



Hotel, Tourism and Leisure

Koncept razvoja višenamjenskog kongresnog centra Dubrovnik

FINALNI IZVJEŠTAJ

Dubrovačko-neretvanska županija
Pred dvorom I
20000, Dubrovnik
Hrvatska

UVOD

UVOD

Poštovani,

Zahvaljujemo na ukazanom povjerenju i dodijeljenom projektu izrade „Koncepta razvoja višenamjenskog kongresnog centra Dubrovnik“.

Stogodišnje iskustvo Horwath HTL-a u sektoru hoteljerstva, turizma i industriji slobodnog vremena, te tisuće realiziranih projekata predstavljaju jedinstvenu snagu naše tvrtke, te smo i u ovom projektu vođeni željom da isporučimo studiju koja će pružiti kvalitetnu bazu za daljnje korake u procesu realizacije predmetnog projekta.

Horwath HTL je realizirao desetke razvojnih studija kongresnih centara u posljednjih 10 godina (Francuska, Maroko, Australija, Novi Zeland, itd.), te vjerujemo kako će i ova studija biti vrijedna podloga da se na destinacijskoj razini krene u ovaj zahtjevni, izazovni ali za destinaciju iznimno značajan projekt kojim bi Dubrovnik dobio zasluženo mjesto na globalnoj karti kongresnih destinacija.

Ovaj projekt je realiziran kombinacijom terenskog rada u Dubrovniku, primarnih istraživanja (profesionalni organizatori konferencija, gradska uprava, županijska uprava, privatni sektor, hotelijeri, turistički dionici, globalne menadžment kompanije za kongresne centre, itd.), sekundarnih istraživanja (baza podataka Horwath HTL-a, javno dostupni podaci, statistički podaci, godišnji izvještaji, destinacijski benchmark i slično) kao i rada s arhitektima na konceptualnom prijedlogu sadržaja, namjena i funkcija kongresnog centra. Uz to, definirani su ključni modeli financiranja i upravljanja kongresnim centrima.

Logičan korak nakon ove studije jest pristupanje dogovoru između dionika na destinacijskoj razini, te odluka o ulasku u projekt, nakon čega bi trebala uslijediti izrada detaljne tržišne i finansijske studije izvodljivosti kao i detaljno planiranje kongresnog centra.

Vjerujemo se kako će ovaj dokument poslužiti za konstruktivnu i argumentiranu raspravu te u konačnici i dogovor ključnih destinacijskih dionika.

U Zagrebu, 30.01.2015.

S poštovanjem,


Dr. sc. Miroslav Dragičević

Direktor, Stariji partner


Siniša Topalović, mag. oec.

Voditelj projekta, Partner

ODRICANJE OD ODGOVORNOSTI

Projekt „Koncept razvoja višenamjenskog kongresnog centra Dubrovnik“ izrađen je temeljem ugovora sklopljenog 7. listopada 2014. godine s Naručiteljem Dubrovačko neretvanskom županijom.

Kako bi izveli relevantne zaključke, proveden je terenski obilazak, analiza lokacija i proces intervjuiranja relevantnih dionika destinacije (sukladno raspoloživosti) kao i tržišna analiza relevantnih pokazatelja tijekom studenog 2014. godine. Sve dobivene informacije tretiraju se kao važeće te nad njima nije proveden proces verifikacije. Temeljem nalaza, definiran je koncept koji je razrađen i prezentiran u ovom izvještaju tijekom prosinca 2014. i siječnja 2015. godine. S obzirom da je nastanak promijenjenih tržišnih uvjeta u budućnosti izvjestan, podrazumijeva se da nakon predaje finalnog izvještaja nemamo obvezu revidirati ovaj izvještaj ili analize sadržane u njemu.

Naš se izvještaj temelji na pretpostavkama i procjenama koje su predmet buduće neizvjesnosti i varijacija koje mogu nastati u okruženju. Naše su pretpostavke u ovom izvještaju formirane temeljem pretpostavki o budućem ponašanju potrošača i razumijevanju trenda ukupnih ekonomskih kretanja, koji su povezani s određenom razinom neizvjesnosti. Napominje se da efikasnost suradnje relevantnih dionika u fazi pripreme i daljnog procesa planiranja predstavlja jedan od ključnih faktora uspjeha projekta.

Ovaj je izvještaj namijenjen internoj uporabi Naručitelja. Bilo koja uporaba ovog izvještaja mora uključivati njegov ukupni sadržaj u obliku kakav je dostavljen Naručitelju. Niti jedan dio ili izvadak izvještaja ne smije se citirati ili pozivati na njega u bilo kojoj vrsti izjava, brošura, ugovora o kreditu ili drugim vrstama dokumenata, osim ako Horwath HTL za to ne izda izričito dopuštenje u pismenom obliku. Reproduciranje, javno objavljivanje ili umnožavanje ovog izvještaja nije dopušteno bez našeg prethodnog pristanka.

© AUTORSKA PRAVA

HORWATH HTL (Horwath i Horwath Consulting Zagreb d.o.o.), 2015.

Sva prava su pridržana. Niti jedan dio ovog izvještaja ne smije se reproducirati, pohraniti, prepisati, prenijeti u bilo kojem obliku ili na bilo koji način – elektronski, mehanički, fotokopiranjem, snimanjem ili na drugi način bez prethodne pisane suglasnosti Horwath HTL ili bez izdanog ovlaštenja za ograničeno kopiranje. Ova se publikacija ne može posuditi, preprodati, iznajmiti ili drugačije sa njom raspolagati u smislu trgovine istom, u bilo kojem uvezu ili s bilo kojom naslovnom stranom koji ne odgovaraju onima koje je izdao Horwath HTL, bez prethodne suglasnosti Horwath HTL.

SADRŽAJ

Izvršni sažetak.....	7
1. Analiza postojeće ponude i potražnje poslovnih skupova u Dubrovniku i okolini.....	10
1.1. Dubrovačko neretvanska županija.....	10
1.1.1. Opće informacije.....	10
1.1.2. Dostupnost.....	10
1.2. Analiza turističke ponude i potražnje na području Grada Dubrovnika.....	14
1.2.1. Obilježja turističke potražnje – grad Dubrovnik.....	14
1.2.2. Obilježja turističke ponude – grad Dubrovnik.....	15
1.2.3. Zaključak analize turističke ponude i potražnje na području grada Dubrovnika.....	15
1.3. Analiza ponude poslovnih skupova na području grada Dubrovnika.....	17
1.3.1. Hotelski kapaciteti za organiziranje poslovnih skupova.....	17
1.3.2. Ostali kapaciteti za organizaciju poslovnih skupova.....	23
1.3.3. Kapaciteti za organiziranje poslovnih skupova u pripremi.....	23
1.3.4. Zaključak analize ponude kapaciteta za organiziranje poslovnih skupova na području rivijere Dubrovnik ..	24
1.4. Analiza potražnje poslovnih skupova.....	25
1.4.1. Potražnja poslovnih skupova u Hrvatskoj.....	25
1.4.2. Potražnja poslovnih skupova na području grada Dubrovnika.....	28
1.4.3. Intervju s domaćim PCO.....	31
1.4.4. Intervju s inozemnim PCO.....	32
1.5. Zaključci i implikacije na projekt.....	34
2. Analiza ključnih trendova na međunarodnom tržištu poslovnih skupova.....	37
2.1. Globalno tržište poslovnih skupova.....	38
2.2. Europsko tržište poslovnih skupova.....	43
2.3. Globalni tehnički, tehnološki i oblikovni trendovi.....	46
2.4. Vizija razvoja industrije.....	52
2.4.1. Vizija razvoja industrije do 2020.....	52
2.4.2. Dugoročna vizija razvoja industrije.....	53
2.5. Zahtjevi sadržaja, opreme, infrastrukture i dizajna kongresnih centara.....	54
2.5.1. Javni sadržaji.....	54
2.5.2. Administrativni sadržaji.....	55
2.5.3. Tehnički sadržaji.....	55
2.5.4. Zahtjevi infrastrukture u cjelini.....	56
2.5.5. Zahtjevi dizajna u cjelini.....	56
2.6. Prikaz vodećih organizatora konferencija i poslovnih skupova na europskoj razini.....	57
2.6.1. MCI Group.....	57
2.6.2. AIM Group International.....	58
2.6.3. Kenes Group International.....	58
2.6.4. Grass Roots Group.....	58
2.6.5. Maritz Travel.....	59
2.6.6. Usporedba vodećih 5 PCO-a.....	59
2.7. Prikaz vodećih kompanija za upravljanje kongresnim centrima na europskoj razini.....	60
2.7.1. GL Events.....	60
2.7.2. SMG International.....	61
2.7.3. AEG Facilities.....	62
2.7.4. Global Spectrume.....	63

2.8.	Zaključci i implikacije na projekt.....	64
3.	Benchmark analiza.....	67
3.1.	Prekoceanski centri.....	69
3.1.1.	Adelaide Convention Centre.....	69
3.1.2.	Cartagena de Indias Convention Center.....	74
3.2.	Europski centri.....	78
3.2.1.	International Conferencing and Entertainment Krakow.....	78
3.2.2.	Arena and Convention Centre Liverpool.....	81
3.2.3.	Convention Centre Dublin.....	85
3.3.	Mediteranski centri.....	89
3.3.1.	Venice Convention.....	89
3.3.2.	El Batel Convention Center.....	94
3.3.3.	Grimaldi Forum kongresni centar.....	97
3.3.4.	Mediterranean Conference Center.....	99
3.4.	Implikacije na projekt.....	104
4.	SWOT analiza destinacije u kontekstu izgradnje kongresnog centra.....	107
4.1.	Smještajni kapaciteti.....	107
4.2.	Prometna dostupnost.....	107
4.3.	Atraktivnosti i aktivnosti u destinaciji.....	107
4.4.	Dodatni sadržaji.....	108
4.5.	Raspoloživi stručni kadrovi.....	108
4.6.	Dodatni faktori.....	109
4.7.	SWOT matrica.....	109
5.	Procjena veličine, sadržaja, funkcija i opremljenosti višenamjenskog kongresnog centra.....	112
5.1.	Veličina.....	112
5.2.	Sadržaji.....	114
5.3.	Funkcije.....	115
5.4.	Opremljenost.....	116
6.	Valorizacija potencijalnih lokacija višenamjenskog kongresnog centra.....	126
6.1.	Ocjena lokacije.....	126
6.1.1.	Lokacija „Babin kuk“.....	127
6.1.2.	Lokacija „Centar iza Grada“.....	135
6.1.3.	Lokacija „Srebreno“.....	143
6.2.	Implikacije na projekt.....	151
7.	Smjernice za poslovni model financiranja i upravljanja višenamjenskim kongresnim centrom.....	154
7.1.	Pregled modela financiranja.....	154
7.2.	Pregled modela upravljanja.....	157
Dodatak I.....		162



Izvršni sažetak



Hotel, Tourism and Leisure

Koncept razvoja multifunkcionalnog kongresnog
centra Dubrovnik

IZVRŠNI SAŽETAK

Industrija poslovnih skupova na globalnoj razini predstavlja značajan udio u turističkom prometu, posebice razvijenih gradskih destinacija, i u velikoj je mjeri uvjetovan globalnim gospodarskim i političkim kretanjima. Zbog svoje kompleksnosti, ne postoji jedinstvena statistika prometa, no najpotpuniji podaci dolaze iz udruženja ICCA (*International Congress and Convention Association*). U proteklih 50 godina, ICCA je zabilježila snažan rastući trend industrije – od 1963. do 1967 realizirano je oko 1.800 događanja, dok je u periodu 2008. do 2012. realizirano gotovo 54.900 događanja. Na globalnoj razini, Europa je povjesno izgradila i očuvala primat u ukupnom broju održanih događanja (54%), no regija Azija/Bliski Istok značajno unaprjeđuje kapacitete (kvalitativno i kvantitativno) te je prerasla u drugu vodeću globalnu regiju s udjelom od 18%.

Globalno tržište poslovnih skupova je iznimno konkurentno. Osim izgradnje novih kongresnih centara, postojeći kapaciteti se proširuju i moderniziraju s ciljem privlačenja što većeg broja organizatora i posredno većeg broja sudionika. Analizirajući veličine događanja, zaključuje se kako prosječna veličina događanja opada – sa 1.253 sudionika 1960.-tih godina na 424 sudionika 2012. godine. No, događanja s velikim brojem sudionika (više od 1.000) i dalje u ukupnom volumenu industrije čine više od 8%.

Dubrovnik je svojom kulturno-povijesnom baštinom te očuvanom prirodnom jedna od najpoželjnijih destinacija istočnog mediteranskog bazena, te dalnjim unaprjeđenjem imidža i snažnjom promocijom Hrvatske kao turističke destinacije, za očekivati je daljnji rast interesa za Dubrovnikom. Do sada je Dubrovnik bio izvan globalnih tokova kongresne industrije za potrebe organiziranja događanja s više od 1.000 delegata zbog fizičkih infrastrukturnih ograničenja. Stoga je i rang ambicija postojeće industrije (uglavnom hotelijeri) ograničen na manje događaje zbog cijelog niza destinacijskih nedostataka – poput ograničenog kapaciteta dvorana za gala večere, nepostojanje profesionalne dvorane s auditorijem za više od 1.000 delegata, ograničene ponude zabavnih i trgovачkih sadržaja kao i zračne dostupnosti koja još uvijek ima mogućnosti unaprjeđenja. Međutim, dionici destinacije, zajedno s globalnim organizatorima konferencija, naglašavaju kako Dubrovnik zbog nedostatka profesionalnog kongresnog centra i dalje propušta priliku pozicioniranja na globalnom tržištu kao jedne od relevantnih destinacija za velike kongresne događaje – što mu postojeći turistički imidž daje za pravo u budućnosti. Stoga je postojeća kongresna industrija relativno skromnih performansi i uglavnom fokusirana na događanja s manje od 500 delegata.

Benchmark analiza je ustanovila kako Dubrovnik ima prostora i potencijala, čak i u perspektivi postojećih mediteranskih destinacija, postati svojevrsna *flare* destinacija. Većina infrastrukturnih preduvjeta razvoja kongresnog turizma postoje – od dovoljno hotelskih kapaciteta (na pojedinim lokacijama), uhodane zračne luke, interne mobilnosti, tradicije gostoprимstva kao i bogatstva ugostiteljskih sadržaja. Obzirom da Dubrovnik ima ograničenu cestovnu dostupnost (iz perspektive visokorazvijenih tržišta Zapadne Europe), zračni dostup se promatra kao dominantan način dolaska u destinaciju te je stoga potrebno, paralelno s procesom izgradnje kongresnog centra, raditi na produljenju sezone letenja pojedinih zračnih prijevoznika kao i s otvaranjem novih izravnih linija sukladno zajedničkoj strategiji s menadžmentom budućeg kongresnog centra. Dodatan faktor zašto Dubrovnik može i treba težiti prema tzv. *flare* kongresnoj destinaciji jest činjenica da u gradu kao niti njegovoj okolini ne postoji značajnije razvijena industrija ili gospodarska djelatnost koja bi mogla generirati značajnu potražnju za poslovnim skupovima u novom kongresnom centru.

Stoga se kao moguće struktura sadržaja dubrovačkog kongresnog centra nameće visoko fleksibilan prostor koja ima mogućnost ugostiti velike događaje u glavnoj dvorani kao i višenamjenski izložbeno/konferencijski prostori. Iznimno visok naglasak se stavlja na fleksibilnost planiranih sadržaja.

Iz perspektive potencijalne veličine kongresnog centra Dubrovnik, inicijalna preporuka iznosi:

- 23.969,73 m² građevne bruto površine (GBP),
- uz dodatak od 4.212 m² vanjskog funkcionalnog prostora (vanjski izložbeni prostor, ugostiteljski sadržaji, vanjski logistički sadržaji).

Prijedlog dodatnih sadržaja funkcionalno vezanih uz kongresni centar (preporučeno ali ne nužno) obuhvaća 1.800 m² vanjskog parking prostora za autobuse (30 autobusa), 27.500 m² podzemne garaže za automobile (1.100 parking mjesta), 4.000 m² prilaznih cesta, 4.000 m² pješačkih površina i prostor trga te 6.000 m² uređenih hortikulturnih površina.

Babin Kuk, Centar iza Grada i Srebreno su sa strane Naručitelja definirane kao perspektivne lokacija budućeg kongresnog centra Dubrovnik. S tim u vezi, provedena je detaljna analiza potencijalnih lokacija koje su vrednovane kroz 23 parametra, sukladno globalnim zahtjevima i trendovima u kongresnoj industriji. Predmetne lokacije su ostvarile sljedeće ukupne ocjene (od maksimalno 100%):

- lokacija Babin Kuk (83%),
- lokacija Srebreno (81%) te
- lokacija Centar iza Grada (59%).

Zaključuje se kako je lokacija Babin Kuk postigla najveći rezultat, dok drugoplasirana lokacija Srebreno zaostaje za svega 2 postotna poena. U konačnici, finalni odabir lokacije ovisit će prvenstveno o mogućnosti konsenzusa/dogovora između ključnih dionika destinacije, pritom poštujući osnovne fizičke preduvjete za razvoj funkcionalnog, fleksibilnog, atraktivnog i dugoročno održivog kongresnog centra, pritom minimizirajući nedostatke pojedine lokacije.

Izgradnja kongresnog centra se u većini destinacija smatra investicijom javnog sektora zbog višestrukih pozitivnih učinaka ovakve investicije na lokalnu, prvenstveno poslovnu, zajednicu. Unatoč tome, postoje slučajevi u kojima je u investiciji sudjelovao i privatni sektor, no oni su rjeđi te uvelike zavise o razini sofistikacije objiju uključenih strana kao i mogućnosti javnog sektora da na neki drugi način privatnom investitoru osiguraju povoljno okruženje za investiciju u ovu niskoprofitabilnu aktivnost (poput davanja gradske zemlje za izgradnju komercijalnih sadržaja kako bi unaprijedio ukupnu profitabilnost projekta pa do izravnih finansijskih subvencija). Iz hrvatske perspektive, gdje je još uvijek prisutna određena zadrška u pogledu javno privatnih partnerstva (problem niske razine povjerenja), vjerujemo kako će se navedeni kongresni centar ipak financirati putem finansijskih sredstava javnog sektora. No, moguće je očekivati uključenost privatnog sektora na parcijalnim ulaganjima (poput opreme) u zamjenu za ekskluzivnost nuđenja usluge, dodjele imena kongresnom centru i sličnim mogućnostima identificiranim u studiji. Trenutna finansijska perspektiva sufinanciranja projekata iz fondova EU 2014.-2020. ne otvara mnogo realnih mogućnosti za sufinanciranje ovakvog tipa projekata u Hrvatskoj.

Upravljanje kongresnim centrom predstavlja kompleksnu komercijalnu aktivnost. Naime, zbog rastuće konkurenциje, privlačenje velikog broja događanja u kongresni centra zahtjeva visoko specijaliziran, profesionalan i proaktiv radni tim. Iz tog razloga, sve veći broj kongresnih centara potpisuje menadžment ugovore sa specijaliziranim tvrtkama za upravljanje kongresnim centrima. Druga je upravljačka opcija osnivanje posebne tvrtke u javnom vlasništvu koja se profesionalno bavi upravljanjem centrom i svim potrebnim komercijalno operativnim poslovima. Obzirom na trenutnu konkurentnu poziciju Dubrovnika kao i nedostatak iskusnog osoblja na domaćem tržištu rada za ovaku specijaliziranu djelatnost, vjerujemo kako odabir globalne menadžment kompanije za upravljanje višenamjenskim kongresnim centrom Dubrovnik predstavlja strategiju minimizacije rizika.



POGLAVLJE I

Analiza postojeće ponude i potražnje poslovnih skupova u Dubrovniku i okolicu



Hotel, Tourism and Leisure

Koncept razvoja multifunkcionalnog kongresnog
centra Dubrovnik

I. ANALIZA POSTOJEĆE PONUDE I POTRAŽNJE POSLOVNIIH SKUPOVA U DUBROVNIKU I OKOLICI

I.I DUBROVAČKO-NERETVANSKA ŽUPANIJA

I.I.1 Opće informacije

Dubrovačko-neretvanska županija smještena je na krajnjem jugu Republike Hrvatske i svojom površinom od 1.781 km² predstavlja 3,1% ukupnog teritorija Republike Hrvatske.

Prema posljednjem popisu stanovništva (2011.), ukupno stanovništvo Županije broji 122.6 tisuća stanovnika, što predstavlja 2,9% ukupnog stanovništva Republike Hrvatske.

Središte Županije je grad Dubrovnik s populacijom od 42.600 stanovnika (34,8% ukupnog stanovništva Županije). Županija uključuje 5 gradova (Dubrovnik, Korčula, Metković, Opuzen i Ploče), 17 općina i 230 naselja.

Prostor Županije čine dvije osnovne funkcionalne i geografske cjeline: relativno usko uzdužno obalno područje, sa otocima i poluotokom Pelješac te prostor Donje Neretve s gravitirajućim priobalnim dijelom.

Dubrovačko-neretvanska županija je visoko atraktivan prostor prekriven mediteranskom vegetacijom, kojeg obilježavaju visokovrijedni prirodni resursi (otoci, zaštićena prirodna područja i sl.). U županiji se nalazi nacionalni park (otok Mljet) kao i svjetska kulturna baština pod zaštitom UNESCO-a (grad Dubrovnik), kao i brojne ostale turističke atrakcije (arhitektura, kultura i sl.). Naročito je naglašeno kulturno povijesno naslijeđe kao jedan od osnovnih turističkih resursa. Grad Dubrovnik je najpoznatiji povijesno-kulturni simbol Županije, te grad s globalnim imidžom.

Klima je tipična sredozemna s blagim zimama i vrućim ljetima. Prosječna ljetna temperatura zraka je 25°C koju ublažava vjetar Maestral. Prosječna godišnja temperatura zraka iznosi 17°C, dok se prosječna ljetna temperatura mora kreće oko 21°C. Na otocima i južnim kopnenim eksponicijama rijetka je pojava mraza dok se siječanska temperatura pod utjecajem vjetra Bure može spustiti i do -7°C. Takva razlika u temperaturama posljedica je visoke planinske barijere neposredno uz obalu, niza otoka i povremenih kontinentalnih utjecaja.

I.I.2 Dostupnost

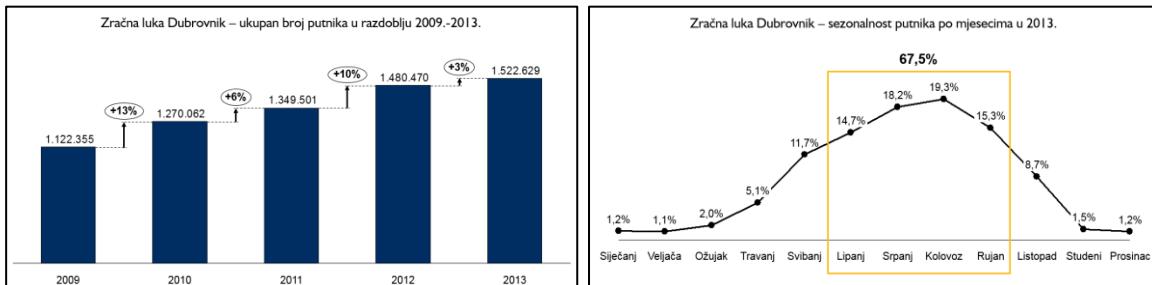
Zračna dostupnost

Zbog svog geografskog položaja na jugoistoku Hrvatske, kao i zbog relativnog nedostatka suvremenih cestovnih veza (autocesta), Dubrovačko-neretvanska županija je najdostupnija zrakom, posebice iz smjera središnje Europe.

Međunarodna zračna luka Dubrovnik nalazi se u naselju Čilipi u Župi Dubrovačkoj, 16 kilometara jugo-istočno od Dubrovnika. U zračnu luku je moguće, osim privatnim prijevozom, doći i javnim prijevozom (lokalnim autobusnim linijama, organizirani autobusni transfer te taksi).

Kroz zračnu luku Dubrovnik je 2013. godine prošlo 1,5 milijuna putnika, što je povećanje od 3% u usporedbi s 2012. godinom. U razdoblju od 2009. do 2013. putnički promet se povećavao po prosječnoj godišnjoj stopi rasta od 7,9% posto. U razdoblju od siječnja do studenog 2014. godine, zračna luka Dubrovnik zabilježila je ukupno 1.569.109 putnika, što je povećanje od 3,1% u odnosu na ukupan promet 2013. godine. U razdoblju od lipnja do rujna 2013. g. ostvareno je 67,5% ukupnog godišnjeg putničkog prometa, što je u skladu sa

krivuljom sezonalnosti turističkog prometa Hrvatske, međutim sezonalnost je manje izražajna nego kod ostalih hrvatskih destinacija.

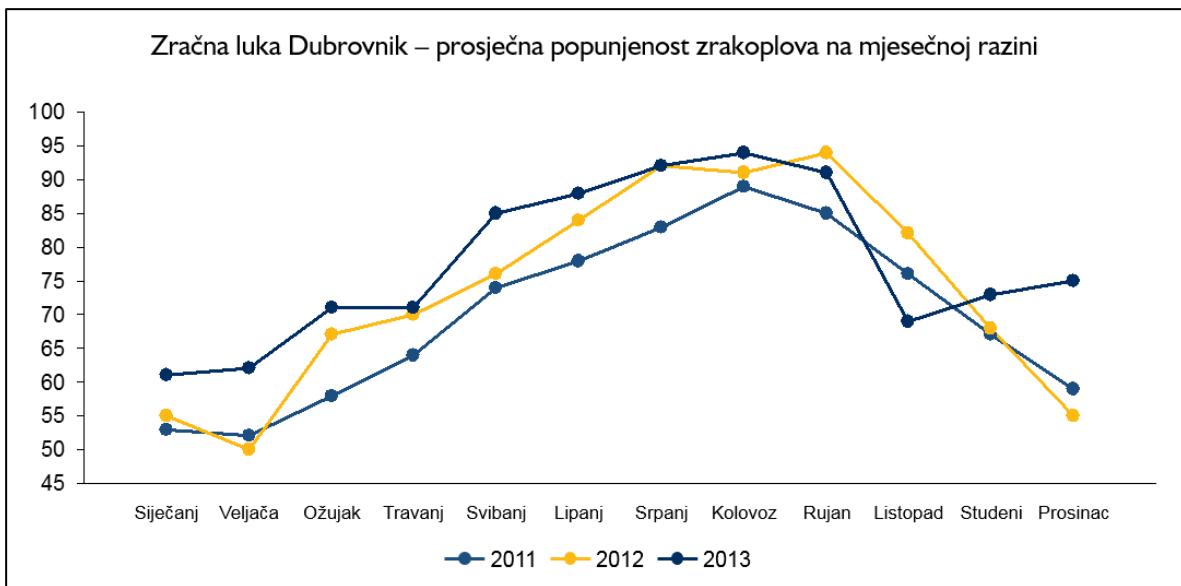


Izvor: Horwath HTL obrada, prema službenim podacima zračne luke Dubrovnik

S obzirom na činjenicu da je Dubrovnik svjetski poznata destinacija za odmor, zračna luka Dubrovnik, osobito u razdoblju od travnja do studenog, nudi redovne letove za brojne europske destinacije. Tijekom spomenutih mjeseci, Dubrovnik je povezan sa 48 europskih destinacija. Nadalje, postoje dvije redovne domaće linije koje povezuju Dubrovnik sa Zagrebom i Splitom cijele godine, dok je u sezoni Dubrovnik povezan i sa Osijekom te Rijekom. Međutim, postoji nedovoljna zračna povezanost tijekom zime, budući da u zimskim mjesecima postoje tjedne redovne linije samo za slijedeće europske destinacije: London, München i Rim.

Zračni prijevoznici s najvišim prometom na zračnoj luci Dubrovnik su Croatia Airlines (25,8% ukupnog broja putnika u 2013.), Easy Jet (10,1%), Norwegian Air Shuttle (6,9%), Lufthansa (4,96%), Jet2Com (4,1%), Monarch Airlines (4,8%), British Airways (4,1%), Austrian Airlines (4,1%), Air Mediterranee (3,1%) i Aer Lingus (3,1%), a zajedno čine više od 70% ukupnog prometa u zračnoj luci Dubrovnik.

Promatrajući prosječnu mjesecnu popunjenozrakoplova u zračnoj luci Dubrovnik, može se zaključiti da luka bilježi rast mjesecne popunjenozrakoplova u zadnje tri godine. Popunjenozrakoplova od preko 90% tradicionalno se bilježi od srpnja do rujna, dok je najniža popunjenozrakoplova u 2013. zabilježena u siječnju (61%).



Izvor: Horwath HTL obrada, prema službenim podacima zračne luke Dubrovnik

Top 5 tržišta zračne luke Dubrovnik čine Velika Britanija (preko 358.000 putnika u 2013.), Hrvatska (164.000), Francuska (161.000), Njemačka (152.000) i Španjolska (76.000), dok najveći broj putnika dolazi iz sljedećih destinacija, redom: London, Zagreb, Pariz, Manchester, Dublin, Helsinki, Frankfurt, Stockholm, Barcelona i Oslo.

Novi terminal zračne luke Dubrovnik je otvoren u svibnju 2010. godine. Terminal ima ukupnu površinu od 13.700 m² i može primiti više od dva milijuna putnika godišnje. Otvaranje novog terminala predstavlja

dovršetak treće od pet faza rekonstrukcije zračne luke Dubrovnik, nakon čega će se zračna luka uskladiti sa preporukama IATA-e i općenito međunarodnim standardima zračnog prijevoza. Terminal B je namijenjen dolaznom putničkom prometu (carinska kontrola, preuzimanje prtljage, agencije, kafići) kao i odlasku putnika sa svim potrebnim sadržajima uključujući trgovine, čekaonice, internet, business lounge, restoran i kafić. Projekt bi u potpunosti trebao biti gotov do sezone 2017. godine. U pripremi je projekt obnove zračne luke kojim bi sredstvima iz EU do 2020. godine obuhvatili građevinski projekti rekonstrukcije postojećih te izgradnju novih kolničkih konstrukcija i objekata, te proširenje postojećih kapaciteta.

Cestovna dostupnost

Autocesta "Dalmatina" se gradila s vizijom da spoji Dubrovnik s ostatom Hrvatske. Najnoviji dio autoceste i ujedno posljednja otvorena dionica, izgrađena je do čvora Ploče (s planom daljnje izgradnje do Dubrovnika). Postoji relativno dobra mreža magistralnih i lokalnih cestovnih pravaca, ali s obzirom na trenutno nepostojanje autoceste do Dubrovnika, cestovna dostupnost se ipak ne može ocijeniti zadovoljavajućom.

Dio prometnog koridora prema Dubrovniku trenutno prolazi kroz Bosnu i Hercegovinu, što će dodatno otežati protok automobila onog trenutka kada Hrvatska u potpunosti implementira Schengenski granični protokol. Iz tog razloga se javljuju različite alternative koje između ostalih uključuju i izgradnju Pelješkog mosta kojim bi se omogućilo izbjegavanje prometovanja kroz Bosnu i Hercegovinu i puni prometni profil autoceste do samog Dubrovnika.

Dostupnost željeznicom

U Županiji je grad Ploče povezan željezničkim pravcem prema Sarajevu, Osijeku i Budimpešti. Ne postoji željeznički pravac do Dubrovnika.

Dostupnost morem

Prema Dekretu o grupiranju luka otvorenih za javni promet, Dubrovačko-neretvanska županija ima dvije luke međunarodnog značaja (Ploče i Gruž), šest luka županijskog i 74 luka lokalnog značaja.

Zbog promjene geoprometnog položaja luke Gruž s obzirom na njeno zaleđe, ova luka bi se trebala u potpunosti preorientirati na putnički promet dok bi teretni promet ostao samo za ciljno izvozne potrebe grada Dubrovnika i njemu najbližih općina. Istovremeno, u okviru luke Ploče planira se izgradnja novog terminala za rasute terete, novog kontejnerskog terminala, novog terminala za tekuće terete te izdavanje koncesije za ukapljeni naftni plin.

Luka Gruž, smještena oko 2,5 kilometra sjeverno od starog grada Dubrovnika, trenutno služi kao teretna luka Dubrovnika ali istodobno i kao putnička luka. U 2013. g. luka Gruž je zabilježila 1.086.925 putnika u 692 uplovljavanja. Zbog svog jedinstvenog imidža i kvalitete destinacije, Dubrovnik je jedna od nezaobilaznih luka na kružnim putovanjima na istočnom Mediteranu. Međutim, da bi prema planovima, luka Gruž postala putnička luka s punom uslugom, potrebna su znatna ulaganja u uređenje terminala za prijem putnika. S tim ciljem je UPU „Gruški akvatorij“ definirao prostor zahvata, uvjete gradnje kao i sadržaje.

Sukladno Odluci Upravnog vijeća i Suglasnosti Vlade Republike Hrvatske, Lučka uprava Dubrovnik objavila je 29. rujna 2014. godine Obavijest o namjeri davanja koncesije na pomorskom dobru luke Dubrovnik - Gruž. Na ukupnoj tlocrtnoj površini od 25.096 m² koncesionar će raspolagati i upravljati prostorom i izgrađenim sadržajima u trajanju od 40 godina. U sklopu područja koje se daje u koncesiju planira se izgradnja putničkog terminala, trgovačkih sadržaja, turističko ugostiteljski sadržaji kao i prometna infrastruktura i kolodvor. Prilikom uređenja pomorskog putničkog terminala planira se objedinjenje svih prometnih terminala na jednom mjestu - uz putnički pomorski terminal trebalo bi urediti autobusni kolodvor gradski i međunarodni, turistički međunarodni terminal te terminal za autobuse koji povezuju grad i zračnu luku.

Osim luke Gruž, Dubrovnik raspolaže i marinom (smještenom u Komolcu), u unutarnjem dijelu Rijeke Dubrovačke oko 4 kilometra od ulaza u luku Gruž. Ova marina raspolaže sa 425 morskih vezova i 140 suhih vezova. Također postoji i gradska luka, uglavnom za lokalne potrebe.

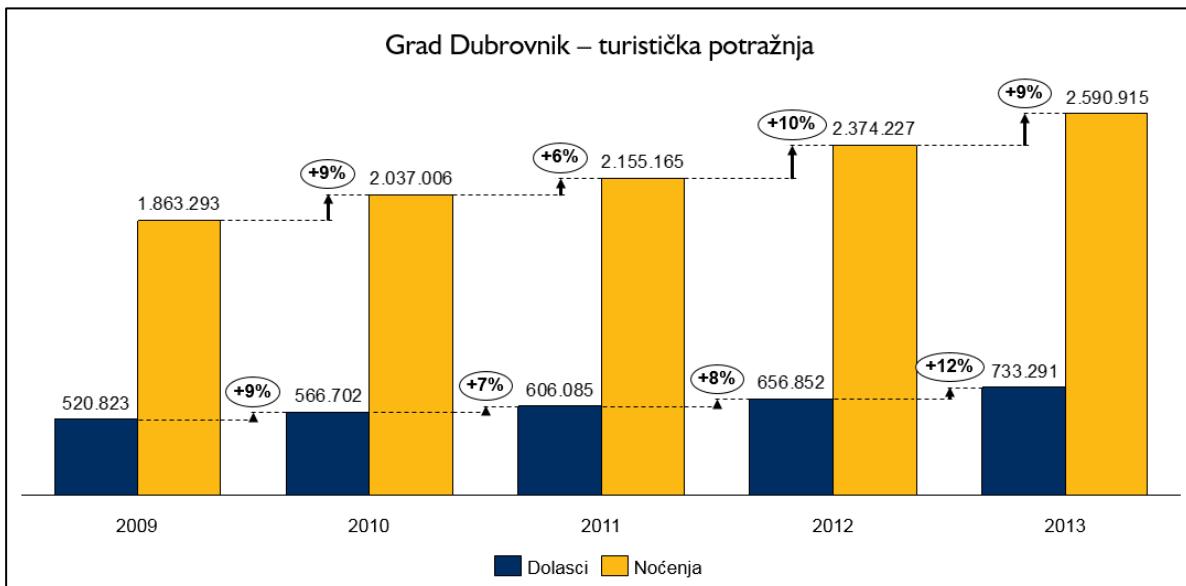
U procesu izgradnje je i nova ACI marina u Slanom s 200 vezova za plovila od 11 do 25 metara.

Dužobalni promet i povezanost s otocima predstavlja zajednički problem svojstven cijelom obalnom području Hrvatske. Stoga je za očekivati u budućnosti otvaranje novih brzi brodskih veza i veću frekvenciju postojećih s ciljem oživljavanja i boljeg povezivanja otoka s kopnom.

1.2 ANALIZA TURISTIČKE PONUDE I POTRAŽNJE NA PODRUČJU GRADA DUBROVNIKA

1.2.1 Obilježja turističke potražnje – Grad Dubrovnik

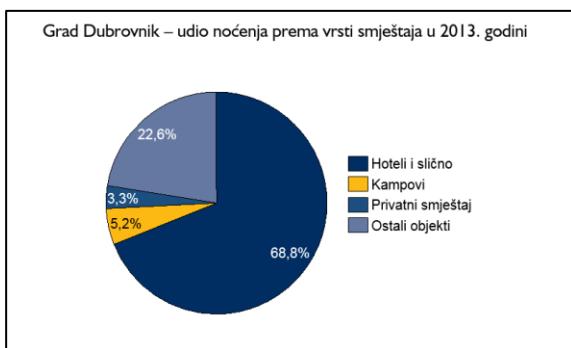
U 2013. godini, grad Dubrovnik ostvario je preko 2.590.000 noćenja i 733.000 turističkih dolazaka. Promatraljući period posljednjih 5 godina, ovaj broj predstavlja povećanje od 9% u dolascima i isto toliko u noćenjima na području Grada. U istom razdoblju, prosječna duljina boravka nije se značajno mijenjala, varirajući od 3,5 do 3,6 dana u prosjeku.



Izvor: Državni zavod za statistiku, obrada Horwath HTL

Visoka sezonalnost je karakteristična za turizam Dubrovačko-neretvanske županije, iako je obrazac sezonalnosti slabije izražen u odnosu na hrvatski prosjek. Na području grada Dubrovnika, u 2013. godini, od lipnja do rujna ostvareno je 68% ukupnih godišnjih noćenja, dok je samo u srpnju i kolovozu ostvareno 40% ukupnih noćenja kroz godinu. Ovako visoka sezonalnost ukazuje na nisku stopu zauzetosti na razini godine ali također i na visok potencijal za razvoj turizma u pred i posezoni. Trenutno sezonalnost ostaje jedan od najvećih izazova, budući da je turistički proizvod još uvijek znatno ovisan o suncu i moru.

Najveći udio u broju turističkih noćenja ostvaruju hoteli, sa udjelom u ukupnim noćenjima od 69% u 2013. godini.



Izvor: Državni zavod za statistiku, obrada Horwath HTL

I.2.2 Obilježja turističke ponude – Grad Dubrovnik

Područje grada Dubrovnika u 2013. godini raspolagalo je sa ukupno 25.681 krevetom. Najveći broj kreveta zabilježen je u hotelima (čak 49% ukupnog broja kreveta) dok se 39% kreveta na području grada Dubrovnika nalazilo u privatnom smještaju.



Izvor: Državni zavod za statistiku, obrada Horwath HTL

Područje grada Dubrovnika raspolaže sa 12.689 kreveta unutar hotela. Od toga, u kategorijama 4* i 5* se nalazi više od 6.100 hotelskih kreveta (48.3%). Najveći broj hotelskih objekata na području Dubrovnika u vlasništvu je hotelskih kompanija Adriatic Luxury Hotels i Valamar Riviera. Na području Grada nalaze se samo dva hotelska brenda: Hilton i Rixos; dok se na širem području Grada nalazi i Radisson Blu Resort. Čak 48% hotelskih kreveta spada u kategoriju 3*, 12% je kategorije 4*, dok kategorija 5* broji 36% hotelskih kreveta.

Prilikom dovršetka ove studije, na području šireg gradskog prstena u procesu izgradnje i obnove se nalazio preko 750 smještajnih jedinica, uglavnom na području općine Župe dubrovačke (hotelske sobe i apartmani u vlasništvu HUP Zagreb). Pritom se posebno ističe novi hotel Sheraton sa 250 smještajnih jedinica i kategorijom 5*.

I.2.3 Zaključak analize turističke ponude i potražnje na području Grada Dubrovnika

- Na prostoru Županije djeluje ukupno 77 hotelskih objekata, od čega čak 58 na području Dubrovnika.
- Koncentracija hotelske ponude je najveća na području Dubrovnika, dok u ostalim destinacijama prevladava jedna do dvije hotelske kuće, s manjim udjelom privatnih/obiteljskih hotela i velikim udjelom privatnog smještaja (uglavnom niže i srednje kvalitete).
- Hotelski smještaj (gleđano prema pojedinačnim kategorijama) koncentriran je u segmentima kategorije 3* i 5*. Novi hotelski projekti uglavnom su smješteni u Dubrovniku i njegovoj bližoj gravitacijskoj okolini, dok ostale destinacije do sada nisu imale značajnije nove hotelske projekte u planu. Zavisno o državnim aktivnostima i planovima upravljanja državnom imovinom, za očekivati je aktivacija trenutno neaktivnih turističkih zona na prostoru Županije.
- Uz Lukšić grupu koja je akvizicijom Jadranskih luksuznih hotela te hotela Croatia u Cavatu postala najznačajniji hotelski vlasnik (s preko 46.000 kreveta na razini Hrvatske), najznačajniji dionici su Valamar Riviera te HUP Zagreb.
- Trenutno su na području Županije prisutna samo 3 međunarodna hotelska brenda: Hilton i Rixos na području grada Dubrovnika te Radisson Blu u Orašcu.
- Skoro polovina kapaciteta kreveta u Dubrovniku se nalazi u hotelima, od čega 48.3% u hotelima sa 5 i 4 zvjezdica. Najveći broj hotelskih kreveta (48%) raspoređen je u kategoriji hotela sa 3 zvjezdice. Hotelska ponuda Dubrovačke rivijere u srednjem razdoblju biti će izmijenjena izgradnjom hotela Sheraton u Mlinima te renovacijom hotela Belvedere i Kompas.

- Osim već započetih projekata, šire područje Dubrovnika ima značajan neaktiviran turistički potencijal u vidu obnove državnih objekata na području Župe Dubrovačke te ostalih projekata u fazi odobrenja.

I.3 ANALIZA PONUDE POSLOVNIH SKUPOVA NA PODRUČJU GRADA DUBROVNIKA

I.3.1 Hotelski kapaciteti za organiziranje poslovnih skupova

Na području grada Dubrovnika nalazi se nekoliko hotelskih kompanija te individualnih hotela koji čine najveći dio kongresnih kapaciteta grada Dubrovnika ali i Dubrovačko – neretvanske županije. S obzirom da mali dio hotela ima dvoranu kapaciteta preko 1.000 delegata, identificirani sadržaji ne zadovoljavaju zahtjeve potražnje na tržištu, odnosno Dubrovnik zbog nedostatka kongresnih kapaciteta nije u konkurenciji kao destinacija za održavanje poslovnih skupova većeg broja delegata.

Ponuda kongresnih kapaciteta prikazana je u nastavku poglavlja.

Valamar Riviera

Valamar hoteli smješteni su na poluotoku Babin Kuk koji ujedno i predstavlja područje najveće koncentracije turističkih kreveta u Dubrovniku. Valamarovi hoteli nalaze se u radijusu 5 do 10 minuta hoda međusobno. Prednost ove hotelske kompanije je što na jednom području, male udaljenosti, ima 5 hotela različitih kategorija:

- President (5*),
- Lacroma (4*),
- Argosy (4*),
- Valamar Club Dubrovnik (3*), i
- Tirena (3*).

Trenutno, ova hotelska kompanija ima najveći broj kapaciteta (1.209 soba) koncentriranih na relativno maloj međusobnoj udaljenosti.



Source: www.valamar.com

Karakteristike kongresnih prostora:

- Kongresni kapaciteti Valamara smješteni su unutar 17 dvorana različitih veličina;
- Najveća dvorana nalazi se unutar hotela Lacroma, djeljiva je u 4 sekcije i raspolaže sa najvećim kongresnim kapacitetom u Hrvatskoj (1.200 delegata);
- Mogućnost pristupa kongresnoj dvorani direktno sa vanjskih površina;
- Multifunkcionalne dvorane s mogućnošću prilagodbe poslovnim skupovima različitih vrsta;
- Multifunkcionalni poslovni centar: 7 dvorana sa djelomično pomicnim zidovima prilagođenih izložbenim manifestacijama;

- 7 dodatnih dvorana unutar ostalih hotela na Babinom Kuku.

Oprema / usluge:

- Oprema: pozornica, govornica, barijere, plesni podij, standardni i dodatni zvučni sistemi, interpretacijski sistemi, kabine za simultane prevoditelje, projekcijska tehnologija, internet, catering.

U nastavku donosimo prikaz svih kongresnih kapaciteta u okviru hotelske kuće Valamar Riviera na području Dubrovnika.

	Površina (m2)	Visina (m)	Theatre	Classroom	U-Shape	Boardroom	Reception	Banquet	Djeljivost dvorane
VALAMAR RIVIERA									
HOTEL LACROMA									
Konferencijska dvorana	890	3,8 - 4,8	1,200	440	4x54	4x64	1,000	700	4
Dvorana za sastanke 1	60	3	50	32	24	18	50	50	1
Dvorana za sastanke 2	60	3	50	32	24	18	50	50	1
Dvorana za sastanke 3	50	3	40	24	18	14	40	30	1
Dvorana za sastanke 4	50	3	40	24	18	14	40	30	1
Dvorana za sastanke 5	16,5	3	12	8	0	10	0	10	1
Dvorana za sastanke 6	16,5	3	12	8	0	10	0	10	1
Dvorana za sastanke 7	16,5	3	12	8	0	10	0	10	1
Poslovni centar	1,000	2,8 - 3	0	0	0	0	1,200	600	1
Izložbeni prostor	530	2,8 - 3	0	0	0	0	660	400	1
Ukupno	2,689,5		1,416	576	300	350	3,040	1,890	
HOTEL PRESIDENT									
Konferencijska dvorana	367	3,1 - 4,5	400	192	96	108	400	260	1
Dvorana za sastanke 1	97,4	2,8	70	40	25	24	70	70	1
Dvorana za sastanke 2	144	2,8	60	30	25	20	60	50	1
Total	608,4		530	262	146	152	530	380	
HOTEL ARGOSY									
Dvorana za sastanke 1	90	2,5	80	50	35	30	80	30	1
Dvorana za sastanke 2	84	3	60	40	25	25	60	20	1
Dvorana za sastanke 3	84	3	60	40	25	25	60	20	1
Total	258,0		200	130	85	80	200	70	
HOTEL TIRENA									
Dvorana za sastanke 1	77	3,2	80	48	30	30	70	30	1
Total	77,0		80	48	30	30	70	30	
VALAMAR RIVIERA	3,632,9		2,226	1,016	561	612	3,840	2,370	

Izvor: www.valamar.com, Horwath HTL obrada

Importanne Resort

Importanne Resort također se nalazi na poluotoku Babin Kuk. Resort se sastoji od 4 hotela s pet zvjezdica i jednog hotela s četiri zvjezdice. Ukupno, ovaj resort raspolaže sa 291 ključem. S obzirom da se Valamarovi hoteli nalaze na maloj udaljenosti od Importanne Resorta, hotelske kompanije međusobno surađuju prilikom održavanja većih poslovnih skupova.

Karakteristike kongresnih prostora:

- Importanne resort unutar svojih hotela raspolaže sa 13 dvorana za poslovne skupove, kapaciteta od 15 do 450 delegata;
- Najveća dvorana unutar resorta prima 420 delegata u theater postavi.

Oprema / usluge:

- Audio-vizualna i tehnička oprema (standardna i posebna na zahtjev), kabine za simultano prevođenje, catering organizaciju gala večeri.



Source: www.importanneresort.com

Pregled kapaciteta za održavanje poslovnih skupova u Importanne Resortu dan je u nastavku:

	Površina (m ²)	Visina (m)	Theatre	Classroom	U-Shape	Boardroom	Reception	Banquet	Djeljivost dvorane
IMPORTANE RESORT									
Konferencijska dvorana	420	3.1	384	272	64	72	384	320	2
Banketna dvorana	335	5.3	410	210	64	74	361	267	1
Dvorana za sastanke 1	60	2.6	65	38	19	22	65	48	1
Dvorana za sastanke 2	45	2.8	47	24	18	24	48	36	1
Dvorana za sastanke 3	55	2.8	52	32	16	24	59	44	1
Dvorana za sastanke 4	40	2.8	42	24	16	20	44	32	1
Dvorana za sastanke 5	50	2.8	50	32	16	24	54	40	1
Dvorana za sastanke 6	43	2.8	35	20	16	20	47	35	1
Dvorana za sastanke 7	55	2.8	50	32	16	24	59	44	1
Dvorana za sastanke 8	33	2.8	30	16	14	16	36	26	1
Dvorana za sastanke 9	48	2.8	44	30	18	22	70	40	1
Dvorana za sastanke 10	56	2.8	46	26	24	28	70	40	1
IMPORTANE RESORT TOTAL	1,240.0		1,255	756	301	370	1,297	948	

Izvor: www.importaneresort.com, Horwath HTL obrada

Rixos Libertas

Hotel Rixos Libertas Dubrovnik smješten je nadomak stare gradske jezgre Dubrovnika, udaljen 15 minuta hoda od povijesnog dijela grada i Straduna. Hotel raspolaže sa ukupno 254 smještajne jedinice i pruža mogućnosti organizacije konferencija, poslovnih sastanaka, izložbi, prezentacija, tematskih događanja, gala večera, itd.



Source: www.libertasdubrovnik.riks.com

Karakteristike kongresnih prostora:

- Konferencijska dvorana kapaciteta 1.000 delegata;
- Osim konferencijske dvorane djeljive u 3 sekcije ukupnog kapaciteta, ovaj hotel sadrži i 7 dvorana za sastanke te izložbeni prostor;
- Sve dvorane su opremljene recentnom tehnologijom te pristupom internetu;

- Pristup kongresnom centru unutar hotela moguć je sa dvije strane: hotelske i izravno u kongresni centar.

Oprema / usluge:

- Hotel Rixos pruža standardne tehničke usluge vezane uz organizaciju događanja, najam standardne dodatne tehničke opreme te catering i organizaciju gala večeri.

Pregled MICE kapaciteta Rixos Libertas hotela da je u nastavku:

	Površina (m ²)	Visina (m)	Theatre	Classroom	U-Shape	Boardroom	Reception	Banquet	Djeljivost dvorane
RIXOS LIBERTAS									
Konferencijska dvorana	867	5.2	1,000	650	0	0	1,200	600	3
Izložbeni prostor	500	5.2	0	0	0	0	0	0	1
Soba za sastanke 1	107	5.2	100	52	26	32	110	0	1
Soba za sastanke 2	107	5.2	100	52	26	32	110	0	1
Soba za sastanke 3	69	5.2	60	40	16	20	90	0	1
Soba za sastanke 4	61	5.2	60	40	16	20	90	0	1
Soba za sastanke 5	50	5.2	35	0	10	12	0	0	1
Soba za sastanke 6	50	5.2	35	0	10	12	0	0	1
RIXOS LIBERTAS TOTAL	1,811.0		1,390	834	104	128	1,600	600	

Izvor: www.libertasdubrovnik.rixos.com, Horwath HTL obrada

Hilton Imperial

Hotel Hilton Imperial smješten je na atraktivnoj lokaciji nadomak stare gradske jezgre, udaljen svega 2 minute hoda od Straduna. Ovaj hotel raspolaže sa ukupno 147 smještajnih jedinica.

Karakteristike kongresnih prostora:

- Kapaciteti namijenjeni organizaciji poslovnih skupova podijeljeni su unutar 8 dvorana;
- Najveća dvorana, djeljiva u dvije sekcije, raspolaže s kapacetetom od 235 delegata u theater postavi;
- Osim konferencijske dvorane, Hilton raspolaže sa još 6 dvorana za sastanke manjih kapaciteta (od 26 do 59 delegata).



Source: www.hilton.com

Oprema / usluge:

- Osim najma dvorani za poslovne skupove, ovaj hotel pruža i usluge najma opreme te cateringa i organizacije gala večeri

Pregled kapaciteta namijenjenih organizaciji poslovnih skupova dan je u nastavku:

	Površina (m ²)	Visina (m)	Theatre	Classroom	U-Shape	Boardroom	Reception	Banquet	Djeljivost dvorane
HILTON IMPERIAL									
Banketna dvorana	235	3,4 - 3,8	260	142	65	85	250	150	2
Dvorana za sastanke 1	58	3 - 3,15	52	26	19	19	50	0	1
Dvorana za sastanke 2	30	3 - 3,15	0	0	0	12	0	0	1
Dvorana za sastanke 3	30	3,50 - 3,70	0	0	0	12	0	0	1
Dvorana za sastanke 4	59	3,6 - 3,75	52	26	19	20	50	0	1
Dvorana za sastanke 5	54	3,6 - 3,75	52	26	19	20	50	0	1
Dvorana za sastanke 6	26	3,6 - 3,75	18	8	0	12	20	0	1
HILTON TOTAL	492,0		434	228	122	180	420	150	

Izvor: www.hilton.com, Horwath HTL obrada

Adriatic Luxury Hotels

Hotelska kompanija Adriatic Luxury Hotels (ALH) operira sa 12 hotela i villa na području Dubrovačko-neretvanske županije. Svi hoteli su u segmentu 5 zvjezdica. Na području šireg područja Dubrovnika ALH raspolaže sa ukupno 1.384 ključeva. Iako dominira brojem ključeva, ALH nema koncentraciju smještajnih kapaciteta na jednom području.



Izvor: www.adriaticluxuryhotels.com

Karakteristike kongresnih prostora:

- Kongresni kapaciteti mogu primiti od 10 do 1.000 delegata i raspoređeni su unutar 6 hotela i 19 dvorana;
- Obnovom hotela Kompas, ALH će povećati svoje kongresne kapacitete za 400 delegata u teather postavi;
- Najveća dvorana unutar ALH nalazi se u hotelu Dubrovnik Palace i ima kapacitet od ukupno 750 delegata u teather postavi, međutim dvorana ima mogućnost spajanja sa susjednom, te u tom postavu proširuje kapacitet na 1.000 delegata;
- Hotel Croatia ima ukupno najveće kapacitete namijenjene organizaciji poslovnih skupova – preko 1.500 m² kapaciteta 1.500 delegata u svim dvoranama.

Oprema / usluge:

- Usluge najma standardne i dodatne opreme te cateringa i organizacije gala večera.

	Površina (m2)	Visina (m)	Theatre	Classroom	U-Shape	Boardroom	Reception	Banquet	Djeljivost dvorane
ADRIATIC LUXURY HOTELS									
DUBROVNIK PALACE									
Konferencijska dvorana I	661	n/a	750	400	0	110	600	0	4
Konferencijska dvorana II	240	n/a	260	130	0	60	200	0	2
Total	901.0		1.010	530	0	170	800	0	
CROATIA									
Konferencijska dvorana I	630	4,40 - 6,50	850	550	100	120	1.000	450	I
Konferencijska dvorana II	197	3	200	120	33	35	150	120	I
Dvorana za sastanke 1	366	2.9	170	110	50	50	200	100	I
Dvorana za sastanke 2	100	3	80	40	30	30	100	80	I
Dvorana za sastanke 3	87	2.3	60	30	25	28	40	20	I
Dvorana za sastanke 4	44	30	15	0	15	18	0	0	I
Dvorana za sastanke 5	50	45	22	0	15	20	0	0	I
Dvorana za sastanke 6	50	45	22	0	15	20	0	0	I
Total	1.524,0		1.419	850	283	321	1.490	770	
EXCELSIOR									
Konferencijska dvorana I	315	4	450	270	80	100	400	0	3
Konferencijska dvorana II	162	2.8	150	70	0	0	120	0	2
Dvorana za sastanke I	40	2.8	20	0	10	0	0	0	I
Total	517,0		620	340	90	100	520	0	
GRAND VILLA ARGENTINA									
Dvorana za sastanke 1	197	3.16	200	100	50	65	0	90	I
Dvorana za sastanke 2	213	2.65	100	70	36	40	0	80	I
Dvorana za sastanke 3	78	3.1	55	24	24	30	0	24	I
Total	488,0		355	194	110	135	0	194	
BELLEVUE									
Konferencijska dvorana I	188	2.8	200	100	85	60	200	0	I
Konferencijska dvorana II	106	2.65	100	60	25	40	150	0	I
Dvorana za sastanke I	45	3	0	0	0	20	50	0	I
Total	339,0		300	160	110	120	400	0	
ADRIATIC LUXURY HOTELS	3.769,0		3.704	2.074	593	846	3.210	964	

Izvor: www.adriaticluxuryhotels.com, Horwath HTL obrada

Radisson Blu Hotel

Hotel Radisson Blu nalazi se unutar resorta Radisson Blu – Dubrovnik Sun Gardens, smještenom u mjestu Orašac na dubrovačkoj rivijeri. Resort je udaljen 15 km od Dubrovnika, a raspolaze sa ukupno 201 smještajnom jedinicom unutar hotela. Unutar resorta nalaze se i apartmani te rezidencije.



Source: www.radissonblu.com

Karakteristike kongresnih prostora:

- Kapaciteti namijenjeni organizaciji poslovnih skupova sadrže kapacitete od 18 do 900 delegata;
- Najveća dvorana za organizaciju poslovnih skupova prostire se na 1.100 m² i prima ukupno 753 delegata u teatralnoj postavi;
- Osim konferencijske dvorane, djeljive u 3 sekcije, hotel raspolaže sa dodatnom dvoranom od 105 m² djeljive u dvije sekcije i dodatnih 6 dvorana za sastanke.

Oprema / usluge:

- Usluge najma standardne i dodatne opreme te cateringa i organizacije gala večera.

Pregled MICE kapaciteta Radisson Blu hotela donosimo u nastavku:

	Površina (m2)	Visina (m)	Theatre	Classroom	U-Shape	Boardroom	Reception	Banquet	Djeljivost dvorane
RADISSON SUN GARDENS									
Konferencijska dvorana I	753		900	525	0	0	1,000	720	3
Dvorana za sastanke 1	105	nedostupno	80	60	0	30	120	95	2
Dvorana za sastanke 2	59	nedostupno	60	35	0	20	45	60	1
Dvorana za sastanke 3	25	nedostupno	25	0	0	8	0	0	1
Dvorana za sastanke 4	40	nedostupno	0	0	0	14	0	0	1
Dvorana za sastanke 5	25	nedostupno	0	0	0	8	0	0	1
Dvorana za sastanke 6	45	nedostupno	0	0	0	14	0	0	1
Dvorana za sastanke 7	18	nedostupno	0	0	0	6	0	0	1
RADISSON SUN GARDENS	1,070,0		1,065	620	0	100	1,165	875	

Izvor: www.radissonblu.com, Horwath HTL obrada

I.3.2 Ostali kapaciteti za organizaciju poslovnih skupova

Osim hotelskih konferencijskih sadržaja, na području grada Dubrovnika za potrebe održavanja gala večeri, priredbi ili koktel zabava, koriste se prostori kojima upravlja Grad, Državni arhiv ili Dubrovački muzeji. Međutim, prostorije su relativno malih kapaciteta i ograničenih fizičkih predispozicija, te u tom smislu nedovoljni za kvalitetnu organizaciju događanja različitih vrsta.

Naziv dvorane	Konfiguracija prostora	Maksimalni kapacitet (osoba)	Cijena najma
DUBROVAČKI MUZEJI			
1 Atrij Kneževa dvora	otvoreni	300 koktel/ 70 banket	6.250 KN + 3.750 svaki dodatan sat
2 Atrij Kneževa dvora plus galerije	otvoreni	200 banket	6.250 KN + 3.750 svaki dodatan sat
3 Prizemlje žitnice "Rupe"	zatvoreni	150 banket	6.250 KN + 3.750 svaki dodatan sat
GRAD DUBROVNIK			
4 Revelin	zatvoreni	400 banket	30.400 KN
5 Lazareti	zatvoreni	n/a	n/a
OSTALO			
6 Palača Sponza	otvoreni	n/a	n/a
7 Sveučilište Dubrovnik	zatvoreni	n/a	n/a

Izvor: Horwath HTL, sukladno provedenim terenskim razgovorima, studeni 2014.

Glavna karakteristika gore navedenih kapaciteta je da su to uglavnom otvoreni prostori, uz izuzetak Revelina i Lazareta (polu-zatvoreni tip prostora). Osim tih dvorana, druge nemaju mogućnosti izmjehštanja u zatvoreni prostor u slučaju lošeg vremena.

Izuvez dvorana, za potrebe organizacije gala večeri, manjih seminara ili koktel primanja, koriste se i brodovi. Prema informacijama lokalnih profesionalnih organizatora kongresa, najveći ima kapacitet od 400 osoba. Isto tako, ukoliko vremenske prilike dopuste, gala večere mogu se organizirati i na otvorenim atraktivnim lokacijama starog Grada, poput Gradskih zidina, no ovakvi aranžmani su posebno zahtjevni iz logističke perspektive i sigurnosti planiranja (napose utjecaj vremena).

I.3.3 Kapaciteti za organiziranje poslovnih skupova u pripremi

Na području šireg područja grada Dubrovnika, odnosno Dubrovačko–neretvanske županije, planirani su slijedeći kapaciteti za organizaciju poslovnih skupova:

- Hotel Kompas sa kapacitetom 400 delegata (renovacija);
- Hotel Sheraton u Mlinima sa kapacitetom 1.300 delegata (izgradnja);
- Hotel Cavtat (značajno proširenje kapaciteta);

- Hotel Rixos prenamjena postojećih kapaciteta korištenih u druge svrhe.

