



Outdoor i gastronomija

Na Lošinju će se održati dva veća outdoor događanja u ožujku i svibnju 2026. Naglasak će biti i na gastronomiji kao dijelu programa Kvarner – Europska regija gastronomije. - Radit ćemo još dodatno na digitalizaciji staza Hike&Bike, kao i na prikazima plaža 360 stupnjeva, a možemo se pohvaliti da jedini u Hrvatskoj, a i šire imamo prikaz pozicija za snorkeling (ronjenje na dah), njih više od 50 na cjelokupnom arhi-

pelagu gdje možete zaroniti da dubine od jednog do tri metra i od tri do šest metara uz podvodne kamere od 360 stupnjeva, opisom samih lokacija zračnih snimaka za uron i povezanosti s Google mapama. Za sljedeću godinu najavljujemo novi projekt koji radi-mo s TZG-om Cres i Otočnom razvojnom agencijom To do Cres & Lošinj s digitalnim prikazom doživljaja u agenciji i mogućnosti instant kupnje istih preko web platforme.

podjela priznanja djelatnicima turističkih ureda u proteklom razdoblju, posvetili smo jedan od panela i Park šumi Čikat i njoj budućnosti i upravljanju. Ovaj panel izdvajam kao najznačajniji jer evo upravo nakon njega potaknute su aktivnosti upravljanja Parkom šumom u narednom razdoblju od 30 godina, a u koji su se aktivno uključili svi dionici od Hrvatskih šuma, JU »Priroda«, Grada Malog Lošinja, Jadranska turizma d.o.o. i TZG-a Malog Lošinja. Osim toga, premijerno smo prikazali dokumentarno-igrani film »Zeleni barba« o prof. Ambrozu Haračiću i o počecima turizma, ispričao je Cvitković.

Promocija destinacije

Velika obljetnica posebno je obilježena u svibnju. - Početkom svibnja obilježili smo 150 godina našeg Puhačkog orkestra koji je vezan uz dolazak cara Franje Josipa 13. svibnja 1875. godine na porinuću najvećeg jedrenjaka izgrađenog u lošinjским brodogradilištima nave »Imperatrice Elisabetta«, i napravili najveći krokant na svijetu u visini od 273 cm i kao takav je ušao u Guinnessovu knjigu rekorda. Sve zasluge idu slastičaru Petru Golešu i njegovom timu iz slastičarne Moby Dick. Vrhunac večeri bio je koncert Parnog valjka uz prepuni glavni gradski trg. I kod obilježavanja 140 godina turizma cilj nam je bio da događanja na trgu održimo u predsezoni kao dodatni motiv dolaska gostiju što se pokazalo jako dobrim potezom, da nam je netko rekao da će dva najposjećenija koncerta na gradskom trgu u Lošinju u zadnjih 10-ak godina biti u svibnju i prosincu malo tko bi nam vjerovao.

Ova su događanja dodatno utjecala na promociji destinacije. - Ovi događaji, a posebice Guinness World Record kao svjetski i prepoznatljivi brend dodatno su promovirali destinaciju i povećali vidljivost otoka Lošinja, a tijekom produženog vikenda za prvomajске praznike i program koji smo pripremili za goste imali smo nikad veći broj gostiju u tom razdoblju, njih više od 9.000, ponosan je Cvitković.

Rujan su obilježile dvije značajne manifestacije Losinava i Taste the Mediterranean. - Festival Losinava dvotjedni je festival koji se održava u rujnu, i posvećen je bogatoj pomorskoj i brodograđevnoj tradiciji otoka Lošinja. Okosnica Festivala su tri regate, uz još brojna popratna događanja od

izložbi, predavanja, radionica, koncerata više od 30-ak različitih programa. Ove godine partner nam je bila Venecija, koja se predstavila sa svojim proizvodima Burana i Murana, nastupom zbora Serenissima, posjetom delegacije grada Venecije, a najveća atrakcija za sve Lošinjane i naše goste bio je dolazak prave venecijanske gondole prvi put izvan Venecije i to baš u lošinjскоj vali. Predsjednik gondolijera Venecije Andrea Balbi je tijekom četiri dana boravka na Lošinju proveo oko 2.000 posjetitelja, uz višemilijunske preglede na društvenim mrežama, naglasio je Cvitković.

Okusi Mediterana

Kao najava Kvarnera – Europske regije gastronomije 2026. unutar festivala Losinava održao se gastrofestival »Taste the Mediterranean«.

- Ljepo je bilo biti na Lošinju tih dana i osjećati se kozmopolitski kao dio Mediterana i svijeta. Mogu reći da je Losinava okupila više od 300 sudionika i više tisuća posjetitelja programa od Velog Lošinja – Malog Lošinja pa do finala u Nerezinama. Jako je emotivan festival za nas Lošinjane, osobno bih izdvojio izložbu dječjeg vrtića »Cvrcak« na kojoj djeca predstavljaju što su tijekom festivala »Losinava« naučili i vidjeli i kojim žarom oni to sve doživljavaju sa svojim tetama pa za budućnost ne treba brinuti, kazao je Cvitković i naglasio:

- Izuzetno mi je drago da u godini kada obilježavamo 140 godina turizma, a koji je počeo kao lječilišni i zdravstveni turizam u listopadu s našim partnerom Lošinj Hotels&Villas otvaramo novi »MEDISOLA« festival zdravlja i vitalnosti. Naravno, uz još brojna outdoor događanja izdvojio bih Advent na Lošinju koji započinje 6. prosinca koncertom Tonija Cetinskog i koji svake godine uz zabavni dio ima i veliku humanitarnu ulogu, najavio je Cvitković i na kraju zaključio kako se Lošinj itekako približio cilju cjelogodišnje destinacije.

