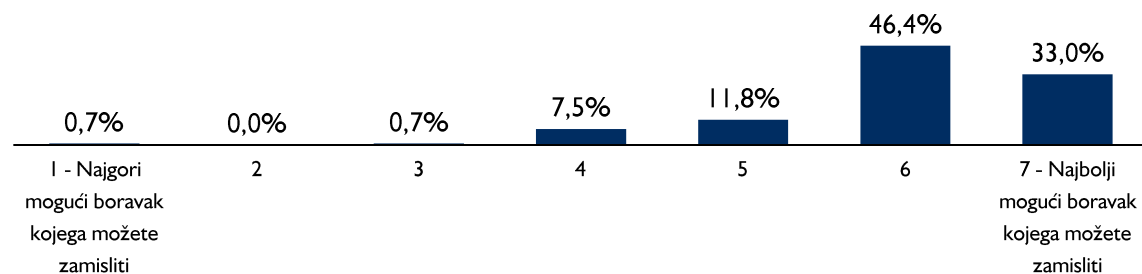
Koliko ste zadovoljni cjelokupnim boravkom u destinaciji?



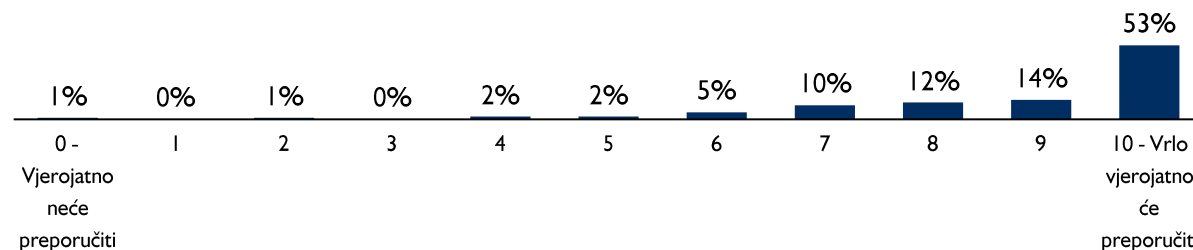
U kojoj mjeri je boravak u ovoj destinaciji ispunio Vaša očekivanja?



Kako biste ocijenili svoj boravak u ovoj destinaciji?



Koliko je vjerojatno da biste ovo mjesto preporučili prijateljima, rodbini ili kolegama?



Zadovoljstvo boravkom u destinaciji procjenjuje se na temelju četiri pokazatelja: ukupnog zadovoljstva boravkom, ispunjenja očekivanja, opće ocjene boravka te vjerojatnosti preporuke destinacije drugima.

Rezultati ukazuju na vrlo visoku razinu zadovoljstva posjetitelja destinacijom. U potpunosti je zadovoljno 49% ispitanika, dok dodatnih 30% iskazuje visoku razinu zadovoljstva. Ukupno 79% posjetitelja iskazuje izrazito pozitivno iskustvo boravka, dok je udio nezadovoljnih (ocjene 1 i 2) zanemariv i iznosi oko 4%.

Boravak u destinaciji ispunio je očekivanja u značajnoj mjeri. Ukupno 36,9% ispitanika navodi da su očekivanja ispunjena u visokoj mjeri, a dodatnih 35,0% ocjenjuje da su očekivanja nadmašena. Udio gostiju kojima boravak nije ispunio očekivanja vrlo je nizak i iznosi oko 2%. Rezultati potvrđuju izrazito pozitivan doživljaj destinacije u odnosu na početna očekivanja posjetitelja.

Indeks zadovoljstva cjelokupnim boravkom, izračunat prema metodologiji Ministarstva iz prosječnih ocjena zadovoljstva boravkom (6,10), ispunjenja očekivanja (5,94) i ocjene boravka (6,01), iznosi 83,6 na ljestvici od 0 do 100. Neto spremnost na preporuku (NPS), odnosno razlika između udjela gostiju koji bi destinaciju vrlo vjerojatno preporučili (ocjene 9 i 10, 67,0%) i udjela onih koji je vjerojatno ne bi preporučili (ocjene od 0 do 6, 10,8%), iznosi 56,2, što znači da broj promotora višestruko nadmašuje broj gostiju koji nisu spremni preporučiti destinaciju.

I.3.1. Udio atrakcija (lokaliteta) pristupačnih osobama s invaliditetom

U destinaciji Funtana evidentirano je ukupno sedam atrakcija, od kojih su tri pristupačne osobama s invaliditetom, pa pokazatelj iznosi 42,9%.

I.4.1. Broj organiziranih turističkih ambulanti

U Funtani tijekom sezone djeluje jedna turistička ambulanta, u sklopu kampa Istra Valamar (Poliklinika Terra Medica Clinic), u razdoblju od 1. 5. do 30. 9. Ambulanta u sklopu kampa Valkanela nalazi se na području Općine Vrsar.

2.1.1. Omjer potrošnje vode po turističkom noćenju u odnosu na prosječnu potrošnju vode po stalnom stanovniku destinacije

Prema formuli iz Smjernica, uz podatke za 2024. godinu, potrošnja vode po turističkom noćenju iznosi 0,158 m³, a prosječna dnevna potrošnja po stanovniku priključenom na vodoopskrbu (566 stanovnika) 0,335 m³, pa omjer potrošnje vode po turističkom noćenju i potrošnje po stalnom stanovniku iznosi 47%, jednako kao u pokazatelju prihvatnog kapaciteta 7.1. Turist tako po noćenju troši manje od polovice vode koju stanovnik potroši dnevno. Takav odnos ukazuje na racionalnu potrošnju vode po noćenju u turističkom sektoru, no zbog velikog broja noćenja ukupna potrošnja vode u vršnom mjesecu višestruko raste (vidjeti pokazatelj prihvatnog kapaciteta 7.1.).

2.2.1. Omjer količine komunalnog otpada nastale po noćenju turista i količine otpada koje generira stanovništvo u destinaciji (tone)

U Funtani je tijekom 2024. godine zabilježen visok omjer količine otpada koji stvaraju turisti u odnosu na količinu otpada koju generira lokalno stanovništvo, koji iznosi 1.234,5%. U mjesecu s najvećim brojem noćenja (kolovoz) turisti su proizveli 441,75 tona otpada, dok je lokalno stanovništvo u istom razdoblju generiralo 35,78 tona otpada. Iako je količina otpada koju po noćenju proizvede turist (oko 0,7 kg) manja od dnevne količine po stanovniku (oko 1,0 kg), veliki broj turista u vrhuncu sezone značajno povećava ukupnu količinu otpada u destinaciji. Ovakvi podaci jasno ukazuju na visok sezonski pritisak na komunalni sustav Funtane, gdje turisti tijekom kolovoza proizvedu više od dvanaest puta veću količinu otpada u odnosu na lokalno stanovništvo.

2.3.1. Udio zaštićenih područja u destinaciji u ukupnoj površini destinacije

Na području Funtane se ne nalaze površine zaštićene zone.

2.4.1. Omjer potrošnje električne energije po turističkom noćenju u odnosu na potrošnju električne energije stalnog stanovništva destinacije

Nisu dostupni podaci na razini ove destinacije.

2.5.1. Upostavljen sustav za prilagodbu klimatskim promjenama i procjenu rizika

Nedostaje podatak o tome jesu li na razini destinacije doneseni i provedeni strateški, planski ili programski dokumenti koji integriraju koncept prilagodbe klimatskim promjenama i procjenu rizika na razini destinacije.

3.1.1. Ukupan broj dolazaka turista u mjesecu s najvećim brojem ostvarenih turističkih noćenja

Mjesec s najviše noćenja u 2025. godini na području Funtane je kolovoz, u kojem je zabilježen 77.621 dolazak. Visoka koncentracija posjetitelja u kratkom vremenskom razdoblju stvara snažan pritisak na infrastrukturu, uključujući vodovodnu i kanalizacijsku mrežu te prometne sustave, što se može odraziti i na kvalitetu života lokalnog stanovništva. Usporedba s prometom izvan glavne sezone jasno pokazuje velike razlike u opterećenju, naglašavajući izraženu sezonalnost turističke aktivnosti u destinaciji.

3.1.2. Prosječna duljina boravka turista u destinaciji

Prosječna duljina boravka turista na području Funtane u 2025. godini iznosi 6,64 dana. Tijekom kolovoza, kada se ostvaruje najveći broj noćenja, prosječna duljina boravka iznosi 7,7 dana, kao i u srpnju. Najkraći boravci bilježe se u travnju i prosincu (3,5 dana) te veljači i svibnju (4,2 dana), dok se u lipnju prosječna duljina boravka povećava na 6,2 dana, što označava početak glavne sezone. Najdulji prosječni boravak zabilježen je u siječnju (8,6 dana), što je posljedica vrlo malog broja dolazaka. Ukupno gledano, duljina boravka kroz godinu pokazuje izražene sezonske obrasce potražnje: ljetni mjeseci obilježeni su duljim boravcima i većom iskorištenošću smještajnih kapaciteta, dok su izvan sezone boravci uglavnom kraći.

3.2.1. Ukupan broj zaposlenih u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane

Mjesec	Prosjeak broja zaposlenih u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane u odnosu na ukupan broj zaposlenih (%)
I.	30,27
II.	31,03
III.	40,48
IV.	45,36
V.	54,04
VI.	57,23
VII.	57,03
VIII.	55,91
IX.	50,91
X.	43,23
XI.	38,95
XII.	33,06

Podaci o udjelu zaposlenih u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane na području Funtane pokazuju izraženu sezonalnost zapošljavanja povezanu s turističkom aktivnošću destinacije.

U zimskim mjesecima udio zaposlenih u ovom sektoru kreće se oko 30%, a s približavanjem proljetno-ljetne sezone postupno raste i u svibnju doseže 54%. Vrhunac zapošljavanja bilježi se u lipnju (57,2%) i srpnju (57,0%), kada više od polovice svih zaposlenih radi u turizmu i ugostiteljstvu. Nakon kolovoza (55,9%) udio zaposlenih u sektoru smještaja i ugostiteljstva počinje se smanjivati, u rujnu iznosi 50,9%, a do prosinca pada na razinu od oko 33%.

Ovakva raspodjela potvrđuje da turizam u Funtani predstavlja ključni izvor zaposlenja, ali i da tržište rada snažno ovisi o sezoni. Tijekom glavne sezone turizam zapošljava više od polovice ukupne radne snage u destinaciji, dok u ostatku godine ta brojka značajno opada, što ukazuje na ograničenu stabilnost zaposlenosti izvan ljetnih mjeseci.

3.2.2. Poslovni prihod gospodarskih subjekata (obveznika poreza na dobit) u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane

Prema podacima s FINA-e, ukupni poslovni prihodi subjekata u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane na području Funtane u 2024. godini iznosili su 4,7 milijuna eura, što čini 23% ukupnih poslovnih prihoda ostvarenih u svim djelatnostima na području destinacije. U odnosu na 2023. godinu, ovaj je sektor zabilježio rast od 11%, dok su ukupni poslovni prihodi svih djelatnosti porasli za 12%. Iako je stopa rasta turističkog sektora nešto niža od ukupnog prosjeka, njegov značajan udio u ukupnim prihodima potvrđuje visoku gospodarsku važnost turizma za lokalno gospodarstvo.

4.1.1 Identifikacija i klasifikacija turističkih atrakcija

Prema metodologiji Ministarstva turizma i sporta, na području Funtane nema evidentiranih zaštićenih kulturnih atrakcija.

4.2.1. Status implementacije aktivnosti iz plana upravljanja destinacijom

Plan upravljanja destinacijom je trenutno u izradi, pa je vrijednost pokazatelja „NE”, a udio provedenih aktivnosti nije primjenjiv. Pokazatelj je bitan za dugogodišnje praćenje rezultata prema stavkama u različitim iteracijama plana upravljanja destinacijom.

4.3.1. Broj ostvarenih noćenja u smještajnim objektima destinacije po hektaru izgrađenog građevinskog područja JLS

Pokazatelj intenziteta turističke aktivnosti po površini izgrađenog građevinskog zemljišta na području Funtane u 2025. godini iznosi 10.557,3 turističkih noćenja po hektaru. S obzirom na metodološku definiranost, pokazatelj je potrebno tumačiti u kontekstu usporedivih podataka te je za točnu interpretaciju rezultata bitna usporedba s drugim destinacijama te praćenje višegodišnjih trendova u destinaciji.

Formula za izračun pokazatelja

$$\frac{\text{Broj ostvarenih noćenja u smještajnim objektima destinacije po hektaru izgrađenog građevinskog područja JLS}}{T_N} = \frac{T_N}{P_S + P_M + P_T}$$

T_N – broj turističkih noćenja unutar destinacije ostvarenih u jednoj godini

P_S – površina izgrađenog građevinskog zemljišta u zonama stanovanja (ha)

P_M – površina izgrađenog građevinskog zemljišta u zonama mješovite namjene ((pretežito stambene namjene) (ha)

P_T – površina izgrađenog građevinskog zemljišta u zonama predviđenim za odvijanje ugostiteljsko-turističke aktivnosti



2. Pokazatelji održivosti na razini destinacije

2.1. Osnovni pokazatelji održivosti

2.2. Specifični pokazatelji održivosti

I.1.1. Utjecaj turizma na kvalitetu života lokalnog stanovništva

Razmislite kako sve turizam utječe na svakodnevni život u Vašem mjestu. Uzimajući u obzir i dobre i loše strane turizma, smatrate li da turizam u Vašem mjestu:

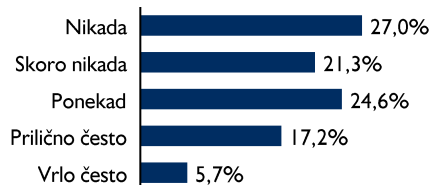


Rezultati Istraživanja stavova lokalnog stanovništva o turizmu i utjecaju turizma na kvalitetu života pokazuju da većina ispitanika percipira turizam pozitivno u kontekstu svakodnevnog života u svojoj zajednici. Gotovo 75% stanovnika (74,6%) ima percepciju da turizam pozitivno doprinosi svakodnevnom životu u mjestu (43,4% smatra da pomaže u održavanju, a 31,2% u unapređenju kvalitete života), što ukazuje na prepoznatu gospodarsku i društvenu korist.

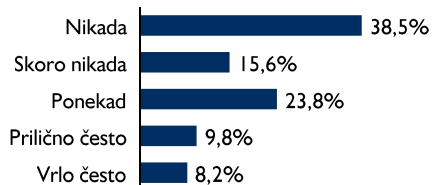
S druge strane, 25% ispitanika smatra da turizam smanjuje kvalitetu života, što je značajan udio i pokazuje postojanje određenih izazova povezanih s razvojem turizma. Rezultati pokazuju da je percepcija utjecaja turizma među stanovnicima prilično podijeljena, pri čemu neki ističu njegove pozitivne učinke, dok značajan udio uočava negativne aspekte.

I.1.3. Udio stanovnika pod umjerenim ili visokim stresom od turizma

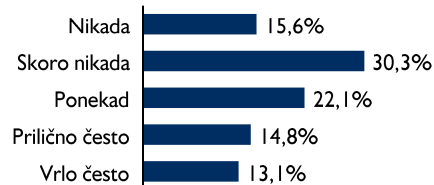
Koliko često ste se osjećali uznemireno zbog neočekivanih događaja povezanih s turizmom?



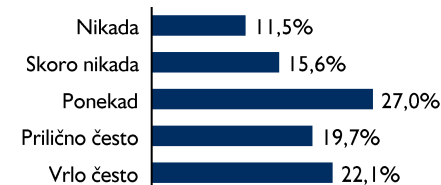
Koliko često ste zbog turizma osjećali da nemate kontrolu nad važnim stvarima u svom životu?



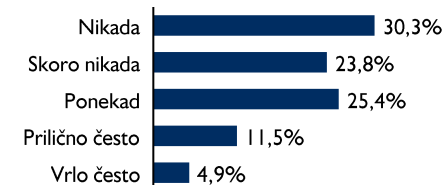
Koliko često ste se zbog turizma osjećali nervozno i pod stresom?



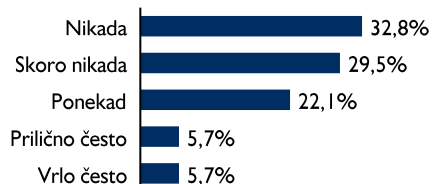
Koliko često ste bili sigurni u svoju sposobnost za rješavanje svakodnevnih poteškoća koje stvara turizam?



Koliko često ste imali dojam da se turizam u destinaciji razvija onako kako vi želite?



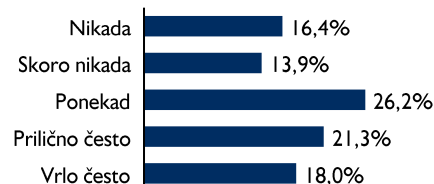
Koliko često ste se osjećali da se zbog turizma ne možete nositi sa svim obvezama?



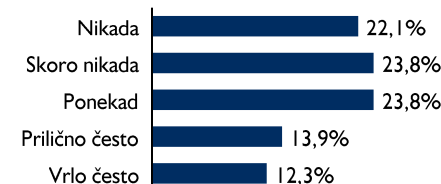
Koliko često ste bili u mogućnosti kontrolirati stresne podražaje koji su posljedica turizma u destinaciji?



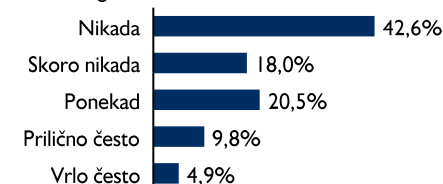
Koliko često ste imali dojam da ste se dobro prilagodili pritiscima turizma?



Koliko često ste se ljutili zbog događaja uzrokovanih turizmom, a koji su bili izvan Vaše kontrole?



Koliko često ste imali osjećaj da su se poteškoće u životu uzrokovane turizmom toliko nagomilale da ih ne možete nadvladati?



Prema ljestvici percipiranog stresa (deset pitanja, zbroj bodova od 0 do 40, uz obrnuto bodovanje četiri pozitivno formulirana pitanja; od 14 do 26 bodova umjeren, od 27 do 40 visok stres), pod umjerenim ili visokim stresom od turizma je 70,9% stanovnika koji su odgovorili na sva pitanja (59,8% pod umjerenim i 11,1% pod visokim stresom), i to 70,5% stanovnika koji ostvaruju prihode od turizma i 72,7% onih koji ih ne ostvaruju. Rezultati istraživanja pokazuju da turizam u Funtani kod dijela lokalnog stanovništva izaziva primjetnu razinu psihološkog i emocionalnog pritiska. Iako značajan broj ispitanika navodi da se rijetko osjeća uznemireno ili pod stresom zbog turizma, oko trećine stanovnika ipak povremeno ili često osjeća nervozu, gubitak kontrole nad važnim aspektima života te poteškoće u nošenju sa svakodnevnim obvezama. Oko 40% ispitanika barem povremeno osjeća da se razvoj turizma ne odvija u skladu s njihovim željama ili da su izazovi turizma izvan njihove kontrole. Ovi rezultati ukazuju na rastući pritisak koji turističke aktivnosti stvaraju na dio lokalne zajednice, no značajan dio stanovnika pokazuje sposobnost prilagodbe i otpornosti, što sugerira da postoje potencijali za smanjenje negativnih učinaka kroz kvalitetniju komunikaciju, planiranje i suradnju između lokalne zajednice i turističkih dionika.

I.1.4. Promjena broja stanovnika u zadnjih pet godina u odnosu na promjenu broja turističkih noćenja

Pokazatelj se prema metodologiji Ministarstva računa za posljednju godinu (2025.) u odnosu na godinu četiri godine ranije (2021.). Broj stanovnika porastao je s 919 u 2021. na 1.153 (procjena DZS-a za 2024., posljednja objavljena na razini općine), odnosno za 25,5%, a broj turističkih noćenja s 1,60 milijuna na 2,14 milijuna, odnosno za 33,7%. Pokazatelj iznosi 0,94, što znači da je broj noćenja rastao nešto brže od broja stanovnika.

Za realniji uvid u odnos turističkog i demografskog rasta relevantnija je usporedba s 2019. godinom, kada tržišni uvjeti nisu bili poremećeni. U 2025. u odnosu na 2019. pokazatelj promjene broja stanovnika u odnosu na promjenu broja turističkih noćenja iznosi 1,03, jer je broj stanovnika porastao za 27,1%, a broj noćenja za 24,0%, pa se može zaključiti da se broj stanovnika i broj turističkih noćenja povećavaju gotovo istim tempom, što predstavlja uravnotežen odnos između turističkog i demografskog rasta.

I.2.1. Postotak ponovljenih/stalnih turista u smještajnim objektima destinacije

Od ukupno 306 sudionika Istraživanja turista i jednodnevnih posjetitelja boravkom u destinaciji, njih 48,7% boravi u destinaciji po prvi put, dok je 33,01% već ranije posjetilo destinaciju. Dodatnih 18,3% nije odgovorilo na pitanje. Ovakav omjer sugerira da destinacija uspješno privlači nove posjetitelje, ali ujedno ima i stabilan udio ponovnih, odnosno lojalnih gostiju.

I.3.3. Postotak pristupačnih linija javnog prijevoza u destinaciji za osobe s invaliditetom

U destinaciji postoji šest linija javnog prijevoza koje nisu prilagođene osobama s invaliditetom.

I.4.5. Broj podnesenih prijava zbog buke uzrokovane turističkim aktivnostima

Na području destinacije ne evidentiraju se zasebno prijave zbog buke koje su uzrokovani turističkim djelatnostima.

I.4.6. Remećenja javnog reda i mira prouzrokovano turističkom aktivnošću

Na području destinacije ne evidentiraju se zasebno prekršaji protiv javnog reda i mira koji su uzrokovani turističkim djelatnostima.

2.1.1. Udio turističkih poslovnih subjekata koji poduzimaju akcije za smanjenje potrošnje vode

2.2.1. Udio turističkih poslovnih subjekata koji koriste recikliranu vodu

2.3.2. Udio turističkih poslovnih subjekata koji razdvajaju različite vrste otpada

2.3.5. Sprječavanje stvaranja otpada: plan smanjenja količine otpada od posluživanja hrane

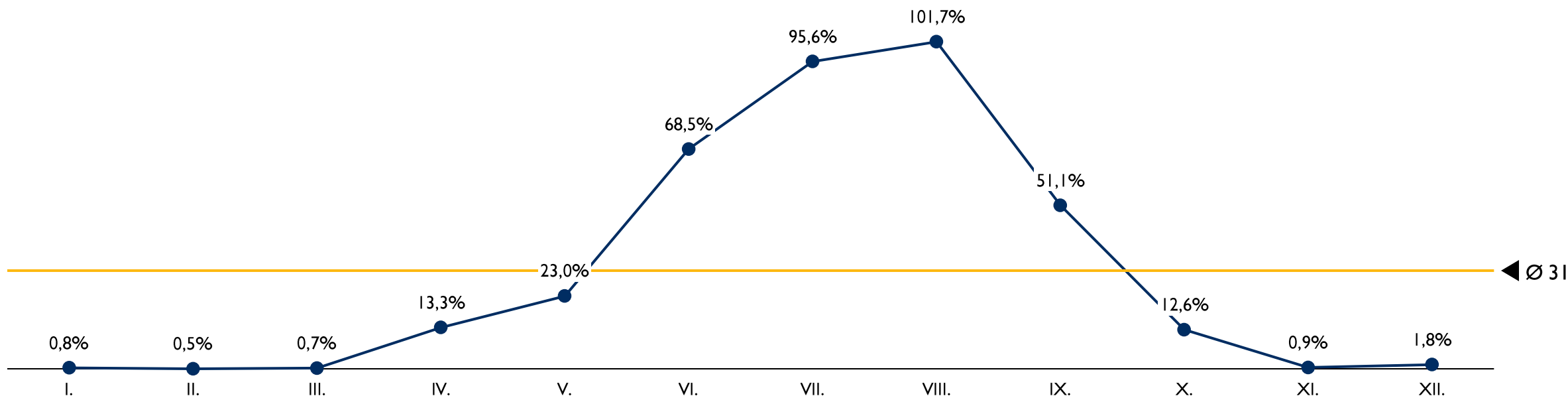
2.5.1. Udio turističkih poslovnih subjekata koji su implementirali neka od rješenja za ublažavanje i prilagodbu klimatskim promjenama

2.6.3. Udio turističkih poslovnih subjekata u destinaciji koji koriste lokalno proizvedenu hranu, piće, dobra i usluge u turističkim poslovnim subjektima u destinaciji

Anketi koja je provedena među gospodarskim subjektima u destinaciji pristupilo je 2 subjekta. Zbog malog relativnog uzorka odgovora koji je prikupljen putem primarnog istraživanja, podaci nisu relevantni na razini destinacije te se ne analiziraju u okviru navedenih pokazatelja.

3.1.1. Stopa popunjenosti u komercijalnim smještajnim kapacitetima po mjesecu i prosjek za godinu

—●— Zauzetost (po mjesecima)



Analiza mjesečnih vrijednosti u 2025. godini pokazuje izraženu sezonalnost: najviša popunjenost bilježi se u srpnju (95,6%) i kolovozu (101,7%), što znači da su kapaciteti tada u potpunosti iskorišteni, dok je u zimskim mjesecima popunjenost gotovo zanemariva, s vrijednostima ispod 2%. Vrijednost iznad 100% upućuje na to da registrirani broj kreveta ne obuhvaća sve ležajeve koje gosti u vrhuncu sezone koriste (primjerice pomoćne ležajeve i dječje krevetiće). Takva distribucija potvrđuje snažnu ovisnost Funtane o ljetnoj sezoni, s koncentracijom prometa u razdoblju od lipnja do rujna, kada se ostvaruje više od 85% ukupnih noćenja.

Niska godišnja stopa popunjenosti (31%) unatoč visokoj ljetnoj zauzetosti rezultat je izrazito kratke glavne sezone i gotovo potpunog mirovanja u zimskom dijelu godine. Pokazatelj time jasno upućuje na visoku sezonalnost turističke potražnje te ograničenu iskoristivost kapaciteta izvan glavnih mjeseci.

4.3.1. Broj kuća i stanova za odmor na 100 objekata u kojima se stalno živi

Broj kuća i stanova za odmor na 100 objekata u kojima se stalno živi iznosi 107,9, što znači da na svakih 100 nastanjenih stanova za stalno stanovanje dolazi oko 108 stanova za odmor. Prema Popisu stanovništva 2021. u Funtani je 370 stanova za odmor i 343 nastanjena stana za stalno stanovanje. U sustavu eVisitor kao kuća ili stan za odmor (vikendica) vodi se 231 objekt (stanje 2024.), pa bi uz taj broj, koji je donja granica, pokazatelj iznosio 67,3. Takav omjer pokazuje snažnu orijentaciju stambenog fonda prema povremenom stanovanju, što može dugoročno utjecati na dostupnost stanovanja i demografsku stabilnost.

U sklopu Istraživanja turista i jednodnevnih posjetitelja boravkom u destinaciji dodatno su analizirani pojedini elementi turističke ponude destinacije. Na svako od pitanja turisti su odgovarali ocjenama na ljestvici od 1 („jako loše”) do 7 („odlično”).

Analizirani elementi su sljedeći:

Naziv elementa	Prosječna ocjena	Broj odgovora	% ocjena > 5	% ocjena < 3	% ocjena 3-5
Ljepota prirode i krajolika	6,21	304	77,5%	1,3%	20,6%
Osobna sigurnost	6,19	302	79,4%	1,0%	18,3%
Čistoća plaže	6,16	296	77,1%	2,3%	17,3%
Smještajni objekt	6,12	231	59,8%	1,0%	14,7%
Karakter, ugođaj	6,09	294	72,9%	1,6%	21,6%
Prilagođenost destinacije djeci	6,07	296	72,5%	1,0%	23,2%
Gostoljubivost lokalnog stanovništva	6,05	295	72,2%	1,0%	23,2%
Uređenost plaže	6,05	295	73,5%	1,6%	21,2%
Ljepota destinacije	6,04	301	72,9%	1,0%	24,5%
Gastronomska ponuda	5,96	294	70,3%	2,3%	23,5%
Uređenost i čistoća destinacije	5,94	299	67,7%	1,3%	28,8%
Sportski sadržaji	5,86	286	64,1%	2,6%	26,8%
Organizirani izleti u okolicu	5,81	277	62,1%	2,0%	26,5%
Prometna dostupnost destinacije	5,79	291	63,7%	2,6%	28,8%
Ekološka očuvanost	5,77	293	63,1%	1,3%	31,4%

Naziv elementa	Prosječna ocjena	Broj odgovora	% ocjena > 5	% ocjena < 3	% ocjena 3-5
Informacije u destinaciji	5,77	285	59,5%	2,3%	31,4%
Događanja	5,76	288	63,4%	2,0%	28,8%
Besplatni internet u destinaciji	5,72	295	66,0%	5,5%	24,8%
Obilježavanje znamenitosti	5,71	278	56,5%	2,3%	32,0%
Mogućnosti kupnje	5,69	290	62,8%	3,3%	28,8%
Informacije/edukacija u zaštićenim područjima	5,67	277	53,3%	1,3%	35,9%
Zabava/noćni život	5,67	284	58,5%	3,6%	30,7%
Mogućnost pješačkog kretanja	5,65	294	58,2%	1,0%	36,9%
Pješačke staze	5,63	268	53,3%	2,6%	31,7%
Kultura i umjetnost	5,62	281	56,2%	2,9%	32,7%
Biciklističke rute i staze	5,47	274	51,3%	5,9%	32,4%
Promet u destinaciji (protok, parkiranje)	5,44	289	53,3%	3,6%	37,6%
Prilagođenost osobama s invaliditetom	5,39	266	46,7%	4,9%	35,3%
Lokalni javni prijevoz	4,92	265	36,0%	11,4%	39,2%

Najbolje ocijenjeni aspekti su ljepota prirode i krajolika, osobna sigurnost te čistoća plaža. S druge strane, najveći izazovi uočeni su u području lokalnog javnog prijevoza, koji je ukupno dobio 11% nižih ocjena, dok su problematične i kategorije poput prometa u destinaciji (protočnost i parkiranje), prilagođenosti osobama s invaliditetom te biciklističkih ruta i staza.



3. Opća analiza stanja destinacije

3.1. *Analiza općeg i gospodarskog stanja destinacije*

Metodologija analize općeg i gospodarskog stanja destinacije

Cilj

Ovo poglavlje nije izričito propisano u Smjernicama i uputama za izradu Plana upravljanja destinacijom, ali nadopunjuje obveznu analizu stanja širim pregledom društveno-gospodarskog okvira u kojem se odvija turizam u Funtani.

Fokus je na odnosu između turističke aktivnosti i gospodarskog potencijala te razvojnih trendova destinacije, osobito u obalnom okruženju gdje turizam ima važnu ulogu u lokalnom gospodarstvu i svakodnevnom životu zajednice.

Metodološki pristup

Analiza se temelji na dostupnim kvantitativnim i kvalitativnim podacima za područje Funtane. Koriste se službena statistika i publikacije nadležnih institucija, razvojni i prostorni dokumenti grada i županije te javno dostupne informacije o gospodarskim subjektima i ključnim javnim uslugama. Kada je moguće, u obzir se uzimaju i podaci poduzeća te uvidi dobiveni kroz razgovore s lokalnim dionicima.

Podaci se sintetiziraju u pregled glavnih obilježja općeg i gospodarskog stanja koja su relevantna za razvoj turizma.

Područja obuhvata analize



OPĆE INFORMACIJE



KLIMA



**GEOGRAFSKA
OBILJEŽJA**



GOSPODARSTVO



**ORGANIZIRANOST I
DOSTUPNOST
USLUGA**



**PRISTUPAČNOST
DESTINACIJE
OSOBAMA S
INVALIDITETOM**

Smještena između Poreča i Vrsara, Funtana se ističe izrazito razvedenom obalom s otočićima, te čini teritorijalno najmanju jedinicu lokalne samouprave u Istri

Funtana

Lokacija i geografski položaj

Funtana je naselje i općina smještena na zapadnoj obali Istre, između Poreča i Vrsara, površine 8 km², što je čini teritorijalno najmanjom jedinicom lokalne samouprave u Istri.

Obalni pojas Funtane, poznat po najrazvedenijoj obali Istre, prostire se od Zelene Lagune na sjeverozapadu do Valkanele na jugu. Priobalje je obilježeno brojnim uvalama i otočićima, uključujući Veli Školj, Mali Školj, Reverol, Tovarjež i Tuf.

Stari dio naselja smješten je na blagoj uzvisini uz more, a intenzivni prostorni razvoj krajem 20. stoljeća bio je usmjeren na širenje turističke infrastrukture.

Stanovništvo

Prema procjeni stanovništva Državnog zavoda za statistiku, Funtana je 2024. godine imala 1.153 stanovnika, uz gustoću naseljenosti od 144 stanovnika po km².

Administrativna obilježja

Općina Funtana osnovana je 2006. godine izdvajanjem iz Općine Vrsar, a administrativno obuhvaća isključivo naselje Funtana, uz pripadajuće otočiće i hridi.



Površina
8 km²



Broj stanovnika
1.153

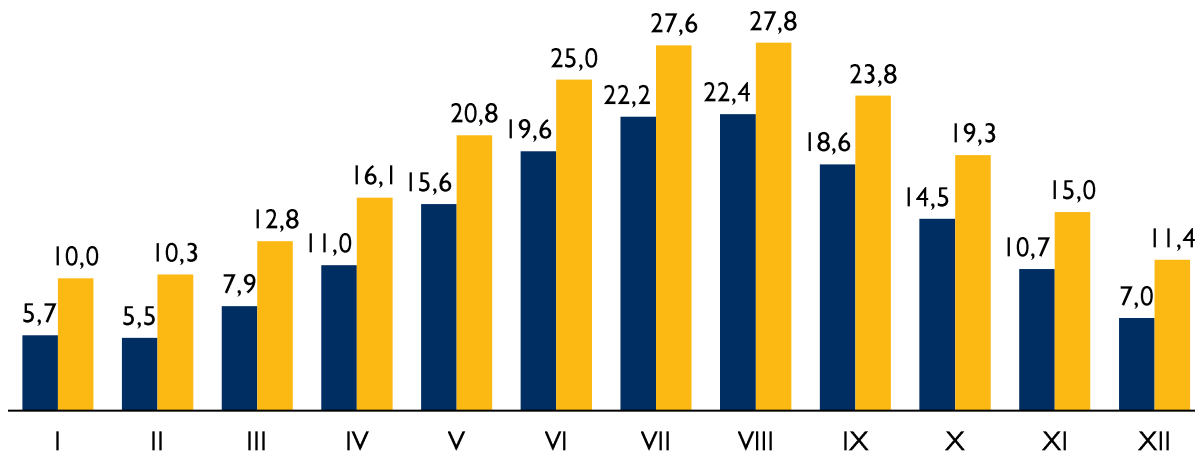


**Gustoća
naseljenosti**
144 st./ km²

Blaga mediteranska klima, relativno niske oborine te povoljna temperatura mora stvaraju odlične preduvjete za razvoj turističkih aktivnosti, čak i van ljetne sezone

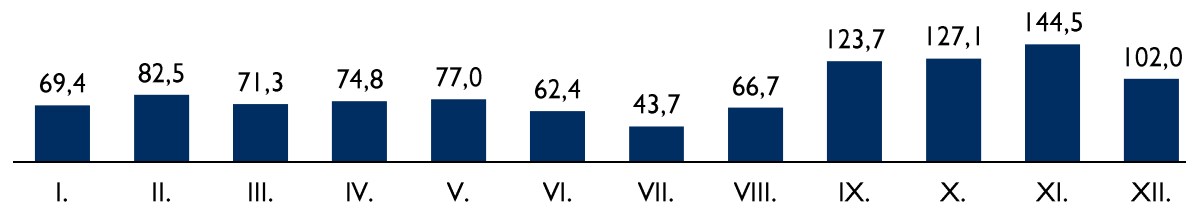
Prosječna mjesečna temperatura u 2024. u °C

■ Min ■ Max

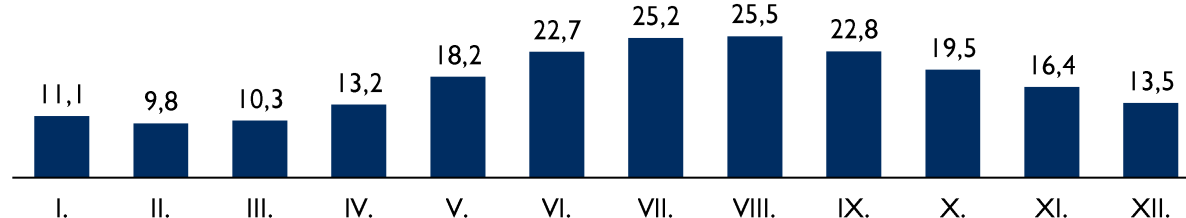


Funtana ima blagu mediteransku klimu s toplim ljetima i relativno blagim zimama. U 2024. godini prosječne mjesečne maksimalne temperature kretale su se oko 10-13°C zimi i 24-28°C ljeti, a prosječne minimalne 5-8°C zimi, a 18-22°C ljeti. Stabilno toplo razdoblje najčešće traje od svibnja do rujna, dok su prijelazni mjeseci umjereni. Srpanj i kolovoz donose tople noći, a od rujna temperature postupno padaju prema jesenskim i zimskim prosjecima. Zimski mjeseci ostaju bez izrazitih hladnih ekstrema, s uglavnom dvoznamenkastim iznosima maksimalnih temperatura. Ovakve temperature kroz godinu pogoduju razvoju turističkih aktivnosti i van glavne, ljetne sezone.

Prosječna količina oborina u 2024. u mm



Prosječna temperatura mora u 2024. u °C



Funtana godišnje primi više od 1.000 mm oborina, uz sezonske razlike, pa su tako mjeseci s najmanje oborina - lipanj, srpanj i kolovoz, poklapaju s vrhuncem turističke sezone, dok se najveća količina padalina bilježi u studenome (145 mm).

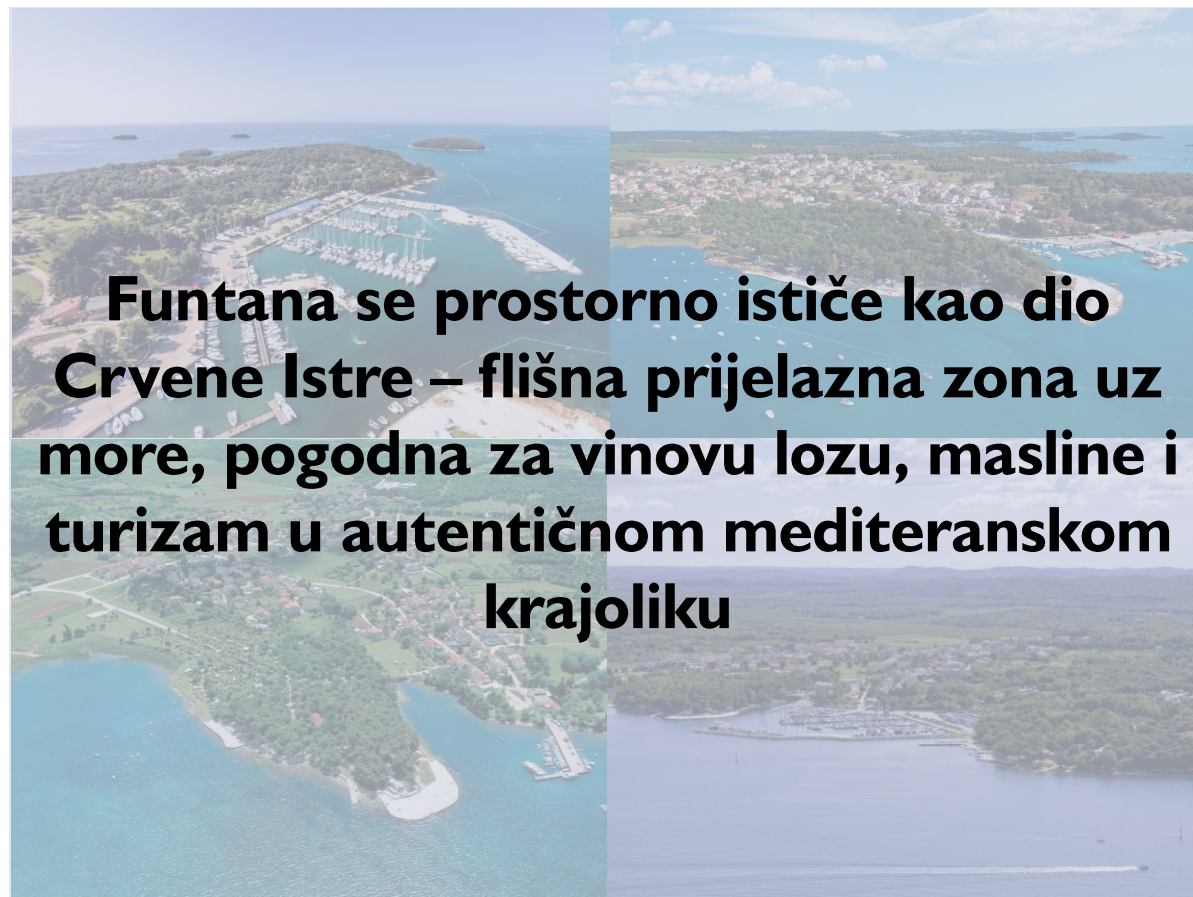
Prosječna temperatura mora kreće se od 18°C do 26°C u razdoblju od svibnja do listopada što produljuje razdoblje pogodno za kupanje.

Prirodne pogodnosti Crvene Istre i blizina emitivnih tržišta temelj su prostorne i turističke valorizacije Funtane

Funtana je smještena na zapadnom dijelu Istarskog poluotoka, između turistički razvijenih središta Poreča i Vrsara s izlazom na najrazvedeniji obalni pojas Istre koji se proteže od Zelene Lagune do Valkanele. Općina obuhvaća kopnenu površinu od 7,94 km², što predstavlja 0,28% ukupne površine Istarske županije, a njezina granica dužine 9,8 km uključuje više od 10 km razvedene obale s brojnim uvalama i otočićima. Geografska pozicija na koordinatama 45°11'N i 13°36'E osigurava izravan kontakt s Jadranskim morem te snažno integrira destinaciju u turističku zonu zapadne Istre.

Reljefno i geološki, Funtana pripada zoni tzv. Crvene Istre – priobalnom prostoru prekrivenom plodnom crvenicom, što pogoduje poljoprivrednoj proizvodnji, posebice vinogradarstvu i maslinarstvu. Položena je unutar flišnog prijelaznog područja nižih pobrđa, između vapnenačke obale i unutrašnjih kraških zona, što pridonosi krajobraznoj raznolikosti i prirodnoj atraktivnosti. Administrativno i funkcionalno pripada mikroregiji Poreštine, čije središte, grad Poreč-Parenzo, koncentrira ključne društvene, uslužne i gospodarske funkcije relevantne za lokalno stanovništvo i širu regiju.