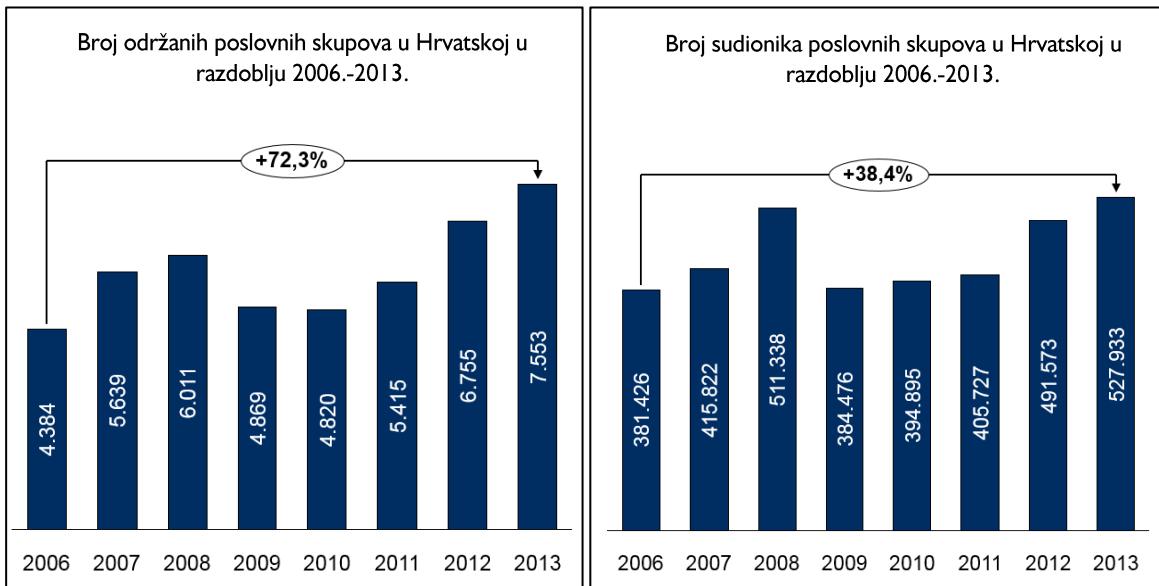
I.3.4 Zaključak analize ponude kapaciteta za organiziranje poslovnih skupova na području rivijere Dubrovnik

- Niti jedan hotel individualno nema preko 450 ključeva čime bi zadovoljio potrebe organizacije poslovnih skupova i smještaja unutar jednog objekta (uvjet tople veze);
- Najveća koncentracija hotelskih kapaciteta nalazi se na poluotoku Babin Kuk na kojem hotelske kompanije Valamar i Importanne Resort zajedno s individualnim objektima ukupno raspolažu s preko 1.800 smještajnih jedinica u hotelima različitih kategorija (3* do 5*);
- Na razini destinacije je potrebna koordinacija i suradnja između hotela jer niti jedan hotel samostalno nema dovoljno smještajnih kapaciteta za organizaciju poslovnih skupova preko 1.000 delegata (koliko dozvoljavaju maksimalni kapaciteti pojedinih hotelskih dvorana);
- Najveća dvorana na području grada Dubrovnika nalazi se u hotelu Lacroma u vlasništvu kompanije Valamar Riviera; dvorana je kapaciteta 1.200 delegata s mogućnošću širenja sa posebnim šatorima;
- Dvije hotelske kompanije sa najvećim kapacitetima za organizaciju poslovnih skupova su Adriatic Luxury Hotels i Valamar Riviera; iako podjednakih kvadratura namijenjenih organizaciji poslovnih skupova, Valamar je trenutno u prednosti zbog koncentracije smještaja na relativno malom području, šireg portfelja proizvoda i najveće dvorane za organizaciju poslovnih skupova u Hrvatskoj;

1.4 ANALIZA POTRAŽNJE POSLOVNIH SKUPOVA

1.4.1 Potražnja poslovnih skupova u Hrvatskoj

U 2013. godini u Hrvatskoj su održana 7.553 poslovna skupa, što je porast od 72% u odnosu na 2006. godinu. U istom razdoblju ukupan broj sudionika poslovnih skupova porastao je za 38%, sa 381.426 sudionika u 2006. godini na 527.933 sudionika u 2013. godini. Najveći generator poslovnih skupova u Hrvatskoj je grad Zagreb, koji ostvaruje više od 50% svih poslovnih skupova.



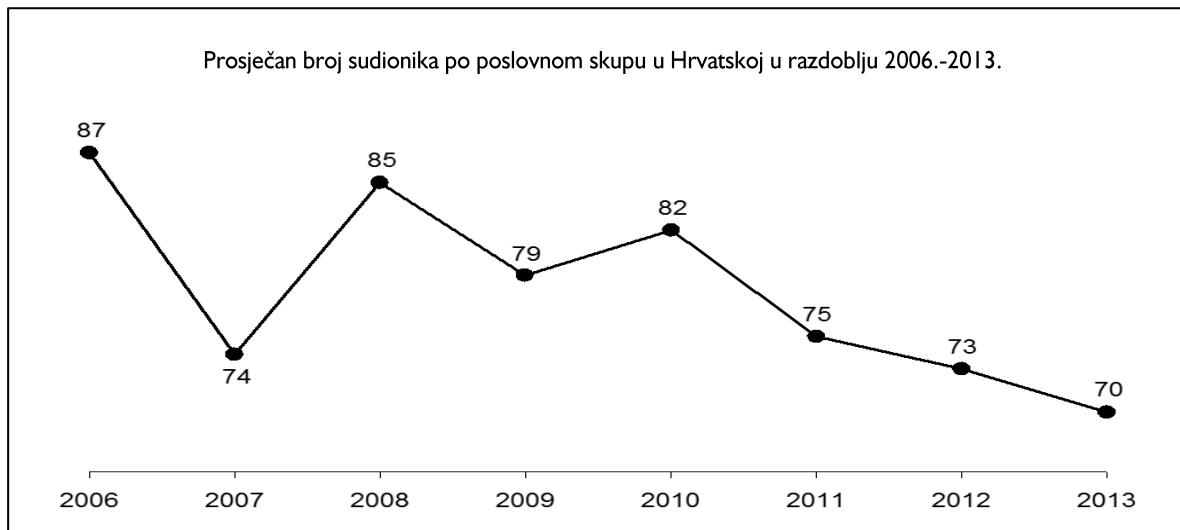
Izvor: Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske

Obzirom na nedostatak kongresnih centara, u Hrvatskoj se preko 90% poslovnih skupova održava u hotelima. Ostali objekti koji osim prvotnih namjena koriste i održavanju poslovnih skupova su sveučilišta, kulturne ustanove i velesajmovi. U razdoblju 2011./2013. broj poslovnih skupova koji su održani u hotelima i sličnim objektima rastao je po prosječnoj stopi od 17%, dok je broj poslovnih skupova organiziranih u ostalim objektima rastao po stopi od 32% .

Ukupan broj dana trajanja poslovnih skupova u 2013. iznosio je 14.605, što predstavlja povećanje u broju dana od 4% u odnosu na 2012.

Kada usporedimo porast broja organiziranih skupova sa porastom broja sudionika, evidentan je pad prosječnog broja sudionika po skupu, potvrđujući time trend koji je prisutan na globalnoj razini¹.

¹ Prosječan broj sudionika po skupu u Hrvatskoj znatno je niži od prosječnog broja sudionika po skupu na globalnoj razini prikazanog u ovoj studiji, iz razloga što statistika Državnog zavoda za statistiku Republike Hrvatske obuhvaća poslovne sastanke, incentive putovanja i team buildinge, gdje je prosječan broj sudionika znatno niži u odnosu na skupove asocijacija koji su obuhvaćeni statistikom ICCA-e.



Izvor: Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske

Prosječno trajanje poslovnih skupova u Hrvatskoj iznosi 2 radna dana, pri čemu se u prosjeku ostvari i noćenje².

Analizirajući skupove prema sudionicima, 79% poslovnih skupova u Hrvatskoj u 2013. bilo je nacionalnog karaktera³, dok je 21% bilo međunarodnog karaktera⁴.

Više od 60% poslovnih skupova su jednodnevni, dok je nešto više od 35% višednevni. 54% sudionika sudjelovalo je na jednodnevnim poslovnim skupovima.



Izvor: Državni zavod za statistiku, Turizam, studeni 2014., obrada Horwath HTL

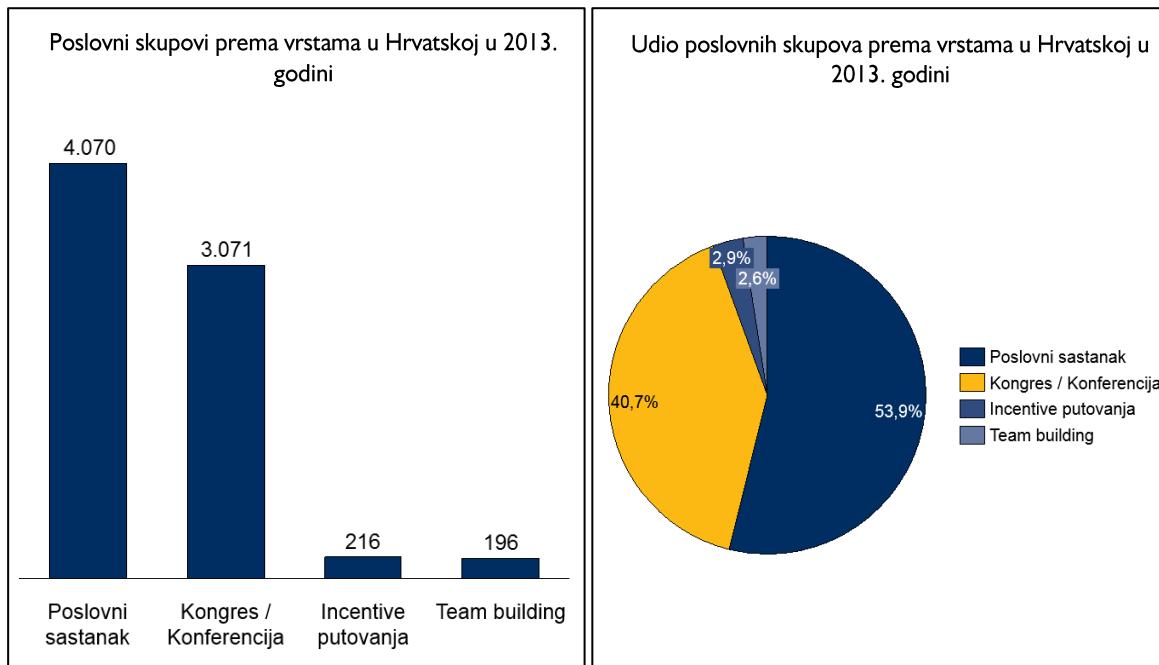
Najveći broj poslovnih skupova održi se u razdoblju od travnja do lipnja, te u razdoblju od listopada do prosinca. Ta dva kvartala generiraju više od 60% ukupnih poslovnih skupova.

Poslovni sastanci⁵ i kongresi/konferencije⁶ su u 2013. godini sa 94% od ukupnog broja održanih poslovnih skupova uvjerljivo zauzeli najveći dio tržišta.

² Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske

³ Nacionalni poslovni skup jest svaki poslovni skup u kojem su 80% sudionika i više državljanji Republike Hrvatske

⁴ Međunarodni poslovni skup je poslovni skup u kojem su 20% sudionika i više strani državljanji



Izvor: Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske

Sudionik poslovnog skupa u Hrvatskoj u prosjeku je u 2011. godini trošio 42,5 EUR po danu⁷. Treba uzeti u obzir činjenicu da ovaj iznos obuhvaća prosječnu potrošnju sudionika jednodnevnih i višednevnih skupova. Kada bi se uzimala u obzir isključivo potrošnja sudionika višednevnih skupova, zbog ostvarenih noćenja prosječna potrošnja po sudioniku bila bi viša. Kao primjer možemo navesti 2009. godinu gdje su sudionici jednodnevnih skupova ostvarili prosječnu dnevnu potrošnju od 20 EUR, dok je prosječan sudionik višednevnih skupova trošio 73 EUR po danu⁸.

Zbog nedostatka kongresnih centara, poslovni skupovi u Hrvatskoj ponajviše se održavaju unutar hotela. Tako je u 2013. godini u hotelima održano 93% ukupnog broja poslovnih skupova⁹. Ostatak poslovnih skupova održan je na sveučilištima, unutar kulturnih ustanova te na velesajmovima. Ovime se Hrvatska uvelike razlikuje od ostatka svijeta, gdje broj održanih skupova na sveučilištima bilježi snažan rast u posljednjih deset godina. Razlog tome leži u činjenici da su sveučilišta u Hrvatskoj sama po sebi ograničena kapacitetom, te raspolažu zastarjelom opremom.

Kao destinacije za organizaciju poslovnih skupova ističu se Zagreb i Dubrovnik, koji se nalaze i na ljestvici najuspješnijih gradova koju svake godine izdaje ICCA. Tako se u 2013. godini prema broju organiziranih poslovnih skupova Zagreb našao na 42. mjestu najuspješnijih gradova Europe, dok je Dubrovnik bio na 70. mjestu¹⁰.

Od ostalih destinacija na tržištu najviše se ističe Opatija, dok se u budućnosti očekuje rast izazivača kao što su Split, Rovinj i Zadar.

⁵ Poslovni sastanci jesu poslovno orijentirani skupovi na kojima sudionici predstavljaju istu kompaniju, korporacijsku grupu, joint-venture ili odnos klijenta/osiguravatelja s orientacijom prema poboljšanju ili ostvarenju poslovanja u različitim uvjetima

⁶ Kongres/konferencije jesu poslovni skupovi na kojima sudionici iz različitih područja na određenome mjestu raspravljaju o određenoj temi

⁷ Ostvareni promet od poslovnih skupova u objektu u kojem je održan poslovni skup obuhvaća promet od usluga smještaja, ugostiteljskih usluga (restorana, barova, kafića), iznajmljivanja konferencijskih dvorana, izložbenih prostora i tehničke opreme. Na međunarodnoj razini ovaj se iznos naziva „Daily delegate rate“.

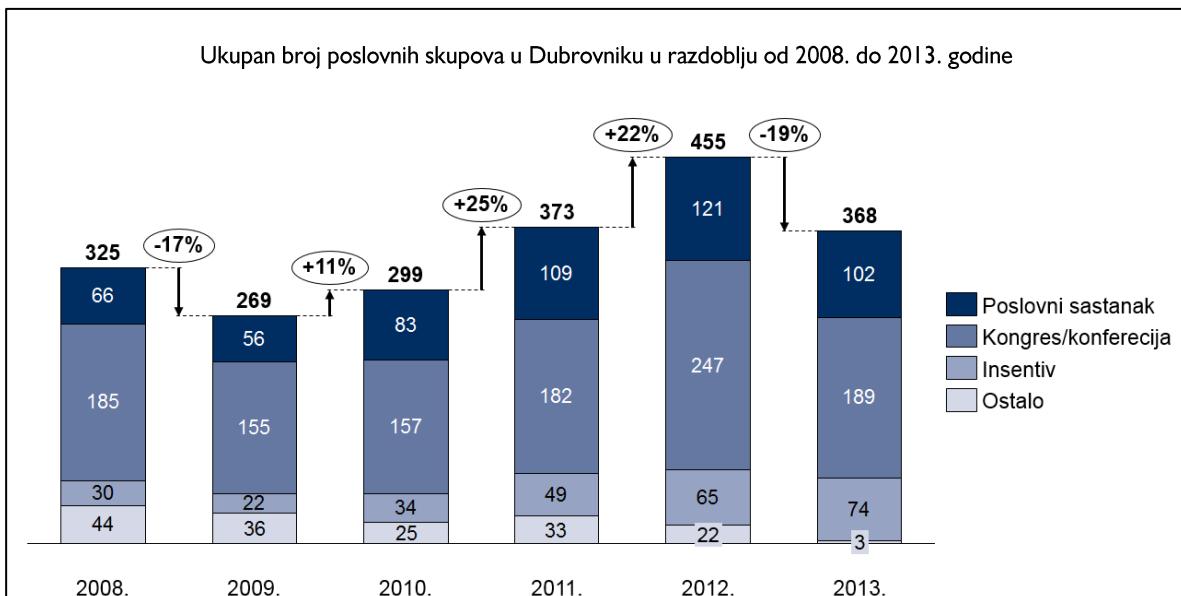
⁸ Ibid.

⁹ Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske

¹⁰ Country & City Ranking 2013, ICCA, 2014.

I.4.2 Potražnja poslovnih skupova na području Grada Dubrovnika

Poslovni segment turizma na području grada Dubrovnika u 2013. godini zabilježio je pad u broju poslovnih skupova od 19% u odnosu na prethodnu godinu. U 2013. godini ostvareno je 368 poslovnih skupova, dok je godinu ranije 455. Ukoliko promatramo razdoblje od 2008.-2013. godine, poslovni skupovi ipak bilježe pozitivan trend u porastu od 3%. Ako promatramo poslovne skupove prema vrsti, prema statističkim podacima Državnog zavoda za statistiku, najbrojniji su kongresi i konferencije, skupina koja je 2013. godine zabilježila brojku od 189 održenih skupova. Poslovni sastanci su dosegli brojku od 102 održana na području Dubrovnika, dok je broj insertiva prešao 74 održana u 2013. godini.

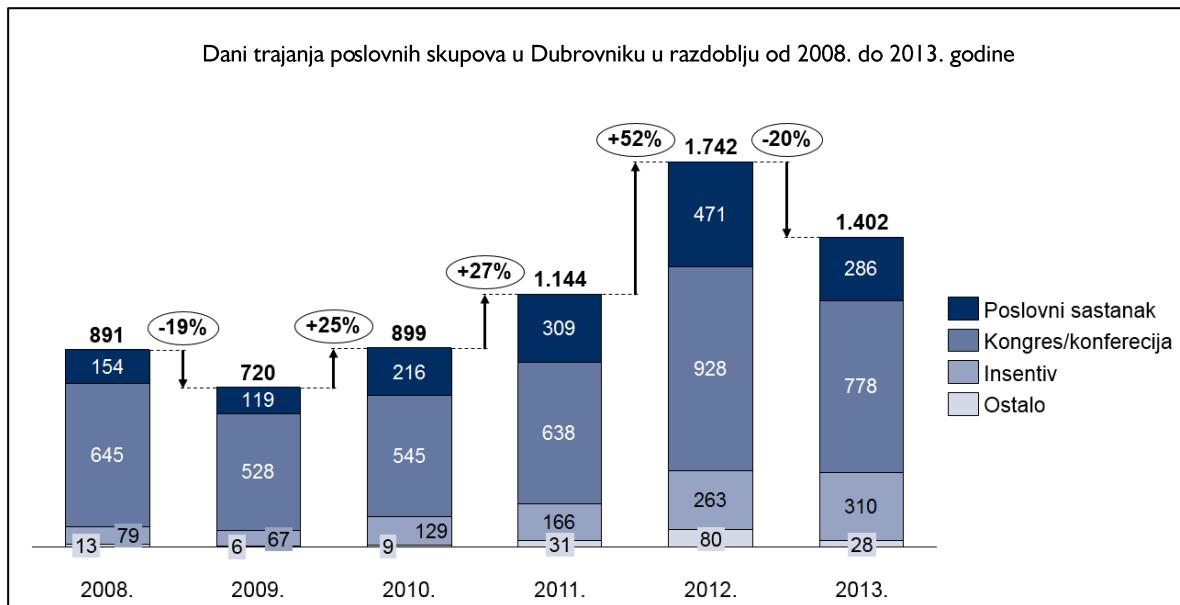


Izvor: Turistička zajednica Grada Dubrovnika, Kongresni ured, studeni 2014.

Promatrajući trend porasta u broju pojedine vrste poslovnog skupa, kongresi/konferencije osciliraju između 150 i 250 (zavisno o godini) u periodu 2008.-2013. Najveći porast u istom razdoblju zabilježen je kod insertiva, čak 20% prosječno godišnje. Međutim, obzirom na specifičnost insertiv putovanja, navedena statistika zasigurno ne obuhvaća sva realizirana putovanja.

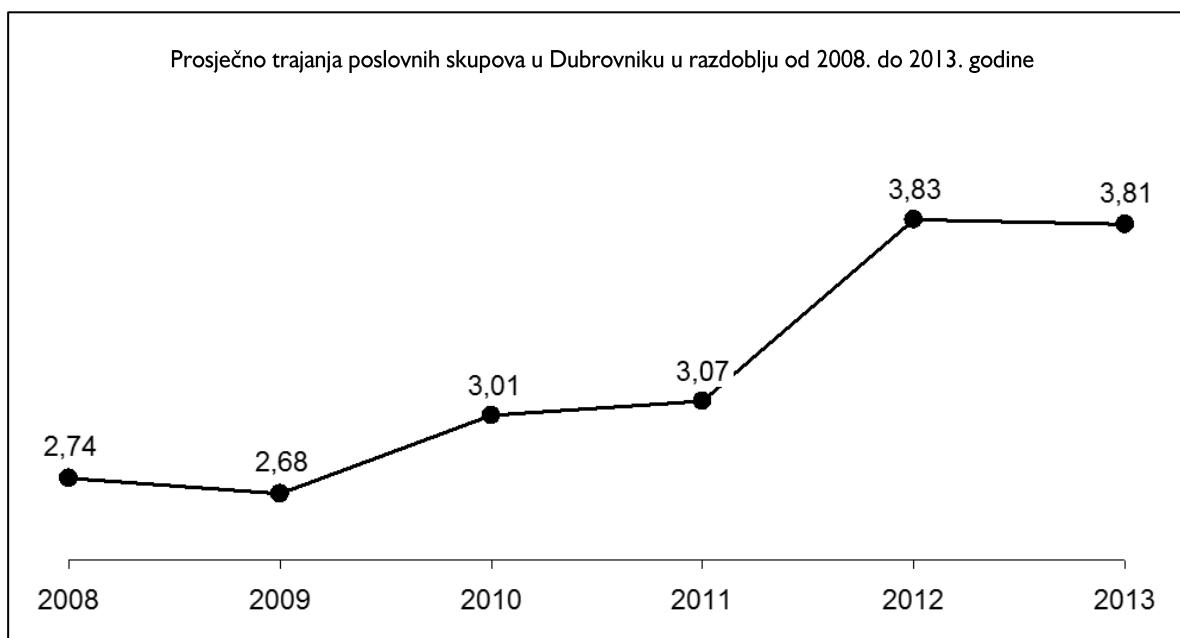
Smanjenje u broju poslovnih skupova odraženo je i na ukupnom broju dana trajanja skupova. Broj dana se u 2013. smanjio za čak 20% i u 2013. dosegao brojku od 1.402 dana. Međutim, ukoliko promatramo 2012. godinu, zabilježeno je povećanje broja dana održavanja poslovnih skupova za čak 52% u odnosu na prethodnu godinu, prešavši time brojku od 1.742 dana, ujedno i najveći broj dana u razdoblju 2008./2013. Ako promatramo isto razdoblje, broj dana održavanja poslovnih skupova ipak bilježi solidan rast od 9% prosječno godišnje.

Najveći porast u broju dana u razdoblju 2008./2013. zabilježen je kod insertiva i team buildinga. Dani trajanja insertiv putovanja zabilježili su rast od 31% prosječno godišnje, dok su dani trajanja team buildinga zabilježili povećanje od 17% prosječno godišnje. Najniži trend rasta bilježe kongresi (4% prosječno godišnje).



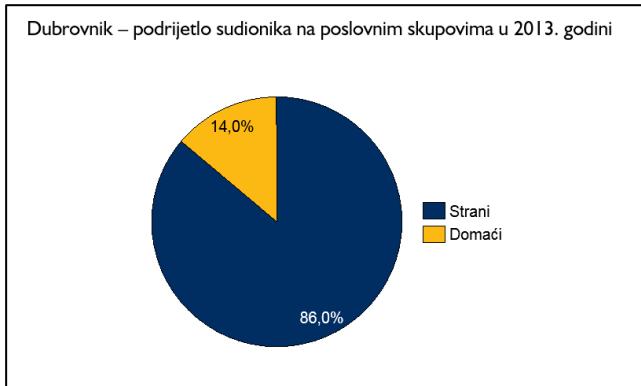
Izvor: Turistička zajednica Grada Dubrovnika, Kongresni ured, studeni 2014.

Suprotno globalnom trendu, prosječno trajanje poslovnih skupova u Dubrovniku raste iz godine u godinu. Tako je u 2013. godini prosječno trajanje poslovnih skupova u Dubrovniku iznosilo 3,8 dana.



Izvor: Turistička zajednica Grada Dubrovnika, Kongresni ured, studeni 2014., Horwath HTL obrada

Prema podacima Kongresnog ureda TZ Dubrovnika, samo 14% svih sudionika na poslovnim skupovima su rezidenti Hrvatske, dok su 86% sudionika stranci. Udio domaćih sudionika u razdoblju od 2008./2011. godini je u padu po prosječnoj godišnjoj stopi od 16%, dok je broj stranih sudionika u porastu za 18% u istom razdoblju. Prema provedenim analizama hotela i domaćih profesionalnih organizatora kongresa, najveći broj sudionika dolazi iz Ujedinjenog Kraljevstva, SAD-a, Španjolske, Njemačke i zemalja Skandinavije.



Izvor: Turistička zajednica Grada Dubrovnika, Kongresni ured, studeni 2014.

Prema podacima TZ Dubrovnika, noćenja sudionika poslovnih skupova su se pratila do 2011. godine. U razdoblju od 2008. do 2011. godine, broj noćenja domaćih sudionika rastao je u prosjeku 7,7% godišnje sa ukupno 17.113 noćenja u 2011., dok je rast broja noćenja stranih sudionika iznosio u prosjeku 11,6% godišnje i generiranih 57.236 noćenja.

Prosječna dužina trajanja poslovnih skupova iznosi od 2,5 do 3 dana. Najveći broj poslovnih skupova realizira se u periodu od travnja do prve polovice lipnja, te od rujna do prve polovice studenog. U 2011. godini duljina boravka domaćih i stranih sudionika poslovnih skupova u hotelima razlikovala se i iznosila je 2,7 dana kod domaćih sudionika i 3,3 dana kod stranih. Ukoliko uzmemo u obzir promatrano razdoblje 2008./2011., produljen je boravak stranih sudionika dok se duljina boravka domaćih sudionika smanjila s 3 dana u 2010. na 2,7 dana.

U sklopu projekta, provedeno je terensko primarno istraživanje s hotelskim poduzećima i brendovima prisutnim u Dubrovniku s ciljem identifikacije ključnih pokazatelja potražnje za poslovnim skupovima. Ključni nalazi dani su u nastavku:

- Prosječan broj sudionika na događanjima: 200 – 300 po poslovnom skupu;
- Prosječno trajanje poslovnih skupova iznosi od 2,5 do 3 dana;
- Godišnje 5-6 poslovnih skupova s preko 500 sudionika na razini pojedinog hotela;
- Najzastupljenije industrije/teme poslovnih skupova: medicina, farmacija, informatička tehnologija, automobilска, finansijska, osiguravajuća, itd.;
- Hoteli surađuju s lokalnim i međunarodnim organizatorima poslovnih skupova ali i kompanijama koje direktno organiziraju poslovne skupove za vlastitu tvrtku;
- Dnevna cijena po delegatu u prosjeku varira oko 50 EUR (u cijenu uključen najam dvorane, dvije pauze za kavu i ručak/večera).
- Najveći problemi s kojima se susreću hotelske kompanije u organizaciji poslovnih skupova su slijedeći:
 - Slaba zračna povezanost destinacije u posezoni;
 - Nedostatak infrastrukture za organizaciju gala večeri u zatvorenom prostoru sa kapacitetom preko 400 osoba (nema alternativi u slučaju vremenskih nepogoda);
 - Nedostatak popratnih sadržaja u destinaciji kao što su trgovачki centri, klubovi, restorani, itd.;
 - Slaba potpora kongresnog ureda u sklopu Turističke zajednice Grada.

1.4.3 Intervjui s domaćim PCO

Profesionalni organizatori poslovnih skupova su organizacije koje se bave planiranjem, organiziranjem i realizacijom nacionalnih i međunarodnih kongresa, konferencija, simpozija, seminara, stručnih putovanja, korporativnih događanja, poslovnih sastanaka, team buildinga i drugih sličnih skupova.

Na području Dubrovnika postoji desetak relevantnih profesionalnih organizatora poslovnih skupova koji djeluju isključivo kao PCO (engl. *Professional Congress Organizers*) ili kao dio agencija koja pokrivaju organizaciju različitih događanja, izleta, itd.

Broj održanih poslovnih skupova varira s obzirom na veličinu i vrstu pojedinog organizatora, međutim stavovi i mišljenja te problemi s kojima se susreću u svojoj djelatnosti se podudaraju, bez obzira na različitost u volumenu potražnje koju odradi pojedini organizator. Da bi se prikupili relevantni podaci i zaključci o potražnji za poslovnim skupovima na području Dubrovnika, u sklopu istraživanja tržista, kontaktirani su slijedeći profesionalni organizatori poslovnih skupova na području Dubrovnika i Zagreba:

- Adria Kongres (Dubrovnik)
- DT Croatia (Dubrovnik)
- Rathaea (Dubrovnik)
- Dubrovnik Sun (Dubrovnik)
- Elite Travel (Dubrovnik)
- Penta (Zagreb)
- Perfect Meetings (Zagreb)
- Eures Tim (Zagreb)

Sažetak stavova dan je u nastavku:

PROFESIONALNI ORGANIZATORI KONGRESA	
Tema	Nalazi
Obilježja potražnje poslovnih skupova u Dubrovniku	Izuzev jedne agencije, svaka od analiziranih odradi od 20 -80 poslovnih skupova godišnje. U većoj se mjeri ti skupovi odnose na insetiv putovanja, dok su u manjoj mjeri zastupljeni poslovni sastanci i kongresi/konferencije. Oko 80% održanih poslovnih skupova imaju u prosjeku 150 – 300 delegata. S obzirom na ograničene kapacitet, poslovnih skupova preko 500 osoba bude u prosjeku 5-8 godišnje po organizatoru. Lokalni organizatori poslovnih skupova najčešće surađuju sa stranim profesionalnim organizatorima poslovnih skupova angažiranim od strane kompanije, dok je direktni kontakt sa kompanijama zastupljen u manjoj mjeri, međutim postoji. Glavnina poslovnih skupova odvija se u periodu od travnja do lipnja te od rujna do studenog. Smatra se kako bi se trajanje skupova moglo proširiti i na ožujak te studeni ukoliko bi bilo adekvatnih avio linija. Prosječno trajanje poslovnih skupova iznosi 2,5 – 3 dana. Najzastupljenije industrije su farmacija, medicina, informatička tehnologija, kemijska industrija, automobilска industrija, osiguravajuća društva, finansijska, itd.
Zahtjevi kompanija ili međunarodnih profesionalnih organizatora poslovnih skupova	<ul style="list-style-type: none">■ Dvorane u blizini ili u sklopu hotela (idealno topla veza);■ Fleksibilne dvorane i neometani prilazi dvorani (posebice izložbenom prostoru);■ Izložbeni prostori odgovarajućih visina i širina, bez stupova.
Problemi u organiziranju	<ul style="list-style-type: none">■ Nedostatak letova izvan sezone;■ Nedostaje multifunkcionalna kongresna dvorana kapaciteta (za više od

poslovnih skupova	2.000 delegata); ■ Slab marketing destinacije; ■ Nedostatak prostora za organiziranje gala večera; ■ Nedostatak popratnih sadržaja u destinaciji (shoping centri, klubovi, itd.); ■ Nedovoljna angažiranost kongresnog ureda koji djeluje u sklopu TZ Grada Dubrovnika u organizaciji poslovnih skupova, promociji, procesu natjecanja/prijave te informacijskoj podršci.
-------------------	---

I.4.4 Intervjui s inozemnim PCO

U sklopu istraživanja stavova međunarodnih profesionalnih organizatora poslovnih skupova, kontaktirani su najveći organizatori poslovnih skupova na Europskoj razini:

- Kenes International;
- MCI Group;
- Grass Roots;
- AIM Group International;
- Mondial.

Od kontaktiranih pet kompanija, dvije su pristale iznijeti svoje stavove o Dubrovniku kao kongresnoj destinaciji.

Navedeni organizatori poslovnih skupova detaljno su obrađeni u poglavlju 2.6., dok je pregled stavova profesionalnih organizatora poslovnih skupova dan u nastavku:

PROFESIONALNI ORGANIZATORI KONGRESA	
Tema	Nalazi
KENES 	Kenes je profesionalni organizator kongresa koji godišnje organizira oko 40 kongresa sa više od 1.000 delegata u prosjeku, međutim kongresi dosežu i do 10.000 delegata. Ovaj organizator poslovnih skupova je fokusiran na industrije medicine i farmacije. Kongresi u njihovoј organizaciji rasprostranjeni su po cijelom svijetu, bez veće koncentracije u pojedinoj regiji. Glavni zahtjev u odabiru destinacije za organiziranje kongresa je njena prometna dostupnost (zračna luka), odgovarajuća smještajna infrastruktura te fleksibilnost konfiguracije dvorana koje iznajmljuju za potrebe organiziranja poslovnih skupova. U organiziranju kongresa ova agencija preferira direktni kontakt s hotelima i dvoranama.
Mišljenje o destinaciji Dubrovnik	Kenes percipira Dubrovnik kao kongresnu destinaciju u nastanku, međutim smatraju kako destinacija nije adekvatno popraćena marketinškim aktivnostima niti potrebnom infrastrukturom. Kenes je dosad organizirao jedan poslovni skup na području Dubrovnika 2010. godine. Jedan od uvjeta organizacije poslovnih skupova u Dubrovniku bio bi postojanje multifunkcionalne dvorane kapaciteta preko 1.500 delegata. Ukoliko bi Dubrovnik zadovoljio infrastrukturne potrebe, zasigurno bi predstavljao potencijalnu destinaciju za organiziranje poslovnih skupova od strane Kenesa u budućnosti.
MCI Global	MCI je profesionalni organizator kongresa koji godišnje odradi od 30 do 40 kongresa sa preko 1.000 delegata te 200-300 poslovnih sastanaka. Prosječan broj delegata po kongresu kreće se oko 3.000.

	<p>Većina organiziranih kongresa je fokusirana na medicinsku industriju. Najveći broj organiziranih kongresa lociran je u regijama Amerike i Europe. Ova agencija većinom direktno kontaktira hotele i kongresne dvorane za organiziranje poslovnih skupova.</p>
Mišljenje o Dubrovniku	<p>MCI Global još uvijek Dubrovnik ne smatra kao kongresnu destinaciju. Smatraju kako destinacija nije dovoljno pokrivena odgovarajućim marketingom i prepoznatljivošću. Dosad su organizirali samo dva manja kongresa i nekoliko poslovnih sastanaka. Dubrovniku je potrebna profesionalizacija proizvoda, svi relevantni dopunski sadržaji te snažniji marketing.</p>

1.5 ZAKLJUČCI I IMPLIKACIJE NA PROJEKT

Zaključci relevantni za predmetni projekt višenamjenskog kongresnog centra Dubrovnik:

- Hrvatsko tržište poslovnih skupova u razdoblju od 2006 do 2013. godine bilježi prosječnu godišnju stopu rast broja održanih poslovnih skupova od 8%. Izuzetak je jedino 2009. godina, kada je pod utjecajem globalne finansijske krize zabilježen pad broja održanih poslovnih skupova u odnosu na 2008. godinu.
- Prosječan broj sudionika po poslovnom skupu u Hrvatskoj pao je sa 87 sudionika u 2006. godini na 70 sudionika u 2013. godini, potvrđujući time trend koji je prisutan na globalnoj razini, no prosječna veličina uvelike ne predstavlja realni pokazatelj zbog manjkavosti i nemogućnosti potpunog sagledavanja cijele industrije – model praćenja industrije na razini Državnog zavoda za statistiku ne omogućava uvid u realno stanje.
- Zbog nedostatka modernih kongresnih centara 93% ukupnog broja poslovnih skupova u Hrvatskoj održano je unutar hotelskih objekata.
- Dubrovačka rivijera, s gradom Dubrovnikom kao središtem, je najprepoznatija destinacija Hrvatske na globalnom turističkom tržištu. S obzirom na važnost turizma na razini Županije, postoji velika osviještenost o potrebi unaprjeđenja turističke ponude.
- Područje grada Dubrovnika najveći je generator turističkih noćenja zbog kulturnog i povijesnog nasleđa, znamenitosti i prirodnih ljepota, ali i zbog značajnih hotelskih i ostalih smještajnih kapaciteta. Grad Dubrovnik u 2013. godini raspolaže sa ukupno 25.681 krevetom, od toga 12.689 kreveta u hotelskom smještaju. Posljednjih nekoliko godina vidljiva je slabije izražena sezonalnost turističkih noćenja nego u većini hrvatskih destinacija, ponajprije zahvaljujući kongresnom turizmu, cruising gostima i touring grupama u posezoni. Izrazita sezonalnost u tri glavna ljetna mjeseca distribuirana je na razdoblje posezone zahvaljujući dobroj zračnoj povezanosti Dubrovnika sa više od 40 europskih destinacija od ožujka do studenog, kao i dovršetku autoceste A1 do čvora Ploče.
- U posljednjih nekoliko godina na području Dubrovnika uočen je uglavnom kvalitativni pomak u smještajnim kapacitetima, dok kvantitativni pomak novih smještajnih kapaciteta još uvijek nije realiziran u svom mogućem potencijalu. Iako je u Županiji privatni smještaj prevladavajući, Grad Dubrovnik u smještajnom miksu raspolaže s 49% hotelskog smještaja. Više od 70% ukupnog hotelskog smještaja Županije smješteno je na području Dubrovnika, a hotelske kompanije Valamar Riviera i Adriatic Luxury Hotels ističu se ukupnim kapacetetom kreveta kao turistički lideri područja. Koncentracija hotelskih kreveta uglavnom je distribuirana na segmente 3* i 5*. S obzirom na globalnu prepoznatljivost Dubrovnika na svjetskoj turističkoj mapi, primjetan je izostanak međunarodnih hotelskih brendova. Trenutno, na području grada Dubrovnika nalaze se samo dva brendirana hotela: Hilton i Rixos; dok je na širem području Dubrovnika smještan Radisson Blu Resort.
- S obzirom da Dubrovnik povijesno ima tradiciju organiziranja poslovnih skupova i kongresa, a u nedostatku inicijative javnog sektora za izgradnjom centralnog kongresnog centra, hotelske kompanije i pojedinačni objekti oslanjaju se na međusobnu suradnju ili proširenje vlastitih kapaciteta. Trenutno najbolju poziciju u organizaciji poslovnih skupova imaju hotelske kompanije Valamar Riviera i Adriatic Luxury Hotels, zbog raspolažanja smještajnih jedinica u različitim kategorijama hotela te dvoranama većih kapaciteta.
- Iako Dubrovnik ne raspolaže kongresnom dvoranom kapaciteta preko 1.500 delegata, u posljednjih 5 godina u organizaciji poslovnih skupova primjetan je porast broja organiziranih skupova u prosjeku 3% godišnje. Najveći broj poslovnih skupova odnosi se na kongrese/konferencije, iako su u petogodišnjem promatranom razdoblju najveći porast zabilježila insertiv putovanja (sukladno imidžu Hrvatske kao destinacije sunca i mora). U istom promatranom razdoblju, broj dana održavanja skupova bilježi porast u danima održavanja od 9% u prosjeku godišnje.

- Najveći problemi s kojima se susreću svi u lancu organizacije poslovnih skupova su nedostatak letova u posezoni, nedostatak prostora za organizaciju gala večeri za preko 400 sudionika, suradnja, potpora i jača involviranost Kongresnog ureda u organizaciju poslovnih skupova, te popratni sadržaji kao što je trgovački centar, klubovi za zabavu, itd.
- Stavovi stranih i domaćih profesionalnih organizatora poslovnih skupova slažu se po pitanju postojanja kongresne dvorane – Dubrovnik se ne može smatrati kongresnom destinacijom ukoliko nedostaje multifunkcionalna dvorana kapaciteta preko 1.500 delegata.

Implikacije na projekt sastoje se od sljedećih stavova:

- Dubrovniku nedostaje još nekoliko globalno brendiranih hotelskih objekata kako bi se osigurala globalna prepoznatost i sigurnost u standardnu razinu hotelske usluge (posebice iz perspektive posjetitelja s kontinenata van Europe).
- Stav globalnih organizatora događanja upućuje na trenutnu nisku razinu participacije Dubrovnika na globalnom tržištu. Razlog tome uvelike leži u činjenici kako grad ne raspolaže profesionalnim kongresnim prostorima za više od 1.500 delegata te popratnim sadržajima za velike događaje.
- Dostupnost Dubrovnika uvelike ovisi o zračnom dostupu. Stoga je potrebno u značajnoj mjeri nastaviti s naporima u privlačenju i održavanju direktnih linija izvan glavne sezone prema ključnim europskim destinacijama i zračnim prometnim čvorištima. Navedeni napor ne može predstavljati samo inicijativu zračne luke, već je potrebna značajna pomoć i drugih dionika destinacije (javni ali i privatni sektor) – potrebno je pružiti relevantan razlog za održavanje linija izvan glavne sezone – kongresni centar u budućnosti može predstavljati jedan od argumenata.
- Kongresni centra Turističke zajednice grada Dubrovnika treba dionicima destinacije pružiti veću razinu usluge – od istraživanja kongresnog tržišta na destinacijskoj razini, do sadržajnije i funkcionalnije internetske stranice destinacije i slične inicijative u skladu s trenutnim mogućnostima (fizički i finansijski).



POGLAVLJE 2

Analiza ključnih trendova na
međunarodnom tržištu
poslovnih skupova



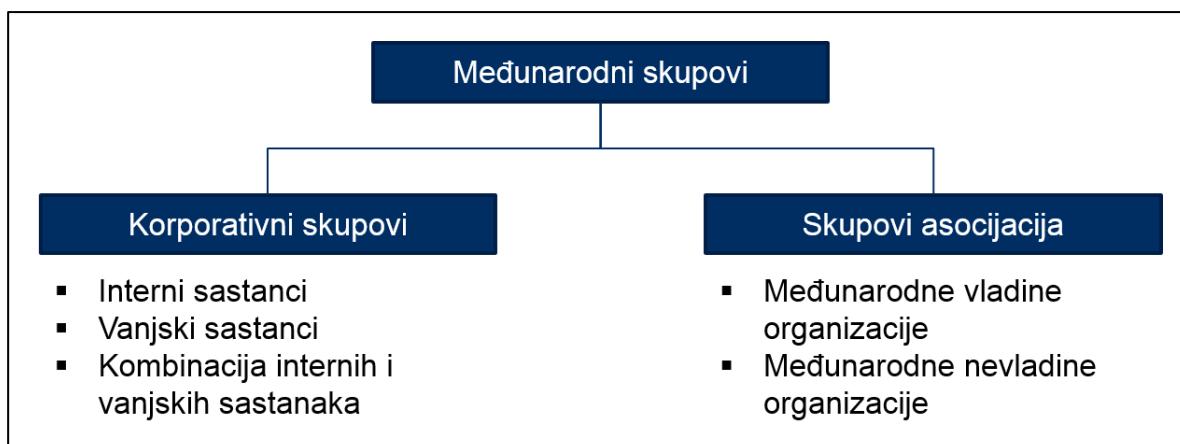
Hotel, Tourism and Leisure

Koncept razvoja multifunkcionalnog kongresnog
centra Dubrovnik

2. ANALIZA KLJUČNIH TREDOVA NA MEĐUNARODNOM TRŽIŠTU POSLOVNIH SKUPOVA

Međunarodno tržište poslovnih skupova može se segmentirati prema nekoliko različitih kriterija: broj delegata, vrsta industrije, svrha poslovnih sastanaka, organizator skupa i ostali. Jedan od najčešćih kriterija segmentacije poslovnih skupova jest kriterij "organizator skupa", iz razloga što se prema tome definira priroda samog skupa te njegov oblik organizacije. Iz perspektive organizatora, poslovne skupove možemo podijeliti na dvije glavne skupine:

- korporativni skupovi¹¹;
- skupovi asocijacija¹².



Izvor: A Modern History of International Association Meetings 1963-2012, International Congress and Convention Association 2013.

Zbog korporativnih skupova, čiji je broj skupova i sudionika gotovo nemoguće procijeniti, ne postoji sveobuhvatna statistika industrije poslovnih skupova na globalnoj razini. Sukladno tome, za potrebe ove studije analizirani su skupovi asocijacija prema kategorizaciji ICCA¹³, vodećeg međunarodnog udruženja za skupove asocijacija. ICCA obuhvaća skupove na globalnoj razini koji su organizirani od strane međunarodnih asocijacija, a koji zadovoljavaju sljedeće kriterije:

- održavaju se na redovitoj bazi;
- rotiraju se između najmanje tri države;
- okupljaju najmanje 50 sudionika.

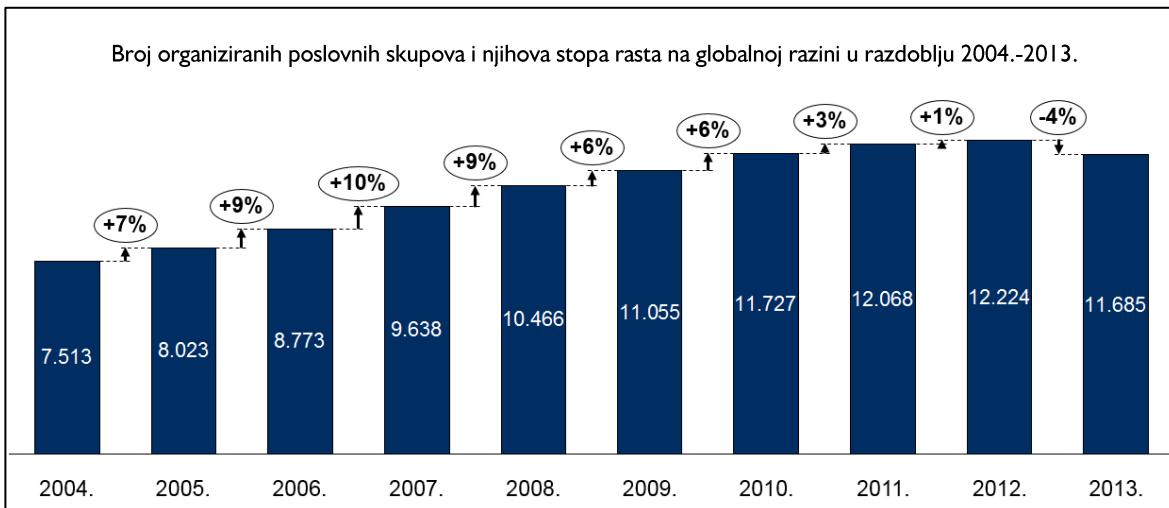
¹¹ Engleski naziv za ovu vrstu skupova je "Corporate meetings"

¹² Engleski naziv za ovu vrstu skupova je "Associations meetings"

¹³ International Congress and Convention Association

2.1 GLOBALNO TRŽIŠTE POSLOVNICH SKUPOVA

Kroz posljednjih 10 godina broj organiziranih poslovnih skupova na globalnoj razini porastao je za 56%, došavši do brojke od 11.685 skupova u 2013. Iako je apsolutno gledano u posljednjem desetljeću ta brojka porasla, evidentan je trend smanjenja godišnje stope rasta organiziranih skupova iz godine u godinu. Tako je prosječna godišnja stopa rasta broja poslovnih skupova u razdoblju od 2009. do 2013. iznosila je 1.3%, dok je za period od 2004. do 2008. godine ta je brojka iznosila visokih 9%. Taj jaz možemo povezati sa utjecajem globalne financijske krize na globalnu ekonomiju, samim time i na organizaciju poslovnih skupova. S obzirom da se skupovi asocijacije organiziraju i do nekoliko godina unaprijed, smatramo da će stvarni efekti globalne financijske krize biti vidljivi u godinama koje dolaze. Bolesti, ratovi, ekomska nestabilnost, varijacije u cijenama i sl., predstavljaju kratkoročne anomalije za koje smatramo da neće imati utjecaja na industriju poslovnih skupova dugoročno.



Izvor: The International association meetings market 2004.-2013., ICCA, 2014.

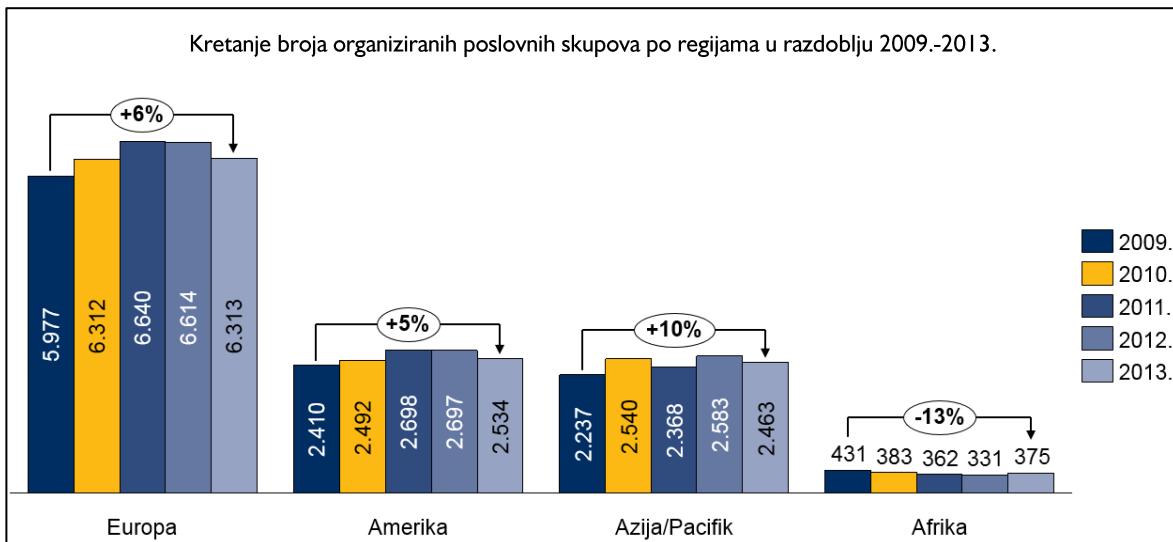
Tradicionalno, najveći broj poslovnih skupova održava se u Europi. Tako je i u razdoblju od 2009. do 2013. godini u Europi održano 54% od ukupnog broja poslovnih skupova na globalnoj razini. Iako će apsolutno gledano broj skupova u Europi nastaviti rasti, očekuje se da će udio Europe na globalnom tržištu poslovnih skupova padati iz godine u godinu u odnosu na ostale regije.

Međutim, najveći rast broja održanih poslovnih skupova zabilježen je u regiji Azija/Pacifik, gdje je broj poslovnih skupova u 2013. u odnosu na 2009. porastao za 10%.

Osim regije Azija/Pacifik, pojedine države Latinske Amerike također bilježe snažan rast po broju skupova, među kojima prednjače Kolumbija i Argentina (PGSR¹⁴ 10,5% i 8%). Smatra se da će Latinska Amerika po broju skupova nastaviti rasti iz godine u godine, prije svega zbog kombinacije atraktivnih destinacija sa cijenovno povoljnijim standardima.

Afrika je jedina regija koja je kroz isto razdoblje ostvarila pad od 13%. Taj pad možemo povezati s nedovoljnim brojem kvalitetnih objekata u kojima bi se skupovi odvijali, kao i nestabilnom političkom situacijom u određenim državama.

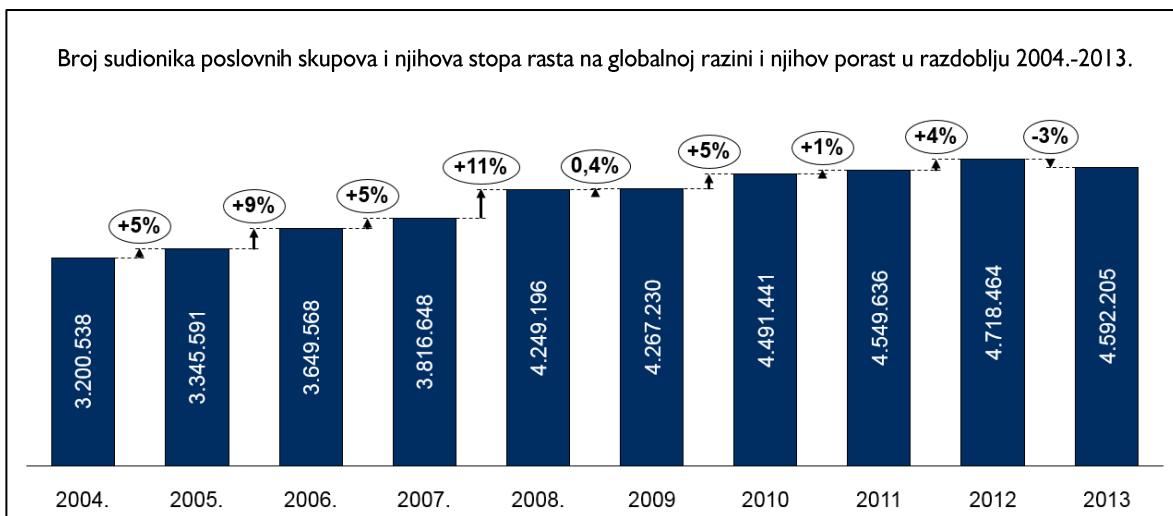
¹⁴ Prosječna godišnja stopa rasta (engleski naziv „Compound annual growth rate“)



Izvor: The International association meetings market 2004.-2013., ICCA, 2014.; 2013 Country & City Ranking; ICCA, 2014.; Country & city rankings 2012, ICCA, 2013.; The Association Meetings Market 2002-2011, ICCA, 2012.

Iako skupovi koji se rotiraju na globalnoj razini povjesno gledano imaju najveći udio tržišta poslovnih skupova, njihov udio iz godine u godinu opada, dok u isto vrijeme udio regionalnih skupova raste. Jedan od faktora koje možemo povezati sa porastom broja regionalnih skupova jesu i troškovi samih putovanja koji su uvjerljivo niži ukoliko se putuje na skupove unutar jedne regije.

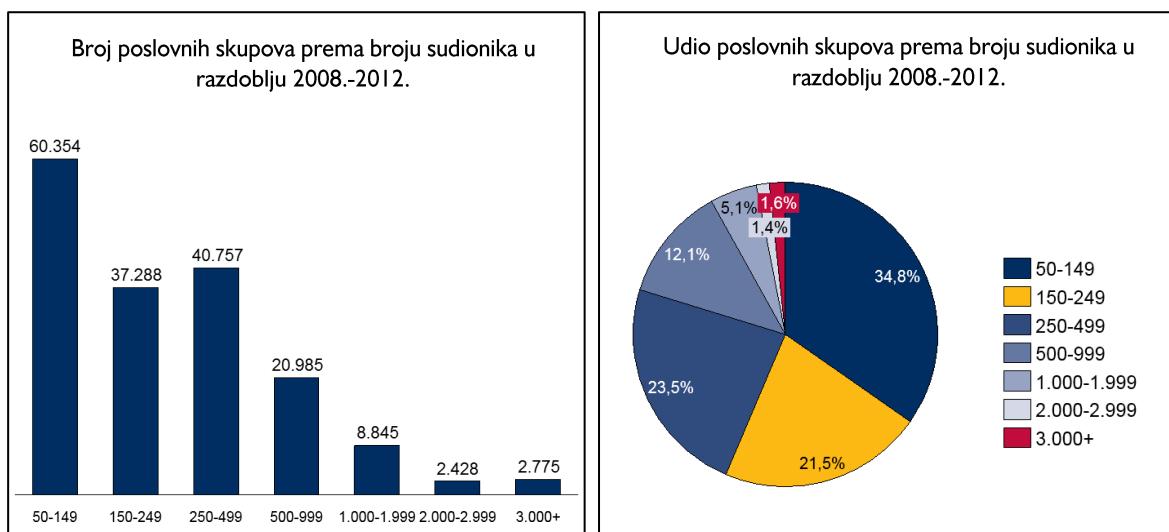
Prosječan broj sudionika po skupu postepeno se smanjuje kroz posljednje desetljeće, nastavljajući tako trend koji je započeo 2001. godine. Tako je u 2013. godini prosječan broj sudionika po skupu iznosio 393¹⁵. Unatoč tom trendu, zbog rasta ukupnog broja održanih skupova rastao je i ukupan broj sudionika, pa je tako u 2013. on iznosio 4.592.205, što je porast od 43% u odnosu na 2004. godinu.



Izvor: The International association meetings market 2004.-2013., ICCA, 2014.

Činjenica da je broj skupova na globalnoj razini u posljednjih deset godina rastao po višoj stopi od rasta ukupnog broja sudionika ukazuje na trend rasta broja najmanje vrste skupova (50 do 149 sudionika) u ukupnom udjelu poslovnih skupova. U periodu od 2008. do 2012. najviše organiziranih skupova, njih 60.354, spadalo je upravo u najmanju kategoriju skupova.

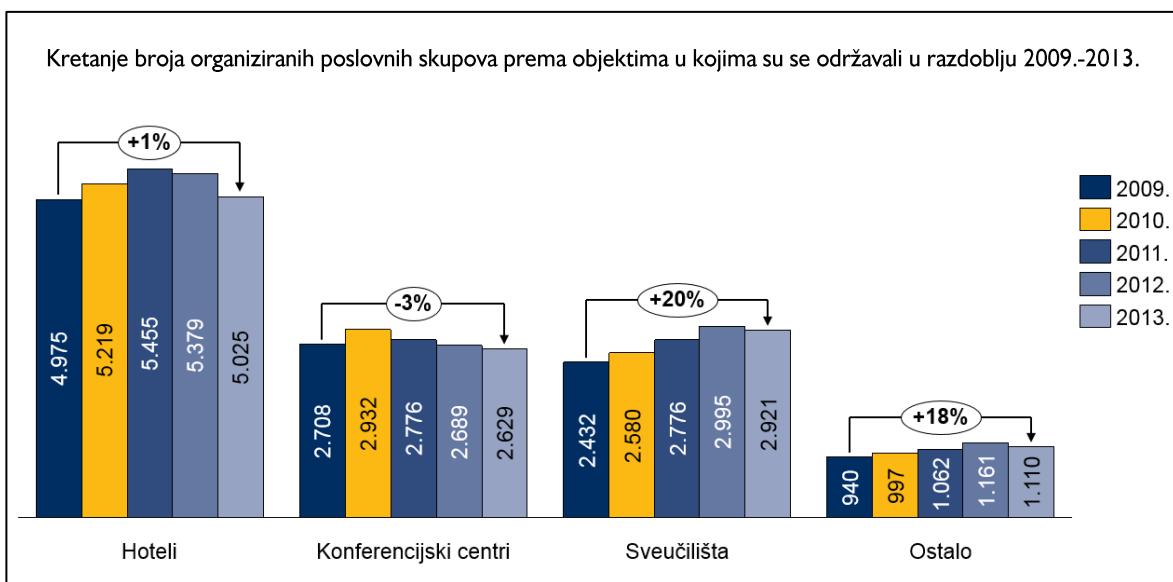
¹⁵ The International association meetings market 2004.-2013., ICCA, 2014.



Izvor: A Modern History of International Association Meetings 1963-2012, ICCA, 2013.

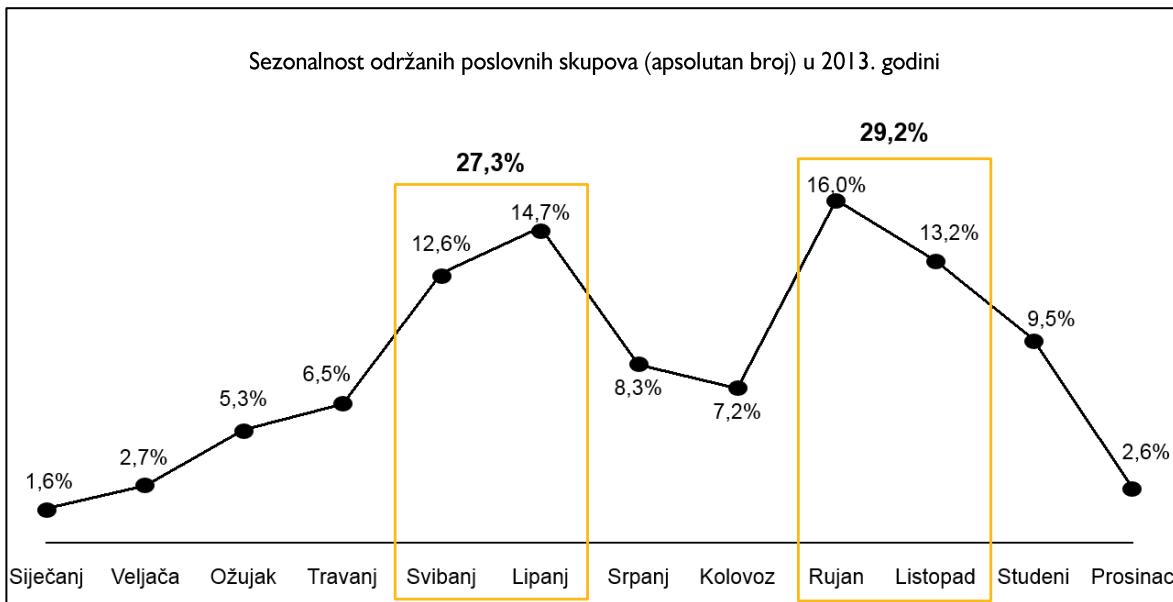
Godine 2004. konferencijski su centri dijelili prvo mjesto sa hotelima kao primarni objekti za organizaciju poslovnih skupova. Sa padom prosječnog broja sudionika kao i rastom broja malih skupova, počela je opadati potražnja za velikim kapacitetima kojima raspolažu konferencijski centri, upravo u odnosu na hotelske objekte koji su zabilježili rast. Osim potrebe za manjim kapacitetom, rast hotela kao primarnih objekata za organizaciju poslovnih skupova možemo dovesti u vezu sa stopom rasta broja novih hotela diljem svijeta, koja je neusporedivo viša od stope rasta novih konferencijskih centara.

Također, evidentan je rast potražnje sveučilišnih prostora u svrhu organizacije skupova, pa je tako broj skupova koji su organizirani unutar sveučilišnih prostora u razdoblju od 2009. do 2013. godine porastao za 20%.



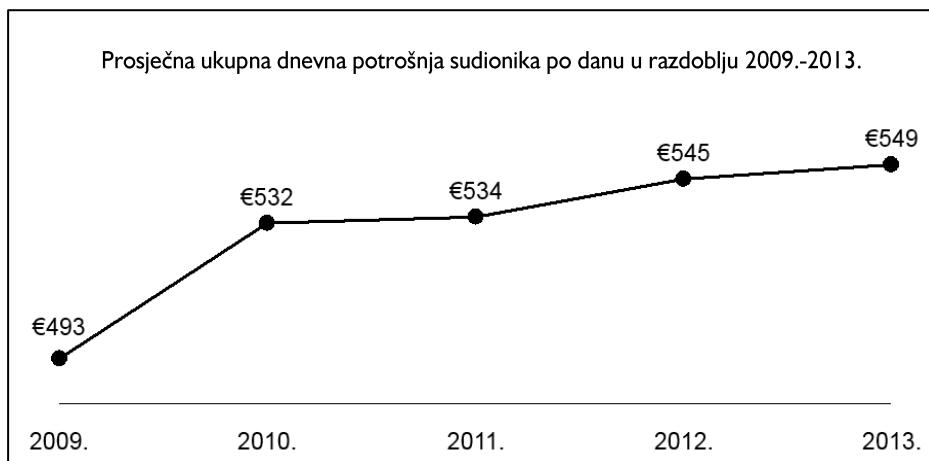
Izvor: The International association meetings market 2004.-2013., ICCA, 2014

Analizirajući sezonalnost održavanja poslovnih skupova, evidentno je kako je više od 50% poslovnih skupova u 2013. godini organizirano u svibnju, lipnju, rujnu i listopadu. Rujan je mjesec u kojem se pojedinačno ostvaruje najveći broj poslovnih skupova (16% svih skupova u 2013. godini).



Izvor: The International association meetings market 2004.-2013., ICCA, 2014

Prosječno vrijeme trajanja poslovnih skupova postepeno se smanjuje iz godine u godinu, pa je tako ono u 2013. godini iznosilo 3,7 dana, u odnosu na 2002. godinu kada je prosječno vrijeme trajanja iznosilo 4,3 dana. Tako je u 2013. godini prosječna ukupna potrošnja po sudioniku skupa iznosila je 2.033 EUR¹⁶, što je za 7 EUR niže u odnosu na 2012. godinu. S obzirom da skupovi traju sve kraće, dolazimo do zaključka kako sudionici skupova troše sve više na dan u prosjeku, pa je tako u 2013. prosječan sudionik skupa potrošio rekordnih 549 EUR po danu, što je za 4 EUR više nego godinu prije.



Izvor: The International association meetings market 2004.-2013., ICCA, 2014.; The Association Meetings Market 2002-2011, ICCA, 2012.

