

Opatija



Tržište

Percepcija nekoga kraja rezultat je njegovog zemljopisnog smještaja, povijesne baštine, arhitekture, klime i svih onih opipljivih karakteristika koje ga definiraju. Međutim, konačni doživljaj nekoga mjesta spoj je serije neopipljivih vrijednosti koje ga oplemenjuju, njegovog duha, njegovih boja i zvukova.

Reći da je Opatija kroz svoju dugogodišnju tradiciju znala iskoristiti sve svoje prednosti za uspješno plasiranje na tržište, bilo bi nadasve skromno. Ona je svakodnevno znala pratiti svjetske turističke trendove te je kroz povijest uspjela sagraditi i održavati svoj *brand* te ga uspješno plasirati u očima različitih i raznovrsnih turista. Danas, međutim, nakon poteškoća uzrokovanim ratom, Opatija te njeni vodeći ljudi znaju da je marljiv rad na pronalaženju novih tržišta te na rastu kvalitete robne marke nezaobilazan korak k uspjehu.

Ako su u predratno doba osnovna *target* tržišta bili turisti srednjoeuropskih zemalja, danas se radi na ponovnom prizivanju istih ciljanih skupina turista te na projektiranju kvalitetnog turističkog proizvoda koji može zadovoljiti potrebe i najiskusnijeg gosta. Naravno, opatijski turistički proizvod radi i na pronalaženju novih povoljnih tržišnih segmenata van europskih zemalja, kao što su Amerika te zemlje Dalekog istoka.

Obnova opatijskog turističkog proizvoda temelji se na prizivanju različitih dobnih skupina potrošača te na svakodnevnoj izgradnji turističkoga proizvoda koji zadovoljava potrebe suvremenoga gosta, poslovnog europskog turista, obitelji i mladih.

Dostignuća

Granice dostignuća opatijskoga turističkog proizvoda bilježimo u rastu kvalitete infrastrukture, hotelskih kapaciteta te u održavanju tradicionalnog poimanja Opatije kao kraljice hrvatskog turizma. Tako je u posljednjih par godina zabilježen rast kategorizacije opatijskih hotela, rast kongresnih kapaciteta, rast kvalitete *wellness* ponude te općeniti razvoj infrastrukture po načelima održivog razvoja regije.

Isto tako, među osnovna dostignuća možemo uvrstiti malo i srednje poduzetništvo te zajednički rad svih građana, ali i stranih ulagača na svakodnevnom podizanju kvalitete.

Povijest

Ako je netko u našem podneblju prije stotinu godina mogao reći da predstavlja *brand* prvoga reda, onda je to bila Opatija. Pretvorena preko noći iz ribarsko-pomorsko-tkaljskoga sela u rezidencijalnu postaju plemićke kreme Srednje Europe, s nekretninama



u vlasništvu četrdesetak porodica čiji grbovi i danas nešto znače, Opatija je odjednom dobila sve: suvremenu hotelsku, parkovnu i urbanu infrastrukturu, njene educirane i motivirane poslužitelje i bogate, profinjene uživatelje. S vremenom se infrastruktura trošila, a struktura domaćih i stranih gostiju mijenjala, ali zahvaljujući onome čime je, na svu sreću, Opatija prirodno i trajno obdarena, položajem i klimom, grad na utoku Srednje Europe u Sredozemlje uvijek je stajao i uvijek će stajati dobro.

Proizvod

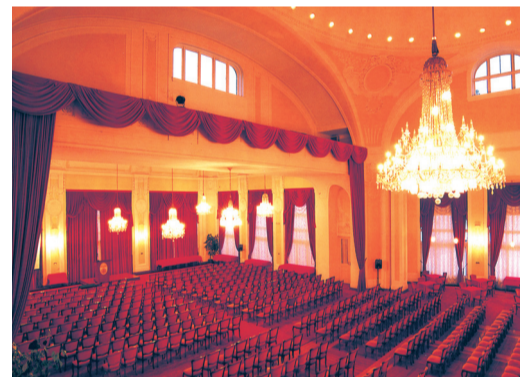
Temeljni proizvod Opatije je turizam, no nužno je naglasiti da je istovremeno Opatija vrhunski turistički proizvod. Ključ uspjeha današnjeg opatijskog turizma leži u namjeri da se povijest i dugogodišnja tradicija osuvmene.



Rezultat takvoga rada potenciranje je autentičnosti regije i svih njenih prirodnih i povijesnih vrijednosti

Opatijski turistički proizvod jedinstven je spoj zanimljivih vrlina, zato se danas više nego ikad radi na profiliranju destinacije kroz sljedeće segmente:

- Opatija, destinacija srednjoeuropske kulture.
- Opatija, destinacija *wellnessa*, zdravlja i sigurnosti za turiste koji priželjkuju miran, potanko organiziran odmor.



- Opatija, topla destinacija Mediterana u kojem je razmjena kulture i povratak temeljnim vrijednostima osnovna potreba gosta.
- Opatija kao destinacija dvaju lica elitnog turizma, nudeći luksuz i istovremeno svojom elegancijom garantirajući jednostavnost, intimu i stil.
- Opatija, destinacija igre, ironije i egzibicije.