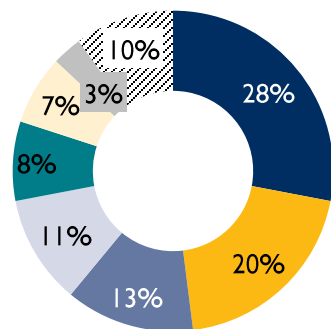
S obzirom na mediteransku klimu, visoku krajobraznu vrijednost i povoljan reljefni kontekst, Funtana posjeduje prepoznatljiv prostorni identitet koji omogućuje specijalizaciju u selektivnim oblicima turizma, uz očuvanje tradicionalne ribarske i poljoprivredne uloge.



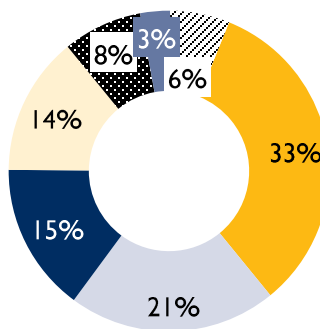
Funtana se prostorno ističe kao dio Crvene Istre – flišna prijelazna zona uz more, pogodna za vinovu lozu, masline i turizam u autentičnom mediteranskom krajoliku

Gospodarska struktura Funtane oslonjena je na trgovinu i turizam te mikro poduzetnike

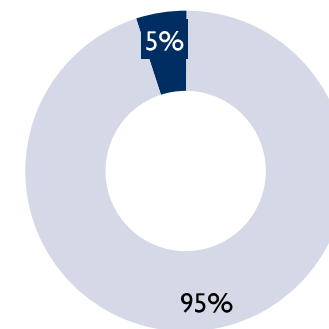
Struktura poduzetnika po djelatnosti (2024.)



Struktura zaposlenosti po djelatnosti (2024.)



Podjela prihoda po veličini subjekta (2024.)



■ Trgovina na veliko i malo ■ Građevinarstvo ■ Stručne, znanstvene i tehničke djelatnosti
■ Turizam (smještaj, usluga hrane i pića) ■ Poslovanje nekretninama ■ Opskrba vodom
■ Administrativne i uslužne djelatnosti ■ Prerađivačka industrija ■ Ostalo

■ Mali ■ Mikro

U 2024. godini na području općine Funtana djelovalo je 65 poduzetnika koji su predali godišnji financijski izvještaj. Ukupni prihodi iznosili su 20,55 milijuna eura, dok je neto dobit iznosila 2,40 milijuna eura. Struktura poduzetnika je raznolika s najvećim udjelom trgovine s 28% i turizmom s 20%.

Zaposlenost je najviša u turizmu s 33% uz izraženu ulogu građevinarstva i trgovine. Izražena sezonalnost povećava pritisak na dostupnost kadra pa su prioritet zadržavanje radnika tokom cijele godine.

U Funtani je 2024. godine djelovalo 65 poduzetnika od kojih su prihodi pretežito koncentrirani kod mikro subjekata koji ostvaruju oko 95% ukupnih poslovnih prihoda, a mali subjekti ostvaruju preostalih 5%, što upućuje na fragmentiranu strukturu i potrebu za mjerama koje podižu produktivnost i kapacitet rasta najbrojnijeg poduzetničkog sloja.

Funtana ima dobru pristupačnost ključnih javnih i turističkih servisa uz ograničenja u sigurnosnim kapacitetima i digitalnoj informiranosti u ljetnim mjesecima



U Funtani se osnovna zdravstvena skrb pruža preko ambulate dr. Željka Caruzzija s radnim vremenom utorkom i četvrtkom te sezonskih turističkih ambulanti u Valamar Campingu Istra. Javna ambulanta Istarskih domova zdravlja satima rada pokriva hitne slučajeve, a turisti s europskom karticom zdravstvenog osiguranja ostvaruju pravo na besplatnu hitnu njegu. Ljekarna Radoš (Istarska 37) radi svaki dan tijekom ljetne sezone od 8:00 do 21:00, dok je dežurna ljekarna u Puli dostupna 24/7. Pristup specijalističkim pregledima upućuje se u Poreč ili Pulu, a digitalne i višejezične informacije o lokacijama i radnim vremenima se mogu dodatno razviti.



Žurne intervencije organiziraju se putem europskog broja 112 (policija 192, hitna pomoć 194, vatrogasci 193). Funtana nema vlastitu policijsku postaju, pa dežurstva dolaze iz Poreča, što u sezoni može produžiti vrijeme dolaska službi na intervenciju. Dobrovoljno vatrogasno društvo u obližnjem Vrsaru i hitna pomoć pokrivaju osnovne potrebe, a operateri 112 komuniciraju na engleskom, njemačkom i talijanskom jeziku. Unatoč tome, turisti često nisu dovoljno informirani o postupcima i lokacijama žurnih službi, pa bi objava višejezičnih vodiča i digitalnih karata značajno poboljšala sigurnost i brzinu reakcije.



Bankomati Euronet i ZABA pokrivaju osnovne potražnje za gotovinom. Kartično plaćanje široko je prihvaćeno u većim objektima, ali u manjim ugostiteljskim jedinicama još prevladava gotovina. U općini je prisutan i poštanski ured Hrvatske pošte s urednim radnim vremenom, uz mogućnost preuzimanja pošiljaka u bilo koje doba dana putem postojećih paketomata.



Turistička zajednica općine Funtana upravlja informacijskim centrom otvorenim tijekom ljeta svaki dan do 20:00 sati, izvan sezone od ponedjeljka do petka od 08:00 do 16:00; dok kontakt putem telefona i službene web-stranice omogućuje osnovne informacije. Tijekom glavne sezone terenski djelatnici obilaze kampove i smještajne objekte te pružaju pravovremenu podršku. Informacije su dostupne na hrvatskom, engleskom, njemačkom i talijanskom jeziku, no digitalni kanali (mobilna aplikacija, chatbot) još nisu razvijeni.

U Funtani su prisutne pojedinačne infrastrukturne prilagodbe, no kako bi destinacija postala inkluzivna potrebna su dodatna ulaganja u prijevoz, smještaj i digitalni pristup



Funtana nema organizirani javni prijevoz prilagođen osobama s invaliditetom, pa je mobilnost ograničena na vlastiti prijevoz ili taksi usluge. Javne površine i nogostupi često nisu u potpunosti nivelirani, što otežava samostalno kretanje u invalidskim kolicima ili uz pomoć hodalica.



Pojedini veći kampovi nude određenu razinu pristupačnosti, ali smještajna ponuda u cjelini još nema jasno definirane standarde pa je potrebno sustavno podizati razinu pristupačnog smještaja u destinaciji.



Službene web stranice Općine i Turističke zajednice djelomično su usklađene sa Zakonom o pristupačnosti mrežnih stranica (izjava o pristupačnosti dostupna online), ali nedostaju: alternativni prikazi sadržaja za čitače ekrana, titlovi za video sadržaje i jednostavan izbornik za povećanje kontrasta. Većina internetskih stranica javnih institucija ne nudi načine prilagodbe za osobe s oštećenjem vida, sluha ili kognitivnim teškoćama.



Gradska plaža Funtana opremljena je specijaliziranim liftom za ulazak u more i označena je simbolom pristupačnosti u Vodiču za osobe s invaliditetom. No, pristup plaži često uključuje neravne staze i nedostatak prilagođenih tuševa i svlačionica, što ograničava korisničko iskustvo.



Funtana pokazuje temelje pristupačnosti kroz pojedinačne infrastrukturne prilagodbe plaže i deklarativne digitalne ispravke, no za stvarnu inkluzivnost nužna su dodatna ulaganja u organizirani prijevoz, proširenje pristupačnih smještajnih kapaciteta te implementaciju sveobuhvatne digitalne pristupačnosti. Bez sustavnog pristupa i jasnih standarda destinacija neće moći zadovoljiti potrebe posjetitelja s posebnim potrebama i konkurirati na tržištu održivog i inkluzivnog turizma.

3. Opća analiza stanja destinacije

3.1. *Analiza općeg i gospodarskog stanja destinacije*

3.2. **Analiza prometne infrastrukture**



Metodologija analize prometne infrastrukture

Cilj

Analiza prometne infrastrukture prikazuje kako cestovni, pomorski i zračni promet utječu na dostupnost Funtane s ciljem boljeg razumijevanja dolaska turista s ključnih emitivnih tržišta. Dodatno, analizirana je i mobilnost unutar destinacije kako bi se dobio uvid u svakodnevno kretanje stanovnika i potencijalne izazove s kojima se destinacija susreće.

Metodološki pristup

Analiza podrazumijeva obradu podataka vezanih uz cestovni, pomorski i zračni promet, a za svaku kategoriju razmatra se prostorna povezanost s Funtanom, kapacitet i funkcionalnost prometnih veza te njihova sezonalnost i usklađenost s obrascima turističke potražnje.

Koriste se javno dostupni podaci o prometnoj mreži i linijama, službeni dokumenti nadležnih tijela, redovi vožnje i planirani projekti te uvidi lokalnih dionika.

Područja obuhvata analize



CESTOVNI PROMET



POMORSKI PROMET



ZRAČNI PROMET

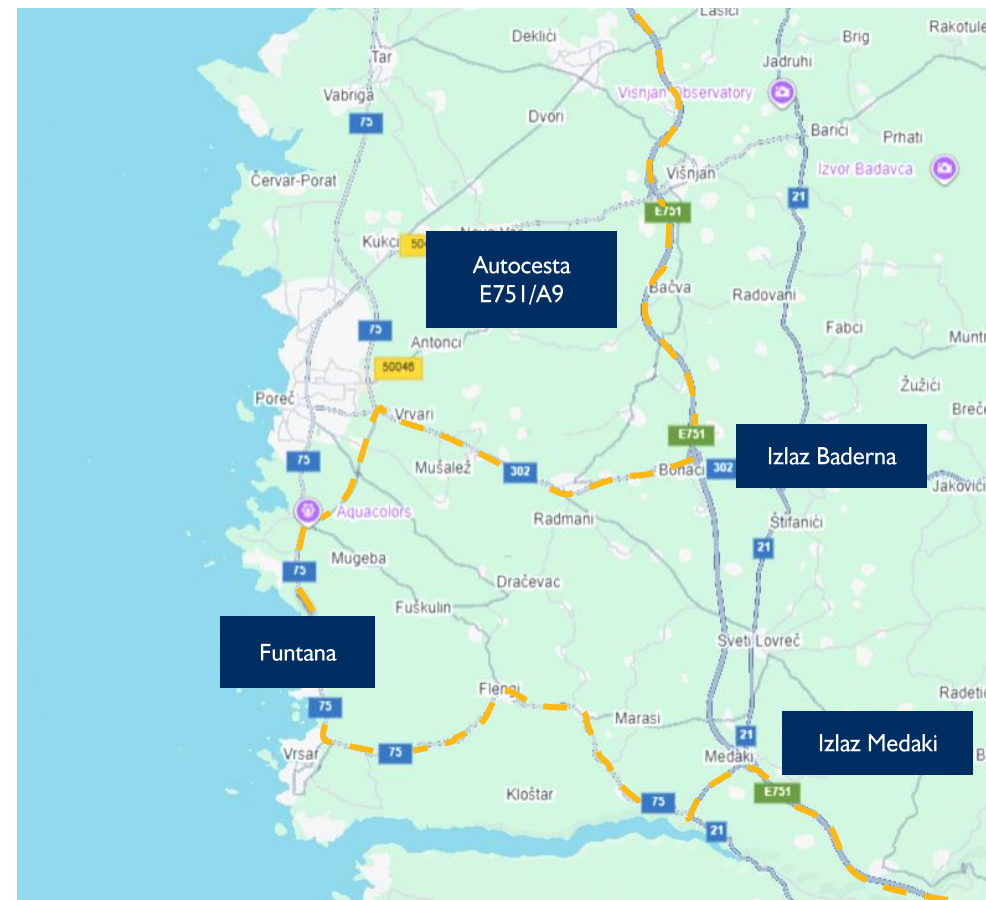
Povezanost putem autoceste A9, naplatnih kućica Baderna i Medaki te državne ceste D75 osigurava Funtani dobru prometnu dostupnost tokom cijele sezone

Cestovna povezanost destinacije

Grad	Udaljenost	Grad	Udaljenost
Trst	89 km	Bratislava	619 km
Ljubljana	170 km	Beograd	649 km
Zagreb	257 km	Sarajevo	659 km
Milano	515 km	Rim	767 km
Beč	551 km	Zürich	778 km
München	571 km	Prag	822 km
Budimpešta	598 km	Varšava	1215 km

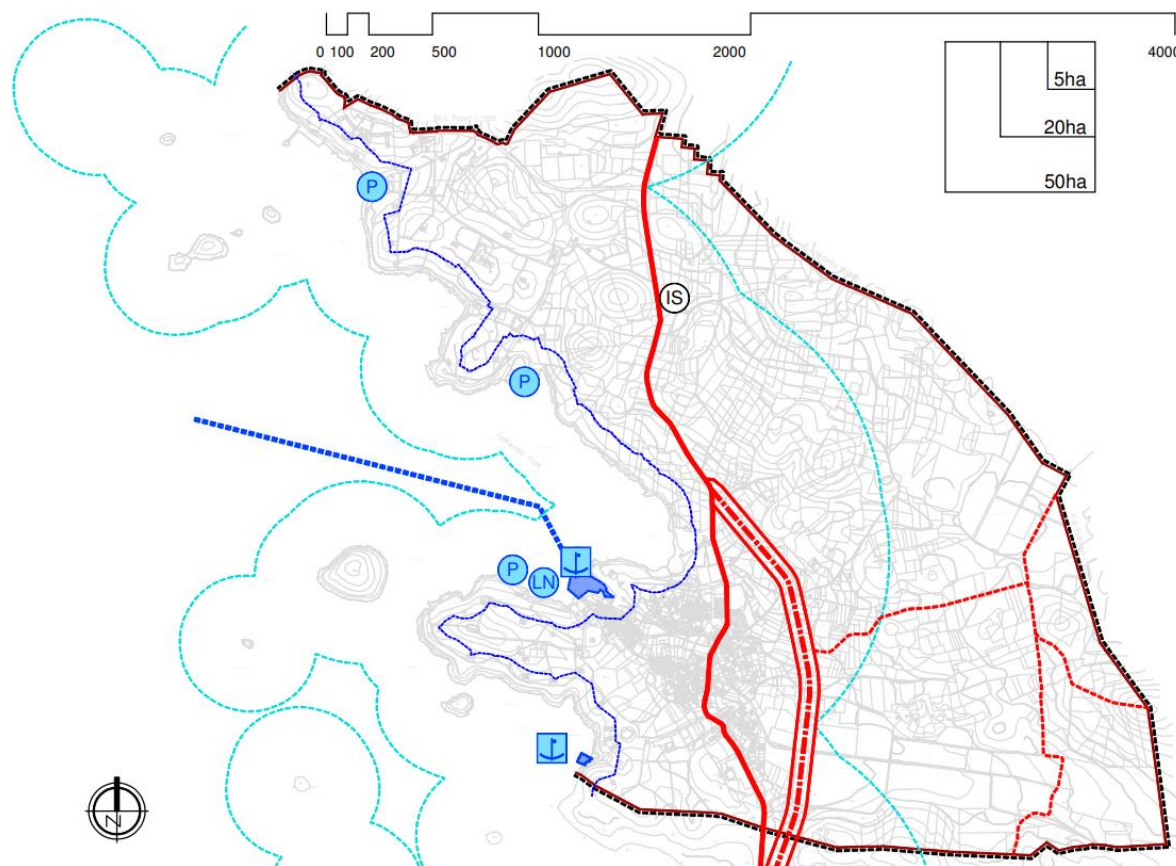
Funtana je cestovno izvrsno povezana s ostatkom Istre i Hrvatske zahvaljujući Istarskom ipsilonu, glavnoj prometnici koja regiju spaja s Rijekom i Zagrebom. Do Funtane se može doći sa sjeverne strane preko naplatnih kućica Baderna, dok je s južne strane najbliži izlaz naplatna postaja Medaki, što omogućuje jednostavan pristup iz oba smjera. Najbliži izlaz Baderna udaljen je oko 12 kilometara, odnosno desetak minuta vožnje automobilom do Funtane.

Kroz Funtanu prolazi državna cesta D75, koja povezuje naselje s drugim istarskim turističkim destinacijama poput Poreča, Vrsara i Rovinja. Zbog dobre cestovne povezanosti, većina posjetitelja u Funtanu dolazi automobilom, što mjesto čini tipičnom *drive-in* destinacijom. Funtana je povezana i autobusnim linijama s većim hrvatskim gradovima, osobito Zagrebom i Rijekom, a tijekom turističke sezone postoje dodatne linije prema Splitu i Zadru.



Rekonstrukcija glavnih cesta, proširenje nogostupa i novi prometni projekti omogućuju Funtani bolju protočnost i sigurnost u razdobljima najveće posjećenosti

Cestovna infrastruktura unutar destinacije



Cestovna infrastruktura Funtane temelji se na državnoj cesti D75, koja prolazi kroz središte naselja i povezuje ga s Porečom, Vrsarom i ostatkom zapadne Istre. Tijekom posljednjih godina provedena je značajna rekonstrukcija ove prometnice, uključujući obnovu kolnika, sustava oborinske odvodnje i pješačkih staza, čime je povećana sigurnost i protočnost prometa. Županijska cesta Ž5080 i niz lokalnih ulica povezuju različite dijelove naselja, no pojedine dionice, poput dijela Istarske ulice i ulice Coki, zahtijevaju dodatnu modernizaciju zbog uskih nogostupa i tehničkih ograničenja.

Unutar naselja ističu se prometno opterećene ulice poput Ribarske, kao i pristupne ceste prema kampovima i turističkim zonama. U posljednje vrijeme intenzivno se ulaže u proširenje i obnovu lokalne mreže - među najvećim projektima su izgradnja prometnice Zad Kaštela, rekonstrukcija Dalmatinske ulice te planirani nastavak obnove D75 na ulazu u Funtanu. Posebna pažnja posvećuje se rješavanju problema oborinskih voda, proširenju parkirališnih kapaciteta i izgradnji novih nogostupa i biciklističkih staza, što je važno za sigurnost pješaka i biciklista, osobito u turističkoj sezoni.

Svi veći infrastrukturni radovi planiraju se izvan vrhunca turističke sezone, a koordinacija s ostalim komunalnim sustavima i ulaganja u javnu rasvjetu dodatno doprinose kvaliteti prometnog sustava. Budući razvoj uključuje nastavak asfaltiranja perifernih prometnica, izgradnju interpretacijskih staza i modernizaciju ključnih križanja, čime se Funtana prilagođava rastućim potrebama lokalnog stanovništva i turizma.

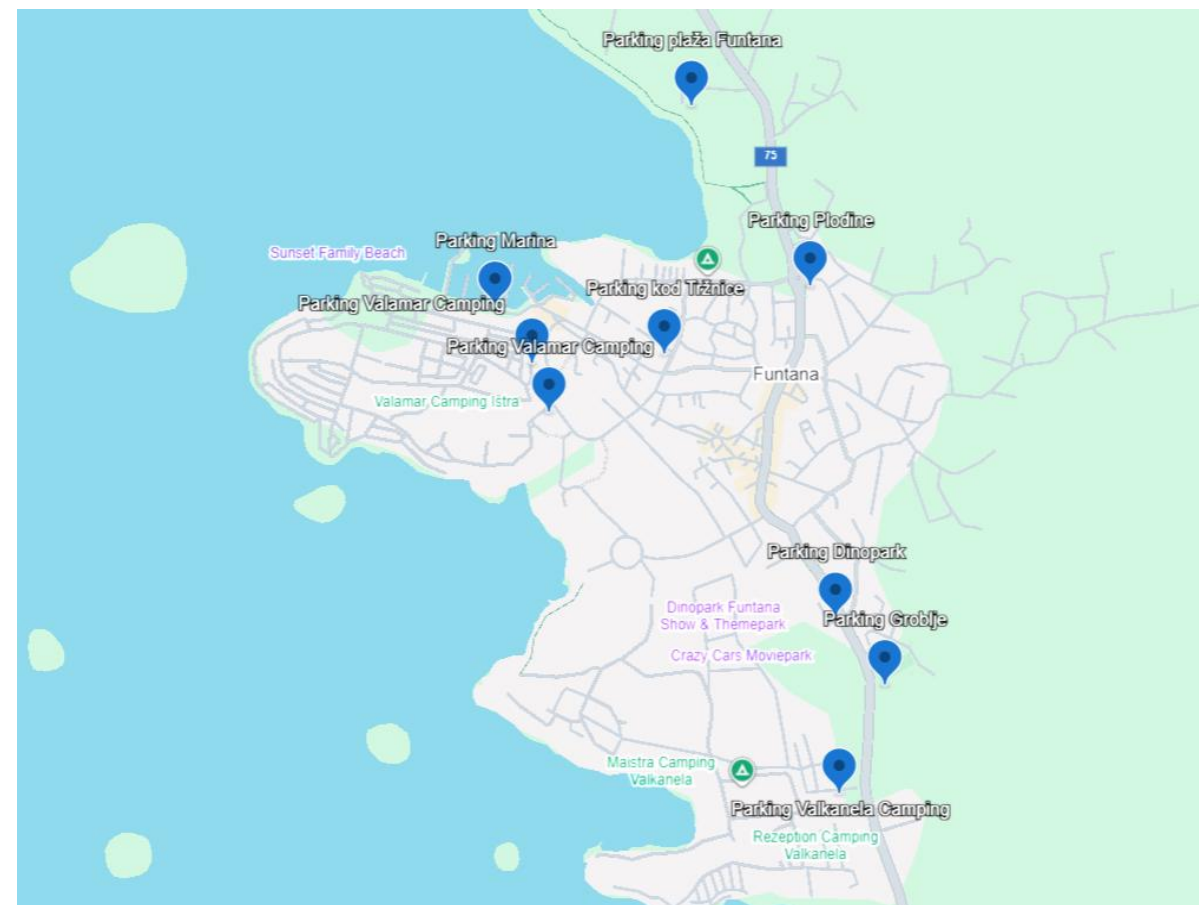
Parkirališna infrastruktura Funtane primarno se razvijala uz turističke objekte te u razdobljima visoke potražnje dolazi do neravnomjerne dostupnosti kapaciteta

Infrastruktura parkinga unutar destinacije

Infrastruktura parkinga u Funtani razvijala se prvenstveno kao prateći sadržaj privatnih i turističkih objekata, a ne kao rezultat strateškog planiranja na razini naselja. Analiza lokacija, potvrđuje da su gotovo sva veća parkirališta smještena neposredno uz kampove (Valamar Camping Istra, Valkanela), Dinopark, marinu, plažu Funtana, supermarket, tržnicu i groblje, te služe prvenstveno korisnicima tih sadržaja. Javna parkirališta u užem smislu nisu dominantna ni prostorno raspoređena prema prometnim potrebama šire zajednice, već su uvjetovana razvojem privatnog smještaja i turističkih kapaciteta.

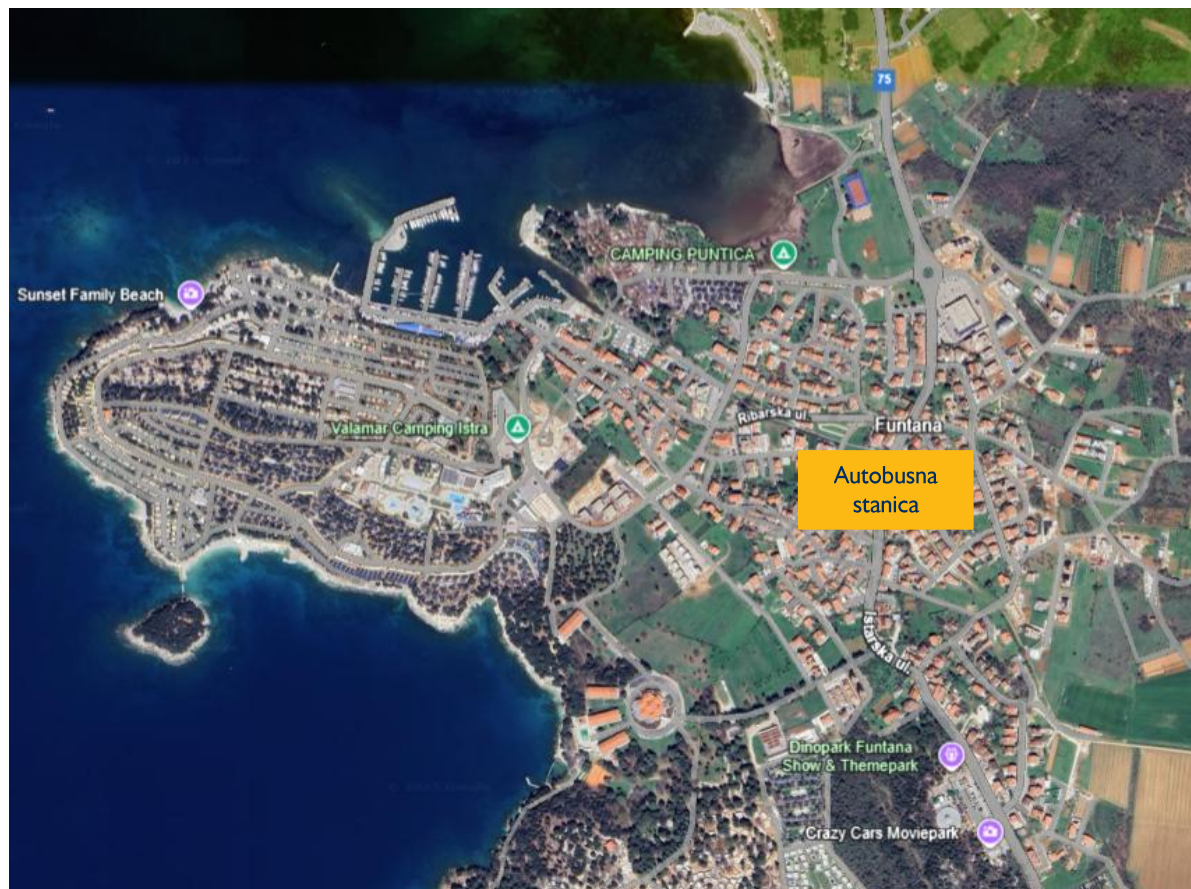
Većina parkirališta u Funtani dostupna je bez naplate. Jedini izuzetak je parkiralište kod marine, gdje se primjenjuje sustav naplate (1,60 EUR/sat, 14 EUR/dan, 49 EUR/tjedan), prilagođen korisnicima nautičkog turizma. Parkirališta su lako dostupna iz svih dijelova naselja, ali tijekom vrhunca turističke sezone može doći do neravnomjerne popunjenosti i poteškoća s pronalaskom slobodnog mjesta, osobito uz plaže i glavne atrakcije.

Raspored i dostupnost parkirališta u Funtani u određeni su potrebama privatnih i turističkih objekata, a u manjoj mjeri planskim pristupom na razini cijelog naselja. To zadovoljava osnovne potrebe većinu godine, ali ostavlja izazove u razdobljima najveće opterećenosti.



Autobusna povezanost Funtane s regijom ovisi o regionalnim i međugradskim prijevoznicima, dok se budući razvoj oslanja na povezanost gradova porečke rivijere

Infrastruktura autobusnog i javnog prijevoza unutar destinacije



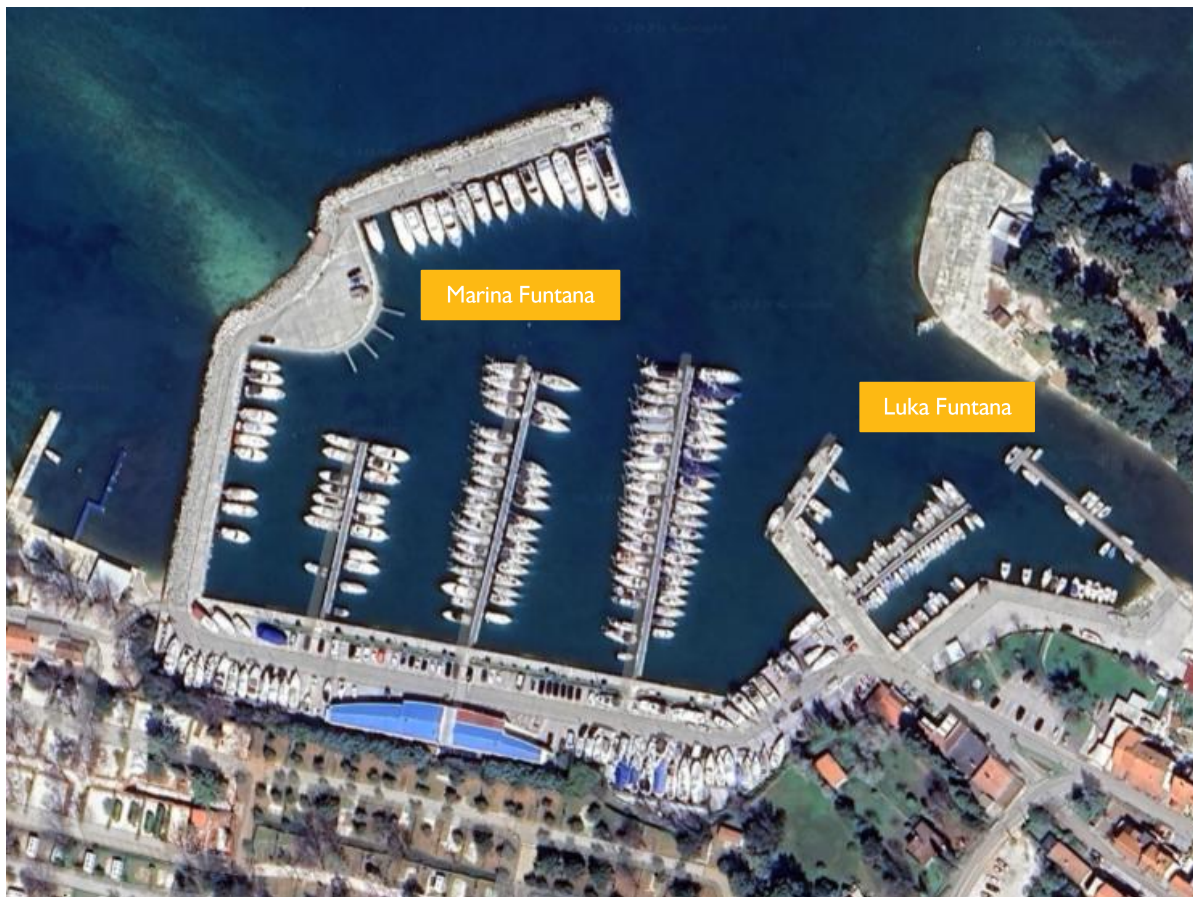
Infrastruktura javnog prijevoza u Funtani oslanja se na mrežu međugradskih autobusnih linija koje povezuju naselje s Porečom, Pulom, Rijekom, Zagrebom i drugim destinacijama u Istri. Glavna autobusna stanica smještena je na Istarskoj ulici 5, uz državnu cestu D75, i funkcionira kao stajalište za sve regionalne linije. Prijevoz obavljaju Arriva (Autotrans), Brioni Pula i Fils, a karte se kupuju kod vozača ili putem digitalnih aplikacija. Najčešće relacije su prema Poreču (5 minuta vožnje, 1,60-2,40 EUR), Puli i Zagrebu, pri čemu je za brojne destinacije potrebno presjedanje u Poreču.

Funtana nema vlastiti lokalni javni prijevoz, već koristi regionalne linije i blizinu Poreča, koji je od 2021. uveo električne mini autobuse na gradskim linijama, no te linije zasad ne pokrivaju Funtanu. Uz regionalne linije u ljetnim mjesecima dio potražnje pokrivaju taksi i privatne shuttle usluge koje povezuju kampove i turističke objekte u Funtani s Porečom, no riječ je o uslugama ograničenog kapaciteta koje ne mogu zamijeniti organizirani lokalni javni prijevoz. Istarska županija provodi projekt modernizacije i integracije javnog prijevoza, s ciljem povezivanja autobusnih i željezničkih linija, uvođenja jedinstvenog tarifnog sustava i povećanja učestalosti polazaka, što bi u budućnosti moglo poboljšati dostupnost i fleksibilnost prijevoza za stanovnike i turiste Funtane.

Glavni izazovi ostaju ograničena učestalost vožnji, ovisnost o automobilima kao dominantnom obliku prijevoza i sezonske oscilacije u potražnji zbog turizma. Planirana poboljšanja uključuju digitalizaciju usluga, razvoj aplikacija za planiranje putovanja i kupnju karata, te potencijalnu integraciju s održivim oblicima prijevoza i mikromobilnosti, čime bi se unaprijedila povezanost Funtane s regijom i smanjio pritisak na cestovnu infrastrukturu.

Višenamjenska lučka infrastruktura i ulaganja u rekonstrukciju osiguravaju Funtani konkurentnost u nautičkom turizmu, ribarstvu i javnom prometu

Lučka infrastruktura unutar destinacije



Lučka infrastruktura Funtane obuhvaća luku otvorenu za javni promet lokalnog značaja, modernu marinu nautičkog turizma i ribarsku infrastrukturu. Luka Funtana, pod upravom Županijske lučke uprave Poreč, smještena je na zapadnoj obali Istre i služi kao važna točka za lokalno stanovništvo, ribare i gospodarske korisnike. U tijeku je opsežan projekt rekonstrukcije luke, koji uključuje obnovu komunalne infrastrukture, uvođenje samonaplate potrošnje vode i struje te izgradnju sustava za prihvrat otpadnih voda s plovila, čime se podiže razina sigurnosti, zaštite okoliša i kvalitete usluge.

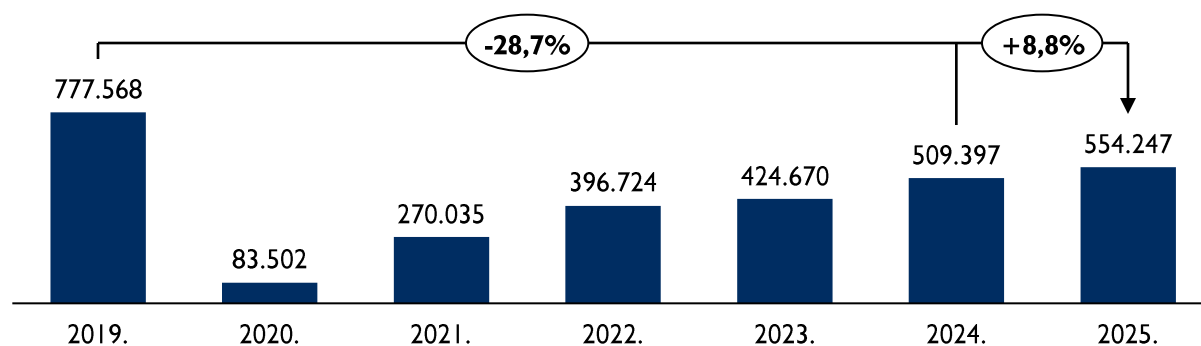
Marina Funtana, izgrađena 2003. godine i u vlasništvu tvrtke Montraker, raspolaže sa 161 stalnim vezom u moru i 40 suhih vezova za plovila duljine 5 do 30 metara, uz mogućnost povećanja na ukupno 200 vezova, te ima kompletnu infrastrukturu za nautičare: priključke za vodu i struju, tehnički servis, sanitarne čvorove, parkiralište i dodatne sadržaje. Pristup luci i marini omogućen je sigurnim plovnim putem, uz jasno označene navigacijske opasnosti i svjetlosnu signalizaciju.

Ribarska infrastruktura oslonjena je na centralni gat i prateće objekte, a luka je tradicionalno središte lokalnog ribarstva i manifestacija poput ribarskih fešti. Planovi Istarske županije i Lučke uprave predviđaju daljnju modernizaciju, sanaciju pontona i obnovu sidrenih sustava, čime se osigurava višestruka funkcija luke - za javni promet, nautički turizam i ribarstvo - te doprinosi održivom razvoju i konkurentnosti Funtane kao obalne destinacije.

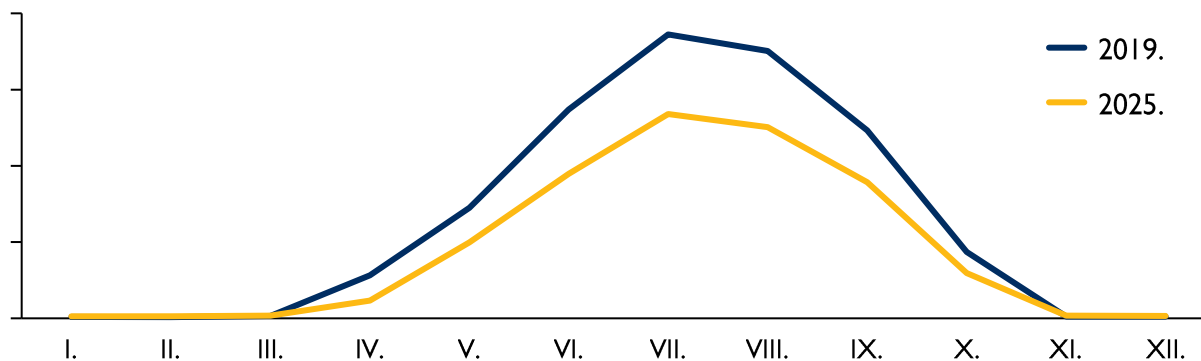
S obzirom na to da je Funtana pretežito kamping destinacija, značaj zračne luke za samu destinaciju nije presudan

Zračna povezanost

Ukupni broj putnika



Sezonalnost zračne luke



Zračna luka Pula je najznačajnija za Funtanu kao turističku destinaciju. Jedina istarska zračna luka je peta najprometnija u Hrvatskoj i tijekom 2025. godine zabilježila je 554 tisuće putnika, što je porast od 9% u odnosu na prethodnu godinu, ali još uvijek 29% manje nego rekordne 2019. godine.

Promet u zračnoj luci izrazito je sezonski, s najvećim brojem letova i putnika tijekom ljetnih mjeseci, posebno u srpnju i kolovozu kada kroz luku prođe više od 120.000 putnika mjesečno, a subota je najfrekventniji dan za dolaske i odlaske.

Najveći broj putnika dolazi iz Njemačke, Velike Britanije, Poljske, Nizozemske i Švicarske, a najzastupljenije aviokompanije su Ryanair, EasyJet, Eurowings i Croatia Airlines, s 35 destinacija u 14 zemalja tijekom ljetne sezone, uključujući i nove linije prema Skandinaviji.

Između Zračne luke Pula i Funtane ne postoji izravna autobusna linija. Putnici koriste transfer u dva koraka: *shuttle* bus iz Zračne luke Pula vozi samo do Autobusnog kolodvora Pula te potom redovnom međugradskom autobusnom linijom do Funtane. Prosječno trajanje putovanja je oko sat vremena i 30 minuta. Osim autobusa, dostupni su i taxi te privatni transferi, s cijenom od oko 110 do 130 eura za automobil, kao i opcija najma automobila kod više rent-a-car agencija u zračnoj luci.

Pula ostvaruje zadovoljavajuću, ali snažno ljetno koncentriranu međunarodnu povezanost u kojoj niskotarifni prijevoznici nose većinu prometa

Od ožujka 2025. Zračna luka Pula (PUY) nudi direktne letove prema 35 destinacija u 14 zemalja, a opslužuje je 16 aviokompanija: Ryanair, EasyJet, Eurowings, SAS, Croatia Airlines, Jet2.com, Trade Air, Norwegian, Air Dolomiti, Air Serbia, British Airways, Edelweiss Air, Transavia, TUI Airways, TUI fly i PLAY Airlines.

Posljednjih godina u Zračnoj luci Pula provedena su značajna ulaganja, uključujući obnovu uzletno-sletne staze 2017. (vrijednu 2,7 milijuna EUR) te tehnička ulaganja 2018. od oko 4 milijuna EUR. Današnji godišnji kapacitet iznosi približno milijun putnika, a zračna luka je u potpunosti prilagođena *schengenskim* standardima. Najavljene investicije usmjerene su na produženje piste za 250 metara, čime bi se omogućio prihvat dalekolinijskih letova, te prilagodbu terminala niskotarifnim prijevoznicima koji bi do 2026. trebali činiti oko 70% prometa.

Aviokompanije s najvećim brojem povezanih destinacija



8 destinacija: Francuska (Pariz), Švicarska (Basel), Nizozemska (Amsterdam), Njemačka (Berlin), Italija (Napulj), Ujedinjeno Kraljevstvo (London LTN/LGW, Bristol)



5 destinacija: Austrija (Beč), Njemačka (Weeze), Poljska (Poznan, Katowice), Ujedinjeno Kraljevstvo (London STN)



3 destinacije: Danska (Kopenhagen), Norveška (Oslo), Švedska (Stockholm)



3 destinacije u Ujedinjenom Kraljevstvu (Birmingham, Manchester, London LGW)



3 destinacije u Njemačkoj (Köln, Düsseldorf, Stuttgart)

3. Opća analiza stanja destinacije

3.1. Analiza općeg i gospodarskog stanja destinacije

3.2. Analiza prometne infrastrukture

3.3. Analiza komunalne infrastrukture



Metodologija analize komunalne infrastrukture

Cilj

Analiza komunalne infrastrukture prati kako postojeći sustavi utječu na gospodarski i turistički razvoj Funtane te na kvalitetu života stanovnika i iskustvo posjetitelja. Cilj je identificirati ključne izazove i prilike, ponajprije iz perspektive turizma, ali uz uvažavanje potreba lokalnog stanovništva i specifičnosti općine.

Fokus je na trenutačnom stanju infrastrukture, njezinoj usklađenosti sa zahtjevima svakodnevnog funkcioniranja i mogućnostima unapređenja kroz projekte i inicijative.

Metodološki pristup

Analiza se temelji na službenim podacima Općine Funtana i komunalnih poduzeća, dostupnim bazama podataka te rezultatima intervjua s relevantnim dionicima u destinaciji.

Podaci se sažimaju u kvalitativan prikaz stanja bez ulaska u tehničke detalje pojedinih sustava, s naglaskom na aspekte koji su najvažniji za razvoj turizma i funkcioniranje općine.