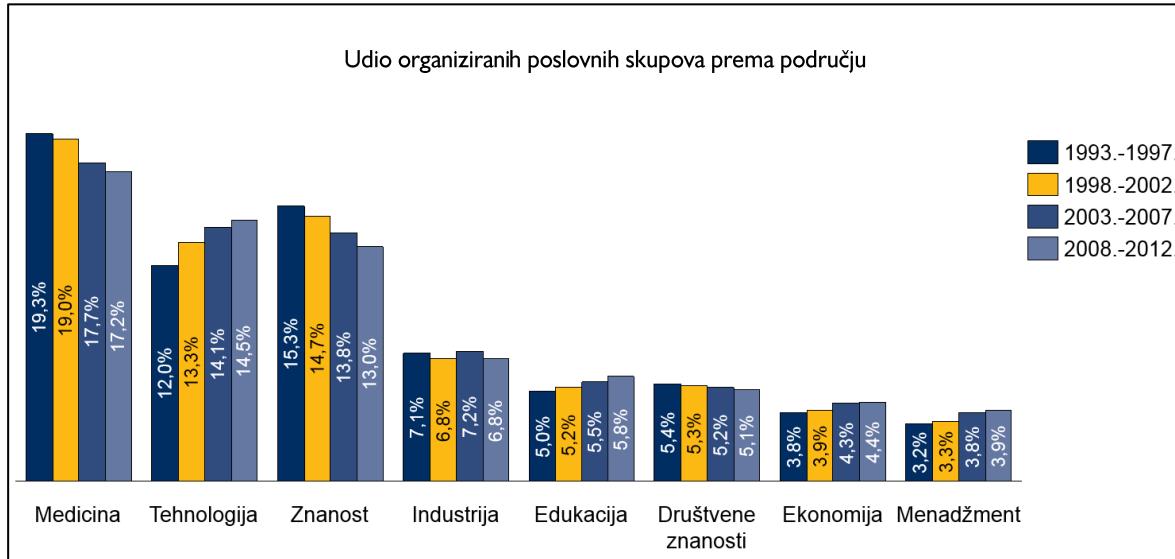
Medicinski skupovi su povijesno gledano najzastupljenija vrsta skupova, pa su tako i u razdoblju od 2008. do 2012. sa 17,2% od ukupnog broja skupova zauzeli prvo mjesto. Iako u absolutnim brojkama broj medicinskih skupova raste, relativno gledano njihov udio na globalnom tržištu pada, a očekuje se da će se sa razvojem novih industrija takav trend nastaviti i u budućnosti.

Razvojem tehnologije rastao je i broj tehnoloških skupova, pa je tako njihov udio u ukupnom broju organiziranih skupova u razdoblju od 2008. do 2012. iznosio 14,5%. S obzirom na ubrzan razvoj tehnologije u

¹⁶ Prosječna ukupna potrošnja sudionika temelji se na istraživanjima provedenim od strane Vienna Convention Bureaua i Finland Convention Bureaua, a kojima je procijenjeno da se 22% od ukupne potrošnje sudionika odnosi na kotizaciju. Ostalih 78% obuhvaća troškove smještaja, prijevoza i svu dodatnu potrošnju sudionika.

posljednjih deset godina, logično je za očekivati da će se takav trend nastaviti i u budućnosti, a samim time će i broj tehnoloških skupova rasti.

Skupovi iz područja znanosti ostvarili su najveći pad. Sa 15,3% udjela u ukupnom broju skupova u razdoblju 1993. do 1997. pali su na 13% u razdoblju od 2008. do 2012. godine. Osim skupova iz područja znanosti, zabilježen je i pad broja skupova društvenih znanosti.

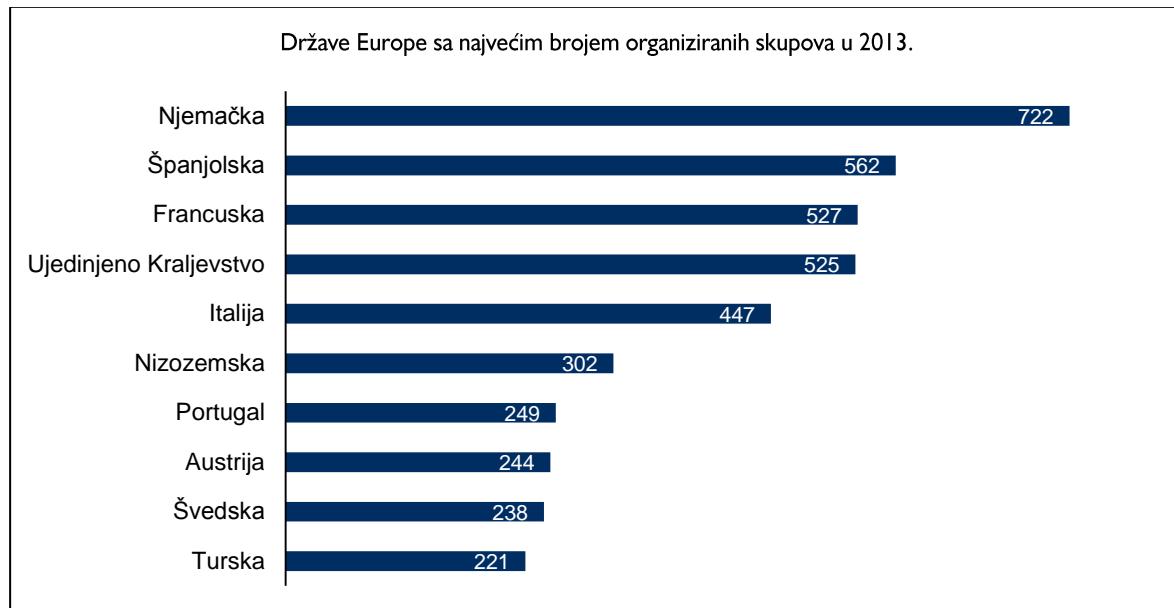


Izvor: A Modern History of International Association Meetings 1963-2012, International Congress and Convention Association 2013.

2.2 EUROPSKO TRŽIŠTE POSLOVNIH SKUPOVA

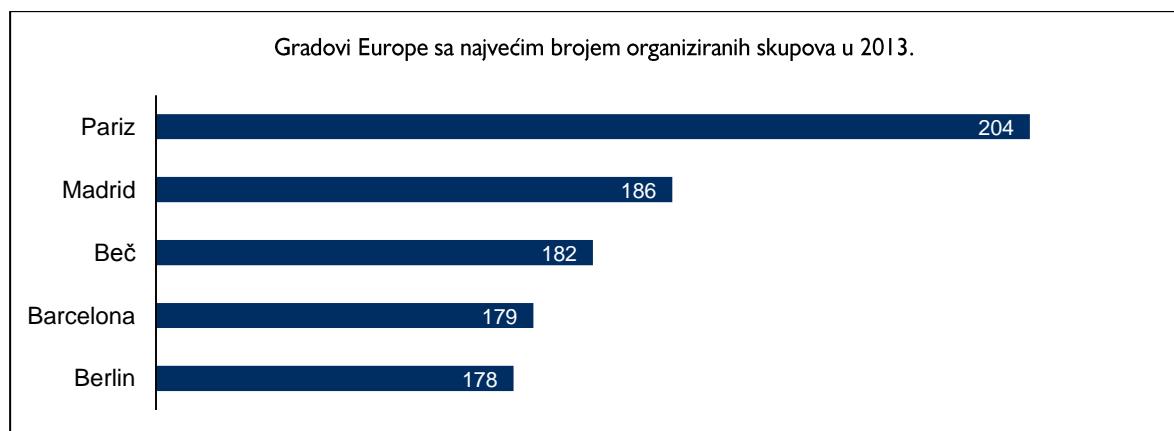
S aspekta broja organiziranih skupova, Europa je povijesno uvjerljivo najsnažnija regija, pa je tako i u 2013. godini unutar granica Europe organizirano 6.313 skupova, što predstavlja porast od 4,5% u odnosu na prethodnu godinu.

Već duži niz godina Njemačka privlači najveći broj skupova na europskoj razini. Tako su u 2013. godini na području Njemačke održana 722 skupa. Sa 562 održana poslovna skupa slijedi Španjolska, čiji je uspjeh rezultat rasta popularnosti Madrida i Barcelone koji okupljuju gotovo 65% svih skupova održanih u Španjolskoj.



Izvor: The International association meetings market 2004.-2013., ICCA, 2014.

Vodeći europski, su ujedno i vodeći svjetski gradovi prema broju održanih skupova. Tako svjetski primat zauzima Pariz sa 204 održana skupa u 2013. godini, dok Madrid, Beč, Barcelona i Berlin slijede s manje od 200 skupova godišnje.

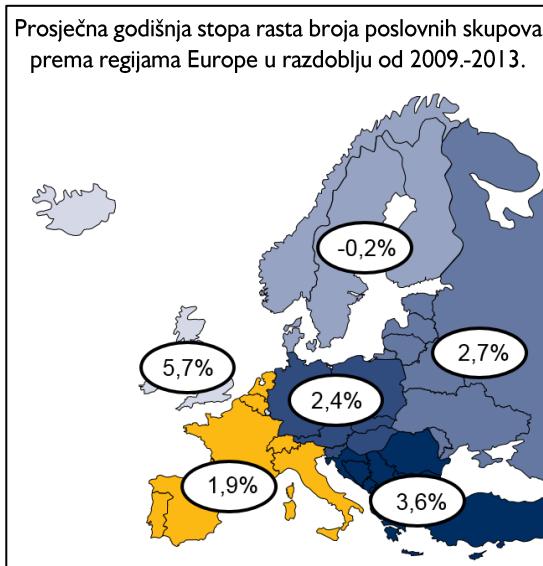


Izvor: The International association meetings market 2004.-2013., ICCA, 2014.

Zanimljivo je da je najveći prosječni broj sudionika po skupu (prosjek 687 sudionika) globalno privukla Barcelona, rezultirajući sa ukupno 122.877 sudionika koji su u 2013. godini posjetili katalonsku metropolu. Prema ukupnom broju sudionika uz rame Barceloni nalaze se Amsterdam i Istanbul. Te su tri destinacije u 2013. godini privukle 5 od ukupno 16 skupova organiziranih na globalnoj razini, a koji su okupili više od 10.000 sudionika po skupu.

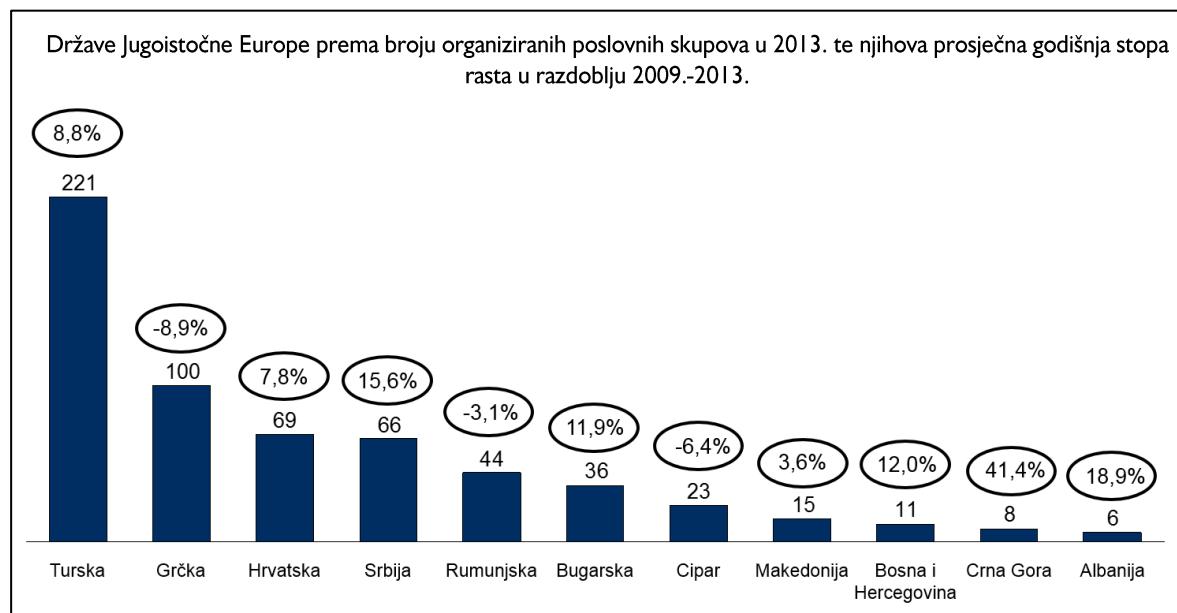
Analizirajući regije Europe prema broju rasta organiziranih poslovnih skupova u razdoblju od 2009. do 2013., regija koja obuhvaća Ujedinjeno Kraljevstvo, Irsku i Island bilježi najvišu prosječnu stopu rasta broja organiziranih poslovnih skupova od 5,7%. Taj rast može se povezati rastom popularnosti Irske kao destinacije za organizaciju poslovnih skupova koja je u istom razdoblju zabilježila prosječnu godišnju stopu rasta od 13,5%.

U razdoblju od 2009. do 2013. drugu najvišu prosječnu stopu rasta od 3,6% zabilježila je regija Jugoistočne Europe.



Izvor: The International Association Meetings Market 2002-2011, International Congress and Convention Association, 2012.; Country & City Ranking 2012., International Congress and Convention Association, 2013.; 2013 Country & City Rankings, International Congress and Convention Association, 2014.

Od država unutar Jugoistočne Europe najviše organiziranih poslovnih skupova u 2013. zabilježila je Turska (211), prije svega zahvaljujući Istanbulu koji je privukao 146 poslovnih skupova u 2013. godini.



Izvor: The International Association Meetings Market 2002-2011, International Congress and Convention Association, 2012.; Country & City Ranking 2012., International Congress and Convention Association, 2013.; 2013 Country & City Rankings, International Congress and Convention Association, 2014.

Od ostalih država u regiji Jugoistočne Europe, treba istaknuti snažan rast Srbije kao destinacije poslovnih sastanaka. U razdoblju između 2009. i 2013. godine, Srbija je bilježila prosječnu godišnju stopu rasta od 15,6%, prije svega zahvaljujući globalno konkurentnoj infrastrukturi kojom raspolaže Beograd (Sava Centar), kao i odličnom pozicionirajući destinacije na tržištu poslovnih skupova.

2.3 GLOBALNI TEHNIČKI, TEHNOLOŠKI I OBLIKOVNI TRENDJOVI

Očito je da tehnički trendovi u izgradnji kongresnih centra zbog povećanih prostornih i funkcionalnih zahtjeva kao i multifunkcionalne fleksibilnosti prostora danas u većoj mjeri traže iznimno visok i kvalitetan stupanj standarda građenja i opremanja. To naravno u prvom redu uključuje konstruktivno vrlo kompleksne strukture objekata sa velikim rasponima bez stupova, visokih prostora što implicira potrebu za novim i kreativnjim rješenjima. Tim više što su i zahtjevi za identitetom i specifičnim oblikovanjem ovakvih objekata postali u današnje vrijeme nužnost. Visoki tehnički standardi ne očituju se samo u inovativnim sistemima konstrukcije i gradnje već i u vrhunskoj „state of the art“ tehnički transformiranja prostora unutar objekta. Viseći, sklopivi zidovi (engl. *skyfold walls*), podizne hidrauličke bine i akustičke pregrade, teatarska gledališta koja se transformiraju u ravne podove ili se translatiraju na druge pozicije, potpuna kontrola dnevног i umjetnog osvjetljenja mehanički i elektronički samo je dio tehnike koja objekt pretvara u višenamjenski prostor koji se prilagođava potrebama pojedinog događanja.

Takvi zahtjevi naravno uvjetuju i najmodernejšu tehnološku opremu objekta. U prvom redu to je vrlo zahtjevna tehnologija grijanja i hlađenja objekta. Polaze se iznimna pažnja na kvalitetu i kontrolu kondicioniranog zraka u svim segmentima objekta. Budući da je potrošnja energenata u ovom segmentu vrlo velika, globalni trendovi orientirani su na alternativne izvore energije a u svrhu poboljšanja energetske bilance objekta. U većoj mjeri koriste se geotermalne pumpe u tlu i vodenim površinama a za iskorištavanje sunčeve energije uglavnom visokokvalitetne molekularne solarne čelije novije generacije.

Sa rastom ekološke osvještenosti, poželjno je za moderne kongresne centre da posjeduju certifikat ekološki održivog poslovanja. Prema istraživanju kongresnih centara koje je provela ICCA¹⁷, između ostalih, identificirana su 3 osnovna certifikata održivog poslovanja iz ekološke perspektive:

- **Green Globe**¹⁸ certifikat je koji procjenjuje i daje ocjenu 337 različitih indikatora koji se odnose na 41 kriterij održivosti. Primjenjivi indikatori variraju o tipu certifikata, geografskoj lokaciji te određenim lokalnim faktorima. Završna ocjena temeljem koje se izdaje certifikat sastavljena je od 4 glavna kriterija: utjecaj na okoliš (41% utjecaja na ocjenu), održivo upravljanje (25%), socijalna ekonomija (25%) te kulturno nasljeđstvo (9%). Certifikat se mora obnavljati svakih 5 godina.
- **ISO 14000**¹⁹ je skup standarda koji se odnose na upravljanje utjecaja na okoliš, time pomažući organizacijama da minimaliziraju utjecaj njihovih operacija na okoliš te budu u suglasnosti sa primjenjivim zakonima, regulativama i ekološki usmjerenim zahtjevima. ISO 14000 standardi usko su povezani sa ISO 9000 standardima koji se odnose na upravljanje kvalitetom. ISO 14000 certifikat sastavni je dio EMAS²⁰ programa Europske unije. ISO 14000 certifikat nema određene zahtjeve koji se trebaju zadovoljiti, iz razloga što on služi kao smjernica koju kompanije i organizacije mogu pratiti kako bi uspostavili efektivan sistem upravljanja okolišem. Certifikat vrijedi 3 godine, nakon čega se mora obnavljati.
- **United Nations (UN) Global Compact** certifikat inicijativa je pokrenuta od strane UN-a kako bi poslovni subjekti diljem svijeta prisvojili održivu i socijalno odgovornu politiku poslovanja. Taj se model temelji na 10 principa koji se ocjenjuju, a koji se odnose na:
 - Ljudska prava;
 - Uvjete i pravila rada;
 - Okoliš;
 - Anti-korupciju.

¹⁷ ICCA Venue Report, 2010.

¹⁸ <http://greenglobe.com/>

¹⁹ <http://www.iso.org/iso/iso14000>

²⁰ Eco-Management and Audit Scheme

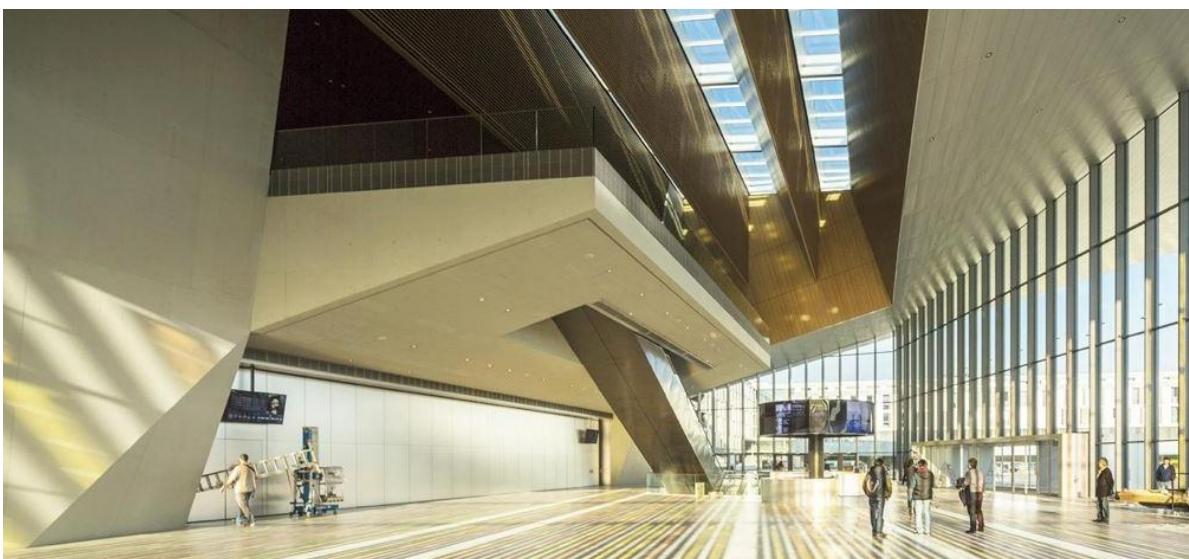
Globalni trendovi u tehnologiji elektroinstalacija i komunikacija uglavnom su orijentirani na suvremenu tehnologiju sa centralnim i autonomno perifernim upravljanjem sistema osvjetljenja, ozvučenja, video nadzora i elektronske kontrole kretanja. Ugrađene kamere visoke rezolucije, sklopiva projekciona platna, ugrađeni projektori, bežične mikrofonske instalacije kao i visokokvalitetni 3G WiFi internet sustav sastavni su dio svakog modernog konferencijskog centra. Za kontrolu i podršku ovih tehnologija nužno je razviti i vrlo kvalitetan autonomni softver za upravljanje i komunikaciju, uključujući i izradu aplikacija za korisnike.

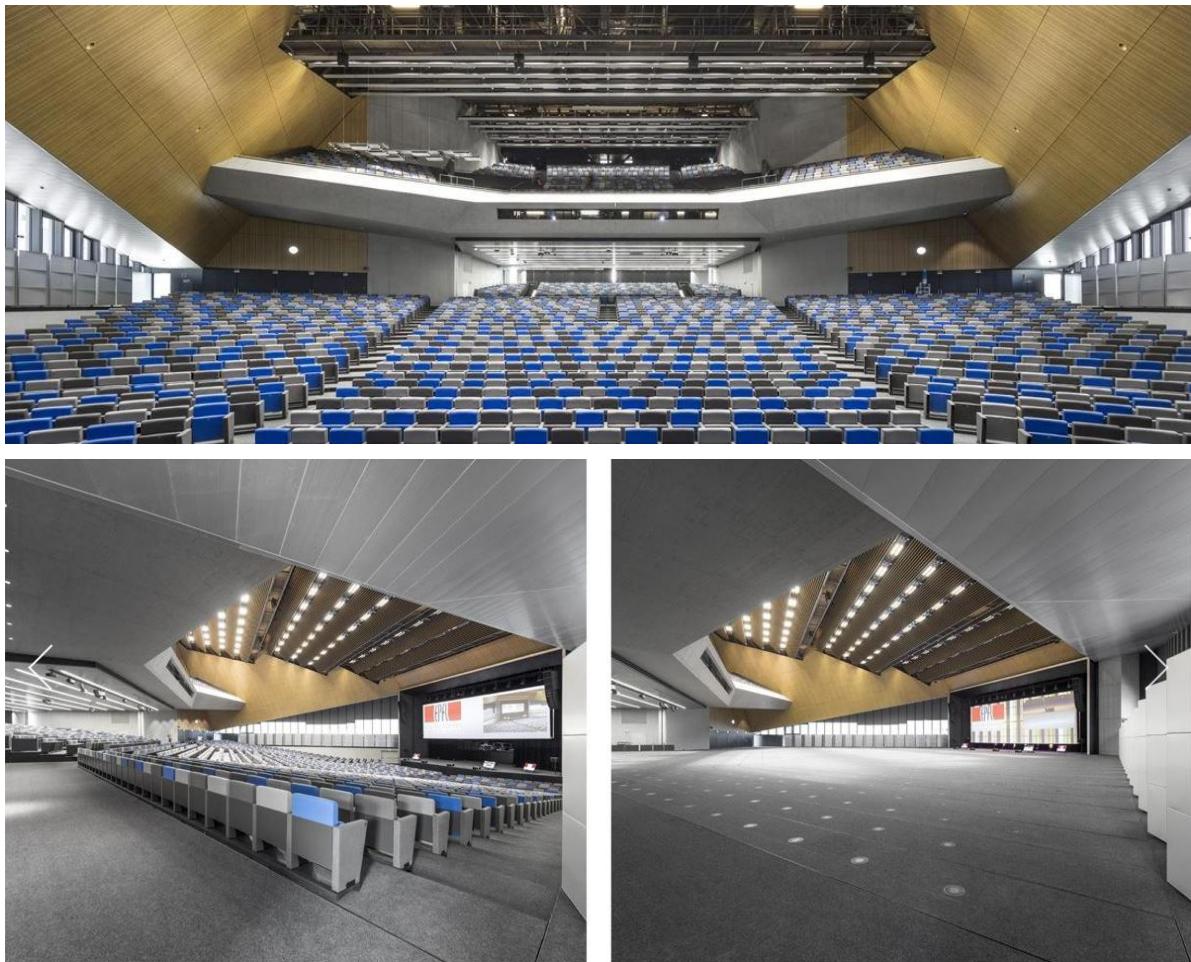
Globalni trendovi u oblikovanju kongresnog centra pretpostavljaju objekt sa vrlo visokim stupnjem originalne prepoznatljivosti, posebnosti i vrhunskog dizajna koji privlači svojom atraktivnošću kako vanjskog tako i unutarnjeg prostora. To više nije introvertiran objekt koji komunicira uglavnom sa svojom funkcijom, već atraktivran, transparentan, privlačan urbani objekt multifunkcionalnog sadržaja. Osim toga trendovi pokazuju da u dispoziciji sadržaja vanjski prostor sve više dobiva na funkciji, što samo pojačava njegovu tendenciju komunikativnosti u svojem okruženju. Od objekta se očekuje da bude zanimljiv u percepciji i uzbudjujući u doživljaju prostora u kojem ljudi žele što duže boraviti.

Recentni primjeri multifunkcionalnih kongresnih centara uspješnog dizajna.

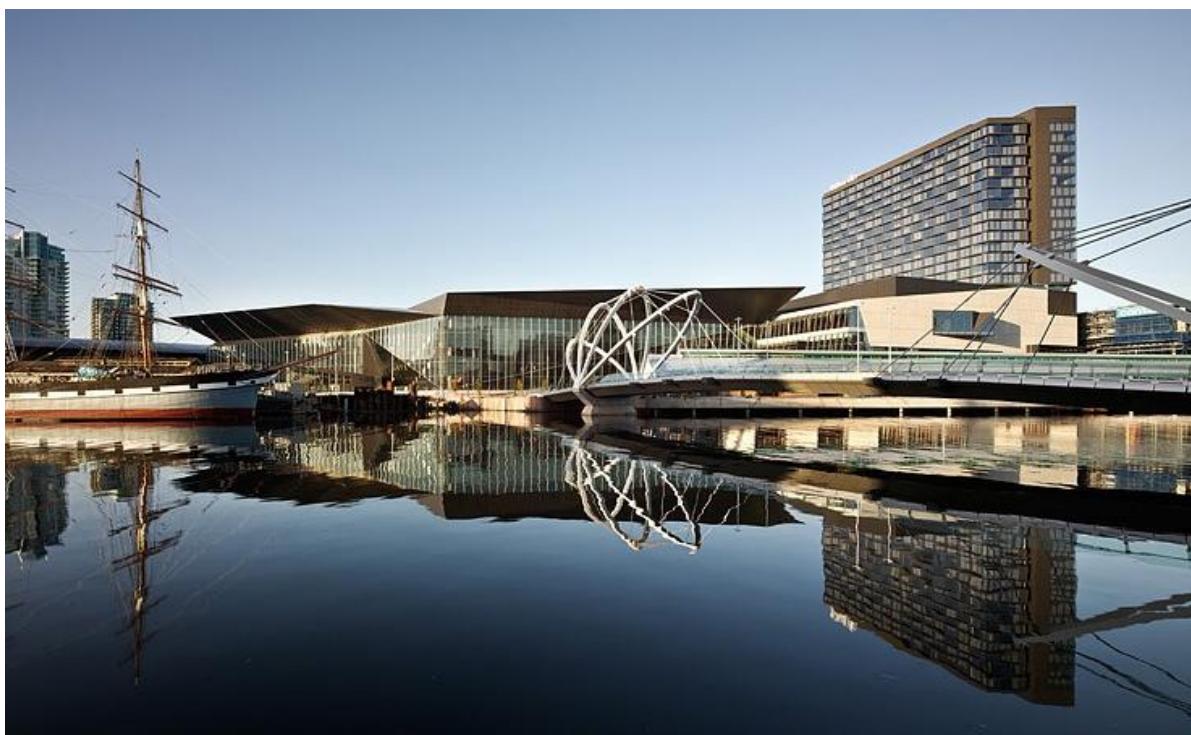
Izvedeni projekti :

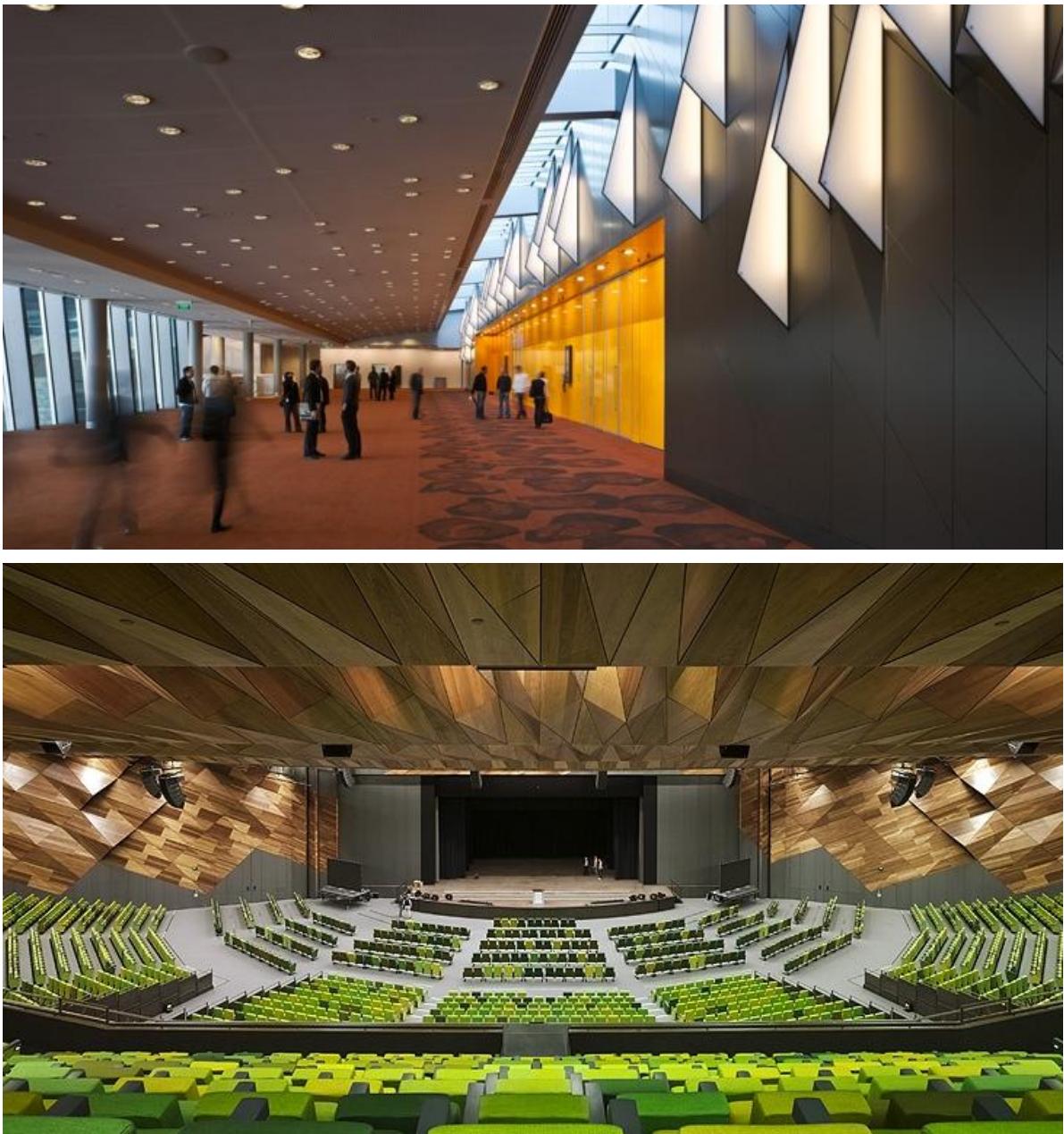
- I. Swiss Tech Convention Center , Lausane, Švicarska*





2. Melbourne Convention centre, Australia





Planirani projekti :

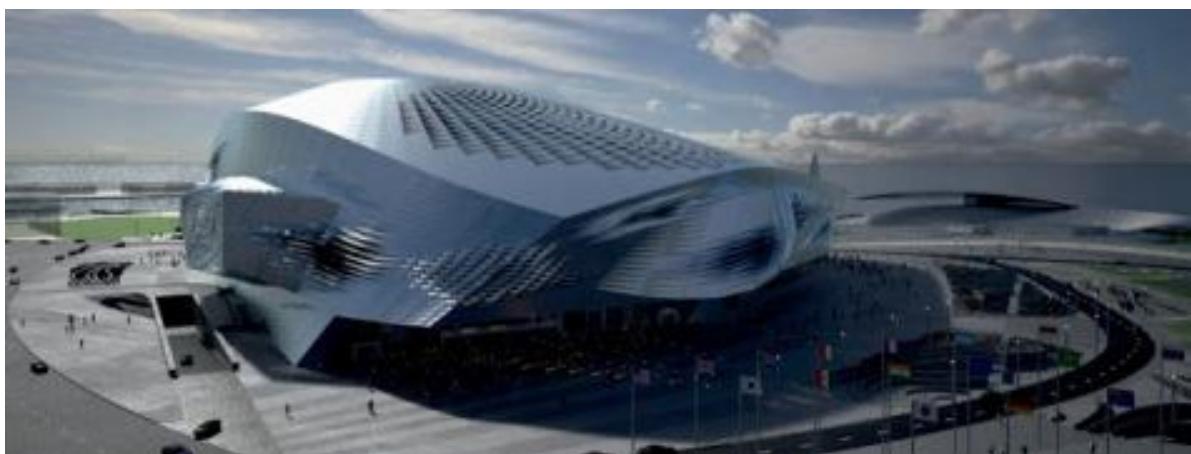
3. *Adelaide Convention Centre, Australija*



4. *Christchurch Convention centre, Novi Zeland*



5. *Delian Conference Center, Kina*





2.4 VIZIJA RAZVOJA INDUSTRIJE

2.4.1 Vizija razvoja industrije do 2020.

Vjerojatno najveći utjecaj na industriju poslovnih skupova na srednji rok imati će implementacija odnosno integracija mobilne tehnologije u sve oblike skupova.

Kroz par godina, mobiteli će zamijeniti papir na skupovima. Počevši od samog programa skupa koji se do sada dijelio sudionicima u tiskanom obliku, lista tisuće sudionika skupova, anketa koje se provode, smjernica i mape – sve će to biti dostupno sudionicima putem mobitela i pametnih uređaja. Također, sa razvojem aplikacija doći će do rasta korištenja društvenih mreža te će biti omogućeno lakše segmentiranje ciljanih grupa i ugоварanje sastanaka. Trenutno najbolji primjer aplikacije za kongresno izložbeni događaj je razvijen za njemački ITB 2014 – svake godine je dostupan digitalni vodič s mapom, osobnim planerom, popisom izlagača, rasporedom kongresnih događanja i prezentacija, koji na individualiziranoj razini upozorava na približavanje vremena pojedinog događanja kojeg je klijent prethodno zabilježio u aplikaciji²¹.

No, mobilne aplikacije neće služiti samo i isključivo kao podrška dosadašnjim procesima, već će stvoriti sasvim novi doživljaj. Primjera radi, *geofencing* će postati sve značajniji faktor u organizaciji i pružanju usluga na skupovima pružajući recimo, personaliziranu poruku dobrodošlice onog trena kada sudionik uđe u kongresni centar, što će ujedno i poslati signal da se pripremi pločica s imenom. Također, *geofencing* će služiti sudionicima kao orientacijski alat, ukazujući na to gdje se nalaze u odnosu na to gdje trebaju ići.

U današnje vrijeme skoro svaka aktivnost može biti praćena: posjet web stranici, korištenje mobilnih telefona, društvene mreže i profili, kupnja i potrošnja, te mnoge druge varijable. U budućnosti će se svi ti podaci koristiti i analizirati kako bi se utvrdili trendovi i donijele poslovne odluke te unaprijedili odnosi sa potrošačima – što u krajnjoj liniji rezultira sa većom prodajom usluga ili proizvoda. Kao inicialni primjer toga možemo navesti suradnju ICCA-e sa Human Equation, koji su stvorili Big Data Search²². Koristeći široku bazu podataka kojima

²¹ Više o aplikaciji: <https://itunes.apple.com/us/app/itb-berlin-2014/id599987219?mt=8>

²² Više podataka dostupno na: <http://www.iccaworld.com/newsarchives/archivedetails.cfm?id=4269>

raspolažu Google Scholar i Microsoft Academic Search, članovi ICCA-e imati će mogućnost identificirati vodeće osobe iz područja znanosti u specifičnim regijama ili destinacijama, a koji se vežu uz specifičan skup ili područje skupova. Time se pokušava uključiti lokalne stručnjake u organizaciju poslovnih skupova, čime bi privlačenje međunarodnih skupova postalo uspješnije.

Za sada su usluge slične ovoj dostupne velikim globalnim kompanijama, vladinim i nevladinim organizacijama, no za prepostaviti je da će sličan koncept u skoroj budućnosti biti dostupan na razini skupa. S rastućim trendom registracije sudionika putem mobilne tehnologije, postati će moguće pratiti velike količine podataka: web aktivnosti, korištenje aplikacija, korištenja društvenih mreža, ankete, lokacija, te mnogi drugi podaci, stvarajući time bazu podataka koja će pružiti uvid u trendove na tržištu te omogućiti organizatorima poslovnih skupova bolji rad. Kao inicialni primjer toga možemo navesti EventMobi²³, specijaliziranu kompaniju za izradu mobilnih aplikacija za sve vrste skupova i događanja. Aplikacije koje kompanija razvija nude veliki broj mogućnosti za organizatore kao npr. praćenje aktivnosti sudionika, anketiranje sudionika i sl.

Sa ubrzanim razvojem i rastom mobilnih aplikacija, WiFi će postati obvezan za kvalitetnu komunikaciju na skupovima. Trenutno postoje poteškoće po tom pitanju, gdje se hoteli i kongresni centri bore sa rastućom potražnjom nudeći nedovoljne WiFi kapacitete. U budućnosti će kvalitetan WiFi signal biti jedan od osnovnih faktora temeljem kojega će se birati mjesta održavanja skupova.

Kombinacija mobilne tehnologije i društvenih mreža u budućnosti poticati će sudionike da budu proaktivni. Kompletna dinamika poslovnih skupova u fazi je prijelaza iz *top-down* u *bottom-up* organizaciju skupova upravo putem društvenih mreža. U skoroj budućnosti cijeli koncept poslovnih skupova biti će temeljen na *bottom-up* modelu putem raznih digitalnih zidova na kojima će sadašnji pasivni sudionici postati aktivni stvaratelji sadržaja, a sve to kroz društvene mreže i mobilne aplikacije.

Kao rezultat velikog broja informacija kojima je prosječan čovjek izložen na dnevnoj bazi, javlja se pad pozornosti sudionika na skupovima. Upravo iz tog razloga prezentacije na skupovima trebati će biti interaktivne, sa vremenski kraćim rokom trajanja (primjer TED talk) kako bi sudionici uspjeli zadržati pozornost.

Unatoč rastućem trendu korištenja tehnologije za organizaciju kraćih virtualnih sastanaka, skupovi će i dalje biti primarni oblik organiziranih skupova.

2.4.2 Dugoročna vizija razvoja industrije

Da bi se shvatio dugoročan razvoj industrije poslovnih skupova treba prvo razumjeti koje su to promjene koje će utjecati na svakodnevni život ljudi u godinama koje dolaze. Razlog tome leži u činjenici da je glavni razlog organizacije poslovnih skupova diljem svijeta neutažena želja čovjeka da se konstantno obrazuje, razvija i napreduje. Sa ubrzanim razvojem novih industrija i tehnologija, ta želja će u budućnosti još više doći do izražaja.

Diljem svijeta dolazi do velikih promjena i razvoja medicine, biologije i genetike, te sukladno tome u razvijenim državama očekivano trajanje života raste iz godine u godinu. Uzveši u obzir taj podatak, očekuje se da će kroz sljedećih 50 godina ukupna populacija planeta Zemlje doseći brojku od 10 milijardi ljudi.

Mapiranje ljudskog genoma u kombinaciji sa razvojem tehnologije otvorili su mogućnost ciljanih tretmana i personalizirane medicine. Kroz vrijeme, svaki će pojedinac u svom mobitelu imati kompletnu bazu genetskih informacija, temeljem kojih će organizatori skupova personalizirati uslugu npr. hrane i pića, znati će se preferencije sjedenja i slični podaci.

Sljedeće generacije mobilnih uređaja imati će u sebi ugrađenu BCI²⁴ funkcionalnost, dajući korisniku povratne informacije o stanju tijela, savjetovanja po pitanju stresa, nutricionističke savjete i sl. Već smo sada svjedoci tranzicijske faze mobilnih uređaja u takozvane „nosive“ uređaje. S daljnjim razvojem tehnologije logično je za očekivati kako će određeni dijelovi uređaja biti ugrađeni ili na drugi način spojeni na naše tijelo. Sukladno nekim

²³ Više podataka dostupno na: <http://www.eventmobi.com>

²⁴ Brain Computer Interface

istraživanjima, kroz 15 do 25 godina razviti će se tehnologija koja će omogućavati potpunu komunikaciju na relaciji mozak-računalo i obrnuto. To će potencijalno dovesti do stvaranja mreže povezanih inteligentnih računala čiji će kognitivni kapacitet nadilaziti čovjeka. Samim time stvoriti će se globalna baza podataka znanja i ideja. Sa pristupom tolikoj bazi informacija, vjerojatnost da će ljudski mozak biti opterećen informacijama vrlo je vjerojatna. Upravo će poslovni skupovi biti mjesta na kojima će se prikupljati, sintetizirati, sortirati i kritički obrađivati sva znanja i informacije, kako bi se isključivo one važne informacije prenijele na sudionike skupa.

Umjetna inteligencija postati će sastavni dio čovjekove svakodnevnice, odrađujući poslove i zadatke za koje se nekada smatralo da može samo ljudski mozak, a upravo će umjetna inteligencija biti čimbenik koji će omogućiti da se filtrira širok spektar dostupnih informacija.

S razvojem tehnologije i pristupom širokoj bazi podataka, države i gradovi pokušati će izgraditi klastera koji će objediniti edukaciju, istraživanje, inovaciju, finansijski sektor itd. Iako će se transakcije odvijati elektronskim putem, kulturni i komercijalni faktori tjerati će ljudе da se i dalje okuplјaju, šire poznanstva i posluju putem osobnih sastanaka.

Iako je trenutno teško za zamisliti kako će izgledati život 50 godina od sada, za vjerovati je kako se temeljna ljudska potreba za međuljudskim odnosima i stvaranjem kontakata neće promijeniti. Čovjek će i dalje imati želju i potrebu za radom i kontinuiranim razvojem tokom cijelog života. Sve to ukazuje na priliku za još većom afirmacijom i rastom potražnje za poslovnim skupovima, gdje će ključ uspjeha biti integracija novih tehnologija i znanja. Sa razvojem novih ekonomija i industrija (nano-tehnologija, biotehnologija, novi oblici energije...) realno je za očekivati kako će potražnja za skupovima iz tih područja rasti, dok će tradicionalne industrije zbog troškovne učinkovitosti i utjecaja na okoliš osjetiti rast virtualnih sastanaka.

2.5 ZAHTJEVI SADRŽAJA, OPREME INFRASTRUKTURE I DIZAJNA KONGRESNIH CENTARA

Zahtjevi za sadržaje konferencijskih centara podijeljeni su prema funkciji na javne, administrativne i tehničke.

2.5.1 Javni sadržaji

Javni sadržaji kongresnih centara predstavljaju najvažniju komponentu svakog centra. U nastavku navodimo ključne vrste sadržaja s osnovnom specifikacijom zahtjeva.

- **Glavna konferencijska dvorana** je osnovni sadržaj svakog konferencijskog centra. Zbog svoje multifunkcionalnosti ovaj prostor ima zahtjevne prostore, oblikovne i tehnološke zahtjeve. Za ovaj prostor redovito postoji i zahtjev za podjelu u manje konferencijske dvorane (2-6) što se postiže horizontalnim ili vertikalnim sklopivim pregradnim zidovima sa zvučnom izolacijom. Pristup ovom prostoru mora se osigurati kako sa unutarnje tako i sa vanjske strane objekta. Kontrola umjetnog i prirodnog osvjetljenja je neophodna, isto kao i kvalitetna distribucija kondicioniranog zraka u svim segmentima i prostornim scenarijima. Tehnološka oprema elektroinstalacija i telekomunikacija prepostavlja upotrebu najnovijih tehnologija prezentacije sa upotrebom bežičnih internetskih veza. Ovi prostori moraju biti opremljeni i sa prevodilačkim kabinama kao i centralnom režijom a u svrhu što kvalitetnije operativnosti prostora. Zahtjevi za dizajnom ovih prostora su vrlo visoki zbog svoje reprezentativnosti. Sjedala glavne konferencijske dvorane su vrlo udobna – osim rukonaslona i visokog naslona, sjedala su opremljena dodatnom opremom koja obuhvaća individualno svjetlo i stolić za pisanje, individualan mikrofon, USB priključak i utičnica za struju. Glavne dvorane odlikuje postav auditorija s visinskom razlikom sjedenja.
- **Konferencijske dvorane** manjeg kapaciteta komplementarni su dio konferencijskih centara. Njihov kapacitet se kreće od 50 do nekoliko stotina mesta s mogućnošću spajanja/ razdvajanja. Njihovi prostorni zahtjevi nisu tako ekstenzivni kao kod glavne konferencijske dvorane, ali su zato zahtjevi za tehnološkom opremom vrlo visoki. Za razliku od velikih konferencijskih dvorana dnevno osvjetljenje je redovito uvjet za ove prostore. Uz to, ove dvorane mogu se multifunkcionalno koristiti i kao izložbeni prostori ukoliko su izvedene bez stupova. Određeni kongresni centri imaju i manjih konferencijskih dvorana u postavu auditorija s visinskom razlikom sjedenja.
- **Dvorane za sastanke** su manjeg kapaciteta i služe za sastanke s malim brojem sudionika. Kapacitet im može varirati od 10 do 50 sudionika i obično je raspored sjedenja formiran oko jednog velikog stola, „U“ oblik sjedenja ili slični postavi. Ove dvorane odlikuje zahtjev za dnevnim svjetлом kao i kvalitetnom opremom i uređenjem.
- **Pre-function** je definicija javnog sadržaja koji služi kao višenamjenski pred-prostor glavnih konferencijskih dvorana, komunikacijski i multifunkcionalni prostor prijema, prezentacije/izložbe i svih ostalih događanja u kongresnom centru. To je centralni, distributivno informativni prostor pa su stoga i zahtjevi za dizajnom vrlo visoki. Tehnološka opremljenost ovih prostora zbog svoje multifunkcionalnosti prepostavlja vrlo kvalitetnu i mobilnu tehnologiju opreme.
- **Business centar** je sklop sadržaja koji u svojoj funkciji podržavaju javni pristup radnim prostorima kongresnog centra a sastoje se od informativnih službi, dnevnih ureda, reprezentativnih prostora, VIP salona, print shop-a i svih ostalih pomoćnih sanitarnih i skladišnih prostora opreme za rad i prezentaciju. Kao i kod svih ostalih konferencijskih prostora i ovi sadržaji moraju biti opremljeni vrhunskom tehničkom opremom za rad i prezentaciju.
- **F&B (food & beverage)** javni sadržaji su komplementarni prostori kongresnoj ponudi jela i pića uglavnom u formi barova, lounge barova, salona i kafeterija sa djelomično autonomnom operativnom funkcijom. Posebno se zahtjeva postojanje prostora za gala večere i primanja većeg kapaciteta, koji treba zadovoljavati visoke ambijentalne standarde (neometan pogled na okolicu,

mogućnost izlaska na otvoren prostor). Zbog svoje veličine, gala dvorana je u idealnim uvjetima ujedno i multifunkcionalna kongresna dvorana većeg kapaciteta ili izložbeni prostor bez stupova. Zahtjev za opremom uglavnom je klasičan dok su zahtjevi za dizajnom ovih prostora redovito vrlo visoki s obzirom na njihov reprezentativni karakter.

- **Javne pomoćne prostorije** uključuju sanitarije, garderobe i spremišta. Prostorni kapaciteti ovih sadržaja definirani su zakonskim standardima. Traži se visok stupanj kvalitete opreme i dizajna s obzirom na njihovu reprezentativnost i što kvalitetnije održavanje.
- **Trgovački sadržaji** su isključivo komplementarni sadržaji čija se ukupna površina i tipologija određuje s obzirom na koncept kongresnog centra i njegovo pozicioniranje.

Uz sve navedeno, kongresni centri raspolažu i s izložbenim prostorima koje odlikuje prostor bez stupova. Osim unutrašnjih izložbenih prostora, kongresni centri u idealnim uvjetima raspolažu i vanjskim izložbenim prostorima čime se dodatno otvaraju mogućnosti organizatorima događaja za kombiniranje izlaganja i događanja kako u zatvorenim tako i na otvorenim prostorima.

2.5.2 Administrativni sadržaji

U nastavku prikazujemo najčešćalije administrativne sadržaje kongresnih centara.

- **Javna administracija** koju čine sadržaji prijema, informacije i javnih servisa za posjetioce u formi recepcije, info punktova te reprezentativnih ureda.
- **Upravna administracija** uključuje sadržaje vođenja centra u formi uredskog prostora sa svim potrebnim pomoćnim prostorima.
- **Operativna administracija** uključuje sadržaje za prostore kontrole, nadzora i osiguranja objekta kao i servisne funkcije u službi održavanja objekta.
- **Komplementarna administracija** uključuje sadržaje za službu prevođenja i interpretacije, sadržaje za vanjske korisnike scenskih i promotivnih događanja te svih ostalih komplementarnih službi za koje se predviđa djelovanje (npr. medicinska).

2.5.3 Tehnički sadržaji

Ovi prostori se obično definiraju kao „back of house“ sadržaji i sastoje se od nekoliko funkcionalnih cjelina.

- **Kuhinjski sadržaji** su prostori za pripremu i distribuciju hrane i pića za potrebe kongresnog centra, bilo u formi banketa, prijema ili recepcije. Tipologija samog kuhinjskog bloka ovisi o konceptu hrane i pića i može se kretati od satelitskih kuhinja i kitchenetta manjeg kapaciteta do potpuno samostalnih kuhinjskih blokova za pripremu hrane i pića. U tu grupu sadržaja ulaze i sve pomoćne prostorije i skladišta. Vrlo važan element u koncipiranju ovih sadržaja je pozicioniranje prostora u odnosu na konferencijske prostore radi što kvalitetnije opskrbe prostora hranom i pićem.
- **Sadržaji za osoblje** uključuju garderobe i sanitarije za tehničko osoblje kuhinja i službe održavanja a njegovo dimenzioniranje podliježe zakonskim standardima.
- **Sadržaji tehničke opreme** uključuju prostore za smještaj tehničke opreme za održavanje objekta. U to ulazi elektro, strojarska i tehnologija zaštite objekta. Njihovo dimenzioniranje ovisi o tipologiji i izvorima energenata kao i o konceptu održavanja objekta u cjelini.
- **Zbrinjavanje otpada i dostava** su komplementarni sadržaji na razini cijelog objekta i služe svim sadržajima konferencijskog centra. Zbog toga i dimenzioniranje tih prostora nije isključivo bazirano na kapacitetu tehničkih prostorija.
- **Skladišni sadržaji** su prostori koji su funkciji spremišta opreme kongresnog centra kao i prostor za pohranu vanjskih korisnika prema posebnim zahtjevima (televizija, koncerti, kazališta, itd.).

2.5.4 Zahtjevi infrastrukture u cjelini

Adekvatna prometna infrastruktura unutar prostornog zahvata jedan je od preduvjeta za kvalitetno funkciranje kongresnog centra. Kolni i pješački pristupi objektu, parkirališne površine kao i servisni pristupi objektu u većoj će mjeri doprinijeti ne samo poboljšanoj operativnosti kongresnog centra već i njegovoj atraktivnosti. Dimenzioniranje prometne infrastrukture djelomično je pokriveno zakonskim i planskim okvirima i standardima ali je i dio osnovnog koncepta pozicioniranja objekta. Dimenzioniranje prometnih struktura mora naravno biti u skladu i sa konceptom prometa šireg zahvata što se utvrđuje razvojnim planovima užeg i šireg područja.

Energetska infrastruktura za objekte ovog mjerila mora se orijentirati na kombinaciju klasičnih (struja/ plin/ nafta) i alternativnih (geotermalna/ sunčeva) energenata. Dodatno, preporučljivo je da ugrađena oprema ima mogućnost adaptacije na različite energente ovisno o tržišnoj poziciji i mogućnostima dobave istih. U svrhu što kvalitetnijeg održavanja objekt mora imati i autonomne jedinice za proizvodnju energije (generatori) u slučaju prekida distributivnih energenata što je i definirano zakonskom regulativom.

Infrastruktura vode i odvodnje u svim svojim segmentima, kako sa strane kapaciteta tako i sa strane kvalitete mora biti zadovoljena najvišim standardima ekološkog utjecaja na okoliš.

2.5.5 Zahtjevi dizajna u cjelini

S obzirom da se tipologija kongresnog centra danas sve više okreće u smjeru višenamjenskog objekta, potreba za kvalitetnjom prezentacijom kako vanjskog tako i unutarnjeg prostora postala je vrlo važna komponenta u odabiru i kvaliteti dizajna. Zahtjeva se atraktivno oblikovanje sa sintezom velikih formi i jasnog izražaja simbola promotivne arhitekture a u svrhu što boljeg pozicioniranja na medijskom tržištu. Nerijetko se poseže za svjetski priznatim arhitektima i njihovim van standardnim konceptima i oblikovanjem. Sve to naravno uključuje vrlo visok stupanj kvalitete gradnje a s obzirom na njihovu multifunkcionalnost i vrlo visoku tehnologiju opreme.

2.6 PRIKAZ VODEĆIH ORGANIZATORA KONFERENCIJA I POSLOVNIH SKUPOVA NA EUROPSKOJ RAZINI

Na tržištu poslovnih skupova postoje kompanije koje svojim uslugama omogućavaju lakšu organizaciju poslovnih skupova u svim aspektima:

- **Kompanija za upravljanje asocijacijama (AMC²⁵)** pruža specijalizirane usluge administracije i upravljanja za razne međunarodne asocijacije, stvarajući time profit asocijacijama koje su po svojoj prirodi neprofitne organizacije. Usluge koje pružaju asocijacijama su, između ostalih, strateško planiranje, finansijsko upravljanje, razvoj članstva, marketing i odnosi s javnošću, obrazovni i profesionalni razvoj te planiranje događaja.
- **Profesionalni organizator kongresa (PCO²⁶)** je kompanija specijalizirana za organizaciju i upravljanje poslovnim skupovima i događanjima. Većinom osiguravaju cijelokupnu uslugu: dizajn, registraciju sudionika, odabir mesta događanja, audiovizualne usluge, informatičke usluge, logistiku, marketing, pronalazak predavača i sponzora, a u nekim su slučajevima odgovorni i za upravljanje financijama i kontrolu troškova za klijente.
- **Destinacijska menadžment kompanija (DMC²⁷)** je turistički subjekt specijaliziran za svoje područje (destinaciju), lokalne turističke resurse, posjeduje stručno osoblje, osmišljava i realizira turističke programe u svojoj turističkoj destinaciji, ima pripremljenu mrežu ili posebne odnose s pružateljima usluga kako bi potencijalni gost dobio najbolju uslugu za vrijednost, tj. cijenu koju je platio.

U širem obuhvatu definicije, sve ove vrste kompanija možemo objediniti pod pojmom profesionalni organizator kongresa (PCO).

U nastavku odnosimo neke od ključnih kompanija ove vrste na europskoj razini.

2.6.1 MCI Group

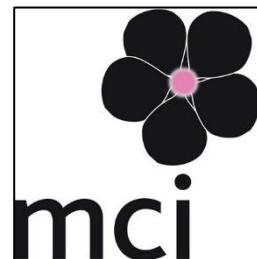
MCI Group je kompanija sa sjedištem u Švicarskoj koja je specijalizirana za pružanje strateških i operativnih rješenja za kongrese, sastanke i događanja na globalnoj razini.

U 2013. godini MCI Group zapošljavala je 1.650 ljudi raspoređenih kroz 56 ureda u 30 država diljem svijeta. Najveći broj ureda nalazi se na području Europe, koja kao regija ima najveći udio u ukupnom prihodu grupacije (65% u 2013.).

Ukupni prihodi grupacije u 2013. iznosili su 339 milijuna EUR, što je porast od 21,6% u odnosu na prethodnu godinu. Evidentno je kako je taj porast rezultat povećanja aktivnosti i poslovanja u regiji Azija/Pacifik putem akvizicije regionalnih kompanija i organskog rasta iz godine u godinu.

Portfelj usluga koje MCI nudi svojim klijentima prihodovno predvode dva segmenta: 1. organizacija i upravljanje sastancima i događanjima te, 2. organizacija i upravljanje kongresima; koji skupa ostvaruju 65% ukupnih prihoda grupacije.

Baza klijenata MCI Group sastoji se od podjednakog broja klijenata iz korporativnog i javnog sektora. MCI Group organizira najviše skupova iz područja medicine i tehnologije.



²⁵ Association Management Company

²⁶ Professional Congress Organisers

²⁷ Destination Management Company

2.6.2 AIM Group International

AIM Group International sa sjedištem u Italiji kompanija je utemeljena 1960. godine, i kao takva posjeduje veliko iskustvo u organizaciji kongresa.

AIM Group International trenutno broji 14 ureda, od kojih se 13 nalazi na području Europe. Ured u New Yorku otvoren je početkom 2013. godine i predstavlja prvi iskorak kompanije u njihovoј želji da rastu na globalnoj razini. U 2013. godini kompanija je brojala nešto više od 400 zaposlenih.



Portfelj usluga koje AIM nudi usko je vezan uz organizaciju kongresa, koja ujedno i predstavlja njihovo glavno područje ekspertize. Osim organizacije kongresa kompanija nudi usluge destinacijskog upravljanja, organizacije i upravljanja događanjima i sastancima, upravljanje asocijacijama te marketinške usluge usmjerene na promociju i vizualnu komunikaciju kongresa i raznih događanja.

AIM Group International na godišnjoj bazi organizira više od 3.000 kongresa i događanja, čiji sudionici ostvaruju 350.000 hotelskih noćenja. Prihod kompanije u 2013. godini iznosio je 120 milijuna EUR.

Najveći udio kongresa i događanja koje AIM Group International organizira dolaze iz sektora znanosti, medicine i farmacije.

AIM Group International članica je vodećih svjetskih asociacija kao što su ICCA, IAPCO²⁸, IATA²⁹ i MPI³⁰. U 2011. AIM Group potpisala je suradnju sa Association Headquarters, vodećom svjetskom kompanijom za upravljanje asocijacijama i volonterskim organizacijama.

2.6.3 Kenes Group International

Kenes Group International, sa sjedištem u Švicarskoj, specijalizirana je kompanija za skupove iz područja medicine i znanosti. Kompanija je osnovana 1965. godine, a danas ima 18 ureda diljem svijeta u kojima broji preko 400 stalno zaposlenih djelatnika.



Kenes Group ima široku bazu dugogodišnjih klijenata iz javnoga sektora sa kojima redovno surađuje pružajući im usluge organizacije kongresa, edukacije, destinacijskog upravljanja, upravljanja udrugama i asocijacijama, finansijskog i marketinškog savjetovanja te organizacije izložbi.

Kompanija je od početka svoj djelovanja organizirala nešto više od 3.000 skupova na globalnoj razini. Svedeno na godišnju razinu, to je 40 skupova godišnje na kojima sudjeluje 115.000 sudionika, odnosno 2.875 sudionika po skupu u prosjeku.

2.6.4 Grass Roots Group

Grass Roots Group je globalna kompanija, sa sjedištem u Ujedinjenom Kraljevstvu, a koja okuplja 15 ureda diljem svijeta. Kompanija ima 4 poslovne jedinice kako slijedi:

- Savjetovanje za ljudske resurse;
- Unaprjeđenje doživljaja potrošača;
- Promocija; i
- Organizacija skupova i događanja.



²⁸ International Association of Professional Congress Organisers

²⁹ International Association of Travel Agencies

³⁰ Meeting Professionals International

Grass Roots posluje sa više od 14.000 klijenata iz privatnog sektora diljem svijeta.

2.6.5 Maritz Travel

Maritz Travel jedna je od vodećih svjetskih kompanija specijaliziranih za organizaciju poslovnih skupova, događanja i incentive putovanja, sa sjedištem u SAD-u.

Maritz Travel na godišnjoj razini organizira ukupno od 4.800 do 5.000 skupova, događanja i incentive putovanja, pri čemu se ostvari 1,2 milijuna noćenja. S obzirom da prosječan sudionik skupa ostvari 3 noćenja, možemo zaključiti kako Maritz Travel na godišnjoj razini organizira skupove i događanja za oko 400.000 sudionika, odnosno 83 sudionika u prosjeku. Niža prosječna stopa

Osim organizacije putovanja i skupova, Maritz je prepoznat kao vodeća kompanija za istraživanja koja se odnose na sadašnje i buduće trendove industrije poslovnih skupova.



2.6.6 Usporedba vodećih 5 PCO-a

Kako bi se razne podatke svelo na istu razinu i dobili usporedne pokazatelje, procijenjeno je kako prosječan sudionik poslovnih skupova u prosjeku ostvari 3 noćenja u destinaciji.

	MCI Group*	AIM Group International	Kenes Group International**	Grass Roots Group	Maritz Travel
Broj skupova godišnje	40	3.000	40	N/A	4.800
Broj sudionika skupova	100.000	116.667	115.000	N/A	400.000
Sudionici/skupu	2.500	39	2.875	N/A	83
Ostvareno noćenja	N/A	350.000	345.000	N/A	1.200.000

*Podaci na razini ureda MCI grupe u Ženevi

**Podaci na razini ureda Kenes grupe u Ženevi

S obzirom da su MCI Group i Kenes Group International kompanije za upravljanje asocijacijama, prosječan broj sudionika po skupu koji oni organiziraju znatno je viši u odnosu na ostale kompanije.

AIM Group International i Maritz Travel ne posluju isključivo na tržištu asocijacija, već i u korporativnom sektorу te incentive putovanjima, što rezultira manjim prosječnim brojem sudionika po skupu.

2.7 PRIKAZ VODEĆIH KOMPANIJA ZA UPRAVLJANJE KONGRESNIM CENTRIMA NA EUROPSKOJ RAZINI

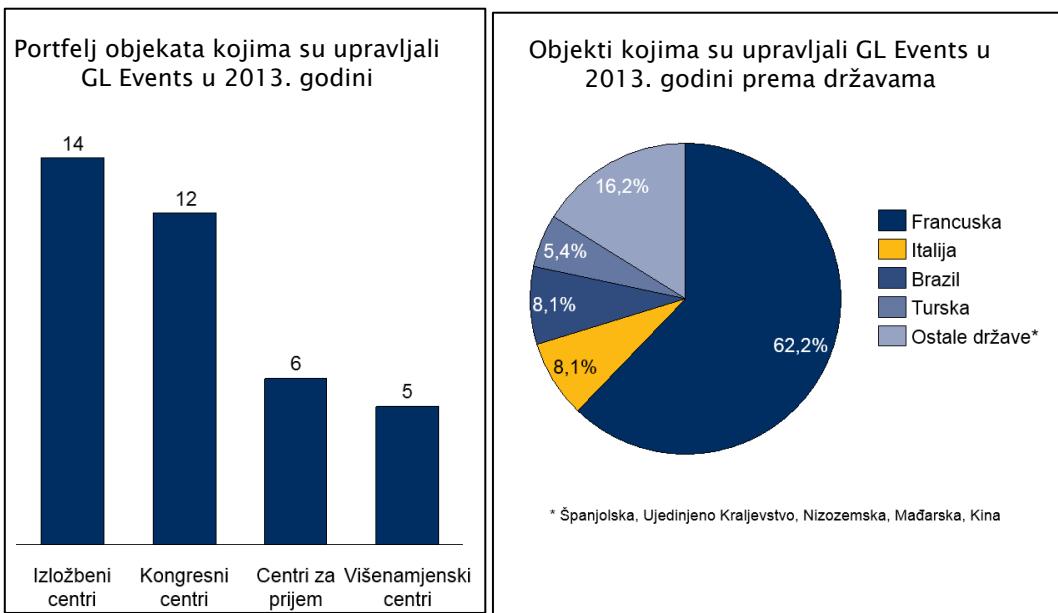
2.7.1 GL Events

GL Events je kompanija koja se specijalizirala za pružanje integriranih rješenja i usluga za sve vrste skupova i događanja, sa fokusom na tri glavna segmenta:

- kongresi i konvencije;
- kulturne, sportske i političke manifestacije;
- sajmovi i izlaganja.