Nedavni razvoj

Opatijski vodeći ljudi i sami građani znaju da je temelj izgradnje dobrog turističkog proizvoda saznanje da različite destinacije prizivaju različite tipologije turista. Vodeći se tom misli segmentirala se opatijska ponuda te se radi na podizanju kvalitete usluga u sljedećim granama:

Opatijska današnja arhitektura, zgrade, kao i parkovi i šetnice, na svakome koraku oživljavaju vrijeme s kraja XIX. i početka XX. stoljeća. Svi ovi momenti ukazuju da je Opatija idealno mjesto za obnavljanje starih veza između naroda Srednje Europe. Vodeći se tom misli svakodnevno se radi na profiliranju Opatije u mjesto kulturnoga turizma te se oživljava opatijsku jedinstvenu povijest kroz razne projekte kao što su Grad muzej te Hrvatski muzej turizma u Opatiji.



Grad-muzej jedinstven je projekt koji se sastoji od serije dislociranih muzejskih postava koji na inovativan način prikazuju povijest opatijskih vila, slavni ljudi koji su u njima boravili i slično. Prvi od tridesetak takvih dislociranih mini-postava, Povijest opatijske vlasti, otvoren je sredinom listopada 2006. u predvorju Gradske vijećnice.

Tijekom 2007. godine planira se otvaranje sljedećih postava: „Povijest opatijskog zdravstvenog turizma“ u prostorima opatijske Thalassotherapie, postav posvećen boravku švedsko-norveškog kralja Oskara II., kompozitora Gustava Mahlera i pisca Ferencza More u Vili Jeannette te postav „Habsburgovci i Opatija“ u predvorju hotela Miramar, kao i još 3-4 druge postave („Povijest opatijske pošte“ u zgradi Pošte, „Arhitekt Carl Seidl u Opatiji i Lovranu“ u hotelu Milenij, „Povijest hrvatskih kupališta“ u budućem obnovljenom drvenom zdanju Angiolina-Bada i dr.).

Ideja o zasnivanju Hrvatskog muzeja turizma u Opatiji temelji se na osnivanju muzejske ustanove koja će prikupljati, obrađivati i istraživati turističku materijalnu i nematerijalnu baštinu te proizlazi iz povijesne činjenice da Opatija predstavlja nukleus turističkih početaka u Hrvatskoj, da je imala izrazito razvijenu turističku infrastrukturu i da je kao takva bila poznata u svijetu. U Opatiji postoji još mnogo predmeta koji svjedoče o njezinom značaju u tome vremenu, a sačuvana je i njezina arhitekturna i ambijentalna baština koja je čini izložskom, gradom-muzejom samom po sebi.

Povijest opatijskoga turizma traje već 160 godina te smo danas svjesni da inovativno prikazivanje iste može pridonijeti formiranju



opatijskog kulturnog proizvoda i prizivanju novih, dosad nedostignutih tržišnih skupina.

Ideja profiliranja Opatije kao destinacije kongresnoga turizma proizlazi iz potrebe za produživanjem turističke sezone i na hladnije zimske mjesece. Vođeni tom idejom, radi se na osvješćivanju investitora o potrebi razvitka povoljne infrastrukture koja bi mogla kvalitetno ugostiti poslovnog turista. Blizina Opatije mnogim europskim metropolama i njezin općenito povoljan zemljopisni smještaj osnovne su prednosti koje Opatiji omogućuju razvoj poslovno-turističkoga segmenta.

Bilježi se povijesni razvoj Opatije upravo kao destinacije zdravstvenoga turizma te rezultati razvojno turističkih anketa, provedenih među građanima Opatije ali i šire, ukazuju na percepciju opatijske regije kao regije zdravlja i prirode.

Ponuda brojnih hotelskih wellness centara kulminirala je izgradnjom vrhunskog *spa-thalaso-wellness* centra, dijela opatijske Thalassotherapie, elitne medicinske i znanstvene ustanove. Osnivanje Klinike za liječenje neplodnosti samo je jedna od budućih inovativnih ideja za uvrštavanje Opatije među destinacije tzv. novog *wellnessa*.

Promocija

Cilj je Opatije da kroz organiziran tim ljudi osigura povoljnu promociju u hrvatskim i stranim



medijima te da postavi temeljni *Art Direction* koji osigurava vjerodostojnost promicanih vrijednosti, sadržaja i tematika. Inovativni korak za promociju grada bio je da se dugogodišnjem radu Turističke zajednice Grada pridoda stručni *PR* tim.

Promocija Opatije osigurana je i održavanjem autohtonih manifestacija, renomiranih festivala i uspješnih sajmova, a da bi dio duha destinacije gost ponio sa sobom kući, zaslužni su građani Opatije kvalitetom svoje usluge kao i suveniri kao indirektni mediji komunikacije.

Vrijednosti robne marke

Vrijednosti Opatije temelje se na iskustvu, osjećajima i doživljajima. Misija Opatije povezivanje je tradicije autentičnosti turističkog proizvoda s inovacijama, a sve s ciljem veće prepoznatljivosti duha samoga grada.

www.opatija.hr

JESTE LI ZNALI...

Opatija

- Opatija je u prošlosti bila središtem tajne diplomacije te su u njoj sastanke održavali carevi Njemačke i Austrije, ministri vanjskih poslova Austro-Ugarske i Italije
- U Opatiji je planirana Riječka rezolucija, Rapallski sporazum i raspačavanje lažnih funti u Drugom svjetskom ratu.
- U Voloskom je rođen otkrivač Mohorovičićevog diskontinuiteta, sloja u Zemljinoj kori kojim se prenose valovi potresa te je po njemu, Andriji Mohorovičiću, nazvan i krater na Mjesecu.
- U Opatiji su živjeli djed i baka današnjeg kneza-poglavara Lichtensteina te je u Opatiji radila kao sobarica majka kasnijeg šefa mađarske države Jánoša Kádára.
- Među brojnim opatijskim gostima zabilježeno je najmanje petero careva, osam kraljeva i sedam nobelovaca.