Područja obuhvata analize



GOSPODARENJE OTPADOM



VODOOPSKRBA I ODVODNJA



ENERGETSKA INFRASTRUKTURA



**TELEKOMUNIKACIJSKA
INFRASTRUKTURA**

Pametno gospodarenje otpadom i proširenje reciklažne infrastrukture omogućuju Funtani učinkovitu kontrolu otpada i zaštitu okoliša

Gospodarenje otpadom unutar destinacije

Gospodarenje otpadom u Funtani temelji se na suvremenom, integriranom sustavu koji provodi komunalno poduzeće Usluga Poreč, u suradnji s više općina zapadne Istre. Zbog izrazito razvijenog turizma, Funtana bilježi jednu od najvećih količina komunalnog otpada po stanovniku u Hrvatskoj, što zahtijeva fleksibilan i učinkovit model prikupljanja i obrade. Novi sustav odvoza koristi čipirane spremnike i omogućuje individualizirani obračun prema stvarnoj količini otpada, dok se miješani komunalni otpad odvozi jednom tjedno, uz paralelno prikupljanje papira, plastike i stakla putem individualnih spremnika i zelenih otoka.

Reciklažno dvorište u Funtani omogućuje građanima odvojeno zbrinjavanje raznih vrsta otpada, a radno vrijeme je prilagođeno potrebama tijekom turističke sezone. Otpad se transportira u regionalni centar Kaštijun, koji se suočava s izazovima zbog nedovoljnog odvajanja biootpada, što utječe na kvalitetu obrade i povećava troškove. Cjenik usluga temelji se na volumenu i broju pražnjenja spremnika, uz dodatne naknade za nepravilno odlaganje otpada.

Posebna pažnja posvećuje se edukaciji stanovništva i informiranju o važnosti selektivnog prikupljanja i kompostiranja. U planu su daljnja digitalizacija sustava, proširenje selektivnog sakupljanja te razvoj sortirnica i lokalnih kapaciteta za obradu otpada, s ciljem povećanja stope recikliranja i smanjenja opterećenja na odlagališta, što je ključno za održivi razvoj u turistički intenzivnoj Funtani.



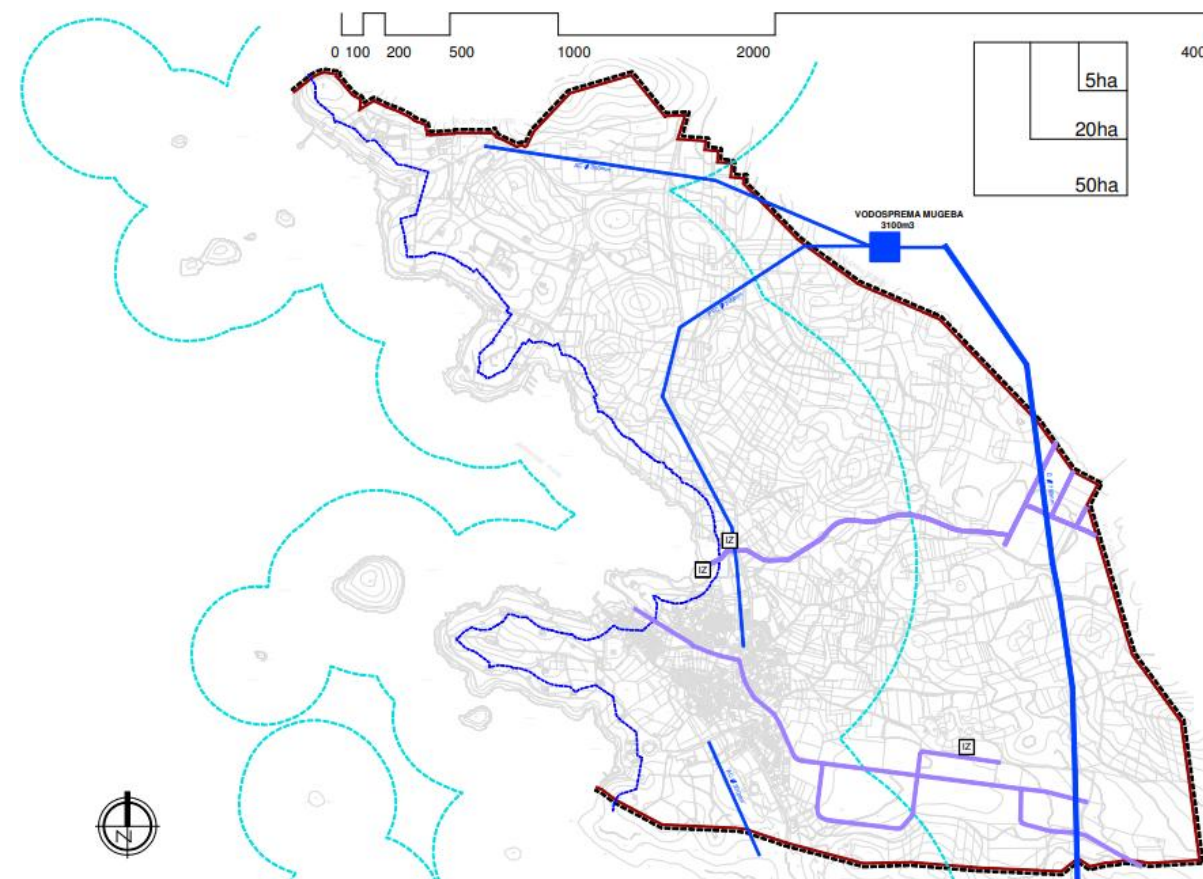
Stabilna vodoopskrba i proširenje vodovodne infrastrukture podržavaju rastuće potrebe stanovništva i turizma u Funtani

Prostorni plan uređenja Funtane u području vodoopskrbe

Vodoopskrba Funtane oslanja se na regionalni sustav Istarskog vodovoda, s ključnim izvorima vode Gradole, Bulaž, Sv. Ivan i akumulacijom Butoniga. Opskrba naselja organizirana je preko vodosprema Mugeba (kapaciteta 3.100 m³) i Sv. Martin, koje osiguravaju stabilnost i sigurnost distribucije, osobito tijekom ljetnih mjeseci kada potrošnja naglo raste zbog turizma. Glavni magistralni cjevovod izrađen je od PVC-a promjera 200 mm, dok se sekundarna mreža i kućni priključci izvode u polietilenu i nodularnom lijevu, uz propisane zaštitne zone radi očuvanja infrastrukture.

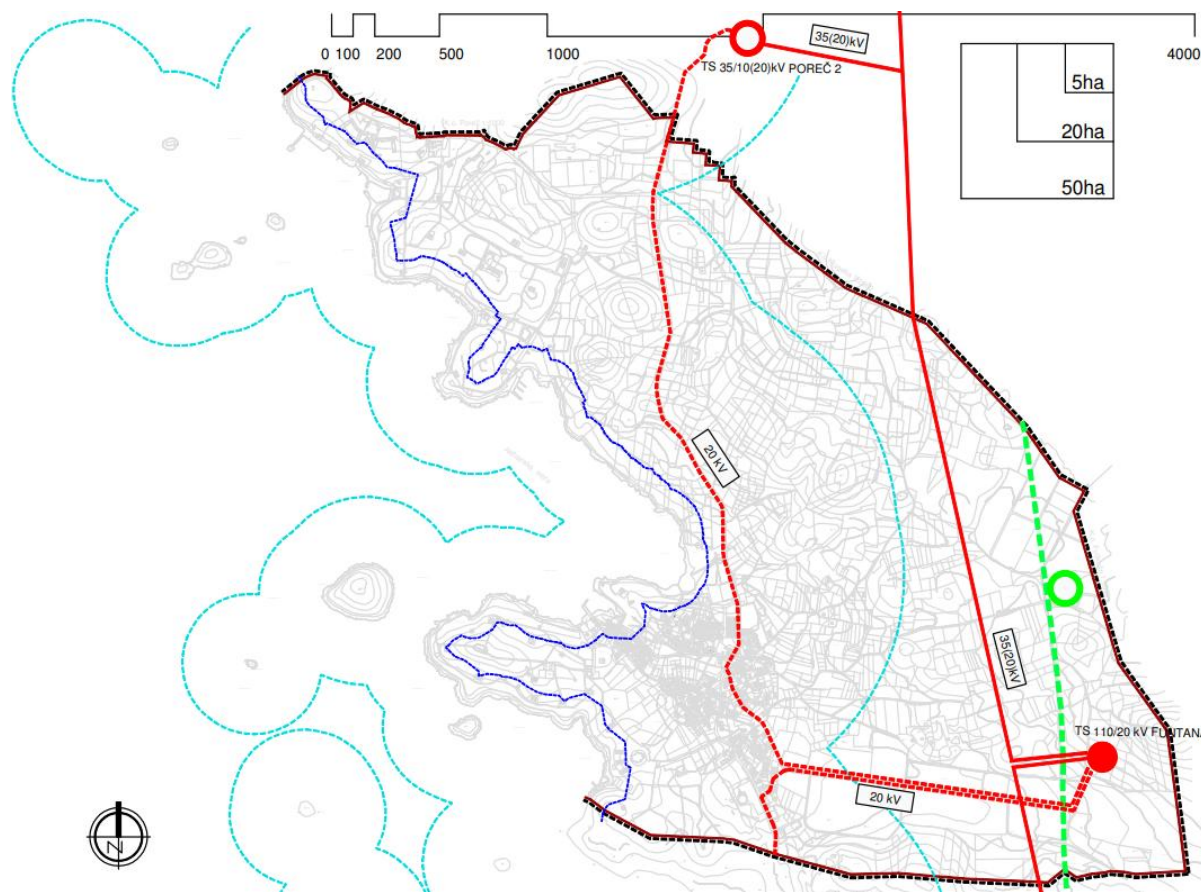
Sustav je opremljen nadzemnim hidrantima za protupožarnu zaštitu i redovito održavanje, a kvaliteta vode kontinuirano se prati u suradnji sa Zavodom za javno zdravstvo Istarske županije. Voda je srednje tvrdoće, a gubici u mreži održavaju se ispod 16% zahvaljujući modernim sustavima monitoringa i redovitom održavanju. Cijena vodnih usluga za domaćinstva uključuje fiksni i varijabilni dio te naknadu za razvoj, koja se koristi za daljnje investicije u sustav.

Među aktualnim i budućim projektima ističe se planirana šesta dionica vodoopskrbe na istočnom dijelu Funtane, vrijedna 167.000 eura i obuhvaća 560 metara nove mreže. Dodatno, predviđena je digitalizacija upravljanja i daljnje širenje mreže kako bi se odgovorilo na rastuće potrebe stanovništva i turizma.



Modernizirana elektroenergetska i plinska mreža te rast solarnih kapaciteta osiguravaju Funtani stabilnu opskrbu i podržavaju održivi razvoj turističke infrastrukture

Prostorni plan uređenja Funtane u području elektroenergetike i plinoopskrbe



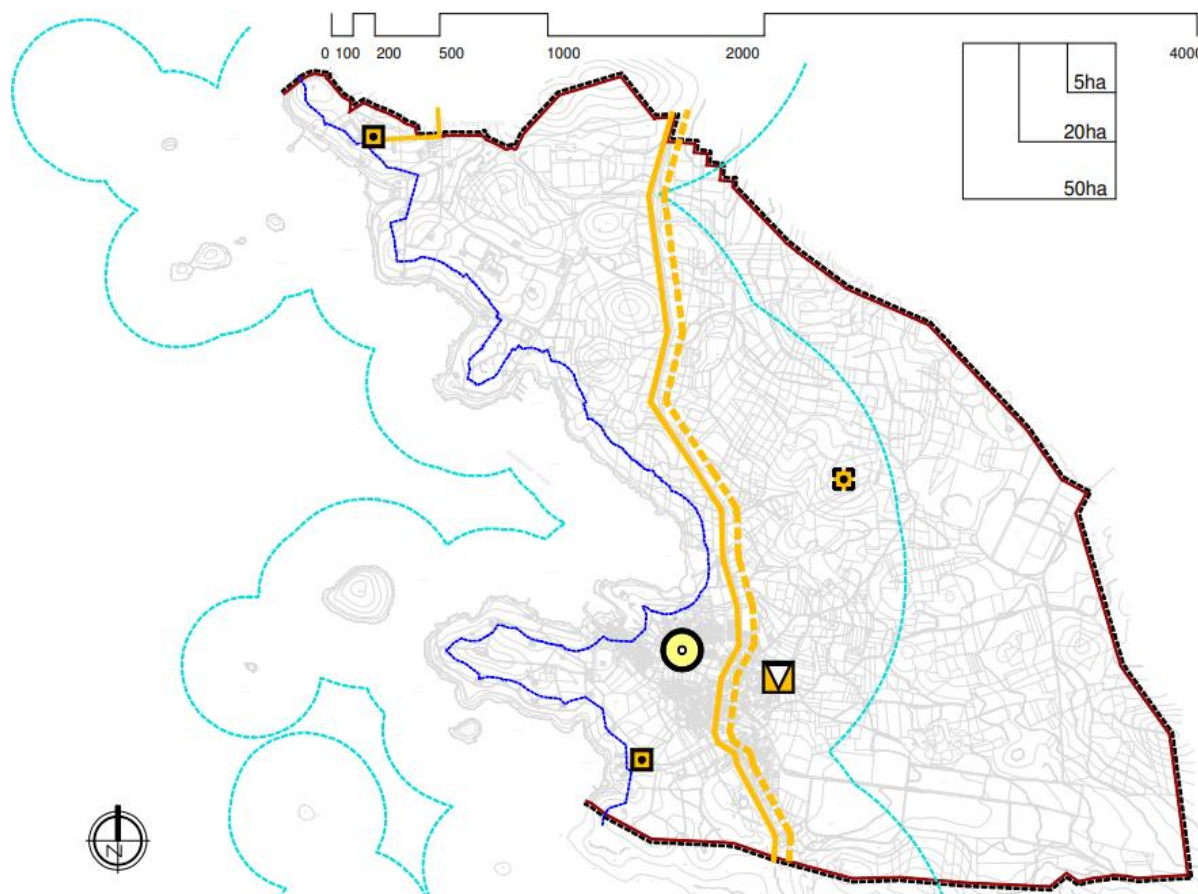
Funtana se električnom energijom opskrbljuje putem transformatorske stanice TS 110/20 kV Funtana, ključnog objekta puštenog u rad 2015. godine koji osigurava stabilnu distribuciju za šire područje zapadne Istre, uključujući turističke zone s velikom sezonskom potrošnjom. Distribucijska mreža u cijelosti je prebačena na napon 20 kV, čime su značajno povećani kapacitet i sigurnost opskrbe, a gubici smanjeni za 75%. Na području općine nalazi se više trafostanica 20/0,4 kV, a planira se i daljnje širenje mreže sukladno razvoju naselja i turističke infrastrukture.

Plinska infrastruktura Funtane integrirana je u regionalni sustav kroz magistralni plinovod Vodnjan–Umag (DN 300/50 bar), s mjerno-redukcijskom stanicom koja regulira tlak i protok za distribuciju prirodnog plina. Ova stanica omogućuje sigurno napajanje kućanstava, turističkih objekata i gospodarstva, a plinifikacija regije omogućila je priključak za više od 26.000 potrošača.

Općina Funtana sustavno ulaže u obnovljive izvore energije - trenutačno je instalirano oko 9 MW solarnih kapaciteta, a kroz poticaje predviđeno je daljnje širenje fotonaponskih sustava u 2025. godini. U planu je i izgradnja međunarodnog plinovoda Kovri–Koper radi jačanja sigurnosti opskrbe, kao i digitalizacija elektroenergetske mreže uvođenjem pametnih tehnologija. Glavni izazovi ostaju sezonski skokovi potrošnje, potreba za modernizacijom i povećanjem kapaciteta mreže, te daljnja integracija obnovljivih izvora i novih tehnologija u komunalnu infrastrukturu.

Napredna telekomunikacijska infrastruktura i širenje širokopojasnog interneta jačaju umreženost Funtane i potiču digitalnu transformaciju

Prostorni plan uređenja Funtane u području telekomunikacije i internetske povezanosti



Telekomunikacijska i internetska infrastruktura Funtane temelji se na kombinaciji suvremenih optičkih i mobilnih tehnologija. Funtana je obuhvaćena projektom širokopojasnog pristupa financiranim iz EU fondova, kojim je izgrađena FTTH (Fiber to the Home) mreža s brzinama do 1 Gbit/s, dostupna za više od 90% kućanstava i poslovnih korisnika. Optička mreža koristi GPON arhitekturu, omogućujući stabilan i brz internet, IPTV i napredne poslovne usluge.

Pokrivenost 5G mobilnom mrežom u Funtani je potpuna, zahvaljujući ranoj implementaciji Hrvatskog Telekoma i drugih operatora, što omogućuje iznimno brze bežične usluge, minimalnu latenciju i masovno povezivanje uređaja, osobito tijekom turističke sezone. Mreža koristi dinamičko dijeljenje spektra i više frekvencijskih pojasa, čime se osigurava pouzdanost i kapacitet čak i u vršnim periodima.

Telekomunikacijska infrastruktura uključuje strateški raspoređene bazne stanice i podzemne kanale, a prostorni plan predviđa daljnje širenje optike, razvoj pametnih rješenja i digitalizaciju javnih usluga. Budući projekti uključuju proširenje optičke mreže, uvođenje napredne 5G tehnologije i integraciju digitalnih sustava za pametno upravljanje prometom, turizmom i komunalnim uslugama. Ovakva infrastruktura omogućuje Funtani konkurentnost i otpornost na izazove sezone, uz podršku održivom razvoju i digitalnoj transformaciji lokalne zajednice.

3. Opća analiza stanja destinacije

3.1. *Analiza općeg i gospodarskog stanja destinacije*

3.2. *Analiza prometne infrastrukture*

3.3. *Analiza komunalne infrastrukture*

3.4. Analiza stanja digitalizacije



Metodologija analize stanja digitalizacije

Cilj

Cilj analize stanja digitalizacije je procijeniti u kojoj mjeri postojeća digitalna rješenja i infrastruktura u Funtani podržavaju razvoj turizma, upravljanje gradom i komunikaciju s posjetiteljima.

Poseban naglasak je na funkcionalnosti postojećih sustava, njihovoj dostupnosti korisnicima te usklađenosti s potrebama lokalne zajednice i turista. Dobiveni uvid koristi se za procjenu trenutačne razine digitalne zrelosti destinacije i definiranje mogućih smjerova daljnjeg razvoja.

Metodološki pristup

Analiza se provodi kroz nekoliko tematskih područja digitalne transformacije destinacije, uz korištenje dostupnih podataka o postojećim sustavima i projektima te uvida prikupljenih kroz razgovore s relevantnim dionicima.

U obzir se uzimaju službeni dokumenti, javno dostupne informacije o digitalnim uslugama i rješenjima te primjeri njihove primjene u praksi. Nalazi se sintetiziraju u kvalitativnu procjenu stanja bez ulaska u tehničke detalje.

Područja obuhvata analize



DIGITALNA TRANSFORMACIJA



PRIMJENA APLIKACIJA



**DIGITALNA RJEŠENJA U
SLUŽBI ODRŽIVOSTI**



**MOBILNE MREŽE I
DOSTUPNOST INFORMACIJA**

Digitalna transformacija Funtane oslanja se na optičku mrežu, besplatne javne Wi-Fi hotspotove i interaktivni Web-GIS portal



Hrvatski Telekom je, uz sufinanciranje Europskog fonda za regionalni razvoj, izgradio pasivni FTTH (Fiber-to-the-Home) pristup na 7.979 „bijelih“ adresa u gradu Poreču i okolnim općinama, uključujući Funtanu. Projekt je omogućio simetrične brzine od najmanje 100 Mbit/s krajnjim korisnicima, radovi su trajali od kraja 2021. do travnja 2023. i vrijedni su preko 9 milijuna eura. Time je osiguran pouzdan tehnološki temelj za razvoj naprednih digitalnih usluga, e-upravu i budućih pametnih rješenja u destinacijskom menadžmentu.



U okviru nacionalne mreže elen, Općina Funtana je 2023. godine dobila prve javne punionice za električna vozila na lokacijama Ribarska ulica i Istra Premium Camping Resort. Postavljene su šest punionica s Type 2 priključcima, čime je destinaciji osigurana modernizacija prometne infrastrukture i potpora održivoj mobilnosti turistima i građanima.



Sukladno digitalnoj strategiji transparentnosti i učinkovitosti, općina je lansirala vlastiti Web-GIS portal kojim građani, poduzetnici i planeri mogu pristupiti ažuriranim kartama, prostornim podacima, katastarskim granicama i informacijama o infrastrukturnim elementima putem interaktivnog sučelja. Portal podržava GDPR-usklađeno upravljanje podacima te značajno ubrzava i pojednostavljuje administrativne i urbanističke postupke.



Općina Funtana je osvojila vaučer od 15.000 eura u trećem krugu WiFi4EU natječaja Europske komisije i instalirala deset besplatnih Wi-Fi pristupnih točaka na ključnim lokacijama (sjedište općine, turistička zajednica, pošta, boćarsko igralište, šetnica, gradska plaža, tržnica, crkva, marina, nogometno igralište). Sustav je operativan od polovice 2022., omogućujući građanima i posjetiteljima jednostavan „jednim klikom“ besplatan pristup internetu.

4. Analiza turističkog tržišta destinacije

4.1. Analiza turističke ponude



Metodologija analize turističkog tržišta destinacije

Cilj

Analiza turističke ponude daje pregled ključnih proizvoda i usluga koji oblikuju doživljaj Funtane kao destinacije. Cilj je razumjeti strukturu i razvoj smještaja, ugostiteljske ponude, atrakcija, događanja i turističkih tura te procijeniti u kojoj mjeri podupiru pozicioniranje Funtane i razvoj turizma tijekom cijele godine.

Rezultati analize služe kao podloga za definiranje prioriteta daljnjeg razvoja ponude u Planu upravljanja destinacijom.

Metodološki pristup

Analiza obuhvaća pet segmenata turističke ponude u skladu sa Smjernicama i uputama za izradu Plana upravljanja destinacijom. Za smještaj se koriste kvantitativni podaci sustava eVisitor i Turističke zajednice općine Funtana za razdoblje od 2019. do 2025. godine.

Ugostiteljska ponuda, atrakcije, događanja i turističke ture analiziraju se na temelju kombinacije službenih izvora, specijaliziranih platformi i vodiča te stručne procjene, pri čemu se vrednuju zastupljenost, kvaliteta i uloga pojedinih sadržaja u ukupnom doživljaju destinacije.

Područja obuhvata analize



SMJEŠTAJ



**OBJEKTI ZA POSLUŽIVANJE
HRANE I PIĆA**



ATRAKCIJE



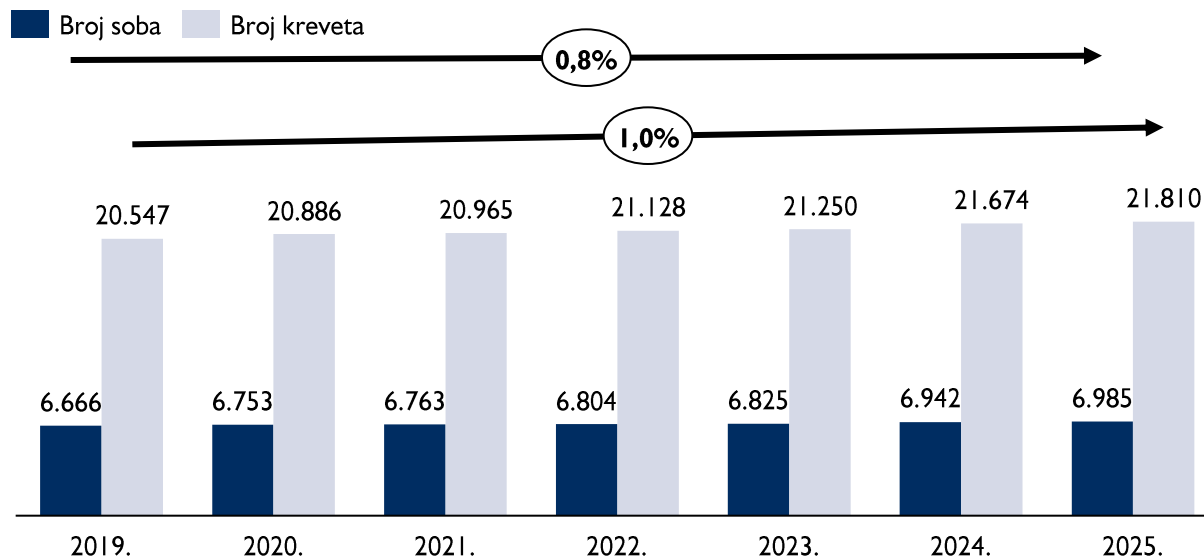
DOGAĐANJA



TURISTIČKE TURE

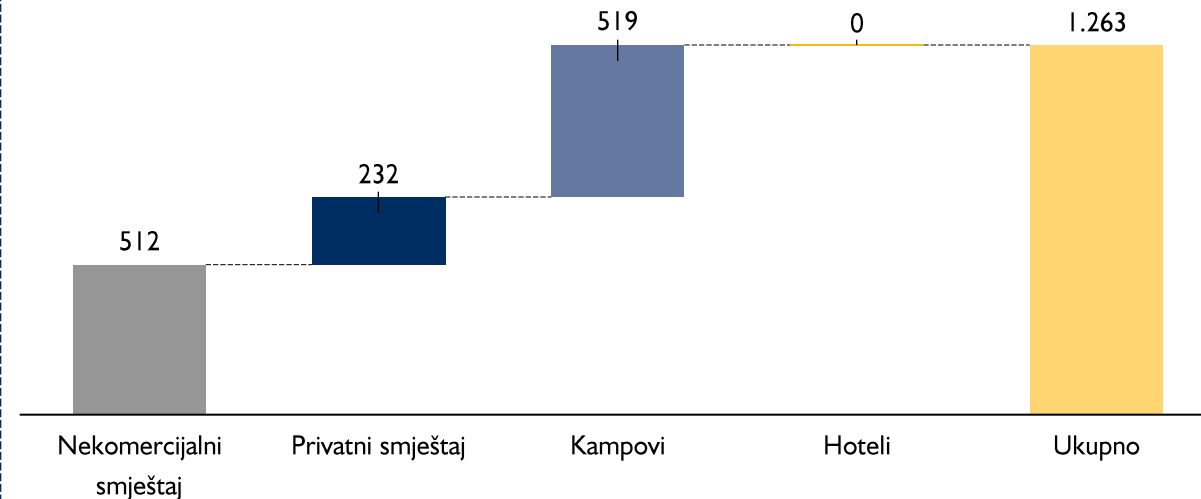
Smještajni kapaciteti Funtane gotovo stagniraju, a najveći rast bilježe nekomercijalni smještaj i kampovi

Broj soba i kreveta, 2019. – 2025.



U razdoblju od 2019. do 2025. godine broj soba i kreveta u Funtani bilježi tek vrlo blagi rast, s prosječnom godišnjom stopom rasta od 0,8% kod soba i 1,0% kod kreveta. Broj soba povećao se s 6.666 na 6.985, a broj kreveta s 20.547 na 21.810, što u cijelom razdoblju predstavlja povećanje od svega 5%, odnosno 6%. Ni u jednoj godini rast nije prelazio 2%: najveći pomak zabilježen je 2024. godine, kada je broj soba porastao za 1,7%, a kreveta za 2,0% u odnosu na godinu ranije, dok je u 2025. godini rast iznosio 0,6%.

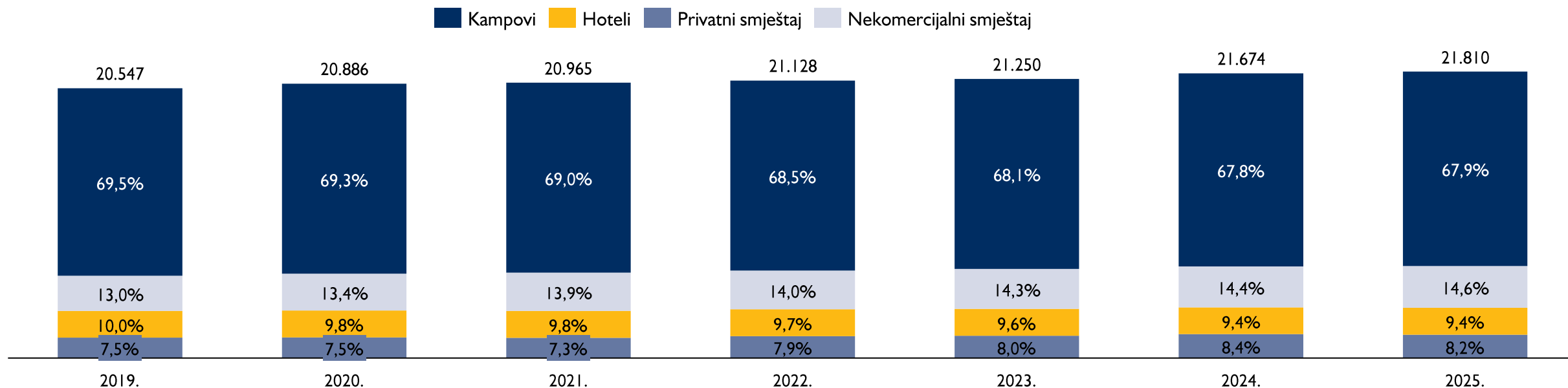
Doprinos pojedinih vrsta smještaja ukupnom rastu broja kreveta 2019. – 2025.



Rast smještajnih kapaciteta dolazi iz nekomercijalnog smještaja, kampova i privatnog smještaja, dok broj hotelskih kreveta stagnira u cijelom promatranom periodu. To jasno ukazuje da u promatranom razdoblju nije bilo ulaganja u hotele, iako upravo oni imaju najveći potencijal za podizanje kvalitete destinacije, produljenje boravka gosta u destinaciji i stvaranje većih prihoda po gostu. Ponuda se širi u kvantitativnom smislu, u izrazito sezonalnim vrstama smještaja te izostaje kvalitativni iskorak.

Struktura smještajnih kapaciteta u Funtani obilježena je dominacijom kampova i niskim udjelom hotela

Udio kreveta pojedine vrste smještaja u razdoblju od 2019. do 2025. godine

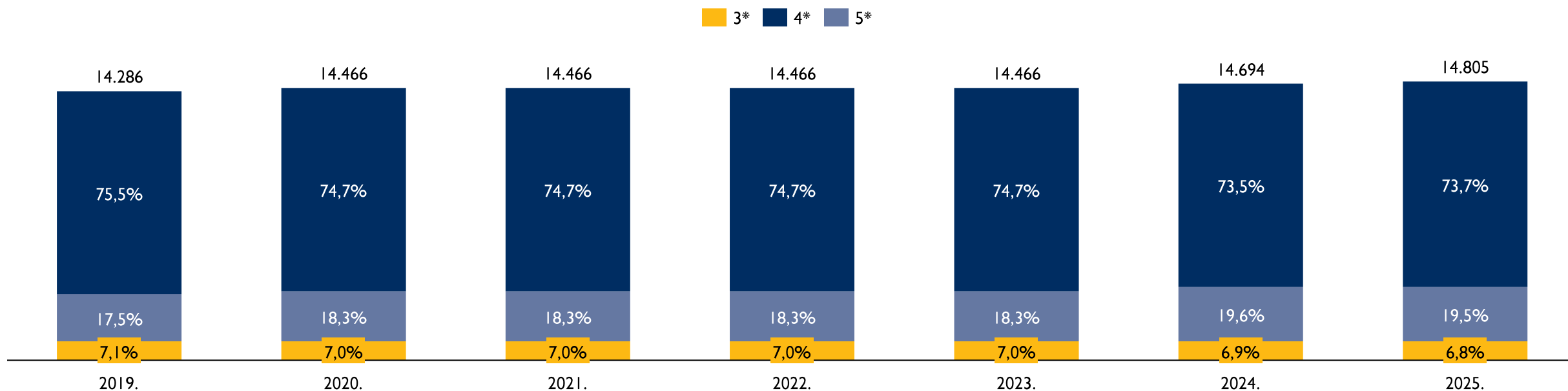


U razdoblju od 2019. do 2025. godine ukupni smještajni kapaciteti u Funtani porasli su s 20.547 na 21.810 kreveta, dok je struktura ponude ostala stabilna. Kampovi tijekom cijelog razdoblja čine oko dvije trećine ukupnih kapaciteta, uz blago smanjenje udjela s 69,5% na 67,9%. Najizraženiju promjenu bilježi nekomercijalni smještaj, čiji udio raste s približno 13% na 14,6%, dok udjeli hotela i privatnog smještaja ostaju gotovo nepromijenjeni i kreću se od 9,4% do 10,0%, odnosno od 7,3% do 8,4%.

Ovakav razvoj potvrđuje da je Funtana izrazito usmjerena na kamping kao osnovni oblik smještaja, uz postupno širenje nekomercijalnog smještaja. Usporedba s okolnim destinacijama pokazuje da hoteli i privatni smještaj i dalje zauzimaju manji udio u ukupnim kapacitetima, što zadržava jasnu specijalizaciju Funtane kao kamp destinacije s naglašenom sezonalnom komponentom.

Kapacitet kampova je stabilan u promatranom razdoblju, uz blagi rast u višim kategorijama

Pregled kategorizacije kampova od 2019. do 2025.

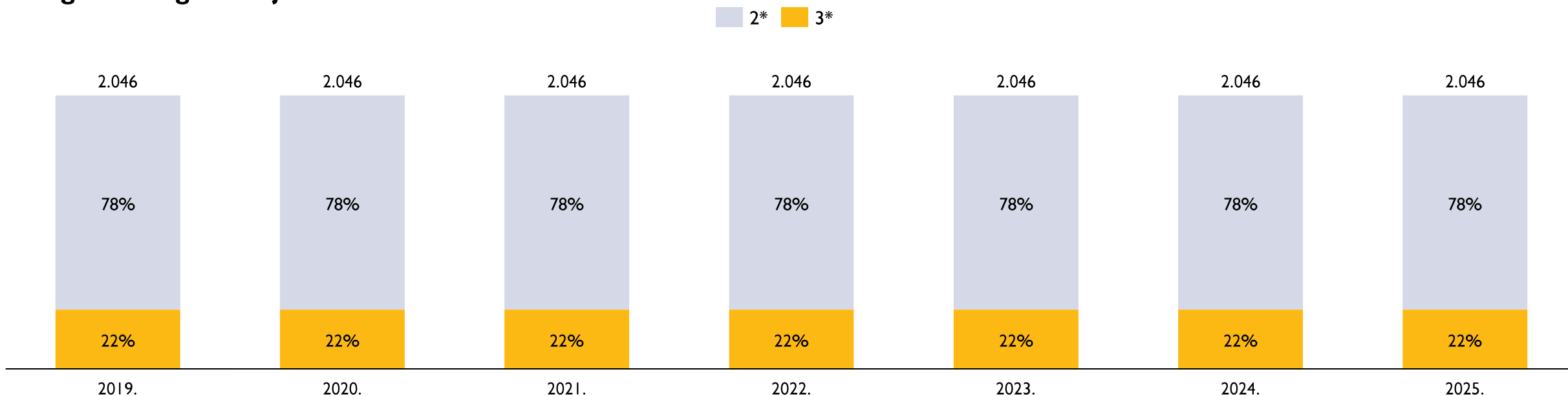


Ukupni kapacitet polagano raste s 14.286 kreveta u 2019. na 14.805 u 2025. godini, što je porast od 519 kreveta, odnosno 3,6%. Kategorija s četiri zvjezdice ostaje dominantna i gotovo nepromijenjena kroz razdoblje s oko 74% ukupnih kapaciteta, a u 2025. godini raste na 10.914 kreveta. Segment s pet zvjezdica bilježi rast s 2.493 na 2.880 kreveta pa udio raste sa 17,5% na 19,5%, što upućuje na postupno podizanje standarda. Kategorija s tri zvjezdice ostaje stabilna s 1.011 kreveta.

Ovakva struktura potvrđuje stabilnu bazu i umjereno jačanje višeg kvalitativnog segmenta, uz prostor za daljnje profiliranje *premium* kapaciteta bez gubitka pristupačnijih opcija.

Hotelska ponuda u Funtani u potpunosti je sačinjena od objekata niže kategorije, hotela s dvije zvjezdice i turističkog naselja s tri zvjezdice

Pregled kategorizacije hotelskih kreveta od 2019. do 2025.



Hotelska ponuda Funtane u potpunosti je nepromijenjena u razdoblju od 2019. do 2025. godine.

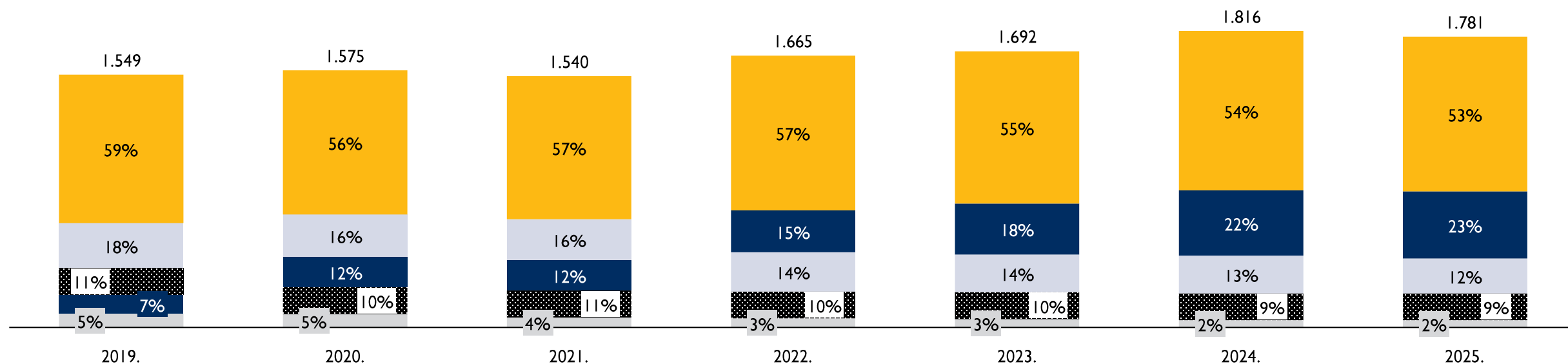
Ukupan broj kreveta iznosi 2.046 i tijekom cijelog razdoblja ostao je isti. Strukturu čine hotel s 2 zvjezdice i turističko naselje s 3 zvjezdice, koje sustav eVisitor vodi u skupini hotela, pri čemu se najveći udio odnosi na hotel s dvije zvjezdice, čak 78%, dok turističko naselje s tri zvjezdice zauzima preostalih 22%.

U destinaciji nema hotela s 4 i 5 zvjezdica, što jasno pokazuje da segment kvalitetnije ponude u potpunosti izostaje. Takva struktura ograničava raznolikost smještaja i naglašava potrebu za ulaganjima u podizanje kvalitete kako bi se povećala konkurentnost destinacije i omogućili preduvjeti za produljenje sezone.

Privatni smještaj u Funtani dominantno je kategoriziran s 3 zvjezdice, uz primjetan trend rasta udjela kapaciteta kategoriziranih s četiri zvjezdice

Pregled kategorizacije kreveta u privatnom smještaju od 2019. do 2025.

2* 3* 4* Nema kategorizacije Ostalo



U promatranom razdoblju kapacitet privatnog smještaja porastao je s 1.549 na 1.781 kreveta, što je rast od 15%, iako je u 2025. godini nešto manji nego godinu ranije (1.816 kreveta u 2024.). Strukturom kontinuirano dominira kategorija s 3 zvjezdice s udjelom od 53% do 59% te zadržava ulogu nositelja ponude. Najizraženiji je pomak rasta kod 4 zvjezdice sa 7% na 23% uz istodobno smanjenje 2 zvjezdice s 18% na 12%. Broj kreveta kategoriziranih s 4 zvjezdice povećao se sa 116 u 2019. godini na 412 u 2025., što označava rast od 255%. Smanjuju se i nekategorizirani te skupina ostalo, s 11% na 9% i s 5% na 2%, što upućuje na podizanje osnovne kvalitete i veću formalizaciju ponude.

Povećanje kapaciteta kategoriziranih s 4 zvjezdice signalizira postepeni rast kvalitetnijih smještajnih opcija u destinaciji, premda je kategorija 3 zvjezdice i dalje dominantna.

Restoranska ponuda Funtane oslanja se na istarsku i mediteransku kuhinju u srednjem cjenovnom rangu

Konoba Bare



Spoj tradicije i suvremenosti. Naglasak na svježim i sezonskim namirnicama uz promišljene kombinacije okusa i moderan ambijent.

Chapas Street Food



Street food s ponudom burgera, wrapova i jednostavnijih fusion jela. Atmosfera je ležerna i pogodna za kratka zaustavljanja.

Restaurant Histria



Klasična mediteranska i istarska kuhinja s jelima od ribe, mesa i domaće tjestenine u mirnom ambijentu.

More



Tradicionalna istarska konoba s naglaskom na jednostavna riblja i mesna jela te domaće tjestenine u rustikalnom ambijentu.

Grill Nando



Fokus na jelima s roštilja, prigodan za obitelji i veće grupe.

Funtana ima selekciju restorana s opuštenijom atmosferom i pristupačnijim cijenama, fokusiranu na mediteransku i istarsku kuhinju. No, cjenovna i sadržajna ujednačenost ograničava diferencijaciju te rast raznovrsnosti ponude i potrošnje.

Dinopark Funtana

Istaknute atrakcije



Google review

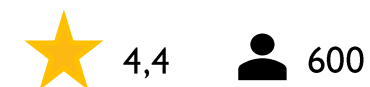


„Posjetili smo Dinopark Funtana s mojim 18-godišnjim i 9-godišnjim sinovima i iskreno, isprva smo bili pomalo skeptični. Ali ispostavilo se da je to bio sjajan dan! Vožnje su postigle pravu ravnotežu zabave i sigurnosti, a opuštena atmosfera značila je da nije bilo žurbe ni stresa.”



„Atrakcije su u kvaru (tobogan zaglavljen ljudima), polovica ih ne radi. Staze, stepenice i mostovi u vrlo lošem stanju.”

Tripadvisor



„Odlično mjesto za obitelji s djecom. Nije neki ogroman park, ali je više nego dovoljno velik za djecu od 4 i 8 godina. Dobro proveden slobodan dan. Imaju neke popuste u mjesecu kada vam se dijete rodi. Odlično osoblje!”

„Za 30 € očekivali biste da će sve raditi. Išli smo drugi put i oba puta su neke vožnje bile na "popravku", jednom su radile, a zatim popravljene sat vremena i opet otvorene za daljnju vožnju.”

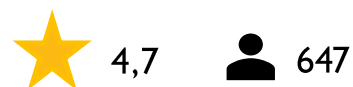
Dinopark Funtana je zabavni park s tematikom dinosaura namijenjen provodu za cijelu obitelj. Pretežito pozitivne recenzije hvale ljubaznost osoblja, zabavu koja zadrži i najmlađe, te sigurnost. Eventualne primjedbe se fokusiraju na vožnje koje ne rade te potencijalne kvarove.