Organizacijska struktura kompanije podijeljena je na 3 glavne poslovne jedinice:

- **GL Events Live** objedinjuje cijeli spektar usluga za korporativna, institucionalna i sportska događanja – od usluga savjetovanja i dizajna do same organizacije događaja.
- **GL Events Exhibitions** upravlja i koordinira portfeljem od 300 sajmova i izložba koje pokrivaju širok spektar industrija (hrana i piće, kultura, tekstil, i sl.).
- **GL Events Venues** upravlja poslovanjem mreže od 37 objekata koji uključuju konferencijske centre, izložbene centre, koncertne dvorane i višenamjenske objekte u Francuskoj i vodećim svjetskim destinacijama kao što su: Barcelona, Bruxelles, Budimpešta, London, Rio de Janeiro, Shanghai te mnoge druge.



Izvor: GL Events Annual Report 2013., Horwath HTL obrada

Kombinacijom 3 aspekta poslovanja, GL Events posjeduje znanja, kompetencije i kapacitete, kojima pokrivaju cijeli lanac u organizaciji poslovnih skupova.

U 2013. kompanija je bila prisutna na 5 kontinenata, sa 3.976 stalno zaposlenih djelatnika ostvarujući prihod od 809,1 milijuna EUR, od čega je nešto više od pola (51%) pristiglo sa tržišta van Francuske. Prihodovno gledano, poslovne jedinice grupacije predvodi GL Events Live ostvarujući 50% ukupnih prihoda. GL Events Venues i GL Events Exhibition su u 2013. imali 30%, odnosno 20% udjela ukupnom prihodu kompanije.

U 2013. godini kompanija je bila uključena u organizaciju više od 300 izložbenih sajmova te više od 4.000 skupova, gdje su ukupno privukli više od 11 milijuna posjetitelja i izlagača.

Model s kojim GL Events pristupa upravljanju objektima je stvaranje koncepta destinacije, odnosno stvaranje klastera koji objedinjuje nekoliko objekata unutar jedne destinacije ili regije, zadovoljavajući time sve aspekte kongresnog turizma. Kao jedan od primjera takvog modela možemo navesti Lyon, gdje GL Events upravljaju sa kongresnim centrom (Centre des Congres), izložbenim centrom (Eurexpo) te sa dvije dvorane za prijem/gala događanja.

Objekti kojima upravljaju GL Events moraju biti u vlasništvu lokalne ili regionalne samouprave sa kojom kompanija potpisuje ugovor o upravljanju objektom na period od najmanje 10 godina (optimalan period nakon kojega se može vidjeti i procijeniti stvarna vrijednost koju je kompanija stvorila). Ukoliko GL Events sudjeluje u izgradnji ili obnovi samog objekta kao investitor, ugovor se potpisuje na duži period u trajanju od 20 do 30 godina.

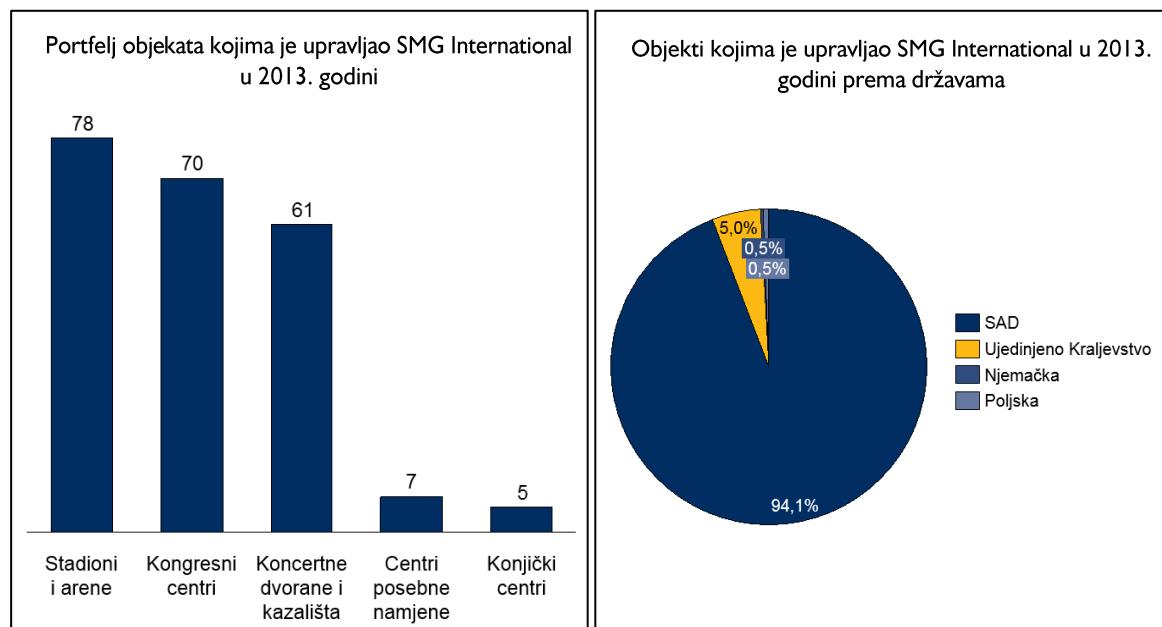
Pri analizi potencijalnih objekata za upravljanje, GL Events uzima u obzir razne faktore kao što su pristup objektu, hotelski kapaciteti u okrugu, imidž destinacije i sl. Jedan od zahtjeva je i snažan doprinos lokalnih turističkih vlasti u marketingu i promociji destinacije.

Strateški gledano, GL Events nastavlja međunarodnu ekspanziju putem ulaska u glavne europske metropole te vodeće turističke destinacije, te širenja svog poslovanja u državama kao što su Brazil, Rusija i Turska.

2.7.2 SMG International

SMG International vodeća je svjetska kompanija za upravljanje objektima. U svom upravljačkom portfelju kompanija ima stadione i arene, kongresne centre, koncertne dvorane i kazališta, konjičke centre i centre posebne namjene³¹. U 2013. godini kompanije je upravljala sa 221 objektom, od čega najveći udio imaju stadioni i arene.

Najveći broj objekata, njih čak 207, nalazi se na području Sjedinjenih Američkih Država. S ciljem međunarodne ekspanzije formirana je podružnica SMG Europe sa sjedištem u Manchesteru, koja upravlja sa 13 objekata na području Europe, sa ponajvećim brojem objekata (11) na području Ujedinjenog Kraljevstva. Ostala dva objekta nalaze se na području Srednje Europe, točnije u Njemačkoj i Poljskoj. Od objekata kojima upravljaju u Europi, 3 objekta imaju adekvatne uvjete za održavanje poslovnih skupova.



Izvor: SMG, <http://smgworld.com/>, Horwath HTL obrada

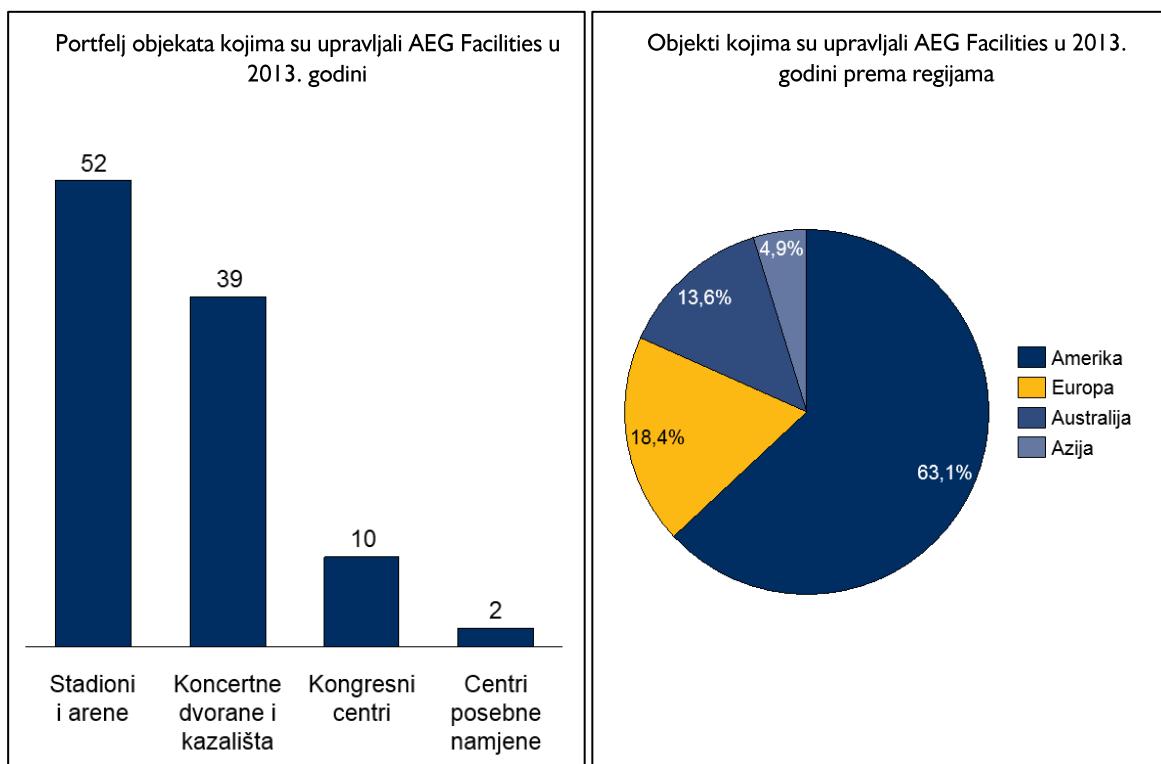
³¹ Kao centri posebne namjene navode se klizališta, zabavni kompleksi i edukacijski centri

Kako bi povećali svoju konkurentnost na tržištu, krajem listopada 2014. godine formirana je *joint venture* kompanija Artexis-SMG, između Artexis easyFairs i SMG Europe. Novonastala kompanija oformljena je s ciljem upravljanja isključivo konferencijskim centrima na širem području Europe. Osim usluga upravljanja objektima, SMG nudi razne usluge operativnog savjetovanja, prodaje karata i marketinga.

2.7.3 AEG Facilities

AEG Facilities sa sjedištem u Los Angelesu, jedna je od vodećih svjetskih kompanija za upravljanje objektima. U svom upravljačkom portfelju kompanija ima stadione i arene, Kongresne centre, koncertne dvorane i kazališta te centre posebne namjene³² U 2013. godini AEG Facilities u svom portfelju imali su 103 objekta diljem svijeta, sa najvećim udjelom stadiona i arena.

Relativno gledano najveći broj objekata nalazi se na području američkog kontinenta, nakon čega slijede redom Europa, Australija i Azija. Svi objekti koji se nalaze na području regija Australije i Azije upravljeni su od strane *joint venture* kompanije AEG Ogden.



Izvor: AEG Facilities, <http://www.aegworldwide.com>, Horwath HTL obrada

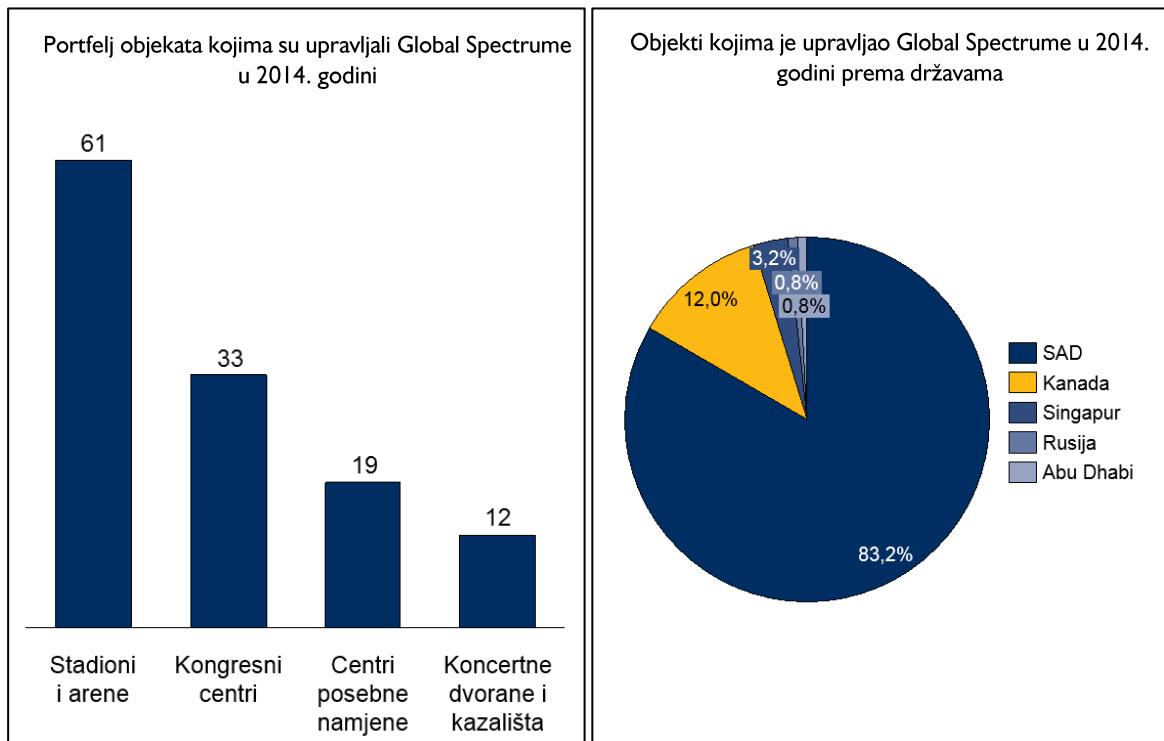
Među 19 objekata kojima upravlja AEG unutar Europe, 17 su sportski stadioni i arene, dok su 2 objekta u funkciji kazališta i koncertne dvorane.

³² Kao centri posebne namjene navode se zabavni kompleksi

2.7.4 Global Spectrume

U 2014. godini Global Spectrume u svom je upravljačkom portfelju imao 125 objekata, među kojima su najveći udio imali stadioni i arene.

Samo 6 objekata kojima upravlja Global Spectrume nalazi se van granica Sjeverne Amerike. Od tih 6 objekata, 4 se nalaze u Singapuru, 1 u Abu Dhabiju, dok je objekt kojim upravljaju u Evropi Fetisov Arena u Moskvi.



Izvor: Global Spectrume, <http://www.global-spectrum.com>, Horwath HTL obrada

Iako se nedavno oformila podružnica Global Spectrume Europe, realno je za očekivati da će se međunarodna ekspanzija kompanije i dalje dominantno nastaviti putem velikih sportskih arena i stadiona diljem Europe.

2.8 ZAKLJUČCI I IMPLIKACIJE NA PROJEKT

Osnovni zaključci ove analitičke cjeline svode se na sljedeće:

- Skupovi asocijacija na globalnoj razini bilježe prosječnu godišnju stopu rasta od 5% u posljednjih deset godina, došavši do brojke od 11.165 održanih skupova asocijacija koji su privukli gotovo 4,6 milijuna sudionika u 2013. godini.
- Prema veličini, skupovi do 500 sudionika zauzimaju 80% tržišta. Udio skupova veličine do 500 sudionika u konstantnom je rastu, ukazujući time na trend smanjenja prosječnog broja sudionika po skupu.
- Poslovni skupovi koji prikupljaju više od 1.000 sudionika čine 8,1% tržišta poslovnih skupova, od čega gotovo 2/3 čine skupovi od 1.000 do 1.999 sudionika.
- Najveći broj skupova, povjesno gledano, održan je iz područja medicine. S obzirom na ubrzan razvoj tehnologije u posljednjih deset godina skupovi iz područja tehnologije bilježe konstantan rast, te je logično za očekivati da će se takav trend nastaviti i u budućnosti.
- Iako i dalje prevladavaju, broj skupova koji se rotiraju na globalnoj razini iz godine u godinu konstantno opada. U isto vrijeme raste broj regionalnih skupova, pa se tako najviše skupova, njih čak 30%, rotira se na području Europe.
- 54% poslovnih skupova na globalnoj razini u posljednjih 5 godina održano je u Europi. Europske zemlje prema broju održanih poslovnih skupova u 2013. godini predvodi Njemačka, a gradove Europe Pariz.
- Regija Jugoistočne Europe bilježi u zadnjih 5 godina bilježi prosječnu godišnju stopu rasta broja održanih poslovnih sastanaka od 3,6%. Od država unutar regije, Srbija bilježi najveću prosječnu godišnju stopu rasta od 15,5% u posljednjih 5 godina, ne uzevši u obzir Crnu Goru i Albaniju čije su visoke prosječne godišnje stope rasta rezultat niske početne baze.
- Kongresni centri se danas sve više okreću u smjeru višenamjenskih objekata, koji modernom arhitekturom i atraktivnim dizajnom uvelike doprinose prepoznatljivosti destinacije na globalnoj razini. S padom prosječnog broja sudionika javlja se potreba za većim brojem manjih dvorana, dok površinom veće dvorane trebaju imati mogućnost transformacije prostora putem sklopivih zidova i akustičnih pregrada, stvarajući time veći broj manjih dvorana.
- Kvalitetan stručni kadar (AMC, PCO, DMC) postaje ključ uspjeha organizacije poslovnih skupova. Zbog znanja o lokalnim uvjetima poslovanja i prijašnjih iskustva, organizatori većinom angažiraju kompanije iz destinacije ili regije u kojoj će se skup održati, te je iz tog razloga prisutan vrlo mali broj kompanija ove vrste koje posluju na globalnoj razini, među kojima su najrelevantnije MCI Group i Kenes Group International.
- Očekuje se postepeni rast prisustva globalnih kompanija za upravljanje objektima na europskom tržištu – zbog daljnje rastuće kompleksnosti industrije i zahtjevnih globalnih klijenata. Zbog većeg tržišnog i prihodovnog potencijala sportskih stadiona i arena, realno je za očekivati kako će se taj rast ostvariti upravo putem ovakvih vrsta objekata. Kao iznimku valja istaknuti primjer novonastale *joint venture* kompanije Artexis-SMG putem koje najjača globalna kompanija, SMG International, pokušava povećati svoju konkurentnost u segmentu upravljanja kongresnim centrima diljem Europe.
- GL Events jedina je kompanija za upravljanje objektima čije je dominantno tržište Europa, gdje upravljuju sa vodećim kongresnim i izložbenim centrima. Sukladno dostupnoj strategiji, smatra se da će GL Events nastaviti međunarodnu ekspanziju putem ulaska u glavne europske metropole te vodeće turističke destinacije, te širenja svog poslovanja u državama poput Brazila i Rusije te regije Jugoistočne Europe.

Implikacije na projekt sastoje se od sljedećih stavova:

- Obzirom na uzorak sezonalnosti na globalnoj razini, industrija poslovnih skupova može u značajnoj mjeri ublažiti sezonalnost turističkog prometa na razini Dubrovnika i/ili bližeg gravitacijskog područja. Time se također pružaju dodatni argumenti za održavanje bolje zračne povezanosti i razvoj novih izravnih letova.
- Lako tržište bilježi globalni rast, zahtjevi tržišta idu u smjeru visoke fleksibilnosti sadržaja, „pametnog trošenja“, te jedinstvenih rješenja i paketa usluga na razini jednog događanja.
- Veliki događaji generiraju, sukladno zakonu velikih brojeva, značajne ekonomске učinke na razini destinacije. Dubrovnik ima atrakcijski potencijal koji bi se mogao u značajnijoj mjeri monetizirati kroz izgradnju kongresnog centra – obzirom na trenutni ali i buduće percipirani imidž poželjne destinacije.
- Europa i dalje predstavlja broj 1 destinaciju industrije poslovnih skupova. Dubrovnik kao globalna destinacija bi izgradnjom kongresnog centra značajnije otvorila potencijal privlačenja globalnih velikih događanja (privatna ali posebice i skupovi asocijacija).
- Globalne menadžment kompanije za kongresne centre sve više ulaze na tržište zbog specifičnosti poslovanja ovih objekata. Potrebni su stručni timovi (operacije, prodaja, održavanje, potpora organizatorima, itd.) za uspješnu i dugoročnu održivost operativnih budžeta centara. Iz perspektive potencijalnog kongresnog centra Dubrovnik, ova opcija predstavlja jednu od mogućih modela upravljanja kongresnim centrom.



POGLAVLJE 3

Benchmark analiza

3. BENCHMARK ANALIZA

Benchmark analiza koncipirana je na način da su analizirani gradovi, odnosno destinacije u različitim razvojnim fazama kongresnog turizma, na način da svaki od njih ima zaključke koji se mogu na koristan način primijeniti u slučaju Dubrovnika.

Stoga u nastavku predstavljamo logiku odabira svake pojedine destinacije, odnosno kongresnog centra:

- **Adelaide, Australija** – Kao glavni grad regije Južna Australija, Adelaide predstavlja vodeće političko i gospodarsko središte regije, sa izrazito snažnim industrijskim sektorom koji predvode automobiliška i vojna industrija. Izgradnjom Adelaide Convention Centra 1987. godine, prvog centra takve namjene u Australiji, destinacija se pozicionirala kao pionir na tržištu poslovnih skupova Australije i postavila mjerilo uspjeha za sve ostale destinacije. Kao jedan od strateških ciljeva grada Adelaide navodi se proširenje ponude kulturnih, ekonomskih i sportskih događanja u destinaciji tokom cijele godine. S tim ciljem započeo je projekt revitalizacije područja oko rijeke Torrens, koje obuhvaća i Adelaide Convention Centre, Adelaide Oval (sportski stadion), Adelaide Festival Centre te veliki broj zabavnih sadržaja, sportskih terena i ugostiteljskih objekata. Kroz taj je projekt započeto proširenje i modernizacija Adelaide Convention Centra, s ciljem re-pozicioniranja destinacije kao vodeće destinacije poslovnih skupova u Australiji.
- **Cartagena de Indias, Kolumbija** - Cartagena de Indias glavni je grad regije Bolívar na sjeveru Kolumbije, i kao takav predstavlja vodeće gospodarsko središte regije. Atraktivna geografska lokacija i bogata kultura (UNESCO svjetska baština) omogućili su Cartageni da se pozicionira kao jedna od vodećih odmorišnih i cruising destinacija na obali karipskog mora. S ciljem diversifikacije ponude destinacije, 1982. godine izgrađen je Cartagena de Indias Convention Centre. Putem velikog broja atraktivnih skupova i događanja, centar se u posljednjih 30 godina uspio pozicionirati kao jedan od vodećih kongresnih centara Južne Amerike, čime je u velikoj mjeri pridonio rastu i razvoju destinacije.
- **Krakow, Poljska** – Stari povijesni grad središnje Europe, koji osim bogate kulture i baštine pod zaštitom UNESCO-a predstavlja sveučilišni centar koji je zahvaljujući fondovima Europske unije izgradio novi, moderni višenamjenski kongresni centar izvan samog centra grada (na cirka 2 km od starog gradskog centra).
- **Liverpool, UK** - U povijesti poznat kao industrijski i lučki grad, Liverpool je danas postao sinonim uspješne revitalizacije grada. Uz bogatu povijest, nekoliko spomenika na UNESCO popisu mjesta svjetske baštine, kao i titulom Europske prijestolnice kulture, identificiran je potencijal za budući rast i razvoj destinacije. Tako je početkom 2000.-ih godina započet projekt revitalizacije gradskog centra, čime je područje oko rijeke Mersey pretvoreno u atraktivnu poslovnu zonu. U sklopu projekta, izgrađen je i Arena & Convention Centre Liverpool, moderan višenamjenski centar koji je putem globalno prepoznatih skupova i događanja u velikoj mjeri promjenio vizure obalnog dijela grada.
- **Dublin, Irska** - Kao glavni grad Republike Irske, Dublin predstavlja vodeće političko i gospodarsko središte. Povijesno poznat kao industrijski grad, projektom revitalizacije područja oko rijeke Liffey u posljednjih 20 godina u potpunosti je promijenjen imidž destinacije. Nekada najzabačeniji dio grada, područje Docklands, danas predstavlja gospodarsko središte grada s više od 600 kompanija. Izgradnjom poslovnog „huba“ stvorila se potražnja za modernim kongresnim centrom, pa je tako 2010. izgrađen Convention Centre Dublin. Izgradnjom Convention Centra Dublin, Dublin je dobio globalno konkurentnu infrastrukturu koja je uvelike pridonijela pozicioniranju destinacije na tržištu poslovnih skupova.
- **Valletta, Malta** – Malta je kao destinacija u potpunosti ovisna o efikasnoj zračnoj povezanosti. Malta već nekoliko desetljeća radi na vlastitom imidžu kongresne destinacije, što rezultira vrlo visokom

tržišnom prepoznatljivosti destinacije. Uz to, velik broj hotelskih brendova, povijesni ali i novi kongresni centri jamče dovoljno kapaciteta, dok se na razini destinacije razvio sustav upravljanja kvalitetom koji jamči da certificirane DMC i PCO agencije mogu efikasno udovoljiti zahtjevima klijenata (engl. *Quality Assurance Mark*). Malta je izvrstan primjer dugoročne razvojne usmjerenosti ka pružanju vrhunskog kongresnog turističkog proizvoda, uz državnu turističku stratešku potporu (fiksne cijene avio karata za MICE goste, državni budžet za promociju MICE industrije i slično).

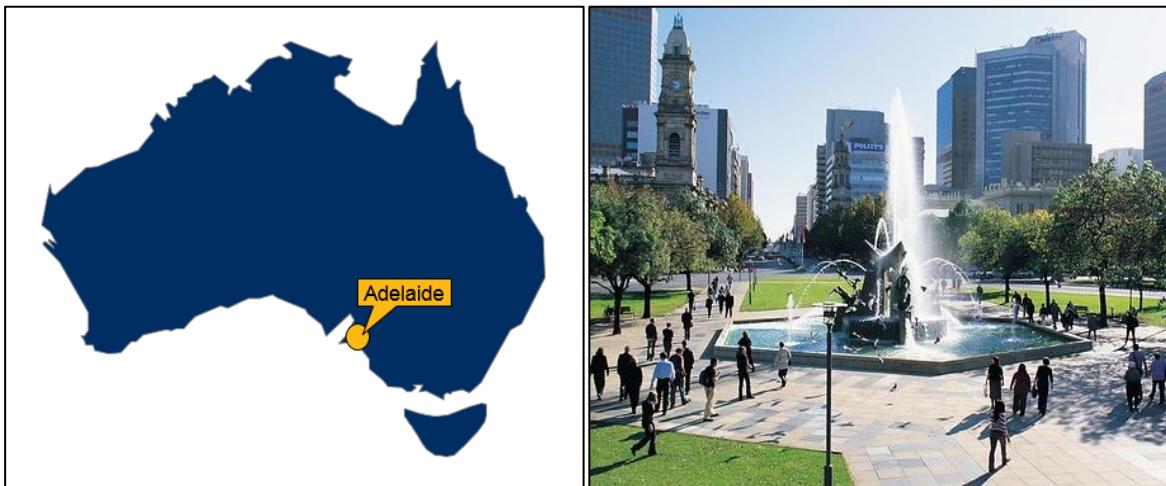
- **Venecija, Italija** – Venecija zahvaljujući svojoj dugoj povijesti i statusu jedne od najpoželjnijih turističkih destinacija na svijetu nije uložila značajnije napore ka razvoju globalno konkurentnog kongresnog turizma. Povjesno, zahvaljujući međunarodnom filmskom festivalu (*La Biennale di Venezia*), Venecija od 1932. godine postaje mjesto okupljanja svjetske filmske industrije. No, zbog fizičkih ograničenja mogućnosti širenja (ali i starosti građevina u kojima je smješten trenutni kongresni centar), današnji kapaciteti ne omogućavaju značajniju globalnu konkureniju Venecije ostalim mediteranskim ili globalnim kongresnim destinacijama.
- **Cartagena, Španjolska** – Cartagena je destinacija koja je svoj turistički razvoj započela u proteklih 10-ak godina, poglavito kao izletnička destinacija regije Murcia. Zbog snažnih konkurenata u neposrednoj blizini (Alicante, Almeria, Valencia) ali i povijesnih uvjeta (industrija, rafinerija, trgovačka luka), ova destinacija nije značajnije participirala na klasičnom turističkom tržištu i proizvodu Španjolske. Stoga se poseban napor ulaže izgradnju novog imidža destinacije, aktivaciju kulturnih i povijesnih ostataka (rimsko razdoblje) i izgradnju dva nova turistička proizvoda: 1. Kongresni turizam i 2. Kruzing turizam. Izgradnja novog kongresnog centra u centru Cartagene prvi je korak u izgradnji i afirmaciji novog turističkog proizvoda, od kojeg se očekuje mnogo, posebice iz perspektive otvaranja potpuno nove zračne luke 30-ak kilometara od grada.
- **Monako, Kneževina Monako** – Ova povijesna mondena, *lifestyle* destinacija od 19. stoljeća predstavlja mjesto okupljanja europske aristokracije. Izgradnja Garnierove kockarnice i opere te hotela de Paris obilježila je početak značajnijeg iskoraka ka svjetskom tržištu a završetkom 2. Svjetskog rata i ponovnim rastom popularnosti Monaka ova destinacija postaje mjesto važnih i ekskluzivnih događanja, globalnih lansiranja proizvoda, svjetskih sportskih ceremonija i sličnih događaja visokog profila.

3.1 PREKOCEANSKI CENTRI

3.1.1 Adelaide Convention Centre

Adelaide

Adelaide je glavni grad Južne Australije, te sa 1,3 milijuna stanovnika peti po veličini grad u Australiji. Adelaide je poznat kao destinacija kulture, gastronomije i vina. Od industrije važna je proizvodnja automobila, vinarsko prehrambena industrijia, vojna industrijia (gradnja podmornica za mornaricu), raznovrsna elektronska industrijia te turizam.



Izvor: Horwath HTL obrada, www.google.com

Prometna povezanost

Od 2009. godine zračna luka Adelaide, 6,4 km udaljena od Centra, bilježi konstantan rast broja letova i putnika, pa je tako u 2013. zračna luka zabilježila promet od 7,5 milijuna putnika (93% sa područja Australije³³), čime se pozicionirala na 5. mjesto najprometnijih zračnih luka u Australiji. Očekuje se da će sa dalnjim razvojem destinacije rasti i broj međunarodnih zračnih prijevoznika koji imaju letove za Adelaide, a samim time rasti će i broj međunarodnih putnika. Iz zračne luke Adelaide leti 16 avio prijevoznika (7 međunarodnih kompanija, 3 nacionalne kompanije te 6 regionalnih kompanija) koji imaju direktne linije prema međunarodnim destinacijama: Dubai, Singapur, Kuala Lumpur, Hong Kong, Bali i Auckland; te destinacijama unutar kontinenta: Perth, Darwin, Alice Springs, Cairns, Brisbane, Sydney, Canberra, Melbourne, Ceduna, Coober Pedy, Port Lincoln, Kingscote, Mount Gambier, Olympic Dam, Broken Hill i Goald Coast.

Turizam u Adelaidu

Na turističkoj mapi Australije Adelaide se pozicionirao kao destinacija kulture, gastronomije i vinarstva. Sukladno tome Adelaide je stvorio svoju turističku priču, nudeći veliki broj proizvoda kao što su ture kušanja vina i gurmanske ture, dok su neke od najsposjećenijih atrakcija South Australian Museum, Adelaide Festival Centre, gradić Handorf te Art Gallery of South Australia.

Osim kulturne i gastronomiske ponude te atrakcija, Adelaide se može pohvaliti i prirodnim ljepotama koje iz godine u godinu privlače sve veći broj turista i posjetitelja. Neke od najvažnijih atrakcija koje turisti posjećuju su Otok Klokana, planina Lofty, te aktivnosti kao što su lov na tune i plivanje sa morskim psima.

³³ The Economic Significance of Adelaide Airport, Adelaide Airport Preliminary Master Plan 2014

Kao vodeća turistička destinacija u regiji, Adelaide u prosjeku godišnje privuče 2,7 milijuna posjetitelja koji ostvare 16,7 milijuna noćenja, ostvarujući time 51% ukupnog turističkog prometa regije Južna Australija.³⁴

Kongresni turizam u Adelaidu

Kroz godine Adelaide se pozicionirao kao jedna od vodećih destinacija kongresnog turizma u Australiji. Taj se uspjeh ponajviše može pripisati aktivnostima Adelaide Convention Bureaua, koji je u sezoni 2013./14. osigurao 138 skupova (13 međunarodnih) za 37.308 sudionika koji će ostvariti 133.654 noćenja³⁵. Ekonomski učinak ovih skupova ogleda se kroz unaprijed osiguranih 116,5 milijuna USD te 1.130 radnih mjesta, stvarajući time značajan doprinos za lokalnu zajednicu. Adelaide Convention Bureau u sezoni 2013./14. podnio je ponudu za organizaciju 107 skupova i događaja, čime su prešli unaprijed definiran cilj za 30%.

Sa 8 održanih skupova prema kategorizaciji ICCE-e u 2013. godini, Adelaide se nalazi na 265. mjestu globalne ljestvice destinacija poslovnih skupova, te 58. mjestu ljestvice destinacija unutar regije Azija/Pacifik³⁶.

Vlada Južne Australije uvidjela je važnost kongresne industrije i efekata koje ona ima na ekonomiju regije, te je iz tog razloga odobrila bespovratna novčana sredstva s ciljem podizanja konkurentnosti Adelaida kao kongresne destinacije. Primjer toga su bespovratna novčana sredstva u iznosu od 106.000 USD putem koja su iskorištena za akviziciju World Chinese Entrepreneur Convention u 2015. godini, te International Astronautical Congress u 2017. godini.

Osim od strane Vlade Južne Australije, Adelaide Convention Bureau prima razne oblike podrške od svih relevantnih dionika. Primjer toga je zajedničko oglašavanje i promocija Adelaida kao destinacije kongresnog turizma u suradnji sa South Australian Tourism Commission i Adelaide City Council.

Adelaide Convention Centre

Većina događaja, skupova i izložbi održana je u Adelaide Convention Centru koji raspolaze sa 13.312 m² površine komercijalnog prostora. Centar je upravljan od strane istoimene kompanije oformljene od strane Ministarstva Turizma kao zasebni pravni subjekt, a nalazi se u punom vlasništvu Države. Pregled ukupnih kapaciteta Adelaide Convention Centra donosimo u nastavku.

³⁴ Tourism Research, South Australia Tourism Comission, 2014.

³⁵ Adelaide Convention Bureau Annual Report 2013/14

³⁶ 2013 Country & City Ranking, ICCA, 2014.

Višestruko je nagrađivani Adelaide Convention Centre od svog otvorenja 1987. godine pa do danas pridonio ekonomiji Južne Australije s više od 1 milijarde USD³⁷. U 37 dvorana i soba za sastanke, Adelaide Convention Centre u jednom trenutku može zaprimiti gotovo 14.000 sudionika.

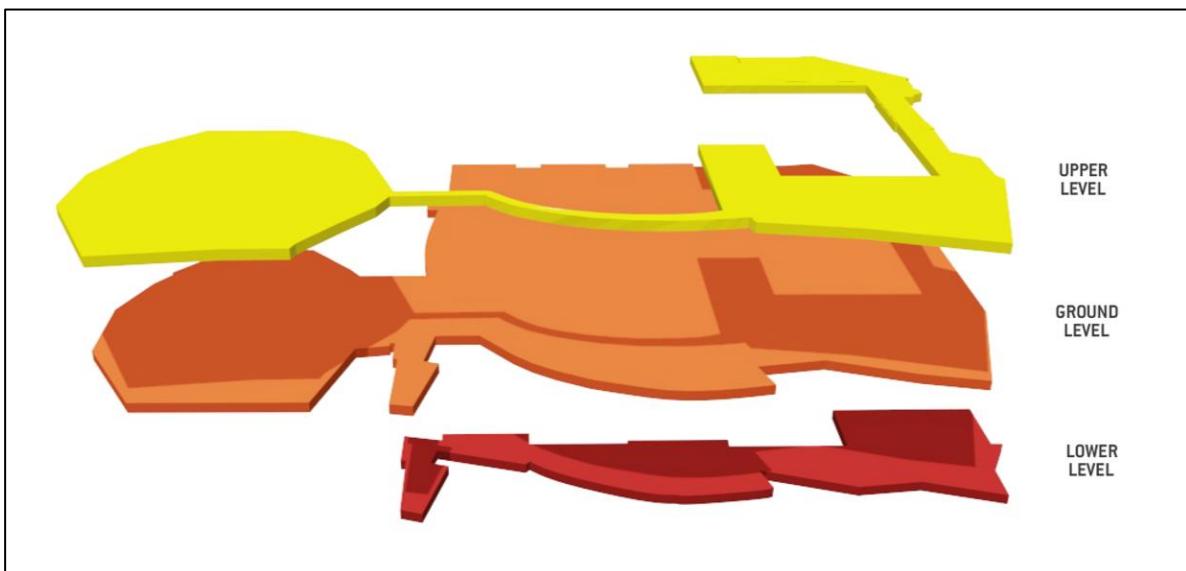
Pojedinačno najveća dvorana, Višenamjenska dvorana 12, maksimalnog kapaciteta 2.910 sudionika, spajanjem sa susjednim dvoranama stvara objedinjeni prostor koji može zaprimiti preko 5.000 sudionika.

Kao prostor za izložbe koriste se Višenamjenske dvorane 1-19, svaka zasebno ili spajanjem dvorana u jednu veliku dvoranu. Maksimalni izložbeni kapacitet dobije se spajanjem višenamjenskih dvorana 10, 11 i 12, stvarajući time prostor koji može prihvatiti 282 standardna izložbena štanda ($9 m^2$). Osim navedene dvorane, izložbenim prostorom se ističe dvorana koja se dobije spajanjem višenamjenskih dvorana 13, 14 i 15, stvarajući time objedinjeni prostor kapaciteta 125 standardnih izložbenih štandova.

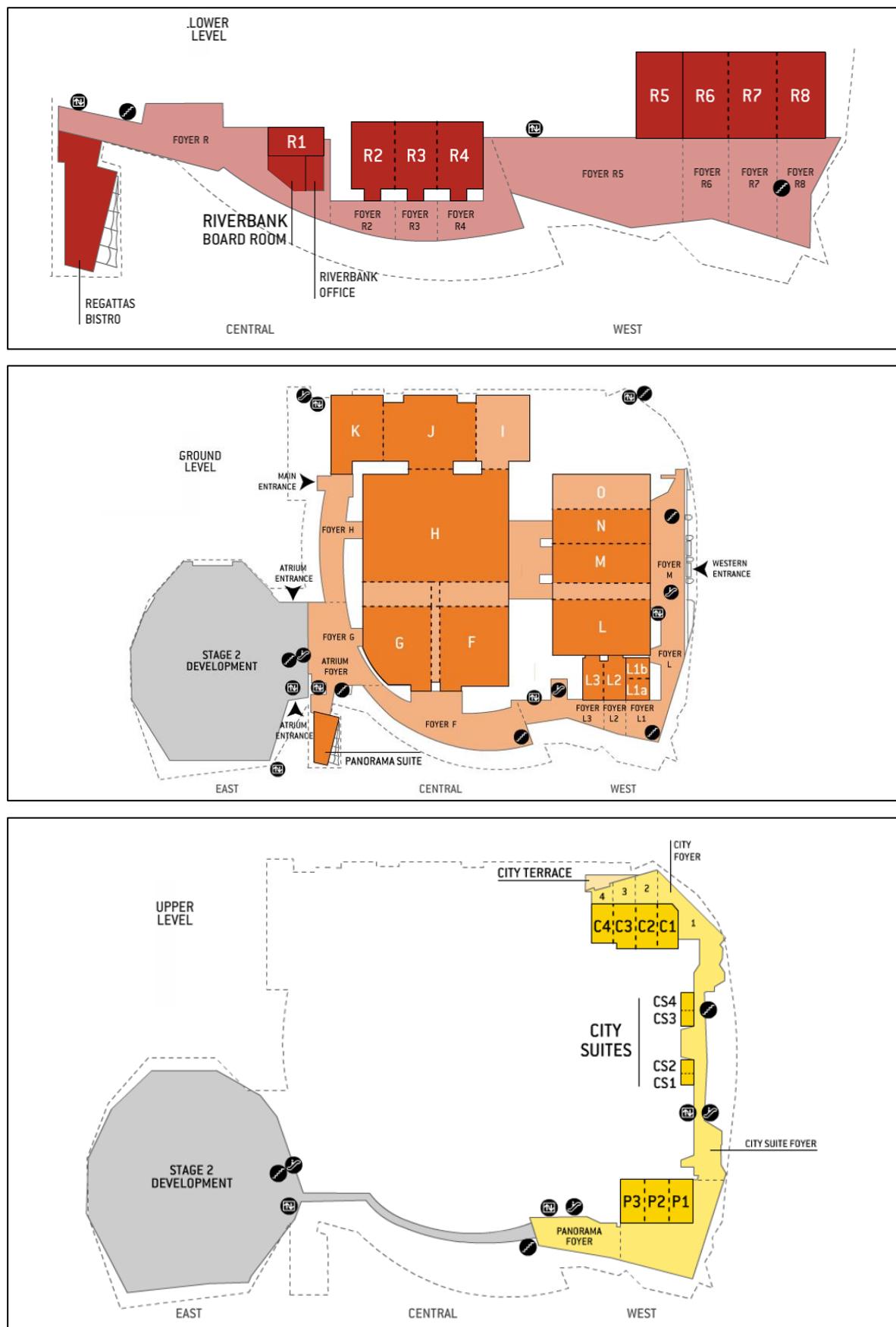


Izvor: Horwath HTL obrada, www.google.com

Tlocrt Adelaide Convention Centra



³⁷ <http://www.adelaidecc.com.au>



Izvor: www.adelaidecc.com.au, Horwath HTL obrada

Godine 2011. započet je proces proširenja i obnove postojećeg centra, koji se odvija u dvije etape. Prva etapa završena je početkom prosinca 2014. godine, a ona je obuhvatila zapadni dio Centra. Druga etapa radova, čiji je završetak planiran koncem 2017. godine, obuhvaća istočni dio Centra i centralnu zgradu te planira povećati kapacitet najveće dvorane na 3.500 sudionika.

U sklopu Centra nalazi se i restoran-bar te dva parkirališta ukupnog kapaciteta 900 parkirnih mjesta.

U 2013. godini u Adelaide Convention Centru održala su se 572 skupa na kojima je sudjelovalo više od 200.000 sudionika. Također, održane su 292 gala večere na kojima je prisustvovalo više od 115.000 gostiju.³⁸

Hotelski smještajni kapaciteti

U radijusu od 1 km oko Centra nalazi se 2.730 hotelskih smještajnih jedinica, a neke od njih dio su globalno poznatih hotelskih brendova kao što su InterContinental, Hilton i Crowne Plaza. U 2013. godini u Adelaidu se nalazilo 100 objekata koji su pružali usluge smještaja, ukupnog kapaciteta 7.095 smještajnih jedinica³⁹. Najveći broj objekata kategoriziran je sa 3*(40), nešto manje objekata sa 4*(38) te najmanje sa 5*(5)⁴⁰.

3.1.2 Cartagena de Indias Convention Center

Cartagena de Indias

Cartagena de Indias (Cartagena) glavni je i najveći grad regije⁴¹ Bolívar na Karipskoj obali Kolumbije. Sa 983.545 stanovnika, Cartagena je peti po veličini grad Kolumbije. Luka, utvrde i skupine spomenika Cartagene upisani su na UNESCO listu svjetske povijesne baštine 1980. godine. Grad je također gospodarsko središte Kariba, a zbog velikog broja atraktivnih ljetovališta i bogate kulturne baštine, veliko turističko središte.



Izvor: Horwath HTL obrada, www.google.com

Prometna povezanost

Zračna luka Rafael Núñez International, 6,7 km udaljena od centra grada, u 2013. godini zabilježila je promet od 3,3 milijuna putnika. To je porast od 87% u odnosu na 2009. godinu, kada je zračna luka bilježila promet od 1,6 milijuna putnika. Snažan rast prometa rezultat je modernizacije i proširenja zračne luke s ciljem uvođenja većeg broja letova i destinacija. Iz zračne luke leti 8 avio prijevoznika koji Cartagenu povezuju sa 13 destinacija: Toronto, Montreal, New York, Miami, Fort Lauderdale, Panama City, San Andreas, Quito, Cali, Monteria, Bogota, Medellin i Bucaramanga.

³⁸ Adelaide Convention Centre Annual Report 2012-13

³⁹ Tourist Accommodation – South Australia, Australian Bureau of Statistics, 2014.

⁴⁰ Ibid.

⁴¹ Kolumbija je podijeljena na 32 regije

Turizam u Cartageni

Zbog velikog broja povijesnih spomenika i atrakcija, Cartegena je jedna od najpoznatijih turističkih destinacija na Karibima. Sa 13,2% ukupnih turističkih dolazaka u 2013. godini, druga je najposjećenija destinacija u Kolumbiji (Bogota prva sa 51,5%)⁴². Tako je u 2013. godini Cartagena zabilježila 227.034 međunarodnih turističkih dolazaka, što je porast od 11,8% u odnosu na godinu prije. Gotovo 87% turista (197.324) u Cartagenu je pristiglo putem zračne luke Rafael Núñez International Airport⁴³. Najviše turista godišnje pristiže iz Sjedinjenih Američkih Država, Venezuele, Paname, Ecuadora i Mexica.

Cartagena se pozicionirala kao jedna od vodećih destinacija na Karibima, te vodeća u Kolumbiji, kada su u pitanju kružna putovanja brodom. Tako je u 2013. godini Cartagena zaprimila 211 kruzera koji su u destinaciju doveli 303.915 putnika.

Kongresni turizam u Cartageni

Cartagena se pokazala kao atraktivna destinacija za organizaciju poslovnih skupova, čiji broj raste iz godine u godinu. Tako je u 2013. godini organizirano 208 skupova, događanja i izložbi na kojima je sudjelovalo 70.923 sudionika koji su ostvarili 212.769 noćenja u hotelima⁴⁴. Prema ljestvici ICCA-e, Cartagena de Indias nalazi se na 57. mjestu globalne ljestvice destinacija poslovnih skupova, te 14. mjestu unutar američkog kontinenta.

Kako bi promovirali Cartagenu kao destinaciju poslovnih skupova, Cartagena Convention Bureau sudjeluje na vodećim svjetskim sajmovima kongresne industrije. Tako su u 2013. godini predstavljali Cartagenu na, između ostalih sajmova, Expoeventos 2013. u Buenos Airesu te IMEX Frankfurt MICE Zone 2013. Uz navedene aktivnosti, Cartagena Convention Bureau 2012. godine započeo je sa organizacijom „Meetings Cartagena de Indias“, skupa koji se održava jednom godišnje a koji ima za cilj poticanje suradnje između dionika kongresne industrije u Kolumbiji.

Cartagena de Indias Convention Centre

Cartagena de Indias Convention Centre, otvoren 1982. godine, na tržištu poslovnih skupova pozicionirao se kao jedan je od najvažnijih i najpoznatijih kongresnih centara u Južnoj Americi. Upravo iz tog razloga Centar iz godine u godinu privlači veliki broj skupova i događanja, među kojima su i G8 Summit (1994.), Generalna Skupština UNWTO-a (2007.), Svjetski ekonomski forum (2010.), 10. konferencija Bazelske konvencije (2011.) te „VI Summit of Americas“ (2012.).

U nastavku donosimo pregled ukupnih kapaciteta Centra.

⁴² Informe Turismo Diciembre 2013, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia

⁴³ Ibid.

⁴⁴ Global Meeting Industry Report 2014, UNWTO

Ime centra:	Cartagena de Indias Convention Centre								
Lokacija:	Cartagena de Indias, Kolumbija								
Ukupna površina centra:	n/a								
Ukupni komercijalni prostor:	12.729 m ²								
Maksimalni izložbeni prostor:	8.966 m ²								
Funkcionalne dvorane	Kapacitet								
Dvorane	Danje svjetlo	Površina (m ²)	Visina stropa (m)	Theatre style	Banquet	Boardroom	U-Shape	Classroom	Cocktail
Kongresna dvorana	n/a	932	7	1,467	-	-	-	-	-
Višenamjenska dvorana* I	n/a	4,158	n/a	2,000	1,000	-	-	-	4,000
Višenamjenska dvorana 2	n/a	1,345	5	1,200	700	-	-	-	2,000
Višenamjenska dvorana 3	n/a	1,280	6	2,000	1,100	-	170	1,000	2,500
Chamber Hall	n/a	N/a	n/a	301	-	-	-	-	-
Chamber Hall	n/a	N/a	n/a	302	-	-	-	-	-
Chamber Hall	n/a	N/a	n/a	303	-	-	-	-	-
Chamber Hall	n/a	N/a	n/a	304	-	-	-	-	-
Banketna dvorana I	n/a	560	n/a	800	600	-	-	-	900
Banketna dvorana I	n/a	521	4.7	-	-	-	-	-	600
Banketna dvorana 2	n/a	700	3	-	600	-	-	-	-
Banketna dvorana 3	n/a	2,500	n/a	-	840	-	-	-	3,000
Banketna dvorana 4	n/a	200	2.65	-	-	-	-	-	100
Banketna dvorana 5	n/a	298	2.9	-	-	-	-	-	150
Banketna dvorana 6	n/a	707	n/a	-	-	-	-	-	800
Banketna dvorana 7	n/a	225	2.25	-	-	-	-	-	150
Dvorana za sastanke I	n/a	60.5	n/a	48	-	-	18	24	-
Dvorana za sastanke I0	n/a	104	n/a	100	-	-	36	50	120
Dvorana za sastanke I1	n/a	107	n/a	100	-	-	36	50	120
Dvorana za sastanke I2	n/a	103	n/a	100	-	-	36	50	120
Dvorana za sastanke I3	n/a	52	n/a	-	-	-	14	-	-
Dvorana za sastanke 2	n/a	34	n/a	-	-	-	-	-	-
Dvorana za sastanke 3	n/a	81.5	n/a	70	-	-	26	35	-
Dvorana za sastanke 4	n/a	227	3.7	220	100	-	46	110	150
Dvorana za sastanke 5	n/a	71	2.7	-	-	-	-	-	-
Dvorana za sastanke 6	n/a	137	2.5	130	-	-	36	65	80
Dvorana za sastanke 7	n/a	125	2.4	130	50	-	36	65	100
Dvorana za sastanke 8	n/a	84	n/a	60	60	-	20	30	100
Dvorana za sastanke 9	n/a	74	n/a	70	-	-	20	35	80
Izložbeni prostor	n/a	661	2.3	-	-	-	-	-	600
n/a - podaci nisu dostupni									
* Višenamjenska dvorana je prostor za organizaciju različitih vrsta događanja: kongresi, banketne večere, izložbe, itd.									

Izvor: Horwath HTL obrada, Cartagena de Indias Convention Centre, <http://www.ccccartagena.com>

Cartagena de Indias Centro de Conveciones raspolaže sa ukupno 8.966 m² izložbenog prostora⁴⁵. Najveći izložbeni kapacitet ima Gran Salon koji može primiti 112 štandova površine 6 m². Uz Gran Salon, Centar raspolaže sa 5 dvorana kapaciteta 50-65 štandova površine 6 m², te 13 manjih izložbenih dvorana.

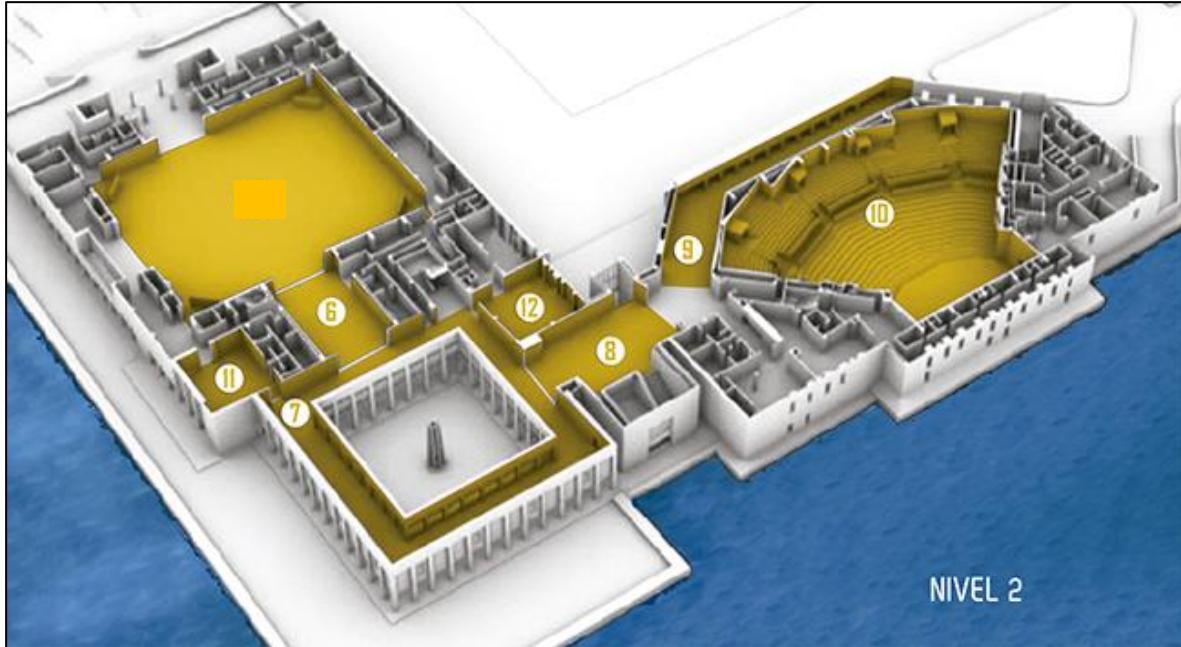
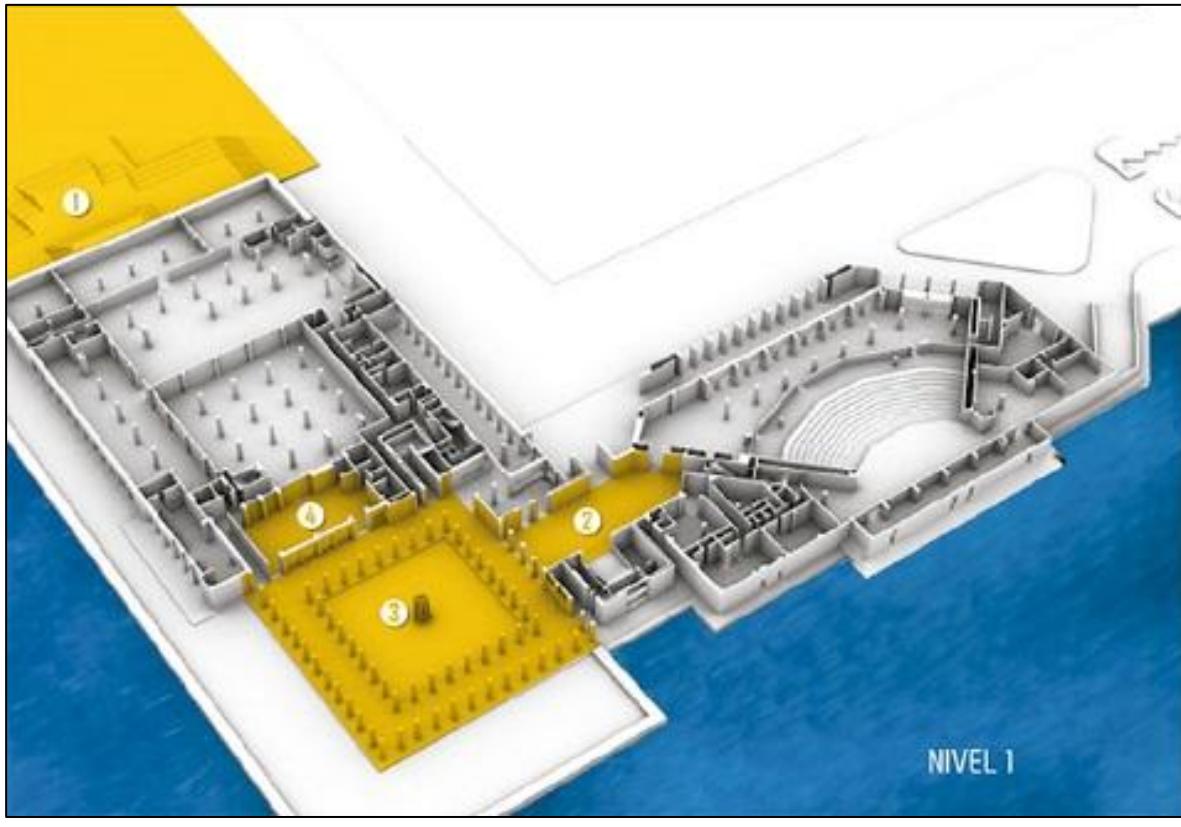
Od 2010. godine Centrom upravlja Grupo Heroica, kompanije koja ima za cilj promociju Kolumbije i Cartagene kao destinacije poslovnih skupova.



⁴⁵ http://aipc.org/memb_view.php?Centre_id=242

Izvor: Horwath HTL obrada, www.google.com

Tlocrt Cartagena de Indias Convention Centra



Izvor: www.cccartagen.com, Horwath HTL obrada

Hotelski smještajni kapaciteti

Cartagena raspolaže sa 108 hotela kategoriziranih 3*, 4* i 5*, a među kojima su prisutni globalni hotelski brendovi poput Hiltona, Sofitela, Radissona te Holiday Inn-a. Unutar radiusa 1 km od Centra nalazi se 1.714 hotelskih soba, uz još 2.209 hotelskih soba u radiusu 5 km⁴⁶.

3.2 EUROPSKI CENTRI

3.2.1 International Conferencing and Entertainment Krakow

Krakow

Sa 758.241⁴⁷ stanovnika koji žive na području grada, Krakow je drugi po veličini grad u Poljskoj. Kao bivši glavni grad Poljske predstavlja važno kulturno, gospodarsko i turističko središte države. Povijesna gradska jezgra uvrštena je 1978. godine na UNESCO⁴⁸ popis mjesta svjetske povijesne baštine kao prvo mjesto u svijetu koje je uvršteno na tu listu. Također, 2000. godine Krakow je ponio titulu Europske prijestolnice kulture. Krakow je poznat i kao studentski grad koji godišnje primi gotovo 200.000 studenata⁴⁹. Ono što razlikuje Krakow od ostalih studentskih gradova je njegova višestoljetna tradicija kao jednog od vodećih akademskih gradova Europe u kojemu se nalazi više od 20 ustanova za visoko obrazovanje, među kojima je i Jagelonsko sveučilište, jedno od najstarijih i najpoznatijih sveučilišta u Europi.



Izvor: Horwath HTL obrada, www.google.com

Prometna povezanost

Putem autoceste A4 Krakow je dobro povezan sa Njemačkom, a u skoroj budućnosti se planira i proširenje autoceste, čime bi se ostvarila brza veza sa Ukrajinom. Osim navedene autoceste, Krakow je povezan sa Austrijom i Češkom putem međunarodnih prometnica E-75 i E-462.

Direktne željezničke linije povezuju Krakow sa evropskim metropolama kao što su Varšava, Budimpešta, Beč, Prag, Berlin, München, Hamburg i Kijev.

Osim kopnenim putem, značajan broj posjetitelja (38,6%)⁵⁰ pristiže putem zračne luke John Paul II. koja se nalazi 17 km van grada. Aerodrom bilježi godišnji promet od 3,4 milijuna putnika, od kojih su 29% poslovni putnici. Jedanaest zračnih prijevoznika koji lete iz zračne luke John Paul II redovnim linijama povezuju Krakow

⁴⁶ ICCA, <http://www.iccaworld.com>

⁴⁷ United Nations Data 2012.

⁴⁸ The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization

⁴⁹ <http://www.study-krakow.com>

⁵⁰ Socio-Demographic Profile of Tourists in Krakow, Institute of Organization and Management in Industry, 2009.

sa 59 destinacija, među kojima se ističu: London, Manchaster, Liverpool, Dublin, Berlin, Frankfurt, Hamburg, Stuttgart, Rim, Milano, Amsterdam, Pariz, Barcelona, Madrid, Oslo, Stockholm, Helsinki, Kopenhagen, Bruxelles i Zurich. Jedan od razloga dobre povezanosti Krakowa s ostatkom Europe leži u činjenici da je zračna luka John Paul II regionalna baza niskotarifnog avio prijevoznika Ryanair, koji iz Krakowa ima direktnе linije prema 30 europskih destinacija.

Trenutno traje proces proširenja aerodroma koji bi trebao trajati do kraja 2015. godine, a putem kojeg će se kompletno renovirati postojeći putnički terminali. Osim na putničke terminale kojima bi se kapacitet trebao povećati i do tri puta, projekt stavlja naglasak na prometnu povezivost aerodroma sa centrom grada putem izgradnje novog željezničkog kolodvora.

Turizam u Krakowu

Upravo zbog povijesne kulture i baštine Krakow je prepoznat kao jedna od najatraktivnijih gradskih turističkih destinacija u regiji. Tako je u 2013. godini Krakow posjetilo 1,9 milijuna turista koji su ostvarili gotovo 4 milijuna noćenja⁵¹. Osim turista, Krakow u prosjeku godišnje posjeti 6 milijuna jednodnevnih posjetitelja⁵².

Kongresni turizam u Krakowu

Odlična geografska lokacija unutar Europe omogućila je Krakowu da postane atraktivna destinacija za organizaciju poslovnih skupova. Tako je tokom godina Krakow ugostio veliki broj skupova, među kojima se ističu: European Chapters Leader Forum, NATO skupovi, međunarodni kongres „People and Religion“ kao i World Mining Congress. Na godišnjoj razini u Krakowu se održi preko 3.000 skupova i događanja⁵³.

Destinacija raspolaže sa preko 170 objekata koji mogu ugostiti poslovne skupove, među kojima je sa ukupnim kapacitetom od 4.880 sjedećih mjesta uvjerljivo najveći Gromada Hotel & Conference Centre. Osim Gromada Hotel & Conference Centra, kapacitetom se ističu i glavna dvorana Sveučilišta Jagiellonian (1.200 mjesta), Ekonomski Fakultet Sveučilišta u Krakowu (1.500 mjesta), te najnoviji kongresni centar ICE Krakow.

ICE Krakow

Iako destinacija raspolaže velikim brojem kongresnih objekata, lokalne su vlasti prepoznale važnost modernog i atraktivnog kongresnog centra i utjecaja koji on može imati na pozicioniranje destinacije. Iz tog je razloga krajem 2010. godine započela izgradnja modernog kongresnog centra ICE Krakow. Vrijednost projekta, koji je sufinanciran od strane Europske, iznosila je 87,5 milijuna EUR, od čega 20 milijuna EUR iz fondova Europske unije⁵⁴.

Ime centra:	International Conferencing & Entertainment Centre (ICE)								
Lokacija:	Krakow, Poljska								
Ukupna površina centra:	36.000 m ²								
Ukupni komercijalni prostor:	N/a								
Maksimalni izložbeni prostor:	2.970 m ²								
Funkcionalne dvorane				Kapacitet					
Dvorane	Danje svjetlo	Površina (m ²)	Visina stropa (m)	Theatre style	Banquete	Boardroom	U-Shape	Classroom	Cocktail
Kongresna dvorana I	n/a	n/a	15.5	2.100	-	-	-	-	-
Kongresna dvorana 2	n/a	660	10.8	600	220	200	-	-	660
Višenamjenska dvorana* I	n/a	500	5.9	300 / 2x150	180	60 / 2x50	-	-	500
Višenamjenska dvorana 2	n/a	500	3.9	300 / 11x25	180	60 / 11x12	-	-	500
Dvorane za sastanke (1-32)	n/a	n/a	n/a	-	-	6 do 30	-	-	-
n/a - podaci nisu dostupni									
* Višenamjenska dvorana je prostor za organizaciju različitih vrsta događanja: kongresi, banketne večere, izložbe, itd.									