- S obzirom na otvorenost objekata i bogatstvo ponude radimo od Uskrsa do Svih svetih, dakle od travnja do studenog. Tu treba izdvojiti i prosinac s bogatim adventskim programom i dočekom Nove godine s više od 5.000 gostiju. Iduće godine imamo još nekoliko događanja u ožujku, tako da ćemo i tu imati više dolazaka, zaključio je direktor Turističke zajednice Grada Malog Lošinja.

FESTIVAL MEDISOLA SPAJA TRADICIJU i budućnost zdravstvenog turizma

Turistička sezona 2025. godine u Malom Lošinju donijela je rezultate u skladu s planovima i očekivanjima – kumulativno od 1. siječnja do 20. rujna ostvaren je pad noćenja za jedan posto i porast dolazaka za jedan posto. Dok su hoteli i kampovi zabilježili rast, privatni smještaj i nekomercijalni objekti bilježe pad, pri če-

godinu za redom bilježimo pad s našeg najvećeg emitivnog tržišta – Njemačke, čijih je gostiju bilo šest posto manje. Manje je bilo i gostiju iz Austrije, također šest posto, dok smo s tržišta Češke, Srbije i Nizozemske zabilježili porast. Ostala glavna tržišta Slovenija, Hrvatska i Italija su na razini prošle godine. Primjećujemo i povećanje noćenja u pred i posezoni, dok u glavnoj turističkoj sezoni, srpnju i kolovozu bilježimo stagnaciju i blagi pad. Gosti skraćuju boravak i imaju više kraćih odmora. Možemo zaključiti da interes za destinaciju nije pao, dapače veći broj dolazaka upućuje da smo još više zanimljivi gostima koji više odabiru boravak u mjesecima izvan glavne turističke sezone prvenstveno zbog nižih cijena, manje gužve, a treba uzeti i u obzir klimatske promjene, govori Cvitković.

Najveći izazovi

Otkriva i koji su bili najveći izazovi u 2025. godini.

- Trend disperzije noćenja izvan glavne sezone predviđali smo još prije nekoliko godina, no jasno je da se potpunijavane pred i posezone ne događa samo od sebe, već isključivo stvaranjem kvalitetnih sadržaja u tom razdoblju. U tome smo, sa svim dionicima, uspješni. Predsezona se oslanja na brojna outdoor događanja i kongresni turizam, dok je posezona usmjerena na gastronomiju, kulturu te zdravstvene i well-being programe. Stalno naglašavamo važnost omjera cijene i kvalitete, što potvrđuju i rezultati hotela i kampova

Lošinjски limun«

Sljedeće godine nastavlja se projekt »Lošinjски limun«.

- Nadamo da ćemo iduće godine uspjeti uzgojiti sadnice lošinjских limuna te ih podijeliti našim iznajmljivačima u sklopu akcije »Lošinjски cvijet« kao i potaknuti proizvodnju limuna s upotrebom u gastronomiji, kozmetici, suvenirima i drugo.

- unatoč višim cijenama smještaja, postižu bolje rezultate jer su značajno ulagali u kvalitetu usluge, naglasio je Cvitković.

Kada se govori o profilu gosti koji dolazi na Lošinj, i dalje prevladavaju gosti starije dobi od 35 do 55 godina, koji dolaze s partnerima ili obitelji na odmor.

- Gosti sve više cijene vrijednost koju dobiju za novac, jako su ekološki osviješteni, vole istraživati pogotovo manja mjesta i otoke, cijene lokalnu hranu i namirnice i iz brojnih razgovora s njima čestitaju nam na uredenosti i čistoći mjesta i što smo uspješni sačuvati prirodni okoliš koji oni smatraju luksuzom, kazao je Cvitković.

Ove godine obilježava se 140 godina turizma u Malom Lošinju. - Ove godine bilježimo 140 godina od dolaska prvog gosta na otok Lošinj. Središnji dio obilježavanja ove važne obljetnice imali smo 27. i 28. ožujka konferencijom Lošinj 140... priča koja traje, od Klimatskog lječilišta do prve zelene destinacije Mediterana. Osim svečarskog dijela konferencije i

GOSTI SVE VIŠE CIJENE
VRIJEDNOST KOJU DOBIJU ZA
NOVAC, JAKO SU EKOLOŠKI
OSVIJEŠTENI, VOLE ISTRAŽIVATI
POGOTOVO MANJA MJESTA
I OTOKE, CIJENE LOKALNU
HRANU I NAMIRNICE I IZ
BROJNIH RAZGOVORA S
NJIMA ČESTITAJU NAM NA
UREĐENOSTI I ČISTOĆI MJESTA
I ŠTO SMO USPJELI SAČUVATI
PRIRODNI OKOLIŠ KOJI ONI
SMATRAJU LUKSUZOM, KAZAO
JE CVITKOVIĆ

mu je potonje povezano i s problemom neprijavljanja boravaka. O trendovima, izazovima i načinima na koje je Lošinj odgovorio na nova kretanja u turizmu više nam je rekao direktor Turističke zajednice Grada Malog Lošinja, Dalibor Cvitković.

- Što se tiče tržišta već drugu



Dalibor Cvitković