Crazy Cars Moviepark

Istaknute atrakcije



Google review



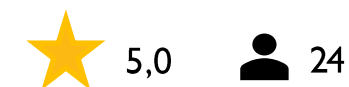
„Posjetili smo Crazy Cars Show s obitelji i bilo je apsolutno super! Svatko od njih imao je svoj omiljeni dio predstave, što puno govori o tome koliko je dobro organizirana. Izvođači su pravi profesionalci.”



„Stigli smo sat vremena ranije kako bismo dobili mjesto u prvom redu. Neposredno prije predstave, podijeljene su vrtne stolice i postavljene ispred prvog reda. Naravno, to je blokiralo put i svi koji su trebali na WC tijekom predstave morali su se provući.”

„Preskupo.”

Tripadvisor



„Predstava je bila stvarno odlična, stvarno smo uživali i voljeli bismo je gledati još duže. Svakako ćemo se vratiti!”

„Predstava je dobro osmišljena. Svidjelo mi se što je publika imala priliku i za fotografiranje s izvođačima.”

-

Turiste privlači show koji je zabava za cijelu obitelj, profesionalnost i sigurnost te sposobnost interakcije s izvođačima. Posjetitelji se najčešće žale na cijene, organizaciju sjedenja i otkazivanja zbog lošeg vremena.

Crkva Svetog Bernarda

Istaknute atrakcije



Google review

★ 4,6  196



„Lijepa dobro njegovana crkva s fantastičnim pogledom na okolicu. Malo strma šetnja do crkve, ali isplati se samo zbog pogleda. Crkva je veličanstvena pa se isplati prošetati okolo. Šetnje do crkve i od nje su stvarno lijepe, ali ih zaista vrijedi posjetiti.”



„Htjeli smo danas poslijepodne posjetiti crkvu, ali je nažalost bila zatvorena.”

Tripadvisor

★ 

Crkva sv. Bernarda doživljava se kao atraktivna točka interesa, pa posjetitelji pozitivno ocjenjuju ambijent i šetnju do lokacije. Najčešći prigovor odnosi se na zatvorenost tijekom dijela dana, zbog čega se posjet često svodi na vanjski obilazak. Jasna informacija o radnom vremenu mogli bi pozitivno utjecati na posjećenost i zadovoljstvo.

Kombinacija gastronomskih, zabavnih i sportskih događanja obogaćuje boravak posjetiteljima

Istaknuta događanja



FUNTANJANSKI GUŠTI

GASTRONOMIJA

Funtanjski gušti su gastro tjedni u kojima restorani Funtane nude menije sa lokalnim sastojcima po fiksnoj cijeni, ciljano u predsezoni i posezoni.



PUČKA FEŠTA SV. BERNARDA

ZABAVA

Višednevna proslava koja objedinjuje duhovni program te bogate kulturno-zabavne, obiteljske i sportske sadržaje uz prateću gastro ponudu.



Ribarske fešte

ZABAVA

Ribarske fešte su ljetne manifestacije koje kroz ponudu svježe ribe i glazbeni program promoviraju ribarsku tradiciju te obogaćuju ponudu glavne sezone.



FEŠTA OD GRMALI

GASTRONOMIJA/ZABAVA

Tradicionalna gastronomska manifestacija posvećena brodetu od grmali, organizirana u posezoni s ciljem očuvanja ribarske baštine i poticanja dolazaka.

Program događanja u Funtani temelji se na nekoliko istaknutih manifestacija koje povezuju lokalnu gastronomiju, vjersku tradiciju i sportsku rekreaciju te na taj način nadopunjuju osnovnu turističku ponudu

Ponuda tura u Funtani ograničena je na kratke obalne izlete i plovidbe

Istaknute ture



Ture brodom

Privatne ture brzim čamcima za manje grupe s prilagodljivim rutama od promatranja dupina do kupanja u uvalama i obilaska obale.



Ture kajakom

Vođene kajak ture uz obalu Funtane i oko Vrsarskog otočja s predviđenim stankama za kupanje i ronjenje.



Surfmania Centar Istria

Obalne kajak ture oko uvala Funtane te katamaranske plovidbe oko Vrsarskog otočja s usputnim stajanjima za kupanje.

Formati tura u ponudi pokrivaju privatne vožnje brzim čamcima, vođene kajak ture i slično sa stajanjima za kupanje. Program tura koncipiran je na način da animira goste koji već borave u Funtani i prilagođen je kraćim, poludnevnim izlascima na more.

4. Analiza turističkog tržišta destinacije

4.1. *Analiza turističke ponude*

4.2. **Analiza javne turističke infrastrukture**



Metodologija analize javne turističke infrastrukture

Cilj

Cilj analize javne turističke infrastrukture je utvrditi razinu razvijenosti sadržaja koji omogućuju korištenje turističke ponude i oblikuju doživljaj destinacije.

U skladu sa Smjernicama i uputama za izradu Plana upravljanja destinacijom, promatraju se ključni javni sadržaji poput uređenih plaža, biciklističkih i pješačkih staza, kulturno povijesne baštine te sportske i MICE infrastrukture.

Metodološki pristup

Analiza se temelji na dostupnim prostornim i planskim dokumentima, podacima Općine Funtana, turističke zajednice i nositelja pojedinih sadržaja te na uvidima dobivenim kroz intervju.

Elementi javne turističke infrastrukture se kvalitativno procjenjuju prema ulozi u turističkom doživljaju, razini uređenosti i integriranosti u turističku ponudu destinacije. Rezultati se prikazuju kroz opis ključnih lokacija i kartografske prikaze.

Područja obuhvata analize



BICIKLISTIČKE STAZE



PJEŠAČKE I TREKING STAZE



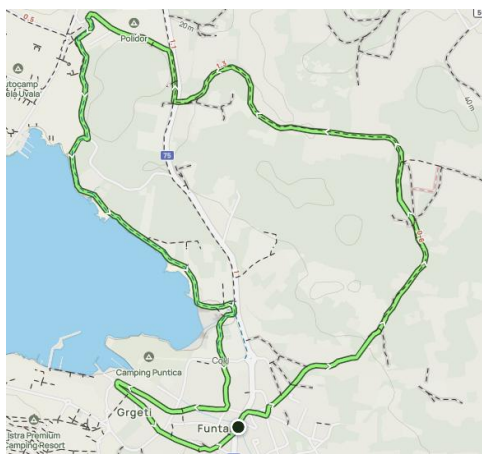
**KULTURNO-POVIJESNA
INFRASTRUKTURA**



PLAŽE

Funtana gradi kvalitetnu održivu biciklističku infrastrukturu za sve profile korisnika i cjelogodišnju turističku sezonu

Biciklističke staze



Funtana je posljednjih godina značajno unaprijedila svoju biciklističku infrastrukturu te se postepeno izdvaja kao destinacija privlačna ljubiteljima cikloturizma. Na užem i širem području Funtane uređeno je i označeno više biciklističkih staza ukupne duljine više od 200 km, uključujući profesionalne brdske (MTB), obiteljske i rekreativne rute uključujući obalne šetnice, park-šume preko unutrašnjih makadamskih dionica, pa i do zaštićenih predjela poput šume Kontija i Limskog kanala. Staze su kategorizirane prema težini i namjeni, pa uz MTB i zahtjevnije dionice nude i lagane trase pogodne za rekreativne i obiteljske vožnje.

Uz bogatstvo prirodnih krajolika, biciklistima su dostupne i brojne prateće usluge: više specijaliziranih centara za najam, vođene ture, tehnička podrška te sve popularnija ponuda “bike friendly” smještaja. Funtana se pritom nalazi na regionalnoj transverzali T01 Pula–Umag, čija obalna ruta povezuje Funtanu s Porečom i Lanternom i kojom se već koriste gosti, iako su pojedinim dionicama potrebna tehnička poboljšanja kako bi bile ujednačene s ostatkom trase.

Iako je mreža staza već danas opsežna i kvalitetno održavana, iskustvo prirode, raznovrsni krajolici i sinergija s lokalnom enogastronomijom osiguravaju Funtani sve izraženiji imidž na tržištu aktivnog turizma, dok prostor za daljnji razvoj dodatnih sadržaja i valorizaciju postojećih ruta ostaje otvoren za buduće unapređenje.

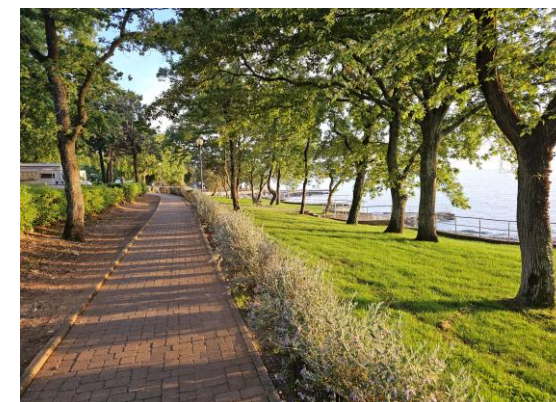
Razvoj pješačkih i treking staza u Funtani osigurava kvalitetnu i raznoliku ponudu za aktivne posjetitelje kroz cijelu godinu

Pješačke i treking staze

Na području općine uređene su i označene brojne pješačke i treking staze ukupne duljine veće od 40 km, koje prolaze raznolikim krajobrazima, od slikovitih obalnih šetnica koje povezuju Funtanu s Porečom i Vrsarom, preko maslinika i vinograda u zaleđu, pa do zaštićene šume Kontija i vidikovaca iznad Limskog kanala.

Iako malo udaljenije od same Funtane, poseban značaj imaju šumske rute kroz rezervat Kontija gdje se uz šetačke puteve nalaze edukativni sadržaji i uređena odmorišta, te Bernardina Trail, izuzetno popularna i lako pristupačna veza između Funtane i Vrsara. Obalni putovi vode do brojnih plaža i skrivenih uvala, a svi glavni pravci staza jasno su označeni informativnom signalizacijom.

Iako osnovna infrastruktura sigurnih pješačkih ruta već sada pruža kvalitetno iskustvo za razne profile korisnika, zabilježeni su i konkretni planovi za novo postavljanje informativnih tabli, uređenje dodatnih odmorišta, te podizanje razine održavanja i digitalizacije kartografije staza. Prostor za unaprjeđenje, u standardizaciji signalizacije i dodatnim sadržajima, i dalje postoji što upućuje na stabilan rast aktivne *outdoor* ponude Funtane i njenu daljnju atraktivnost među ljubiteljima pješčenja i trekinga.



S dodatnim ulaganjima u interpretaciju, povijesna i kulturna baština Funtane ima potencijala za snažniju integraciju u turističku ponudu destinacije

Kulturno-povijesna infrastruktura



Povijesna jezgra Funtane, s istaknutim renesansnim kaštelom Borisi i očuvanim spomenicima sakralne baštine, čuva bogatu kulturnu i povijesnu tradiciju destinacije. Okruženje se koristi za turističke šetnje i edukativne programe koji svjedoče o dugoj kulturnoj povijesti ovog istarskog mjesta.

Povijesno-arheološki lokaliteti: Palača Borisi, izgrađena početkom 17. stoljeća od strane plemićke obitelji Borisi, simbol je osnivanja modernog naselja Funtane. Ovo je impresivni kameni kaštel sa renesansnim i baroknim elementima, koji predstavlja ključni povijesni spomenik destinacije. Izvori žive vode po kojima je Funtana dobila ime nalaze se tik uz more i nikada ne presušuju. Stoljećima su ih koristili mještani Istre, a voda je nekada preko ukopanog tunela vodovoda išla do rimske vile u Zelenoj laguni.

Sakralni lokaliteti: Župna crkva sv. Bernarda, sagrađena 1621. godine, ističe se svojim impozantnim zvonikom visokim 34 metra i bogatim umjetničkim sadržajima. Uz nju, značajne su i crkvice svete Lucije na plaži, crkvice Blažene Djevice Marije od Milosrđa, te kapela Gospe Karmelske, koje zajedno tvore vrijedan sakralni pejzaž mjesta i predstavljaju važne točke duhovne i kulturne baštine.

Funtana, kao mjesto koje njeguju vlastitu povijesnu i kulturnu baštinu, nosi snažan identitet usmjeren prema održivom turizmu zasnovanom na baštinskim vrijednostima. Iako su povijesni i sakralni lokaliteti već prepoznati turistički resursi, postoji i prostor za dalje unaprjeđenje njihove interpretacije i bolje integracije u ukupnu turističku ponudu.

Raznolika ponuda plaža u Funtani pokriva potrebe obiteljskog, rekreativnog i aktivnog turizma uz poseban naglasak na pristupačnost i sigurnost

Plaže



Plaže u Funtani ističu se raznolikošću i izvrsnom infrastrukturom, idealne za obiteljski odmor, rekreaciju i opuštanje. Val Maro Family i Val Sunset Family nude šljunčane i popločene zone s blagim ulazom u more, vodenim parkovima, igralištima, tuševima, masažom na otvorenom te sadržajima za djecu i osobe s invaliditetom. Plaža Reverol kombinira šljunak, stijene i kamene platoe te omogućuje udoban boravak uz sunčališta, ležaljke i suncobrane. Javna plaža Funtana i plaže Marina, Puntica, Bernardina, Bijela uvala te Polidor dodatno obogaćuju ponudu sanitarijama, sportskim centrima, beach barovima, vezovima za čamce i zonama za kućne ljubimce. Svi gosti mogu uživati u prirodnom hladu, raznolikoj prehrani, animaciji, vodenim sportovima i inovativnim sadržajima koji podižu turističku kvalitetu destinacije.

Uz visoke standarde čistoće i sigurnosti, brojne plaže ponose se Plavom zastavom, a posjetitelji mogu birati između dinamične atmosfere s animacijom i zabavom za djecu ili mirnijih kutaka za opuštanje. Kao potencijalni nedostatak može se istaknuti manjak više sadržaja za zahtjevnije turiste poput wellness paviljona, bogatije gastro ponude uz samu plažu, inovativnih sportskih zona i vodenih atrakcija za starije tinejdžere i odrasle.



- | | | |
|---------------------------|-----------------------|----------------------|
| 1 Val Sunset family plaža | 4 Javna plaža Funtana | 7 Plaža Bernardina |
| 2 Val Maro family plaža | 5 Plaža Marina | 8 Plaža Polidor |
| 3 Plaža Reverol | 6 Plaža Puntica | 9 Plaža Bijela uvala |

4. Analiza turističkog tržišta destinacije

4.1. *Analiza turističke ponude*

4.2. Analiza javne turističke infrastrukture

4.3. **Analiza turističke potražnje**



Metodologija izrade analize turističke potražnje

Cilj

Analiza turističke potražnje usmjerena je na razumijevanje obujma, strukture i sezonalnosti dolazaka i noćenja u Funtani te uloge pojedinih vrsta smještaja i emitivnih tržišta.

Cilj je prepoznati glavne obrasce kretanja potražnje u razdoblju od 2019. do 2025. godine te procijeniti razinu opterećenja i razvojni potencijal destinacije u skladu sa Smjernicama i uputama za izradu Plana upravljanja destinacijom.

Metodološki pristup

Analiza je provedena u skladu sa Smjernicama i uputama za izradu Plana upravljanja destinacijom, korištenjem podataka sustava eVisitor i službene statistike Turističke zajednice općine Funtana.

Kvantitativno su obrađeni turistički dolasci i noćenja, prosječna duljina boravka, sezonska raspodjela te struktura noćenja prema vrstama smještaja i ključnim emitivnim tržištima.

Područja obuhvata analize

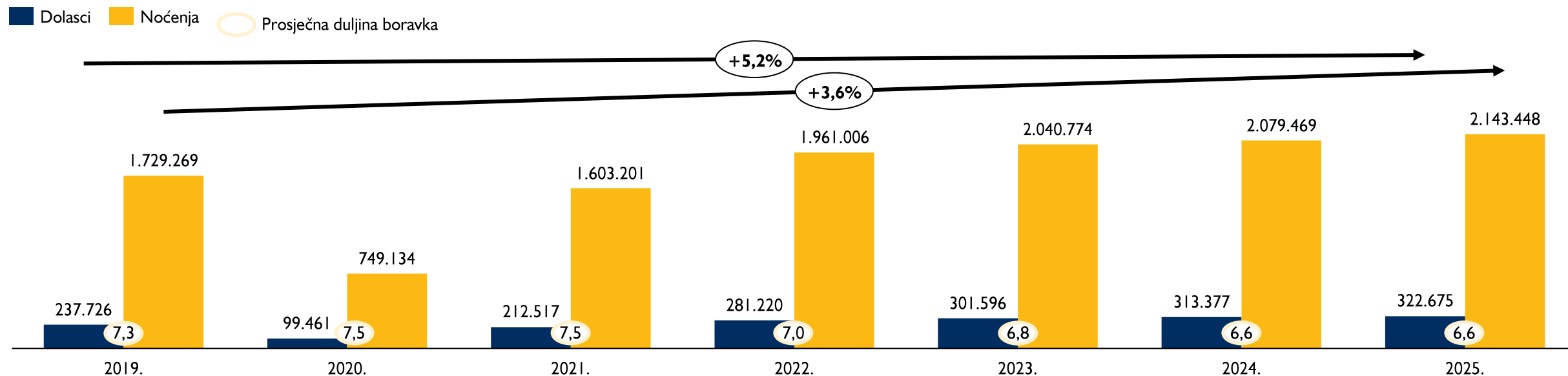


ANALIZA TURISTIČKE POTRAŽNJE DESTINACIJE

- Ostvareni turistički dolasci i noćenja
- Prosječna duljina boravka
- Ostvarena noćenja prema kategoriji smještaja
- Sezonalnost noćenja
- Struktura i sezonalnost noćenja prema emitivnim tržištima

Funtana bilježi stabilan rast turističkih dolazaka i noćenja, uz skraćivanje prosječne duljine boravka sa 7,3 noći u 2019. na 6,6 noći u 2025. godini

Broj dolazaka i noćenja 2019. – 2025. godine



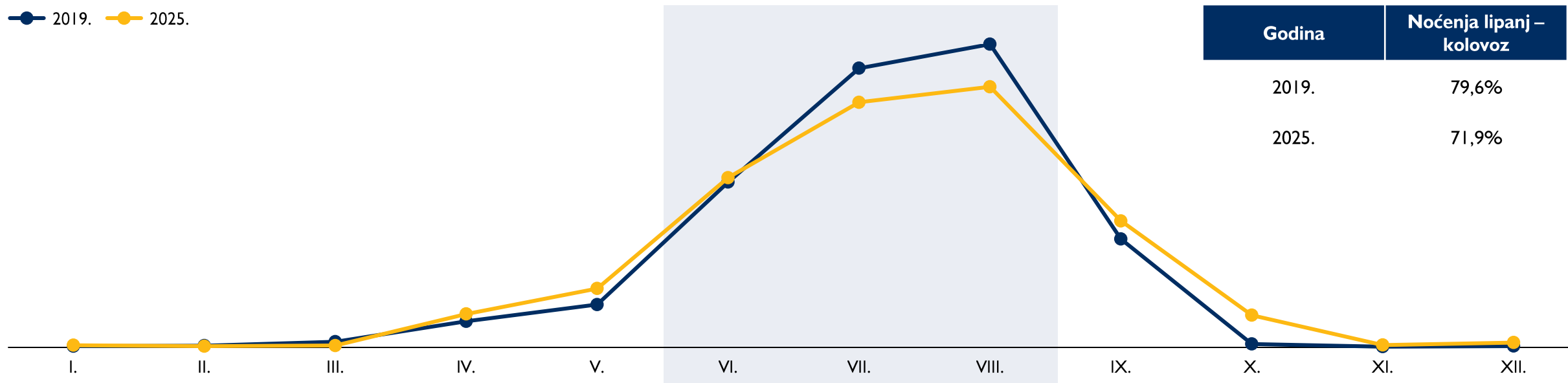
U promatranom razdoblju Funtana bilježi rast dolazaka i noćenja uz skraćivanje boravka. Prosječni godišnji rast iznosi 5,2% za dolaske i 3,6% za noćenja, a prosječna duljina boravka smanjuje se sa 7,3 na 6,6 noći. Usporedba 2019. i 2025. godine bilježi porast dolazaka od 35,7% s 237.726 na 322.675 te porast noćenja od 24,0% s 1.729.269 na 2.143.448. Činjenica da je destinacija već 2022. godine zabilježila osjetno bolji rezultat nego 2019. godine upućuje na zaključak snažnog oporavka od pandemije, ali i izražene preferencije turista za kamping proizvodom kao jednim od najrezistentnijih oblika smještajne ponude.

Nakon razdoblja oporavka rast ukupnog broja noćenja znatno se usporava: noćenja rastu 4,1% u 2023., 1,9% u 2024. i 3,1% u 2025. godini, pri čemu su noćenja u srpnju i kolovozu 2025. na razini iz 2024. godine. To sugerira da se destinacija u vrhuncu sezone približava zasićenosti ukupnog prometa i maksimalnoj iskorištenosti svojih kapaciteta, a da se daljnji rast ostvaruje izvan srpnja i kolovoza. Također, na skraćivanje boravka u destinaciji utječe i primjetan rast prometa u predsezoni i posezoni, kada je motiv dolaska drugačiji od ljetnog odmora u trajanju od 7 dana i više.

Izvor: eVisitor, Turistička zajednica općine Funtana, Horwath HTL, 2026.

U Funtani i dalje dominira ljetna sezona, ali je udio noćenja u srpnju i kolovozu manji nego 2019., uz evidentan rast noćenja u razdobljima predsezona i posezone

Noćenja po mjesecima, usporedba 2019. i 2025. godine

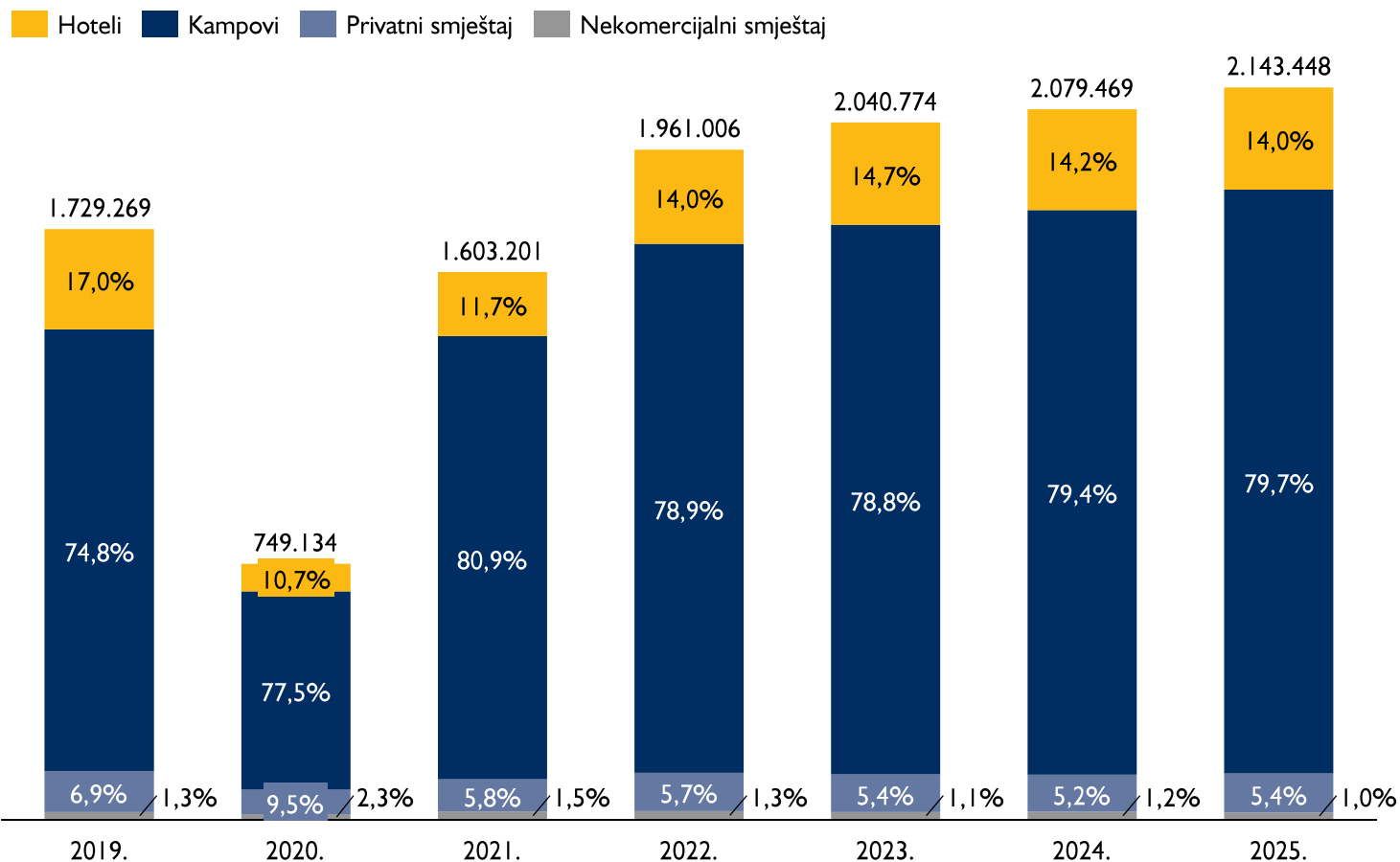


Usporedba noćenja po mjesecima između 2019. i 2025. godine pokazuje da sezonalnost i dalje snažno obilježava Funtanu, ali uz vidljiv pomak dijela prometa prema rubnim mjesecima. U razdoblju od lipnja do kolovoza 2025. ostvareno je 71,9% svih noćenja, dok je u 2019. taj udio iznosio 79,6%. Najveći porast noćenja u odnosu na 2019. bilježe rujan (oko 89.000 noćenja više), lipanj (oko 83.000) i listopad (oko 67.000), dok srpanj i kolovoz i dalje ostaju mjeseci s najvećom koncentracijom prometa, iako im se udio u ukupnim noćenjima smanjuje s 62% na 54%. Udio noćenja od lipnja do kolovoza u Funtani gotovo je jednak prosjeku Istre (71%) i nešto viši od prosjeka Hrvatske (70%).

Ovakav raspored upućuje na to da ljetna sezona ostaje dominantna, ali su vidljivi prvi pomaci prema postupnom produljenju sezone i ravnomjernijoj raspodjeli turističkog prometa tijekom godine.

Noćenja po vrstama smještaja potvrđuju izraženu ulogu kampova u destinaciji, uz primjetno smanjenje udjela noćenja u hotelskom smještaju

Noćenja po vrstama smještaja 2019. – 2025. godine



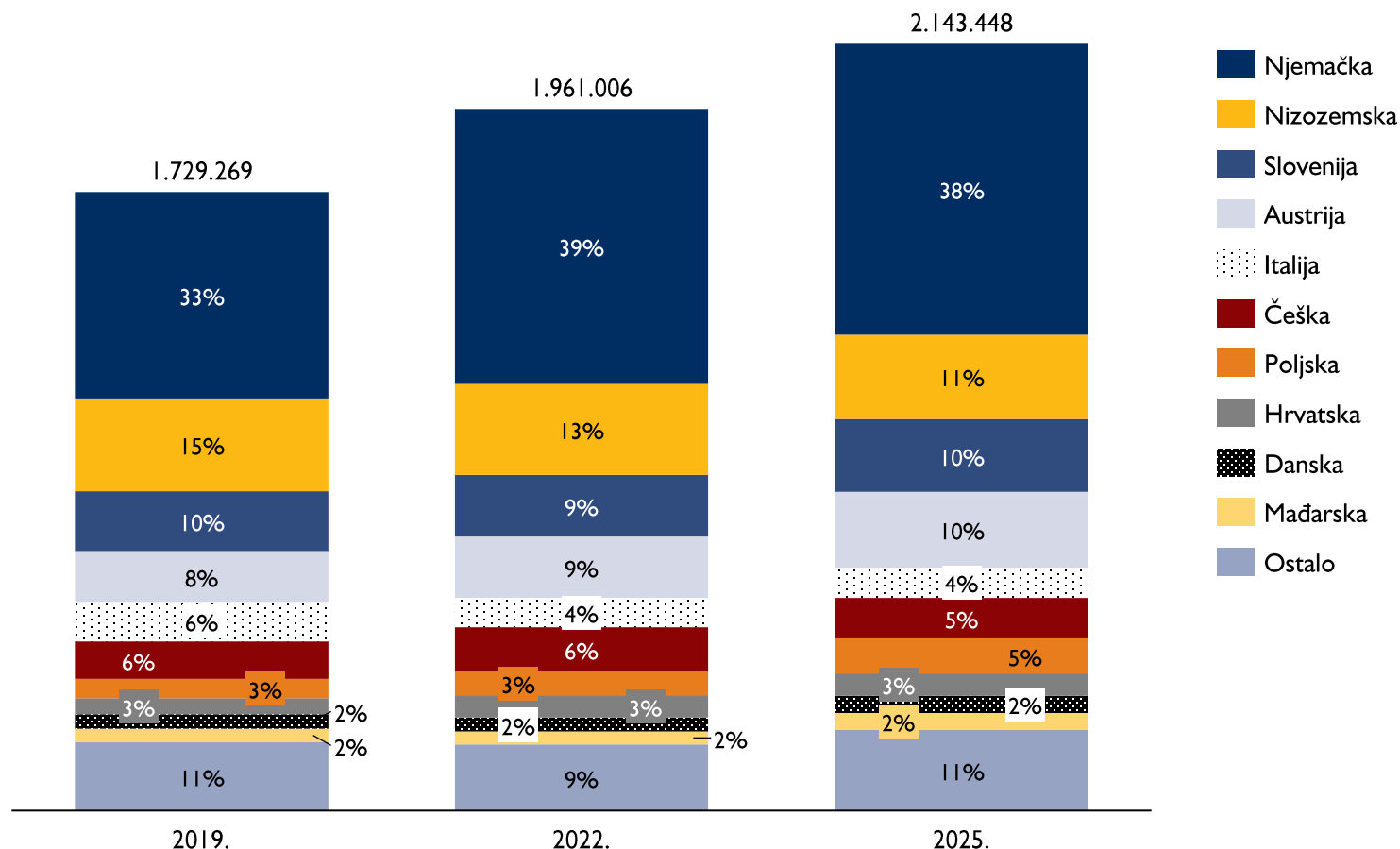
U 2025. godini kampovi ostvaruju 1.708.464 noćenja te nose oko 79,7% ukupnog volumena, hoteli bilježe 299.058 noćenja odnosno oko 14,0%, a privatni i nekomercijalni smještaj zajedno čine oko 6,3%.

U odnosu na 2019. kampovi su povećali volumen za oko 415 tisuća noćenja i udio sa 74,8% na oko 79,7%, dok su hoteli u apsolutnom broju gotovo na istoj razini kao 2019. godine, ali im udio pada sa 17,0% na 14,0%. Udio privatnog i nekomercijalnog smještaja ostaje malen i blago se smanjuje, s 8,2% u 2019. na 6,3% u 2025. godini. Nakon pandemije slijedi brzi oporavak 2022. i daljnji rast do 2025., pri čemu kampovi i dalje rastu brže od hotela.

Trend rasta noćenja u kamping objektima potvrđuje tržišnu poziciju Funtane kao primarno kamping destinacije, dok hotelski portfelj nije doprinio rastu volumena te je relativni udio ostao ispod pretpandemijske razine.

Tri najveća emitivna tržišta, predvođena Njemačkom i Nizozemskom, kontinuirano ostvaruju preko polovice svih noćenja u destinaciji

Struktura noćenja prema emitivnim tržištima 2019., 2022. i 2025. godine



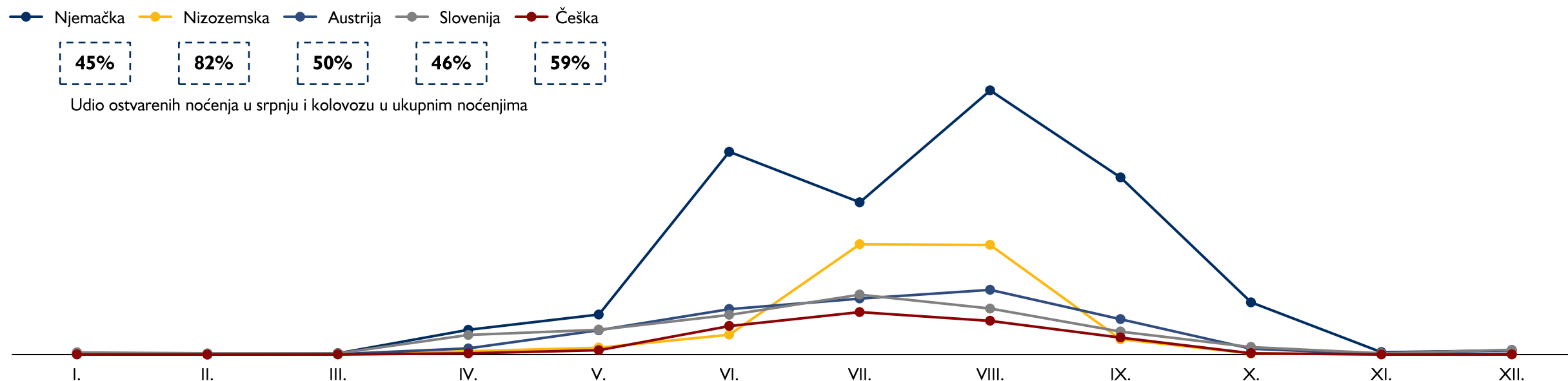
Njemačka je u svim promatranim godinama najvažnije tržište za Funtanu. Udio noćenja njemačkih gostiju kreće se od 33% 2019. do 39% 2022. godine, a 2025. iznosi 38%, što znači da njemački turisti čine više od trećine ukupnog prometa. Uspoređujući 2025. i 2019. godinu, broj noćenja njemačkih turista u destinaciji porastao je za 41%. Nizozemska je stabilno drugo tržište, iako joj udio pada s 15% u 2019. na 11% u 2025. godini, dok slovenski i austrijski gosti drže od 8% do 10% svake godine, pri čemu je Austrija u 2025., kao i 2024. godine, ispred Slovenije. Zajedno gledano, tri najveća tržišta (2019. i 2022. Njemačka, Nizozemska i Slovenija, a 2025. Njemačka, Nizozemska i Austrija) ostvaruju 58% svih noćenja 2019., čak 61% 2022. i 59% 2025. godine, pa je jasno da strukturu potražnje i dalje određuju tri ključna emitivna tržišta.

Češka, Poljska i Italija čine srednju skupinu tržišta s udjelima od 3% do 6%, pri čemu udio Italije pada sa 6% u 2019. na 4% u 2025. godini, a udio Poljske raste s 3% na 5%. Hrvatsko tržište zadržava skroman udio od oko 3%, dok Danska, Mađarska i ostala emitivna tržišta pojedinačno imaju manje udjele.

Uvođenjem kategorije ostalo vidljivo je da, unatoč snažnoj koncentraciji na nekoliko glavnih tržišta, dio prometa ipak dolazi iz šire baze zemalja, što donosi određenu razinu diversifikacije bez mijenjanja činjenice da tri najveća tržišta nose više od polovice ukupnih noćenja.

Osim što bilježe najveći broj noćenja u ljetnim mjesecima, njemački turisti bilježe i najveći potencijal za povećanje noćenja u razdoblju predsezone i posezone

Sezonalnost noćenja top 5 emitivnih tržišta 2025. godine



Sezonska krivulja pet emitivnih tržišta s najvećim brojem ostvarenih noćenja pokazuje jasne razlike u obrascima putovanja i naglašava dominantnu ulogu ljetnih mjeseci u ukupnom turističkom prometu Funtane. Njemačko tržište bilježi 45% noćenja u srpnju i kolovozu, uz snažan promet već u lipnju, kada ostvaruje više noćenja nego u srpnju, i zadržavanje visokog volumena u rujnu, što potvrđuje njegov doprinos postupnom produljenju sezone, dok nizozemsko tržište iskazuje najvišu razinu koncentracije od čak 82% noćenja ostvarenih u srpnju i kolovozu. Austrijsko i slovensko tržište pokazuju uravnoteženije obrasce (50%, odnosno 46% noćenja u srpnju i kolovozu), s rastom od svibnja, odnosno već od travnja, kontinuiranim prometom tijekom lipnja, srpnja i kolovoza te blažim padom u rujnu, dok je češko tržište sezonalnije, s 59% noćenja u srpnju i kolovozu i izraženijim rastom tek od lipnja.

Ovi obrasci upućuju na to da je upravo njemačko tržište ključni nositelj produljenja sezone, dok nizozemsko tržište ostaje visoko sezonalno. Za ciljano jačanje predsezone i posezone, aktivnosti bi trebalo usmjeriti prema tržištima koja pokazuju ravnomjerniju raspodjelu noćenja kroz godinu, a to su primarno njemačko, austrijsko i slovensko tržište.

4. Analiza turističkog tržišta destinacije

4.1. *Analiza turističke ponude*

4.2. *Analiza javne turističke infrastrukture*

4.3. *Analiza turističke potražnje*

4.4. Analiza resursne osnove



Metodologija analize resursne osnove destinacije

Cilj

Cilj analize resursne osnove je prepoznati ključne prirodne te kulturne i povijesne lokalitete s postojećom ili mogućom turističkom funkcijom te procijeniti u kojoj su mjeri danas uključeni u ponudu destinacije i identitet Funtane.

Metodološki pristup

Analiza je temeljena na dostupnim podacima i opisima resursa iz materijala turističke zajednice, javno dostupnih stručnih izvora te informacija sa razgovora s lokalnim dionicima.

Resursi su grupirani u dvije tematske cjeline, kultura i baština te priroda i okoliš. Svaki je resurs ukratko opisan i analizirana je njihova uključenost u turističku ponudu destinacije uz naznaku daljnjeg potencijala i snažnije valorizacije.

Područja obuhvata analize



KULTURA I BAŠTINA



PRIRODA I OKOLIŠ

Kulturna i prirodna baština Funtane oblikuje identitet mjesta, no velik dio potencijala ostaje nevaloriziran

Pregled kulturnih dobara te materijalne i nematerijalne kulturne baštine



Otočić Školjić

Arheološko nalazište brončanog doba s tragovima prapovijesnog naselja, danas uređeno kao tematski prostor.



Akvadutni sustav

Rimski akvadukt dovodio je pitku vodu iz izvora do obalnih vila, a njegovi se ostaci danas nalaze ispod mora.



Ribarska tradicija Funtane

Manifestacija Peškaluna oživljava lokalnu ribarsku baštinu kroz pripremu ribe, glazbu i druženje.



Funtanjski kaštel

Renesansna ladanjska vila obitelji Borisi iz 17. stoljeća koja svjedoči o povijesti mjesta.



Pranje rublja na Perilima

Nekadašnje mjesto pranja rublja danas se oživljavaju u sklopu manifestacije Peškaluna koja interpretira tradicijski način života i društvenu ulogu Perila.



Povijest solane

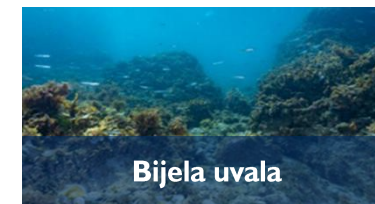
Nekadašnja proizvodnja soli, potvrđena povijesnim izvorima, ostaje dio lokalnog gospodarskog nasljeđa.

Pregled prirodne baštine



Nepresušni izvori Perila

Prirodni izvori pitke vode s trajnim protokom predstavljaju vrijedan hidrogeološki resurs.



Bijela uvala

Podvodne stijene, formacija „Gljiva Funtana“ te bogata flora i fauna čine uvalu atraktivnim ronilačkim lokalitetom.



Polja s rimskom podjelom

Pravokutne parcele i suhozidi očuvani u krajoliku svjedoče o rimskoj centurijaciji prostora.

Kulturni i prirodni resursi Funtane raznoliki su i sadržajno vrijedni, ali još nedovoljno interpretirani, što upućuje na potrebu za jasnijim uređenjem i povezivanjem lokaliteta u prepoznatljivu i održivu ponudu.

4. Analiza turističkog tržišta destinacije

4.1. *Analiza turističke ponude*

4.2. Analiza javne turističke infrastrukture

4.3. Analiza turističke potražnje

4.4. Analiza resursne osnove

4.5. Analiza komunikacijskih aktivnosti



Metodologija analize komunikacijskih aktivnosti

Cilj

Analiza komunikacijskih aktivnosti Turističke zajednice općine Funtana ima za cilj sagledati kako se kroz programe rada, web stranicu i društvene mreže komuniciraju ključni turistički proizvodi.

Metodološki pristup

Metodološki pristup temelji se na analizi godišnjih programa rada Turističke zajednice općine Funtana za razdoblje od 2023. do 2025., službenih digitalnih kanala i javno dostupnih promotivnih materijala.

Kod aktivnosti turističke zajednice promatrana je struktura i dinamika izdvajanja za razvoj turističkih proizvoda i marketinške aktivnosti, dok su za web stranicu i društvene mreže analizirani dizajn, sadržaj, funkcionalnosti, pristupačnost, pokazatelji dosega i angažmana te usklađenost komunikacije s identitetom destinacije.

Rezultati su prikazani u tri cjeline koje obuhvaćaju aktivnosti turističke zajednice, web stranicu i društvene mreže.

Područja obuhvata analize



AKTIVNOSTI TURISTIČKE ZAJEDNICE



WEB STRANICA



DRUŠTVENE MREŽE

Razvoj turističkih proizvoda Funtane i 2025. godine potvrđuje snažan fokus na događanja uz stabilna ulaganja u klusterske projekte i osnovnu infrastrukturu

Razvoj turističkih proizvoda Turističke zajednice općine Funtana, 2023. – 2025.