Izvor: Horwath HTL obrada, International Conferencing & Entertainment, Krakow Festival Office, 2014.

Novi kongresni centar koji je započeo sa radom krajem listopada 2014. godine, moderna je zgrada koja svojim dizajnom i tehnologijom zadovoljava najviše svjetske standarde.

⁵¹ Tourism in Małopolskie voivodship 2013., Statistical Office of Poland, 2014.

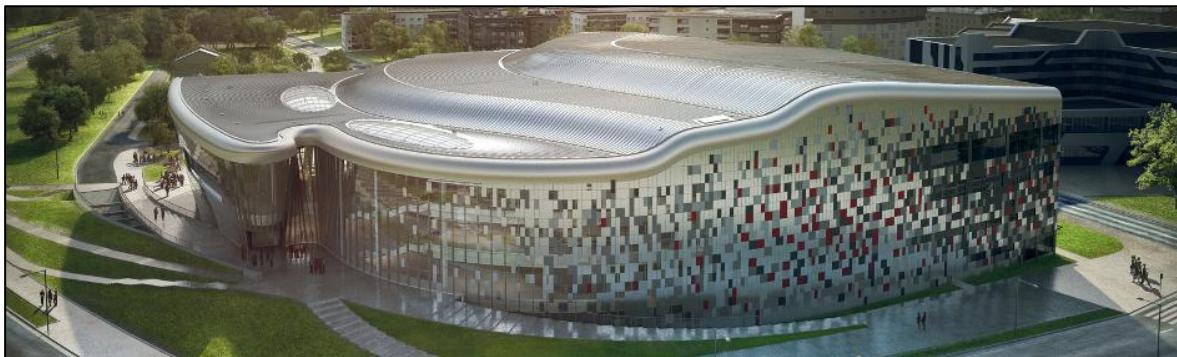
⁵² Ibid.

⁵³ <http://www.icekrakow.com>

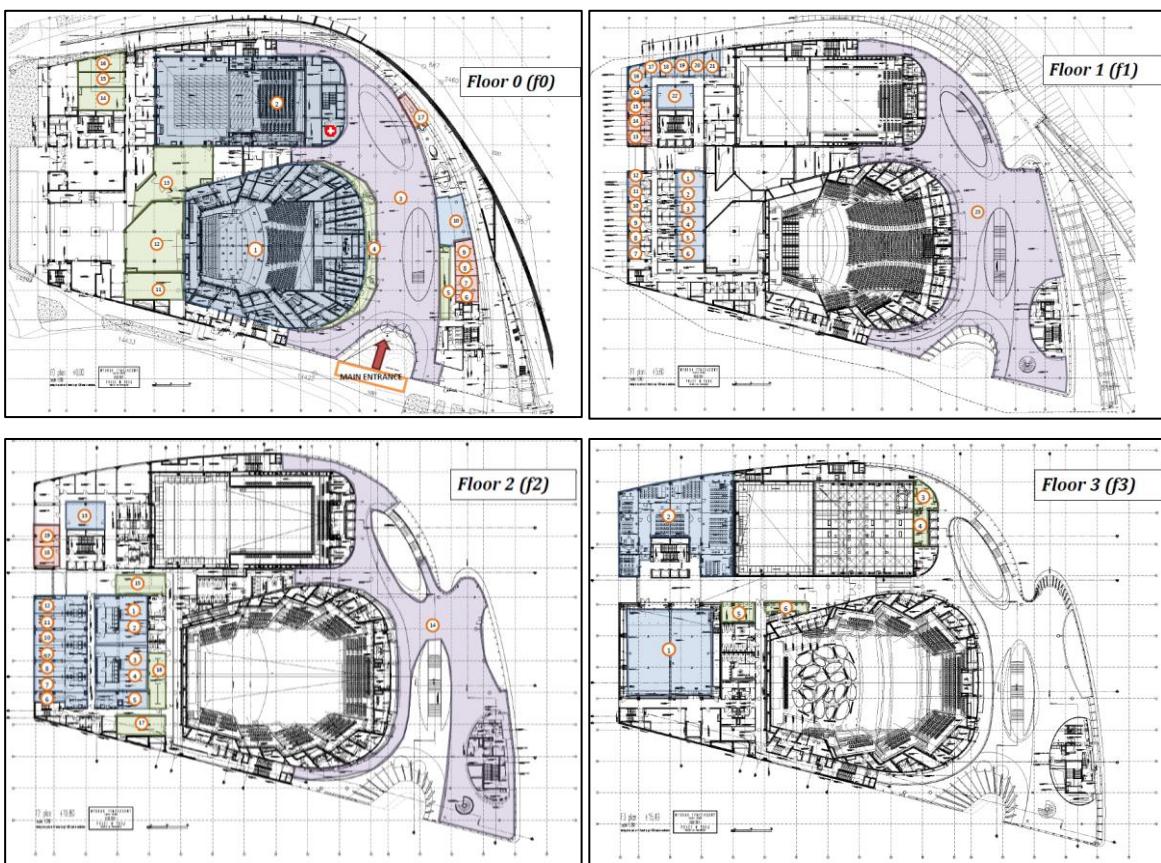
⁵⁴ http://www.krakow.pl/ccb_en/5788,artykul,ice_congress_center.html

ICE Krakow ima 3 glavne dvorane. Najveća od njih, Kongresna dvorana 1, u mogućnosti je primiti maksimalnih 2.100 sudionika. Kongresna dvorana 2, maksimalnog kapaciteta 600 ljudi, ima mogućnost uvlačenja sjedećih kapaciteta unutar podne konstrukcije, čime se, u kombinaciji sa predvorjem, stvara objedinjeni izložbeni prostor ukupne površine 1.800 m². Kongresni centra može istovremeno biti podijeljen na ukupno 42 dvorane za sastanke⁵⁵.

Na sve 3 razine centar ima predvorja sa pogledom na starogradsku jezgru, koja se koriste kao izložbeni prostor te prostor za organizaciju gala večera i svečanih prijema. Ukupna površina predvorja od 2.650 m² raspoređena je na sljedeći način: prizemlje površine 1.000 m², 1. kat površine 1.000 m² te 2. kat površine 650 m².



Izvor: Horwath HTL obrada, www.google.com



Izvor: Odjel prodaje ICE Krakow

Hotelski smještajni kapaciteti

⁵⁵ Maksimalan broj dvorana uključuje podijelu glavnih dvorana putem klizećih zidova te ostale manje dvorane

U 2012. godini u Krakowu se nalazilo 105 hotela kategorije 3*, 4* i 5* ukupnog kapaciteta 6.554 smještajne jedinice⁵⁶. Među njima se nalaze i vodeći globalni hotelski brendovi kao što su: Sheraton, Radisson Blu, Park Inn, Novotel, Golden Tulip i Hilton.

Unutar radiusa od 1 km od ICE Krakow nalazi se 1.657 hotelskih smještajnih jedinica, te dodatnih 5.568 smještajnih jedinica u radiusu do 5 km⁵⁷.

3.2.2 Arena and Convention Centre Liverpool

Liverpool

Liverpool je grad u sjeverozapadnoj Engleskoj smješten uz istočni dio rijeke Mersey. S populacijom od 1,38 milijuna stanovnika⁵⁸ koji obitavaju na širem gradskom području, Liverpool je treći po veličini grad u Engleskoj te četvrti u Ujedinjenom Kraljevstvu. Godine 2004. nekoliko gradskih spomenika upisano je na UNESCO popis mesta svjetske baštine, dok je 2008. Liverpool bio Europske prijestolnice kulture.



Izvor: Horwath HTL obrada, www.google.com

Prometna povezanost

Regija Liverpoola dobro je prometno povezana sa vodećim gradovima Ujedinjenog Kraljevstva putem željeznice i mreže autocesta. Tako je na primjer udaljenost između Londona i Liverpoola lako premostiva putem dvosatne vožnje vlakom, dok se iz Manchastera stigne u sat vremena vožnje automobilom.

Osim kopnene prometne infrastrukture koja ga povezuje sa okolnim regijama, Liverpool ima dobru zračnu povezanost sa ostatom Ujedinjenog Kraljevstva i Europom putem Liverpool John Lennon zračne luke koja se nalazi 10 km van grada, a koja je u 2013. godini zabilježila promet od 4,2 milijuna putnika. Zračna luka je direktnim linijama povezana sa 59 destinacija, među kojima se ističu: Amsterdam, Barcelona, Madrid, Palma de Mallorca, Menorca, Kanarski otoci, Pariz, Krakow, Varšava, Ženeva, Berlin, Salzburg, Bratislava, Lisabon, Oporto, Malta, Oslo, Bukurešt, uz mnoge druge. Treba istaknuti kako niskotarifni avio prijevoznik Ryanair kao svoju regionalnu bazu koristi upravo zračnu luku John Lennon, odakle kompanija ima direktnе letove za 32 destinacije diljem Europe. Na samo 45 minuta vožnje od Liverpoola nalazi se i zračna luka Manchastera, koja je u 2013. godini zabilježila promet od 20,7 milijuna putnika.

Turizam u Liverpoolu

⁵⁶ Statistical Yearbook of Krakow 2013., Statistical Office in Krakow

⁵⁷ ICCA, <http://www.iccaworld.com>

⁵⁸ Preuzeto sa <http://worldpopulationreview.com> (14.12.2014.)

U 2013. godini područje regije Liverpoola⁵⁹ od turizma je uprihodilo 4,5 milijarde EUR, od čega je najveći udio (3 milijarde EUR) uprihodio upravo Grad Liverpool. Tako je u 2013. godini Liverpool sa 2,3 milijuna turista i 30,5 milijuna jednodnevnih posjetioca bio peti najposjećeniji grad Ujedinjenog Kraljevstva. Od 2,3 milijuna turista, njih 562.000 pristiglo je izvan granica Ujedinjenog Kraljevstva, a predvode ih turisti iz država kao što su Španjolska, Kina, Njemačka, Australija i Kanada.

Kongresni turizam u Liverpoolu

U 2013. godini 289.000 posjetitelja je navelo „posao“ kao primarni razlog dolaska u Liverpool. Time je Liverpool zasjeo na 6. mjesto destinacija poslovnog turizma u Ujedinjenom Kraljevstvu u 2013. godini, što je skok za tri pozicije u odnosu na 2012. godinu. Taj se rast potražnje može dovesti u vezu sa velikim brojem atraktivnih objekata za održavanje poslovnih skupova, događanja i izložbi kao što su anglikanska katedrala u Liverpoolu, tri sveučilišta, Knowsley Hall te prostorije i stadioni nogometnih klubova Liverpool i Everton.

Arena and Convention Centre Liverpool

Osim navedenih objekata, u Liverpoolu se nalazi jedan od najvećih kongresnih centara u Ujedinjenom Kraljevstvu, ACC Liverpool, čije pregled kapaciteta donosimo u nastavku.

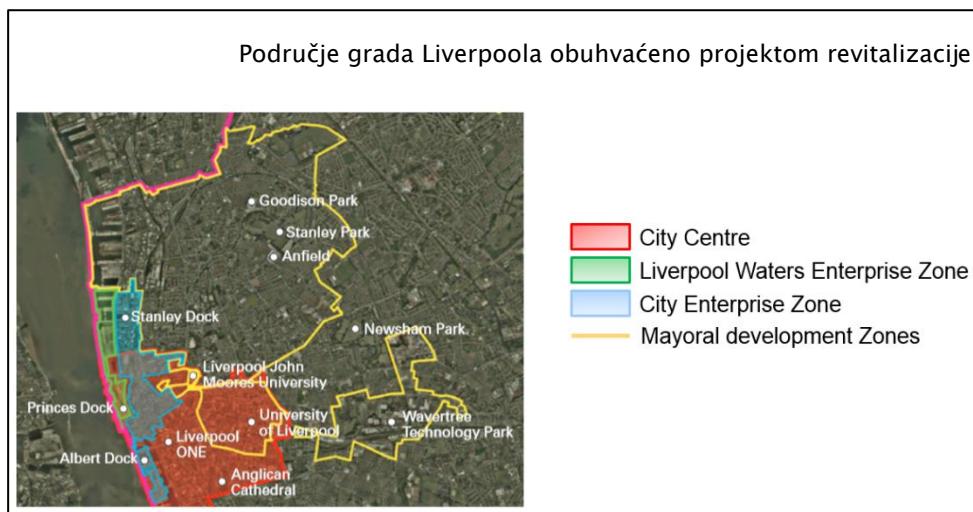
Ime centra:	Arena and Convention Centre Liverpool (ACC Liverpool)									
Lokacija:	Liverpool, UK									
Ukupna površina centra:	41.016 m ²									
Ukupni komercijalni prostor:	8.392 m ²									
Maksimalni izložbeni prostor:	7.125 m ²									
Funkcionalne dvorane	Dvorane	Danje svjetlo	Površina (m ²)	Visina stropa (m)	Theatre style	Banquet	Boardroom	U-Shape	Classroom	Cocktail
Kongresna dvorana	n/a	n/a	n/a	1,350	-	-	-	-	-	-
Višenamjenska dvorana*	n/a	3,725	n/a	2,962	1,800	-	-	-	1,580	-
Dvorana za sastanke 1	n/a	463	4	598	250	102	-	-	251	-
Dvorana za sastanke 2	n/a	173	4	180	70	48	-	-	90	-
Dvorana za sastanke 3	n/a	25	4	25	-	-	-	-	12	-
Dvorana za sastanke 4	n/a	25	4	25	-	10	-	-	13	-
Dvorana za sastanke 5	n/a	25	4	25	-	11	-	-	14	-
Dvorana za sastanke 6	n/a	25	4	25	-	12	-	-	15	-
Dvorana za sastanke 7	n/a	34	4	32	-	18	-	-	15	-
Dvorana za sastanke 8	n/a	34	4	32	-	18	-	-	15	-
Dvorana za sastanke 9	n/a	332	4	455	150	78	-	-	198	-
Dvorana za sastanke 10	n/a	172	4	176	70	48	-	-	78	-
Dvorana za sastanke 11	n/a	58	4	63	-	24	-	-	32	-
Dvorana za sastanke 12	n/a	44	4	49	-	18	-	-	24	-
Dvorana za sastanke 13	n/a	25	4	16	-	12	-	-	-	-
Dvorana za sastanke 14	n/a	14	4	15	-	6	-	-	-	-
Izložbeni prostor	n/a	3,400	n/a	-	-	-	-	-	-	-
n/a - podaci nisu dostupni										*
* Višenamjenska dvorana je prostor za organizaciju različitih vrsta događanja: kongresi, banketne večere, izložbe, itd.										

Izvor: Horwath HTL obrada, ACC Liverpool Study Pack

ACC Liverpool, u čiju je gradnju investirano 207 milijuna EUR, višenamjenski je centar otvoren 2008. godine kao dio projekta revitalizacije centra grada koji je vodila kompanija Liverpool Vision. Liverpool Vision je kompanija za ekonomski razvoj uspostavljena od strane gradske uprave, koja ima za cilj unaprjeđenje života u Liverpoolu putem ekonomskog rasta i razvoja. Putem projekta u potpunosti je revitalizirano područje centra grada uz rijeku Mersey, koje je pretvoreno u atraktivnu poslovnu zonu, a u kojoj se nalazi i ACC Liverpool. Procjenjuje se da će se u sljedećih deset godina u ekonomski rast i razvoj Liverpools intenzivno nastaviti, gdje će se kroz projekte investirati gotovo 7 milijardi EUR⁶⁰.

⁵⁹ Regija Liverpool obuhvaća Grad Liverpool te općine Sefton, Wirral, Halton, Knowsley i St. Helens

⁶⁰ Invest in Liverpool, Liverpool Vision



Izvor: Horwath HTL obrada, Liverpool Vision Business Plan 2013-2016.

Zgrada se nalazi u vlasništvu Grada Liverpoola, a upravljana je od strane ACC Liverpool Ltd upravljačke kompanije. Zgrada u kojoj se nalazi ACC Liverpool podijeljena je na dva dijela: kongresni centar naziva *BT Convention Centre*, te *Echo Arenu* namjenjenu izložbama i velikim sportskim događanjima.

BT Convention Centre dizajniran je od strane nagrađivanih arhitekata Wilkinson Eyre u mogućnosti je da umanji emisiju CO₂ za 50%, što čini ovaj centar jednim je od najboljih primjera održivog razvoja u Europi. BT Convention Centar, ukupne površine 7.000 m², u jednom trenutku može primiti maksimalnih 7.660 sudionika.

U prizemlju Centra nalazi se višenamjenska dvorana površine 3.725 m² i kapaciteta 3.000 sudionika, koja je galerijom spojena na glavnu dvoranu koja se nalazi na prvom katu. Glavna dvorana kapaciteta 1.350 sudionika, prema potrebi može biti podijeljena na 3 dvorane putem dva „rotirajuća bubnja“ kapaciteta 250 sudionika. Uz to, u sklopu Centra nalazi se i 14 dvorana za sastanke kapacitet od 6 do 600 sudionika.

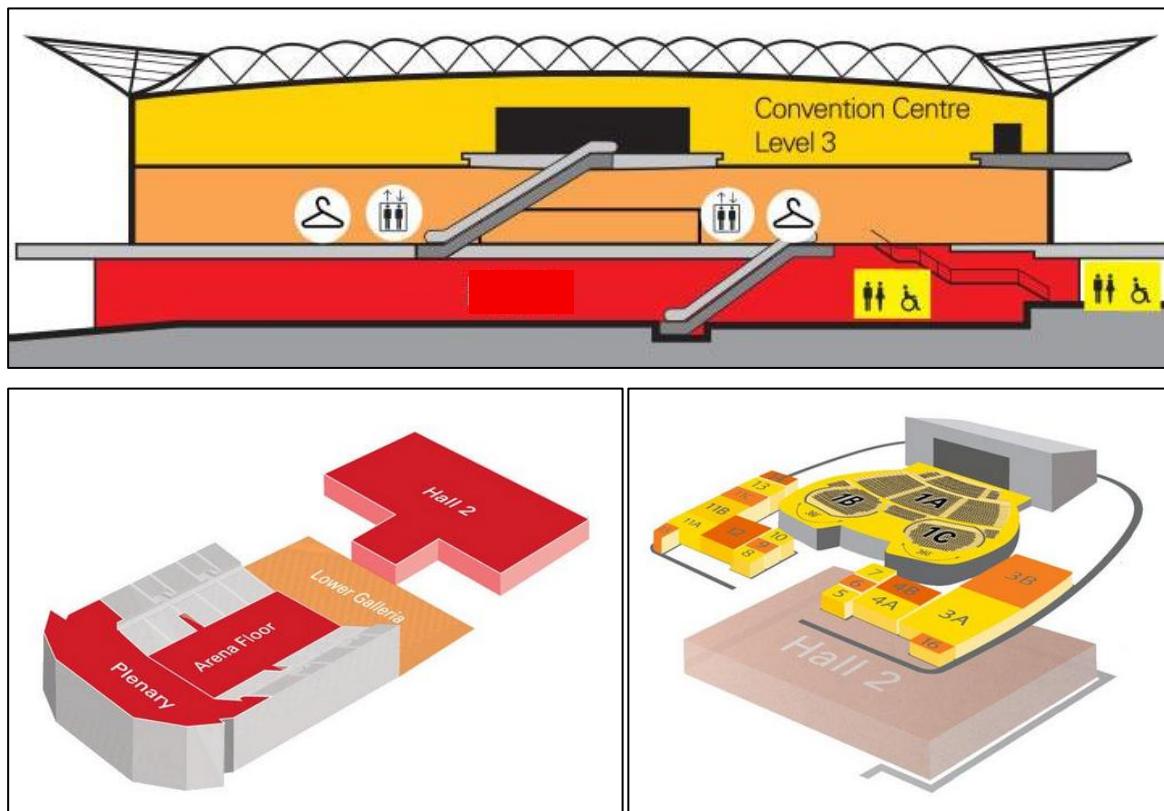
Echo Arena ima kapacitet 10.600 sjedećih mjesta te 3.400 m² izložbenog prostora, a ponajviše služi za održavanje koncerata.

Kako bi proširili ponudu ACC Liverpool, trenutno je u procesu izgradnje 50 milijuna EUR vrijedan Exhibition Centre Liverpool, površine 8.100 m² izložbenog prostora i dvorana za sastanke, koji će biti povezan za postojećim Centrom putem mosta. U sklopu Centra planira se i hotel kapaciteta 200 kreveta, a otvorenje se očekuje tokom 2015. godine.



Izvor: Horwath HTL obrada, www.google.com

Tlocrt Arena & Convention Centra Liverpool



Izvor: Horwath HTL obrada, www.accliverpool.com

Hotelski smještajni kapaciteti

Unutar radijusa od 1 km od kongresnog centra nalazi se 3.500 hotelskih smještajnih jedinica, te dodatnih 2.800 smještajnih jedinica u radijusu do 5 km. Neki od globalnih hotelskih brendova koji su prisutni na području Liverpoola su Novotel, Marriot, Hilton, Radisson Blu, Crowne Plaza, Holiday Inn, Ibis te Best Western.

3.2.3 The Convention Centre Dublin

Dublin

Dublin je glavni, a sa 527.612 stanovnika⁶¹, ujedno i najveći grad Irske. Nalazi se na istočnoj obali Irskog otoka uz široku dolinu rijeke Liffey, tri kilometra od točke u kojoj se ona ulijeva u Irsko more. Dublin je najvažniji irski grad još od vremena srednjeg vijeka, a danas je on ekonomsko, administrativno i kulturno središte cijelog Irskog otoka. 2010. godine Dublin je ponio titulu „UNESCO City of Literature“.



Izvor: Horwath HTL obrada, www.google.com

Prometna povezanost

Zračna luka Dublin nalazi se 20 minuta sjeverno od centra Dublina, a sa prometom od 20,2 milijuna putnika u 2013. godini (rast od 6% u odnosu na 2012. godinu), najprometnija je zračna luka u Irskoj. U 2013. godini 57 zračnih prijevoznika je iz zračne luke Dublin ostvarilo do 600 letova dnevno prema 177 destinacija, među kojima uvjerljivo prednjači London. Zauzetost avionskih sjedala iznosila je 77% na razini godine. Promet koji ostvaruje zračna luka Dublin rezultat je prije svega niskobudžetnog avioprijevoznika Ryanair, čije se sjedište i glavna baza nalazi upravo u Dublinu. Ryanair je u 2013. bio najuspješniji avioprijevoznik u Europi po pitanju broja prevezenih putnika⁶².

S jednim presjedanjem, Dublin je povezan sa 285 destinacija diljem svijeta, među kojima su neke od najpoznatijih svjetskih destinacija: New York, Los Angeles, Toronto, London, Pariz, Madrid, Barcelona, Dubai, Abu Dhabi te mnoge druge.

Osim putem zračnih linija, u Dublin se može stići trajektom iz Ujedinjenog Kraljevstva. Dublin također ima i dva glavna željeznička kolodvora putem kojih je povezan sa ostalim gradovima na Irskom otoku.

Turizam u Dublinu

Dublin je u 2012. godini privukao gotovo 5,5 milijuna turista koji predstavljaju 31% ukupnih turističkih dolazaka u Irsku, a koji su ostvarili 1,6 milijardi EUR prometa (35% ukupnog prometa od turizma Irske)⁶³.

⁶¹ United Nations Dana, 2011.

⁶² 79,6 milijuna putnika u 2013. godini

⁶³ Tourism Facts 2012, Failte Ireland, October 2013.

Kao glavne atrakcije Dublina pojavljuju se Guinness Storehouse, National Aquatic Centre te veliki niz institucija kulture i umjetnosti.

Kongresni turizam u Dublinu

Sa 114 održanih skupova asocijacija u 2013. godini, Dublin je zauzeo 14. mjesto na globalnoj ljestvici gradova prema broju organiziranih skupova (11. u Europi)⁶⁴.

Taj se uspjeh može povezati sa aktivnim radom Dublin Convention Bureaua, te snažnom podrškom koju pružaju organizatorima kongresa. Na Internet stranicama Dublin Convention Bureaua⁶⁵ organizator može saznati veliki broj informacija o destinaciji, kao što su npr.: kongresni objekti i njihovi kapaciteti, informacije o destinaciji, informacije o profesionalnim organizatorima kongresa kao i destinacijskim menadžment kompanijama u destinaciji, načini podrške i potpore koje se pružaju, itd.

U Dublinu se nalazi 10 kongresnih centara, od kojih je kapacitetima najveći RDS (Irish International Convention and Exhibition Centre) koji raspolaže komercijalnim prostorom površine 22.000 m², te najvećom dvoranom kapaciteta 6.500 sudionika.

The Convention Centre Dublin

Iako Dublin raspolaže sa velikim brojem objekata u kojima se mogu održavati poslovni skupovi, prema svojem dizajnu, arhitekturi i funkcionalnosti ističe se The Convention Centre Dublin. Centar se nalazi u javno-privatnom vlasništvu, a upravljan je od strane Spencer Docks. Pregled ukupnih kapaciteta Centra donosimo u nastavku.

Funkcionalne dvorane		Kapacitet							
Dvorane	Danje svjetlo	Površina (m ²)	Visina stropa (m)	Theatre style	Banquet	Boardroom	U-Shape	Classroom	Cocktail
Višenamjenska dvorana* I	N/a	2.721	8	3.040	2.000	-	-	1.272	-
Višenamjenska dvorana 2	N/a	1.650	8	1.806	1.220	-	-	768	-
Kongresna dvorana	N/a	N/a	N/a	2.000	N/a	-	-	N/a	-
Dvorana za sastanke 1	N/a	174	4.3	230	140	68	-	90	-
Dvorana za sastanke 2	N/a	224	4.3	300	180	74	-	110	-
Dvorana za sastanke 3	N/a	187	4.3	230	160	70	-	90	-
Dvorana za sastanke 4	N/a	425	4.3	500	350	120	-	230	-
Dvorana za sastanke 5	N/a	69	3.25	78	50	30	-	29	-
Dvorana za sastanke 6	N/a	107	3.25	143	80	40	-	50	-
Dvorana za sastanke 7	N/a	79	3.25	101	60	32	-	36	-
Dvorana za sastanke 8	N/a	41	3.25	34	30	16	-	17	-
Dvorana za sastanke 9	N/a	51	3.25	50	40	20	-	24	-
Dvorana za sastanke 10	N/a	99	3.25	110	70	40	-	45	-
Dvorana za sastanke 11	N/a	84	3.25	102	70	40	-	40	-
Dvorana za sastanke 12	N/a	79	3.25	90	60	40	-	40	-
Dvorana za sastanke 13	N/a	71	3.25	80	50	30	-	30	-
Dvorana za sastanke 14	N/a	65	3.25	70	50	30	-	27	-
Dvorana za sastanke 15	N/a	71	3.25	80	50	30	-	30	-
Dvorana za sastanke 16	N/a	21	3.25	N/a	-	8	-	-	-
Dvorana za sastanke 17	N/a	31	3.25	N/a	-	10	-	-	-
Dvorana za sastanke 18	N/a	32	3.25	N/a	-	10	-	-	-
Dvorana za sastanke 19	N/a	18	3.25	N/a	-	8	-	-	-

N/a - podaci nisu dostupni

* Višenamjenska dvorana je prostor za organizaciju različitih vrsta događanja: kongresi, banketne večere, izložbe, itd.

Izvor: Horwath HTL obrada, The Convention Centre Dublin, <http://www.theccd.ie>

⁶⁴ 2013 Country & City Ranking, ICCA, 2014.

⁶⁵ <http://www.dublinconventionbureau.com/>

Convention Centre Dublin, ukupne komercijalne površine 8.890 m², višestruko je nagrađivani kongresni centar koji se nalazi na obali rijeke Liffey. Dizajniran od strane američko-irskog arhitekta Kevina Rochea, u gradnju kongresnog centra investirano je gotovo 130 milijuna EUR.

Convention Centre Dublin je u svoje 22 funkcionalne dvorane u mogućnosti primiti maksimalnih 9.000 sudionika u jednom trenutku. Površinom od 2.771 m² ističe se Višenamjenska dvorana 1, koja u jednom trenutku u theatre postavi može zaprimiti preko 3.000 sudionika.

Kongresna dvorana, maksimalnog kapaciteta 2.003 sudionika moderna je dvorana koja se proteže donju razinu, kapaciteta 1.097 sjedećih mjesta, te gornju razinu kapaciteta 906 sjedećih mjesta. Ovisno o potrebama organizatora može se koristiti samo donja razina. The Auditorium može prihvatiti orkestar od 80 glazbenika, a važno je napomenuti kako raspolaže sa dva komercijalna dizala koja mogu podići kamione i potrebnu opremu do razine na kojoj se nalazi dvorana.

Kao izložbeni prostor koriste se višenamjenske dvorane 1 i 2, te po potrebi predvorja na svih 5 razina. Uzimajući sve raspoložive površine u obzir, The Convention Centre Dublin raspolaže sa izložbenim prostorom ukupne površine 4.371 m².

The Convention Centre Dublin prepoznat je kao jedan od najboljih primjera održivog razvoja, mjereći utjecaj na okoliš i emisiju CO₂ svakog skupa. Modernom arhitekturom i implementacijom najnovijih tehnologija, Centar je u mogućnosti štedjeti energiju i kontrolirati emisiju CO₂, čime je postao prvi „Carbon-neutral“ konferencijski centar na svijetu. Centar posjeduje i certifikat ISO 14001.



Izvor: Horwath HTL obrada, www.google.com

Tlocrt Convention Centra Dublin



Izvor: Horwath HTL obrada, www.theccd.ie

Hotelski smještajni kapaciteti

U Dublinu se nalazi ukupno 93 hotela kategorije 3*, 4* i 5*, među kojima se nalaze neki od globalnih hotelskih brendova kao što su Four Seasons, Hilton, DoubleTree by Hilton, Radisson Blu, The Westin i Crowne Plaza.

U radijusu do 1 km od The Convention Centre Dublin nalazi se 1.800 smještajnih jedinica u hotelima, te još 10.000 smještajnih jedinica u radijusu do 5 km.

3.3 MEDITERANSKI CENTRI

3.3.1 Venice Convention

Venecija

Venecija se nalazi na sjeveroistoku Italije. Smještena je na 117 malih otočića, međusobno povezanih mostovima. Grad je u cijelosti pod UNESCO zaštitom. Prema zadnjem popisu stanovništva (2009.), ovaj grad broji oko 270.000 stanovnika sa širom okolicom, dok povjesni dio Venecije broji oko 60.000. Grad se proteže na površini od 414,57 km².



Izvor: Horwath HTL obrada, www.google.com

Prometna povezanost

Venecija je povezana sa europskim i svjetskim metropolama preko međunarodne zračne luke Marco Polo koja se nalazi oko 6 km sjeverno od centra Venecije. Zajedno sa zračnom lukom Treviso, sa preko 10.5 milijuna putnika godišnje, ova zračna luka je 3. po ukupnom godišnjem broju putnika u Italiji (iza Rima i Milana). Zračna luka Marco Polo popunjava maksimum svojih kapaciteta, a operira redovne i charter linije. U sezoni je zračna luka povezana i sa metropolama u Sjevernoj Americi, Aziji i Bliskom Istoku. Zračnom lukom upravlja kompanija SAVE, u djelomičnom vlasništvu lokalnih vlasti. Ukupno 51 zračni prijevoznik opslužuje zračnu luku Marco Polo.

Direktne linije koje povezuju Veneciju sa 52 međunarodne destinacije su slijedeće: Albania (Tirana), Austrija (Linz, Beč), Belgija (Bruxelles), Danska (Kopenhagen), Francuska (Ajaccio, Bastia, Bordo, Leharve, Lyon, Marseille, Nanstes, Nice, Paris, Toulouse), Njemačka (Berlin, Dusseldorf, Frankfurt, Hamburg, Koeln, Lipsia München, Rostock Laage, Stoccardia), Grčka (Atena), Irska (Dublin), Izrael (Tel Aviv), Japan (Tokyo), Luxemburg, Malta, Moldavija (Chisinau), Marocco (Casablanca), Nizozemska (Amsterdam, Eindhoven), Portugal (Lisabon), Qatar (Doha), Rusija (Moskva), Španjolska (Barcelona, Bilbao, Madrid, Santander), Švicarska (Basel, Ženeva, Zurich), Tunis, Turska (Istanbul), UAE (Dubai), Ujedinjeno Kraljevstvo (Birmingham, Cardiff, London, Manchester, Southend).

Osim sa svjetskim destinacijama, Venecija je povezana sa 8 talijanskih gradova: Bari, Brindisi, Cagliari, Catania, Milano, Napulj, Palermo i Rim.

Venecija je glavnom autocestom Italije (A4, A13) povezana sa svim većim talijanskim gradovima, a autocestama A27 i A57 sa širim područjem Venecije.

Željezničkim linijama, Venecija je dobro povezana s talijanskim gradovima ali i s Francuskom, Austrijom, Njemačkom, Švicarskom i Velikom Britanijom.

Turizam u Veneciji

Venecija je jedan od najpoznatijih turističkih gradova Europe, kao i jedna od najpoželjnijih svjetskih destinacija uopće. Turistički najatraktivnije područje predstavlja povjesna jezgra Venecije, koja je u 2013. godini sama zabilježila 6,4 milijuna turističkih noćenja. U 2013. ukupno područje Venecije zabilježilo je 9,8 milijuna turističkih noćenja, 5% više u odnosu na 2012. godinu, dok je turističkih dolazaka bilo oko 4,2 milijuna.

Glavno emitivno tržište Venecije je SAD, Francuska, Njemačka i Velika Britanija. Većina turista u Veneciji su izletnici. Međutim, oni koji se zadržavaju nekoliko dana unutar destinacije dijele se na turiste motivirane kulturom (dolaze u travnju i svibnju te u rujnu i listopadu), dok „prosječni“ turisti motivirani odmorom i relaksacijom dolaze od lipnja do kolovoza.

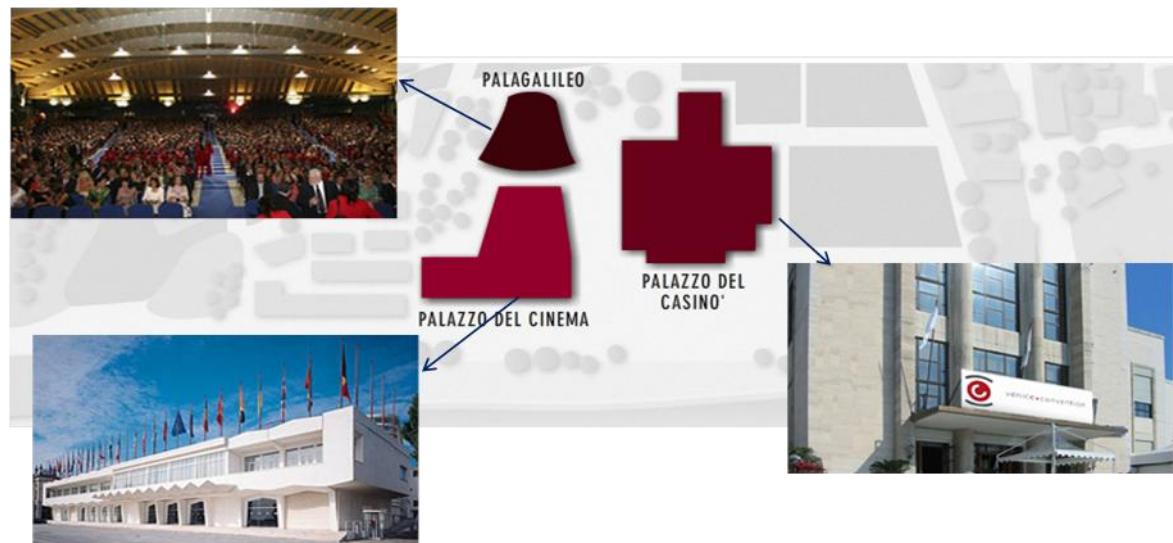
Kongresni turizam u Veneto regiji

Kongresni turizam u regiji Veneto, uz ostale pojavnne oblike područja, postao je način na koji organizatori turističkih aktivnosti nadopunjaju ponudu u mjesecima kada pada potražnja za ostalim oblicima.

S obzirom da se Veneto regija dijeli na 7 podregija, kongresni turizam i vezane aktivnosti objedinjuje „Venice Region Convention Bureau Network“ – kongresni ured Veneto regije. Ponuda kapaciteta poslovnih skupova u regiji podijeljena je na 100 konvencijskih centara, 34 povijesnih objekata i 212 hotela. Venecija raspolaže sa 20 konvencijskih centara i povijesnih objekata te 38 kongresnih hotela. 74% ukupne hotelske ponude u regiji Veneto čine hoteli sa prosjekom od 162 smještajne jedinice u segmentu 4 i 5 zvjezdica. Najveći obrtaj turista je zabilježen u Veneciji (33%). Kongresni hoteli imaju prosječan ostanak od 2 noćenja, dok generički hoteli imaju nešto duži prosječan boravak od 2,7 noćenja.

Venice Convention Centre

Venice Convention centar sastoji se od 3 individualna objekta: dvije povijesne građevine Palazzo del Cinema i Palazzo del Casino te moderna arena Palagalileo. Zajedno, ovi prostori imaju kapacitet od 3.000 delegata. Centar je poznat po održavanju Venice Film Festivala.



Izvor: www.veniceconvention.com

Karakteristike centra:

- Centar je jedinstven na području Venecije jer pruža mogućnost održavanja poslovnih skupova preko 1.000 delegata
- Palazzo del Cinema sastoji se od 4 kata koji mogu primiti ukupno 1.017 delegata u najvećoj dvorani. Ovaj je prostor spojen tunelom sa zgradom Palazzo del Casino. Osim glavne dvorane, ovaj objekt raspolaže sa 8 dvorana za sastanke te fleksibilnim izložbenim prostorom.

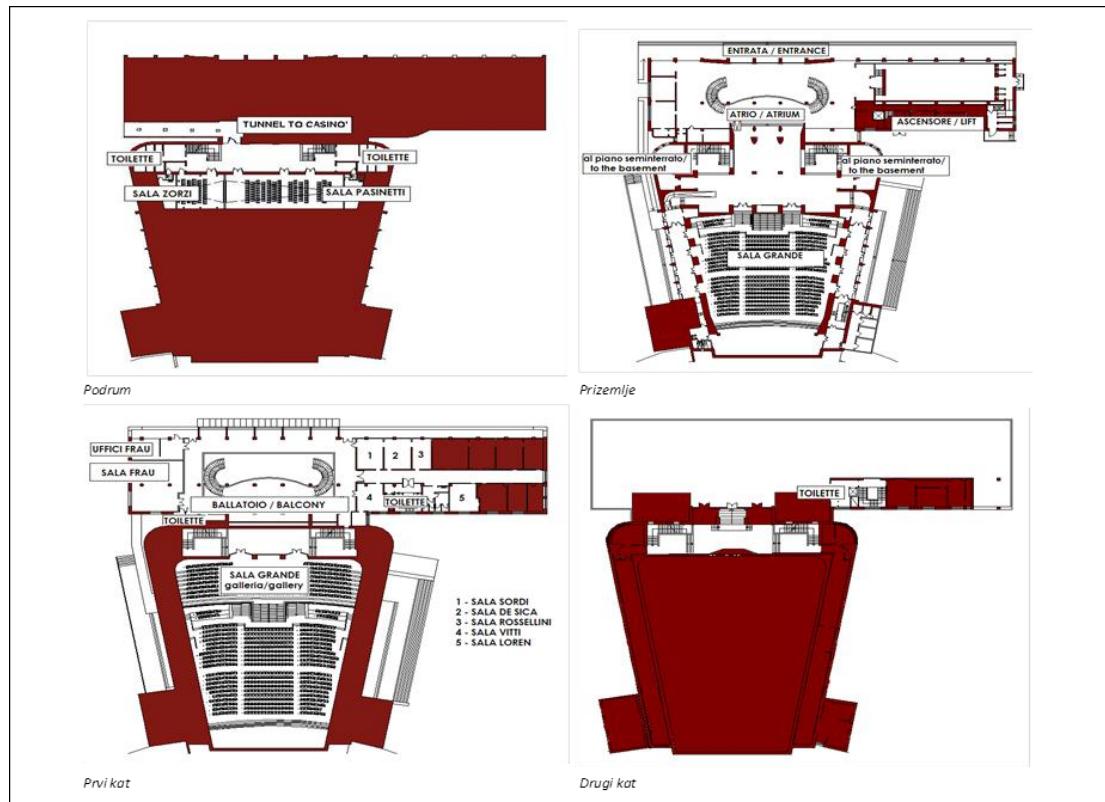
- Palazzo del Casino je idealan za organizaciju gala večera i izložbi, a u banketnom postavu prima do 600 delegata. Izložbeni prostor prostire se na više od 3.000 m².
- Najveća dvorana unutar Venice Convention centra je Palagalileo ili arena koja u najširem postavu prima do 1.500 delegata.
- Osim konvencija i kongresa, Venice Convention pruža usluge organizacije manjih sastanaka, gala večera, koncerata, festivala, itd. Prostorima upravlja poduzeće Helloworld, u vlasništvu gradskog vijeća Venecije.

Specifikacija kapaciteta Venice Convention centra dana je u nastavku:

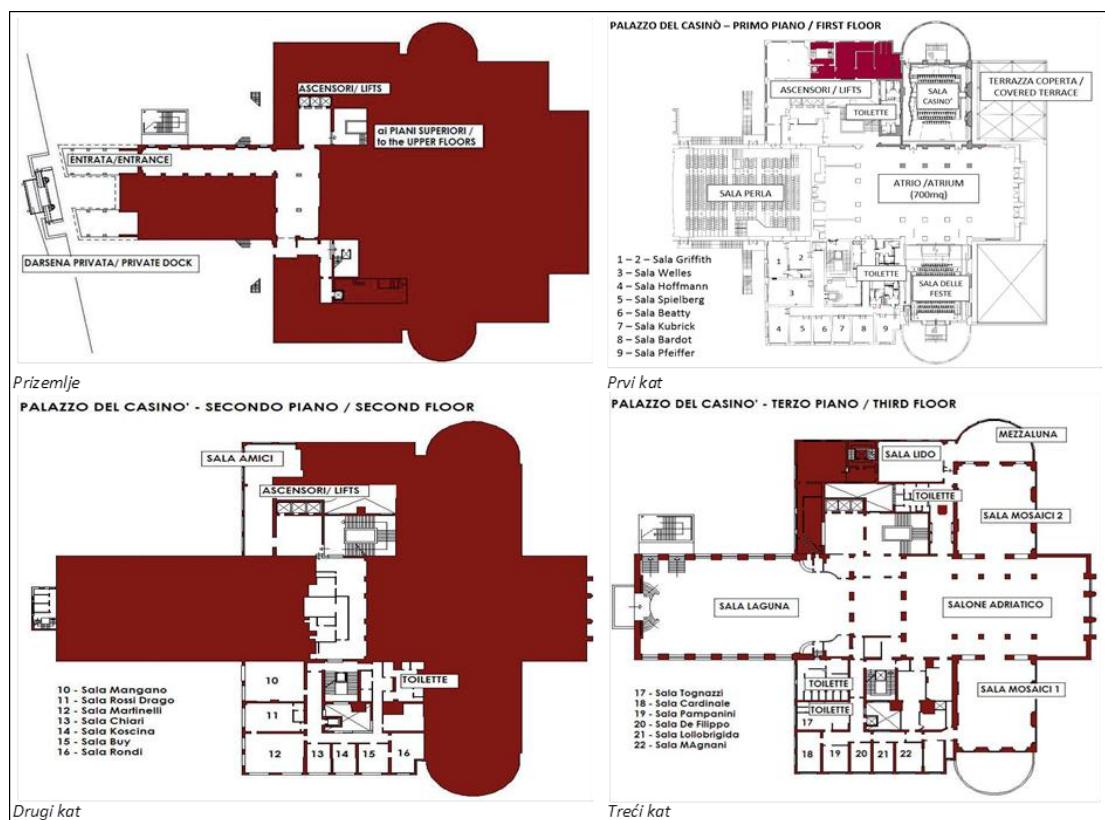
Ime centra	Venice Convention									
Lokacija	Veneza, Italija									
Ukupna površina	8.000 m ²									
Površina komercijalnog prostora	n/a									
Površina izložbenog prostora	830 m ²									
Funkcionalne dvorane	Dvorane	Danje svjetlo	Površina (m ²)	Visina stropa (m)	Teatre style	Banquet	Boardroom	U-Shape	Classroom	Cocktail
Palazzo del Cinema										
Kongresna dvorana	ne	743	n/a	1,032	-	-	-	-	-	
Dvorana za sastanke 1	ne	151	n/a	120	-	-	-	-	-	
Dvorana za sastanke 2	ne	63	n/a	48	-	-	-	-	-	
Dvorana za sastanke 3	da	30	n/a	70	-	-	30	25	-	
Dvorana za sastanke 4	da	30	n/a	20	-	16	13	-	-	
Dvorana za sastanke 5	da	30	n/a	-	-	14	8	6	-	
Dvorana za sastanke 6	da	42	n/a	-	40	21	9	8	-	
Dvorana za sastanke 7	da	32	n/a	25	-	20	13	-	-	
Dvorana za sastanke 8	da	31	n/a	20	-	16	-	-	-	
Terasa	da	1.258	n/a	-	800	-	-	-	1,200	
Izložbeni prostor	ne	830	n/a	-	-	-	-	-	-	
Palazzo del Casino										
Dvorana za sastanke 1	n/a	30	n/a	25	-	25	23	-	-	
Dvorana za sastanke 2	n/a	55	n/a	60	-	26	24	30	-	
Dvorana za sastanke 3	n/a	35	n/a	40	-	25	23	-	-	
Dvorana za sastanke 4	n/a	28	n/a	20	-	16	16	-	-	
Dvorana za sastanke 5	n/a	20	n/a	10	-	16	14	-	-	
Dvorana za sastanke 6	n/a	23	n/a	10	-	16	14	-	-	
Dvorana za sastanke 7	n/a	30	n/a	16	-	20	16	-	-	
Dvorana za sastanke 8	n/a	24	n/a	25	-	16	14	-	-	
Izložbeni prostor	da	252	n/a	150	-	-	-	-	-	
Kongresna dvorana	ne		n/a	594	-	-	-	-	-	
Natkrivena terasa	da	250	n/a	-	-	-	-	-	-	
Banketna dvorana	da	350	n/a	-	-	-	-	-	-	
Palagalileo										
Kongresna dvorana	da	-	n/a	1,500	-	-	-	-	-	
n/a - podatak nije dostupan										

Tlocrti Venice convention centra

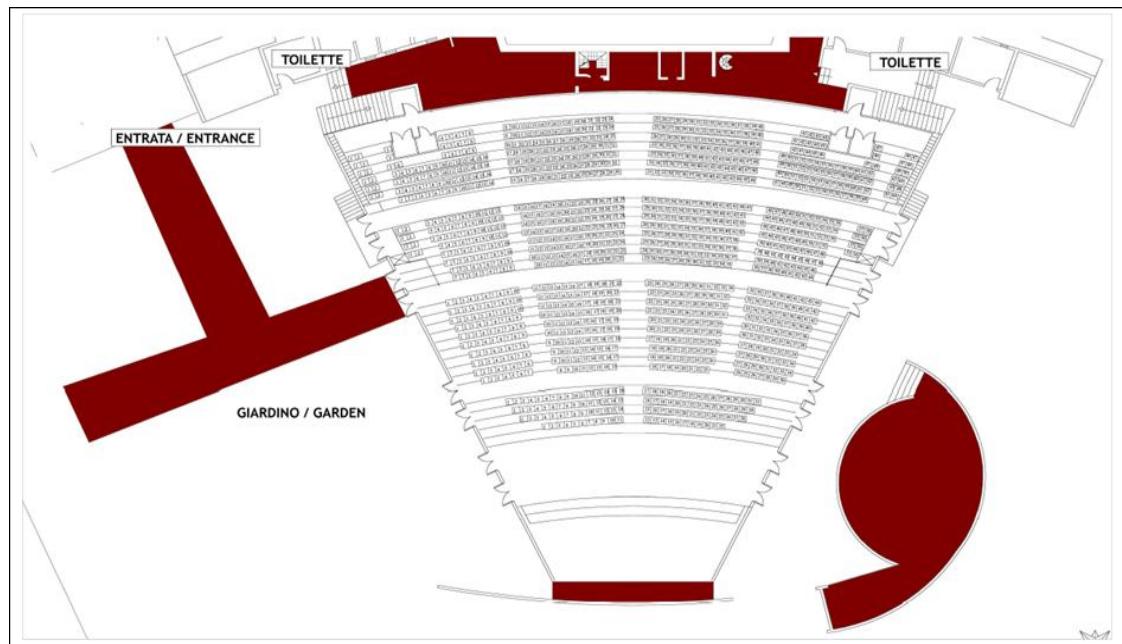
Palazzo di Cinema:



Palazzo di Casino:



Papagalileo:



Hotelski smještajni kapaciteti

U blizini Venice Convention centra nalazi se 1.600 smještajnih jedinica u hotelima ranga od 2 zjvezdice do luksuznih hotela. Kako bi upotpunili kongresnu ponudu i olakšali posao profesionalnim organizatorima poslovnih skupova, Venice Convention centar se povezao sa svim hotelima na otoku Lidu te su tako osigurali preferencijalne cijene smještaja, standardizirane ugovore, minimalne kvote soba i transfere do centra.

3.3.2 El Batel Convention Center

Cartagena

Cartagena je moderan lučki grad smješten na jugo-istočnoj obali Španjolske. Grad ima oko 218.000 stanovnika, a smješten je na površini od 558 km². U zadnjih desetak godina, grad je postao popularna turistička destinacija zahvaljujući kulturnom i povijesnom nasleđu kao i modernim vizurama nastalim u ranijoj povijesti.



Izvor: Horwath HTL obrada, www.google.com

Prometna povezanost

Najблиža zračna luka nalazi se 34 km sjeveroistočno od grada. Luka Murcia – San Javier je međunarodnog karaktera, iako ne opslužuje velik broj letova i destinacija. Ova zračna luka u 2013. godini zabilježila je smanjenje u broju putnika za 3%, s prometom od 1,1 milijun putnika u cijeloj godini. Investicije u obnovu zračne luke nisu planirane, s obzirom da se putnički promet trebao u 2013. godini preusmjeriti na novootvorenu zračnu luku Corvera, no u 2014. luka još uvijek nije puštena u promet. Puštanje u promet zračne luke Corvera je planirano u 2015. godini⁶⁶. S obzirom da je Cartagena postala turistička destinacija u zadnjih desetak godina, zračna luka je sezonalnog karaktera i opslužuje charter letove u sezoni te nekoliko nisko-tarifnih kompanija. Trenutno 8 avio prijevoznika povezuje ovu zračnu luku sa slijedećim europskim destinacijama: Bristol (UK), Bruxelles (Belgija), London (UK). Osim sa tri europske destinacije, Cartagena je povezana i sa Madridom. Stoga se zaključuje kako Cartagena nema zadovoljavajuću dostupnost putem vlastite zračne luke, nego se još uvijek oslanja na udaljenije regionalne zračne luke, poglavito Alicante.

Po udaljenosti druga zračna luka Cartagene je Alicante, 6. po veličini u Španjolskoj. Od Cartagene je udaljena 121 km. U 2013. godini Alicante zračna luka primila je 9,9 milijuna putnika, što je za 9% više nego u 2012. S obzirom da je turizam glavna gospodarska grana te regije, 80% svih putnika su stranci, a najviše ih dolazi iz Ujedinjenog Kraljevstva, Njemačke i Nizozemske.

Ova zračna luka je baza avio kompanija Jet2.com, Norwegian Air Shuttle, Ryanair i Vueling. Najveći broj putnika dolazi avio kompanijom Ryanair.

Redovni letovi sa Alicante zračne luke su slijedeći: Dublin, Alžir, Oran, Berlin, Dusseldorf, Frankfurt, München, Palma de Mallorca, Stuttgart, Zürich, Madrid, Tenerife, London, Bruxelles, Belfast, Bristol, Edinborough, Glasgow, Hamburg, Liverpool, Manchester, Newcastle, Rim, Basel, Ženeva, Exeter, Southampton, Bilbao, Ibiza, East Midlands, Leeds, Antwerp, Charleroi, Liege, Osten, Birmingham, Bournemouth, Bergamo, Billund, Bremen, Cologne, Bonn, Eindhoven, Gdansk, Gothenburg, Hahn, Karlsruhe, Baden-Baden, Krakow, Maastricht, Memmingen, Rygge, Sandefjord, Stockholm, Warsawa, Wezze, Oslo, Stavanger, Moscow, Cardiff, Amsterdam, Rotterdam, Katowice, Saint Petersbourg, Barcelona, Bilbao, Copenhagen, Oran, Paris, Santander.

⁶⁶ Sukladno službenoj internetskoj stranici, dostupno na: http://www.airm.es/en/pasajeros_2.php

Sezonski letovi: Cork, Minsk, Edinborough, Glasgow, Burgos, Zurich, Birmingham, Tenerife, Menorca, Humberside, Ålesund, Billund, Harstad/Narvik, Karlstad, Molde, Turku, Umeå, Moscow, Saint Petersburg, Reykjavík-Keflavík, Derry, Kerry, Knock, Shannon, Aarhus, Beauvais, Katowice, Kaunas, Nuremberg, Västerås, Wrocław, Bergen, Copenhagen, Gothenburg-Landvetter, Kristiansand, Trondheim, Belfast, East Midlands, Newcastle, Bukurešť, Budimpešta, Varšava i Venecija.

El Batel centar je dostupan i putem željeznice te autocestama A7, AP7 te A30.

Turizam u Cartageni

Turizam u Cartageni oslanja se na pogodnosti mediteranskog podneblja, turistički proizvod sunca i mora te na bogatu povijest i drevne ostatke. Okosnica grada je promenada uz koju su vezani brojni restorani i barovi te marina. U prošlosti je Cartagena bila strateški važna brojnim civilizacijama koje su prošle kroz njeno područje, pa o njihovim prisutnostima svjedoče brojni ostaci kao što su Rimski amfiteatar kao i brojni spomenici koji datiraju iz vremena Feničana, Rimljana, Bizanta, itd. Zbog kulturnih spomenika, Cartagena je i na mediteranskim kruzing rutama. Zbog sve većeg broja posjetitelja, Cartagena aktivno radi na podizanju destinacije i unaprijeđenju turističke ponude.

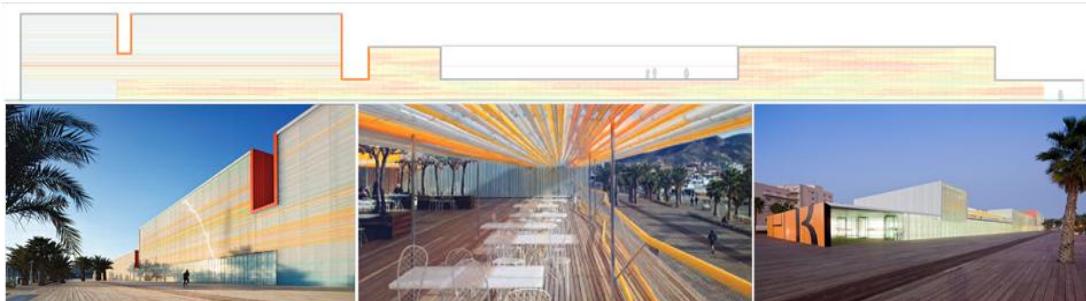
Gradić Cartagena je u 2013. godini zabilježila ukupno 114.000 dolazaka i 546.000 noćenja što predstavlja povećanje od 10% u dolascima i 7% u noćenjima u odnosu na 2009. godinu.

Kongresni turizam u Cartageni

U 2013. godini, u Cartageni se održalo ukupno 58 poslovnih skupova na kojima je sudjelovalo oko 9.000 delegata.

El Batel kongresni centar

El Batel kongresni centar otvoren je 2012. godine. Ukupna investicija u centar iznosi je 34,5 milijuna EUR. Zgrada centra predstavlja arhitektonsku revoluciju u Cartageni, inspiriranu primorskim podnebljem Cartagene. Arhitekturu centra potpisuje madridski studio Selgas Cano. Lokacija centra je neposredno na obali, uz marinu i na glavnoj promenadi grada. Eksterijer centra je inspiriran ravnim linijama i brodskim kontejnerima.



Južna strana

Karakteristike centra:

- centar se prostire na 18.500 m², a odjednom može primiti 2.800 delegata u 9 dvorana
- najveća dvorana ima smještajni kapacitet od 1.400 delegata na tri kata. Ova dvorana je smještena ispod morske površine, što stvara harmoničnu atmosferu i osjećaj zarona u dvoranu.
- uz glavnu dvoranu, tu je i manja kongresna dvorana kapaciteta 444 delegata, dvorane za sastanke (7 dvorana ukupnog kapaciteta 690 delegata), te izložbeni prostor (600m²).
- multifunkcionalne dvorane su djeljive i spojive panelima, stoga zadovoljavaju potrebe manjih i većih sastanaka te manjih konferencijskih događaja

Specifikacija sadržaja unutar centra dana je u nastavku:

Ime centra	El Batel									
Lokacija	Cartagena, Španjolska									
Ukupna površina	18.500 m ²									
Površina komercijalnog prostora	5.628 m ²									
Površina izložbenog prostora	1.800 m ²									
Funkcionalne dvorane	Dvorane	Danje svjetlo	Površina (m ²)	Visina stropa (m)	Teatre style	Banquet	Boardroom	U-Shape	Classroom	Cocktail
Kongresna dvorana I	Kongresna dvorana I	da	n/a	16 - 20	1,401	-	-	-	-	-
Kongresna dvorana II	Kongresna dvorana II	da	n/a	17	444	-	-	-	-	-
Dvorana za sastanke 1	Dvorana za sastanke 1	da	83	3	80	-	-	26	40	-
Dvorana za sastanke 2	Dvorana za sastanke 2	da	87	3	80	-	-	26	40	-
Dvorana za sastanke 3	Dvorana za sastanke 3	da	87	4	80	-	-	26	40	-
Dvorana za sastanke 4	Dvorana za sastanke 4	da	83	5	80	-	-	26	40	-
Dvorana za sastanke 5	Dvorana za sastanke 5	da	83	5	80	-	-	26	40	-
Dvorana za sastanke 6	Dvorana za sastanke 6	da	94	5	80	-	-	26	40	-
Dvorana za sastanke 7	Dvorana za sastanke 7	da	81	4	80	-	-	26	40	-
Izložbeni prostor	Izložbeni prostor	da	600	2,5 - 5,0	-	600	-	-	-	450
Lobby/izložbeni prostor	Lobby/izložbeni prostor	da	1.200	n/a	-	-	-	-	-	-
n/a - podatak nije dostupan										

Tlocrti El Batel centra



Prizemlje



Prvi kat



Izvor: www.auditorioelbatel.es

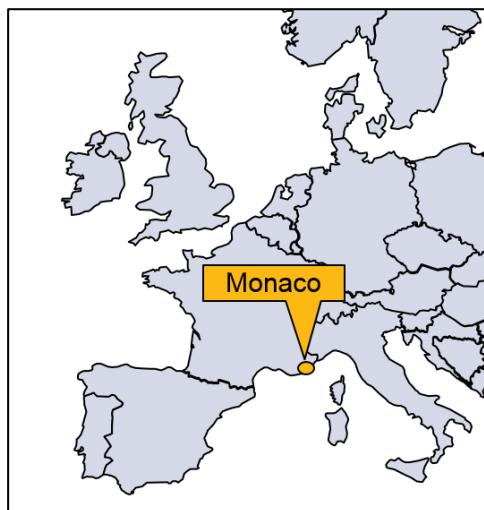
Hotelski smještajni kapaciteti

U radijusu jednog kilometra od El Batel kongresnog centra postoji ukupno 7 hotela sa 691 sobom. Tri hotela spadaju u kategoriju 4* dok su četiri hotela unutar segmenta 3*. Dva hotela pripadaju međunarodnom brendu – NH Hotels. Iako u radijusu od 1 km nema hotela unutar segmenta 5 zvjezdica, u široj okolini Cartagene se nalaze 4 spa i golf resorta.

3.3.3 Grimaldi Forum kongresni centar

Monaco

Monaco je druga najmanja država na svijetu. Prostire se na površini od 2.2 km² i ima obalnu liniju dugu 3.829 m. Monaco ima 32.000 stanovnika i 125 nacija. Ova destinacija je poznata po luksuznim sadržajima, smještaju i događanjima.



Izvor: Horwath HTL obrada, www.google.com

Prometna povezanost

Najbliža zračna luka nalazi se u Nici, 25 km od centra Grimaldi Forum. Zračna luka Cote d'Azur je međunarodnog karaktera i povezuje jug Francuske sa više od 100 destinacija sa 60 avio prijevoznika. U 2013. godini zračna luka zabilježila je preko 11,5 milijuna putnika, što predstavlja povećanje od 3,3% u odnosu na 2012. Preko 60% svih putnika su stranci, a glavna tržišta osim Europe, čine New York i Bliski Istok. Top 20 destinacija su Pariz, London, Ženeva, Amsterdam, Bruxelles, Frankfurt, Zürich, Kopenhagen, Rim, Lyon, München, Lille, Dubai, Barcelona, Nantes, Stockholm, Bordo, Oslo, Beč i Toulouse.

Osim putem zraka, Monaco je povezan sa Europom autocestom A8, te željeznicom sa Francuskom i obližnjom Italijom.

Turizam u Monacu

Turizam je jedan od glavnih generatora prihoda u Monacu, a najveći generatori turističkih noćenja su poslovni i odmorišni gosti. U 2013. godini je zabilježeno je oko 900.000 noćenja i oko 345.000 dolazaka, što predstavlja rekord u ostvarenim turističkim noćenjima, sa rapidnim porastom noćenja sa ruskog tržišta. Prosječno vrijeme zadržavanja u destinaciji iznosilo je 2,6 noćenja. Top tri tržišta su i dalje Francuska, Ujedinjeno Kraljevstvo i Italija. Velik broj noćenja generiran je od strane MICE gostiju, zahvaljujući velikom broju organiziranih poslovnih skupova. Monaco raspolaže sa 13 hotela i 643 hotelske sobe.

Kongresni turizam u Monacu

U 2013. godini, u Monacu je održan 551 poslovni skup. Podatak o ukupnom broju sudionika nije dostupan. U 2012. godini u Monaco je zabilježio 714 poslovnih skupova, dok je na njima ukupno sudjelovalo 57.486 sudionika. Sudionici su generirali 160.568 noćenja, što je oko 30% u ukupnim turističkim noćenjima Monaca u 2012. godini. Prosječna duljina boravka sudionika iznosila je 2,79 dana. Najveći broj skupova održala se u lipnju i listopadu, dok je najzastupljenija industrija bila medicina, farmacija i kozmetika. U prosjeku se u Grimaldi Forumu održi godišnje do 80 događanja sa ukupno oko 200.000 delegata.

Grimaldi Forum kongresni centar

Grimaldi Forum kongresni centar smješten je na samoj obali Monaca. Centar se prostire na 35.000 m² koji su podijeljeni na 3 kongresne dvorane, 2 izložbena prostora, atraktivni prostor za održavanje evenata, zabava i gala večera, te 8 multifunkcionalnih dvorana sa mogućnošću pregrade prostora. U svojim dvoranama može smjestiti ukupno 3.000 sudionika. S obzirom na multifunkcionalnost dvorana, centar može uđovoljiti zahtjevima od manjih sastanaka do velikih kongresa. Grimaldi Forum je jedan od prvih europskih kongresnih centara koji je dobio ISO certifikat 14001:2004 za ekološki menadžment. U njegovoj izgradnji sudjelovala su dva arhitekta – Frederic Genin i Fabrice Notari, Danas centar služi za organizaciju svih važnijih poslovnih i kulturnih događaja u Monacu.

