



Teme: Gradona elnica, Grad Mali Lošinj

[VIDEO/FOTO] Otok vitalnosti "razvalio" ovogodišnju sezonu. U rujnu ima deset posto više turista nego famozne 2019., a na razini cijele godine debelo je nadmašio hrvatski prosjek

Mali Lošinj jedan je od šampiona ovogodišnje turističke sezone. Na razini cijele godine ima čak oko 85 posto turista kog prometa u odnosu na pretpandemijsku 2019. godinu. To je znatno više nego kad se gleda ukupni domaći i turizam koji je biti na 70 posto rezultata iz rekordne 2019. godine. Koja je tajna uspjeha Malog Lošinja i kakvi su daljnji planovi razvoja destinacije, otkrili su nam direktor Turističke zajednice Dalibor Cvitković i gradonačelnica Ana Kučerica.

Gledajući samo rujnu, Mali Lošinj ima deset posto bolje rezultate nego prije dvije godine.

"Više smo nego zadovoljni ovogodišnjom sezonom. Čak smo imali osjećaj da ima više turista nego 2019. jer su gosti više trošili. Stvarale su se gužve ispred malih dućana, trgovačkih centara, restorana, svuda tamo gdje se nešto moglo kupiti. Pokazalo se da se s manjom brojkom turista mogu imati bolji prihodi. Bilo bi odlično kad bi tako ostalo i ubuduće", rekao je za tportal Cvitković.

Prema zadnjem istraživanju o potrošnji turista na Lošinj, oni u prosjeku dnevno potroše 98 eura kad se uključe u pansionska i izvanpansionska potrošnja. Hoteli tu daleko prednjače s potrošnjom od 160 eura.

"Ulaganje u kvalitetnu ponudu potrošnju gostiju treba povećati. Dobar smjer nam pokazuje Jadranka grupa, gdje su nam hotelski restorani Alfred Keller i Matsunoki donijeli Michelinovu zvjezdicu i tanjur. Još više od tih nagrada veseli me to što je Jadrankin boutique hotel Alhambra raditi cijele godine. Tako će gosti moći imati vrhunski smještaj i ponudu i izvan sezone", istaknuo je Cvitković.

Otok Lošinj još od 19. stoljeća prepoznat je kao jedinstvena i lijepa destinacija zbog svoje mediteranske mikroklimi i jedinstvene mješavine morskog aerosola i eteričnih ulja bogatog biljnog svijeta. Poznat je i kao otok vitalnosti. To je jedan od glavnih razloga što mu se vraća čak 70 posto gostiju.

"Imamo bazu lojalnih gostiju. Na to se nadovezalo još nekoliko faktora koje su nam donijele lijepe ovogodišnje brojke. Kao automobilska destinacija u prednosti smo u odnosu na naše aviodestinicije na jugu obale. Naša glavna emitivna tržišta su Njemačka, Italija, Slovenija i Austrija i to unutar kruga od nekih 500 kilometara. U prilog nam ide i struktura smještaja jer je većinom privatna, što znači da imate sigurnost i izoliranost dok traje pandemija. Dosta smo radili i na marketingu i promociji, osobito na njemačkom, slovenskom i talijanskom tržištu. A na ruku su nam išli i celebrityji poput teniske zvijezde Rogera Federera i bivšeg francuskog nogometnog reprezentativca Thierryja Henryja koji su ljetovali na našem otoku", nabrojao je Cvitković.

Raduje ga to što gosti na Lošinj borave 8,2 dana u prosjeku dok su u 2019. godini boravili 7,6 dana. Pokazalo se da što se turisti duže zadržavaju u nekoj destinaciji, to je manji pritisak na njenu infrastrukturu. Na otoku tijekom ljeta zna boraviti i do 40.000 ljudi, od čega samo nešto više od 8000 otpada na stalno stanovništvo.



"Od stvari koje trebamo napraviti kad je riječ o infrastrukturi, a govorim na razini gradova Cresa i Lošinja, bolja je prometna povezanost. Treba nam bolja primarna zdravstvena zaštita. Što se tiče baš turističkog sadržaja, u planu je proširenje biciklističkih staza, a nužni su nam i bolji šoping centri jer nam trebaju određene brendirane marke za goste bolje platežne moći. Moramo raditi i na većoj vidljivosti Lošinja izvan našeg dosadašnjeg emitivnog tržišta. Tome će sigurno doprinijeti projekti proširenja zračne luke, izgradnja terena za golf te Centra znanosti o moru. Gostima svake godine morate davati novi sadržaj", naglasio je Cvitković.

Njegove riječi potvrdila je i gradonačelnica Malog Lošinja Ana Kušić (HDZ), a na čelu tog grada je drugi mandat zaredom. Od 2005., podsjeća ona, Lošinj se opredijelio za održiv razvoj otoka. Svi njegovi strateški dokumenti kojima se gradi destinacijska priroda u prvi plan stavljaju kvalitetu života otokana.

Jedan od takvih projekata je 430 milijuna kuna vrijedan zahvat na poboljšanju vodovodne i komunalne infrastrukture aglomeracije Cres-Martinšćica-Nerezine-Mali Lošinj-Veli Lošinj. Od toga su 380 milijuna kuna bespovratna sredstva Europske unije. Radovi kreću od 1. listopada.

"Dva kapitalna projekta razvija naš partner Jadranka d.d. Prvi je proširenje uzletno-sletne staze u Zračnoj luci Mali Lošinj s 900 na 2000 metara. To će omogućiti slijetanje aviona tipa Airbus sa 150 do 180 putnika i otvorilo bi nam tržišta Skandinavije, Velike Britanije i Rusije. Taj je projekt usporila pandemija. On nema samo turističku važnost, već nam puno donosi u smislu zaštite i spašavanja. Na to se nadovezuje projekt golfa na predjelu Matalda", rekla je Kušić.

Projekt na Mataldi predviđa gradnju dva terena za golf s po osamnaest rupa, a uz terene gradile bi se vile i hoteli s 558 ležajeva. Nedavno je građanima Malog Lošinja predstavljena studija utjecaja na okoliš.

"Imamo odličnu suradnju s Jadrankom, kao i s drugim važnim dionicima za turizam, poput Lošinjske plovidbe. Svi projekti se zajednički usuglašavaju i zbog toga dobivaju podršku bez obzira na sastav Gradskog vijeća, kao što je projekt proširenja biciklističkih staza za novih 33 kilometra oko cijelog otoka", izjavila je Kušić.

Iako je turizam najvažnija gospodarska grana, pandemija je pokazala i da je, upozorava gradonačelnica, opasno biti ovisan samo o turizmu. Zbog toga najavljuje da će jedan od ciljeva daljnjeg razvoja otoka biti i razvoj što većeg broja poljoprivrednih domaćinstava, OPG-ova, koji ne bi bili ovisni samo o iznajmljivanju soba i apartmana turistima.

<https://www.tportal.hr/biznis/clanak/video-foto-otok-vitalnosti-razvalio-ovogodisnju-sezonu-u-rujnu-ima-deset-posto-vise-turista-nego-famozne-2019-a-na-razini-cijele-godine-debelo-je-nadmasio-hrvatski-prosjek-foto-20210925>

KLJUČNE RIJEČI:

turizam, mali lošinj, michelinov vodič, alfred keller, Jadranka grupa, LOŠINJ, ana

AUTOR:

Luka Filipovi