11. Fešta od grmali
Grmali Fest
Fest of crabs
Festa dei granchi

Priprema i kušanje brodet od grmali
Bogata gastro ponuda na tematskim standovima: riblja predjela, specijaliteti od bijele i plave ribe, lignji, školjki i frito misto
Prezentacija pripreme brodet od grmali u izvedbi naših najmlađih

Preparation and tasting of Grmali Brodet
A rich gastronomic offering on themed stands: fish appetizers, specialties of white and blue fish, squid, shellfish, and frito misto
Presentation of preparing „grmali“ stew (warty crab) performed by our youngest chefs

Zabavni program / Entertainment program
od / from **12:00 h**
Baredinesauri band
Žurnada band
Ulični zabavljači
Etaloni band
21:00
MLADEN GRDOVIĆ

Ukupna sredstva za razvoj turističkih događanja porasla su za oko 9,6% u 2025. u odnosu na 2024. godinu



Cabernet sauvignon & plava riba
s ljubavlju . with love
POREČ — PARENZO

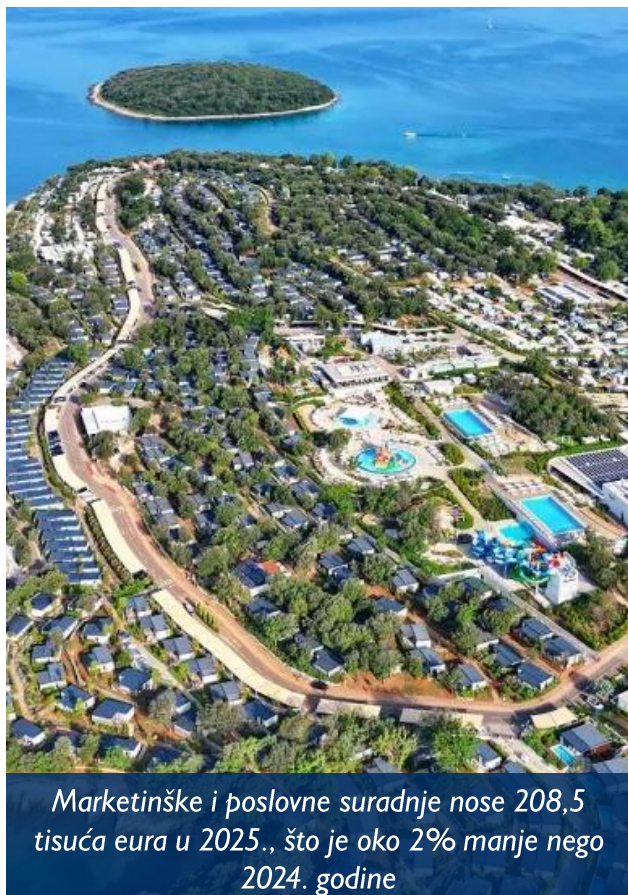
Klusterski projekti Rivijere Poreč nose oko 7% ukupnog budžeta za razvoj turističkog proizvoda

Izdvajanja za turističku infrastrukturu ostaju nepromijenjena u 2024. i 2025. godini

- Ukupni budžet za razvoj turističkog proizvoda u 2025. iznosi 524,7 tisuća eura, što je oko 2% više u odnosu na plan 2024. godine i predstavlja stabilan udio od približno 48% svih rashoda TZ Funtana. Struktura ulaganja potvrđuje da Funtana, slično prethodnim godinama, prioritet stavlja na događanja, klusterske projekte i osnovnu turističku infrastrukturu.
- U 2025. najznačajnija stavka je podrška razvoju turističkih događanja s ukupno 472,2 tisuće eura, čime nosi oko 90% svih ulaganja u razvoj proizvoda. Visoki udio potvrđuje da su manifestacije glavni nositelj turističke ponude Funtane. Unutar te kategorije, manifestacije u organizaciji TZ-a podupiru se sa 232,5 tisuća eura te uključuju razne kulturne, sportske i gastronomske manifestacije poput ribarskih fešti i koncerta, dok se manifestacije drugih organizatora podupiru s 239,7 tisuća eura te uključuju programe zabave u kampovima i hotelima, kulturne manifestacije poput maskara, ali i većih sportskih događanja poput Istra 300 i Ironman 70.3., dokazujući tako snažan partnerski model s lokalnim udrugama i poslovnim subjektima.
- Klusterska suradnja predstavlja drugu najveću pojedinačnu stavku, s iznosom od 35 tisuća eura. Iako je smanjena u odnosu na 2024. godinu, i dalje doprinosi zajedničkim projektima - razvoju *outdoor* proizvoda, razvoju brending komunikacije i klusterskog web portala te razvoju enogastronomskog klastera.
- Turistička infrastruktura ostaje skromna, ali stabilna stavka s 13 tisuća eura i u 2024. i u 2025. godini te je prvenstveno namijenjena održavanju pješačkih i biciklističkih staza kao osnovnog javnog resursa za dnevnu rekreaciju i boravak gostiju na otvorenom.

Marketinške aktivnosti u 2025. godini blago se smanjuju, uz zadržavanje fokusa na partnerskim kampanjama i suradnji s turističkim dionicima

Marketinške aktivnosti Turističke zajednice općine Funtana, 2023. – 2025.

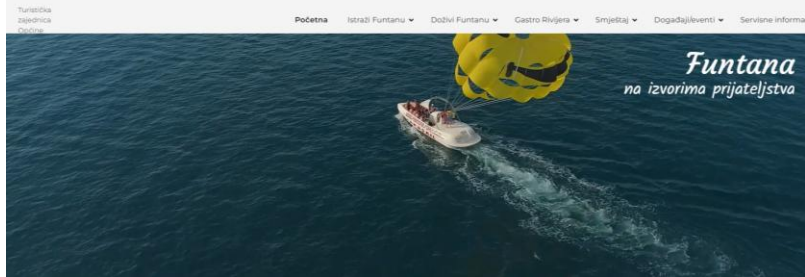


- Ukupni budžet za komunikaciju i oglašavanje u 2025. iznosi 255 tisuća eura, što je oko 8% manje nego u 2024. godini, pa se time marketinška ulaganja Funtane blago smanjuju u odnosu na prethodnu godinu.
- Najveća stavka budžeta od 2023. do 2025. ostaju marketinške i poslovne suradnje, koje uključuju oglašavanje s hotelijerima, SMP Istre i drugim strateškim partnerima. U 2024. ove aktivnosti dosežu 213,5 tisuća eura, dok su u 2025. nešto manje te iznose oko 208 tisuća eura, pri čemu dominira udruženo oglašavanje i suradnja s hotelijerima i ostalim turističkim dionicima sa 137 tisuća eura. Ovakav model upućuje na snažan fokus Funtane na partnerske kanale koji omogućuju širi doseg na tržištu.
- Ulaganja u kreiranje promotivnog materijala u 2025. iznose 12 tisuća eura, što označava smanjenje s oko 28 tisuća eura u 2024. godini.
- Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka zadržava stabilan iznos od 8.000 eura u 2024. i 2025. godini te služi kao tehnička podrška prikupljanju i ažuriranju podataka nužnih za učinkovitu promociju i upravljanje destinacijom.
- Ostale stavke poput oglašavanje destinacijskog brenda, odnosi s javnošću, sajmovi, internet stranica, turističko-informativne aktivnosti i ostale stavke, zadržavaju stabilne, ali relativno male iznose te služe kao operativna podrška vidljivosti destinacije.

Jasna struktura i relevantan sadržaj usmjeren na posjetitelja, uz mogućnosti daljnjeg poboljšanja korisničkog doživljaja

Analiza dizajna na web stranici Turističke zajednice općine Funtana

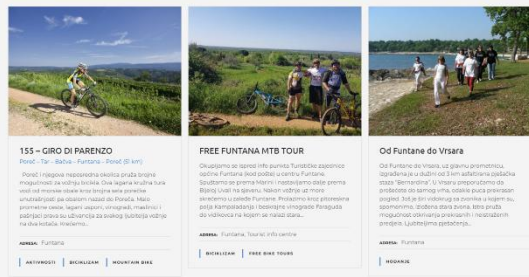
- ✓ Uredan izgled i jednostavno snalaženje; gornji izbornik i odabir jezika jasno vidljivi.
- ✓ Naslovnica brzo vodi na glavne teme: doživljaji, smještaj, događanja, korisne informacije.
- ✓ Kontakti i poveznice na društvene mreže lako su dostupni.



- x Mjestimično se pojave riječi na engleskom iako je odabran drugi jezik.
- x Pojedini video-materijali su jako veliki pa se sporije otvaraju, osobito na mobilnim uređajima.

Analiza sadržaja na web stranici Turističke zajednice općine Funtana

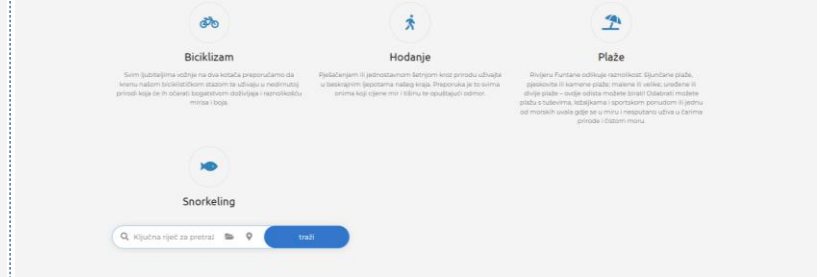
- ✓ Pokrivene su teme koje gostu trebaju: plaže i priroda, aktivnosti, gastronomija, smještaj (posebno kampovi), marina i servisne informacije.
- ✓ Kalendar događanja je jasan i ažuran.
- ✓ Kamping ponuda je pregledno prikazana s osnovnim podacima i kontaktima.



- x Stil i duljina tekstova nisu uvijek ujednačeni.
- x Naslovi nisu jezično ujednačeni, osobito u korištenju hrvatskih i engleskih naziva.

Analiza iskustva korisnika na web stranici Turističke zajednice općine Funtana

- ✓ Logičan put: od ideje (što raditi) do praktičnih informacija (kako, gdje, kontakt).
- ✓ Događanja se mogu pregledno listati i pretraživati.
- ✓ Kontakt stranica je jasna (adresa, telefon, e-mail).



- x Tražilica nije u zaglavlju.
- x Učitavanje bi bilo brže uz lakše (manje) medijske datoteke.

Društvene mreže TZ Funtana obilježava sezonski pojačana aktivnost s pretežno informativnim objavama te niskim angažmanom od strane pratitelja



Facebook

- Tijekom sezone objave su vrlo česte, ponekad i više puta dnevno, dok u ostatku godine ritam varira s povremenim višednevnim pauzama.
- Jezik objava pretežito je engleski uz povremene objave na hrvatskom; pravilo odabira jezika nije jasno komunicirano.
- Sadržajem dominiraju informativne najave i obavijesti (događanja, korisne informacije), dok su pitanja publici i poticaji na uključivanje rjeđe prisutni.
- Interakcija je skromna u odnosu na broj objava, bilježi se razmjerno malo komentara, dijeljenja i sačuvanih objava.
- Video-formati i kratki isjecci rjeđi su od fotografija i vizuala.



4,000



Instagram

- U sezoni se objavljuje češće, a izvan sezone ritam je neujednačen i povremeno dolazi do duljih stanki.
- Većina objava je na hrvatskom jeziku, a komunikacija prema stranim gostima nije sustavno dvojezična.
- Prevladavaju fotografije s kratkim opisima, dok su pozivi na akciju rijetko naglašeni.
- Angažman pratitelja je nizak: malo je komentara i spremanja objava.
- Reels i stories objavljuju se sporadično, a istaknute priče nisu jasno grupirane (npr. Plaže, Događanja, Kampovi, Gastro).



2,080

4. Analiza turističkog tržišta destinacije

4.1. *Analiza turističke ponude*

4.2. Analiza javne turističke infrastrukture

4.3. Analiza turističke potražnje

4.4. Analiza resursne osnove

4.5. Analiza komunikacijskih aktivnosti

4.6. Analiza konkurencije



Analiza konkurencije sastoji se od dva komplementarna dijela

Analiza konkurentskog seta destinacija

Cilj analize je kontekstualizirati poziciju Funtane unutar šireg regionalnog turističkog okruženja.

U okviru analize definiran je skup konkurentskih destinacija koje dijele slične karakteristike s Funtanom, uzimajući u obzir njihovu funkciju, tržišnu ulogu te strukturu ponude i potražnje. Odabrane destinacije za usporedbu uključuju Medulin, Mali Lošinj i Krk, čime se omogućuje jasniji uvid u tržišnu poziciju Funtane unutar regionalnog konteksta.

Analiza obuhvaća kvalitativni i kvantitativni pristup. Kvalitativni dio prikazuje i uspoređuje ključne elemente turističke ponude i razvojne smjerove kojima destinacije grade svoj tržišni identitet. Kvantitativni dio temelji se na analizi pokazatelja uspješnosti poput broja dolazaka, noćenja, smještajnih kapaciteta i sezonalnosti koji omogućuju objektivnu procjenu konkurentnosti među destinacijama.

Analiza primjera dobre prakse

Cilj analize je omogućiti uvid u inovativne i učinkovite prakse koje mogu poslužiti kao polazište za daljnje unaprjeđenje konkurentnosti i održivosti turizma u Funtani.

U okviru analize primjera dobre prakse obuhvaćene su razvojne inicijative međunarodnih destinacija koje, iako ne pripadaju izravnom konkurentskom okruženju Funtane, mogu poslužiti kao relevantni modeli uspjeha.

Analiza je kvalitativnog karaktera, s fokusom na tri ključna područja:

- Marketinška komunikacija
- Razvoj proizvoda
- Destinacijski menadžment

Svaka inicijativa bit će predstavljena kroz sažet prikaz njezine relevantnosti i ključnih elemenata koji mogu poslužiti kao inspiracija za unaprjeđenje konkurentnosti i kvalitete turističke ponude Funtane.

Analiza konkurentskog seta destinacija

Medulin, Mali Lošinj i Krk predstavljaju usporedive obalne destinacije s razvijenim kamping turizmom te primarnim fokusom na sunce i more

Destinacija	Glavni turistički proizvodi	Segmenti potražnje
 MEDULIN Obiteljska destinacija poznata po dugim pješčanim plažama, razvijenom kamping turizmu i sadržajima za aktivan odmor u prirodi.	 Sunce i more  Aktivni odmor  Nautički turizam	  
 MALI LOŠINJ Najrazvijenija otočna destinacija Kvarnera s jasnim cjelogodišnjim pozicioniranjem kroz brend „otok vitalnosti”. Fokus na zdravlje, wellness i aktivni boravak u prirodi.	 Sunce i more  Wellness  Aktivni odmor	  
 KRK Povijesni obalni grad s očuvanom starom jezgrom, razvijenom kulturnom ponudom i tradicijom nautičkog turizma, smješten u središtu prometno dostupnog otoka.	 Sunce i more  Kultura i povijest  Nautički turizam	  

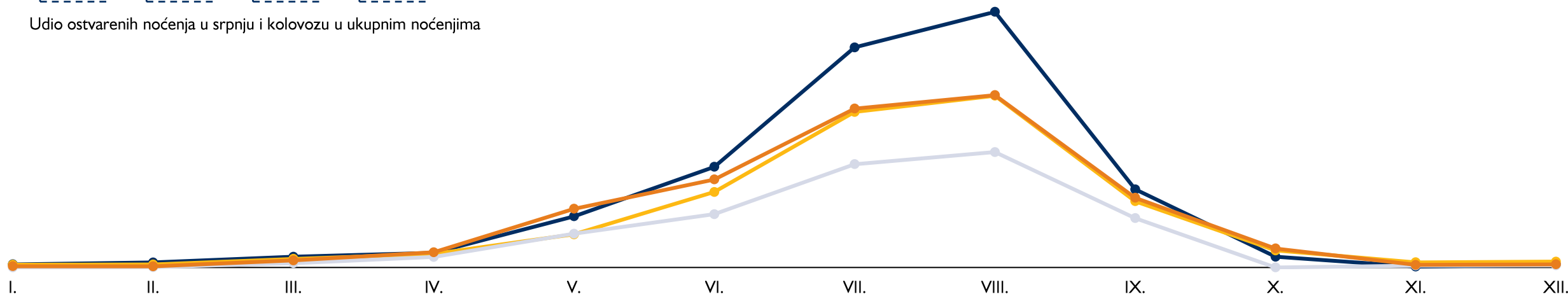
Sezonalnost turističkog prometa u Funtani pokazuje pozitivne naznake u određenim dijelovima pred i posezone

Sezonalnost noćenja u konkurentskim destinacijama, 2024.*

Medulin Mali Lošinj Krk Funtana

63% 59% 56% 56%

Udio ostvarenih noćenja u srpnju i kolovozu u ukupnim noćenjima



U određenim dijelovima predsezona i posezone Funtana ostvaruje najveći broj noćenja među promatranim destinacijama. Primjerice, Funtana bilježi najveći udio od ukupnog prometa u svibnju, lipnju u odnosu na ostale konkurentске destinacije te podjednako kao i Mali Lošinj u listopadu. Udio srpnja i kolovoza u ukupnim noćenjima u 2024. godini iznosi oko 56% u Funtani, približno 63% u Medulinu te oko 56% i 59% u Krku i Malom Lošinju, što upućuje na manju koncentraciju prometa u ljetnom vrhuncu. Potrebno je istaknuti kako podaci DZS-a ne uključuju podatke o broju noćenja u siječnju i listopadu za Krk.

Uspoređujući s drugim destinacijama u konkurentskom setu, raspodjela noćenja u Funtani reflektira mogućnost za daljnji razvoj sadržaja u predsezoni i posezoni, ali i ukazuje na konkurentsku prednost u odnosu na otočne destinacije.

Funtana bilježi najviše noćenja u kampovima i najbolju zauzetost kreveta u odnosu na konkurenciju, a uz Mali Lošinj i najduži boravak u destinaciji

Pregled ključnih pokazatelja turističke potražnje i ponude (2024.)

Legenda:

Najviša vrijednost

Najniža vrijednost

	Funtana	Medulin	Mali Lošinj	Krk
Dolasci	313.377	434.457	292.698	246.789
Noćenja	2.079.469	2.624.988	1.944.428	1.364.729
ALS (u danima)	6,6	6,0	6,6	5,5
Noćenja u kampovima	1.651.825	1.080.787	865.737	616.201
Broj kreveta	21.674	40.222	22.944	15.862
Broj kreveta u kampovima	14.694	16.766	9.765	4.884
Zauzetost kreveta	26,3%	17,8%	23,2%	23,6%
Zauzetost kreveta u kampovima	30,8%	17,7%	24,3%	34,6%

Izvor: dzs.hr, TZ Funtana, Horwath HTL, 2026. * Napomena: za Funtanu su korišteni podaci TZ Funtana koji uključuju i nekomercijalni smještaj, dok su za ostale destinacije korišteni podaci Državnog zavoda za statistiku 136 koji uključuju samo komercijalne smještajne objekte.

Analiza primjera dobre prakse

Caorle pokazuje kako lokalni narativi i autentični prizori svakodnevice mogu oblikovati dosljednu i prepoznatljivu digitalnu komunikaciju destinacije

- **Autentični prikaz destinacije - Caorle, Italija**

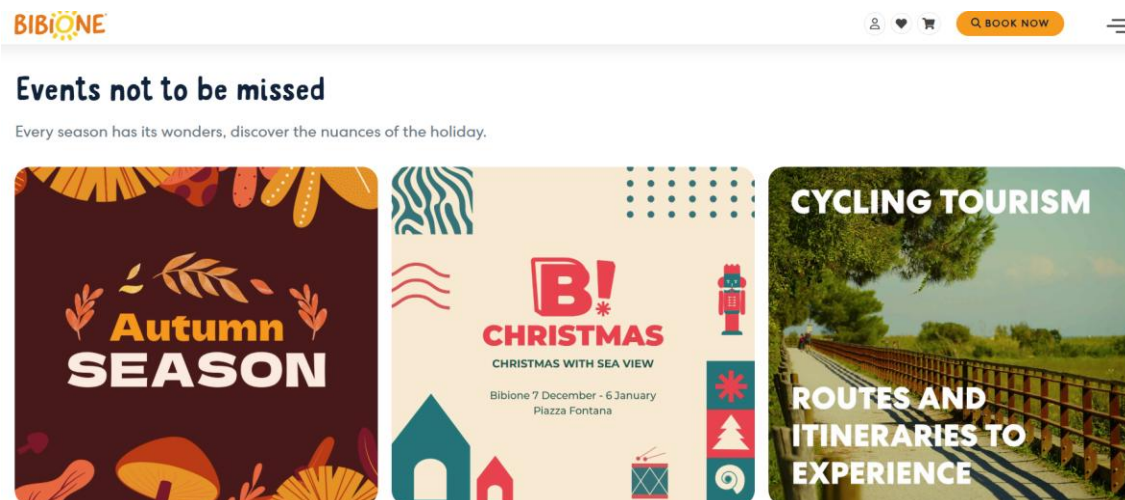


Ključne značajke

Caorle je posljednjih godina izgradio prepoznatljiv marketinški pristup koji se temelji na autentičnim lokalnim motivima, povijesnoj jezgri i snažnom identitetu obalnog ribarskog gradića. Umjesto masovnih generičkih kampanja, destinacija komunicira kroz vizuale i poruke koje ističu šarene uličice starog grada (*centro storico*), pastelne fasade kuća, lokalne brodice, tradiciju ribolova te pejzaž lagune s kućicama “casoni”. Ovaj narativ je konzistentno prisutan na službenim kanalima Turističke organizacije Caorlea, osobito na društvenim mrežama i u lifestyle video-formatima. Digitalna komunikacija naglašava emociju mjesta: šetnje slikovitim ulicama, mirise lokalne gastronomije, ribarske običaje i osjećaj “malog mediteranskog grada” koji je zadržao identitet unatoč turističkoj potražnji. Caorle pritom koristi veliki udio sadržaja posjetitelja (UGC), posebno na Instagramu, čime dodatno pojačava autentičnost i organski doseg. Ovakav pristup, fokusiran na lokalnu priču umjesto na masovnu promociju, omogućio je Caorleu diferencijaciju u regiji Veneto i stabilnu izgradnju emocionalnog brenda.

Sezonski utemeljena digitalna komunikacija Bibionea jasno povezuje ponudu s pojedinim razdobljima godine i potiče dolaske izvan ljetne sezone

▪ Sezonska marketinška komunikacija – Bibione, Italija



Ključne značajke

Marketinška komunikacija Bibionea organizirana je kroz sezonske teme koje potiču posjet i izvan vrhunca ljeta te jasno povezuju web stranicu, društvene mreže i oglašavanje. Već na početnoj stranici ističu se jesenski, proljetni i zimski programi, a isti sezonski naglasci pojavljuju se u objavama i kratkim videima na društvenim mrežama, gdje se prikazuju konkretne aktivnosti i ambijenti vezani uz šetnje, boravak u prirodi, wellness i obiteljski odmor. Sadržaj je grupiran u tematske cjeline kao što su boravak na otvorenom, obiteljske aktivnosti, biciklizam i wellness, uz dosljedan vizualni stil i jednostavne poruke koje prate ciljana oglašavanja na emitivnim tržištima i suradnje s influencerima. U istom se okviru komuniciraju i smještajne mogućnosti u kampovima i apartmanima te posebne ponude vezane uz određena razdoblja godine, što olakšava povezivanje inspirativnog sadržaja s konkretnom odlukom o rezervaciji. Takav način vođenja komunikacije omogućuje da Bibione tijekom cijele godine aktivno usmjerava potražnju prema pojedinim razdobljima, naglašava raznolikost svoje ponude prema obiteljskim i aktivnim posjetiteljima i postupno jača doživljaj destinacije kao mjesta za boravak izvan samog ljetnog vrhunca.

Cold Hawaii Games pokazuje kako specijalizirani outdoor proizvod može transformirati malo mjesto i produljiti sezonu

- *Cold Hawaii Games* - Klitmøller i Vorupør, Danska



Ključne značajke

Cold Hawaii Games razvijen je kao krovni surf proizvod za mala mjesta Klitmøller i Vorupør u Nacionalnom parku Thy, s jasno označenim lokacijama za surfanje, školama i javno dostupnim vodičima po spotovima. Temelji se na činjenici da su najbolji uvjeti za valove u jesenskim i zimskim mjesecima pa je proizvod od početka projektiran tako da puni predsezona i sezonu kroz strukturirane programe za različite razine znanja. Program uključuje natjecateljske i rekreativne discipline, početničke tečajeve i događaje u zajednici, čime se širi baza sudionika i osigurava da lokalni poduzetnici imaju koristi i izvan ljeta. Operativni model proizvoda oslanja se na sustav vodiča i digitalnih alata koji prate uvjete vjetera i valova te usmjeravaju posjetitelje na alternativne lokacije kada se vrijeme promijeni, što omogućuje kontinuirano korištenje sadržaja. Medijski sadržaji i reportaže prate razvoj *Games* programa i potvrđuju transformaciju nekadašnjeg ribarskog mjesta u specijalizirano surf središte s cjelogodišnjim identitetom i novim poslovnim prilikama u razdobljima van glavne sezone, dok nacionalni park kroz standardizirane upute za boravak na vodi i poštivanje prirode smanjuje barijere za dolazak i korištenje ovog proizvoda.

Kroz spoj tradicionalnih plovila, zanatskih radionica i umjetničkih nastupa, Pasaia uspješno valorizira pomorsku baštinu u formi atraktivnog kulturnog iskustva

▪ *Pasaia Itsas Festibala* - Pasaia, Baskija, Španjolska

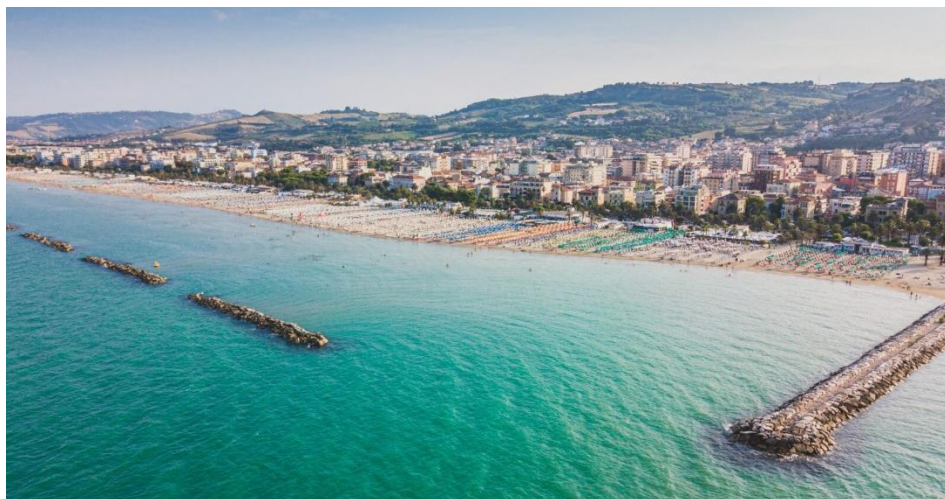


Ključne značajke

Pasaia Itsas Festibala u baskijskom gradiću Pasaia predstavlja kvalitetan koncept kulturno-pomorskog događanja koje spaja tradiciju, umjetnost i gastronomiju. Festival okuplja više od 100 tradicionalnih brodova iz cijele Europe, pretvarajući luku u “živi muzej” pomorske baštine, uz sudjelovanje oko 300 članova posada. Program je strukturiran u nekoliko sadržajnih cjelina: pomorske demonstracije i vožnje, radionice tradicionalnih zanata poput obrade drva i restauracije barki, glazbene i plesne izvedbe, tematske izložbe, edukativne programe za djecu te gastro-ponudu koja prezentira lokalnu ribarsku kuhinju. Festival privlači oko 120.000 posjetitelja po izdanju, a organizira ga kulturna institucija Albaola u suradnji s općinom, lokalnim udrugama i međunarodnim partnerima. Uspjeh festivala proizlazi iz strateškog povezivanja baštine, umjetnosti i zajednice u jedinstven kulturni format koji jasno pozicionira destinaciju i doprinosi snažnijoj interpretaciji tradicije mjesta.

Pametna kombinacija digitalnih rješenja i shuttle prijevoza omogućuje San Benedetto del Tronto učinkovitije upravljanje turističkom mobilnošću

- Digitalno upravljanje turističkim tokovima i mobilnošću - San Benedetto del Tronto, Italija



Ključne značajke

San Benedetto del Tronto, jedno od tri vodeća turistička odredišta u regiji Marche (2024. oko 169.000 dolazaka i 825.000 noćenja), suočava se s tipičnim problemima obalnih mjesta: sezonskim prometnim opterećenjem i ograničenim parkiranjem u priobalnoj zoni. Kao odgovor, grad kombinira periferno parkiranje s digitaliziranim sustavom naplate i organiziranim *shuttle* prijevozom. Posjetitelji mogu parkirati vozilo na velikom parkiralištu na periferiji grada, odakle besplatni *shuttle* autobus vikendima u srpnju i svakodnevno u kolovozu, od 8 do 19 sati, svakih 20 minuta vozi duž cijele obale s nizom strateških stajališta. Istodobno, parkirne zone u gradu povezane su s aplikacijama EasyPark, MooneyGo (myCicero) i ParkingMyCar, koje omogućuju digitalno plaćanje, produženje ili prekidanje parkiranja i plaćanje stvarno korištenog vremena, što smanjuje kruženje vozila u potrazi za mjestom i povećava komfor za turiste. Takav model pokazuje kako i manja obalna destinacija može kombinirati jednostavna digitalna rješenja i *shuttle* prijevoz za učinkovitije upravljanje prometom i turističkim tokovima.

Val di Fiemme pokazuje da snažna koordinacija općina, turističkih zajednica i privatnog sektora može stvoriti učinkoviti model destinacijskog upravljanja i cjelogodišnju potražnju



Ključne značajke

Val di Fiemme predstavlja jedan od najprepoznatljivijih primjera integriranog destinacijskog menadžmenta. Destinacija je formirala jedinstvenu organizaciju Fiemme Tourism Board, koja objedinjuje općine, hotele, sportske klubove i lokalne pružatelje usluga te zajednički upravlja razvojem proizvoda, infrastrukturom i promocijom. Model se temelji na sustavnom financiranju iz turističke pristojbe i lokalnih doprinosa, što omogućava dugoročno planiranje, razvoj tematskih *outdoor* i sportskih sadržaja te održavanje infrastrukture. Val di Fiemme uspostavio je i snažan cjelogodišnji kalendar događanja te zajedničke mehanizme za upravljanje posjetiteljima i prometom tijekom vršnih razdoblja. Kroz koordinaciju razvojnih projekata, zajedničku komunikacijsku platformu i formaliziranu suradnju dionika, destinacija je postigla jasnu podjelu uloga, stabilno financiranje, prepoznatljivo pozicioniranje i kontinuirani rast potražnje tijekom cijele godine.

4. Analiza turističkog tržišta destinacije

4.1. *Analiza turističke ponude*

4.2. Analiza javne turističke infrastrukture

4.3. Analiza turističke potražnje

4.4. Analiza resursne osnove

4.5. Analiza komunikacijskih aktivnosti

4.6. Analiza konkurencije

4.7. Ključni nalazi intervjuja provedenih s destinacijskim dionicima



Metodologija provođenja intervjua destinacijskih dionika

Cilj

Cilj provedbe intervjua s destinacijskim dionicima bio je dobiti uvid u postojeće stanje, glavne izazove i prilike te očekivanja dionika od budućeg razvoja destinacije.

Osim za razumijevanje trenutnog stanja, dobivene informacije predstavljaju kvalitetnu podlogu za definiranje strateškog okvira razvoja destinacije.

Metodološki pristup

U analitičkoj fazi izrade Plana upravljanja destinacijom provedeni su intervjui s predstavnicima Općine Funtana i Turističke zajednice općine Funtana te s odabranim predstavnicima privatnog sektora koji imaju značajnu ulogu u turističkom razvoju destinacije.

Osim njih, vrijedne informacije zadobivene su i kroz intervjue ostalih dionika porečkog klastera. Intervjui su vođeni prema unaprijed pripremljenim pitanjima koja prate tematske definirane cjeline. Nalazi intervjua su sintetizirani u tri tematske grupe: marketinška komunikacija, razvoj proizvoda i destinacijski menadžment.

Područja obuhvata analize



MARKETINŠKA KOMUNIKACIJA



RAZVOJ PROIZVODA



DESTINACIJSKI MENADŽMENT

Dionici ističu Funtanu kao zrelu kamping destinaciju čiji daljnji razvoj treba usmjeriti na selektivan rast kvalitete te jasnije definiranje ponude ključnih turističkih proizvoda



Marketinška komunikacija

- Funtana se na tržištu prepoznaje prije svega kao kamping destinacija, s primarnom vizijom proširivanja turističkog prometa i na razdoblja predsezone i posezone.
- Marketinške aktivnosti provode se prvenstveno kroz suradnju s hotelskim kućama, dok samostalne promotivne aktivnosti TZ-a imaju ograničen opseg.
- Suradnja s klasterom Porečke rivijere odvija se kroz razvijanje web portala, *outdoor* sadržaja i gastro inicijative.
- Dionici ističu potrebu jačeg pozicioniranja sportskih i *outdoor* proizvoda te diferenciranje Funtane kao mirne destinacije za obiteljski odmor, primarno u kvalitetnim kamping kapacitetima.



Razvoj proizvoda

- Funtana je izrazito snažna kamping destinacija s kampovima visoke kategorije koji generiraju najveći udio noćenja i ključni su pokretači produženja sezone.
- Prostorna ograničenja i činjenica da je gotovo dosegnut maksimum zadan urbanističkim planovima upućuju na potrebu selektivnog razvoja i podizanja kvalitete postojećih zona.
- Ponuda aktivnog odmora prepoznata je kao snažna prednost destinacije, s dobro uređenim i povezanim pješačkim i biciklističkim stazama
- Gastro ponuda je kompaktna i kvalitetna, pri čemu dio objekata radi i tijekom zime, a manifestacije poput Funtanjanskih gušta dodatno podupiru ponudu u predsezoni i posezoni.
- Planirani hotelski projekti predstavljaju najveće buduće iskorake, no dionici naglašavaju da novi projekti moraju biti selektivni i prilagođeni ograničenom prostoru.



Destinacijski menadžment

- Ključni izazovi odnose se na promet i parking, jer državna cesta kroz naselje stvara velika sezonska opterećenja. Izgradnja zaobilaznice pritom se ističe kao glavni prometni prioritet.
- Mobilnost između Funtane i drugih središta je loša, autobusne linije su rijetke i nekonzistentne, što ograničava kretanje posjetitelja.
- Suradnja s privatnim sektorom odvija se kroz projektne potrebe, primjerice u infrastrukturnim i sportskim sadržajima, no trenutno je više operativna nego strateški koordinirana.
- Dionici smatraju da bi daljnji rast kapaciteta trebalo ograničiti, osobito u privatnom smještaju, kako bi se zadržala kvaliteta života i osigurala održivost destinacije.
- Kampovi, sportski programi i stabilna suradnja s hotelskim kućama daju Funtani snažnu poziciju, ali destinacija treba jasnije definirati buduće pozicioniranje i ulogu ključnih proizvoda.

An aerial photograph of a coastal marina. The marina is situated on a lush green island, with numerous sailboats docked in rows. The water is a deep blue, and the sky is clear with some light clouds. The island's coastline is visible, showing a mix of greenery and some buildings. The overall scene is serene and picturesque.

5. Zaključci i implikacije provedene analize stanja destinacije

Zaključci i implikacije provedene analize stanja destinacije

1.

Funtana tijekom vrhunca sezone doseže izrazito visoke razine prostornog i infrastrukturnog opterećenja, osobito u obalnoj zoni gdje se preklapaju rekreativne, turističke i svakodnevne funkcije

- Intenzitet stacionarnog turizma u kolovozu 2025. doseže vrijednost 16,6, odnosno oko 1.664 turista na 100 stanovnika, što potvrđuje snažnu sezonsku koncentraciju i pojačani operativni pritisak u ljetnom razdoblju.
- Raspoloživost plaža u vršnim danima iznosi prosječno 5,8 m² po osobi, što ukazuje na intenzivno korištenje obale i potrebu pažljivog upravljanja plažnim zonama.
- Potrošnja vode raste više od 16 puta između najnižeg i najvišeg mjesečnog opterećenja, što jasno pokazuje ljetnu osjetljivost komunalne infrastrukture i potrebu za preciznijim sezonskim upravljanjem.

Implikacija:

Potrebno je ojačati operativno i prostorno upravljanje u vrhuncu sezone - prvenstveno kroz zoniranje obale, optimizaciju komunalnih sustava i bolje upravljanje plažnim i javnim površinama.

2.

Smještajna struktura snažno oblikuje sezonalni karakter destinacije i koncentraciju turističkih aktivnosti u vršnim ljetnim mjesecima

- Kampovi čine oko 68% svih kreveta, što potvrđuje da kamping kapacitet nosi glavninu turističkog volumena, ali istovremeno generira izrazitu sezonsku ovisnost.
- Hotelski kapaciteti čine manje od 10% ukupne ponude, bez primjetnog rasta u posljednjih nekoliko godina, što ograničava potencijal za ozbiljnije privlačenje turista izvan glavne turističke sezone.
- Omjer kreveta u komercijalnom smještaju prema stanovnicima iznosi 1.622 na 100 stanovnika, a uz kuće i stanove za odmor 1.781, što ukazuje na vrlo snažnu prostornu i tržišnu orijentiranost prema sezonskom smještaju uz obalu.

Implikacija:

Daljnji razvoj turističkog proizvoda treba biti usmjeren na postupno produljenje sezone kroz diversifikaciju sadržaja i selektivno jačanje ponude koja potiče dolaske izvan vršnih ljetnih mjeseci.

Zaključci i implikacije provedene analize stanja destinacije

3. Okolišni pokazatelji u Funtani stabilni su, no nedostatak pojedinih mjernih podataka i izražen sezonski porast opterećenja resursa ograničavaju dugoročno i kvalitetno upravljanje održivošću destinacije

- Kakvoća mora na svim mjernim točkama ocijenjena je kao izvrsna, što potvrđuje visoku razinu očuvanosti obalnog prostora.
- Na području Funtane nema mjerne postaje za kvalitetu zraka; zrak u zoni HR 4 Istra u drugoj je kategoriji za prizemni ozon, s najviše prekoračenja ciljne vrijednosti od lipnja do rujna, pa okolišne pokazatelje treba sustavno pratiti.
- Razlika između ljetne i zimske potrošnje resursa višestruko je izražena, što ukazuje na potrebu planiranja kapaciteta prema sezonskim vrhuncima.

Implikacija:

Uspostava potpunijeg sustava monitoringa ključna je za pravodobno upravljanje resursima i dugoročnu očuvanost okoliša.

4. Socijalni i prostorni pokazatelji otkrivaju snažan utjecaj turizma na svakodnevni život lokalne zajednice, pri čemu su apartmanizacija i gužve prepoznate kao najizraženiji izazovi

- Gotovo 71 % stanovnika (70,5%) smatra da apartmanizacija negativno utječe na kvalitetu života, što odražava zabrinutost zbog rasta turističke namjene u stambenom fondu.
- Preko 63% stanovnika gužve na javnim površinama smatra određenim problemom, što potvrđuje utjecaj sezonskih opterećenja na svakodnevno funkcioniranje.
- Udio stambenih jedinica turističke namjene u broju nastanjenih stanova za stalno stanovanje iznosi 130,6%, što ukazuje na snažnu orijentaciju prostora prema turizmu u odnosu na potrebe lokalnog stanovništva.

Implikacija:

Potrebno je strateški balansirati razvoj između turističke namjene i potreba lokalne zajednice, osobito u prostornom planiranju i upravljanju komunalnim sustavima.

Zaključci i implikacije provedene analize stanja destinacije

5.

Turistička ponuda Funtane temelji se primarno na proizvodima sunca i mora i aktivnog odmora, uz događanja kao dopunski element te kulturu i nautiku s potencijalom za daljnji kvalitativni iskorak

- More, plaže i kamping čine glavnu okosnicu ponude, što potvrđuje i vrlo visok udio zadovoljstva posjetitelja prirodnim i ambijentalnim karakteristikama destinacije.
- Sadržaji aktivnog odmora i događanja doprinose diferencijaciji, ali su većinom sezonalni i nisu razvijeni u koherentne cjelogodišnje motive dolaska.
- Kulturni i nautički elementi prisutni su, no funkcionalno su disperzirani i nisu integrirani u cjelovit proizvod koji bi mogao nadograditi temeljnu ponudu.

Implikacija:

Potrebno je tematski povezati i unaprijediti postojeće proizvode te razviti sadržaje koji mogu generirati posjetitelje tijekom većeg dijela godine.

6.

Potražnja u Funtani izrazito je sezonska i oslanja se na nekoliko dominantnih emitivnih tržišta, iako se u usporedbi 2025. i 2019. jasno vidi rast noćenja u predsezoni i posezoni, što ukazuje na realan potencijal za ravnomjerniju godišnju distribuciju

- U vršnom mjesecu bilježi se gotovo 600.000 noćenja (594.829 u kolovozu 2025.), dok izvan ljetnog razdoblja potražnja značajno pada, potvrđujući koncentrirani sezonski obrazac.
- Glavninu potražnje čine gosti iz Njemačke, Nizozemske, Austrije i Slovenije (68% noćenja u 2025.), što oblikuje sezonalnost i tržišnu orijentaciju destinacije.
- Usporedba sezonalnih krivulja pokazuje da je 2025. u odnosu na 2019. najveći porast noćenja zabilježila u rujnu, lipnju, listopadu i svibnju, što upućuje na rast interesa u rubnim mjesecima.

Implikacija:

Daljnji razvoj treba usmjeriti prema tržištima i segmentima koji već pokazuju interes izvan sezone, uz snažniji razvoj proizvoda za razdoblja svibanj-lipanj i rujan-listopad.

Zaključci i implikacije provedene analize stanja destinacije

7. Struktura rashoda Turističke zajednice općine Funtana jasno prioritizira razvoj događanja i outdoor sadržaja, a partnerski model marketinške komunikacije pruža stabilnu platformu za dosljedno pozicioniranje destinacije

- Ulaganja u razvoj turističkog proizvoda čine oko 48% ukupnih rashoda, pri čemu događanja nose oko 90% te kategorije te predstavljaju okosnicu sadržaja destinacije.
- Outdoor i obalni sadržaji kontinuirano se unapređuju kroz klusterske projekte i suradnju s lokalnim partnerima, čime se jača cjelokupni doživljaj boravka.
- Marketinška komunikacija dominantno se provodi kroz udružene kampanje i partnerske kanale hotelskih kuća i kampova, što osigurava širok i ujednačen tržišni doseg.

Implikacija:

Usmjeravanje većeg dijela razvojnih i promotivnih aktivnosti prema vansezonskim sadržajima omogućilo bi postupan rast predsezonske i posezonske potražnje.

8. Primjeri dobre prakse pokazuju da i manje destinacije, uz jasnu viziju razvoja i koordinaciju dionika mogu ostvariti značajan napredak u područjima marketinške komunikacije i razvoja turističkog proizvoda

- Caorle i Bibione pokazuju kako dosljedna digitalna komunikacija, utemeljena na autentičnim lokalnim motivima i sezonskim temama, potiče dolaske i izvan vrhunca ljeta.
- Cold Hawaii Games i Pasaia Itsas Festibala pokazuju da specijalizirani outdoor proizvod ili događanje utemeljeno na lokalnoj baštini može produljiti sezonu i u malom mjestu.
- San Benedetto del Tronto i Val di Fiemme pokazuju da digitalno upravljanje parkiranjem, shuttle prijevoz i formalizirana suradnja općina, turističkih zajednica i privatnog sektora omogućuju učinkovito upravljanje vršnim opterećenjima.

Implikacija:

Usvajanje elemenata integriranog pristupa - jasnih tematskih prioriteta, koordiniranih dionika i dosljedne komunikacije - omogućuje efikasniji razvoj ključnih proizvoda i povećanje vidljivosti na tržištu.