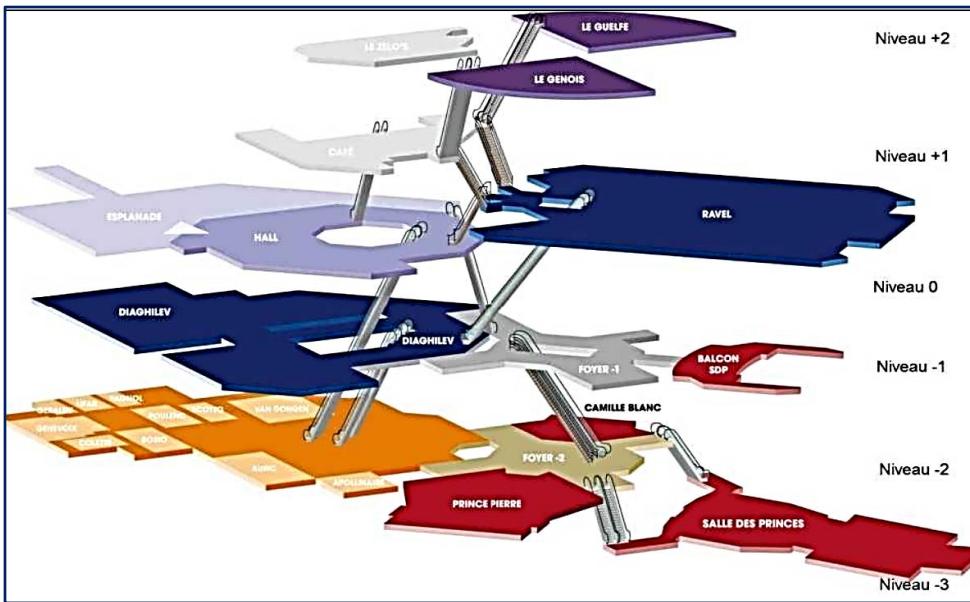


Izvor: Google

Specifikacija kapaciteta Grimaldi Foruma dana je u nastavku:

Ime centra	Grimaldi Forum									
Lokacija	Monaco									
Ukupna površina	35.000 m ²									
Površina komercijalnog prstora	11.800 m ²									
Površina izložbenog prostora	8.150 m ²									
Funkcionalne dvorane	Dvorane	Danje svjetlo	Površina (m ²)	Visina stropa (m)	Teatre style	Banquet	Boardroom	U-Shape	Classroom	Cocktail
Kongresna dvorana I	ne	1.015	11,0 - 22	3.600	-	-	-	-	-	-
Kongresna dvorana II	ne	400	8,0 - 10,0	800	-	-	-	-	350	-
Kongresna dvorana III	ne	190	4,9 - 5,5	407	117	-	-	-	-	-
Izložbeni prostor I	da	4.205	8	-	2.000	-	-	-	-	3.000
Izložbeni prostor II	da	3.901	2,9 - 4	-	1.400	-	-	-	-	2.000
Prostor za evenete/večere	da	1.180	3,2 - 3,7	-	-	-	-	-	-	-
Dvorana za sastanke 1	ne	94	3	102	-	42	33	60	-	-
Dvorana za sastanke 2	ne	191	3	220	-	72	63	108	-	-
Dvorana za sastanke 3	ne	131	4	144	-	48	39	84	-	-
Dvorana za sastanke 4	ne	69	4	50	-	24	21	24	-	-
Dvorana za sastanke 5	ne	192	4	200	-	54	45	90	-	-
Dvorana za sastanke 6	ne	52	4	53	-	30	24	24	-	-
Dvorana za sastanke 7	ne	95	4	102	-	30	27	36	-	-
Dvorana za sastanke 8	ne	53	4	56	-	30	27	30	-	-
n/a - podatak nije dostupan										

Tlocrti Grimaldi Forum centra



Izvor: www.ibtmworld.com

Hotelski smještajni kapaciteti

Unutar radijusa 1 km od centra nalazi se 1.500 hotelskih soba, uz još 2.670 hotelskih soba u radijusu 5 km. Monaco raspolaže sa ukupno 14 hotela i 2.508 smještajnih jedinica. Najveći broj smještajnih jedinica spada u kategoriju 4 i 5 zvjezdica.

3.3.4 Mediterranean Conference Center

Valletta

Valletta je glavni grad Malte i zauzima centralno-istočni dio otoka. Ukupan broj stanovnika prelazi nešto više od 6.500. Grad se prostire na samo 800 m². Grad je od 1980. Godine pod UNESCO zaštitom kao mjesto svjetske baštine.



Izvor: Horwath HTL obrada, www.google.com

Prometna povezanost

Valletta je međunarodne zračne luke Malta udaljena 8 km. U 2013. Godini ova zračna luka zabilježila je preko 4 milijuna putnika, što je povećanje od 38% u odnosu na 2009. godinu. Ova zračna luka nema značajno izraženu sezonalnost letova. Najveći broj putnika (25%) zabilježen je u ljetnim mjesecima srpnju i kolovozu, dok u periodu od lipnja do listopada ova zračna luka generira oko 55% ukupnog broja putnika. Najveći broj putnika u 2013. stigao je iz Ujedinjenog Kraljevstva, Italije, Njemačke i Francuske. Valletta je direktno povezana sa 68 destinacija, od toga 4 destinacije izvan Europe - Afrika i Bliski istok). Ukupno 22 destinacije su sezonskog karaktera, odnosno imaju obustavu letova od studenog do ožujka. U zračnu luku Malta slijćeće ukupno 40 avio prijevoznika. Najveći broj putnika na otok dolazi Air Maltom (1/4 ukupnog broja), dok Ryanair sa više od 900.000 putnika u 2013. zauzima prvo mjesto u broju putnika u kategoriji niskotarifnih prijevoznika, te drugo mjesto po ukupnom broju putnika. Na trećem mjestu prema broju putnika nalazi se prijevoznik EasyJet. Osim navedenih, u top 10 avio kompanija po broju prevezenih putnika spadaju i Lufthansa, Alitalia, Emirates, Vueling Airlines, Air Berlin, Norwegian Air Shuttle, Jet Time.

Isto tako, Valletta je dostupna i putem Grand Harbour morske luke. Malta je redovnim trajektnim linijama povezana sa jugom Italije.

Turizam na Malti

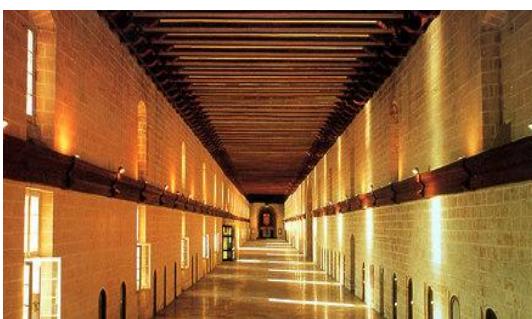
Malta je diversificirala svoj turistički portfelj, pa se u glavne turističke proizvode ubrajaju obalni turizam, jedrenje/kruzing, kulturni turizam, MICE turizam, studijski posjeti (učenje jezika) i avanturistički turizam. Malta je u 2013. godini zabilježila preko 12,8 milijuna turističkih noćenja. Ukoliko taj broj usporedimo sa prethodnom godinom, bilježi se povećanje od čak 9%. Prosječna duljina boravka je 8,1 noć. Najveći broj turističkih noćenja prati glavni turistički proizvod sunca i mora i ostvaruje se tokom tri ljetna mjeseca od lipnja do kolovoza. Pet glavnih tržišta predstavljaju Ujedinjeno Kraljevstvo, Italija, Njemačka, Francuska i Skandinavija. Malta raspolaže sa ukupno 123 hotela i 32.800 hotelskih kreveta. Najveći broj hotela spada u kategoriju 3 zvjezdice, dok je segment 4 zvjezdice na drugom mjestu. U hotelskom smještaju najveći broj noćenja generiraju hoteli u segmentu 4 zvjezdice. Glavno prijevozno sredstvo turista je avion (preko 97%).

Kongresni turizam na Malti

U 2013. godini zabilježeno je ukupno 195.049 dolazaka vezanih uz MICE turizam. U dolascima je zamjetan trend volatilnosti u dolascima. U 2013. godini je primjetan pad u broju dolazaka delegata, dok je u 2012. Primjetan rast u odnosu na 2011. Glavna tržišta delegata su Italija (preko 20%), UK, Njemačka, Francuska i Skandinavija.

Mediterranean Conference Centre

Konferencijski centar Mediterranean nalazi se u povijesnoj građevini koja danas predstavlja jedan od najznačajnijih simbola Vallette. Konferencijski centar smješten je nadomak glavne gradske luke Grand Harbour. Građevina je u svrsi konferencijskog centra od 1978. godine. Iako obnavljana u nekoliko faza kroz stoljeća, zgrada je uspjela sačuvati jedinstveni povijesni karakter uklopljen u modernu tehnologiju koje suvremene dvorane za organiziranje poslovnih skupova moraju imati.



Izvor: www.mcc.com



Karakteristike centra:

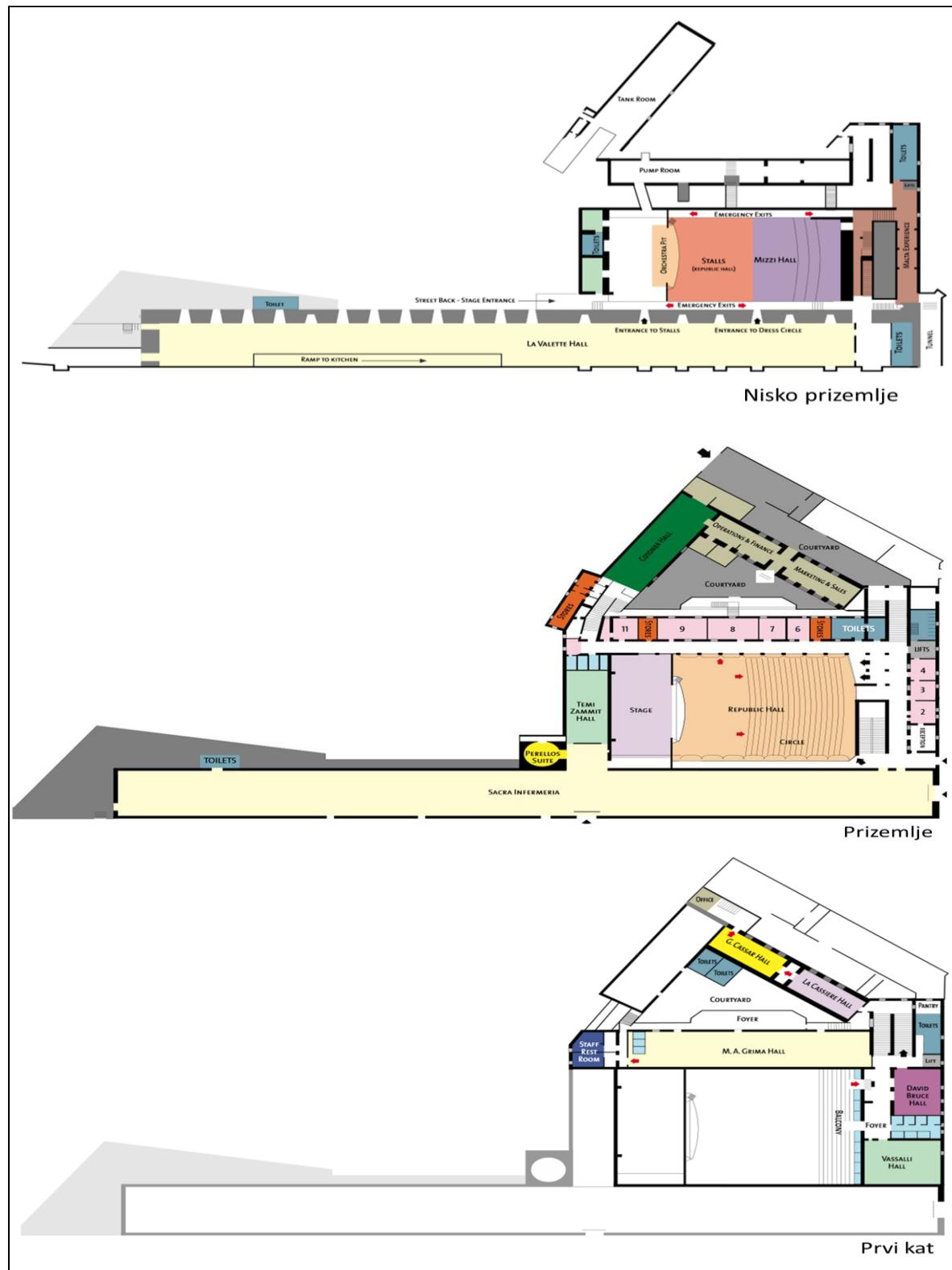
- Najveći auditorij na Malti – 1.400 delegata u teatralnoj postavi;
- Centar raspolaže sa ukupno 20 prostorija za organizaciju poslovnih skupova – od toga su 2 veće kongresne dvorane sa auditorijem, jedna manja kongresna dvorana, izložbeni prostor i banketni prostor, dok ostale dvorane služe za organizaciju manjih sastanaka;
- Izložbeni prostor prostire se na 1.700 m² i ujedno je najveća dvorana unutar centra;
- Banketna dvorana se prostire na 1.500 m²;
- Osim konvencija i kongresa, centar pruža usluge organizacije manjih sastanaka, gala večera, kazališnih predstava, festivala, vjenčanja, itd. Prostorima upravlja Ministarstvo turizma Malte.

Specifikacija kapaciteta Mediterranean Conference centra dana je u nastavku:

Ime centra	Mediterranean Conference Center									
Lokacija	Valletta, Malta									
Ukupna površina	7.000 m ²									
Površina komercijalnog prostora	5.360 m ²									
Površina izložbenog prostora	1.705 m ²									
Funkcionalne dvorane	Dvorane	Danje svjetlo	Površina (m ²)	Visina stropa (m)	Teatre style	Banquet	Boardroom	U-Shape	Classroom	Cocktail
Kongresna dvorana 1	Kongresna dvorana 1	ne	728	19	1.400	-	100	100	200	-
Kongresna dvorana 2	Kongresna dvorana 2	ne	360	3	450	250	100	-	250	500
Kongresna dvorana 3	Kongresna dvorana 3	ne	180	8	230	-	50	40	60	-
Izložbeni prostor	Izložbeni prostor	da	1.705	11	1.920	1.500	-	-	-	2.500
Banketna dvorana	Banketna dvorana	ne	1.500	5	1.440	900	-	-	-	1.500
Dvorana za sastanke 1	Dvorana za sastanke 1	ne	154	3	150	-	50	38	70	-
Dvorana za sastanke 2	Dvorana za sastanke 2	ne	108	4	90	-	-	21	35	30
Dvorana za sastanke 3	Dvorana za sastanke 3	n/a	175	15	200	130	58	53	96	200
Dvorana za sastanke 4	Dvorana za sastanke 4	da	78	7	60	60	20	20	30	100
Dvorana za sastanke 5	Dvorana za sastanke 5	n/a	78	7	60	60	20	20	30	100
Dvorana za sastanke 6	Dvorana za sastanke 6	da	52	5	45	-	18	16	20	-
Dvorana za sastanke 7	Dvorana za sastanke 7	n/a	33	5	-	-	-	-	-	-
Dvorana za sastanke 8	Dvorana za sastanke 8	n/a	29	5	24	-	12	9	15	-
Dvorana za sastanke 9	Dvorana za sastanke 9	n/a	31	5	24	-	12	9	15	-
Dvorana za sastanke 10	Dvorana za sastanke 10	n/a	21	5	20	-	12	-	6	-
Dvorana za sastanke 11	Dvorana za sastanke 11	n/a	23	5	28	-	14	12	10	-
Dvorana za sastanke 12	Dvorana za sastanke 12	n/a	18	5	15	-	10	-	5	-
Dvorana za sastanke 13	Dvorana za sastanke 13	n/a	38	5	32	-	18	15	15	-
Dvorana za sastanke 14	Dvorana za sastanke 14	n/a	27	5	32	-	14	12	15	-
Poslovni centar	Poslovni centar	n/a	31	4	-	-	-	-	-	-

n/a - podatak nije dostupan

Tlocrti Mediterranean centra



Izvor: Horwath HTL obrada, Mediterranean Conference Center

Hotelski smještajni kapaciteti

U blizini Mediterranean Conference centra nalaze se 6 hotela sa ukupno 707 soba. Najveći broj soba nalazi se u segmentu 5 zvjezdica (čak 560). Distribucija hotela unutar segmenata je slijedeća: 2 hotela u segmentu 5 zvjezdica, 1 hotel sa 4 zvjezdice, 2 hotela sa tri zvjezdice i jedan hotel sa dvije zvjezdice.

3.4 IMPLIKACIJE NA PROJEKT

Ključni pokazatelji provedene analize su sljedeći:

LOKACIJA

- Svi analizirani centri nalaze se u razvijenim gradskim centrima, iako praksa omogućava i razvoj centara unutar gradskog gravitacijskog područja, preporuča se smještanje centra u okolini većeg broja smještajnih hotelskih kapaciteta;
- Samostalni objekti centralnih lokacija sa atraktivnim pogledima na geografske specifičnosti okruženja (more, rijeke, jezera, itd.). U slučaju centara koji su inkorporirani unutar gustog gradskog tkiva, važno je osigurati dobru prometnu protočnost, atraktivne poglede te okolicu.

ZRAČNE LUKE

- Međunarodna zračna luka u radijusu od 5 do 20 km od centra, uz iznimku Cartagene (Španjolska) gdje se zračna luka nalazi u radijusu od 30 km, odnosno 120 km (Alicante);
- Zračne luke u blizini centara ujedno najčešće predstavljaju i bazu niskotarifnih zračnih prijevoznika obzirom da rastući broj poslovnih putnika nema zadršku u korištenju usluga niskotarifnih prijevoznika u slučaju pružanja izravnih linija.

KARAKTERISTIKE CENTARA

- Dvije osnovne namjene kongresnog centra: prostori za kongrese/konferencije i sastanke (sale za sastanke, kongresne dvorane) i izložbeni prostor (manje izložbe, sajmovi, izlaganja proizvoda te u vidu višenamjenskog prostora za gala večere i prijemi);
- Generiranje velikog udjela poslovnih skupova koji se održavaju unutar destinacije – osnovni pokretač značajnijeg volumena poslovanja;
- Parking u neposrednoj blizini objekta ili u sklopu samog centra (garaža);
- Uglavnom javno vlasništvo (moguće i javno-privatno)
- Upravljački model se razlikuje od centra do centra, ali je ravnomjerno raspoređen između javnog i privatnog upravljanja;
- Većina centara ističe važnost suradnje sa lokalnim kongresnim uredima s ciljem promidžbe destinacije.

Sukladno provedenoj analizi, kao i bazi podataka Horwath HTL-a, na globalnoj razini možemo razlikovati kongresne centre temeljem ukupne veličine i to na način:

- Manji centri do 15.000 m²,
- Srednji centri od 15.000 do 25.000 m²,
- Veliki centri od 25.00 m² i više.

Obilježja	manje od 15.000 m ²	od 15.001 m ² do 25.000 m ²	više od 25.001 m ²
Broj nadzemnih etaža	1-3	1-3	1-5
Broj kongresnih dvorana	1-2	1-2	1-3
Broj dvorana za sastanke	5-10	7-15	10-35
Broj banketnih dvorana	1	1-2	1-7

Navedene veličine su indikativne, te ovise o individualnom tržišnom potencijalu svake promatrane destinacije.

SMJEŠTAJNA PONUDA U OKRUŽENJU

- Hoteli u blizini kongresnog centra su dominantno kategorije 4* i 5*, zavisno od destinacije ponekad su u većoj mjeri dostupni hoteli kategorija 3* i 4* (npr. španjolske destinacije);
- Na zapadnim (razvijenim gradskim/odmorišnim turističkim destinacijama) postoji značajan broj brendiranih hotela, no u mediteranskim destinacijama zamjećujemo kako je broj brendiranih objekata manji, te se ponuda smještaja više oslanja na reprezentativne individualne objekte (npr. u Monaku, Veneciji, Malti ili Cartageni).

OPĆI ZAKLJUČAK

- S ciljem potpunog sagledavanja analiziranih kongresnih centara/destinacija, u nastavku se nalazi usporedni prikaz pokazatelja relevantnih za donošenje zaključaka, posebice vezano uz veličinu kongresnih centara i dostup do destinacije.

	Adelaide Convention Centre	Cartagena de Indias CC	ICE Krakow	ACC Liverpool	Convention Center Dublin	Venice Convention	El Batel CC	Grimaldi Forum	MCC Valletta
Populacija	1,3 m	983.545	758.241	1,4 m	527.612	270.000	218.000	32.000	6.500
Kapacitet hotela unutar 1 km	2.730 soba	1.714 soba	1.657 soba	3.500 soba	1.800 soba	1.600 soba	691 soba	1.500 soba	707 soba
Veličina centra (m²)	n/a	n/a	36.000	41.016	39.567	8.000	18.500	35.000	7.000
Broj direktnih zračnih linija	23	13	59	59	78	52	4	103	68

Izvor: Horwath HTL, prosinac 2014.

- Zaključujemo kako se većina benchmark kongresnih centara (europska razina) nalazi u destinacijama koje imaju minimalno 50 izravnih zračnih linija prema domaćim i međunarodnim destinacijama. Pritom, velik broj destinacija ima dobru povezanost i putem niskobudžetnih zračnih prijevoznika.
- Kongresni centri koji nemaju značajniju izraženu izložbenu funkciju pokrivaju veličinu od 20.000 do 30.000 m². Centri veće površine imaju značajnog izložbenog prostora, što u slučaju Dubrovnika nije toliko izraženo. U budućoj perspektivi, izložbeni prostor će zasigurno trebati, no on neće biti potreban u opsegu kao što je to slučaj u destinacijama s razvijenom industrijom/gospodarskom/proizvodnom aktivnosti.
- Unutar kruga od 1 km oko kongresnog centra se uglavnom nalazi minimalno 1.000 i više hotelskih soba. Cilj je imati čim više soba unutar pješačke dostupnosti centra čime se značajno ublažavaju financijski i organizacijski zahtjevi za organizatora događanja.
- za kongresni centar unutar europskog kruga analiziranih centara je na razini destinacije potrebno minimalno 50 do 60 izravnih zračnih linija.



POGLAVLJE 4

SWOT analiza destinacije u kontekstu izgradnje kongresnog centra



Hotel, Tourism and Leisure

Koncept razvoja multifunkcionalnog kongresnog
centra Dubrovnik

4. SWOT ANALIZA DESTINACIJE U KONTEKSTU IZGRADNJE KONGRESNOG CENTRA

4.1 SMJEŠTAJNI KAPACITETI

Razvoj smještajnih kapaciteta na području grada Dubrovnika u zadnjih nekoliko godina uglavnom se odnosio na rast broja kreveta u privatnom smještaju dok se hotelski smještaj razvijao više u kvalitativnom a manje u kvantitativnom smislu.

Glavne prednosti smještajne ponude grada Dubrovnika:

- Skoro 50% svih turističkih kreveta spada u hotelski smještaj.
- 48% hotelskih kreveta u hotelima sa 4 i 5 zvjezdica što doprinosi kvaliteti destinacije.
- Najave hotelskih projekata koji će značajno podignuti kvalitetu destinacije u budućnosti.

Mane smještajne ponude u gradu Dubrovniku

- Mali broj brendiranih hotelskih objekata (strani/globalni hotelski brendovi).
- Neaktivirana državna imovina i turističke zone.

4.2 PROMETNA DOSTUPNOST

Prometna dostupnost jedan je od najvažnijih faktora prilikom odabira destinacije za organizaciju poslovnih skupova. S obzirom na veliki broj stranih delegata, i udaljenost Dubrovnika od cestovnih ruta srednje Europe, zračna luka Dubrovnik predstavlja glavnu kariku u lancu efikasne organizacije poslovnih skupova. Glavne prednosti prometne dostupnosti Dubrovnika su:

- Kontinuirano povećanje broja direktnih zračnih linija u sezoni.
- Obnova zračne luke iz fondova Europske unije prema svjetskim standardima kako bi zadovoljila kontinuirano povećanje volumena putnika.

Nedostaci prometne dostupnosti su slijedeći:

- Nedostatak direktnih zračnih linija u zimskom periodu.
- Izostanak značajnijih niskobudžetnih zračnih prijevoznika.

4.3 ATRAKTIVNOSTI I AKTIVNOSTI U DESTINACIJI

Kao jedan od faktora koji utječu na odabir destinacije, organizatori poslovnih skupova sve više uzimaju u obzir iskustva i doživljaje koje destinacija pruža sudionicima skupova, kao što su npr. izleti, razgledavanje, povjesna baština, sportske i adrenalinske aktivnosti, gastronomija i sl.

S aspekta atrakcija i aktivnosti koje su na raspolaganju sudionicima poslovnih skupova, Dubrovnik ima sljedeće prednosti:

- UNESCO svjetska kulturna baština.
- Uveden Dubrovnik Card sustav.
- Očuvana i atraktivna prirodna baština kao faktor duljeg ostanaka u destinaciji i snažniji razvoj incentiv putovanja/ponude.

Nedostaci Dubrovnika kada su u pitanju atraktivnosti i aktivnosti za sudionike skupova su sljedeće:

- Nedostatak zabavnih sadržaja i noćnih klubova. Trenutno u Dubrovniku posluje samo dva noćna kluba (Culture Club Revelin Dubrovnik te Latino Club Fuego) koji izvan ljetne sezone ne posluju tokom tjedna, te veliki broj barova.
- Nedostatak modernog trgovackog centra u regiji, čime se javlja i nedostatak *high-end* trgovina.
- Mali broj visoko kvalitetnih restorana, od kojih je većina zatvoreno van ljetne sezone. Uz to, često se javlja problem pružanja vrijednosti za novac.

4.4 DODATNI SADRŽAJI

Kako bi se destinacija uspješno pozicionirala na tržištu poslovnih skupova, ona treba prije svega raspolagati velikim kongresnim kapacitetima, po mogućnosti kongresnim centrom upečatljivog dizajna i primjerene lokacije. Uz kongresne kapacitete, kao dodatni sadržaji nužni za uspješnu organizaciju poslovnih sastanaka javljaju se dvorane za svečani prijem i gala večere, koje se po mogućnosti nalaze na atraktivnim lokacijama unutar destinacije.

S tog aspekta, prednosti su sljedeće:

- Veliki broj kulturnih i povijesnih ustanova, kao što su palača Sponza ili Gradsko kazalište Marina Držića, služi kao prostor za organizaciju skupova. Kao najnoviji primjer toga javljaju novo obnovljeni Lazareti, kompleks od 10 lađa koji bi prema najavama trebali postati novi dubrovački višenamjenski kulturni centar.

S ovog aspekta nedostaci su sljedeći:

- Javlja se nedostatak velikih prostora za organizaciju gala večera i svečanih prijema. Ne postoji prostor, van hotelskih objekata, koji bi mogao zaprimiti više od 400 sudionika, što je premalo za organizaciju većih skupova. Jedini objekti koji u ovom trenutku mogu zaprimiti maksimalnih 400 sudionika su Revelin i restoran Klarisa.

4.5 RASPOLOŽIVI STRUČNI KADROVI

Da bi se privukao što veći broj skupova, u destinaciji mora postojati kvalitetan i stručan kadar koji će promovirati destinaciju i upravljati konkurentnosti destinacije u usporedbi s globalnim konkurentima.

Prednosti:

- U Dubrovniku se nalazi veliki broj turističkih agencija i destinacijskih menadžment kompanija koje ujedno posluju i kao profesionalni organizatori kongresa. Privatni sektor raspolaže s dovoljnim brojem zaposlenika koji su profesionalno u mogućnosti zadovoljiti potrebe domaćih i stranih klijenata. Daljnjem razvojem poslovanja, očekuje se daljnja izobrazba i povećanje broja potrebnog kadra, posebice na razini privatnog sektora.
- Individualni hoteli i hotelske kuće raspolažu sa oformljenim i uhodanim prodajnim timovima za prodaju hotelskih kapaciteta za poslovne skupove.

Nedostaci:

- Na razini destinacije, ali i Hrvatske, ne postoji osobljje sposobljeno za stručno vođenje međunarodnog kongresnog centra, stoga će u perspektivi izgradnje i formiranja tima zaposlenika biti potrebno voditi brigu o privlačenju međunarodno relevantnog znanja i ekspertize u ovom području.
- Kongresni ured turističke zajednice Dubrovnik pruža ograničenu razinu potpore. Naime, dionici destinacije ističu nedostatak statistike, istraživanja kongresnog turizma, kvalitetnih nastupa na međunarodnim sajmovima, inovativnih materijala za sudionike događanja i slično.

4.6 DODATNI FAKTORI

Dubrovnik i neposredno okruženje odlikuju sljedeći dodatni faktori koji utječu na atraktivnost destinacije iz perspektive poslovnih skupova.

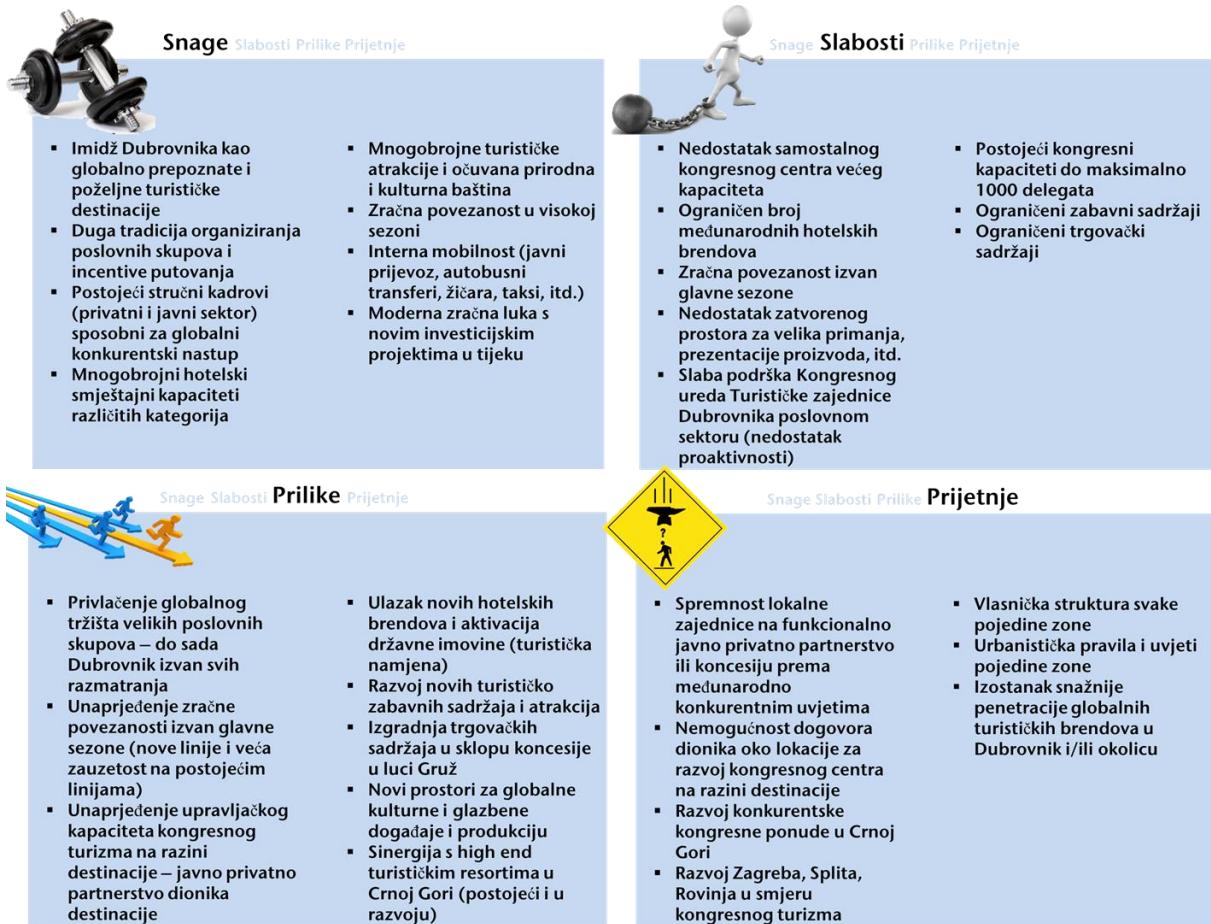
Prednosti:

- Dubrovnik je globalno najpoznatija hrvatska turistička destinacija.
- Razina sigurnosti u destinaciji je iznimno visoka. Osim sporadičnih kriznih situacija, ne postoje značajniji sistemski sigurnosni nedostatci.
- Dubrovnik kao destinacija na kružnim putovanjima dobiva značajnu vidljivost što se zasigurno pozitivno reflektira kroz daljni proces izgradnje i utvrđivanja imidža globalno relevantne destinacije.
- Čistoća i očuvanost prirodnih ljepota jedna je od stalnih konstanti.

4.7 SWOT MATRICA

Sve prethodne analitičke faze projekta možemo svesti pomoću SWOT matrice u sistem preglednih i jasnih snaga, slabosti, prilika i prijetnji iz perspektive potrebe razvoja novog višenamjenskog kongresnog centra Dubrovnik.

U nastavku donosimo pregled ključnih sastavnica SWOT analize.



Izvor: Horwath HTL, prosinac 2014.



POGLAVLJE 5

Procjena veličine, sadržaja,
funkcija i opremljenosti
multifunkcionalnog
kongresnog centra



Hotel, Tourism and Leisure

Koncept razvoja multifunkcionalnog kongresnog centra Dubrovnik

5. PROCJENA VELIČINE, SADRŽAJA, FUNKCIJA I OPREMLJENOSTI VIŠENAMJENSKOG KONGRESNOG CENTRA

Preporuke vezane uz veličinu, sadržaje, funkcije i opremljenost višenamjenskog kongresnog centra Dubrovnik iznesene u ovoj studiji predmet su procjene.

U slučaju odluke provedbe dalnjih koraka, potrebno je provesti tržišnu i finansijsku studiju izvodljivosti projekta u kojoj bi se u suradnji s potencijalnim partnerima postavili konkretni parametri temeljem kojih bi se izvela finansijska analiza projekta. Tako izvedena studija izvodljivosti predstavlja osnovu pregovora s potencijalnim partnerima projekta (mogući investitori, partneri iz privatnog sektora, partneri iz javnog sektora, mogući operatori kongresnog centra i ostale zainteresirane strane).

5.1 VELIČINA

Sukladno provedenim analitičkim koracima i procedurama, predlaže se sljedeća veličina višenamjenskog kongresnog centra Dubrovnik:

- 23.969,73 m² građevne bruto površine (GBP)
- Uz dodatak od 4.212 m² vanjskog funkcionalnog prostora

Uz to, predlažu se i sljedeće površine u funkciji višenamjenskog kongresnog centra:

- 1.800 m² vanjskog parking prostora za autobuse
- 27.500 m² podzemne garaže za automobile (1.100 parking mjesta)
- 4.000 m² prilaznih cesta
- 4.000 m² pješačkih površina i prostor trga
- 6.000 m² uređenih hortikulturnih površina

Preporučena katnost objekta iznosi Prizemlje + 2 etaže.

U nastavku donosimo prijedlog rasporeda veličina pojedine komponente kongresnog centra:

Prostor	Kapacitet	Jedinice	Podjeljeno	Neto m2	Ukupno neto m2 unutarnji	Vanjski prostori neto m2	Ukupno GBP m2 - unutarnji
Javne površine							
lobby/ foyer					400.00		
ulazni trg						2,000.00	
recepacija/ info punkt					80.00		
Lobby bar/ lounge					200.00	100.00	
garderober					224.40		
sanitarije	6			74.80	448.80		
prostor za prtljagu/ deposit					80.00		
kiosk/ shops/					200.00		
turooperatori / rent a car					150.00		
internet prostori	4			30.00	120.00		
komunikacije					380.64		
ukupno					2,283.84	2,100.00	2,626.42
Funkcionalni prostori							
Auditorium	2,500	1	2	3,250.00	3,250.00	325.00	
Recital hall	700	1		910.00	910.00	91.00	
Hall tip 1	800	2	3	1,040.00	2,080.00		
Hall tip 2	400	2	4	520.00	1,040.00		
Hall tip 3	150	2	4	195.00	390.00		
Hall tip 4	80	2	4	104.00	208.00		
Board rooms	50	10		75.00	750.00		
Exhibition prostor	2,000	1		3,600.00	3,600.00	720.00	
Banqueting	800	1		1,440.00	1,440.00	576.00	
komunikacije/ pre functions					2,050.20		
ukupno	7,480	22			9,478.20	1,712.00	10,899.93
Administracija							
uprava		10		15.00	150.00		
osiguranje/ vatrodjava		2		20.00	40.00		
služba prevođenja i režije		10		12.00	120.00		
arhiv					50.00		
komunikacije					62.00		
ukupno					422.00		485.30
Back of house							
<i>Kuhinje i barovi</i>							
glavna kuhinja- banquete i exhibition					1,512.00		
satelitski barovi					150.00		
spremišta kuhinje i barova					378.00		
<i>Domaćinstvo</i>							
spremišta opreme domaćinstva					40.00		
<i>Održavanje</i>							
tehnička služba održavanja		4		20.00	80.00		
kućni majstori/ radionice		2		40.00	80.00		
skladište održavanja/ arhiv		2		50.00	100.00		
skladište namještaja i opreme		3		200.00	600.00		
skladišta vanjske opreme		2		150.00	300.00		
<i>Osoblje</i>							
garderober i sanitarije osoblja		6		40.00	240.00		
blagovana osoblja					80.00		
<i>Otpad i ambalaža</i>							
kontejner za papir					80.00		
otpad					40.00		
bio otpad, hlađeno					20.00		
pet ambalaža					100.00		
<i>Dostava</i>							
prijem					6.00		
dostavna rampa, priručno skladište					120.00		
dostavno dvorište						400.00	
<i>Tehnički prostori</i>							
elektro oprema - trafo/ NN/agregat	3			10.00	30.00		
server/ vatreodjova	2			80.00	160.00		
kotlovnica/ strojarnica					2,500.00		
ostali tehnički prostori					600.00		
komunikacije back of house					1,443.20		
ukupno					8,659.20	400.00	9,958.08
Multifunkcionalni kongresni centar ukupno							
Parkiranje, vanjsko uređenje					20,843.24	4,212.00	23,969.73
Parking vanjski - autobusi		30		60.00		1,800.00	
Parking garaža - osobna vozila		1,100		25.00		27,500.00	
Prilazne ceste						4,000.00	
Pješачke površine/ trgovini						4,000.00	
Hortikultura						6,000.00	
ukupno						43,300.00	

Izvor: Procjena Horwath HTL, prosinac 2014.

5.2 SADRŽAJI

Osnovna namjena višenamjenskog kongresnog centra jest održavanje velikih, srednjih i malih događanja, te je stoga u pogledu sadržaja iznimno važno osigurati maksimalnu moguću fleksibilnost kapaciteta i namjena. Vodeći posebnu brigu o navedenom, u nastavku donosimo predložene **kongresne i izložbene sadržaje** kako slijedi:

- I glavna dvorana (auditorij) kapaciteta 2.500 delegata
- I dvorana za recitale (engl. *Recital hall*) kapaciteta 700 delegata
- 2 dvorane tip I kapaciteta po 800 delegata
- 2 dvorane tip 2 kapaciteta po 400 delegata
- 2 dvorane tip 3 kapaciteta po 150 delegata
- 2 dvorane tip 4 kapaciteta po 80 delegata
- 10 dvorana za sastanke (engl. *Board room*) kapaciteta od 10 do 50 delegata
- Izložbeni prostor od 3.600 m² te 720 m² vanjskog uređenog izložbenog prostora (osim izložbenog prostora, ova dvorana predstavlja višenamjenski prostor za velike gala večere, primanja, koktele – za do 2.500 osoba)
- Prostor za bankete od 1.440 m² te 576 m² vanjskog prostora (namjenski prostor za gala večere, primanja, koktele, tematske zabave kapaciteta 800 do 1000 osoba)

Uz navedene osnovne sadržaje, predviđen je niz **dodatnih sadržaja i prostora** kako slijedi:

- Unutarnje javne površine 2.283,84 m² neto prostora (*lobby/foyer*, recepcija, info punkt, lobby bar i lounge, garderobe, sanitarije, prostori za prtljagu, kiosci i trgovine, uredi za turooperatore/PCO/rent a car, Internet prostori/business centar, komunikacije). Unutarnje javne površine trebaju biti moderno dizajnirane na način da pružaju dovoljno fleksibilnog prostora kojise može prilagođavati različitim veličinama događanja. Uz to, unutarnje javne površine, zavisno o katnosti objekta, moraju omogućavati brzu i efikasnu vertikalnu komunikaciju (prohodna stepeništa, liftovi, pokretne stepenice) pritom vodeći brigu o uklanjanju barijera za slabije pokretne osobe.
- Javne površine 2.100 m² vanjskih površina (ulazni trg, terasa lobby bara/lounge). Vanjski prostori moraju odražavati reprezentativnost samog objekta. Ulazni trg (dijelom natkriveni) pruža dovoljno prostora za ukrcaj/iskrcaj gostiju kao i mogućnost izlaganja (izložbeni primjeri proizvoda, 3D logotipi, zastave, itd.)
- Administrativni sadržaji (uprava, osiguranje/vatrodojava, služba prevođenja i režije, arhiva, komunikacije) ukupne površine 422 m² neto.
- *Back of house* sadržaji (kuhinje i barovi, domaćinstvo, održavanje, prostori za osoblje, prostori za otpad i ambalažu, prostori za dostavu i tehnički prostori) ukupne površine 8.659,20 m².

Zbog rastućih logističkih zahtjeva organizatora događanja, potrebno je osim sadržaja usko vezanih uz kongresni centar pružiti sve potrebne **logističke sadržaje**, koji su predviđeni ovim prijedlogom:

- Vanjski parking prostor za 30 autobusa osigurava dovoljnu protočnost parking prostora kao i potrebbni manevarski prostor. U slučaju potrebe, dio parking prostora za autobuse može se koristiti i kao stajalište/prostor za taksi vozila. Osim za autobuse kongresnih gostiju, navedeni parking se može u dogovoru s vlasnikom/operatorom centra koristiti i za potrebe turističkih autobusa.
- Garažni parkirni prostor kapaciteta 1.100 parkirnih mjesta zadovoljiti će sve potrebe obzirom na pretpostavku da će i u budućnosti većina kongresnih gostiju Dubrovnika dominantno dolaziti zračnim putem (iz tog razloga planirano 30 parking mjesta za autobuse).

- Prilazne ceste predstavljaju važan element uspješnosti/atraktivnosti kongresnog centra. Naime, ceste koje omogućavaju izravan pristup teretnih vozila u prostor za ukrcaj/iskrcaj predstavljaju nužnost kongresnih centara.
- Pješačke površine, trgovi i hortikultura predstavljaju otvoreni prostor koji treba biti atraktivno dizajniran i odražavati posebnosti podneblja (mediteranska vegetacija, prostori za druženja/sastanke na otvorenom, i slično). Pritom, zavisno o željama vlasnika/operatora kongresnim centrom, dio vanjskog prostora može se koristiti za primanja i zabave na otvorenom⁶⁷.

5.3 FUNKCIJE

U funkcionalnom pogledu, planirani sadržaji imaju različite moguće funkcije koje imaju za cilj pružiti maksimalnu fleksibilnost organizatorima događanja:

- Glavna (auditorij) dvorana bi trebala imati mogućnost djeljivosti na dvije manje dvorane, svaka kapaciteta 1.250 delegata. Prijedlog je da se dvorana dijeli uzdužno pokretnim zidom akustično absorbirajućih svojstava. Postava sjedenja je teatralna s nagibom. Sjedala moraju biti isključivo namijenjena za udobno sjedenje (ugodno sjedište i presvlake, visok naslon, rukonasloni, uglađeno individualno svjetlo, integriran priključak za struju i USB priključak, stolić za pisanje na izvlačenje). Preporuka je da ova dvorana može ugostiti kulturna događanja za veliki broj sudionika sukladno svjetskim standardima (kazalište, opere, plesne predstave i slično). Zbog svoje multifunkcionalnosti, sama pozornica kao i prostor ispred pozornice trebaju biti fleksibilni i omogućavati proširenje ili smanjenje površine pozornice. Dvorana nema dnevno svjetlo.
- Dvorana za recitale je prostor posebno prilagođen za izvođenje glazbe. Uz to, omogućava atraktivno sjedenje za potrebe konferencija i kongresa. Ovakva sadržaj pruža brojne mogućnosti korištenja (koncerti, nastupi solista, izvođenje klasične glazbe, kino projekcije, sastanci/kongresi, plesne predstave i slično). Dvorana nema dnevno svjetlo ili ga je u potpunosti moguće kontrolirati.
- Dvorane tip I do 4 predstavljaju višenamjenske prostore koji imaju sljedeće funkcije: prostori za sastanke/konferencije, izložbeni prostor, catering prostor. Obzirom da dvorane trebaju biti bez stupova, fleksibilnost namjene je ograničena isključivo veličinom prostora. Dvorane su djeljive i imaju dnevno svjetlo.
- Dvorane za sastanke nemaju mogućnost pregrađivanja. Dvorane su namijenjene za sastanke i prezentacije s manjim brojem delegata (10 do 50). Dvorane raspolažu dnevnim svjetлом.
- Primarna funkcija izložbenog prostora jest održavanje izložbi, manjih sajmova (obzirom na planiranu površinu), prezentacija proizvoda, prezentacija oglednih modela i slične namjene. Mnogi centri imaju problema s dodatnim zahtjevima organizatora za vanjskim izložbenim prostorom (ogledna vozila, plovila i slično), te je stoga predložen i vanjski višenamjenski prostor - uređen plato/terasa čime se osigurava fleksibilnost i različite moguće namjene. Unutarnji prostor nema stupova i ima izvor dnevnog svjetla. Uz osnovnu funkciju, prostor je moguće koristiti za velike gala večere, koktel primanja, bankete i slična događanja. Pritom vanjski prostor ponovno služi kao izvrsna nadopuna unutarnjeg prostora u slučaju dobrog vremena.
- Prostor za bankete je isključivo ugostiteljski prostor prikidan opremljen i uređen na način da gostima pruža vrhunski gastronomski doživljaj. Po mogućnosti, ovaj prostor se nalazi na zadnjem katu kongresnog centra i ima panoramski pogled na okolno područje čime se dodatno podiže atraktivnost. Za razliku od izložbenog prostora (u prizemlju) koji služi za velik broj delegata, ovaj

⁶⁷ Primjer Perth Convention Centre, više informacija dostupno na: <http://www.pcec.com.au/plan-an-event/events/room-detail/summer-garden>

prostor može ugostiti 800 do 1000 delegata te je stoga primjenjiv za gala večere, koktele, tematske zabave i slično.

Planirana multifunkcionalnost prostora osigurava dovoljno prostora za razne kulturne namjene u funkciji lokalnog stanovništva (kazališta, koncerti i slično) kao i u funkciji turizma (službeni partner Dubrovačkih ljetnih igara, festivala i ostalih kulturno umjetničkih događanja). Dubrovnik obzirom na svoju svjetsku prepoznatost zasigurno ima priliku značajnije obogatiti svoju kulturnu ponudu organizacijom gostovanja svjetski prepoznatih glazbenih sastava, zborova, orkestara, kazališnih i opernih kuća, a ovako koncipiran višenamjenski kongresni centar može pružiti kvalitetnu infrastrukturnu potporu i garanciju održavanja događaja bez obzira na vremenske prilike.

5.4 OPREMLJENOST

U nastavku donosimo pregled opremljenosti svake od ključnih tipova dvorane. Kako će projekt napredovati, tako će se i opis opreme moći detaljnije specificirati zavisno o detaljnem konceptu objekta. Prijedlog opremljenosti slijedi najbolje globalne prakse⁶⁸. Kao prilog ove studije napravljen je sažetak smjernica za planiranje kongresnog centra (Prilog I).

U nastavku donosimo pregled opremljenosti i funkcija svake od ključnih 6 tipova dvorana.

Glavna dvorana (auditorij)		
Prostorni zahtjevi	veličina prostora	3.250 m ²
	organizacija prostora	bez stupova
	funkcionalna postava	teatarska postava sa nagibom
		Izložbena postava
		konferencijska postava
	visina	6-15 m
	gleđalište	auditorij na više nivoa
	fleksibilnost	podjela na 2 prostora
		sa i bez gledališta
	aktivnosti	projekcija
		prezentacija
		konferencija
		koncerti
		catering
	pomoći prostori	prevodilačke kabine
		centralna režija
		spremišta
Materijali i obrada	podovi	tekstilni/ akustično absorbirajući
	zidovi	akustično absorbirajući
	stropovi	akustično absorbirajući
Tehnološka oprema	klima	kondicionirani zrak
	osvjetljenje	umjetno
	osiguranje	sprinkler instalacija
		centralni sustav nadzora
	elektroinstalacije	umjetna rasvjeta
		zidni i podni upušteni razvodi

⁶⁸ IAPCO, International Association of Professional Congress Organizers: Planning a Conference Centre

		scenska rasvjeta
		centralno ozvučenje
		scensko ozvučenje
	video komunikacijska oprema	kino projektor sa platnom
		stropni projektori
		platna za projekciju
		LCD monitori
		ugrađene video kamere
		Wifi
		bežične mikrofonske instalacije
		software za aplikacije i upravljanje
	tehnologija upravljanja	centralna režija
Fiksna oprema	zidovi	mobilne pregrade prostora
	stropovi	mobilni akustični elementi
	gledalište	hidraulički sistem podizanja
	podovi	podizna bina
Mobilna oprema	funkcionalna oprema	konferencijski i banketni stolovi
		konferencijske stolice
		mobilni plesni podij
	prezentacijska oprema	mobilna bina
		mobilni podovi za ostale prezentacije
		sitna prezentacijska oprema

Dvorana za recitale		
Prostorni zahtjevi	veličina prostora	910 m ²
	organizacija prostora	bez stupova
	funkcionalna postava	teatarska postava sa nagibom
		Izlžbena
		konferencijska postava
	visina	6-10 m
	gledalište	auditorij na više nivoa
	aktivnosti	projekcija
		prezentacija
		konferencija
		koncerti
		catering
	pomoćni prostori	prevodilačke kabine
		centralna režija
		spremišta
Materijali i obrada	podovi	tekstilni/ akustično absorbirajući
	zidovi	akustično absorbirajući
	stropovi	akustično absorbirajući
Tehnološka oprema	klima	kondicionirani zrak
	osvjetljenje	umjetno
		djelomično prirodno

	osiguranje	sprinkler instalacija
		centralni sustav nadzora
	elektroinstalacije	umjetna rasvjeta
		zidni i podni upušteni razvodi
		scenska rasvjeta
		centralno ozvučenje
		scensko ozvučenje
	video komunikacijska oprema	kino projektor sa platnom
		stropni projektori
		platna za projekciju
		LCD monitori
		ugrađene video kamere
		Wifi
		bežične mikrofonske instalacije
		software za aplikacije i upravljanje
	tehnologija upravljanja	centralna režija
Fiksna oprema	stropovi	mobilni akustični elementi
	gledalište	hidraulički sistem podizanja
	podovi	podizna bina
	staklene stijene	Sistem zamračenja – black out
Mobilna oprema	funkcionalna oprema	konferencijski i banketni stolovi
		konferencijske stolice
		mobilni plesni podij
	prezentacijska oprema	mobilna bina
		mobilni podovi za ostale prezentacije
		sitna prezentacijska oprema

Dvorana tip I		
Prostorni zahtjevi	veličina prostora	1.040 m ²
	organizacija prostora	bez stupova
	funkcionalna postava	teatarska postava sa nagibom
		Izlžebna postava
		konferencijska postava
	visina	6 -10 m
	gledalište	u nivou
	fleksibilnost	2 prostora djeljiva na 3
	aktivnosti	projekcija
		prezentacija
		konferencija
		catering
	pomoći prostori	prevodilačke kabine
		centralna režija
		spremišta
Materijali i obrada	podovi	tekstilni/ akustično absorbirajući
	zidovi	akustično absorbirajući
	stropovi	akustično absorbirajući

Tehnološka oprema	klima	kondicionirani zrak
	osvjetljenje	umjetno
	osiguranje	sprinkler instalacija
		centralni sustav nadzora
	elektroinstalacije	umjetna rasvjeta
		zidni i podni upušteni razvodi
		scenska rasvjeta
		centralno ozvučenje
		scensko ozvučenje
	video komunikacijska oprema	kino projektor sa platnom
		stropni projektori
		platna za projekciju
		LCD monitori
		ugrađene video kamere
		Wifi
		bežične mikrofonske instalacije
		software za aplikacije i upravljanje
	tehnologija upravljanja	centralna režija
Fiksna oprema	zidovi	mobilne pregrade prostora
	stropovi	mobilni akustični elementi
	gledalište	hidraulički sistem podizanja
	podovi	podizna bina
Mobilna oprema	funkcionalna oprema	konferencijski i banketni stolovi
		konferencijske stolice
		mobilni plesni podij
	prezentacijska oprema	mobilna bina
		sitna prezentacijska oprema

Dvorana tip 2		
Prostorni zahtjevi	veličina prostora	520 m ²
	organizacija prostora	bez stupova
	funkcionalna postava	teatarska postava bez nagiba
		Izložbena postava
		konferencijska postava
	visina	6 m
	gledalište	u nivou
	fleksibilnost	podjela na 2 prostora
	aktivnosti	projekcija
		prezentacija
		konferencija
		catering
	pomoći prostori	prevodilačke kabine
		centralna režija
		spremišta
Materijali i obrada	podovi	tekstilni/ akustično absorbitajući

	zidovi	akustično absorbirajući
	stropovi	akustično absorbirajući
Tehnološka oprema	klima	kondicionirani zrak
	osvjetljenje	umjetno
		djelomično prirodno
	osiguranje	sprinkler instalacija
		centralni sustav nadzora
	elektroinstalacije	umjetna rasvjeta
		zidni i podni upušteni razvodi
		centralno ozvučenje
	video komunikacijska oprema	stropni projektori
		platna za projekciju
		LCD monitori
		ugrađene video kamere
		Wifi
		bežične mikrofonske instalacije
		software za aplikacije i upravljanje
	tehnologija upravljanja	centralna režija
Fiksna oprema	zidovi	mobilne pregrade prostora
	staklene stijene	sistem zamračenja – black out
Mobilna oprema	funkcionalna oprema	konferencijski i banketni stolovi
		konferencijske stolice
		mobilni plesni podij
	prezentacijska oprema	mobilna bina
		sitna prezentacijska oprema

Dvorana tip 3		
Prostorni zahtjevi	veličina prostora	195 m ²
	organizacija prostora	bez stupova
	funkcionalna postava	teatarska postava bez nagiba
		Izložbena postava
		konferencijska postava
	visina	3,5 m
	fleksibilnost	podjela na 2 prostora
	aktivnosti	projekcija
		prezentacija
		konferencija
		catering
	pomoćni prostori	spremišta
Materijali i obrada	podovi	tekstilni/ akustično absorbirajući
	zidovi	akustično absorbirajući
	stropovi	akustično absorbirajući
Tehnološka oprema	klima	kondicionirani zrak
	osvjetljenje	umjetno
		djelomično prirodno

	osiguranje	sprinkler instalacija
		centralni sustav nadzora
	elektroinstalacije	umjetna rasvjeta
		zidni i podni upušteni razvodi
		centralno ozvučenje
	video komunikacijska oprema	stropni projektori
		platna za projekciju
		LCD monitori
		ugrađene video kamere
		Wifi
		bežične mikrofonske instalacije
		software za aplikacije i upravljanje
	tehnologija upravljanja	lokalno
Fiksna oprema	zidovi	mobilne pregrade prostora
	staklene stijene	sistem zamračenja – black out
Mobilna oprema	funkcionalna oprema	konferencijski stolovi
		konferencijske stolice
	prezentacijska oprema	sitna prezentacijska oprema

Dvorana tip 4		
Prostorni zahtjevi	veličina prostora	104 m ²
	organizacija prostora	bez stupova
	funkcionalna postava	teatarska postava bez nagiba
		Izložbena postava
		konferencijska postava
	visina	3,5 m
	fleksibilnost	podjela na 2 prostora
	aktivnosti	projekcija
		prezentacija
		konferencija
		catering
	pomoći prostori	spremišta
Materijali i obrada	podovi	tekstilni/ akustično absorbirajući
	zidovi	akustično absorbirajući
	stropovi	akustično absorbirajući
Tehnološka oprema	klima	kondicionirani zrak
	osvjetljenje	umjetno
		djelomično prirodno
	osiguranje	sprinkler instalacija
		centralni sustav nadzora
	elektroinstalacije	umjetna rasvjeta
		zidni i podni upušteni razvodi
		centralno ozvučenje
	video komunikacijska oprema	stropni projektori
		platna za projekciju

		LCD monitori
		ugrađene video kamere
		Wifi
		bežične mikrofonske instalacije
		software za aplikacije i upravljanje
	tehnologija upravljanja	lokalno
Fiksna oprema	zidovi	mobilne pregrade prostora
	staklene stijene	sistem zamračenja – black out
Mobilna oprema	funkcionalna oprema	konferencijski stolovi
		konferencijske stolice
	prezentacijska oprema	sitna prezentacijska oprema

Sobe za sastanke		
Prostorni zahtjevi	veličina prostora	75 m ²
	organizacija prostora	bez stupova
	funkcionalna postava	konferencijska postava, U oblik, centralni stol za sastanke
	visina	3 m
	aktivnosti	prezentacija
		konferencija
		sastanci
Materijali i obrada	podovi	tekstilni/ akustično absorbirajući
	zidovi	akustično absorbirajući
	stropovi	akustično absorbirajući
Tehnološka oprema	klima	kondicionirani zrak
	osvjetljenje	prirodno
	osiguranje	sprinkler instalacija
		centralni sustav nadzora
	elektroinstalacije	umjetna rasvjeta
		zidni i podni upušteni razvodi
		centralno ozvučenje
	video komunikacijska oprema	stropni projektori
		platna za projekciju
		LCD monitori
		Wifi
		bežične mikrofonske instalacije
		software za aplikacije i upravljanje
	tehnologija upravljanja	lokalno
Fiksna oprema	staklene stijene	sistem zamračenja – black out
Mobilna oprema	funkcionalna oprema	konferencijski stolovi
		konferencijske stolice; uredske podesive fotelje
	prezentacijska oprema	sitna prezentacijska oprema

Izložbeni prostor		
Prostorni zahtjevi	veličina prostora	3.600 m ²
	organizacija prostora	bez stupova
	funkcionalna postava	Izložbena postava
		prezentacijska postava
	visina	6 m
	aktivnosti	projekcija
		prezentacija
		catering
	pomoći prostori	spremišta
Materijali i obrada	podovi	akustično absorbirajući; pod visoke nosivosti
	zidovi	akustično absorbirajući
	stropovi	akustično absorbirajući
Tehnološka oprema	klima	kondicionirani zrak
	osvjetljenje	umjetno
		prirodno
	osiguranje	sprinkler instalacija
		centralni sustav nadzora
	elektroinstalacije	umjetna rasvjeta
		zidni i podni upušteni razvodi (za potrebe izložbenih prostora)
		izložbena rasvjeta
		centralno ozvučenje
	video komunikacijska oprema	stropni projektori
		platna za projekciju
		LCD monitori
		ugrađene video kamere
		Wifi
		software za aplikacije i upravljanje
	tehnologija upravljanja	centralna režija
Fiksna oprema	staklene stijene	black out, djelomično
Mobilna oprema	funkcionalna oprema	prezentacijske stolovi i stolice
	prezentacijska oprema	mobilna bina
		mobilni podovi za ostale prezentacije
		sitna prezentacijska oprema

Banketni prostor		
Prostorni zahtjevi	veličina prostora	1.440 m ²
	organizacija prostora	bez stupova
	funkcionalna postava	prezentacijska postava
		banqueting postava
	visina	6 m
	aktivnosti	prezentacija
		catering

	pomoći prostori	spremišta
Materijali i obrada	podovi	tekstilni/ akustično absorbirajući
	zidovi	akustično absorbirajući
	stropovi	akustično absorbirajući
Tehnološka oprema	klima	kondicionirani zrak
	osvjetljenje	prirodno
		djelomično umjetno
	osiguranje	sprinkler instalacija
		centralni sustav nadzora
	elektroinstalacije	umjetna rasvjeta
		zidni i podni upušteni razvodi
		scenska rasvjeta
		centralno ozvučenje
		scensko ozvučenje
	video komunikacijska oprema	stropni projektori
		platna za projekciju
		LCD monitori
		ugrađene video kamere
		Wifi
		software za aplikacije i upravljanje
	tehnologija upravljanja	centralna režija
Fiksna oprema	staklene stijene	black out, djelomično
Mobilna oprema	funkcionalna oprema	banketni stolovi
		banketne stolice
		mobilna banketna oprema
		mobilni plesni podij
		mobilna bina
	prezentacijska oprema	mobilni podovi za ostale prezentacije
		sitna prezentacijska oprema

Izvor: Procjena Horwath HTL, siječanj 2015.



POGLAVLJE 6

Valorizacija potencijalnih lokacija višenamjenskog kongresnog centra



Hotel, Tourism and Leisure

Koncept razvoja multifunkcionalnog kongresnog
centra Dubrovnik

6. VALORIZACIJA POTENCIJALNIH LOKACIJA VIŠENAMJENSKOG KONGRESNOG CENTRA

6.1 OCJENA LOKACIJE

Naručitelj studije Horwath HTL-u je za proceduru valorizacije potencijalnih lokacija kongresnog centra Dubrovnik definirao sljedeće lokacije⁶⁹:

- Lokacija „Babin kuk“
- Lokacija „Centar iza Grada“
- Lokacija „Srebreno“

Za svaku lokaciju je proveden proces ocjenjivanja koji je baziran na metodologiji ocjene lokacije za izgradnju kongresnog centra, sukladno smjernicama Horwath HTL International. U nastavku donosimo pregled metodologije:

Analiziraju se tri kategorije koje uključuju **1. Karakteristike lokacije, 2. Pristup i prometnu situaciju te 3. Prostorno urbanističke uvjete**. Svaka od navedenih kategorija sastoji se od varijabli koje se valoriziraju temeljem terenskog obilaska, obavljenih razgovora u destinaciji, industrijskih podataka, sekundarnog istraživanja te temeljem internog znanja Horwath HTL-a.

Karakteristike lokacije	Pristup i prometna situacija	Prostorno urbanistički uvjeti
<ul style="list-style-type: none">■ Raspoloživost zabavnih sadržaja■ Raspoloživost trgovачkih sadržaja■ Raspoloživost sadržaja hrane i pića■ Smještajni kapaciteti u krugu 1 km■ Smještajni kapaciteti u krugu 2 km■ Oblik čestice■ Veličina čestice■ Vlasništvo čestice■ Vidici i pogledi s čestice	<ul style="list-style-type: none">■ Cestovni pristup■ Javni transport■ Zračni pristup■ Pješačka udaljenost■ Parking prostor (postojeći)	<ul style="list-style-type: none">■ Maksimalna izgrađena površina■ Namjena okolnog područja■ Mogućnost proširivanja■ Namjena prostora (čestica)■ Mogućnost vanjskog izložbenog prostora■ Moguća katnost■ Mogući novi parkirni prostor■ Sinergija s postojećim kongresnim sadržajima■ Mogućnost upečatljivog dizajna (<i>Iconic Design</i>)

Izvor: Horwath HTL, 2014. godina

Svaka od prethodnih varijabli ima određen ponder važnosti (1 do 3, gdje 1 predstavlja „manje važno“, 2 „važno“ i 3 „vrlo važno“). Zavisno o lokaciji, svaka je varijabla ocijenjena (0 do 5, gdje 0 predstavlja „neocijenjeno“, 1 „vrlo loše“, 2 „loše“, 3 „srednje“, 4 „dobro“, 5 „izvrsno“). Umnožak pondera i ocjene predstavlja postignutu ocjenu u pojedinoj varijabli.

Postignute ocjene uspoređene s maksimalnim mogućim ocjenama tvore omjer iz kojeg se računa ostvareni postotni rezultat svake od 3 promatranih kategorija.

U konačnici, suma svih postignutih ocjena uspoređena sa sumom maksimalnih mogućih ocjena čine omjer iz kojeg se računa ukupni ostvareni rezultat u sve 3 promatrane kategorije za pojedinu lokaciju te se dolazi do ukupne ocjene atraktivnosti i primjerenosti lokacije za razvoj kongresnog centra.

⁶⁹ Abecednim redoslijedom

6.1.1 Lokacija „Babin kuk“

Opis lokacije

Predmetna lokacija nalazi se na području poluotoka Babin Kuk, smještena uz glavnu prometnicu i sa centralnom pozicijom unutar mikrolokacije. Površina parcele iznosi 62.000 m², nepravilnog oblika sa elevacijom 50 m n.v. (nadmorske visine) kod priključka sa glavnom prometnicom i laganim padom prema obali na sjeveru do elevacije 30 m n.v. Udaljenost parcele do mora je cirka 200 m. Na parceli ne postoje veći objekti i zahvati osim igrališta teniskog centra.

Na sljedećoj mapi označena je predložena lokacija sukladno UPU Babin Kuk, 2009. godina.



Analiza prostornih planova i urbanih uvjeta

1. Važeća urbanistička planska dokumentacija i zakonska regulativa

Za predmetnu lokaciju izrađen je UPU užeg područja koji je u suglasnosti sa planom višeg reda i nakon revizije te je kao takav na snazi i u skladu sa zakonskom regulativom o prostornim planovima i građenju, a uključuje:

- UPU I.3 Babin Kuk, iz 2009. godine, Urbanistički Institut Hrvatske
- GUP Grada Dubrovnika, iz 2014. godine, Institut IGH d.d.
- Zakon o Prostornom uređenju, 153/13, iz 2014. godine
- Zakon o gradnji, 153/13, iz 2014. godine

2. Urbani uvjeti

Namjena

Predmetna parcela koja obuhvaća 62.000 m² određena je kao područje poslovne namjene (K), koje uključuju sve tipove namjene : Uslužnu (K4-1), Trgovačku (K4-2), Ugostiteljsku (K4-3), Garažno – poslovnu (K4-4), Društveno, kulturno zabavnu (K4-5) te namjenu za Kongresni centar (K4-6).

Uvjeti gradnje

Dozvoljeno je graditi jednu ili više građevina povezanih podzemnim i djelomično nadzemnim etažama, a u slučaju parcijalne realizacije pojedinih dijelova izgradnje, minimalna površina čestice za smještaj građevine iznosi 8.000 m^2 . Maksimalna visina objekata na ovoj lokaciji je 20 m, mjereno od najniže točke uređenog terena. Najveća izgrađenost građevne čestice za predmetnu građevinu iznosi $\text{Kig} = 0,40$; dok je najveća iskoristivost građevne čestice iznosi $\text{Kis} = 3,50$. Najmanje 30% površine čestice trebaju činiti pješačke površine, trgovi i drugi javni prostori, a preostalih 30% uređene zelene površine.

Obavezni sadržaj predmetne lokacije je podzemna garaža (jedna ili više etaža) koja se može izvesti ispod čitave površine građevne čestice (uz uvjet uređenja pješačkih i zelenih površina iznad garaže), čiji orientacijski kapacitet iznosi oko 2.100 PM, ili oko 52.500 m^2 . Predmetna lokacija realizira se na temelju cijelovitoga urbanističko-arhitektonskog natječaja, pri čemu isti treba omogućiti i faznu izgradnju pojedinih dijelova i prioritetsnih sadržaja. Na temelju odabranog rješenja izradit će se Detaljni plan uređenja za predmetnu lokaciju.

U sklopu Kongresnog centra moguća je gradnja hotela maksimalnog kapaciteta do 195 kreveta.

Prostorni pokazatelji zaključno svode se na sljedeće parametre:

- Veličina parcele: 62.000 m^2
- Maksimalna GBP: 217.000 m^2
- Maksimalna površina pod objektom: 24.800 m^2
- Zelene površine, minimalno: 18.600 m^2
- Pješačke površine, minimalno: 18.600 m^2
- Kapacitet kongresnog centra: bez limita
- Kapacitet hotela: 195 kreveta

Zaštita prostora

Na predmetnoj lokaciji osim obavezne izrade Detaljnog plana uređenja (DPU) kojem prethodi javni urbanističko-arhitektonski natječaj, ne postoje posebni uvjeti zaštite prostora. Navedeno je vidljivo na mapi s prikazom posebnih uvjeta zaštite prostora, sukladno UPU Babin Kuk, 2009. godina.



Infrastruktura

Postojeći koncept prometne mreže Babinog Kuka zadržava se i nadalje. Rješenjem UPU-a dograđuje se postojeća ulična mreža sa ciljem osiguranja pristupa u nove zone kao što je predmetna lokacija. Planom su predviđena povećanja pješačkih površina, posebno u djelu predmetne parcele. Promet u mirovanju riješen je uvjetom izgradnje garažnog prostora ispod predloženog Kongresnog centra.

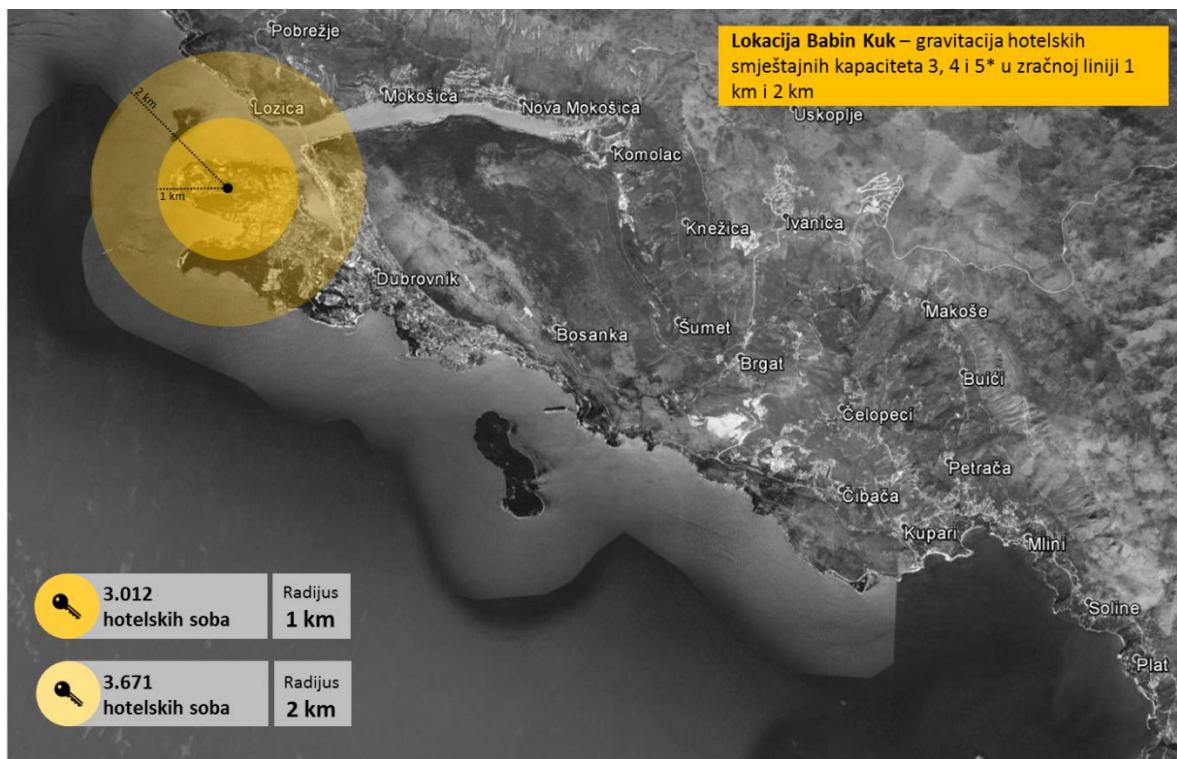
Mapa u nastavku daje pregled prometne infrastrukture sukladno UPU Babin Kuk, 2009.



S obzirom na postojeću izgrađenost, predmetno je područje opremljeno postojećom komunalnom infrastrukturom u segmentima odvodnje otpadnih i oborinskih voda, vodoopskrbe, elektroopskrbe i telekomunikacija. Novi vodovi komunalne infrastrukture načelno se smještavaju u okvirima kolnih i pješačkih površina.

Smještajni kapaciteti

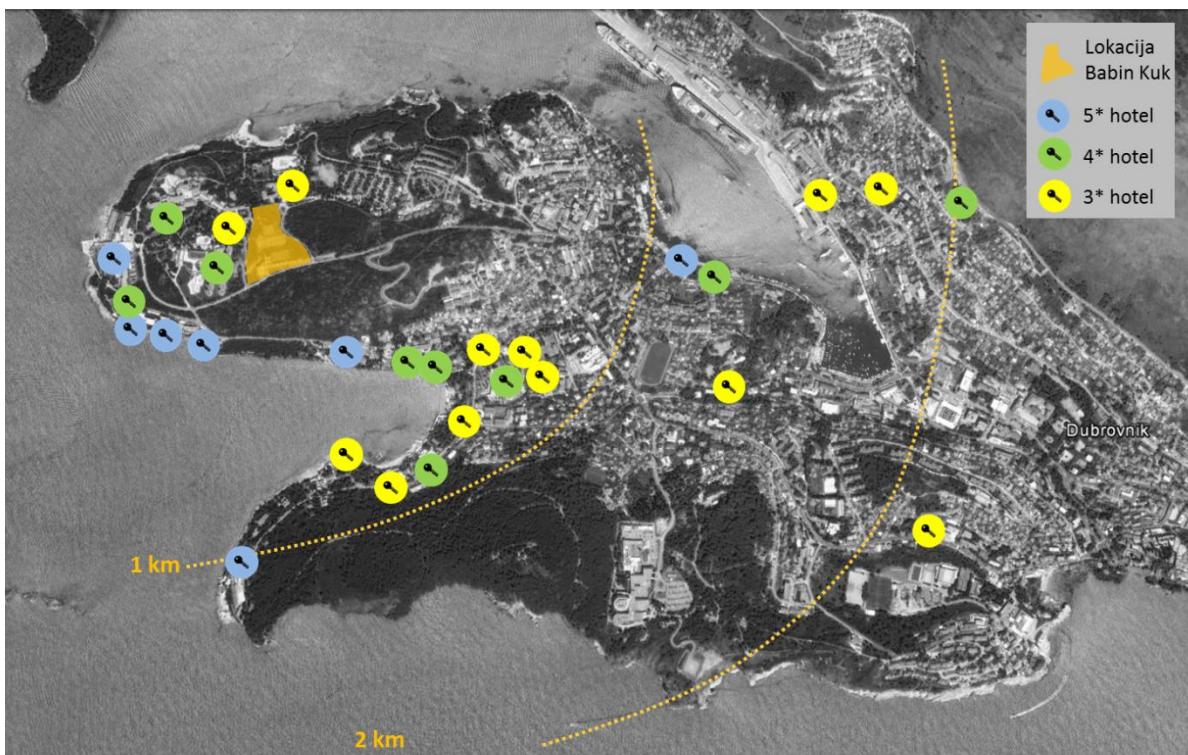
Lokacija u krugu od 1 kilometra raspolaže sa smještajnim kapacitetima od 3.012 hotelskih soba u kategoriji 3 do 5 zvjezdica. U radijusu od 2 kilometra, raspoloživi hotelski kapaciteti se povećavaju na 3.671 soba.



Izvor: Horwath HTL analiza kapaciteta, 2015. godina

Od ukupnog kapaciteta unutar 1 km radijusa od premetne lokacije, 28% hotelskih soba je u kategoriji 5 zvjezdica, 42% u kategoriji 4 zvjezdice te 30% u kategoriji 3 zvjezdice. Dodatno od 1 do 2 kilometra od premetne lokacije nalaze se dodatnih 659 hotelskih soba, od čega 2% u kategoriji 5 zvjezdica, 42% u kategoriji 4 zvjezdice te 56% u kategoriji 3 zvjezdice.

Pregled hotelskih kapaciteta u krugu 1 km i 2 km od premetne lokacije nalazi se na sljedećem prikazu.



Izvor: Horwath HTL analiza kapaciteta, 2015. godina

Pogledi s lokacije

Obzirom na malu udaljenost od mora (200 m), te nadmorsku visinu, s predmetne lokacije se pruža panoramski pogled na prostor od mosta dr. Franje Tuđmana, preko zaljeva Rijeke dubrovačke do otoka dubrovačkog arhipelaga u daljini. U nastavku se nalazi dio foto dokumentacije s terenskog obilaska lokacije.



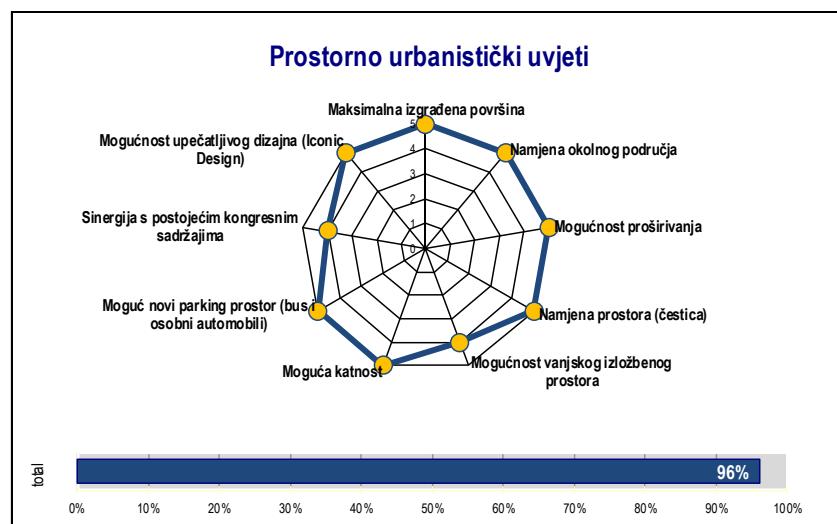
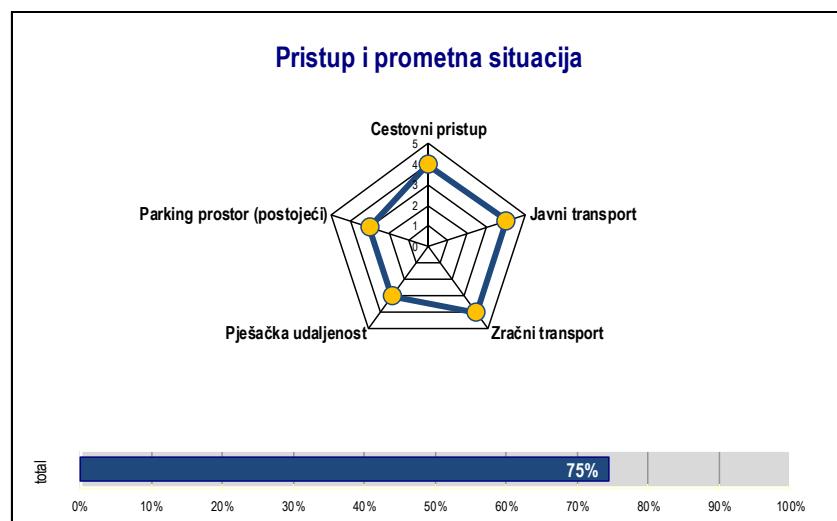
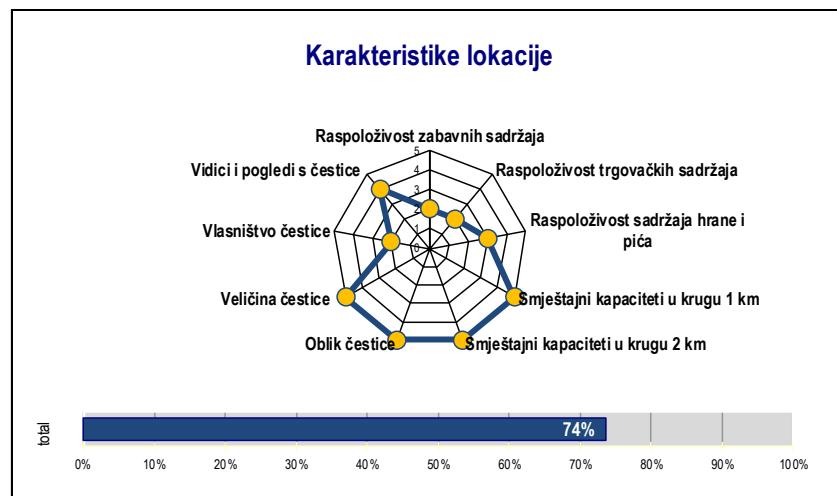
Izvor: Horwath HTL obilazak lokacije, 2014. godina

Ocjena lokacije

Horwath HTL proveo je detaljnu ocjenu lokacije, a nalaze predstavljamo u nastavku.

Babin Kuk - ANALIZA LOKACIJE					
Kriteriji za ocjenu atraktivnosti i pogodnosti lokacije	Važnost	Ocjena	Ponderirana ocjena	Komentar	
	3 - vrlo važno 2 - važno 1 - manje važno	5 - izvrsno 4 - dobro 3 - srednje 2 - loše 1 - vrlo loše 0 - neocijenjeno	Postignuta ocjena	Maksimalna ocjena	
Karakteristike lokacije		74%	81	110	
Raspoloživost zabavnih sadržaja	2	2	4	10	Babin Kuk, osim zabavnih sadržaja unutar hotelskih objekata nema značajnije sadržaje koji bi mogli biti od interesa za MICE goste. Najblži zabavni sadržaji se nalaze u gradskoj jezgri ili njenoj blizini.
Raspoloživost trgovачkih sadržaja	2	2	4	10	Osim osnovnih sadržaja na Babinom Kuku, veća koncentracija trgovачkih / komercijalnih sadržaja se nalazi u zoni Gruž te oko povjesne gradske jezgre. Izgradnjom planiranih sadržaja u zoni koncesije Luke Gruž, povećati će se ponuda trgovачkih sadržaja.
Raspoloživost sadržaja hrane i pića	3	3	9	15	Na Babinom kuku se većina restovranskih objekata nalazi u sklopu hotela, dok je veća raznolikost na području obližnjeg Lapada. Izgradnjom planiranih sadržaja u zoni koncesije Luke Gruž, povećati će se ponuda ugostiteljskih sadržaja.
Smještajni kapaciteti u krugu 1 km	3	5	15	15	U krugu od 1 km nalazi se velika koncentracija hotelskih objekata s preko 3.000 hotelskih soba u kategorijama 3* (30%), 4* (42%) i 5* (28%).
Smještajni kapaciteti u krugu 2 km	3	5	15	15	U krugu od 2 km nalazi se velika koncentracija hotelskih objekata s preko 3.600 hotelskih soba u kategorijama 3* (35%), 4* (42%) i 5* (23%).
Oblik čestice	1	5	5	5	Oblik čestice, iako nepravilan, odgovara obliku krajnjeg stobca koji omogućava smještaj potrebnih sadržaja kongresnog centra.
Veličina čestice	3	5	15	15	Parcela zauzima površinu od 62.000 m ² , te omogućava faziranje izgradnje, kao i opcionalne vanjske sadržaje.
Vlasništvo čestice	3	2	6	15	Postoje nerješeni vlasnički odnosi nad predmetnom česticom (sudski postupak).
Vidici i pogledi s čestice	2	4	8	10	Iako pruža pogled na okolno more i mediteransku vegetaciju, hotelski objekti djelomično narušavaju pogled.
Pristup i prometna situacija		75%	41	55	
Cestovni pristup	3	4	12	15	Postojeća prometnica s dva prometna traka te nogostupom omogućava nesmetan pristup lokaciji. Do lokacije ne postoji pristup cestom šireg profila što može zahtjevati povremenu posebnu regulaciju prometa u slučaju dopremanja terebit posebnih dimenzija.
Javni transport	2	4	8	10	Uz lokaciju prolazi linija javnog prijevoza (gradski autobus).
Zračni transport	3	4	12	15	Lokacija je od zračne luke Dubrovnik udaljena 23 kilometra.
Pješačka udaljenost	2	3	6	10	Pješačka udaljenost lokacije od povjesnog dijela grada iznosi 4.4 kilometra.
Parking prostor (postojeći)	1	3	3	5	Postojeći parking prostor na samoj čestici će sukladno UPU biti zamijenjen podzemnim parking prostorima. Uz to, postoji određen broj parking mjesto na ulici Iva Dulčića neposredno uz premetnu lokaciju (Valamar Club Dubrovnik, Valamar Lacroma, Valamar Tiren).
Prostorno urbanistički uvjeti		96%	101	105	
Maksimalna izgrađena površina	3	5	15	15	Maksimalna građevinska brub površina iznosi 217.000 m ² .
Namjena okolnog područja	1	5	5	5	Namjena okolnog područja je komplementarne prirode te ne umanjuje vrijednost lokacije.
Mogućnost proširivanja	3	5	15	15	Obzirom na površinu lokacije, postoji mogućnost proširivanja i faznog planiranja objekta.
Namjena prostora (čestica)	2	5	10	10	U potpunosti odgovara namjeni kongresnog centra (namjena K - sve namjene).
Mogućnost vanjskog izložbenog prostora	2	4	8	10	Lokacija obzirom na površinu može uključivati i vanjski izložbeni prostor ograničenog kapaciteta (zavisno o veličini kongresnog centra).
Moguća katost	2	5	10	10	Maksimalna visina izgradnje iznosi 20 metara.
Moguć novi parking prostor (bus i osobni automobili)	3	5	15	15	UPU Babin Kuk podrazumijeva izgradnju podzemne parking garaže, a dostupna površina čestice omogućava i dovoljan parking za autobuse.
Sinergija s postojićim kongresnim sadržajima	2	4	8	10	Na polotoku Babin Kuk nalaze se kongresni sadržaji Valamar grupe te Importanne Resort, dok je na cca 1 km zračne linije od predmetne lokacije smješten i hotel Dubrovnik Palace.
Mogućnost upečatljivog dizajna (Iconic Design)	3	5	15	15	Predmetna lokacija zbg nerestriktivnih uvjeta može biti predmetnom upečatljivog dizajna.
UKUPNA ATRAKTIVNOST I PRIMJERENOST		83%	223	270	

Izvor: Horwath HTL, Prosinc 2014.



Izvor: Horwath HTL, Prosinac 2014.

Zaključak

Urbani uvjeti dozvoljavaju gradnju Kongresnog centra sa svim pratećim sadržajima vrlo visoke iskoristivosti (3,5) ali vrlo reducirane izgrađenosti (0,4) što je u suprotnosti sa prostornim zahtjevima i tipologijom arhitekture Kongresnih centra. Uvjeti za pješačke (30%) i zelene površine (30%) dodatno reduciraju izgrađenost jer prometne površine unutar parcele moraju po ovakvoj preraspodjeli biti uređene na izgrađenom dijelu građevne čestice. Pozitivno možemo ocijeniti mogućnost parcijalne gradnje i podjele same parcele kao i mogućnost gradnje smještajnih objekata. Sa druge strane, kapacitet parkiranja od 2.100 PM isključivo u podzemnim garažnim prostorima nije realan i održiv s obzirom na gradsku prometnu infrastrukturu kao i potrebe samog centra. Prometno rješenje iz UPU-a ne verificira povećane kapacitete prometa te ne sagledava moguća rješenja na nivou urbane cjeline. Ove je predmet dalje obrade i definiranja projektnog zadatka za javni arhitektonski natječaj koji je i uvjet za prostorne pokazatelje DPU-a, koji je uvjet za izdavanje lokacijskih uvjeta i građevinske dozvole.

Iz smještajne perspektive, predmetna lokacija raspolaže s gravitacijskim kapacitetom većim od 3.000 hotelskih soba u radijusu 1 km, odnosno s više od 3.600 hotelskih soba unutar 2 km od predmetne lokacije, što predstavlja značajnu prednost lokacije. Obzirom na dostupne panoramske poglede s lokacije, ona pruža zadovoljavajući osjećaj za mjesto, odnosno pogledi s lokacije osiguravaju doživljaj Mediterana – pogled na more i na mediteransku vegetaciju.

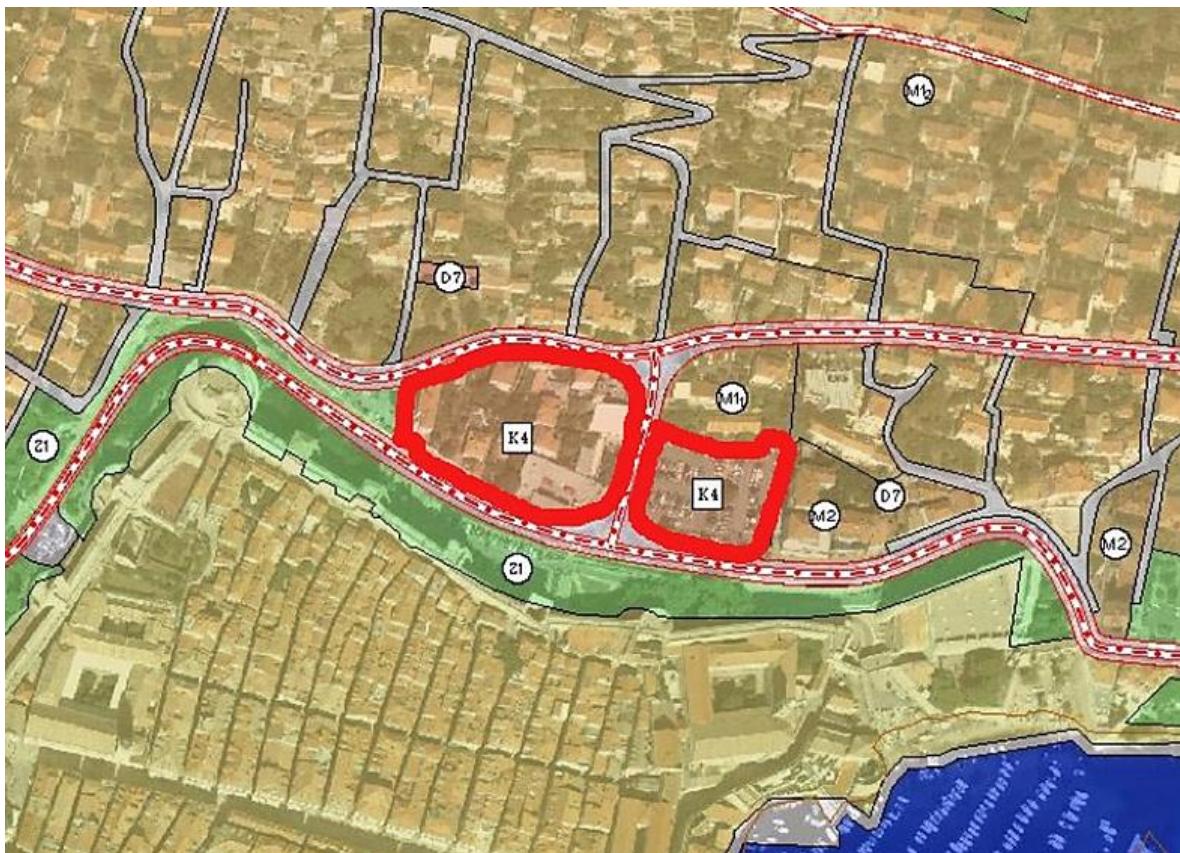
Ukupno promatrajući ocjenu lokacije, predmetna lokacija ostvarila je ukupnu ocjenu 83% za sve promatrane varijable.

6.1.2 Lokacija „Centar iza Grada“

Opis lokacije

Predmetna lokacija nalazi se u građevinskom području grada Dubrovnik, neposredno uz same gradske zidine sa sjeveroistočne strane. Sastoji se iz dvije zone koje su podijeljene gradskom prometnicom. Sjeverni dio ove lokacije čini objekti mješovite izgradnje sa objektima javnih sadržaja i infrastrukture. Južni dio lokacije čini parkirališni prostor bez izgrađenih objekata.

Na sljedećoj mapi označena je predložena lokacija sukladno GUP Dubrovnik, 2014. godina.



Analiza prostornih planova i urbanih uvjeta

1. Važeća urbanistička planska dokumentacija i zakonska regulativa

Za predmetnu lokaciju nije izrađen UPU užeg područja koji je u suglasnosti sa planom višeg reda i nakon revizije te je kao takav na snazi i u skladu sa zakonskom regulativom o prostornim planovima i građenju, a uključuje:

- GUP Grada Dubrovnika, iz 2014. godine, Institut IGH d.d.
- PPU Grada Dubrovnika, iz 2005. godine, Urbos d.o.o.
- Zakon o Prostornom uređenju, 153/13, iz 2014. godine
- Zakon o gradnji, 153/13, iz 2014. godine

2. Urbani uvjeti

Namjena

Predmetne parcele koje obuhvaćaju površinu od ca. 9.000 m² određene su kao područje garažno poslovne namjene (K4).

Uvjeti gradnje

Uvjeti gradnje na predmetnim parcelama su definirane urbanim pravilima 1.13., koje dozvoljavaju najveći koeficijent izgrađenosti građevinske čestice $K_{ig}=0,5$, dok maksimalni koeficijent iskorištenosti $K_{is}= 3,8$ za garažni dio, 0,6 za javne poslovne i uslužne sadržaje, 0,8 za servisno-skladišne sadržaje, te 1,5 za trgovačke sadržaje.

Istim uvjetima predviđa se najmanje 5 etaža podzemne javne garaže uključujući i ulaznu etažu, ukupnog kapaciteta 1.100 parkirnih mesta. Visine etaža u poslovnim, uslužnim, javnim, trgovačkim i servisnim prostorima mogu biti maksimalno 5,5 m.

Maksimalna dopuštena katnost u odnosu na Ulicu Kralja Petra Krešimira IV je P+2, dok najmanje 30% površine građevinske čestice mora biti hortikultурno uređeno.

U postupku ishodjenja lokacijske dozvole za izgradnju na ovoj lokaciji, obvezno je ishoditi posebne uvjete uređenja prostora iz zaštite spomenika kulture. Zbog konstruktivnih i funkcionalnih razloga dozvoljava se gradnja ispod koridora prometnice, pod uvjetom da se ne ugroze konstruktivni te imovinsko-pravni odnosi objekta prometnice kao i planirane podzemne građevine. Za planirani zahvat u prostoru potrebno je izraditi konzervatorsku dokumentaciju.

U nastavku se nalazi mapa s prikazom urbanih pravila predmetne lokacije, sukladno GUP Dubrovnik, 2014. godina.



Prostorni pokazatelji zaključno svode se na sljedeće parametre:

- Veličina parcele: cca. 9.000 m²
- maksimalna GBP: 34.200 m² garaže, ostali sadržaji ca. 7.200 m²
- Maksimalna površina pod objektom: cca. 4.500 m²
- Zelene površine, minimalno: 2.700 m²
- Kapacitet kongresnog centra: bez ograničenja
- Kapacitet podzemne garaže: 1.100 parkirnih mesta

Zaštita prostora

Na predmetnoj lokaciji postoji obaveza izrade UPU-a (I.I), kao i izrada konzervatorske studije.

Infrastruktura

GUP Grada Dubrovnika na ovoj lokaciji ne predviđa promjenu prometne strukture u kretanju, već samo promjenu kapaciteta prometa u mirovanju u vidu podzemne garaže na predmetnoj lokaciji.

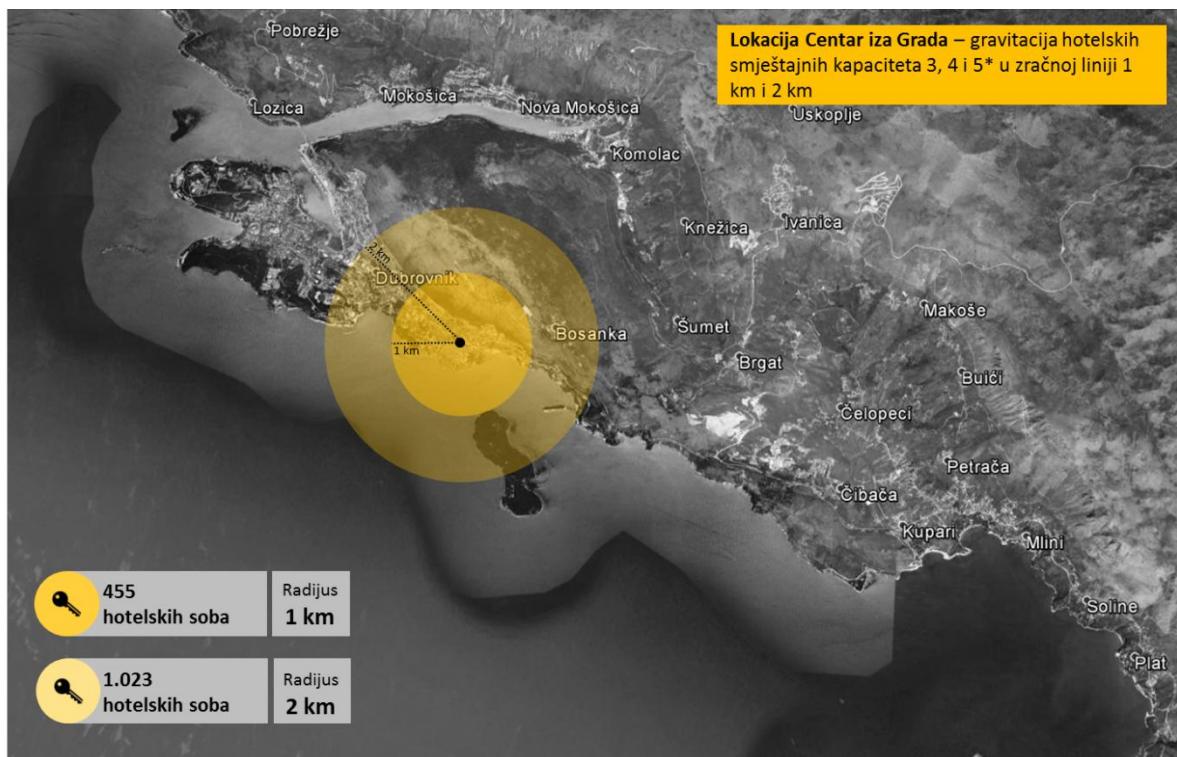
Mapa u nastavku daje pregled prometne infrastrukture sukladno GUP Dubrovnik, 2014.



S obzirom na postojeću izgrađenost, predmetno je područje opremljeno postojećom komunalnom infrastrukturom u segmentima odvodnje otpadnih i oborinskih voda, vodoopskrbe, elektroopskrbe i telekomunikacija ali je nužna rekonstrukcija i dogradnja u svrhu što kvalitetnijih razvojnih mogućnosti predmetne lokacije.

Smještajni kapaciteti

Lokacija u krugu od 1 kilometra raspolaze sa smještajnim kapacitetima od 455 hotelskih soba isključivo u kategoriji 5 zvjezdica. U radijusu od 2 kilometra, raspoloživi hotelski kapaciteti se povećavaju na ukupno 1.023 soba.



Izvor: Horwath HTL analiza kapaciteta, 2015. godina

Od ukupnog kapaciteta unutar 1 km radijusa od premetne lokacije, 100% hotelskih soba je u kategoriji 5 zvjezdica. Dodatno od 1 do 2 kilometra od premetne lokacije nalaze se dodatnih 568 hotelskih soba, od čega 71% u kategoriji 5 zvjezdica te 29% u kategoriji 3 zvjezdice.

Pregled hotelskih kapaciteta u krugu 1 km i 2 km od premetne lokacije nalazi se na sljedećem prikazu.



Izvor: Horwath HTL analiza kapaciteta, 2015. godina

Pogledi s lokacije

Obzirom na neposrednu blizinu gradskih zidina lokaciju odlikuje neometan pogled na zidine i djelomično (s viših kota) pogled na akvatorij ispred gradske luke i otok Lokrum. U nastavku se nalazi dio foto dokumentacije s terenskog obilaska lokacije.



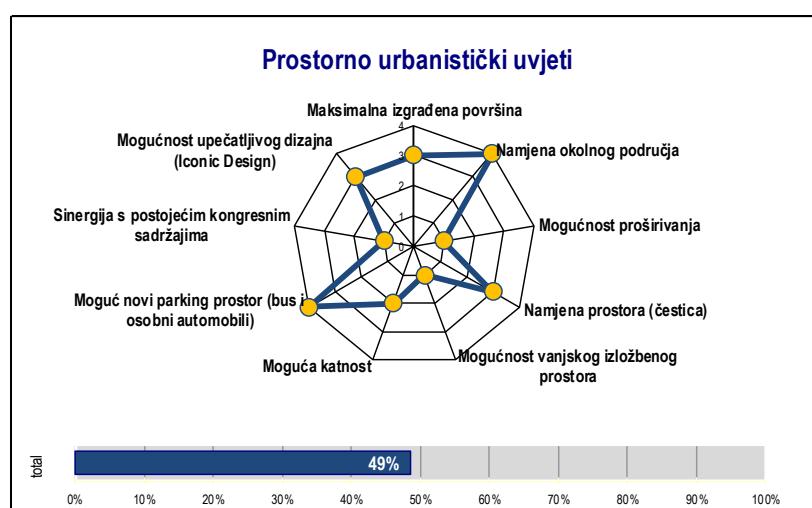
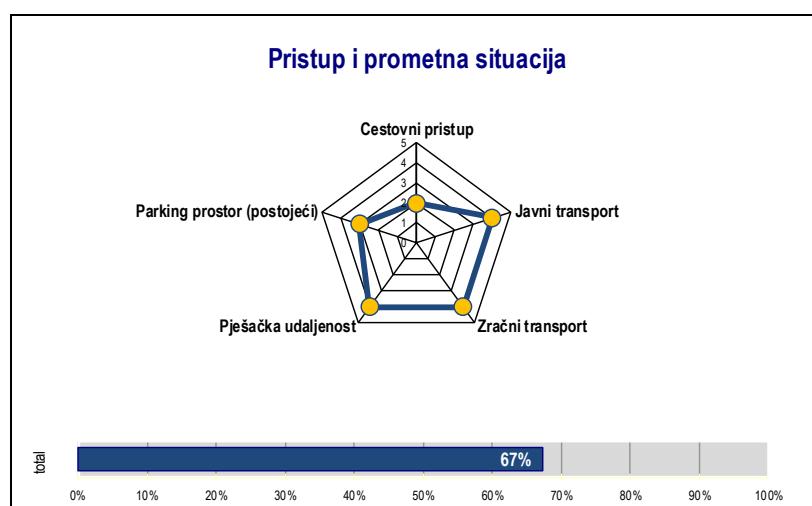
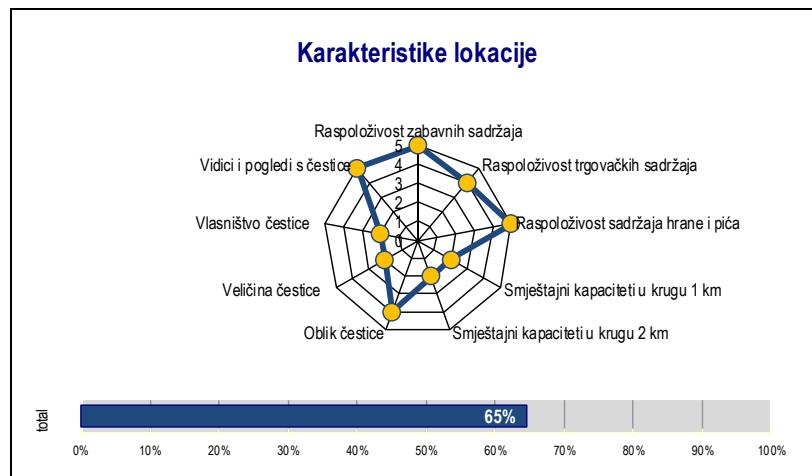
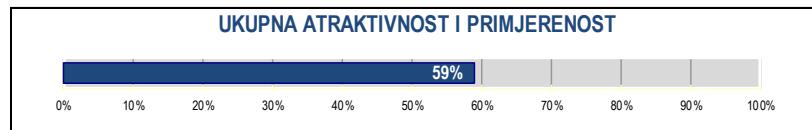
Izvor: Horwath HTL obilazak lokacije, 2014. godina

Ocjena lokacije

Horwath HTL proveo je detaljnu ocjenu lokacije, a nalaze predstavljamo u nastavku.

Centraiza Grada - ANALIZA LOKACIJE					
Kriteriji za ocjenu atraktivnosti i pogodnosti lokacije	Važnost	Ocjena			Komentar
	3 - vrlo važno 2 - važno 1 - manje važno	5 - izvrsno 4 - dobro 3 - srednje 2 - loše 1 - vrlo loše 0 - neocijenjeno	Postignuta ocjena	Maksimalna ocjena	
Karakteristike lokacije		65%	71	110	
Raspoloživost zabavnih sadržaja	2	5	10	10	Centralna lokacija uz staru gradsku jezgru osigurava lagan pristup postojećim zabavnim sadržajima grada.
Raspoloživost trgovачkih sadržaja	2	4	8	10	Trgovački sadržaji gradskog centra lako su dostupni s predmetne lokacije. Raznovrsnost trgovачkih sadržaja u središtu grada može se dodatno unaprijediti.
Raspoloživost sadržaja hrane i pića	3	5	15	15	Mnogi ugostiteljski objekti lako su dostupni s predmetne lokacije.
Smještajni kapaciteti u krugu 1 km	3	2	6	15	Raspoloživost hotelskih kapaciteta u krugu 1 km isključivo se odnosi na hotele s 5 zvjezdica što predstavlja nedostatak lokacije.
Smještajni kapaciteti u krugu 2 km	3	2	6	15	U krugu od 2 km, raspoloživost se značajno proširuje ali i dalje dominantno s objektima s 5 zvjezdica. U ukupnoj strukturi, hoteli s 5 zvjezdica dominiraju s 84% kapaciteta a slijede hoteli s 3* sa 16% kapaciteta. Nema hotela s 4 zvjezdice u krugu od 2 km.
Oblik čestice	1	4	4	5	Čestica je nepravilnog oblika (približno pravokutnik), presječena gradskom prometnicom na dva dijела.
Veličina čestice	3	2	6	15	Čestica zauzima površinu od 9.000 m ² .
Vlasništvo čestice	3	2	6	15	Parcele su u javnom i privatnom vlasništvu, što otežava vremensko planiranje projekta i mogućnost realizacije.
Vidici i pogledi s čestice	2	5	10	10	Djelomični pogled na akvabtri ispred gradske luke te na otok Lokrum. Panoramom dominiraju visoke gradske zidine.
Pristup i prometna situacija		67%	37	55	
Cestovni pristup	3	2	6	15	Postojeća jednosmjerna prometnica s kolničkim parking prostorima i djelomičnim pješačkim nogostupima rezultira lošom cestovnom dostupnosti. Jednosmjerna prometnica u periodima gustog prometa predstavlja usko grlo.
Javni transport	2	4	8	10	Gradski autobus prolazi uz predmetnu lokaciju.
Zračni transport	3	4	12	15	Lokacija je udaljena 20 km od zračne luke Dubrovnik.
Pješačka udaljenost	2	4	8	10	Iako u blizini gradskih atrakcija, udaljenost hotelskih kapaciteta limitira pješački dostup.
Parking prostor (postojeći)	1	3	3	5	Postoji ograničen parking prostor u neposrednoj blizini lokacije (ispod gradskih zidina te u obližnjim ulicama). Izgradnjom potencijalnog centra, uklanjanje se postajeći parking nasuprot vatrogasne stanice.
Prostorno urbanistički uvjeti		49%	51	105	
Maksimalna izgrađena površina	3	3	9	15	Maksimalna gradevinska bruto površina iznosi 34.000 m ² garaže i 7.200 m ² ostalog prostora.
Namjena okolnog područja	1	4	4	5	Namjena okolnog područja je komplementarne prirode te ne umanjuje vrijednost lokacije. Značajna je namjena za stanovanje.
Mogućnost proširivanja	3	1	3	15	Obzirom na poziciju parcele mogućnost proširivanja je iznimno limitirana.
Namjena prostora (čestica)	2	3	6	10	Lokacija se nalazi u zoni K4 - područje garažno poslovne namjene te ne odgovara u potpunosti namjeni kongresnog centra.
Mogućnost vanjskog izložbenog prostora	2	1	2	10	Obzirom na centralnu poziciju, mogućnost vanjskog izložbenog prostora je iznimno limitirana.
Moguća katnost	2	2	4	10	Maksimalna visina izgradnje P+2 u odnosu na ulicu kralja Petra Krešimira IV.
Moguć novi parking prostor (bus i osobni automobili)	3	4	12	15	Osim predviđene podzemne garaže, parking prostor za autobuse je moguće planirati, no u limitiranom broju.
Sinergija s postojećim kongresnim sadržajima	2	1	2	10	Slaba moguća sinergija.
Mogućnost upečatljivog dizajna (Iconic Design)	3	3	9	15	Obzirom na neposrednu blizinu gradskim zidinama te povjesnim atrakcijama, očekuju se značajna ograničanja u pogledu vanjskog dizajna potencijalnog centra.
UKUPNA ATRAKTIVNOST I PRIMJERENOST		59%	159	270	

Izvor: Horwath HTL, Prosinac 2014.



Izvor: Horwath HTL, Prosinac 2014.

Zaključak

Urbani uvjeti za predmetnu lokaciju vrlo su restriktivni što je i razumljivo s obzirom na blizinu povijesnog centra Dubrovnika. Zbog veličine parcele predmetna lokacija ima vrlo skučene prostorne mogućnosti za razvoj većeg centra. Prometna situacija unutar gradskog tkiva vrlo je kritična sa stanovišta protočnosti i kapaciteta. Ako uz sve to dodamo i stupanj zaštite cjelokupnog prostora, te sa tim vezano i izradu UPU-a za definiranje lokacijskih uvjeta, jasno je da ova lokacija bez obzira na svoju veliku prostornu atraktivnost nije optimalna za razvoj većeg kongresnog centra, u usporedbi s ostalim lokacijama.

Iz smještajne perspektive, predmetna lokacija raspolaže s gravitacijskim kapacitetom od 455 hotelskih soba u promjeru 1 km, odnosno s 1.023 hotelskih soba unutar 2 km od predmetne lokacije. U strukturi, smještajni kapaciteti se uglavnom odnose na kategoriju 5 zvjezdica. Sve navedeno sugerira kako smještajni kapaciteti u gravitacijskom obuhvatu ne odgovaraju u potpunosti zahtjevima organizatora kongresnih događanja. Zbog navedenog nedostatka smještajnih kapaciteta unutar pješačke udaljenosti ova lokacija zahtjeva značajniji priliv sudionika cestovnim putem (autobus, automobil, taksi) što bi dodatno u dane održavanja događanja uvjetovalo prometne gužve (uzimajući trenutnu organizaciju prometa).

Ambijentalno gledano, ovu lokaciju odlikuje pogled na UNESCO zaštićenu kulturnu baštinu, što bi predstavljalo jedinstvenu prodajnu propoziciju.

Ukupno promatrajući ocjenu lokacije, predmetna lokacija ostvarila je ocjenu 59% za sve promatrane varijable.

6.1.3 Lokacija „Srebreno“

Opis lokacije

Predmetna lokacija nalazi se u građevinskom području naselja Srebreno uz magistralnu prometnicu Dubrovnik – Čilipi. Površina parcele je oko 56.000 m², ravne konfiguracije terena sa ekstenzivnim i kvalitetnim visokim zelenilom, prosječne elevacije 5 m nadmorske visine. Postojeće stanje predmetne parcele većim djelom obuhvaća postojeći kamp. Udaljenost do morske obale iznosi oko 400 m.

Na prostoru Srebrenog, uključujući predmetnu predloženu lokaciju, postoji problem odvodnje površinskih voda koje u vrijeme jakih kiša nabujaju te poplavljaju okolni prostor.

Analiza prostornih planova i urbanih uvjeta

1. Važeća urbanistička planska dokumentacija i zakonska regulativa

Za predmetnu lokaciju izrađen je UPU užeg područja koji je u suglasnosti sa planom višeg reda i nakon revizije te je kao takav na snazi i u skladu sa zakonskom regulativom o prostornim planovima i građenju, a uključuje:

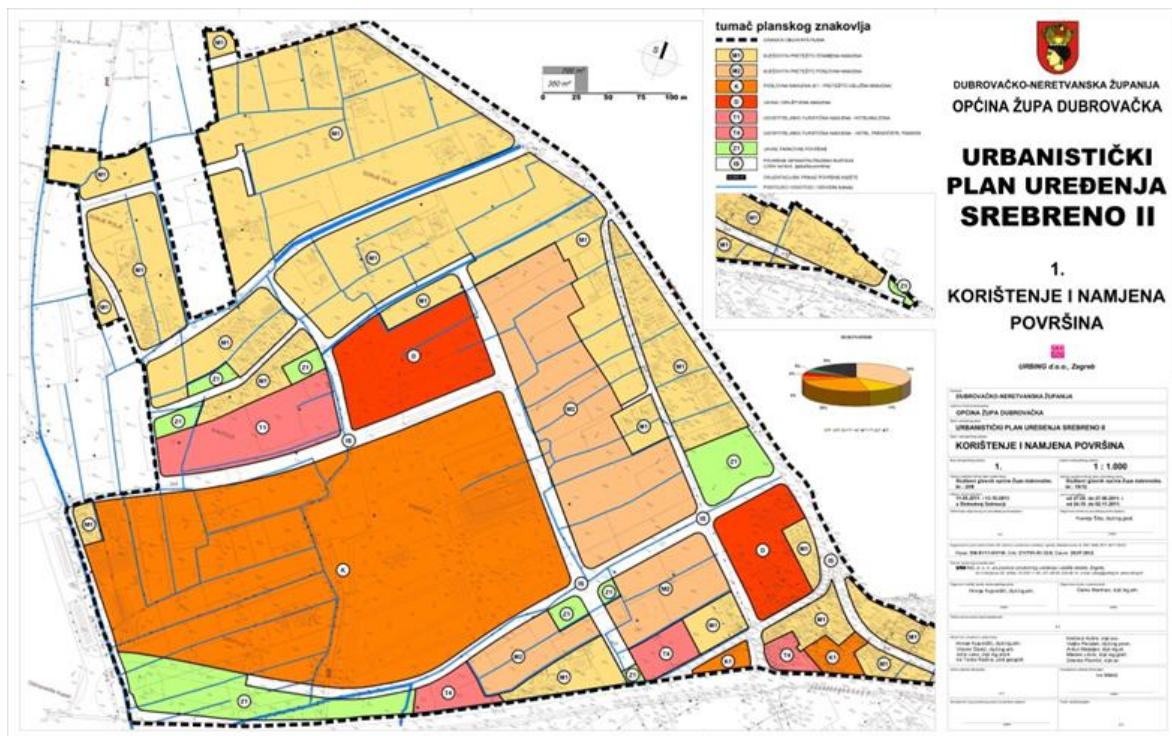
- UPU Srebrno II, izmjene plana 2012. godine, Urbing d.o.o.
- PPUO Župa Dubrovačka , iz 2008. godine, Urbing d.o.o.
- Zakon o Prostornom uređenju, 153/13, iz 2014. godine
- Zakon o gradnji, 153/13, iz 2014. godine

2. Urbani uvjeti

Namjena

Predmetna parcela koja obuhvaća 56.000 m² određena je kao područje poslovne namjene, kongresno – izložbeni centar (K). Što uključuje kompleks zgrada kongresno-izložbenog centra sa pratećim građevinama ugostiteljskih i ostalih uslužnih, te športsko-rekreacijskih sadržaja.

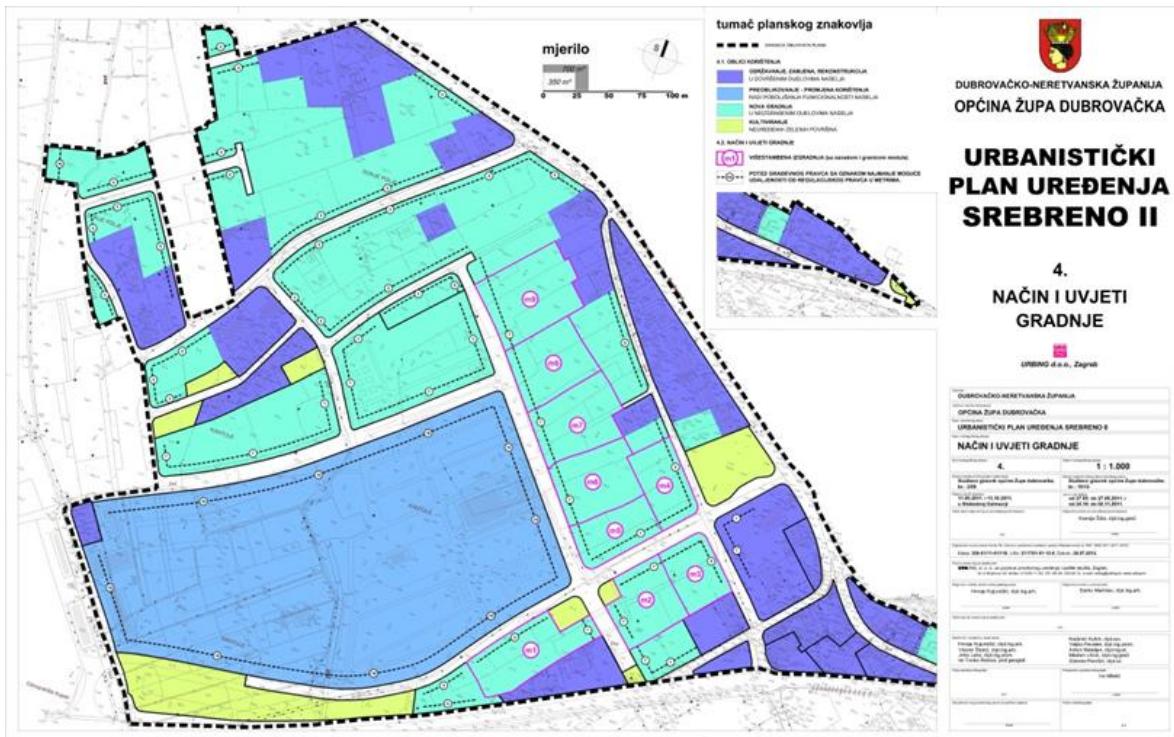
Sukladno UPU Srebreno II iz 2012., namjena površina definirana je na sljedeći način.



Uvjeti gradnje

Zonu treba rješavati kao jedinstvenu prostorno-funkcionalnu cjelinu s mogućnošću ostvarenja po etapama kao samostojeci objekt. Maksimalna izgrađenost parcele $Kig=0,3$, dok je maksimalna iskoristivost $Kis=0,8$. Maksimalni broj etaže je ograničen sa 3 etaže (12 m) za osnovnu zgradu centra a za prateće zgrade 2 etaže (9 m). Najmanje 40% površine parcele treba biti uređeno kao parkovni nasadi i prirodno zelenilo. Najveći dozvoljeni kapacitet kongresnih dvorana je 2.000 sudionika. Kroz središnji dio parcele od sjevera prema jugu potrebno je osigurati javnu pješačku stazu. Parkirališne površine treba riješiti unutar parcele i to 1 parkirno mjesto/50 m² GBP osnovne građevine i 5 za autobuse.

Načini i uvjeti gradnje definirani su UPU Srebreno II.



Prostorni pokazatelji zaključno svode se na sljedeće parametre:

- Veličina parcele: 56.000 m²
- Maksimalna GBP: 44.800 m²
- Maksimalna površina pod objektom: 16.800 m²
- Zelene površine, minimalno: 22.400 m²
- Kapacitet kongresnog centra: 2.000 sudionika

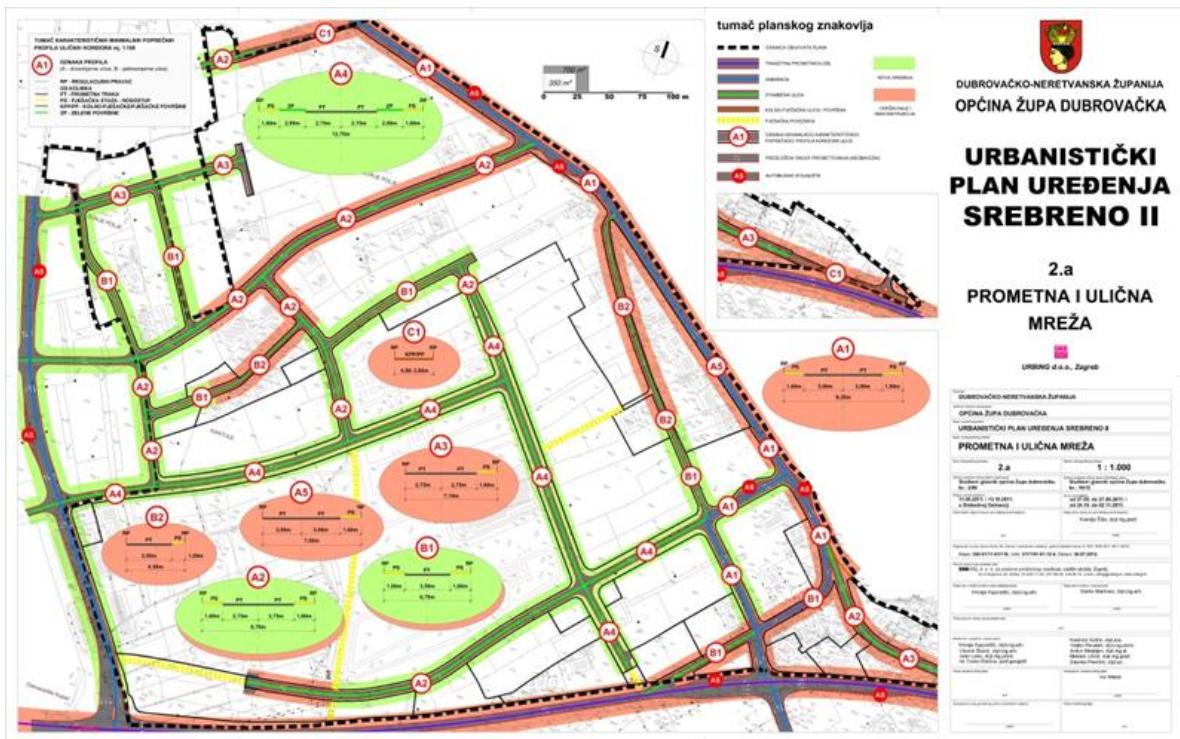
Zaštita prostora

Na predmetnoj lokaciji osim obavezne izrade javnog urbanističko-arhitektonskog natječaja ne postoje posebni uvjeti zaštite prostora.

Infrastruktura

UPU Srebreno II predviđa novu prometnu infrastrukturu unutar tog dijela naselja što je i osnova formiranja predložene građevne čestice. Promet u mirovanju određen je uvjetima gradnje.

Mapa u nastavku daje pregled prometne infrastrukture sukladno UPU Srebreno II, 2012.



S obzirom na prenamjenu postojećeg urbanog prostora, predmetno područje nije opremljeno adekvatnom postojećom komunalnom infrastrukturom u segmentima odvodnje otpadnih i oborinskih voda, vodoopskrbe, elektroopskrbe i telekomunikacija.

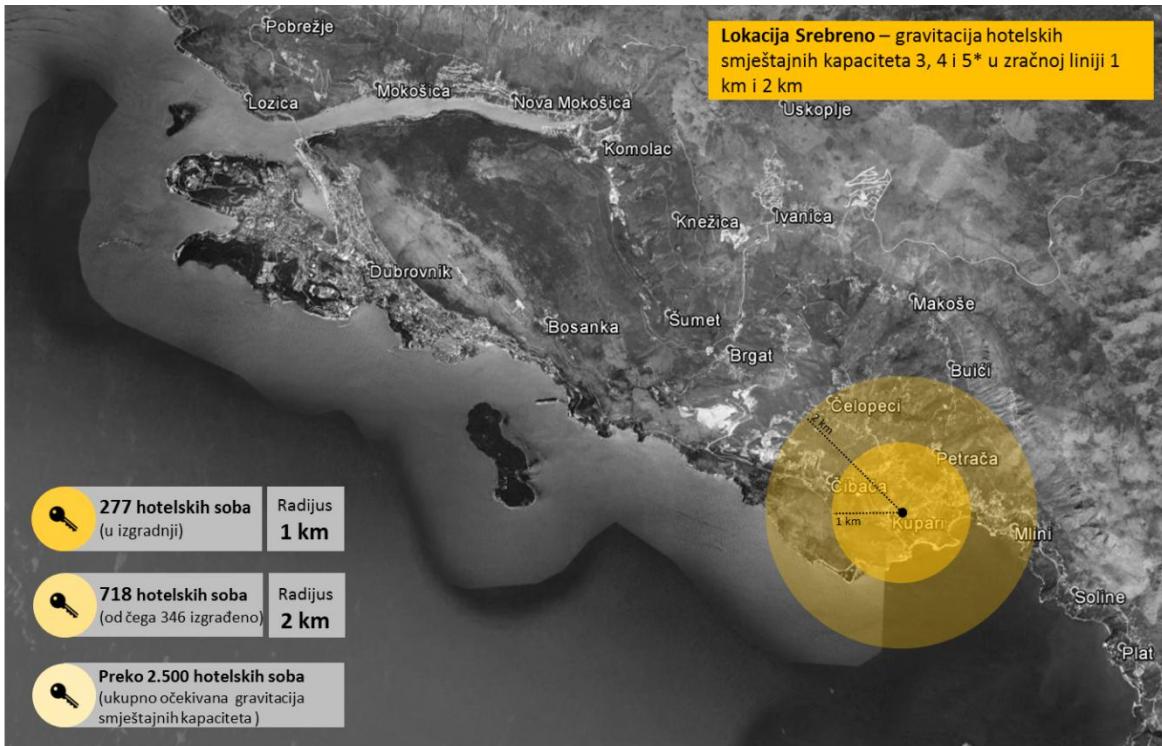
Smještajni kapaciteti

Lokacija u krugu od 1 kilometra raspolaže sa smještajnim kapacitetima od 277 hotelskih soba (sve u procesu izgradnje, ulazak na tržište planiran tijekom 2015.) dominantno u kategoriji 5 zvjezdica. U radijusu od 2 kilometra, raspoloživi hotelski kapaciteti se povećavaju na ukupno 718 soba.

U perspektivi aktivacije trenutno neaktivnih turističkih zona (poglavito Kupari 1 i Kupari 2), raspoloživi kapacitet hotelskih soba se procjenjuje na 1.200. U krugu od 2 km taj broj (s okolnim neaktivnim zonama i objektima) se penje na preko 2.000 hotelskih soba. Predviđena kategorija kapaciteta je očekivana dominantno u segmentu 4 i 5 zvjezdica.

Uz to, Plat hoteli, iako na udaljenosti većoj od 2 km, zbog brze poveznice magistralnom cestom također predstavljaju dodatni smještajni kapacitet potencijalnog centra u Srebrenom. Stoga sveukupno se može računati na oko 2.500 hotelskih soba visoke kategorije koje bi gravitirale predmetnoj lokaciji.