6. SWOT analiza



SWOT analiza turističkog tržišta Funtane



Snage

- Iznimno visok turistički promet u odnosu na veličinu destinacije što potvrđuje snažnu tržišnu poziciju i prepoznatljivost
- Kampovi visoke kategorije kao komparativna prednost i glavni pokretač sezone
- Kvalitetna resursna osnova za aktivni i outdoor turizam - uređene pješačke i biciklističke staze
- Autentična gastro ponuda utemeljena na lokalnim namirnicama i tradiciji
- Etabilirana pozicija na ključnim emitivnim tržištima, posebice Njemačkoj, Nizozemskoj, Austriji i Sloveniji, s jasnim trendom rasta predsezone i posezone



Prilike

- Rast potražnje za autentičnim i obiteljskim destinacijama izvan glavne sezone
- Klasterska suradnja u okviru Porečke rivijere kao platforma za zajednički razvoj outdoor, eno-gastro i bike proizvoda te koordiniran tržišni nastup
- Vidljiv pomak potražnje prema rubnim mjesecima (svibanj, lipanj, rujanj, listopad) koji potvrđuje realan potencijal za produljenje sezone uz ciljanje proizvode i tržišta
- Tehnološki napredak u digitalnim alatima za interpretaciju baštine, upravljanje posjetiteljima i personalizaciju doživljaja



Slabosti

- Izrazita dominacija kamping smještaja (79,7% noćenja u 2025.) uz ograničen hotelski portfelj, što smanjuje mogućnost privlačenja turista izvan ljetnih mjeseci
- Državna cesta koja prolazi kroz središte naselja stvara prometna i sigurnosna opterećenja u vršnoj sezoni
- Iscrpljeni prostorni kapaciteti zona ugostiteljsko-turističke namjene ograničavaju mogućnost novog razvoja i diversifikacije ponude i rast usmjeravaju u stambene zone
- Nedostatna autobusna povezanost s okolnim mjestima otežava kretanje posjetitelja
- Kulturna i povijesna baština (Školjić, akvadukt, Funtanjanski kaštel, Perila) prisutna je, ali nedovoljno interpretirana i funkcionalno neintegrirana u turističku ponudu



Prijetnje

- Sve snažnija konkurencija kamping destinacija u Hrvatskoj i mediteranskom okruženju koje ulažu u podizanje kategorije i diversifikaciju ponude
- Klimatske promjene i ekstremne ljetne temperature koje mogu smanjiti atraktivnost klasičnog ljetnog modela i dodatno opteretiti komunalnu infrastrukturu
- Rizik daljnje apartmanizacije koja narušava kvalitetu života lokalnog stanovništva i pritišće stambeni fond (70,5% stanovnika već percipira negativan utjecaj)
- Visoka koncentracija potražnje na svega 3 tržišta (Njemačka, Nizozemska i Austrija ostvaruju 59% noćenja u 2025.) kao faktor izloženosti vanjskim šokovima

7. Opća načela razvoja turizma



Opća načela razvoja turizma

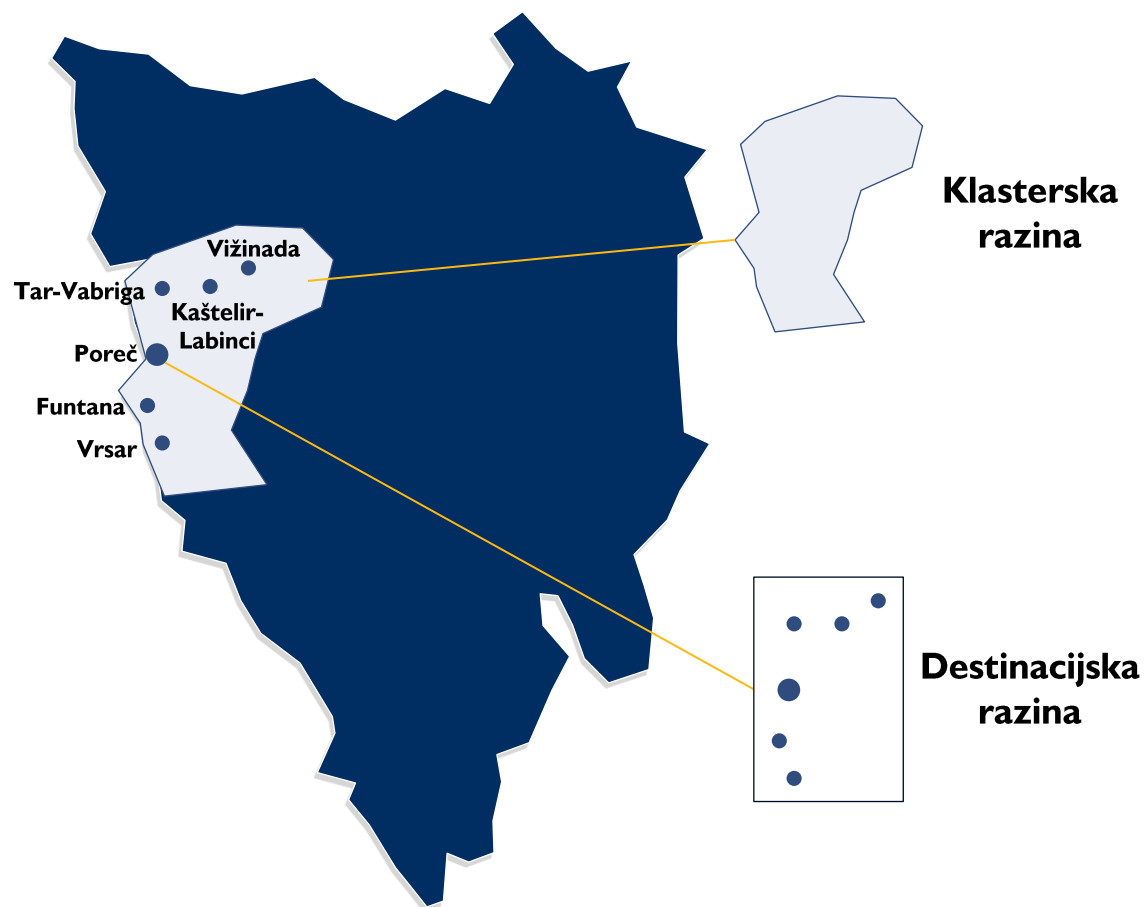
Prema metodologiji i Smjernicama i uputama za izradu Plana upravljanja destinacijom potrebno je definirati opća načela dugoročnog razvoja turizma. Ona predstavljaju normativni okvir za strateško planiranje te služe kao temelj za definiranje ciljeva i mjera, kao i za praćenje i evaluaciju učinaka razvoja turizma. Opća načela su sljedeća:

	ODRŽIVOST	▶	Razvoj turizma temelji se na racionalnom korištenju prostora, očuvanju prirodnih i kulturnih resursa te uravnoteženom odnosu između turističkih aktivnosti i lokalne zajednice. Održivost podrazumijeva dugoročnu zaštitu okoliša i identiteta prostora uz smanjenje negativnih utjecaja turizma na društvo i okoliš.
	KVALITETA	▶	Naglasak se stavlja na kontinuirano podizanje kvalitete turističke ponude i doživljaja. Kvaliteta se promatra cjelovito, kroz standard usluga i infrastrukture, uređenje javnih prostora, razinu organizacije te ukupnu vrijednost turističkog proizvoda.
	PRISTUPAČNOST	▶	Turistički razvoj treba osigurati dostupnost sadržaja različitim skupinama posjetitelja. Posebna se pažnja posvećuje infrastrukturi, digitalnoj dostupnosti informacija te fizičkoj pristupačnosti javnih prostora i turističkih sadržaja.
	ZADOVOLJSTVO	▶	Zadovoljstvo posjetitelja i lokalnog stanovništva smatra se ključnim pokazateljem uspješnosti razvoja turizma. Razvoj se usmjerava na stvaranje pozitivnog iskustva boravka te uravnotežen odnos između turizma i kvalitete života.
	SIGURNOST	▶	Sigurnost prostora, događanja i posjetitelja predstavlja temeljni preduvjet razvoja turizma. U planiranju i provedbi turističkih aktivnosti naglasak se stavlja na sigurnost prometa, javni red, upravljanje rizicima i očuvanje osjećaja sigurnosti.

8. Strateški okvir



Strateški okvir: Podjela na klastersku i destinacijsku razinu



- Obuhvaća teme i mjere koje zahtijevaju koordinaciju više destinacija Porečke rivijere radi postizanja većeg tržišnog učinka i učinkovitijeg korištenja resursa.
- Usmjerena je na zajedničku viziju, pozicioniranje, razvoj ključnih proizvoda i tržišni nastup cijelog područja kao jedinstvene destinacijske cjeline.
- Omogućuje usklađivanje prioriteta javnog i privatnog sektora te strukturirano upravljanje zajedničkim projektima i investicijskim inicijativama.
- Služi kao strateški okvir koji definira smjer razvoja i marketinga kojem se pojedine destinacije prilagođavaju kroz vlastite operativne mjere.
- Stvara platformu za dugoročnu suradnju, razmjenu podataka, koordinaciju mobilnosti i integraciju ponude među destinacijama.

- Obuhvaća mjere prilagođene specifičnim razvojnim izazovima, prostornim ograničenjima i tržišnoj ulozi pojedine destinacije unutar klastera.
- Usmjerena je na upravljanje lokalnim opterećenjima, razvoj vlastitih turističkih proizvoda i jačanje operativnih i marketinških kapaciteta.
- Nadograđuje klasterske strateške smjernice kroz konkretne projekte, politike i alate prilagođene lokalnom kontekstu.
- Omogućuje diferencijaciju svake destinacije unutar zajedničkog brenda Porečke rivijere.
- Pruža temelj za donošenje odluka na razini grada ili općine kroz praćenje pokazatelja, lokalne analize i upravljanje razvojem u realnom vremenu.

An aerial photograph of a marina on a lush, green island. The marina is filled with numerous white sailboats docked in neat rows. A long, curved stone breakwater extends from the shore into the turquoise water, enclosing the harbor. In the background, the sea is dotted with small, forested islands under a blue sky with wispy clouds. The text '8. Strateški okvir' is overlaid on the left side of the image.

8. Strateški okvir

8.1. Klasterska razina

Strateški okvir: Klasterska razina

Klasterska razina predstavlja okvir strateške suradnje destinacija Porečke rivijere – Poreča, Vrsara, Funtane, Tara-Vabriga, Kaštelira-Labinaca i Vižinade – usmjeren na zajedničko pozicioniranje, koordinirani razvoj ponude i učinkovitiji tržišni nastup.

Cilj klastera nije zamjena lokalnih identiteta, već njihovo povezivanje u snažniju regionalnu cjelinu koja gostima nudi širi spektar doživljaja i produžuje boravak u regiji.

Ključne koristi klasterskog udruživanja:



Veći tržišni doseg i prepoznatljivost kroz zajednički nastup pod krovim identitetom Porečke rivijere



Poticaaj disperziji posjetitelja iz najopterećenijih zona prema zaleđu i manjim destinacijama



Komplementarnost ponude povezivanjem obalnih, ruralnih, eno-gastro, sportskih i kulturnih sadržaja različitih destinacija



Jačanje investicijske logike regije kroz zajedničke razvojne prioritete i jasniji signal tržištu



Učinkovitije korištenje resursa kroz koordinirano planiranje projekata, infrastrukture i promocije



Platforma za dugoročnu suradnju javnog i privatnog sektora na razini cijelog područja

Klasterska razina postavlja stratešku arhitekturu Porečke rivijere - okvir u kojem pojedine destinacije zadržavaju vlastiti identitet, ali zajednički nastupaju kao snažna i konkurentna regionalna destinacija.

An aerial photograph of a marina on a lush, green island. The marina is filled with numerous white sailboats docked in neat rows. A long, curved stone breakwater extends from the shore into the turquoise water. In the background, the sea is dotted with small, forested islands under a blue sky with scattered clouds. The text is overlaid on the left side of the image.

8. Strateški okvir

8.1. Klasterska razina

8.1.1. Vizija i pozicioniranje

Strateški okvir

Vizija i pozicioniranje

Interna vizija i pozicioniranje na klsterskoj razini definiraju zajednički razvojni smjer Porečke rivijere kao funkcionalno povezane regionalne destinacije koja nadilazi administrativne granice pojedinih gradova i općina. One stvaraju okvir za koordinirani razvoj ponude, investicija i tržišnog nastupa svih uključenih destinacija, uz očuvanje njihovih specifičnih identiteta.

Pozicioniranje klastera temelji se na povezivanju obalne i ruralne ponude, aktivnog odmora, gastronomije, kulture i sporta u jedinstvenu cjelinu koja gostima omogućuje raznovrsniji boravak, dulje zadržavanje u regiji i višu ukupnu potrošnju.

U tom kontekstu, vizija i pozicioniranje odgovaraju osobito na sljedeće strateške izazove i prilike:

- potrebu za jačim regionalnim identitetom prema tržištu
- fragmentiranost ponude između manjih destinacija
- potencijal disperzije gostiju iz najopterećenijih zona
- razvoj komplementarnih proizvoda unutar šireg područja
- učinkovitije korištenje zajedničkih resursa i infrastrukture

Vizija i pozicioniranje postavljeni su kao krovni okvir za daljnju razradu klsterskih mjera i modela suradnje, osiguravajući da sve destinacije djeluju prema zajedničkom smjeru razvoja, ali s jasno očuvanim lokalnim karakterom.



Vizija

Ova ambicija proizlazi iz potrebe za snažnijom koordinacijom razvoja, marketinga i mobilnosti između funkcionalno povezanih destinacija Porečke rivijere koje već dijele tržišta, infrastrukturu i posjetiteljske tokove, ali zasad surađuju pretežito neformalno i bez zajedničkog strateškog okvira

Raznolikost karaktera pojedinih destinacija predstavlja temelj konkurentnosti klastera i omogućuje razvoj komplementarnih proizvoda umjesto međusobno zamjenjivih ponuda.

Porečka rivijera postaje referentni primjer suradnje destinacija koje kroz očuvani lokalni identitet i diferencirane doživljaje zajednički grade snažnu, međunarodno konkurentnu i održivu turističku regiju.

Zajednički nastup stvara preduvjete za jaču međunarodnu prisutnost, strateški fokusiran marketing i koordinirano upravljanje razvojem destinacije, čime se podiže konkurentnost klastera i osigurava dugoročna održivost.

Pozicioniranje

Uz snažan temelj proizvoda sunca i mora, raznolikost obalnih i ruralnih krajolika, razvijenu gastronomsku ponudu, aktivni boravak, bogate kulturne sadržaje i rastući potencijal poslovnog i incentive turizma, Porečka rivijera se kroz povezivanje komplementarnih destinacija i koordinirani razvoj ponude profilira kao jedna od najraznovrsnijih i najatraktivnijih regionalnih turističkih cjelina za cjelogodišnji boravak na sjevernom Jadranu.

Glavna uporišta pozicioniranja



**...snažan temelj
proizvoda sunca i
mora...**

- Obalni dio klastera (Poreč, Vrsar, Funtana, Tar-Vabriga) nosi najveći volumen smještajnih kapaciteta i dolazaka
- Plaže, kampovi, marine i ljetna infrastruktura čine jezgru turističke potražnje
- More i klima ostaju primarni motiv dolaska većine emitivnih tržišta



**...raznolikost obalnih i
ruralnih krajolika...**

- Klaster spaja razvijenu obalu s vinogradima, maslinicima i brežuljkastim zaleđem Tar-Vabriga, Vižinade i Kaštelir-Labinaca
- Kratke udaljenosti omogućuju jednodnevne izlete i kombiniranje doživljaja
- Prostorna raznolikost stvara osnovu za širi spektar proizvoda izvan glavne sezone



**...razvijenu
gastronomsku ponudu,
aktivni boravak,
bogate kulturne
sadržaje ...**

- Regija ima snažnu vinsku i maslinarsku scenu, restoransku ponudu i lokalne proizvođače
- Biciklističke rute (Parenzana), šetnice, sportska infrastruktura i outdoor sadržaji podupiru aktivni turizam
- Kulturna baština, manifestacije i povijesne jezgre pružaju dodatne motive dolaska tijekom cijele godine



**...rastući potencijal
poslovnog i incentive
turizma...**

- Razvoj kongresne infrastrukture u Poreču otvara mogućnost jačeg pozicioniranja u MICE segmentu
- Zaleđe i manje destinacije klastera pružaju idealnu podlogu za incentive programe i izlete
- Kombinacija poslovnih događanja i doživljajnih sadržaja povećava konkurentnost regije izvan ljeta



**...povezivanje
destinacija i
koordinirani razvoj
ponude...**

- Destinacije već dijele tržišta, posjetiteljske tokove i prometnu infrastrukturu
- Zajednički razvoj proizvoda omogućuje komplementarnost umjesto međusobne konkurencije
- Koordinacija marketinga i investicija povećava učinkovitost javnih sredstava i vidljivost klastera



...jedna od najraznovrsnijih i najatraktivnijih regionalnih turističkih cjelina za cjelogodišnji boravak na sjevernom Jadranu.

An aerial photograph of a marina on a lush, green island. Numerous white sailboats are docked in rows along a long pier. The water is a deep blue, and the sky is clear with some light clouds. In the background, other islands are visible in the distance.

8. Strateški okvir

8.1. Klasterska razina

8.1.1. Vizija i pozicioniranje

8.1.2. *Ključne mjere*

Mjera # I: Razvoj modela formalizacije suradnje klastera Porečka rivijera

Mjera je usmjerena na formalizaciju klasterske suradnje između Poreča i okolnih destinacija kroz uspostavu jasnog organizacijskog i upravljačkog modela klastera Porečka rivijera. Cilj je osigurati kontinuiranu koordinaciju zajedničkih aktivnosti, jasnu podjelu uloga i učinkovit operativni okvir za provedbu klusterskih projekata, uz zadržavanje autonomije pojedinih destinacija.

Ključne aktivnosti mjere:

1. Analiza postojećih oblika suradnje među destinacijama

Pregled aktualnih mehanizama koordinacije, zajedničkih projekata, sporazuma i neformalnih platformi suradnje između Poreča i okolnih destinacija.

2. Analiza najboljih primjera prakse drugih institucionalnih modela turističkih klastera

Analiza usporedivih europskih primjera (npr. vinske regije, obalne mikroregije, klasteri s istakutom gradskom destinacijom, srednje europski modeli, ruralno-obalni klasteri) s naglaskom na upravljačku strukturu, financiranje i ovlasti.

3. Definiranje mogućih modela formalizacije klastera

Razrada alternativnih opcija uz procjenu prednosti, ograničenja i pravnih implikacija svakog modela.

4. Odabir optimalnog modela upravljanja klasterom

Zajedničko donošenje odluke o institucionalnom okviru klastera od strane uključenih jedinica lokalne samouprave i turističkih zajednica te modelu održivog financiranja.

5. Provedba administrativnih i operativnih radnji za implementaciju odabranog modela formalizacije

Priprema i provedba potrebnih pravnih, organizacijskih i proceduralnih koraka za uspostavu klasterske suradnje u skladu s odabranim modelom.

Planirani rokovi izvršenja

Početak implementacije	IV. kvartal 2026.
Završetak implementacije	II. kvartal 2027.

Nositelj provedbe:

Turistička zajednica grada Poreča, i ostale turističke zajednice u sklopu Porečke rivijere

Izvor financiranja:

Proračuni turističkih zajednica u sklopu Porečke rivijere

Potencijalni modeli klasterske suradnje Porečke Rivijere

1. Nastavak postojećeg modela suradnje

- Klasterska suradnja odvija se bez formalno uspostavljenog upravljačkog okvira
- Operativne odgovornosti i nositelji provedbe nisu jasno definirani
- Provedba zajedničkih aktivnosti ovisi o pojedinačnim inicijativama uključenih TZ-ova
- Model ne osigurava sustavno planiranje praćenje niti dugoročnu stabilnost suradnje



2. Centralizirani model suradnje

- Operativna odgovornost za klasterku suradnju centralizira se kroz uspostavu odjela klasterske suradnje u sklopu postojeće organizacijske strukture TZ-a Poreč
- Zajedničko planiranje i provedba klusterskih aktivnosti provode se na kontinuiran način
- Omogućuje koordiniran tržišni nastup i zajedničku promociju uključenih turističkih zajednica
- Model uvodi jasno definiranu operativnu odgovornost i osigurava kontinuitet provedbe zajedničkih aktivnosti



3. Osnivanje zasebnog destinacijskog subjekta

- Klasterska suradnja organizira se kroz uspostavu zasebnog pravnog subjekta koji uključuje javni i privatni sektor te preuzima odgovornost za koordinaciju i provedbu klusterskih aktivnosti
- Model uspostavlja centraliziranu razinu odlučivanja i koordinacije klusterskih aktivnosti
- Omogućuje jedinstveni marketinški nastup i koordiniranu promociju uključenih destinacija
- Nacionalni presedan i izazov usklađenosti s postojećim zakonodavnim okvirom. Rizik stvaranja "mini IRTA-a".



Preporučuje se centralizirani model upravljanja klasterkom suradnjom kao najprimjereniji okvir kako bi se osiguralo jasno definiranje operativnih odgovornosti i kontinuiteta provedbe uz postepeno podizanje formalizacije suradnje u odnosu na postojeće stanje.

Centralizirani model suradnje

Centralizirani model suradnje omogućuje koordiniran tržišni nastup i zajedničku promociju turističkih zajednica Porečke rivijere, uz učinkovitiju provedbu zajedničkih aktivnosti i osiguravanje kontinuiteta suradnje kroz jasno definirane zadaće, odgovornosti, način financiranja te sustav praćenja i evaluacije.

Struktura modela

Struktura centraliziranog modela temelji se na uspostavi koordinacijske radne funkcije (odjela) zaduženog za klastersku suradnju, organizacijski pozicionirane unutar jedne turističke zajednice (najveće - tj. TZ Poreč), koja operativno djeluje u ime svih uključenih TZ-ova i isključivo u području zajedničkih klasterskih aktivnosti. Broj novo zaposlenih djelatnika definira se dogovorno, zavisno o količini posla i planiranom opterećenju.

Upravljački okvir

Upravljački okvir centraliziranog modela definira operativnu odgovornost kroz godišnji plan i program rada, koji usvajaju svi uključeni dionici, čime se osigurava jasno definirana provedba, koordinacija i izvještavanje na razini klastera. Model je komplementaran postojećem sistemu te ne zahtjeva značajne izmjene niti predstavlja neki oblik udruživanja TZ-ova (neformalno ili formalno).

Ključne zadaće

Ključne zadaće centraliziranog modela usmjerene su na operativnu provedbu dogovorenog godišnjeg plana klasterskih aktivnosti, kontinuiranu koordinaciju uključenih turističkih zajednica te provedbu zajedničkih aktivnosti u suradnji s relevantnim dionicima.

Financiranje i resursi

Financiranje i resursi centraliziranog modela temelje se na zajedničkom sudjelovanju uključenih turističkih zajednica u financiranju radne funkcije i osnovnih operativnih troškova, uz unaprijed definirane financijske doprinose i osiguravanje održivosti modela minimalno kroz srednji rok.

Praćenje i evaluacija

Praćenje i evaluacija centraliziranog modela obuhvaćaju vođenje evidencije provedenih klasterskih aktivnosti, praćenje njihove realizacije u odnosu na godišnji plan, redovito izvještavanje o statusu aktivnosti te evaluaciju provedbe klasterske suradnje.

Mjera #2: Definicija operativnih planova razvoja turističkih proizvoda

Izradom operativnih planova za svaki primarni i sekundarni turistički proizvod klastera stvara se provedbeni okvir za jačanje konkurentnosti, diferencijaciju ponude i produženje sezone, pri čemu definirane inicijative i projekti predstavljaju podlogu za koordinirane aktivnosti turističkih zajednica unutar klastera Porečke rivijere.

Ključne aktivnosti mjere:

1. Razrada strukture operativnih planova po proizvodima

Utvrđivanje jedinstvenog metodološkog okvira za sve proizvode, uključujući ciljeve razvoja, portfelj projekata, investicijske potrebe, vremenski slijed provedbe i pokazatelje uspješnosti.

2. Analiza postojećeg stanja i razvojnih potreba po proizvodima

Procjena resursne osnove, infrastrukture, sadržaja i tržišne pozicije svakog primarnog i sekundarnog proizvoda kao temelj za definiranje budućih razvojnih smjerova.

3. Definiranje prioriteta inicijativa i projekata, primarno za razvoj proizvodne infrastrukture

Identifikacija konkretnih zahvata i razvojnih projekata koji imaju najveći potencijal za podizanje kvalitete, tržišne relevantnosti i sezonalne disperzije pojedinih proizvoda.

4. Usklađivanje s ključnim dionicima u destinaciji i klasteru

Uključivanje javnog i privatnog sektora u validaciju predloženih planova te usklađivanje aktivnosti među turističkim zajednicama Porečke rivijere.

5. Izrada vremenskih planova i faziranja provedbe

Postavljanje realnih rokova realizacije, definiranje kratkoročnih i srednjoročnih prioriteta te međusobne ovisnosti projekata.

Planirani rokovi izvršenja

Početak implementacije	I. kvartal 2027.
Završetak implementacije	III. kvartal 2027.

Nositelj provedbe:

Turistička zajednica grada Poreča, i ostale turističke zajednice u sklopu Porečke rivijere

Izvor financiranja:

Proračuni turističkih zajednica u sklopu Porečke rivijere

Vrijednost razvoja operativnih planova razvoja turističkih proizvoda i okvirni pristup

Zašto operativni planovi razvoja po turističkim proizvodima?

- Razvoj klastera Porečke rivijere zahtijeva da svaki ključni turistički proizvod ima jasno definiran smjer, tržišni fokus i skup prioritetnih inicijativa
- Operativni planovi omogućuju usklađivanje svih destinacija oko zajedničkih ciljeva, dok istodobno ostavljaju prostor za diferencijaciju i lokalne specifičnosti
- Takvi planovi stvaraju izravnu vezu između strategije, investicija i konkretnih projekata na terenu te služe kao temelj za koordinirano djelovanje turističkih zajednica i dionika privatnog sektora.

I. Analiza stanja i potencijala

- Procjena postojećeg obuhvata ponude, infrastrukture i razine razvijenosti proizvoda u klaster
- Identifikacija ključnih destinacijskih dionika
- Identifikacija glavnih tržišta, sezonalnosti, konkurentskih regija i praznina u ponudi
- Uvid u investicijske planove, privatne inicijative i razvojne projekte u nastajanju



2. Strateški okvir razvoja

- Definiranje ambicije proizvoda na razini klastera i uloga pojedinih destinacija
- Odabir ciljanih tržišta, segmenata i razdoblja godine
- Postavljanje razvojnih prioriteta, pozicioniranja i međusobne komplementarnosti



3. Operativni plan i projektni portfelj

- Popis konkretnih projekata i inicijativa za razvoj proizvoda po destinacijama
- Okvirni modeli provedbe, nositelji, faziranje i preduvjeti realizacije
- Procjena utjecaja na sezonalnost, potrošnju i prostorno opterećenje

Mjera #3: Definicija operativnog marketinškog plana i brending strategije za klaster Porečke rivijere

Mjera uspostavlja jedinstveni marketinški okvir za klaster Porečke rivijere kroz definiranje tržišnih prioriteta, sezonalnih fokusa, portfelja kampanja i zajedničke brending platforme. Time se osigurava usklađen nastup destinacija, učinkovitije korištenje resursa i jasna diferencijacija klastera na međunarodnom tržištu.

Ključne aktivnosti mjere:

1. Analiza tržišta i pozicioniranja klastera

Procjena trenutačne percepcije regije, strukture potražnje, sezonalnosti, emitivnih tržišta i konkurentskih destinacija kao podloge za zajednički nastup.

2. Definiranje ciljeva, tržišnih prioriteta i sezonalnog fokusa

Postavljanje mjerljivih marketinških ciljeva, odabir ključnih tržišta i segmenata po dijelovima godine te određivanje uloge pojedinih destinacija u komunikaciji.

3. Razvoj brending platforme klastera

Definiranje brend-identiteta, narativa, ključnih poruka i arhitekture odnosa između klasterskog brenda i destinacijskih brendova.

4. Izrada operativnog marketinškog plana

Definiranje kampanja, kanala, budžetskih okvira, kalendara aktivnosti i modela suradnje među destinacijama.

5. Uspostava modela provedbe i praćenja učinaka

Razrada procesa koordinacije, izvještavanja i pokazatelja uspješnosti za kontinuiranu optimizaciju marketinških aktivnosti klastera.

Planirani rokovi izvršenja

Početak implementacije	II. kvartal 2027.
Završetak implementacije	IV. kvartal 2027.

Nositelj provedbe:

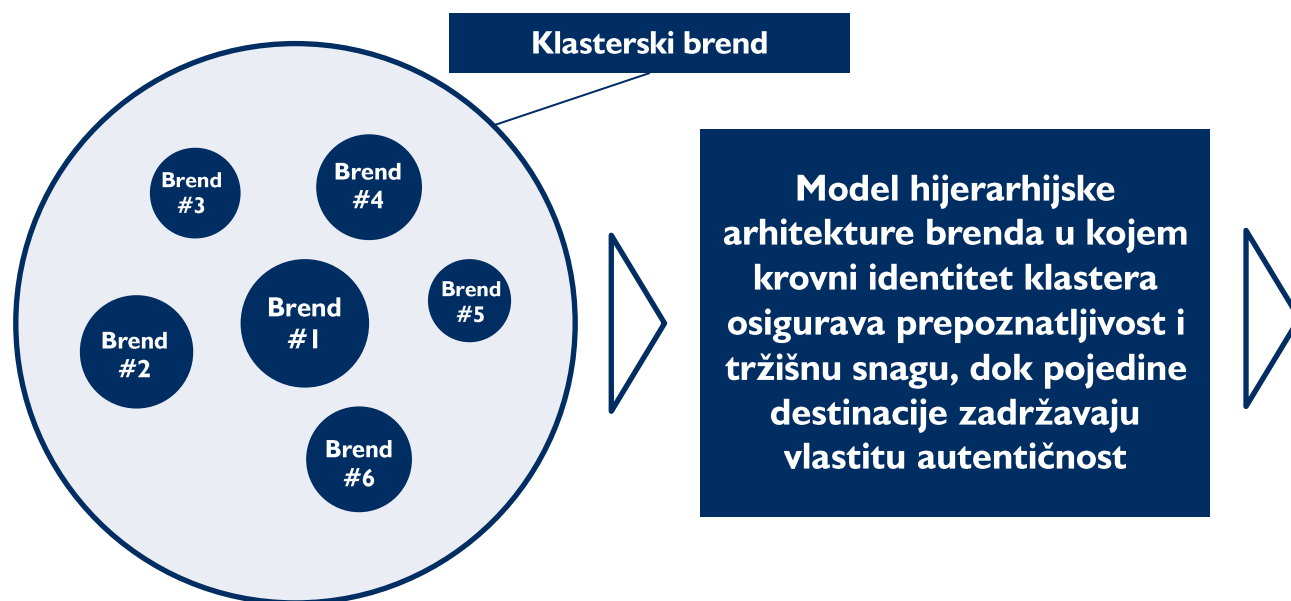
Turistička zajednica grada Poreča, i ostale turističke zajednice u sklopu Porečke rivijere

Izvor financiranja:

Proračuni turističkih zajednica u sklopu Porečke rivijere

Prednosti zajedničkog nastupa na turističkom tržištu

Porečka rivijera danas prema tržištu nastupa kroz više destinacijskih identiteta, kampanja i poruka, što ograničava ukupni doseg i otežava diferencijaciju u odnosu na konkurentske mediteranske regije. Zajednički marketinški okvir omogućio bi jasnije tržišne prioritete, sezonalne fokuse i podjelu uloga među destinacijama, uz učinkovitije korištenje javnih sredstava te stvorio dugoročno platformu za snažnije pozicioniranje klastera, privlačenje MICE potražnje i razvoj cjelogodišnjeg turizma.



- Omogućuje zajednički tržišni nastup Porečke rivijere uz zadržavanje identiteta pojedinih destinacija (Poreč, Vrsar, Funtana, Tar-Vabriga, Kaštelir-Labinci, Vižinada)
- Predstavlja operativnu podlogu za izradu zajedničkog marketinškog plana i branding strategije klastera – sinergija marketinških budžeta
- Stvara jasan strateški okvir za razvoj proizvoda, komunikaciju i pozicioniranje cijelog klastera, umjesto fragmentiranih i nepovezanih nastupa
- Povećava vidljivost manjih destinacija kroz uključenost u snažniji krovni brend klastera
- Omogućuje učinkovitije korištenje marketinških budžeta kroz zajedničke kampanje, sadržaj i platforme
- Olakšava razvoj integriranih proizvoda i itinerara koji kombiniraju obalu, zaleđe, gastronomiju, kulturu i aktivni odmor

An aerial photograph of a marina on a lush, green island. The marina is filled with numerous white sailboats docked in neat rows. A long, curved pier extends from the shore into the turquoise water. The island is densely forested with green trees. In the background, other small islands are visible in the blue sea under a clear sky with some light clouds.

8. Strateški okvir

8.2. Destinacijska razina

Strateški okvir destinacijske razine: Funtana

Destinacijska razina obuhvaća mjere koje Funtana provodi samostalno kako bi odgovorila na vlastite prostorne, operativne i tržišne izazove te ojačala konkurentnost destinacije u razdoblju do 2029. godine. Strateški okvir strukturiran je kroz tri međusobno povezana područja - destinacijsko upravljanje, razvoj turističkog proizvoda i destinacijski marketing - koja zajedno čine operativnu okosnicu provedbe strategije.

Svako područje adresira različite aspekte funkcioniranja destinacije, ali se oslanja na zajednički cilj: podizanje kvalitete ponude, bolje upravljanje ograničenim prostorom i jačanje pozicije Funtane kao autentične obiteljske kamping destinacije izvan glavne sezone.

Destinacijsko upravljanje

Usmjereno na prostornu organizaciju, upravljanje prometnim i plažnim opterećenjima, koordinaciju dionika te operativno upravljanje funkcioniranjem mjesta kao turističke destinacije.

Razvoj turističkog proizvoda

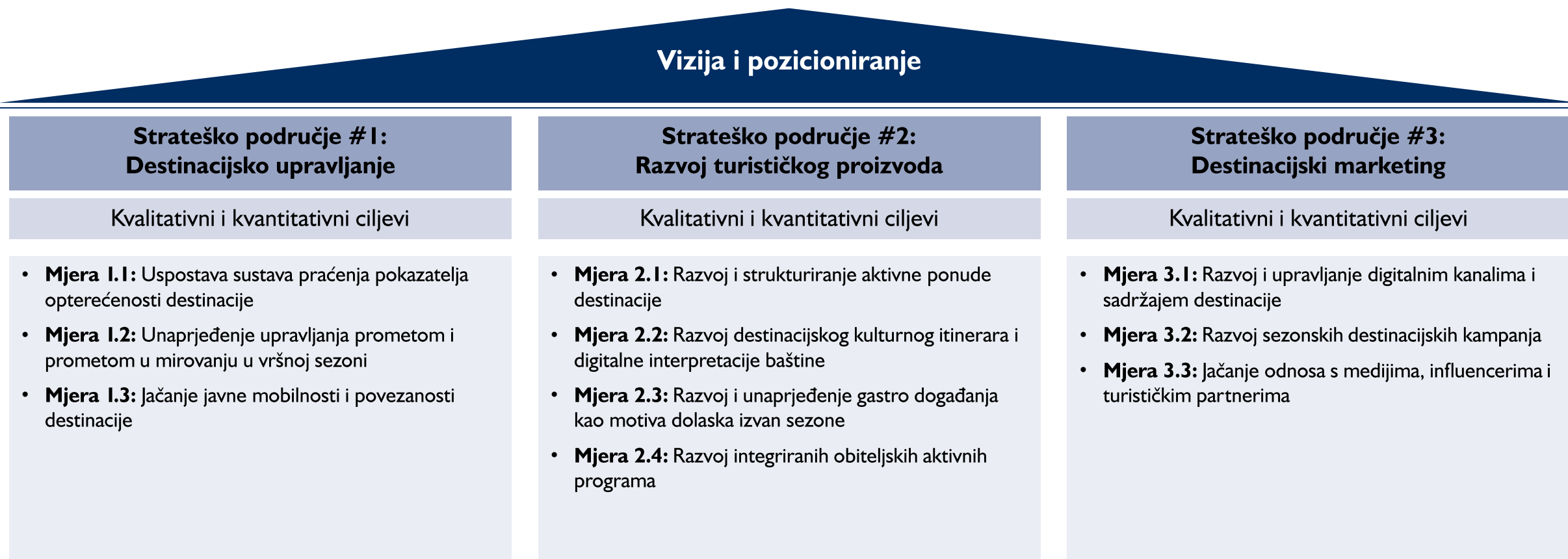
Fokusirano na unaprjeđenje i tematsko povezivanje postojećih proizvoda, razvoj sadržaja koji potiču dolaske izvan glavne sezone te podizanje kvalitete doživljaja kroz infrastrukturu i autentične lokalne programe.

Destinacijski marketing

Obuhvaća jačanje vidljivosti destinacije na ciljanim tržištima, upravljanje sadržajem i komunikacijskim kanalima te provedbu kampanja usmjerenih na produljenje sezone.

Mjere unutar tri strateška područja osmišljene su kao međusobno povezani instrumenti kojima se ciljevi strategije Funtane prevode u provedive aktivnosti na razini destinacije. Zajedničkim djelovanjem omogućuju podizanje kvalitete ponude, učinkovitije upravljanje prostorom i jačanje tržišne pozicije destinacije u razdoblju do 2029. godine.

Vizualni pregled strateškog okvira na destinacijskoj razini



An aerial photograph of a coastal marina. The marina is filled with numerous white sailboats docked in rows. It is situated on a lush green island with dense forest. The water is a deep blue, and the sky is clear with some light clouds. In the background, other islands are visible in the distance.

8. Strateški okvir

8.2. Destinacijska razina

8.2.1. Vizija i pozicioniranje

Strateški okvir

Vizija i pozicioniranje

Strateško područje #1: Destinacijsko upravljanje

Kvalitativni i kvantitativni ciljevi

- **Mjera 1.1:** Uspostava sustava praćenja pokazatelja opterećenosti destinacije
- **Mjera 1.2:** Unaprjeđenje upravljanja prometom i prometom u mirovanju u vršnoj sezoni
- **Mjera 1.3:** Jačanje javne mobilnosti i povezanosti destinacije

Strateško područje #2: Razvoj turističkog proizvoda

Kvalitativni i kvantitativni ciljevi

- **Mjera 2.1:** Razvoj i strukturiranje aktivne ponude destinacije
- **Mjera 2.2:** Razvoj destinacijskog kulturnog itinerara i digitalne interpretacije baštine
- **Mjera 2.3:** Razvoj i unaprjeđenje gastro događanja kao motiva dolaska izvan sezone
- **Mjera 2.4:** Razvoj integriranih obiteljskih aktivnih programa

Strateško područje #3: Destinacijski marketing

Kvalitativni i kvantitativni ciljevi

- **Mjera 3.1:** Razvoj i upravljanje digitalnim kanalima i sadržajem destinacije
- **Mjera 3.2:** Razvoj sezonskih destinacijskih kampanja
- **Mjera 3.3:** Jačanje odnosa s medijima, influencerima i turističkim partnerima

Strateški okvir

Vizija i pozicioniranje

Vizija i pozicioniranje Funtane definiraju dugoročni smjer razvoja destinacije i način na koji se ona želi diferencirati unutar šireg jadranskog tržišta. Oni predstavljaju referentnu točku za sve razvojne, upravljačke i marketinške odluke na razini općine, osiguravajući usklađenost između javnog i privatnog sektora te dosljednu provedbu strateških prioriteta.

U fokusu destinacijske razine nalazi se kvalitativni razvoj Funtane kao vodeće kamping destinacije, s naglaskom na podizanje standarda ponude, selektivno upravljanje ograničenim prostorom te postupno produljenje sezone kroz autentične proizvode i ciljana tržišta.

Vizija i pozicioniranje Funtane posebno adresiraju:

- ograničene prostorne kapacitete i potrebu selektivnog, kvalitativno usmjerenog razvoja umjesto rasta volumena
- izraženu sezonalnost i realan potencijal za jačanje predsezone i posezone
- diferencijaciju kroz jasno kamping i obiteljsko pozicioniranje
- jačanje autentičnih lokalnih proizvoda kao motiva dolaska izvan ljeta
- očuvanje intimnog karaktera i kvalitete življenja kao temeljne konkurentske prednosti destinacije

Vizija i pozicioniranje postavljeni su kao krovni okvir za razradu svih strateških područja na destinacijskoj razini - destinacijskog upravljanja, razvoja turističkog proizvoda i marketinga - te osiguravaju da razvoj Funtane ostane fokusiran, dugoročno održiv i tržišno relevantan.



Vizija

Funtana ostvaruje 22% ukupnog prometa Porečke rivijere na svega 8 km², s kampovima koji nose 79,7% ukupnih noćenja. Kampovi visoke kategorije (Plava Laguna, Valamar) pozicioniraju destinaciju iznad prosjeka u segmentu kamping ponude na regionalnoj razini.

Funtana je vodeća kamping destinacija na sjevernom Jadranu za kvalitetan obiteljski odmor u mirnom i prirodnom okruženju.

Obiteljski odmor definiran je kao strateški cilj Turističke zajednice u sklopu četverogodišnjeg plana do 2030. godine. U sklopu cilja ističu se jačanje imidža Funtane kao obiteljske i održive destinacije.

Uz izvrsnu kakvoću mora, vrijedne hidroarheološke lokalitete poput otoka Altiježa, pličine Kupa i otočića Školjić, te nepresušne izvore vode po kojima je mjesto dobilo ime, Općina Funtana na malom prostoru posjeduje bogate prirodne resurse. Uz to, 75% stanovnika percipira turizam pozitivno, što ukazuje na očuvanu ravnotežu između turističkog razvoja i kvalitete života.

Pozicioniranje

Uz vrhunske kamping kapacitete i prirodno okruženje kao temelj obiteljskog odmora, Funtana se kroz razvijenu ponudu aktivnog odmora, autentičnu istarsku gastronomiju i bogatu kulturnu baštinu malog mjesta profilira kao jedna od najpoželjnijih kamping destinacija za kvalitetan i miran obiteljski odmor na sjevernom Jadranu.

Glavna uporišta pozicioniranja

...vrhunske kamping kapacitete i prirodno okruženje kao temelj obiteljskog odmora...

- Kampovi visoke kategorije čine okosnicu turističke ponude destinacije
- Izvrsna kakvoća mora na svim mjernim točkama i očuvani obalni prostor
- Intimnost malog mjesta stvara osjećaj sigurnog, mirnog i opuštenog boravka koji je ključna vrijednost za obiteljski segment
- Prosječna duljina boravka od 6,64 dana u 2025. potvrđuje da gosti prepoznaju vrijednost destinacije i ostaju dulje od prosjeka



...razvijenu ponudu aktivnog odmora...