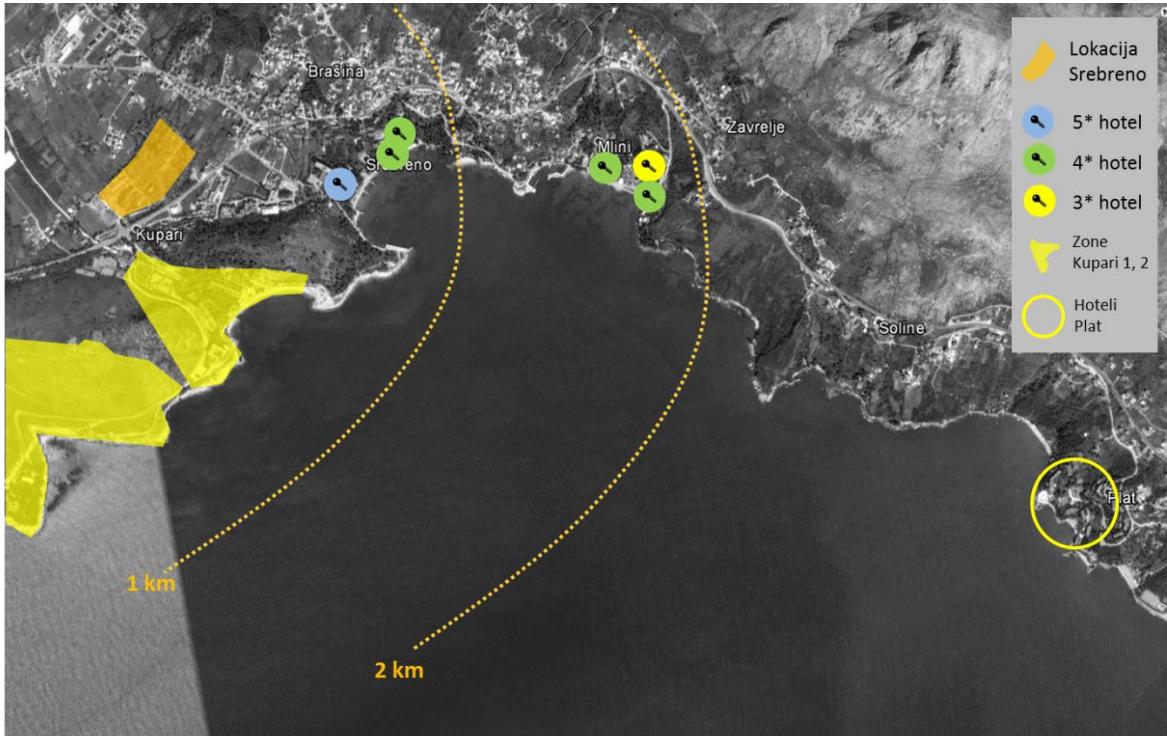
U nastavku donosimo pregled kapaciteta koji su trenutno u procesu izgradnje/poslovanja.



Izvor: Horwath HTL analiza kapaciteta, 2015. godina

Od ukupnog kapaciteta unutar 1 km radiusa od predmetne lokacije, 90% hotelskih soba je u kategoriji 5 zvjezdica a 10 % u kategoriji 4 zvjezdice. Dodatno od 1 do 2 kilometra od predmetne lokacije nalaze se dodatnih 441 hotelskih soba, od čega 30% u kategoriji 4 zvjezdica te 70% u kategoriji 3 zvjezdice.

Pregled hotelskih kapaciteta u krugu 1 km i 2 km od predmetne lokacije nalazi se na sljedećem prikazu.



Izvor: Horwath HTL analiza kapaciteta, 2015. godina

U slučaju eventualnog značajnog vremenskog pomaka realizacije projekata smještajnih kapaciteta (poglavito Kupari), lokacija bi se trebala ponovno revalorizirati.

Pogledi s lokacije

Lokacija se nalazi uz magistralnu cestu, a nasuprot lokacije je smještana benzinska pumpa. Lokacija ima pogled na okolne planine i gusto raslinje uz samu parcelu. S lokacije se ne pruža pogled na more te zbog toga se ne osigurava „osjećaj mjesta“ iz perspektive potencijalnih gostiju kongresnog centra na predmetnoj lokaciji.

U nastavku se nalazi dio foto dokumentacije s terenskog obilaska lokacije.



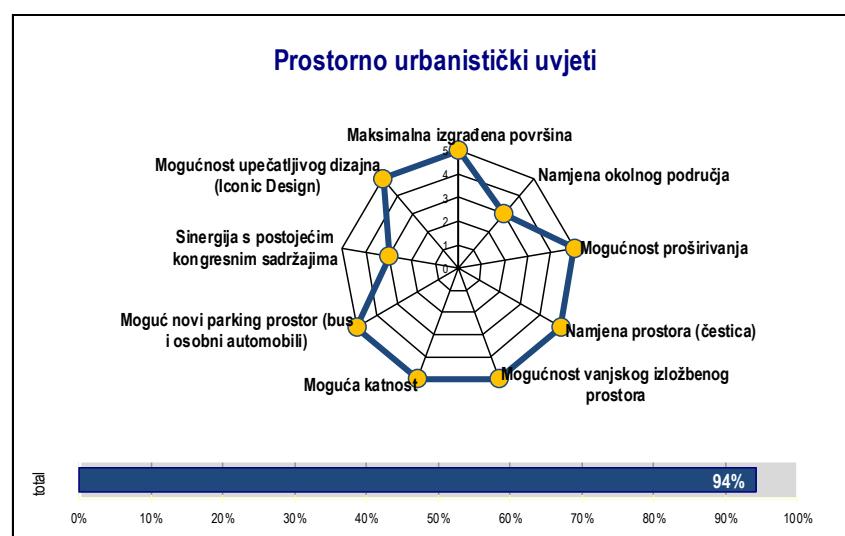
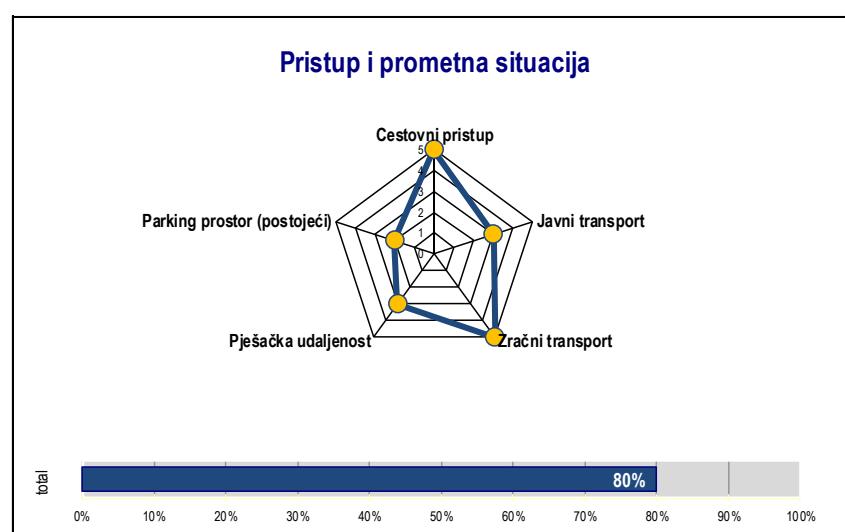
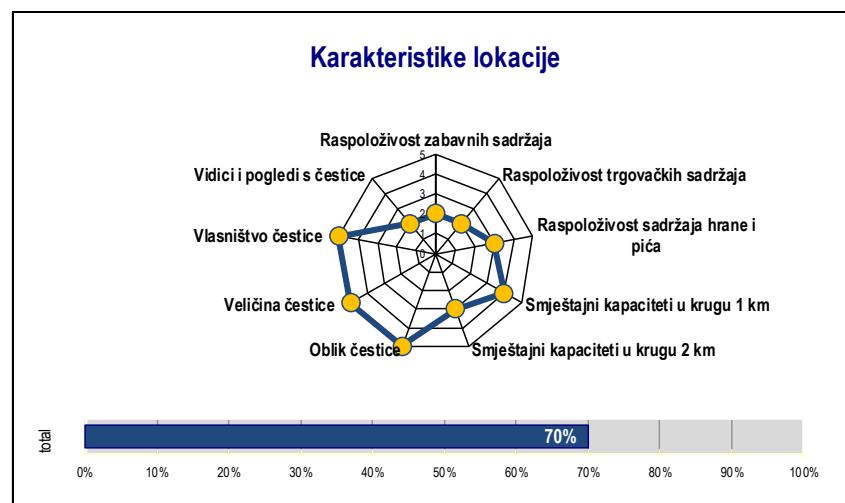
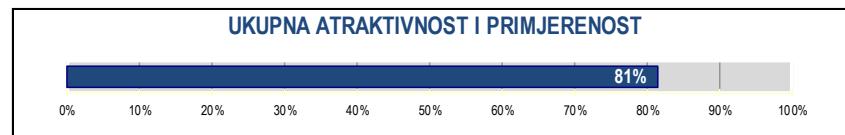
Izvor: Horwath HTL obilazak lokacije, 2014. godina

Ocjena lokacije

Provedena je detaljna ocjenu lokacije, a rezultati su predstavljeni u nastavku.

Srebro - ANALIZA LOKACIJE					
Kriteriji za ocjenu atraktivnosti i pogodnosti lokacije	Važnost	Ocjena			Komentar
	3 - vrlo važno 2 - važno 1 - manje važno	5 - izvrsno 4 - dobro 3 - srednje 2 - loše 1 - vrlo loše 0 - neocijenjeno	Postignuta ocjena	Maksimalna ocjena	
Karakteristike lokacije		70%	77	110	
Raspoloživost zabavnih sadržaja	2	2	4	10	Vrlo limitirana ponuda zabavnih sadržaja.
Raspoloživost trgovачkih sadržaja	2	2	4	10	Vrlo limitirana ponuda trgovачkih sadržaja. Izuzev supermarketa, ne postoje trgovacići sadržaji koji bi zadovoljili zahtjevnije potrošače.
Raspoloživost sadržaja hrane i pića	3	3	9	15	Postoji određen broj ugostiteljskih sadržaja, no njihova kvaliteta ima potencijal značajnog unaprijeđenja.
Smještajni kapaciteti u okolini 1 km	3	4	12	15	Sheraton hotel (u izgradnji) nalazi se u blizini predmetne lokacije. U krugu od 1 km nalazi se 277 hotelskih soba (u izgradnji). Značajan potencijal smještajnih kapaciteta nalazi se u zonama Kupari 1 i Kupari 2. Njihovom aktivacijom i izgradnjom, potencijalni kapaciteti bi u potpunosti mogao zadovoljiti potražnju vezanu za kongresna događanja.
Smještajni kapaciteti u okolini 2 km	3	3	9	15	U krugu od 2 km hotelski kapacitet se povećava na ukupno 718 hotelskih soba u kategoriji od 3 do 5 zvjezdica.
Oblik čestice	1	5	5	5	Oblik čestice je nepravilan, no poprima oblik sličan pravokutniku što ga čini lakin za planiranje različitih namjena i fiočira.
Veličina čestice	3	5	15	15	Čestica veličine 56.000 m ² pruža razne mogućnosti izgradnje.
Vlasništvo čestice	3	5	15	15	Parcela je u državnom vlasništvu.
Vidici i pogledi s čestice	2	2	4	10	Iako nedaleko morske obale, lokacija nema pogled na more.
Pristup i prometna situacija		80%	44	55	
Cestovni pristup	3	5	15	15	Predmetna lokacija nalazi se uz državnu cestu D8 (Jadranska magistrala) što osigurava brzi i nesmetan cestovni pristup lokaciji.
Javni transport	2	3	6	10	Sustav javnog transporta se oslanja na autobusne linije prema Dubrovniku i južno prema Cavatu.
Zračni transport	3	5	15	15	Predmetna lokacija nalazi se na 11 km od zračne luke Dubrovnik.
Pješačka udaljenost	2	3	6	10	Pješačka udaljenost do turističkih sadržaja u Srebrenom je prihvatljiva obzirom na malu udaljenost (500 do 700 metara od mora)
Parking prostor (postojeći)	1	2	2	5	Postojeći parking prostor ne zadovoljava potrebe potencijalnog kongresnog centra.
Prostorno urbanistički uvjeti		94%	99	105	
Maksimalna izgrađena površina	3	5	15	15	Maksimalna građevinska grub površina iznosi 44.800 m ² .
Namjena okolnog područja	1	3	3	5	Namjena okolnog područja ne umanjuje vrijednost lokacije. No mješovite namjene u neposrednoj blizini centra ostavljaju prostora za razlike moguće negativne učinke (estetske prvenstveno).
Mogućnost proširivanja	3	5	15	15	Obzirom na površinu lokacije, postoji mogućnost proširivanja i faznog planiranja objekta.
Namjena prostora (čestica)	2	5	10	10	Lokacija se nalazi u zoni K - Poslovna namjena, (K1 pretežito uslužna namjena).
Mogućnost vanjskog izložbenog prostora	2	5	10	10	Lokacija obzirom na površinu može uključivati i vanjski izložbeni prostor ograničenog kapaciteta (zavisno o veličini kongresnog centra i ostalim sadržajima na parceli).
Moguća katnost	2	5	10	10	Maksimalni broj etaže je ograničen sa 3 etaže (12 m) za osnovnu zgradu centra a za prateće zgrade 2 etaže (9 m).
Moguć novi parking prostor (bus i osobni automobili)	3	5	15	15	Predviđen je nadzemni parking prostor po klijenu 1PM po m ² GBP te 5 parking mjesto za autobuse. Zavisno o veličini centra, potrebno je razmotriti dodatna parking mjesto za autobuse.
Sinergija s postojećim kongresnim sadržajima	2	3	6	10	Slaba moguća sinergija, izuzev s kongresnim kapacitetima u Sheraton hotelu u Srebrenom (u procesu izgradnje).
Mogućnost upečatljivog dizajna (Iconic Design)	3	5	15	15	Ne postoji posebni uvjet zaštite prostora te se pretpostavlja mogućnost upečatljivog dizajna građevine.
UKUPNA ATRAKTIVNOST I PRIMJERENOST		81%	220	270	

Izvor: Horwath HTL, prosinac 2014.



Izvor: Horwath HTL, prosinac 2014.

Zaključak

Urbani uvjeti dozvoljavaju gradnju Kongresnog centra sa svim pratećim sadržajima realne iskoristivosti (0,8) i izgrađenosti (0,4) ali su uvjeti vezani uz kapacitet (maksimalno 2.000 sudionika) vrlo ograničavajući za predmetnu lokaciju. U slučaju odabira ove lokacije, potrebno je povećati maksimalan kapacitet predviđen urbanističkim uvjetima. Uvjete za zelene površine (30%) kao i potreban broj parkirališnih mesta možemo ocijeniti kao realne, dok je uvjet za javnim pješačkim koridorom u smjeru sjever–jug ograničavajući faktor operativnosti samog centra.

Iz smještajne perspektive, trenutni hotelski kapaciteti predstavljaju ograničavajući faktor ove lokacije. U slučaju aktivacije turističkih zona Kupari 1 i Kupari 2 njihov potencijalni kapacitet (u kombinaciji s kapacitetima koji su trenutno u izgradnji) bi u značajnoj mjeri osigurao dovoljno hotelskih soba za smještaj sudionika kongresa i događanja u predmetnom kongresnom centru.

Prilikom razmatranja predmetne lokacije potrebno je uzeti u obzir i činjenicu da je ovo područje bogato površinskim tokovima vode, te sukladno tome u razdobljima sa snažnom kišom javljaju se problemi s odvodnjom oborinskih voda (intervencije vatrogasaca). Stoga je u slučaju odabira ove lokacije potrebno dodatno ispitati ovaj potencijalno otegotni faktor.

Ukupno promatrajući ocjenu lokacije, predmetna lokacija ostvarila je ocjenu 81% za sve promatrane varijable.

6.2. IMPLIKACIJE NA PROJEKT

U nastavku donosimo usporedni pregled ostvarenih ukupnih ocjena svake analizirane lokacije.

	Babin Kuk	Centar iza Grada	Srebreno
Karakteristike lokacije			
Raspoloživost zabavnih sadržaja	40%	★ 100%	40%
Raspoloživost trgovačkih sadržaja	40%	★ 80%	40%
Raspoloživost sadržaja hrane i pića	60%	★ 100%	60%
Smještajni kapaciteti u krugu 1 km	★ 100%	40%	80%
Smještajni kapaciteti u krugu 2 km	★ 100%	40%	60%
Oblik čestice	★ 100%	80%	★ 100%
Veličina čestice	★ 100%	40%	★ 100%
Vlasništvo čestice	40%	40%	★ 100%
Vidici i pogledi s čestice	80%	★ 100%	40%
Pristup i prometna situacija			
Cestovni pristup	80%	40%	★ 100%
Javni transport	★ 80%	★ 80%	60%
Zračni transport	80%	80%	★ 100%
Pješačka udaljenost	60%	★ 80%	60%
Parking prostor (postojeći)	★ 60%	★ 60%	40%
Prostorno urbanistički uvjeti			
Maksimalna izgrađena površina	★ 100%	60%	★ 100%
Namjena okolnog područja	★ 100%	80%	60%
Mogućnost proširivanja	★ 100%	20%	★ 100%
Namjena prostora (čestica)	★ 100%	60%	★ 100%
Mogućnost vanjskog izložbenog prostora	80%	20%	★ 100%
Moguća katnost	★ 100%	40%	★ 100%
Moguć novi parking prostor (bus i osobni automobili)	★ 100%	80%	★ 100%
Sinergija s postojećim kongresnim sadržajima	★ 80%	20%	60%
Mogućnost upečatljivog dizajna (Iconic Design)	★ 100%	60%	★ 100%
UKUPNA ATRAKTIVNOST I PRIMJERENOST	83%	59%	81%

Oznaka ★ predstavlja najbolji ostvareni rezultat u pojedinoj kategoriji

Izvor: Horwath HTL, prosinac 2014.

Usporedbom analiziranih lokacija prema utvrđenim područjima ocjenjivanja, najbolji rezultat ostvarila je lokacija „Babin Kuk“ (83%), zatim lokacija „Srebreno“ (81%) te lokacija „Centar iza Grada“ (59%).

Sukladno postignutim ocjenama, **zaključuje se kako je lokacija Babin Kuk najatraktivnija za razvoj višenamjenskog kongresnog centra Dubrovnik. Ova lokacija je svojim karakteristikama najbolje udovoljila različitim lokacijskim, prometnim i prostorno urbanističkim zahtjevima razvojnog projekta.**

Drugoplasirana lokacija je Srebreno. Mikrodestinacijski promatrano, ova lokacija ima nedostatke u pogledu ponude ugostiteljskih, trgovačkih i zabavnih sadržaja, pristupa iz smjera Dubrovnika (u slučaju prometnih zastoja limitiran pristup), raspoloživosti smještajnih kapaciteta (u izgradnji ili fazi planiranja, davanja u koncesiju), ograničenih i neutraktivnih vidika s predložene lokacije. Pritom valja uzeti u obzir moguću dinamiku realizacije projekata (izgradnja kongresnog centra i razvoj neaktiviranih turističkih zona i kapaciteta). Dodatno je potrebno povećati maksimalan kapacitet centra predviđen urbanim uvjetima (kako bi zadovoljavao predloženu veličinu centra), kao i kvalitetno riješiti problem odvodnje površinskih voda.

U slučaju dodatnih mogućih lokacija kongresnog centra koje nisu uključene u ovoj studiji, Horwath HTL preporuča provedbu identične procedure ocjene lokacije.

U slučaju vremenskog zastoja u realizaciji/aktivaciji zona Kupari, hotela Plat i ostalih objekata koji gravitiraju lokaciji Srebreno, potrebno je ponovno valorizirati lokaciju (trenutna se ocjena bazira na pretpostavci kako će ove zone biti aktivirane u skorom periodu).



POGLAVLJE 7

Smjernice za poslovni model
financiranja i upravljanja
višenamjenskim kongresnim
centrom



Hotel, Tourism and Leisure

Koncept razvoja multifunkcionalnog kongresnog
centra Dubrovnik

7. SMJERNICE ZA POSLOVNI MODEL FINANCIRANJA I UPRAVLJANJA VIŠENAMJENSKIM KONGRESNIM CENTROM

7.1. PREGLED MODELA FINANCIRANJA

Financiranje izgradnje kongresno-izložbenih centara je dio strateških razvojnih odluka država, regija i/ili gradova gdje se takvi centri grade. U pravilu to nisu investicije privatnog sektora jer iste investicije ne donose komercijalni povrat na kapitalne investicije. Iako u pravilu većina takvih centara u svijetu proizvodi pozitivni **operativni rezultat**, troškovi investicija u pravilu ne terete (ili terete u najmanjoj mogućoj mjeri) poslovanje ovakvih centara. Zbog svega toga se pitanju financiranja i razvoja ovakvih centara pristupa sa stajališta općih koristi za društvenu zajednicu gdje se isti centri i grade.

Interes **javnog sektora** se dominantno očituje kroz stvaranje novih radnih mjesta, bilo u samom kongresnom centru ili u pratećim uslužnim sektorima i povećanje direktnе i indirektnе potrošnje na lokalnoj razini, zajedno sa multiplikativnim efektom, predstavlja primarni gospodarski interes. Izravno se povećavaju prihodi od boravišne takse a vidljiv je i utjecaj na ublažavanje sezonalnosti na godišnjoj razini.

Poboljšanje imidža destinacije, porast blagostanja lokalnog stanovništva i raspoloživost i korištenje sadržaja od strane lokalne zajednice su ključni efekti koje producira izgradnja ovakvog kongresno-izložbenog centra.

Privatni interes se možebitno očituje kroz interes za izgradnjom komercijalnih i/ili stambenih sadržaja, zavisno o atraktivnosti predmetne lokacije. U određenim slučajevima, kongresni centri dio su komercijalnog razvoja određenog gradskog kvarta što uključuje uredske prostore, trgovačke prostore kao i garaže i ostale popratne sadržaje⁷⁰. Privatni interes se ogleda i kroz mogućnost komercijalnog upravljanja kongresnim centrom uz prethodno pokriće investicijskog troška izgradnje samog centra.

Nadalje, privatni interes se također može ogledati u modelu BOT (engl. *build, operate, transfer*). Strukturiranje financiranja gradnje kroz BOT model postavlja se na način da privatni partner uđe u razini u kojoj može ostvariti adekvatni povrat na uložena sredstva, a prije vraćanja imovine u javno vlasništvo. Pritom je važno sa strane javnog sektora formirati realistična očekivanja uzimajući u obzir činjenicu da većina kongresnih centara proizvodi isključivo pozitivni operativni rezultat (u najboljem slučaju). Stoga neki od recentnih primjera ovog modela ukazuju na velike teškoće u pribavljanju dovoljno financijskih sredstava putem BOT modela⁷¹.

Država (javni sektor) uglavnom zadržava vlasništvo nad zemljom i nad zgradama u slučajevima kada se privatnim partnerima daje mogućnost razvoja i prodaje komercijalnih sadržaja kao što su trgovački, uredski prostori, stambeni prostori i hoteli koji se nalaze u neposrednom okruženju centra.

Stoga, kada govorimo o mogućim oblicima javnog vlasništva, govorimo uglavnom o sljedećem:

- Direktno vlasništvo javnog sektora; ili
- Posredno vlasništvo javnog sektora putem osnivanja posebnog pravnog entiteta (SPV – *special purpose vehicle*; odnosno posebna tvrtka).

⁷⁰ Primjer komercijalnog centra L'Illa Barcelona gdje je izgrađen novi gradski blok s 2 hotela, kongresnim centrom, trgovačkim centrom, javnim površinama i drugim sadržajima. Više informacija na: <http://www.lilla.com/en/lilla/what-is-lilla-diagonal>

⁷¹ Primjer Vector Arena i Perth Convention Centre.

Štoga, vrlo često vlada ili regionalna administracija (sukladno ovlastima u pojedinim zemljama) reguliraju način financiranja i upravljanja ovakvima centrima.

Budući da je u većini slučajeva vlasništvo „javno“, interesi stanovništva trebaju bili balansirani kroz komercijalne interese. Ovo povremeno može predstavljati problem i konflikt, posebice kada se centar natječe za javne događaje. Za razliku od „javnih“ centara, privatni centri su isključivo orijentirani i vođeni generiranjem profita. Dok vlade uobičajeno ne financiraju privatne kongresne centre, država se može pak odlučiti za neku vrstu potpora.

Prednosti i nedostaci bilo koje od opcija vlasništva i upravljanja su primarno vezani za efikasnost, profitabilnost i ljudski potencijal.

Obzirom na vrlo intenzivna finansijska ulaganja potrebna za razvoj ovakvih kongresnih centara primijenjena praksa ukazuje na sljedeće najčešće modele vlasništva i upravljanja:

Primjer	Vlasništvo lokacije	Vlasništvo građevine	Upravljanje	Rizik za javni sektor	Rizik za privatni sektor
Opcija A	javno	javno	javno	visok	niski
Opcija B	javno	javno	javno privatno partnerstvo		
Opcija C	javno	javno	privatno		
Opcija D	javno	privatno uz BOT model	privatno	niski	
Opcija E	javno	privatno	privatno		visok

Izvor: Horwath HTL baza podataka, prosinac 2014.

Opcija A je čest model u globalnim uvjetima. Ovo je isključivo javni projekt gdje se u potpunosti i isključivo pojavljuje javni sektor. Pritom vlasnički se izmjenjuju različiti potencijalni subjekti (vlade, lokalna administracija, javne tvrtke) dok se u upravljačkom pogledu dominantno pojavljuju posebne tvrtke osnovane od strane javnog sektora ili posebno oformljeni kongresni uredi destinacija. Pritom se posebno vodi briga o tome da li kompetencije zaposlenika upravljačke tvrtke odgovaraju globalnim zahtjevima industrije. Investicijski trošak ovog modela snosi isključivo javni sektor. Neki od primjera ovakvog modela su sljedeći: ICE Krakow, Adelaide Convention Centre, Venice Convention, itd.



Opcija B je model koji se kao i model C pojavljuje u razvijenim i sofisticiranim destinacijama. Ovaj model karakterizira investicijski angažman javnog sektora, dok se u upravljačkom smislu formira javno privatno partnerstvo koje može uključivati privatni sektor samo na savjetodavnoj razini, sve do realnog uključivanja privatnog sektora u promociju, upravljanje i ostale operativne upravljačke funkcije. Ovdje uloga privatnog sektora može biti čak i vlasnička putem udjela u upravljačkoj tvrtci. Neki od primjera ovakvog modela uključuju: Centre Convenciones Internacional Barcelona (u vlasničkoj strukturi dominira privatni sektor s 80%, a slijedi Gradsko vijeće Barcelone s 12% i Udrženje hotelijera Barcelone s 8%)⁷².

⁷² Više informacija dostupno na: <http://www.ccib.es/general-presentation/who-we-are/convention-centre-france-lyon>



Opcija C je vrlo čest model koji se počeo razvijati uviđanjem da javni sektor na najbolji način ne može odgovoriti u upravljačkom smislu na dinamične globalne poslovne trendove i zahtjeve. Stoga se investicijska uloga i dalje zadržava na javnom sektoru, dok se upravljačke aktivnosti u potpunosti prenose na privatni sektor. Pritom vlasnička funkcija ostaje unutar javnog sektora. U sklopu ovog modela su se razvile globalne tvrtke specijalizirane za upravljanje kongresnim, koncertnim i sportskim objektima (npr. GL Events, SMG International, AEG Facilities, Global Spectrume i slične). Neki od primjera ovakvog modela uključuju: World Forum Den Haag, Brisbane Convention and Exhibition Centre, itd.



Opcije D i E rezultat su rijetkih situacija u kojima javni sektor uglavnom inicira sam projekt, dok se investitori i upravljačke tvrtke uključuju operativno u investiciju (najčešće putem BOT modela), razvoj i upravljanje projektom - u određenim destinacijama u rijetkim slučajevima. Iz perspektive javnog sektora ovo je idealan scenarij koji minimizira izloženost riziku poduhvata, no zbog ekonomije kongresnih centara, ovo u pravilu nije čest slučaj jer dionici privatnog sektora nisu u mogućnosti niti želji samostalno snositi rizik projekta, posebice iz perspektive mogućih prihoda, odnosno profita. Stoga u ovim slučajevima, javni sektor na neki drugi način omogućava osiguranje od rizika za privatnog investitora (npr. davanje na raspolaganje dodatnih građevinskih čestica za druge profitabilne namjene – npr. stanogradnja, komercijalni sadržaji, hotel, i slično). Primjer ovakvog modela predstavlja Perth Convention Centre. Privatnom developeru kongresnog centra u Pertru, vlada je dodijelila sljedeće poticaje uz uvjet ulaska u investiciju po BOT modelu: gotovinski 125 milijuna AUD, najam lokacije kongresnog centra u trajanju od 35 godina, zemlju u vrijednosti 90 milijuna AUD u neposrednoj okolini kongresnog centra bez naknade na period od 99 godina. Upravo posljednja stavka omogućava investitoru nadprosječne povrate kojima nadoknađuje povrat na investiciju samog kongresnog centra.

Iz navedenog je jasno kako ne postoji opće prihvaćeni, ispravan model, već odabir modela (kao i mogući hibridne kombinacije prethodno definiranih modela) zavisi isključivo o sofistikaciji predstavnika javnog sektora, imovinsko pravnom okviru te o predstvincima privatnog sektora. U slučaju nemogućnosti pronašlaska zajedničkog interesa s privatnim sektorom (značajnije uključenje u razvojni projekt), tada se javni sektor samostalno odlučuje za implementaciju projekta uz samostalni ili privatni upravljački model.

U slučaju izgradnje kongresno-izložbenog centra u gravitacijskom području grada Dubrovnika ili unutar samog Grada, sasvim je izvjesno da ista ima i regionalni i državni značaj. Dakle, ne samo lokalni, iako će se krajnje koristi najviše generirati na lokalnoj zajednici.

U tom kontekstu za predvidjeti je da u razvoju ovog projekta trebaju suradnički nastupiti najmanje četiri dionika i to:

- Vlada Republike Hrvatske (u određenim slučajevima putem vlasništva, ili putem mogućih državnih potpora i slično),
- Županija Dubrovačko-neretvanska zbog regionalnih efekata projekta,

- Grad Dubrovnik zbog izravnog utjecaja na turistički promet, imidž destinacije i ekonomske pozitivne eksternalije projekta i konačno,
- Tvrte u javnom vlasništvu (npr. Zračna luka).

Uzimajući u obzir trenutnu razinu povjerenja u javni sektor kao i ozrače u kojem se ne potiču na razini države značajniji zajednički poduhvati javnog i privatnog sektora, za očekivati je kako inicijalno ne treba računati na značajniji interes privatnog sektora. No, potrebno je provesti ozbiljne konzultacije s potencijalnim privatnim dionicima i identificirati potencijalni interes za participacijom.

U kontekstu slabijeg interesa privatnog sektora za značajnije kapitalno uključivanje u projekt, izvjesnija je mogućnost uključivanja na neki od sljedećih kapitalno manje zahtjevnih načina:

- Financiranje pomoćnih usluga/funkcija poput (parkiralište, komercijalni prostori);
- Outsourcing upravljanja objektom i/ili ugostiteljskim sadržajima;
- Financiranje putem pružanja dijela ili cijelokupne građevne čestice za kongresni centar;
- Pravo dodjele imena cijelom kongresnom centru ili samo nekim dijelovima (npr. glavna dvorana, dvorana za recitale, izložbeni prostor, foajei i slično);
- Financiranje ugostiteljske opreme (profesionalne kuhinje, šankovi, itd.) u zamjenu za ekskluzivno pravo na catering usluge u kongresnom centru (pritom voditi brigu o tome da li je subjekt u mogućnosti pružiti prvaklasnu ugostiteljsku uslugu);
- Financiranje audio-vizualne opreme u zamjenu za ekskluzivni tehnički ugovor s tvrtkom;
- Konzorcij privatnog sektora (posebice hoteli/brendovi u neposrednoj blizini kongresnog centra) mogu doprinijeti određenim iznosom „slobodnog kapitala“ (putem modela javno privatnog partnerstva).

Sukladno svemu navedenom, zaključujemo kako izravno uključeni dionici (poglavito Dubrovačko neretvanska županija te Grad Dubrovnik i/ili susjedne općine) trebaju pristupiti pregovorima oko mogućeg finansijskog modela (raspoloživa sredstva, očekivanja i interes) te sukladno rezultatu dogovora pristupiti formiranju mogućeg modela financiranja i traženju eventualnih domaćih i/ili međunarodnih partnera projekta.

Prema globalnim praksama, za očekivati je kako će kongresni centar Dubrovnik u velikoj mjeri biti upravo javna investicija, u slučaju da javni sektor ne uspije pronaći zainteresiranog partnera iz privatnog sektora. Raspoloživost EU fondova za financiranje ovakvog razvojnog projekta, sukladno novo donesenoj finansijskoj perspektivi 2014.-2020. ne daju mnogo mogućnosti za aktivnije uključivanje sredstava EU fondova u ovakav tip projekta⁷³.

7.2. PREGLED MODELA UPRAVLJANJA

Nakon izgradnje centra, gdje je važno osigurati iznimno fleksibilne i kvalitetne prostore prilagodljive globalnim zahtjevima tržišta, od presudne je važnosti imati efikasan upravljački tim centra koji je u mogućnosti na svakodnevnoj bazi operativno upravljati poslovanjem kongresnog centra.

Način upravljanja kongresnim centrima ima značajan utjecaj na operativnu efikasnost i sveukupnu uspješnost centra (operativna dobit ili gubitak). Važno je naglasiti da menadžment nije sinonim za vlasništvo; npr. kongresni centar u javnom vlasništvu može angažirati privatnu menadžment kompaniju da upravlja centrom.

⁷³ Sukladno raspoloživim podacima o najavljenim natječajima sufinanciranja iz EU fondova u prosincu 2014. Unatoč tome, postoji mogućnost da će natječaji u pripremi ipak omogućiti prijavu ovakvih projekata na sredstva EU fondova. Sukladno navedenom, preporučamo daljnji proaktivni pristup identifikaciji i ugovaranju dodatnih izvora sufinanciranja (nacionalni ili EU izvori).

Kongresni centar kojim upravlja javno tijelo ima za cilj maksimiranje koristi za lokalno stanovništvo, dok kongresni centri kojima upravljaju privatne kompanije su poduzetnički vođeni.

Opcije upravljačkih modela primjenjive na kongresne centre mogu biti sljedeće:

- **Javni sektor upravlja kongresnim centrom.** Ovaj model podrazumijeva da nakon faze izgradnje javni sektor osnuje novu tvrtku, odjel ili neki drugi pravni oblik koji će biti zadužen za upravljanje kongresnim centrom. Pritom je od iznimne važnosti da zaposleni kadar ima globalno konkurentne sposobnosti za nadmetanje u pribavljanju konferencijskih i kongresnih ugovora u konkurenciji globalnim kongresnim centrima. Stoga je uvijek jedan od osnovnih prepreka ovog modela visina plaća koja u pravilu nije konkurentna primanjima u privatnom sektoru ove industrije, te sukladno tome struktura i kvaliteta kadra predstavlja operativni problem i rizik uspješnosti poslovanja centra. U nekim destinacijama (npr. Krakow), upravljanje kongresnim centrom preuzima i Kongresni ured destinacije. U ovom modelu javni sektor osim same investicije je u potpunosti odgovoran i za godišnje operativne budžete, sve izdatke za renovaciju, kao i sve povezane troškove poslovanje kongresnog centra.
- **Privatni sektor upravlja kongresnim centrom.** Sve većom konkurenčijom u ovom sektoru turističke industrije (rastući broj kongresnih centara, pritisak na sniženje cijena, zahtjev za vrhunskom uslugom i podrškom, itd.) pojavile su se tvrtke specijalizirane za upravljanje kongresnim, izložbenim, sportskim, kulturnim i višenamjenskim centrima. Svojim globalnim prisustvom u brojnim destinacijama pružaju sigurnost organizatorima događanja da će, neovisno o odabranom kongresnom centru, razina i kvaliteta usluge biti na zadovoljavajućoj razini. Na ovaj način, pojedine menadžment kompanije su od upravitelja objektima, prerasle u organizatore događanja, pružatelje dopunske usluge te važne poslovne partnerne brojnih profesionalnih organizatora događanja. Izbor vodećih menadžment kompanija predstavljen je u poglavlju 2.7 ove studije. Sve navedene tvrtke funkcioniraju na način da sklapaju dugoročne menadžment ugovore ili ugovore o najmu s vlasnicima kongresnih centara. Pritom valja napomenuti kako se ugovori o najmu ili menadžment ugovori razlikuju od destinacije do destinacije (tržišni potencijal, veličina centra i ostali faktori koji utječu na profitabilnost i moguće poslovne performanse centra). U nastavku donosimo pregled osnovnih odrednica ovog potencijalnog odnosa.
 - Menadžment ugovor podrazumijeva raspodjelu odgovornosti između vlasnika i upravljačke tvrtke na sljedeći način:

Javni sektor (vlasnik) ima odgovornost: vlasnička odgovornost, velika ulaganja (zidovi, krov), renovacija, marketinška politika destinacije (mora uključivati kongresni turizam), investiranje (izgradnja centra, oprema, namještaj, i slično).

Privatni sektor (menadžment kompanija) ima odgovornost: operativno upravljanje objektom (godišnji budžeti, prodaja, zaposlenici, itd.), redovno održavanja, marketing kongresnog centra, potrošni materijal.

- Menadžment ugovori predstavljaju dugoročni poslovni odnos između menadžment kompanije i vlasnika (javni sektor). Pritom se duljina ugovora kreće od minimalno 10-15 godina do nekoliko desetaka godina. Uz ugovore od 20 do 30 godina obično se vezuje i veća uključenost menadžment kompanija – npr. kroz sudjelovanje u kupnji/financiranju dijela opreme i/ili namještaja centra. Dakle, zavisno o uključenosti menadžment kompanije, oni osim samog operativnog vođenja centra, mogu investicijski sudjelovati u opremanju centra.
- Menadžment kompanija plaća vlasniku naknadu koja se unaprijed definira menadžment ugovorom. Naknada se za prve godine poslovanja može skalirati (npr. 40% ugovorene naknade u prve dvije godine, 60% ugovorene naknade u trećoj godini poslovanja, puna naknada od četvrte godine poslovanja). Visina naknade se određuje na različite načine (u odnosu na ostvareni prihod, u odnosu na ostvareni neto profit ili slično – npr. 20% ostvarenog neto profita centra). Visina naknade se određuje dogovorno temeljem finansijskih projekcija i tržišnih procjena obiju uključenih strana. S ciljem dugoročne

održivosti odnosa, ugovorne strane su suglasne o ravnopravnoj podjeli poslovnog rizika, odnosno fleksibilnoj formuli izračuna naknade. Drugim riječima, u slučaju značajnije operativne dobiti centra vlasnik ostvaruje veću proporcionalnu naknadu, ali u slučaju operativnog gubitka, vlasnik subsidira operativni budžet objekta kako bi se osiguralo operativno funkcioniranje centra. Zbog svega navedenog jasno je kako je sadržaj i formula izračuna naknade predmetom pregovora, bazirano na konkretnim tržišnim podacima i finansijskim projekcijama. Uz to, ugovor je fleksibilan na način da ostavlja prostora za dodatne anekse, eventualne iznimke i nepredviđene situacije koje mogu nastupiti tokom poslovnog odnosa.

- U slučaju izgradnje novog kongresnog centra (prethodno nepostojeći), menadžment kompanije zahtijevaju vrijeme od 3 do 5 godina za marketinške aktivnosti iz razloga što globalna događanja određuju buduće lokacije kongresa 3 godine unaprijed. Iz tog razloga menadžment kompanija mora biti u mogućnosti barem 3 godine prije otvorenja centra početi s promocijom i prodajnim aktivnostima budućeg kongresnog centra.
- Menadžment kompanije se žele uključiti čim ranije u proces planiranja, dizajniranja i strukturiranja kongresnog centra. Obzirom da će one biti operativno zadužene za osiguranje uspješnog poslovanja, moraju biti u mogućnosti utjecati na strukturu i fizičke postavke centra da osiguraju prostorne i funkcionalne pretpostavke uspješnog poslovanja. Također, obzirom na veliko iskustvo s opremom, menadžment kompanije mogu iz operativne perspektive pružiti informacije o karakteristikama pojedinog tipa opreme i utjecati na odabir najkvalitetnijeg dobavljača opreme.
- U ovakvim poslovnim odnosima detaljno se utvrđuju odgovornosti u smislu renovacije i održavanja na način da se osigura ekonomska isplativost ugovora. Na primjer menadžment kompanije su odgovorne za tekuće održavanje a vlasnik za investicije u krov, zidove, opsežne renovacije i slično. Pritom je iz vlasničke perspektive dobra situacija u novim centrima gdje u slučaju kvalitetne gradnje nema značajnijih investicija barem 4 do 5 godina od otvaranja.
- Menadžment kompanije dobar su model u novim destinacijama koje se tek značajnije uključuju u globalno tržište poslovnih skupova, odnosno u destinacijama bez prethodno izgrađenog kongresnog centra. Njihova globalna prisutnost omogućava lakši marketing i promociju centra te izravan pristup postojećoj bazi klijenata.
- Menadžment kompanije usko surađuju s lokalnim turističkim organizacijama. Naime, ključan je odnos s lokalnom turističkom zajednicom i kongresnim uredom. Bez njihove suradnje, kongresni centar ne može u potpunosti ostvariti svoje potencijale. Iznimno je važno na razini destinacije imati snažan kongresni ured – educirano osoblje, dovoljan broj zaposlenika, istraživačke aktivnosti, promotivne aktivnosti, potenciranje suradnje hotela i kongresnog centra i slično.

Sukladno svemu navedenom, **preporuka u smislu upravljačkog modela višenamjenskog kongresnog centra Dubrovnik se kreće u smjeru angažiranja globalne menadžment kompanije**. Razlozi su za to višestruki, no najvažnije se ogledaju u sljedećem:

- Industrijsko iskustvo iz prve ruke (desetci godina iskustva);
- Upoznatost s operativnim standardima (iznimno konkurentno globalno tržište);
- Postojeća baza međunarodnih klijenata i događanja;
- Visoko educirano osoblje i menadžment centra (nedostatak profesionalnog kadra u hrvatskim uvjetima zbog nepostojanja samostalnog kongresnog centra);
- Pouzdan partner investitoru od faze planiranja objekta, kroz izgradnju i u konačnici u fazi opremanja – smanjena mogućnost pogreške i loših izbora.

Navedena preporuka mora se verificirati u fazi izrade tržišne i finansijske studije izvodljivosti projekta.



PRILOG I

Smjernice za planiranje dizajna kongresnog centra



Hotel, Tourism and Leisure

Koncept razvoja multifunkcionalnog kongresnog
centra Dubrovnik

SMJERNICE ZA PLANIRANJE DIZAJNA KONGRESNOG CENTRA

Smjernice za planiranje kongresnih centara navedene u tekstu dio su vodiča „Planning a Conference Centre“ izdanog od strane udruženja IAPCO (*International Association of Professional Congress Organizers*), naziva. Navedene smjernice predstavljaju selekciju najvažnijih elemenata koji trebaju biti zadovoljeni pri dizajniranju novog ili obnove postojećeg kongresnog centra. Pritom valja uzeti u obzir kako navedeni sadržaji uglavnom reflektiraju one sadržaje koji se zahtijevaju iz perspektive organizatora događanja, dok administrativni i *back of house* sadržaji nisu posebno obrađeni ovim preporukama.

PRISTUP

Vanjski pristup

- Lako prepoznatljivi ulazi i izlazi sa jasno vidljivim vanjskim oznakama, koje sukladno potrebama mogu biti osvijetljene.
- Dovoljno iskrcajnog/ukrcajnog prostora za veći broj događanja istovremeno.
- U prizemlju se moraju nalaziti ukrcajni prostori/rampe/dizala dovoljne veličine za sve potrebe, uključujući i vozila kljenata.
- Natkriveni ulazni prostor dovoljne visine i prostora za manevar i okretanje autobusa s gostima, koji je povezan sa glavnim ulazom.
- Vrata dovoljne širine i visine i/ili pomični zidovi kako bi se omogućio izravan pristup unutrašnjosti objekta za veća vozila (kamioni s dostavom pozornica, izložbene opreme i slično).
- Razina maksimalnog podnog opterećenja treba biti prilagođena većim vozilima (uključujući kamione).
- Lako uočljiv ulaz i prostor za prijavu sudionika, zaklonjen od vremenskih uvjeta.
- Lako uočljiv ulaz za osobe s invaliditetom.
- Sigurnosni sustav i sustav za nadzor utovarnog prostora.
- Odvojen ulaz za zaposlenike.
- Postojanje prostora za pohranu kongresnih i izložbenih materijala na nekoliko dana.

Unutarnji pristup

- Jasno označeni putokazi unutar objekta te ulazi/izlazi unutar centra.
- Pristup za invalide svim prostorijama (uključujući i pristup pozornicama).
- Blizina parkirnih prostora za sudionike te natkriveni pristup objektu sa parkirališta i/ili smještajnih objekata.
- Pristup funkcionskim prostorima sa iskrcajnog/ukrcajnog prostora putem uslužnih prostora – izravno prema uslužnim zonama centra.

- Funkcijski prostori lako dostupni i uočljivi iz servisnih prostora.
- Servisna dizala sa širokim i visokim vratima, te visokom razinom nosivosti za potrebe prijenosa većih i težih objekata/opreme.
- Dizala za robu i materijal koja povezuju iskrcajni/ukrcajni prostor sa svim javnim površinama, dovoljno velika za prijenos velikih objekata za izložbene potrebe.
- Odvojena kuhinjska dizala za hranu i piće.
- Funkcijske sobe s mogućnošću zaključavanja od strane klijenta i zaštitara centra.
- Pristup vozila u servisne i funkcijeske prostore s ciljem istovara/utovara robe i materijala, uz odgovarajuću razinu maksimalnog podnog opterećenja.

Pristup - parkiralište

- Dovoljno prostora za parkiranje i manevriranje u zoni utovara/istovara robe i opreme.
- Parkiralište za kamione, dovoljne visine i prostora za manevr i okretanje kamiona, gdje se dostavlja ili odvozi pozornica, audio-vizualna oprema te ostala oprema.
- Parkiralište za duži period zadržavanja kamiona korištenih za prijevoz opreme i izložbenih standova/materijala.
- Parkiralište za autobuse koji dovoze/odvoze goste/sudionike.
- Dovoljno natkrivenog parkirnog prostora za sudionike.
- Sav parkirni prostor, uključujući i parkirališta za zaposlene, treba biti pod stalnim nadzorom.
- Pakirna mjesta za osobe s invaliditetom.
- Direktan pristup predvorju centra.
- Jasni putokazi za napuštanje parkirališta.
- Dovoljan broj naplatnih uređaja za parking (veliki broj ljudi napušta centar u isto vrijeme).
- Dovoljan broj izlaza sa parkirališta.

Pristup - dostava i skladištenje robe i opreme

- Prostorije za pohranu robe i opreme, označene različitim bojama za različita događanja (i organizatore).
- Prostorije za pohranu robe i opreme, od 7 dana prije do 2 dana nakon događanja.
- Prostorije za pohranu robe i opreme koje su dostupne organizatorima događanja i izlagачima, ili prostor za pohranu koji se nalazi izvan centra uz mogućnost dostave na dan događanja.

PRIJEVOZ

Transport - eksterni

- Omogućen pristup i ulaz vozilom u centar.
- Mogućnost prijenosa robe i opreme iz dostavnih vozila direktno na kolica ili iskrcaj putem dizalice.
- Prostor dovoljan za autobuse u koloni (organiziran prijevoz).

- Prostor za okretanje i manevr dostavnih vozila.
- Dizalo za vozila u većim centrima koji se prostiru na više katova.
- Natkriven nogostup koji spaja različite prostore unutar i izvan granica centra, sa zaštitom od vremenskih uvjeta, uključujući mesta ukrcanja i iskrcaja sudionika događanja.
- Jednostavan pristup javnom prijevozu.
- Lako prepoznatljivo i vidljivo mjesto čekanja taxi vozila.

Transport - interni

- Servisni hodnici dovoljno široki za prolaz dostavnih kolica.
- Hodnici dovoljne širine i protočnosti za sudionike.
- Dizala za prijenos opreme u većim centrima.
- Dizalica ili dizalo koje povezuje iskrcajno/ukrcajni prostor sa višim razinama centra.
- Pokretne stepenice kojima se olakšava efikasno kretanje većim centrima.
- Hodnici i prolazi kojima sudionici mogu slobodno hodati, izbjegavajući potencijalna uska grla.
- Ne-klizajući podovi koji su jednostavnii za održavanje.
- Pokretne stepenice i dizala koja podržavaju brzo kretanje ljudi u višekatnim centrima u kratkom vremenskom periodu.

USLUGE

Sanitarije

- Dovoljan broj WC-a (uključujući i osobe s invaliditetom) raspoređenih na nekoliko lokacija diljem centra, od kojih svaka ima ugrađenu ventilaciju.
- Minimalne dimenzije kabina 1,5 m sa 0,85 m, sa vratima koja se otvaraju prema unutra.
- Kabine minimalne visine 2,1 m.
- Kupaonica s tušem za VIP osobe i organizatore događanja.
- Po dva držača WC papira u svakoj kabini.
- Papirnati ručnici za ruke i sušilo za ruke u sanitarnim prostorima (obje opcije).
- Odgovarajući držači za tekući sapun.
- Dostupna topla voda.
- Ogledala pune dužine dostupna u svakom od sanitarnih čvorova.
- Vodoopskrba u jednoj od soba za sastanke za radionice koje zahtijevaju opskrbu vodom.
- Aparati i fontane s pitkom vodom.
- Adekvatno odlaganje vode i tekućeg otpada (uključujući catering).

Grijanje, ventilacija i klima uređaji

- Individualno upravlјivi klima uređaji u svim dvoranama i sobama za sastanke.

- Prozori koji se mogu otvarati (u manjim dvoranama za sastanke i javnim prostorima).
- Klima uređaji koji su:
 - Tiki;
 - Efikasni;
 - Brzo i jednostavno podešivi;
- S mogućnošću podešavanja u svakoj od prostorija;
- Pružaju jedinstveni osjećaj ugode u svim prostorijama.
- Stropni ventilator u prostorijama gdje nisu dostupni klima uređaji.
- Odvojeni sistem ventilacije u prostorijama u kojima je dozvoljeno pušenje.
- Kontrolna ploča u svakoj prostoriji putem koje se jednostavnim putem može prilagoditi temperatura.

Električna energija

- Veliki broj lako dostupnih utičnica u podu, zidovima, stropovima i svim prostorijama gdje je struja nužna.
- Dovoljna snaga električne energije - najmanje 300 ampera po fazi u većim koncertnim dvoranama.
- Podni pristup struci u dvoranama/sobama za sastanke i izložbenim prostorima.
- Pristup 3-faznoj struci i ostalim tipovima, u prednjem i stražnjem dijelu dvorane/sobe, te na djeljivim zidovima ukoliko je moguće (uključujući priključke s 5 pinova ili druge tipove – zavisno o mogućoj potražnji).
- Kompletan potporni sustav opskrbe (generator s mogućnosti konstantne proizvodnje električne energije) koji služi u slučajevima nezgode kako bi omogućio normalno funkcioniranje centra.
- Strujni priključci jasno označene sukladno međunarodnim standardima.
- Gromobran za zaštitu računala, kao i cijele zgrade.
- Sustav električnih osigurača, posebno u kuhinji i organizacijskim prostorijama klijenata.
- Odvojeni strujni krugovi za postrojenja i opremu (kuhinja i slično) te za sudionike (računala i oprema).

Osvjetljenje

- Prilagodljiv i potpuno upravljiv sustav osvjetljenja u svim prostorijama za održavanje sastanaka:
 - Fleksibilna rasvjetna tijela u svim prostorijama (engl. Track lightning);
 - Posebna, fleksibilna rasvjetna tijela u glavnoj dvorani (uključujući spot rasvetu);
 - Rasvjeta omogućuje da je govornik uvijek vidljiv i onda kad su ostala svjetla prigušena;
 - Svjetlost u sobi prilagodljiva sa govornice;
 - Lako prilagodljiv sustav osvjetljenja od strane organizatora događanja.
- Prilagodljiv sustav upravljanja rasvetom u prostorima za održavanje prezentacija:
 - Sva su svjetla u mogućnosti usko fokusirati kako ne bi utjecali na vidljivost prezentacije;
 - Nosivi i bežični sistem upravljanja koji omogućuje upravljanje svjetlom sa bilo koje pozicije u sobi.

- Ne postojanje fiksnih svjetlećih tijela u prostorijama, posebno visećih lustera (osim u slučajevima kada se mogu u potpunosti uvući).
- Izložbeni prostor:
 - Svjetleća tijela usmjereni ka izložbenim proizvodima.
 - Dobro raspodijeljen sistem putem kojega se mogu osvijetliti svi dijelovi prostorije;
 - Stropna mrežna konstrukcija omogućuje montažu dodatnih svjetlećih tijela.
- U glavnim kongresnim dvoranama koje se prostiru na nekoliko katova svjetla su usmjereni prema stepenicama.
- Osvjetljenje u slučaju nužde primjenjuje se sukladno standardima države.
- Dodatno osvjetljenje na krovnoj instalaciji (za radnike na rasvjeti i instalacijama).
- Halogena kvarcna svjetleća tijela sa mogućnošću prigušivanja i kontrole jačine svjetla.

Komunikacije

- Brzi žičani i bežični širokopojasni pristup internetu u prostorijama za sastanke i izložbenim prostorima (kao baza uzima se jedna žičana širokopojasna linija na 50 sudionika).
- Ekrani za najave i električne poruke u javnim prostorima (sustav digitalnog označavanja, informiranja i usmjeravanja delegata).
- Sistem javnog informiranja i oglašavanja „poziva na početak događanja“.
- Oznake „Događanje u tijeku“ ispred ulaza u sve dvorane (za sudionike i osoblje).
- Mobilni komunikacijski sistem za klijente, organizatore događanja i zaposlene (aplikacije).
- Sustav transmisije zvuka za gluhe i nagluhe unutar pojedinih dvorana.
- Integrirane kabine za prevođenje.

Audio vizualna oprema i pomagala

- Fleksibilna, sveobuhvatna i podesiva mogućnost postavljanja i prilagođavanja rasporeda i postavki audio vizualne opreme (radije nego fiksna oprema).
- Pomični paneli i/ili spremišta koje se lako mogu pretvoriti u prostor za audio vizualnog tehničara/podršku u dvoranama.
- Stropna mreža (skrivena) na koju se fleksibilno montira audio vizualna oprema, svjetla i ostala oprema po potrebi.
- Sustav centralne audio kulise u cijelom centru, lako prilagodljiva potrebama i željama organizatora događanja.

PROIZVODNJA

- Pozornica u sekcijama/dijelovima radije nego fiksni postav.
- Ograda/zaštita oko zidova sa čestim visećim/rasvjetnim tijelima.
- Zastori/pozadina napravljeni prema točnoj visini dvorane (od poda do stropa) te stropni obrub za zastore.

- Plesni podij (fleksibilan, modularan, rastavljiv).
- Visoki stropovi bez fiksnih visećih/rasvjetnih tijela.
- Prilagodljiva stropna mreža visoke nosivosti na koju je moguće instalirati motore, dizalicu za predmete, rasvjetna tijela, zvučnike i ostalu audio vizualnu opremu.
- Prostorije za sastanke i izložbe bez lustera.

CATERING

- Pristup kuhinji/prostorijama za pripremu hrane i pića u blizini svih funkcionalnih prostora centra (foyer, izložbeni prostori, restoran, itd.) uz postojeći „hot box“ sustav za održavanje temperature hrane u catering industriji (originalna temperatura do 30 i više minuta).
- Ugrađena ventilacija u svim prostorijama s hranom i pićem.
- Dovoljan broj prodajnih mjesta hrane i pića.
- Dvorane i sobe za sastanke izolirane od mirisa pripreme hrane i prostorija za konzumaciju.
- Dvorane i sobe za sastanke zvučno izolirane od prostora za konzumaciju hrane i pića.
- Plinske instalacije u kuhinji/prostorijama za pripremu hrane i pića.
- Kantina za zaposlene i vanjske radnike (organizacija i priprema događanja).

OZNAČAVANJE

Vanjsko označavanje

- Jasno cestovno označavanje putokazima na glavnim pristupnim cestama, što je dalje moguće od mesta u kojem se nalazi objekt.
- Vanjsko znakovlje centra osigurava prepoznatljivost centra (u visini do krova).
- Vanjsko znakovlje na prizemlju dovoljno za usmjeravanje pješaka i vozila.
- Omogućeno prilagođavanje označavanja (npr. sustavi digitalnih zaslona – mogućnost personaliziranja centra sukladno svakom događanju)
- Stupovi za zastave.
- Vanjska rasvjeta usuglašena sa cijelokupnim imidžom centra.
- Međunarodno prepozнатno znakovlje i sustav označavanja.

Unutarnje označavanje

- Sve dvorane i sobe za sastanke, javni prostori i ostali objekti unutar centra trebaju biti jasno i vidljivo označeni slovima i međunarodno priznatim simbolima, uključujući znakove za slike i slabovidne osobe.
- Vidljiva glavna informativna ploča/digitalna smještena u predvorju, redovno ažurirana sa najnovijim podacima i prikazom plana centra.
- Podjela svih prostora i razina prema bojama.

- Privremeni držači znakova usuglašeni sa dekorom (samostojeći i/ili obješeni na zid).
- Dobro smještene i lako dohvatljive viseće točke ili pozicije unutar dvorana za sastanke i javnih prostora.
- Satovi u predvorju i javnim prostorima.

POVRŠINE

Podna površina

- Podna površina koja je otporna na trošenja, u neutralnoj boji te ugodna pod nogama na duži vremenski period:
 - Tepisi u svim dvoranama za sastanke i javnim prostorima;
 - Tepison (kvadrat) s podlogom u područjima visoke frekvencije delegata;
 - Prijenosni ergonomski oblog za korištenje iza registracijskih i informativnih pultova.
- Ne-klizajuća i ravna površina na prostoru prometa vozilima, s ciljem maksimiziranja sigurnosti i smanjenja buke.
- Prijenosni plesni podiji u sekcijama od 1 m².
- Centralni sustav usisavanja.

Zidne površine

- Završna obrada zidova koja zahtjeva malo održavanja i osigurava dugi vijek trajanja.
- Jasna ne-reflektirajuća površina zida u neutralnim bojama koje neće dolaziti u sukob sa modernim dizajnom.
- Točke za vješanje zastora i ekrana.
- Bez ogledala u dvoranama za sastanke.
- Ravne zidne površine akustičnog dizajna, bez utora ili izbočina.
- Zvučno izolirani sklopivi zidovi.

DVORANE I SOBE ZA SASTANKE

Prostor

- Prostor bez stupova (otvoren prostor).
- Prilagodljiv prostor koji se može podijeliti na nekoliko manjih prostora prema potrebi.
- Puni pristup osobama sa invaliditetom (uključujući i pristup govornici).
- Ulaz za govornike/paneliste s kraja dvorane.
- Svako sjedalo mora imati neometan pogled prema pozornici i ili prostoru audio/vizualne prezentacije.

- Minimalna visina stropa od 3,6 m za sobu od maksimalno 300 delegata. Visina stropa mora se prilagoditi sukladno veličini prostorije (m²) za veće dvorane.
- Mora postojati opcija potpunog zamračenja prostorije.
- Projekcijska podloga na zidu svake od prostorija za sastanke.
- Potpuna kontrola klima uređaja.
- Dobra akustičnost.
- Kvalitetna zvučna izolacija između manjih soba (minimalno 53 dB).
- Osvjetljenje od minimalno 500 lux s mogućnošću regulacije jačine od 3% do 100% snage.
- Tapecirano sjedalo minimalne širine 55 cm (65 cm za VIP sjedenje).
- Minimalna širina redova 85-90 cm (poželjno da bude 95 cm).
- Ulazna/izlazna dvokrilna vrata.
- Sustav ozvučenja za gluhe i nagluhe (engl. *Loop for hearing impaired persons*).
- Spremište za stolice koje se ne koriste.
- U auditorijumu mogućnost smještanja produkcije, kao i mogućnost ulaska na pozornicu iz prostorija iza pozomice kao i s bočnih strana.
- Sobe i prostori kodirani prema bojama.
- Ugrađeni prevoditeljski sadržaji/prostori/kabine s pratećom opremom (kablovi i priključci) koja mora zadovoljavati AIIC kriterije u glavnim dvoranama.

Oprema i namještaj

- Lako podesive stolice ergonomskog dizajna.
- Udobne stolice sa stolićima na uvlačenje u glavnoj kongresnoj dvorani.
- Mogućnost brzog uvlačenja svih sjedišta (1 sat) u glavnoj dvorani.
- Izbor okruglih, standardnih stolova, ili ravnih (46 cm) stolova za classroom postavu dvorana.
- Stolice koje su udobne i zadovoljavaju sigurnosne standarde.
- Stepenice za pristup pozornici s odgovarajućim rukohvatima.
- Pozornica prilagodljiva raznim visinama, sa uključenom rampom za pristup osoba s invaliditetom.
- Vrata koja se otvaraju/zatvaraju jednostavno i tiho.

JAVNI PROSTOR

- Veličina svakog javnog prostora vezana je uz svrhu i planiranu opterećenost.
- Kombinacija velikih i malih prostora.
- Dovoljno velik javni prostor da odgovara kapacitetima dvorana/soba za sastanke i omogući *newtorking* sudionika, uz služenje hrane i pića ukoliko je potrebno.
- Lako prilagodljiv različitim namjenama.
- Minimalna visina stropa 3,6 m.

- Dnevno svjetlo obavezno.
- Različit stil uređenja interijera od dvorana/soba za sastanke kako bi sudionici dobili fizički i psihički osjećaj odmora.
- Omogućen jednostavan i brz pristup kuhinji/prostoriji za pripremu hrane i pića.
- Dobar sistem znakovlja/označavanja.
- Jednostavan pristup vanjskim prostorima.
- Opušteno sjedenje u velikom broju malih intimnih i velikih otvorenih prostora.
- Garderoba kapaciteta za najveće događaje u kongresnom centru (uključujući i prtljagu za zadnji dan kongresa).
- Sistem obraćanja javnosti (selektivno prema prostoru ili cijeli prostor).
- Informativni pult s mogućnosti kontaktiranja taxi vozila ispred centra.
- Prostorija koja može biti korištena kao soba za molitve.
- Sustav naručivanja taxija (taxi telefon).
- Recepција centra.
- Vanjska blagajna, odvojena od prostora za održavanje sastanaka.

IZLOŽBENI PROSTOR

- Minimalna visina stropa 8 m (poželjno 10 m).
- Minimalno moguće opterećenje podova 5 KN/m².
- Prostor mora biti djeljiv kako bi se smanjila veličina prostora ukoliko je potrebno.
- Struja, voda i pristup internetu dostupni svakom izlagaču/štandu.
- Direktni i jasno naznačeni pristup za dostavu.
- Minimalno osvjetljenje 400 luxa.
- Površina otporna na trošenje, u neutralnoj boji.
- Zidovi u neutralnoj boji.
- Foaje za prijavu izlagača i posjetitelja.
- Prostor korišten kao *lounge* prostor za izlagače, direktno spojen na izložbeni prostor.
- Spremišta za:
 - Promotivne materijale izlagača koji se dostavljaju u kongresni centar,
 - Pakirane materijale za vrijeme izložbe,
 - Materijale izlagača nakon održavanja izložbe (slanje natrag izlagaču).
- Ured organizatora izložbe.

ZAŠTITA

- Sistem upravljanja sigurnosti, uključujući video nadzor iskrcajno/ukrcajnog prostora.
- Cijelo parkiralište mora biti pod zaštitom.
- Prostorije s mogućnosti zaključavanja u blizini prijavnih pultova – za računala i ostalu opremu organizatora i organizacijskog osoblja.