- Uređene pješačke i biciklističke staze s poveznicom na regionalnu mrežu ruta
- Lokacije za ronjenje, Bijela uvala s bogatom florom i faunom te morske aktivnosti proširuju ponudu izvan kopnenih sadržaja
- Sportska infrastruktura i suradnja s kampovima omogućuje strukturirane programe za različite dobne i interesne skupine
- Aktivni odmor funkcionira kao motiv dolaska izvan glavne sezone



...autentičnu istarsku gastronomiju...

- Funtanjanski gušti i Fešta od grmali prepoznate su gastro manifestacije koje se održavaju u predsezoni i posezoni, a ribarske fešte obogaćuju gastro ponudu glavne sezone
- Dio ugostiteljskih objekata radi i izvan glavne sezone, čime gastronomija postaje jedan od rijetkih sadržaja koji nosi promet kroz cijelu godinu
- Lokalni proizvodi, ribarska tradicija i istarsko kulinarstvo naslijeđe daju autentičnost koju veće destinacije teže mogu replicirati



...bogatu kulturnu baštinu malog mjesta...

- Otočić Školjić, rimski akvaduktni sustav, Funtanjanski kaštel i Perila čine sadržajnu kulturno-povijesnu osnovu destinacije
- Manifestacija Peškaluna oživljava lokalnu ribarsku baštinu kroz interaktivne programe i pokazuje potencijal za privlačenje posjetitelja
- Ribarska tradicija, povijest solane i lokalnih obitelji daju identitet koji se može razviti kroz storytelling i interpretacijske programe



... jedna od najpoželjnijih kamping destinacija za kvalitetan i miran obiteljski odmor na sjevernom Jadranu.

An aerial photograph of a coastal area featuring a large marina filled with numerous sailboats. The marina is situated on a lush, green island. In the background, the sea extends to the horizon under a blue sky with scattered clouds. Several smaller islands are visible in the distance.

8. Strateški okvir

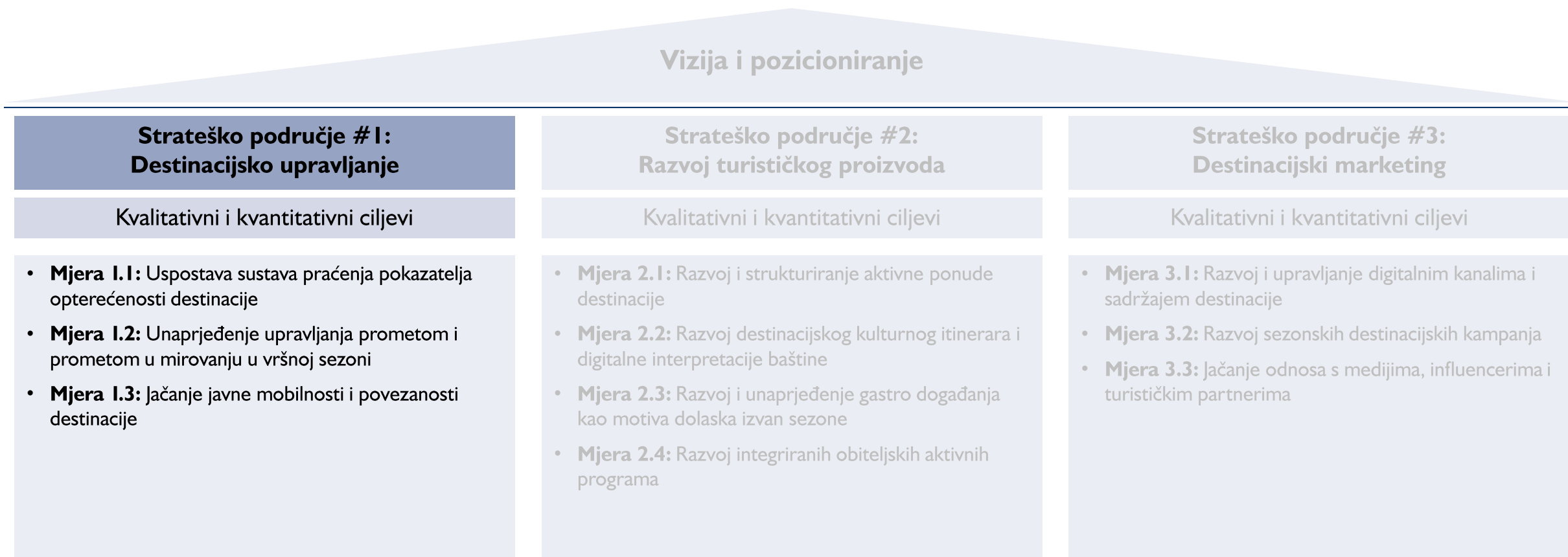
8.2. Destinacijska razina

8.2.1. Vizija i pozicioniranje

8.2.2. *Strateška područja*

- *Destinacijsko upravljanje*

Strateško područje I: Destinacijsko upravljanje



Strateško područje #1: Destinacijsko upravljanje

Destinacijsko upravljanje u Funtani odnosi se na svakodnevno operativno funkcioniranje mjesta pod snažnim utjecajem turizma, od korištenja ograničenog obalnog prostora i mobilnosti, do komunalnih sustava i odnosa s lokalnom zajednicom.

Izražena sezonalnost i koncentracija posjetitelja u ljetnim mjesecima stvaraju pritiske koji zahtijevaju koordinirano djelovanje Općine, TZ-a, komunalnih službi i privatnog sektora, a posebnu težinu daje činjenica da u zonama ugostiteljsko-turističke namjene više nema prostora za nove smještajne kapacitete.

Ključni izazovi destinacijskog upravljanja:

	Prometno opterećenje i promet u mirovanju	Državna cesta koja prolazi kroz središte naselja stvara sezonska opterećenja i sigurnosne rizike, dok nedostatni parking kapaciteti dodatno pritišću funkcioniranje mjesta u vršnoj sezoni.
	Upravljanje plažnim zonama i obalnim prostorom	S prosječno 5,8 m ² plaže po osobi u vršnim danima, obalni prostor dostiže granicu prihvatnog kapaciteta te zahtijeva aktivno zoniranje i upravljanje tokovima posjetitelja.
	Vršno opterećenje komunalne infrastrukture	Potrošnja vode između najnižeg i najvišeg mjeseca raste više od 16 puta, što ukazuje na izrazitu osjetljivost komunalnih sustava na sezonske vrhunce i potrebu preciznijeg planiranja.
	Mobilnost i povezanost	Slaba javna autobusna povezanost s okolnim središtima ograničava kretanje posjetitelja bez osobnog vozila i doprinosi prometnom pritisku unutar same destinacije.
	Upravljanje otpadom u sezoni	Polovica lokalnog stanovništva neprimjereno odlaganje otpada percipira kao veliki problem tijekom turističke sezone, što zahtijeva sustavniji pristup i pojačane kapacitete odvoza i zbrinjavanja.

Strateško područje #1: Destinacijsko upravljanje

Kvalitativni i kvantitativni ciljevi

Kvalitativni cilj:

O snažiti operativno upravljanje destinacijom radi učinkovitog upravljanja sezonskim opterećenjima uz očuvanje kvalitete života lokalnog stanovništva

Cilj je osnažiti destinacijsko upravljanje u Funtani kako bi se sezonskim opterećenjima, prometnim tokovima i korištenjem ograničenog obalnog i javnog prostora upravljalo planski, koordinirano i utemeljeno na relevantnim podacima. Poseban naglasak stavlja se na upravljanje vršnim opterećenjima tijekom glavne sezone, uz istodobno smanjenje pritiska na promet, komunalne sustave i plažne zone.

Destinacijsko upravljanje promatra se kao alat za usklađivanje turističkih aktivnosti sa svakodnevnim funkcioniranjem mjesta i potrebama lokalnog stanovništva. Kroz jasne upravljačke mehanizme i koordinaciju između Općine, TZ-a, komunalnih službi i privatnog sektora omogućuje se pravovremeno reagiranje na sezonske i prostorne izazove. Time se stvara stabilan okvir za očuvanje kvalitete boravka gostiju i dugoročno održiv razvoj destinacije.

Istodobno, destinacijsko upravljanje u vansezonskom razdoblju usmjerava se na aktivaciju sadržaja, koordinaciju događanja i bolju prostornu i vremensku distribuciju potražnje. Time se jača kontinuitet turističke aktivnosti izvan glavne sezone te podupire strateško pozicioniranje Funtane kao vodeće kamping destinacije za kvalitetan obiteljski odmor.

Kvantitativni cilj:

Smanjenje negativnih percepcija lokalnog stanovništva o učincima turizma za 20% do 30%

Polazeći od rezultata istraživanja stavova lokalnog stanovništva, definirani su realni, diferencirani ciljevi smanjenja negativnih percepcija, prilagođeni prirodi pojedinog izazova i mogućnostima upravljanja u četverogodišnjem planskom razdoblju.

U tom kontekstu, do kraja planskog razdoblja predviđaju se sljedeća poboljšanja:

- **Neprimjereno odlaganje otpada tijekom turističke sezone** - smanjenje udjela stanovnika koji to percipiraju kao veliki problem s početnih 50% na približno 35% **(-30%)**
- **Prometne gužve** - smanjenje udjela stanovnika koji prometne gužve percipiraju kao veliki problem s početnih 45% na približno 34% **(-25%)**
- **Negativan utjecaj apartmanizacije na kvalitetu života** - smanjenje negativne percepcije sa 70,5% na približno 56% **(-20%)**

Napredak u ostvarenju cilja pratit će se kroz redovita godišnja istraživanja percepcije lokalnog stanovništva, uz usporedbu s početnim vrijednostima.

Mjera #1.1: Uspostava sustava praćenja pokazatelja opterećenosti destinacije

Mjera je usmjerena na uspostavu sustavnog praćenja ključnih pokazatelja opterećenosti destinacije kao temelja za donošenje upravljačkih odluka utemeljenih na podacima. S obzirom na ograničene prostorne kapacitete i izraženu sezonalnost, Funtana treba raspolagati jasnom slikom stanja u realnom vremenu, od korištenja plažnih zona i komunalne infrastrukture do prometnih tokova i percepcije lokalnog stanovništva, kako bi mogla pravovremeno i koordinirano reagirati na sezonske pritiske.

Ključne aktivnosti mjere:

1. Identifikacija i odabir ključnih pokazatelja opterećenosti

Definiranje skupa kvantitativnih i kvalitativnih indikatora relevantnih za Funtanu, uključujući pokazatelje korištenja plažnih zona, komunalne infrastrukture, prometnih tokova i percepcije lokalnog stanovništva.

2. Uspostava sustava prikupljanja podataka

Povezivanje dostupnih izvora podataka i uspostava mehanizama redovitog prikupljanja kroz sustavnu instalaciju mjerača i senzora na ključnim lokacijama destinacije te koordinaciju s nadležnim komunalnim službama i Općinom.

3. Utvrđivanje pragova prihvatljivog opterećenja

Definiranje graničnih vrijednosti po pojedinim pokazateljima koje aktiviraju operativne ili razvojne intervencije, uz uvažavanje specifičnih prostornih i infrastrukturnih ograničenja destinacije.

4. Razvoj sustava redovitog praćenja i izvještavanja

Izrada periodičnih analitičkih pregleda stanja po ključnim pokazateljima kao podloge za upravljačke odluke Općine i TZ-a te za praćenje napretka prema definiranim ciljevima.

5. Provedba godišnjih istraživanja stavova lokalnog stanovništva

Uspostava redovitog godišnjeg istraživanja percepcije stanovnika o učincima turizma kao ključnog kvalitativnog instrumenta za praćenje društvenih pokazatelja održivosti i evaluaciju provedenih mjera.

Planirani rokovi izvršenja

Početak implementacije	IV. kvartal 2026.
Završetak implementacije	III. kvartal 2027.

Nositelj provedbe:

Općina Funtana i Turistička zajednica općine Funtana

Izvor financiranja:

Općina Funtana

Mjera # I.2: Unaprjeđenje upravljanja prometom i prometom u mirovanju u vršnoj sezoni

Mjera je usmjerena na smanjenje prometnih opterećenja i poboljšanje sigurnosti u destinaciji tijekom vršne sezone, s posebnim naglaskom na izazove koje stvara državna cesta koja prolazi kroz središte naselja. Budući da izgradnja zaobilaznice predstavlja dugoročni infrastrukturni projekt koji nadilazi nadležnost i kapacitete Općine i TZ-a, mjera se fokusira na operativna i organizacijska rješenja koja mogu donijeti vidljive pomake u kraćem roku, uz istodobno stvaranje podloge za zagovaranje dugoročnih infrastrukturnih intervencija.

Ključne aktivnosti mjere:

1. Analiza prometnih tokova i identifikacija kritičnih točaka

Sustavno mapiranje prometnih opterećenja u vršnoj sezoni kroz brojače prometa i GPS podatke, identifikacija najkritičnijih dionica i točaka te procjena učinaka na sigurnost, protočnost i kvalitetu života lokalnog stanovništva kao podloga za sve daljnje intervencije.

2. Uvođenje digitalnog sustava upravljanja parkiranjem

Implementacija pametnog parkirališnog sustava s prikazom dostupnosti parkirnih mjesta integriranog u navigacijske aplikacije, čime se posjetitelji još prije dolaska u destinaciju usmjeravaju prema slobodnim kapacitetima i smanjuje nepotrebno kruženje vozila kroz središte naselja.

3. Optimizacija prometnih tokova podržana umjetnom inteligencijom

Uvođenje sustava koji na temelju podataka o prometnim tokovima, popunjenosti parkinga i povijesnih obrazaca sezonskog prometa predviđa vršna opterećenja i automatski prilagođava preporuke za usmjeravanje posjetitelja putem integracije s Google Maps, Waze i potencijalnom destinacijskom aplikacijom.

4. Zagovaranje izgradnje zaobilaznice prema nadležnim tijelima

Priprema analitičke i argumentacijske podloge za zagovaranje izgradnje zaobilaznice prema nadležnim tijelima državne i županijske uprave, uključujući dokumentiranje prometnih opterećenja i njihovih učinaka na sigurnost i kvalitetu života u destinaciji.

Planirani rokovi izvršenja

Početak implementacije	IV. kvartal 2027.
Završetak implementacije	II. kvartal 2028.

Nositelj provedbe:

Općina Funtana i Turistička zajednica općine Funtana

Izvor financiranja:

Općina Funtana

Mjera # I.3: Jačanje javne mobilnosti i povezanosti destinacije

Mjera je usmjerena na poboljšanje mobilnosti unutar Funtane i njezine povezanosti s okolnim destinacijama klastera, koja je trenutno jedna od ključnih operativnih slabosti destinacije. Ograničena javna prijevozna ponuda i pritisak osobnih vozila u vršnoj sezoni doprinose prometnom opterećenju središta naselja i umanjuju ukupnu kvalitetu boravka. Mjera se stoga fokusira na praktična i dostižna rješenja koja mogu donijeti vidljive pomake u kraćem roku, uz istodobno jačanje povezanosti Funtane unutar klastera Porečke rivijere.

Ključne aktivnosti mjere:

1. Analiza postojećeg stanja mobilnosti i potreba posjetitelja

Mapiranje trenutnih obrazaca kretanja posjetitelja, identifikacija ključnih destinacija i točaka interesa koje posjećuju te procjena potražnje za organiziranim prijevozom kao podloge za definiranje prioriteta rješenja.

2. Uspostava shuttle usluge između Funtane i ključnih destinacija klastera

Uvođenje sezonske shuttle usluge koja povezuje Funtanu s Porečom i ostalim destinacijama klastera, čime se posjetiteljima omogućuje lakše kretanje unutar rivijere, a istodobno smanjuje pritisak osobnih vozila na središte naselja u vršnoj sezoni.

3. Digitalna integracija informacija o mobilnosti u komunikacijske kanale destinacije

Ugradnja jasnih i ažurnih informacija o dostupnim opcijama mobilnosti (*shuttle* usluge, biciklističke rute i povezanost s okolnim destinacijama) u digitalne kanale TZ-a i kampova, kako bi posjetitelji još u fazi planiranja putovanja mogli organizirati dolazak i kretanje bez osobnog vozila.

Planirani rokovi izvršenja

Početak implementacije	III. kvartal 2028.
------------------------	--------------------

Završetak implementacije	II. kvartal 2029.
--------------------------	-------------------

Nositelj provedbe:

Općina Funtana i Turistička zajednica općine Funtana

Izvor financiranja:

Općina Funtana

An aerial photograph of a coastal area featuring a large marina filled with numerous sailboats. The marina is situated on a lush, green island. In the background, the sea extends to the horizon under a blue sky with scattered clouds. Several smaller islands are visible in the distance.

8. Strateški okvir

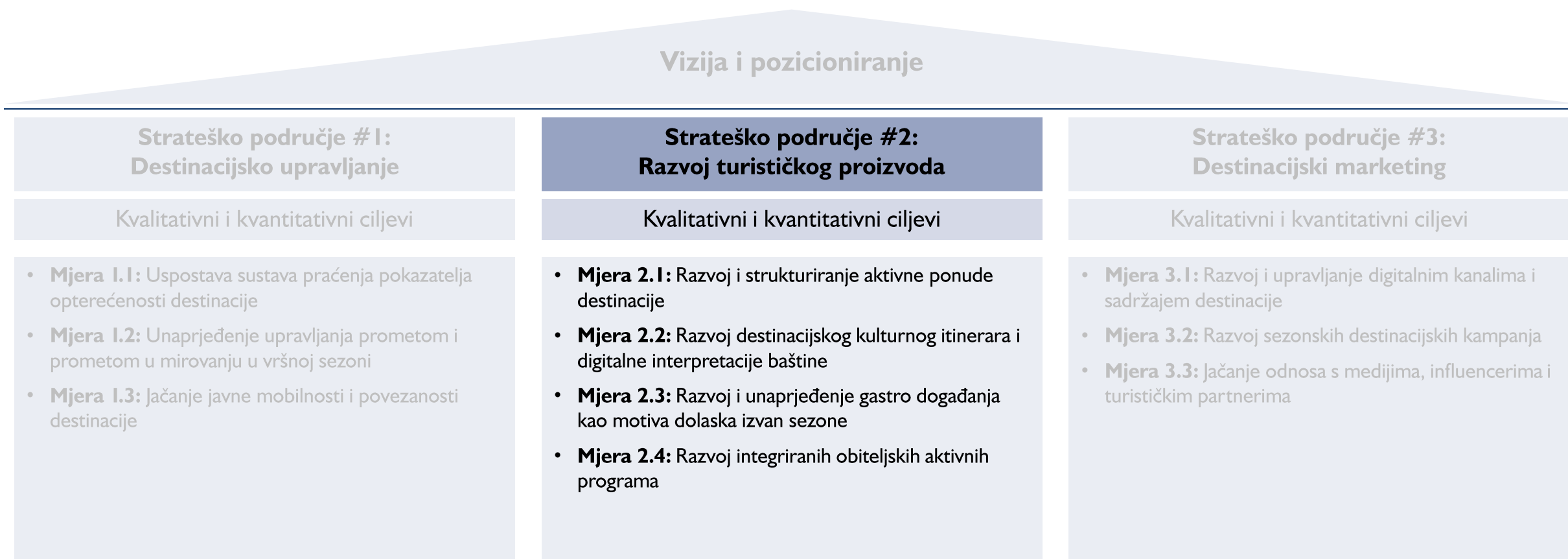
8.2. Destinacijska razina

8.2.1. Vizija i pozicioniranje

8.2.2. *Strateška područja*

- *Razvoj turističkog proizvoda*

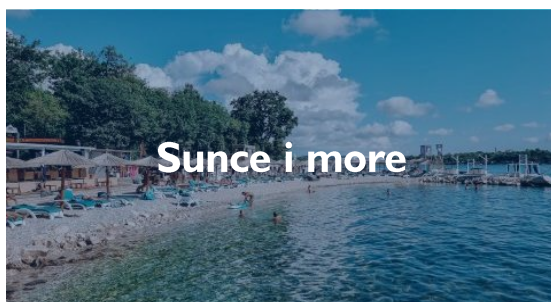
Strateško područje 2: Razvoj turističkog proizvoda



Strateško područje 2: Razvoj turističkog proizvoda

Razvoj turističkog proizvoda u Funtani usmjeren je na kvalitativno unaprjeđenje i tematsko povezivanje postojeće ponude, uz jasan fokus na sadržaje koji mogu generirati potražnju izvan glavne ljetne sezone.

Polazeći od snažne kamping osnove i ograničenih prostornih kapaciteta, strateški pristup razvoju proizvoda temelji se na selektivnom jačanju onih segmenata ponude koji imaju najveći potencijal za produljenje sezone i isporuku više dodane vrijednosti posjetiteljima.



Sunce i more

Temeljni i najrazvijeniji proizvod destinacije koji nosi glavninu turističkog prometa kroz kvalitetne kamping kapacitete uz more, uređene plaže i iznimnu kakvoću mora.



Aktivni odmor

Sve prepoznatljiviji segment ponude utemeljen na pješačkim i biciklističkim rutama, vodenim sportovima i outdoor sadržajima koji doprinose diferencijaciji destinacije i privlačenju potražnje izvan vršne sezone.



Gastronomija

Rastući proizvod koji se oslanja na istarsku kulinarску tradiciju, lokalne namirnice i događanja poput Funtanjanskih gušti i Fešte od grmali, koja se održavaju izvan glavne sezone, te ljetnih ribarskih fešti.



Kulturni turizam

Proizvod temeljen na autentičnoj kulturnoj i povijesnoj baštini malog mjesta s izraženim potencijalom za snažniju interpretaciju i integraciju u ukupnu turističku ponudu.

U nastavku se svaki od navedenih turističkih proizvoda sagledava kroz prizmu trenutnog stanja i potencijalnih smjernica razvoja, s ciljem jačanja ukupne kvalitete i raznolikosti turističke ponude Funtane te postupnog produljenja turističke aktivnosti izvan glavne ljetne sezone.

Ocjena razvojnog i marketinškog potencijala proizvoda

Sunce i more



Trenutno stanje

- Temeljni proizvod destinacije čine visokokategorizirani kampovi s uređenim plažnim zonama koji generiraju glavninu turističkog prometa
- Izvrsna kakvoća mora na svim mjernim točkama i razvijen obalni pojas kao ključna osnova turističke atraktivnosti
- Izraženo opterećenje obalnog prostora u vršnoj sezoni s prosječno 5,8 m² plaže po osobi
- Visoka koncentracija potražnje u lipnju, srpnju i kolovozu koji nose 71,9% ukupnih noćenja (2025.)

Smjernice razvoja

- Tematski diferencirati plaže i obalni pojas prema profilima korištenja (obiteljske plaže, mirnije plaže, plaže s ponudom aktivnosti na vodi, itd.) radi boljeg upravljanja kapacitetima i podizanja kvalitete doživljaja
- Uvesti digitalne alate za praćenje opterećenosti plaža i informiranje posjetitelja o dostupnosti u stvarnom vremenu
- Povezivati obalni proizvod s aktivnim odmorom i gastronomijom radi obogaćivanja boravka i povećanja potrošnje
- Razvijati ciljane pakete za predsezonu i posezonu koji kombiniraju boravak uz more s blagim klimatskim uvjetima izvan ljetnih vrhunaca

Ocjena razvojnog i marketinškog potencijala proizvoda

Aktivni odmor



Trenutno stanje

- Raznolika prirodna osnova za aktivnosti na otvorenom uključujući obalnu šetnicu, pješačke i biciklističke staze te mogućnost povezivanja s regionalnom mrežom ruta i Parenzanom
- Vodeni sportovi, ronjenje u Bijeloj uvali i morske aktivnosti dopunjuju kopnenu ponudu i čine Funtanu atraktivnom bazom za aktivan boravak
- Aktivni sadržaji primarno su prisutni kroz ponudu kampova i pojedinačnih pružatelja usluga, s potencijalom za snažniju integraciju i koordinaciju na razini destinacije
- Aktivni odmor prepoznat je kao jedan od ključnih razvojnih prioriteta u nadolazećem razdoblju, s potencijalom za jačanje uloge motiva dolaska izvan glavne sezone

Smjernice razvoja

- Strukturirati i brendirati aktivnu ponudu Funtane kao prepoznatljiv destinacijski proizvod kroz koordinaciju kampova, privatnih pružatelja usluga i turističke zajednice
- Razviti i jasno označiti biciklističke i pješačke rute koje povezuju Funtanu sa susjednim destinacijama klastera, s naglaskom na povezivanje s Parenzanom
- Razvijati tematske programe boravka usmjerene na obiteljski segment (obiteljske biciklističke ture, programe ronjenja, vođene šetnje, i slično) koji funkcioniraju kao motiv dolaska u predsezoni i posezoni
- Digitalno objediniti i komunicirati aktivnu ponudu destinacije kroz kanale turističke zajednice radi veće vidljivosti i lakšeg planiranja boravka

Ocjena razvojnog i marketinškog potencijala proizvoda

Gastronomija



Trenutno stanje

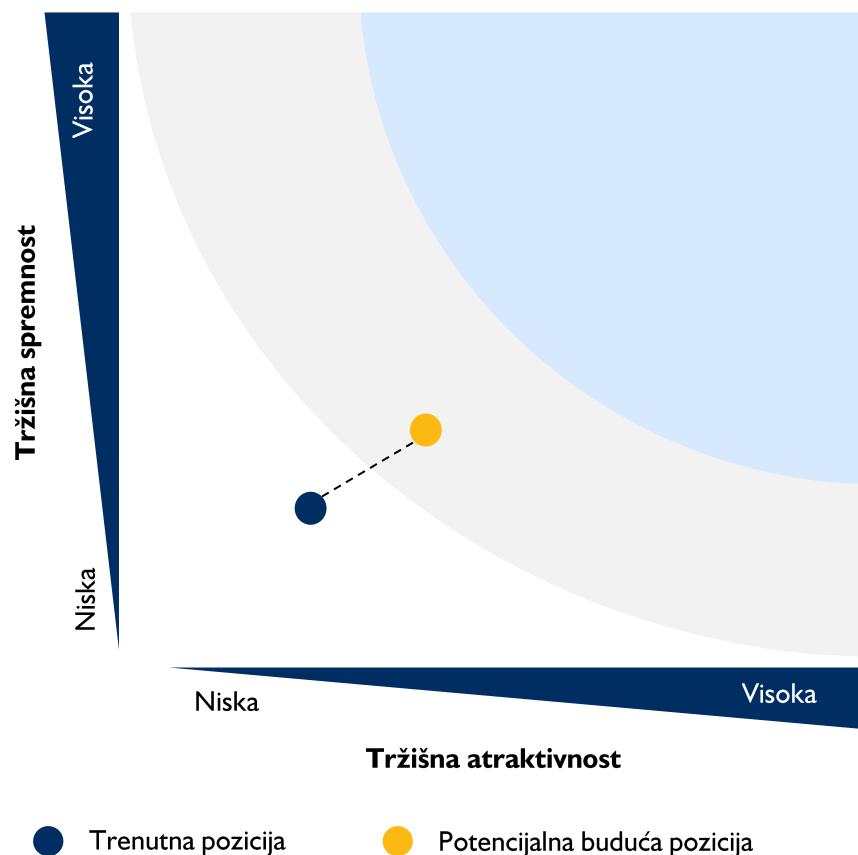
- Gastronomija je autentičan dio doživljaja boravka u Funtani, utemeljena na istarskoj kulinarskoj tradiciji, lokalnim namirnicama i ribarskoj baštini mjesta
- Ugostiteljska ponuda koncentrirana je u manjem broju lokalnih restorana i konoba, od kojih dio radi i izvan glavne sezone
- Funtanjanski gušti i Fešta od grmali etablirana su gastro događanja koja pokrivaju predsezону i posezonu te privlače posjetitelje izvan ljetnih vrhunaca, a ribarske fešte obogaćuju ponudu glavne sezone
- Gastronomija je trenutno češće dopuna boravku nego samostalan motiv dolaska, s neiskorištenim potencijalom za snažnije tržišno pozicioniranje

Smjernice razvoja

- Razviti strukturirane gastronomske itinerare koji povezuju ribarsku tradiciju, lokalne proizvođače i istarske zaleđe u cjelovit doživljaj dostupan izvan glavne sezone
- Iskoristiti potencijal brodeta od grmali kao zaštitnog znaka destinacije kroz razvoj prepoznatljivog gastronomskog identiteta koji se može sustavno komunicirati prema ciljanim tržištima
- Integrirati gastronomiju s kamping boravkom kroz razvoj kulinarskih programa, radionica i doživljaja unutar ili uz kampove koji povećavaju ukupnu vrijednost boravka

Ocjena razvojnog i marketinškog potencijala proizvoda

Kulturni turizam



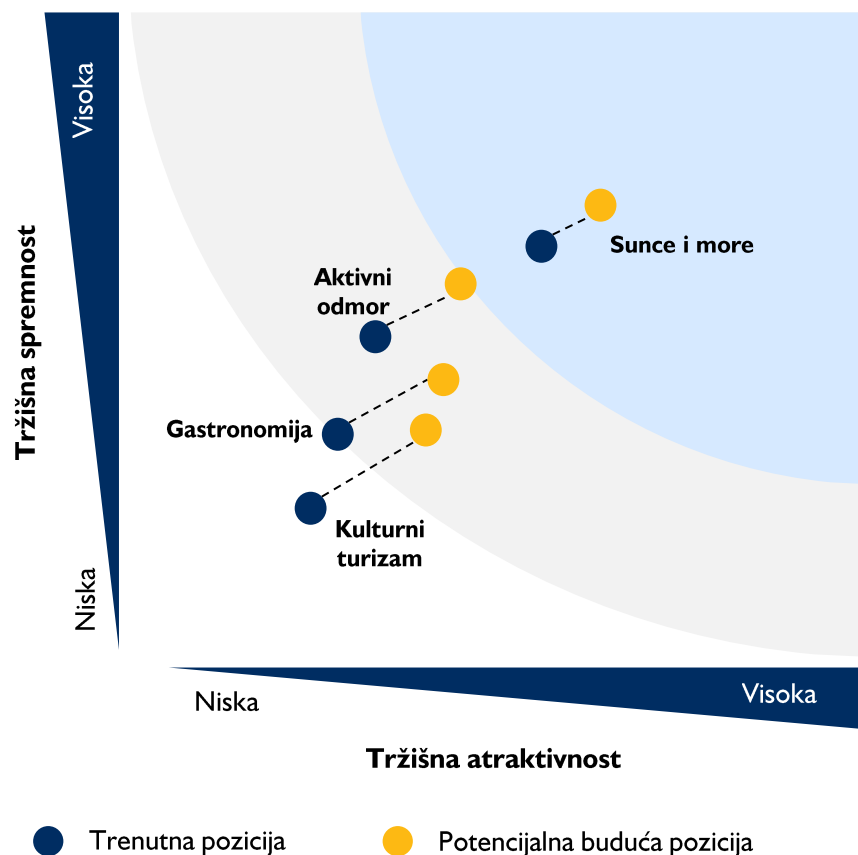
Trenutno stanje

- Kulturna i povijesna baština Funtane obuhvaća otočić Školjić, rimski akvaduktni sustav, Funtanjski kaštel i izvore Perila, no ostaje nedovoljno interpretirana i funkcionalno neintegrirana u turističku ponudu
- Kulturna ponuda percipira se kao kratkotrajan posjet ili dopunski sadržaj boravku, a rijetko kao samostalan motiv dolaska
- Manifestacija Peškaluna, koja oživljava ribarsku tradiciju i baštinu Perila kroz interaktivni kulturni program, ima potencijal postati prepoznatljivi identitetski simbol Funtane
- Slaba povezanost kulturnih sadržaja s ostalim turističkim proizvodima ograničava njihov doprinos produljenju boravka i povećanju potrošnje

Smjernice razvoja

- Razviti destinacijski kulturni itinerar koji povezuje ključne kulturno-povijesne lokalitete Funtane u koherentnu i lako prohodnu rutu s potencijalom za buduće povezivanje sa susjednim destinacijama klastera
- Uvesti modernu digitalnu interpretaciju kulturnih lokaliteta (ostaci antičke vile u Val Canelli, otok Altijež, pličina Kupa, kaštel Borisi, sakralni objekti, lapidarij, itd.) kroz AR slojeve, audio priče i QR kodove
- Sustavno razvijati Peškalunu kao dugoročni kulturni projekt koji učvršćuje identitet Funtane kao ribarskog mjesta
- Daljnja valorizacija bogate ribarske baštine kroz osnivanje ribarskog doma i muzeja ribarstva
- Uređenje zone Šterna - Perili – uređenje i dodatno opremanje šetnica, sadnju drvoreda i aleja, izgradnju fontane sa svjetlosnim efektima, male ljetne pozornice, suvenirnice te drugih pratećih sadržaja

Ocjena razvojnog i marketinškog potencijala ključnih proizvoda destinacije



Sunce i more

- Temeljni proizvod destinacije utemeljen na visokokategoriziranim kampovima uz more, uređenim plažnim zonama i izvrsnoj kakvoći mora, s izraženim vršnim opterećenjem obalnog prostora u ljetnim mjesecima
- Strateški fokus usmjeren je na kvalitativno upravljanje obalnim prostorom kroz tematsko zoniranje plaža i razvoj ciljanih paketa za predsezonu i posezonu

Gastronomija

- Autentična gastronomska ponuda utemeljena na ribarskoj tradiciji i lokalnim namirnicama, s etabliranim događanjima koja pokrivaju predsezonu i posezonu
- Najveći potencijal u razvoju gastronomskog identiteta Funtane kroz valorizaciju ribljih specijaliteta poput brodeti od grmalj kao zaštitnog znaka destinacije i integraciji gastronomije s ostalim proizvodima

Aktivni odmor

- Raznolika osnova za aktivan boravak kroz pješačke i biciklističke rute, vodene sportove i ronjenje u Bijeloj uvali, ali bez jasno strukturiranog i tržišno vidljivog destinacijskog proizvoda
- Ključna prilika leži u koordinaciji postojeće ponude dionika i razvoju označenih ruta koje Funtanu povezuju sa susjednim destinacijama klastera

Kulturni turizam

- Vrijedna kulturno-povijesna osnova koja uključuje otočić Školjić, rimski akvadukt, Perila i Funtanjanski kaštel, nedovoljno interpretirana i neintegrirana u turističku ponudu
- Strateški iskorak moguć je kroz razvoj destinacijskog kulturnog itinerara i modernu digitalnu interpretaciju lokaliteta, uz Peškalunu kao dugoročni identitetski kulturni projekt

Strateško područje #2: Razvoj turističkog proizvoda

Kvalitativni i kvantitativni ciljevi

Kvalitativni cilj:

Unaprijediti i tematski povezati turističke proizvode Funtane radi jačanja kvalitete doživljaja, diferencijacije ponude i povećanja turističke aktivnosti izvan glavne sezone

Razvoj turističkog proizvoda u Funtani usmjeren je na kvalitativno unaprjeđenje i tematsko povezivanje postojeće ponude, uz jasan fokus na sadržaje koji mogu generirati potražnju izvan glavne ljetne sezone. Polazeći od snažne kamping osnove i ograničenih prostornih kapaciteta, strateški pristup razvoju proizvoda temelji se na selektivnom jačanju onih segmenata ponude koji imaju najveći potencijal za produljenje sezone i isporuku više dodane vrijednosti posjetiteljima.

Cilj je razviti uravnotežen i tematski povezan portfelj turističkih proizvoda koji smanjuje ovisnost destinacije o ljetnoj sezoni, jača prepoznatljivost Funtane kao autentične kamping destinacije te doprinosi održivijem razvoju turizma. Razvoj se temelji na nadogradnji postojećih resursa i infrastrukture, boljoj međusobnoj integraciji proizvoda te jasnijem tržišnom pozicioniranju kroz koordinaciju javnog i privatnog sektora.

Poseban naglasak stavlja se na aktivni odmor, gastronomiju i kulturnu baštinu kao proizvode s najvećim potencijalom za privlačenje posjetitelja izvan glavne sezone, uz njihovo sustavno povezivanje s temeljnim kamping proizvodom radi obogaćivanja ukupnog doživljaja boravka i povećanja potrošnje.

Kvantitativni cilj:

Povećati broj turističkih noćenja za 18% u predsezoni (od travnja do lipnja) te za 14% u posezoni (od rujna do listopada) do 2029. godine

Cilj ovog strateškog područja je jačanje turističke aktivnosti izvan glavne sezone kroz povećanje broja noćenja u razdobljima predsezone i posezone, oslanjajući se na razvoj diferenciranih turističkih proizvoda i ciljani tržišni pristup. Polazeći od ostvarenja u 2025. godini, definirane su realne, ali ambiciozne projekcije rasta do kraja planskog razdoblja, koje odražavaju potencijal Funtane za ravnomjerniju raspodjelu turističkog prometa tijekom godine.

Do 2029. godine planira se ostvariti sljedeći pomak:

- **Predsezona** (travanj - lipanj) - povećanje broja noćenja za 105.981, što predstavlja rast od **17,9%**
- **Posezona** (rujan - listopad) - povećanje broja noćenja za 48.686, odnosno rast od **13,5%**

Ostvarenje ovog cilja doprinosi smanjenju sezonalnosti, stabilnijem poslovanju turističkog sektora te većoj iskorištenosti postojeće infrastrukture i kamping kapaciteta destinacije tijekom cijele godine.

Mjera #2.1: Razvoj i strukturiranje aktivne ponude destinacije

Mjera je usmjerena na kvalitativni iskorak u ključnim segmentima aktivnog odmora kroz konkretne razvojne zahvate koji nadograđuju postojeću osnovu i stvaraju prepoznatljivu aktivnu ponudu prilagođenu obiteljskom segmentu. Polazeći od prirodnih resursa destinacije mjera razvija specifične doživljaje autentične za Funtanu, a završava njihovim objedinjavanjem u integrirane obiteljske programe koji jačaju turističku aktivnost u predsezoni i posezoni.

Ključne aktivnosti mjere:

1. Razvoj lokalnih biciklističkih ruta s tematskim sadržajem

Nadogradnja postojeće regionalne biciklističke mreže kroz razvoj lokalnih ruta koje polaze iz Funtane i integriraju gastro, kulturne i prirodne točke interesa, čime se biciklistički boravak pretvara u višeslojni doživljaj destinacije.

2. Uspostava organizirane ronilačke ponude u Bijeloj uvali

Razvoj suradnje s licenciranim ronilačkim centrima iz šire regije radi uspostave organizirane ronilačke ponude u Bijeloj uvali - tečajevi, vođena ronjenja i programi za početnike i obitelji - kojom se već dokumentirani i atraktivni podvodni lokalitet pretvara u konkretan i dostupan turistički proizvod.

3. Razvoj noćnog ribolova kao autentičnog doživljaja

Razvoj organiziranog noćnog ribolova u suradnji s lokalnim ribarima kao jedinstvenog i autentičnog doživljaja utemeljenog na ribarskoj tradiciji Funtane, koji destinaciji daje sadržaj koji susjedne destinacije ne nude eksplicitno i koji funkcionira izvan glavne sezone.

4. Razvoj integriranih obiteljskih aktivnih programa

Objedinjavanje svih segmenata aktivne ponude u strukturirane obiteljske programe koji kombiniraju biciklizam, ronjenje, doživljaj prirode i lokalne tradicije u tematske pakete prilagođene predsezoni i posezoni, čime se aktivni odmor pozicionira kao ključni motiv dolaska izvan ljetnih vrhunaca.

Planirani rokovi izvršenja

Početak implementacije	I. kvartal 2027.
Završetak implementacije	IV. kvartal 2027.

Nositelj provedbe:

Općina Funtana i Turistička zajednica općine Funtana

Izvor financiranja:

Općina Funtana i Turistička zajednica općine Funtana

Mjera #2.2: Razvoj destinacijskog kulturnog itinerara i digitalne interpretacije baštine

Mjera je usmjerena na aktivaciju kulturne i povijesne baštine Funtane kao prepoznatljivog turističkog sadržaja kroz razvoj strukturiranog kulturnog itinerara i moderne digitalne interpretacije ključnih lokaliteta. Cilj je baštinu pretvoriti iz pasivnog resursa u aktivan i dostupan doživljaj koji posjetiteljima omogućuje samostalno istraživanje i dublji kontakt s identitetom mjesta, a dugoročno se može nadograditi povezivanjem sa susjednim destinacijama klastera.

Ključne aktivnosti mjere:

1. Razvoj destinacijskog kulturnog itinerara

Izrada strukturiranog kulturnog itinerara koji tematski i prostorno povezuje ključne lokalitete Funtane (otočić Školjić, rimski akvaduktni sustav, Perila i Funtanjanski kaštel) u koherentnu i lako prohodnu rutu s jasnim narativom o identitetu i povijesti mjesta.

2. Digitalna interpretacija kulturnih lokaliteta

Uvođenje moderne digitalne interpretacije na samim lokalitetima kroz audio priče, AR slojeve i multimedijalne sadržaje koji posjetiteljima bez potrebe za fizičkom infrastrukturom omogućuju dublji doživljaj baštine i upoznavanje s poviješću mjesta.

3. Razvoj i jačanje manifestacije Peškaluna

Sustavno unaprjeđenje Peškalune kao dugoročnog kulturnog projekta koji oživljava ribarsku tradiciju i baštinu Perila, s ciljem postupnog širenja programa, produljenja trajanja i jačanja prepoznatljivosti kao identitetskog simbola Funtane.

4. Integracija kulturnog itinerara u klastersku ponudu

Nadogradnja destinacijskog kulturnog itinerara kroz povezivanje s kulturnom baštinom susjednih destinacija klastera, čime se stvara širi kulturni doživljaj Porečke rivijere koji privlači posjetitelje zainteresirane za povijest i autentičnost područja.

Planirani rokovi izvršenja

Početak implementacije	IV. kvartal 2027.
Završetak implementacije	II. kvartal 2028.

Nositelj provedbe:

Turistička zajednica općine Funtana i Općina Funtana

Izvor financiranja:

Turistička zajednica općine Funtana i Općina Funtana

Mjera #2.3: Razvoj i unaprjeđenje gastro događanja kao motiva dolaska izvan sezone

Mjera je usmjerena na sustavno jačanje postojećih gastro događanja Funtane i razvoj novih gastronomskih doživljaja koji funkcioniraju kao konkretan motiv dolaska izvan glavne sezone. Polazeći od već etabliranih manifestacija (Funtanjanskih gušti u predsezoni i Fešte od grmali u posezoni) mjera teži njihovom kvalitativnom unaprjeđenju i širenju dosega, uz razvoj dodatnih gastronomskih sadržaja koji produžuju turističku aktivnost i jačaju prepoznatljivost Funtane kao autentične gastro destinacije.

Ključne aktivnosti mjere:

1. Unaprjeđenje Funtanjanskih gušti i Fešte od grmali

Kvalitativno unaprjeđenje postojećih gastro manifestacija kroz podizanje razine produkcije, proširenje programa i jačanje komunikacije prema ciljanim emitivnim tržištima, s ciljem povećanja broja posjetitelja i produljenja trajanja događanja.

2. Razvoj gastronomskog identiteta Funtane

Sustavna valorizacija brodeta od grmali i ribarske gastronomske tradicije kao zaštitnog znaka destinacije kroz razvoj prepoznatljivog gastronomskog narativa koji se konzistentno komunicira prema tržištu i integrira u ukupnu turističku ponudu.

3. Razvoj gastro klastera lokalnih ugostitelja

Uspostavljanje organizirane suradnje lokalnih ugostitelja i TZ-a kroz gastro klaster koji koordinira zajedničku ponudu, standarde kvalitete i promotivne aktivnosti, s naglaskom na autentičnost i lokalnu utemeljenost ponude.

4. Integracija gastronomije s ostalim turističkim proizvodima

Razvoj tematskih paketa koji kombiniraju gastronomske doživljaje s aktivnim odmorom, kulturnom baštinom i kamping boravkom, čime se gastronomija pozicionira kao integralni dio ukupnog doživljaja destinacije, a ne samo dopunski sadržaj.

Planirani rokovi izvršenja

Početak implementacije	IV. kvartal 2027.
Završetak implementacije	III. kvartal 2028.

Nositelj provedbe:

Turističke zajednice općine Funtana

Izvor financiranja:

Turistička zajednica općine Funtana

Mjera #2.4: Razvoj integriranih obiteljskih aktivnih programa

Mjera je usmjerena na objedinjavanje razvijenih turističkih sadržaja Funtane u strukturirane obiteljske programe koji kombiniraju aktivni odmor, gastronomiju i kulturnu baštinu u tematske pakete prilagođene predsezoni i posezoni. Polazeći od obiteljskog karaktera destinacije i snažne kamping osnove, mjera teži stvaranju jasno definiranih i tržišno vidljivih ponuda koje posjetiteljima olakšavaju planiranje boravka i povećavaju ukupnu vrijednost doživljaja, a kampovima i lokalnim dionicima pružaju konkretne alate za zajednički tržišni nastup.

Ključne aktivnosti mjere:

1. Definiranje prioriternih tipova obiteljskih paketa

Utvrdjivanje koje kombinacije proizvoda imaju najveći potencijal za obiteljski segment u predsezoni i posezoni (aktivni boravak uz more, gastro vikendi, kulturno-aktivni itinerari) kao podloga za razvoj konkretnih paketa.

2. Okupljanje i koordinacija lokalnih dionika

Povezivanje kampova, lokalnih ugostitelja, pružatelja aktivnih sadržaja i turističke zajednice radi zajedničkog oblikovanja provedenih paketa i itinerara, uz jasnu podjelu uloga i modele suradnje.

3. Razvoj i testiranje pilot paketa

Izrada i testiranje odabranih obiteljskih paketa u predsezoni uz praćenje interesa tržišta, povratnih informacija posjetitelja i operativne provedivosti, kao osnove za njihovo unaprjeđenje i širu primjenu.

4. Uključivanje paketa u marketinške aktivnosti destinacije

Integracija razvijenih obiteljskih paketa u komunikacijske kanale i kampanje TZ-a kao konkretnih proizvoda usmjerenih na privlačenje obiteljskog segmenta izvan glavne sezone.

Planirani rokovi izvršenja

Početak implementacije	IV. kvartal 2026.
------------------------	-------------------

Završetak implementacije	II. kvartal 2027.
--------------------------	-------------------

Nositelj provedbe:

Turistička zajednica općine Funtana uz potporu lokalnih dionika

Izvor financiranja:

Turistička zajednica općine Funtana

An aerial photograph of a coastal area featuring a large marina filled with numerous sailboats. The marina is situated on a lush, green island. In the background, there are more islands and a clear blue sky with some clouds. The water is a deep blue, and the overall scene is serene and scenic.

8. Strateški okvir

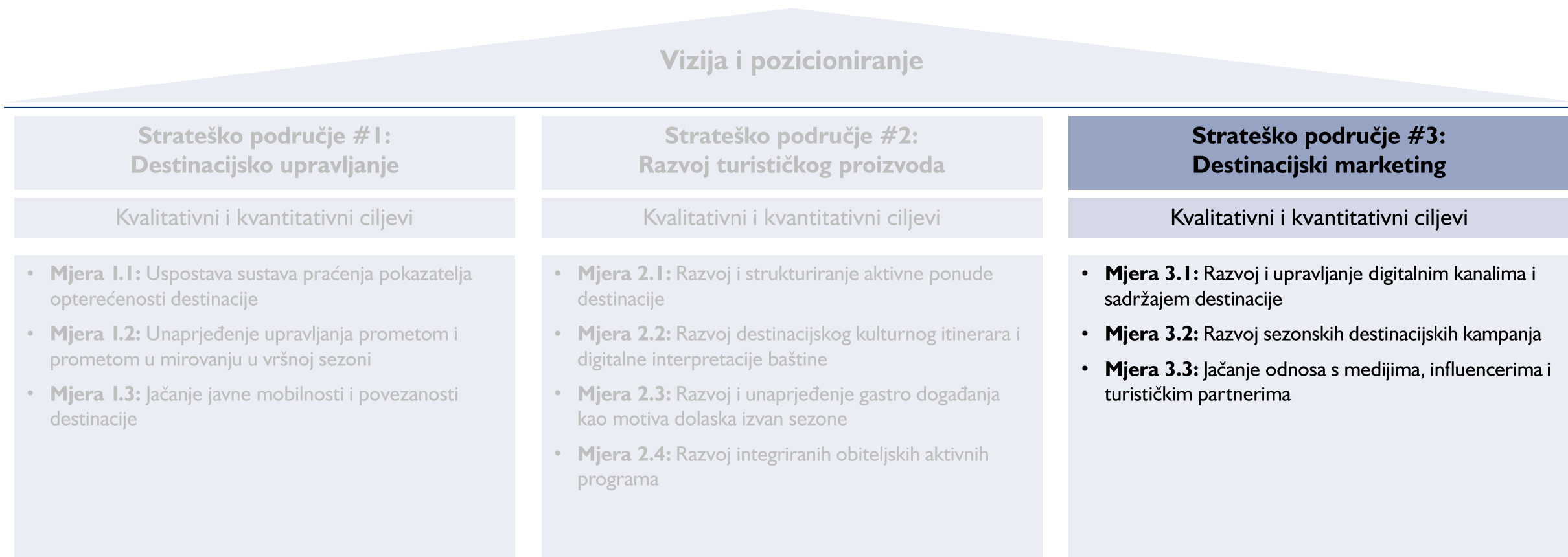
8.2. Destinacijska razina

8.2.1. Vizija i pozicioniranje

8.2.2. *Strateška područja*

- *Destinacijski marketing*

Strateško područje 3: Destinacijski marketing



Strateško područje #3: Destinacijski marketing

Ključna emitivna tržišta

Destinacijski marketing Funtane temelji se na jasnoj diferencijaciji emitivnih tržišta prema sezonskom fokusu, uz prilagodbu poruka, proizvoda i intenziteta komunikacije. Iako pojedina tržišta imaju ulogu tijekom cijele godine, razlikuju se njihovi motivi dolaska i potencijal po razdobljima, što zahtijeva ciljani i segmentirani pristup.

U tom kontekstu, za svaki dio sezone definirana su primarna tržišta (I. red) koja predstavljaju prioritetni fokus marketinških aktivnosti i komunikacije, te sekundarna tržišta (II. red) koja imaju manji udio u noćenjima, ali zaslužuju ciljanu komunikaciju. Ovakva podjela omogućuje učinkovitije usmjeravanje raspoloživih marketinških resursa prema tržištima s najvećim potencijalom u svakom dijelu turističke godine, uz istodobno zadržavanje prisutnosti na široj skupini tržišta relevantnih za dugoročni razvoj destinacije.

	Predsezona (travanj, svibanj, lipanj)	Glavna sezona (srpanj, kolovoz)	Posezona (rujan, listopad)
I.	   	   	  
II.	   	   	  
	<ul style="list-style-type: none"> Fokus na aktivne boravke i obiteljske odmore koji kombiniraju more, biciklizam, ronjenje i gastronomiju uz blaže klimatske uvjete i manji broj gostiju Primarni segmenti: obitelji s djecom, aktivni parovi i sportske grupe koje koriste kapacitete kampova izvan vršnog opterećenja Naglasak na drive-in tržištima s fleksibilnim terminima putovanja - vikendi i produženi vikendi kao ključni format boravka Gastro manifestacija Funtanjanski gušti (svibanj) kao potencijalan motiv dolaska i element komunikacije prema tržištu 	<ul style="list-style-type: none"> Fokus na ljetni odmor i sunce i more kao dominantni motiv dolaska, s kampingom kao primarnim oblikom smještaja Primarni segmenti: obitelji s djecom na duljem boravku i klasični odmorišni gosti koji cijene miran i autentičan karakter destinacije Naglasak na kvaliteti doživljaja i intimnoj atmosferi nasuprot masovnijim destinacijama 	<ul style="list-style-type: none"> Povratak fokusa na aktivne boravke, gastronomska iskustva i miran obiteljski odmor uz more u ugodnim jesenskim uvjetima Primarni segmenti: aktivni parovi, gosti starije dobi i obitelji koje izbjegavaju ljetne gužve Fešta od grmali kao potencijalan motiv dolaska i element komunikacije prema tržištu Isticanje ugodnih klimatskih uvjeta, potpune dostupnosti sadržaja i autentičnog doživljaja mjesta izvan vršne sezone

Strateško područje #3: Destinacijski marketing

Kvalitativni i kvantitativni ciljevi

Kvalitativni cilj:

Unaprijediti destinacijski marketing Funtane kroz strukturiraniji i sezonski diferenciran tržišni nastup usmjeren na privlačenje ciljanih segmenata izvan glavne sezone

Destinacijski marketing Funtane usmjeren je na daljnje unaprjeđenje postojećih praksi kroz jasnije strukturiranje procesa planiranja, provedbe i praćenja marketinških aktivnosti. Cilj je osigurati dosljedniji i učinkovitiji tržišni nastup destinacije, uz jasniju povezanost između analize tržišta, definiranja ciljeva, produkcije sadržaja, distribucije kampanja te praćenja i evaluacije rezultata.

Daljnijim razvojem strukturiranog marketinškog pristupa, utemeljenog na cikličkom procesu upravljanja marketinškim aktivnostima, omogućuje se bolja koordinacija pojedinih aktivnosti, veća jasnoća u donošenju odluka te učinkovitije korištenje raspoloživih resursa. Poseban naglasak stavlja se na usklađivanje marketinških aktivnosti s različitim razdobljima godine, prioritarnim tržištima i ciljnim segmentima, u skladu s definiranim sezonalnim fokusom destinacije.

Na taj način, destinacijski marketing postaje operativni alat koji omogućuje mjerljivost učinaka, kontinuirano učenje iz provedenih aktivnosti i prilagodbu budućih marketinških nastupa, čime se jača ukupna učinkovitost i dugoročna održivost tržišnog pozicioniranja Funtane kao vodeće kamping destinacije za kvalitetan obiteljski odmor.

Kvantitativni cilj:

Povećanje noćenja top 3 emitivnih tržišta u razdobljima predsezone i posezone

U razdoblju do 2029. godine cilj je ostvariti mjerljiv rast broja noćenja na ključnim emitivnim tržištima Funtane u razdobljima predsezone i posezone kroz fokusirane marketinške aktivnosti, preciznije ciljanje segmenata i jače pozicioniranje destinacije izvan glavne ljetne sezone.

Poseban naglasak stavlja se na tržišta koja imaju najveći potencijal za dolazak automobilom, kraće boravke i tematske proizvode poput aktivnog odmora, gastronomije i obiteljskog kamping odmora.

Ciljani rast noćenja (predsezona + posezona) u 2029. godini, u usporedbi s 2025.:

- Njemačka: +15% (+65.695 noćenja)
- Austrija: +20% (+20.650 noćenja)
- Slovenija: +20% (+20.199 noćenja)

Napredak u ostvarenju cilja pratit će se kroz godišnju analizu podataka po emitivnim tržištima i sezonskim razdobljima, uz usporedbu s vrijednostima iz 2025. godine.

Mjera #3.1: Razvoj i upravljanje digitalnim kanalima i sadržajem destinacije

Mjera je usmjerena na kvalitativni iskorak u digitalnoj prisutnosti Funtane kroz sustavno upravljanje kanalima, razvoj autentičnog vizualnog sadržaja i proširenje doseg prema ciljanim tržištima. Polazeći od trenutno digitalne vidljivosti u odnosu na volumen turističkog prometa koji destinacija ostvaruje, mjera teži uspostavi dosljednog digitalnog nastupa koji komunicira autentični identitet Funtane kao vodeće kamping destinacije za obiteljski odmor, uključujući i specijalizirane kamping platforme koje su primarni izvor informiranja ciljnog segmenta.

Ključne aktivnosti mjere:

1. Izrada godišnjeg plana objavljivanja digitalnog sadržaja

Sustavno planiranje sadržaja na godišnjoj razini koje definira tematske prioritete, formate i ritam objava po kanalima i sezonama (kako za redovitu komunikaciju brenda destinacije, tako i za sezonske kampanjske aktivnosti) s naglaskom na predsezonu i sezonu kao ključnim razvojnim razdobljima.

2. Produkcija kvalitetnog foto i video sadržaja

Sustavna produkcija profesionalnih foto i video materijala koji prikazuju Funtanu, između ostalog, izvan ljetnih vrhunaca (aktivni odmor, gastronomiju, mirna atmosfera) kao temelj za sve digitalne i kampanjske aktivnosti.

3. Pozicioniranje na specijaliziranim kamping platformama

Uspostava i aktivno upravljanje profilima na ključnim europskim kamping platformama poput ACSI, Camping.info i Pitchup koje su primarni izvor informiranja i odlučivanja kamping gostiju, s posebnim naglaskom na tržišta Njemačke, Austrije i Slovenije.

4. Praćenje i optimizacija digitalnih performansi

Uspostava sustava redovitog praćenja ključnih pokazatelja digitalnog nastupa (npr. doseg, angažman, konverzije, itd.) kao podloge za kontinuiranu optimizaciju sadržaja i kanalnog miksa prema rezultatima.

Planirani rokovi izvršenja

Početak implementacije	III. kvartal 2027.
------------------------	--------------------

Završetak implementacije	II. kvartal 2028.
--------------------------	-------------------

Nositelj provedbe:

Turistička zajednica općine Funtana

Izvor financiranja:

Turistička zajednica općine Funtana

Mjera #3.2: Razvoj sezonskih destinacijskih kampanja

Mjera je usmjerena na provedbu ciljanih marketinških kampanja za predsezonu i posezonu prema prioritetnim emitivnim tržištima, s ciljem povećanja broja dolazaka i noćenja izvan ljetnih vrhunaca. Kampanje se temelje na ključnim turističkim proizvodima destinacije i konkretnim motivima dolaska uz jasno definirane poruke prilagođene karakteristikama i preferencijama pojedinih tržišta.

Ključne aktivnosti mjere:

1. Definiranje tržišnih prioriteta i sezonalnih fokusa po godinama

Određivanje za koja tržišta, segmente i razdoblja godine se provode kampanje u pojedinoj sezoni, uz usklađivanje s ciljevima rasta noćenja na ključnim emitivnim tržištima.

2. Kreacija i provedba kampanja po prioritetnim tržištima i sezonama

Razvoj kampanjskih poruka, kreativnih koncepata, odabir komunikacijskih kanala te provedba kampanja prema definiranim tržišnim prioritetima i sezonalnim fokusima, uz prilagodbu formata i sadržaja specifičnostima pojedinih tržišta, od digitalnih plaćenih oglasa do nastupa na specijaliziranim kamping i turističkim platformama

3. Koordinacija s lokalnim dionicima i kampovima

Uključivanje kampova, lokalnih ugostitelja i pružatelja aktivnih sadržaja u oblikovanje kampanjskih poruka i paketa koji se promoviraju, radi osiguravanja usklađenosti između marketinške komunikacije i stvarne ponude destinacije.

4. Praćenje rezultata i prilagodba pristupa

Mjerenje učinaka kampanja na razini tržišta i sezona te optimizacija budućih aktivnosti na temelju ostvarenih rezultata, uz redovito izvještavanje prema upravljačkim tijelima destinacije.

Planirani rokovi izvršenja

Početak implementacije	I. kvartal 2027.
------------------------	------------------

Završetak implementacije	IV. kvartal 2029.
--------------------------	-------------------

Nositelj provedbe:

Turistička zajednica općine Funtana

Izvor financiranja:

Turistička zajednica općine Funtana

Mjera #3.3: Jačanje odnosa s medijima, influencerima i turističkim partnerima

Mjera je usmjerena na sustavno razvijanje odnosa s ključnim multiplikatorima dosega na prioritetnim emitivnim tržištima (turističkim agencijama, tour operatorima, specijaliziranim kamping medijima i digitalnim kreatorima sadržaja) radi povećanja vidljivosti i prepoznatljivosti Funtane izvan glavne sezone. S obzirom na ograničene marketinške resurse destinacije, suradnja s partnerima koji već imaju uspostavljenu publiku na ciljnim tržištima predstavlja učinkovit i troškovno opravdan način proširivanja dosega.

Ključne aktivnosti mjere:

1. Mapiranje ključnih medijskih i partnerskih multiplikatora

Identifikacija relevantnih turističkih agencija, tour operatora, specijaliziranih kamping medija i digitalnih kreatora sadržaja na prioritetnim tržištima (Njemačkoj, Austriji i Sloveniji) koji dosežu ciljni obiteljski i kamping segment.

2. Uspostava programa press i fam trips

Organizacija novinarskih i studijskih posjeta za predstavnike medija, specijaliziranih kamping publikacija i digitalnih kreatora sadržaja u predsezoni i posezoni, s ciljem generiranja autentičnog sadržaja i uredničke pokrivenosti destinacije izvan ljetnih vrhunaca.

3. Razvoj suradnje sa specijaliziranim kamping tour operatorima

Uspostava suradnje sa specijaliziranim europskim kamping tour operatorima, poput ACSI, Eurocamp i Vacansoleil, radi proširenja distribucije i dosega izvan direktnih rezervacijskih kanala.

4. Praćenje i evaluacija partnerskih aktivnosti

Redovito praćenje dosega, angažmana i poslovnih učinaka partnerskih aktivnosti kao podloge za optimizaciju suradnje i prioritizaciju najučinkovitijih partnerstava u narednim sezonama.

Planirani rokovi izvršenja

Početak implementacije	I. kvartal 2028.
------------------------	------------------

Završetak implementacije	III. kvartal 2028.
--------------------------	--------------------

Nositelj provedbe:

Turistička zajednica općine Funtana

Izvor financiranja:

Turistička zajednica općine Funtana

Pregled svih predloženih mjera

Klusterske mjere

Mjera #1: Razvoj modela formalizacije suradnje klastera Porečka rivijera

Mjera #2: Definicija operativnih planova razvoja turističkih proizvoda

Mjera #3: Definicija operativnog marketinškog plana i brending strategije za klaster Porečke rivijere

Destinacijske mjere

Strateško područje #1: Destinacijsko upravljanje

Mjera 1.1: Uspostava sustava praćenja pokazatelja opterećenosti destinacije

Mjera 1.2: Unaprjeđenje upravljanja prometom i prometom u mirovanju u vršnoj sezoni

Mjera 1.3: Jačanje javne mobilnosti i povezanosti destinacije

Strateško područje #2: Razvoj turističkog proizvoda

Mjera 2.1: Razvoj i strukturiranje aktivne ponude destinacije

Mjera 2.2: Razvoj destinacijskog kulturnog itinerara i digitalne interpretacije baštine

Mjera 2.3: Razvoj i unaprjeđenje gastro događanja kao motiva dolaska izvan sezone

Mjera 2.4: Razvoj integriranih obiteljskih aktivnih programa

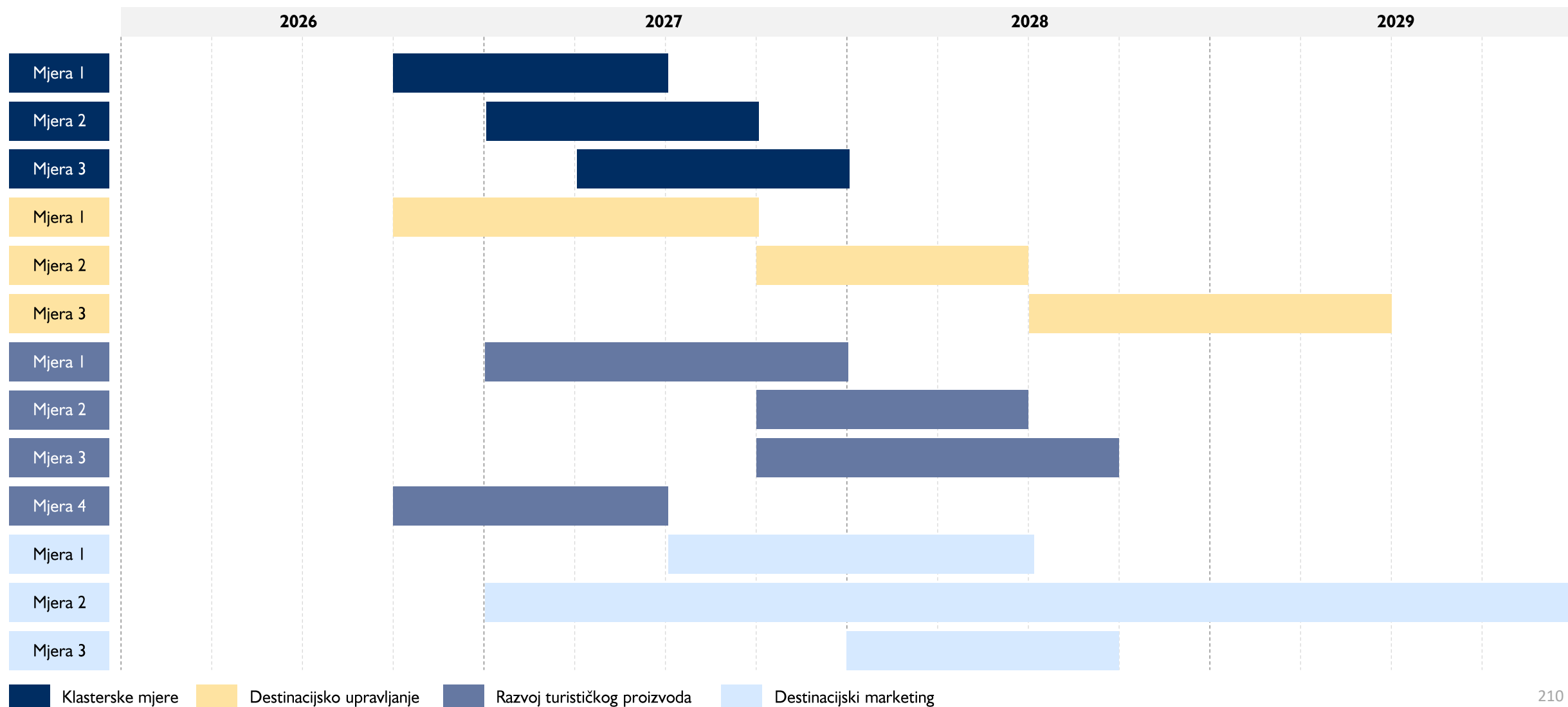
Strateško područje #3: Destinacijski marketing

Mjera 3.1: Razvoj i upravljanje digitalnim kanalima i sadržajem destinacije

Mjera 3.2: Razvoj sezonskih destinacijskih kampanja

Mjera 3.3: Jačanje odnosa s medijima, influencerima i turističkim partnerima

Dinamika implementacije mjera





9. Smjernice i preporuke za dionike razvoja

9.1. Smjernice i preporuke za Općinu Funtana

Smjernice i preporuke za Općinu Funtana

Uloga općine u realizaciji plana upravljanja destinacijom:

Općina Funtana ima ključnu ulogu u provedbi Plana upravljanja destinacijom kao nositelj institucionalnog, prostornog i upravljačkog okvira razvoja turizma. Njezina odgovornost očituje se u usklađivanju prostornog planiranja, prometnih rješenja i komunalnih sustava s ciljevima održivog turističkog razvoja, uz istodobno očuvanje kvalitete života lokalnog stanovništva i intimnog karaktera destinacije.

Kao mala općina s ograničenim administrativnim i financijskim kapacitetima, Općina Funtana svoju ulogu ostvaruje kroz aktivnu koordinaciju s TZ-om, kampovima i nadležnim tijelima više razine, Istarskom županijom i državnim institucijama, posebno u pitanjima koja nadilaze njezine izravne nadležnosti, poput prometne infrastrukture i javnog prijevoza.



Ključne smjernice za Općinu Funtana

- Uskladiti prostorne i razvojne planove s ciljevima i mjerama Plana upravljanja destinacijom, s posebnim naglaskom na zaštitu prostornih kapaciteta i sprječavanje daljnje nekontrolirane apartmanizacije
- Aktivno sudjelovati u razvoju i provedbi sustava praćenja pokazatelja opterećenosti destinacije u suradnji s TZ-om i komunalnim službama
- Sustavno ulagati u javnu i komunalnu infrastrukturu koja doprinosi rasterećenju najopterećenijih dijelova destinacije i poboljšanju funkcionalnosti u vršnoj sezoni
- Zagovarati izgradnju zaobilaznice i unaprjeđenje prometnih rješenja prema nadležnim tijelima državne i županijske uprave kroz jasno dokumentirane argumente i koordinirani nastup
- Jačati integriranu mobilnost unutar destinacije i prema susjednim središtima klastera kroz podršku razvoju shuttle usluga i nemotoriziranih oblika kretanja
- Upravljački usmjeravati razvoj turističkih sadržaja kroz prostorne i regulatorne alate, s ciljem očuvanja ravnoteže između turističke aktivnosti i svakodnevnog života lokalnog stanovništva
- Aktivno uključivati lokalnu zajednicu u procese planiranja i evaluacije učinaka turizma, s ciljem očuvanja društvene prihvatljivosti i dugoročne održivosti razvoja destinacije



9. Smjernice i preporuke za dionike razvoja

9.1. Smjernice i preporuke za Općinu Funtana

9.2. Smjernice i preporuke za Turističku zajednicu općine Funtana

Smjernice i preporuke za Turističku zajednicu općine Funtana

Uloga TZ-a u realizaciji plana upravljanja destinacijom:

Turistička zajednica općine Funtana ima središnju operativnu ulogu u provedbi Plana upravljanja destinacijom, s fokusom na koordinaciju dionika, razvoj turističkih proizvoda, destinacijski marketing i svakodnevno upravljanje turističkim aktivnostima. Kao ključna poveznica između javnog i privatnog sektora, TZ osigurava da strateški ciljevi Plana budu pretočeni u konkretne mjere i aktivnosti na terenu.

S obzirom na ograničene ljudske i financijske resurse karakteristične za malu destinaciju, posebna vrijednost TZ-a leži u sposobnosti koordinacije i mobilizacije lokalnih dionika te u aktivnom sudjelovanju u klsterskoj suradnji Porečke rivijere kroz koju može ostvariti doseg i učinak koji nadilazi vlastite kapacitete.



Ključne smjernice za turističku zajednicu

- Operativno koordinirati provedbu Plana upravljanja destinacijom u suradnji s Općinom i ostalim ključnim dionicima turističkog razvoja
- Uspostaviti i kontinuirano održavati sustav praćenja pokazatelja opterećenosti destinacije kao temelj za donošenje upravljačkih i marketinških odluka utemeljenih na podacima
- Sustavno raditi na razvoju i unaprjeđenju turističkih proizvoda s naglaskom na aktivni odmor, gastronomiju i kulturnu baštinu kao ključne motive dolaska izvan glavne sezone
- Planirati i provoditi sezonski diferencirane marketinške aktivnosti prema prioritetnim emitivnim tržištima, uz kontinuirano praćenje učinkovitosti i prilagodbu pristupa
- Razvijati suradnju s kampovima kao ključnim privatnim partnerima u destinaciji kroz zajednički razvoj aktivnih programa, gastro doživljaja i komunikacijskih aktivnosti
- Inicirati i aktivno sudjelovati u klsterskoj suradnji Porečke rivijere, osobito u zajedničkim rješenjima mobilnosti, razvoju biciklističkih ruta i marketinškim inicijativama koje nadilaze kapacitete pojedine destinacije
- Sustavno pratiti učinke turizma na destinaciju i lokalnu zajednicu te koristiti rezultate praćenja kao temelj za prilagodbu aktivnosti, mjera i prioriteta TZ-a u narednim godinama



9. Smjernice i preporuke za dionike razvoja

9.1. Smjernice i preporuke za Općinu Funtana

9.2. Smjernice i preporuke za Turističku zajednicu općine Funtana

**9.3. Smjernice i preporuke za druge dionike u turizmu i upravljanju
turizmom u destinaciji**

Smjernice i preporuke za druge dionike u turizmu i upravljanju turizmom u destinaciji

Uloga dionika u realizaciji plana upravljanja destinacijom:

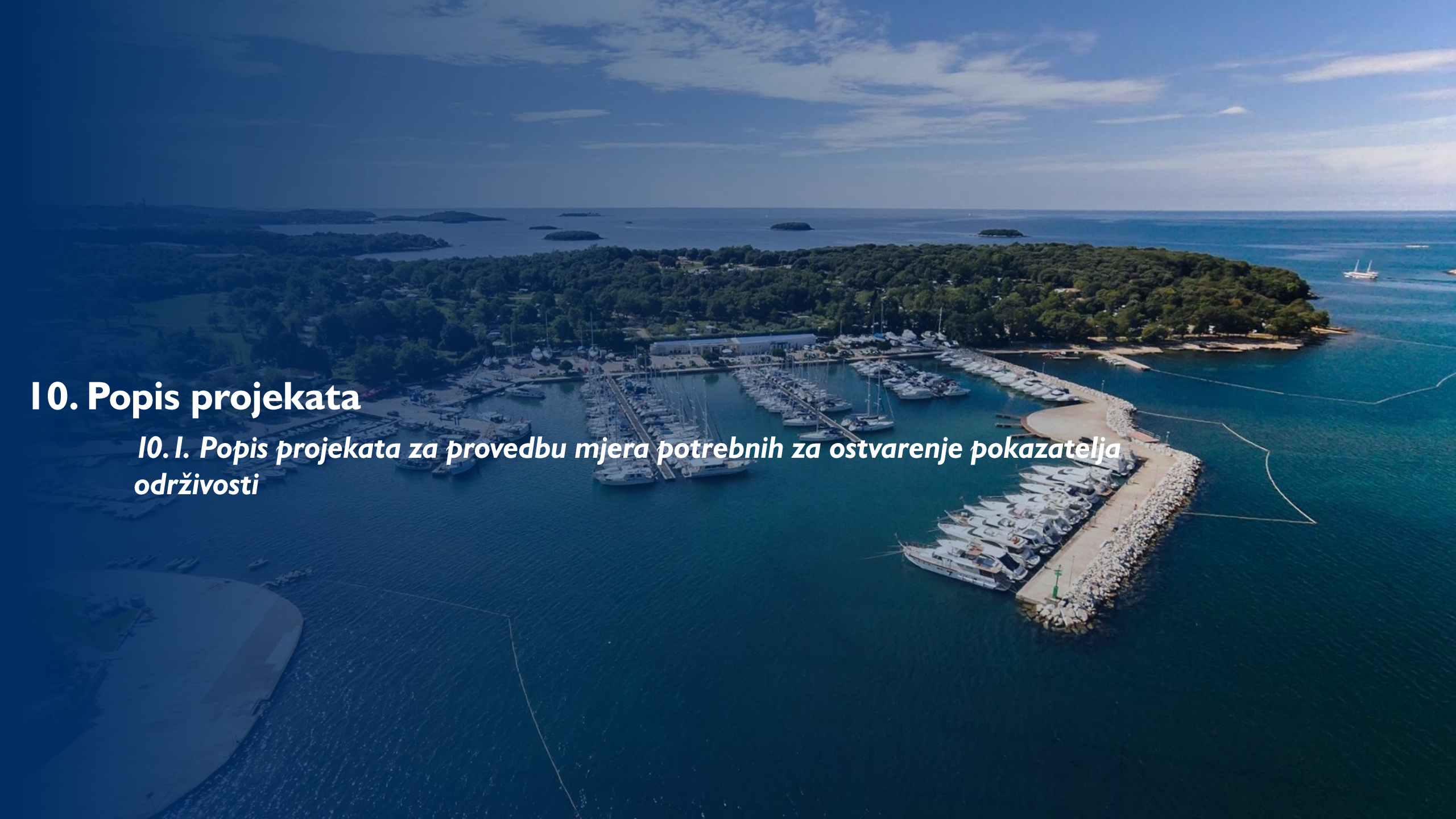
Privatni sektor u Funtani, a posebice vodeći kamping operateri Valamar i Plava Laguna, ima iznimno snažnu ulogu u provedbi Plana upravljanja destinacijom s obzirom na to da kampovi generiraju gotovo 80% ukupnih noćenja destinacije. Njihove poslovne odluke, investicije i način organizacije turističkih aktivnosti izravno određuju kvalitetu boravka, sezonalnost i prostorno opterećenje destinacije.

Uz kampove, ključnu ulogu imaju i lokalni ugostitelji, privatni iznajmljivači, pružatelji aktivnih sadržaja i marina, čijim se koordiniranim djelovanjem stvara cjelovit turistički doživljaj Funtane. Aktivna suradnja privatnog sektora s TZ-om i Općinom preduvjet je za ostvarivanje strateških ciljeva Plana, osobito u području produljenja sezone i razvoja autentičnih turističkih proizvoda.



Ključne smjernice za ostale destinacijske dionike

- Aktivno sudjelovati u provedbi mjera Plana upravljanja destinacijom kroz usklađivanje vlastitih poslovnih i razvojnih aktivnosti s definiranim ciljevima održivog upravljanja destinacijom
- Razvijati i prilagođavati turističku ponudu na način koji doprinosi produljenju sezone, osobito kroz strukturirane obiteljske aktivne programe, gastronomske doživljaje i kulturne sadržaje u predsezoni i posezoni
- Jačati suradnju s TZ-om u planiranju i razvoju zajedničkih proizvoda, programa i aktivnosti koji nadograđuju turističku ponudu i povećavaju ukupnu vrijednost boravka u destinaciji
- Sudjelovati u sustavima upravljanja turističkim tokovima i opterećenjima, uključujući primjenu preporuka vezanih uz mobilnost, shuttle usluge i raspodjelu sadržaja unutar destinacije
- Aktivno doprinositi prikupljanju i razmjeni podataka o potražnji, kretanjima gostiju i korištenju sadržaja kao temelju za zajedničko donošenje informiranih upravljačkih odluka
- Uključivati se u rad klsterskih inicijativa Porečke rivijere kako bi se osigurala koordinacija i komplementarnost ponude te dugoročna konkurentnost destinacije unutar šireg regionalnog konteksta

An aerial photograph of a coastal area featuring a large marina filled with numerous sailboats. The marina is situated on a lush, green island. In the background, the sea extends to the horizon under a blue sky with scattered clouds. Several small, forested islands are visible in the distance. The water is a deep blue, and the sky is a lighter blue with some white clouds.

I 0. Popis projekata

10.1. Popis projekata za provedbu mjera potrebnih za ostvarenje pokazatelja održivosti

I Šetnica kroz AC Puntica

Kratki opis	Uređenje pješačke šetnice uz granicu pomorskog dobra u AC Puntica, tako da se na sjeveru spoji s postojećom šetnicom Funtana – Zelena laguna, a na jugu s postojećom šetnicom u luci Funtana.		
Opis svrhe	Uređenje obalnih šetnica duž cijelog pomorskog dobra, smanjenje pritiska pješačkog prometa na državnoj cesti te veća sigurnost prometa i pješaka.		
Nositelj	Općina Funtana-Fontane	Trajanje	2027. – 2028.
Imovinsko pravni odnosi	U postupku rješavanja	Iznos vlastitog financiranja	/
Ukupna procijenjena vrijednost	212.500 EUR		

#2 Rekonstrukcija i dogradnja galerije „Zgor murve”

Kratki opis	Rekonstrukcija i dogradnja građevine radi uređenja izložbenog prostora, uspostave stalnog postava ribarskog muzeja i razvoja pratećih kulturnih sadržaja.		
Opis svrhe	Očuvanje kulturne i ribarske baštine te unaprjeđenje kulturne i turističke ponude destinacije.		
Nositelj	Općina Funtana-Fontane	Trajanje	2027. – 2029.
Imovinsko pravni odnosi	Riješeni	Iznos vlastitog financiranja	/
Ukupna procijenjena vrijednost	650.000 EUR		

An aerial photograph of a coastal area featuring a large marina filled with numerous sailboats. The marina is situated on a lush, green island. In the background, there are more islands and a clear blue sky with some clouds. The water is a deep blue, and the overall scene is serene and scenic.

I 10. Popis projekata

10.1. Popis projekata za provedbu mjera potrebnih za ostvarenje pokazatelja održivosti

10.2. Popis projekata od posebnog značaja za razvoj destinacije

Popis projekata od posebnog značaja za razvoj destinacije

Uvodne napomene

Metodologija definirana Pravilnikom o metodologiji izrade plana upravljanja destinacijom, kojeg je propisalo Ministarstvo turizma i sporta Republike Hrvatske, predviđa da se u okviru procesa izrade predmetnog Plana upravljanja identificiraju projekti od posebnog značaja za razvoj destinacije. Radi se o strateškim infrastrukturnim zahvatima koji pridonose ostvarenju ciljeva razvoja turizma u destinaciji i imaju prednost pri sufinanciranju iz Fonda za turizam te ostalih namjenskih izvora financiranja, sukladno Zakonu o turizmu (NN 156/23).

Na stranicama u nastavku pružene su osnovne informacije o odabranim projektima, dok se ostale informacije o projektu nalaze u Excel dokumentu Plan upravljanja - Popis projekata, čiji je sadržaj definiran istim Pravilnikom. Navedeni Excel dokument dostavlja se izravno Ministarstvu te čini prilog predmetnog Plana upravljanja.

Niže su navedeni osnovni kriteriji selekcije projekata sukladno Zakonu o turizmu (NN 156/23):

1	2	3	4	5
Doprinos strateškom ili posebnom cilju definiranom aktima strateškog planiranja za razvoj turizma	Značajan i mjerljiv pozitivni financijski učinak na sektor turizma i povezane sektore	Provedba započinje u razdoblju važenja Plana upravljanja destinacijom	Minimalno izrađena studijska ili projektna dokumentacija sukladno propisanim zahtjevima	Minimalna vrijednost projekta 1.000.000 EUR

Na popis su uvrštena dva projekta od posebnog značaja za razvoj destinacije.

I Prometnica AC Bijela Uvala - AC Polidor - DC75

Kratki opis	Izgradnja prometnice AC Bijela Uvala - AC Polidor - DC75 s javnom rasvjetom i oborinskom odvodnjom		
Opis svrhe	Unaprjeđenje prometne povezanosti, sigurnosti i kvalitete prometne infrastrukture.		
Nositelj	Općina Funtana-Fontane	Trajanje	2028.
Imovinsko pravni odnosi	Riješeni	Iznos vlastitog financiranja	/
Ukupna procijenjena vrijednost	I. 169.680 EUR bez PDV-a		

#2 Prometnica - ulaz u turističku zonu Zelena laguna

Kratki opis	Rekonstrukcija prometnice s izgradnjom pješačke i biciklističke staze te novom javnom rasvjetom i oborinskom odvodnjom.		
Opis svrhe	Unaprjeđenje prometne sigurnosti i dostupnosti za sve sudionike u prometu.		
Nositelj	Općina Funtana-Fontane	Trajanje	2028.
Imovinsko pravni odnosi	Riješeni	Iznos vlastitog financiranja	/
Ukupna procijenjena vrijednost	4.855.880 EUR		

I I. Ključni strateški zaključci



Ključni strateški zaključci

- 1 Funtana treba prijeći iz modela rasta turističkog volumena u model aktivnog upravljanja kvalitetom destinacije**
Iscrpljeni prostorni kapaciteti zona ugostiteljsko-turističke namjene i visoka sezonska opterećenja znače da budući razvoj treba temeljiti na boljem upravljanju postojećim kapacitetima, prostorom, prometom i infrastrukturom, a ne na daljnjem kvantitativnom rastu.
- 2 Kamping ostaje temelj tržišne pozicije Funtane, ali buduća konkurentnost zahtijeva snažniju destinacijsku ponudu izvan samih kampova**
Razvoj aktivnog odmora, gastronomije, kulturne baštine i obiteljskih programa treba povećati vrijednost ukupnog boravka i stvoriti dodatne motive dolaska, osobito izvan vršne sezone.
- 3 Daljnji rast privatnog smještaja potrebno je usmjeravati prema kvaliteti, uz ograničavanje negativnih učinaka apartmanizacije**
Budući da prostorni plan u naselju dopušta do 2.543 nove stambene jedinice, a 70,5% stanovnika negativno percipira utjecaj apartmanizacije, prioritet treba biti kvalitativno unaprijeđenje postojećeg fonda i očuvanje stambene funkcije mjesta, umjesto nekontroliranog povećanja kapaciteta.
- 4 Produljenje sezone realna je razvojna prilika, ali zahtijeva ciljano upravljanje proizvodima i potražnjom**
Rast potražnje od svibnja do lipnja te u rujnu i listopadu pokazuje potencijal za postupno širenje sezone kroz ciljane proizvode, događanja i tržišne segmente, umjesto pokušaja stvaranja cjelogodišnjeg turizma bez odgovarajuće tržišne osnove.
- 5 Veličina Funtane zahtijeva snažniju integraciju u Porečku rivijeru, uz očuvanje vlastitog destinacijskog identiteta**
Klasterska suradnja ključna je za teme u kojima Funtana samostalno nema dovoljan tržišni ili operativni kapacitet (razvoj proizvoda, mobilnost, marketing i tržišni doseg), dok lokalna razina treba ostati fokusirana na upravljanje prostorom i kvalitetom iskustva u samoj destinaciji.



Siniša Topalović, ISHC

Partner i direktor Horwath HTL Hrvatska i globalni direktor turističkog savjetovanja

Email: stopalovic@horwathhtl.com

Matko Marohnić

Partner i voditelj odjela turističkog savjetovanja

Email: mmarohnic@horwathhtl.com

Horwath HTL Croatia d.o.o.

Hondlova 2/I

10000 Zagreb – CROATIA

Tel. +385 (0)1 4877 200

Fax. +385 (0)1 4877 205

www.horwathHTL.com