

**TURIZAM I VELIKE
MANIFESTACIJE**
institut za turizam Zagreb



FET

TERMINOLOGIJA

- “veliki događaj”, engl. *mega event*
- mjerila velikih manifestacija:
 - obujam događaja
 - investirana sredstva vs. ostvareni prihodi
 - psihološki moment – stvaranje “must see” osjećaja kod potražnje, za vrijeme trajanja manifestacije, ali i kasnije
- manifestacija - u pravilu organizirane društvene pojave sa specifičnim sadržajem, profilom sudionika, brojem posjetitelja i vremenom trajanja, koje karakterizira bilo značaj sadržaja, bilo važnost učesnika, značaj rezultata odnosno masovna posjećenost

VRSTE MANIFESTACIJA

- **kulturne** (folklor, predstave, izložbe)
- **sportske** (olimpijske igre, svjetska prvenstva)
- **gospodarske** (sajmovi)
- **vjerske** (hodočašća, proštenja)
- **znanstvene** (znanstveni i stručni skupovi)
- **zabavne** (karnevali, festivali)

KARAKTERISTIKE VELIKIH MANIFESTACIJA

- Tradicionalnost (kontinuirano održavanje)
- Međunarodnost (većina zemalja svijeta)
- Zastupljenost
- Promjenjivost mjesta
- Geografska raspoređenost

MOTIVI I FINANCIRANJE

• MOTIVI:

- zadovoljenje društvenih potreba
- povećanje turističkog prometa
- publicitet mjesta
- fizički efekti (izgradnja)
- politički motivi

• FINANCIRANJE:

- država, turističke organizacije
- prodaja ulaznica
- sponzorstva
- pokroviteljstva
- oglašavanje, TV prava
- prodaja suvenira

PREDNOSTI I NEDOSTACI

• PREDNOSTI:

- ciljanje na određeni tržišni segment
- publicitet
- širok spektar mogućnosti

• NEDOSTACI:

- mnoge rezultiraju gubitkom
- kalendarska preklapanja neizbježna
- neiskorištena infrastruktura (kasnije)

UČINCI NA TURIZAM

POZITIVNI:

- jednostavno i učinkovito privlačenje potražnje
- dulji boravak
- pokreću ogromne mase
- utjecaj na turističke tokove
- izgradnja ili adaptacija objekata
- unapređenje poslovanja
- širenje turističkog tržišta
- jačanje konkurencije
- podizanje kvalitete ponude na međunarodnu razinu

NEGATIVNI:

- neiskorišteni smještajni i drugi turističko-receptivni kapaciteti (nakon manifestacije)
- gubitak stalne klijentele
- zagađivanje okoline (otpad, buka, itd.)
- manjak pojedinih usluga zbog gužvi (npr. turistički vodiči, taksi službe, itd.)
- porast cijena usluga
- djelomično narušavanje imidža zemlje

SPORTSKE MANIFESTACIJE

OLIMPIJSKE IGRE

- Ol – u moderno doba prve održane 1896. godine, Atena
- Lausanne = sjedište Međunarodnog olimpijskog odbora
- Connolly = prvi olimpijski pobjednik
- Medalja = promjer 60 mm, debljina 3 mm
- Plamen = pali se u Olimpiji Sunčevom zrakom
- Nurmi = najuspješniji olimpijac ikad
- De Coubertin = otac suvremenog olimpizma



SVJETSKA NOGOMETNA PRVENSTVA

- 1930.g. Urugvaj - prvo nogometno prvenstvo
- 1998.g. Francuska - TV gledanost 30.000 milijuna gledatelja - prihod oko 400 milijuna USD
- nakon OI, najgledaniji sportski događaj na svijetu
- 2002.g. - prvi put dvije zemlje domaćini, prvi puta u Aziji
- 2006.g. - Njemačka



OSTALE SPORTSKE MANIFESTACIJE

- Londonski maraton – oko 30.000 ljudi
- Wimbledon - teniski turnir
- Formula 1 - automobilističke utrke
- svjetska i europska prvenstva u atletici, rukometu, vaterpolu, plivanju...

FET

GOSPODARSKE MANIFESTACIJE

SVJETSKI TURISTIČKI SAJAM-LONDON

- od 1979.g. svake godine u studenom
- prvenstveno namijenjen turističkim agencijama, turoperatorima
- 2002.g. izgrađen novi prostor - ExCel na više od 37.000m², 55 dvorana za sastanke, 5.000 parkirnih mjesta, dnevna cijena karte 12 funti
 - 184 zemlje, 45.000 posjetitelja od čega 43% inozemnih
 - dnevna prosječna potrošnja 171 funta
 - prihod 20 milijuna funti

ITB - SAJAM U BERLINU

- vodeći turistički sajam za globalnu turističku industriju, svake godine u ožujku
- namijenjen posebno turoperatorima, turističkim agencijama, hotelskim managerima
- sajam održan 2002. godine:
 - 10.000 izlagača iz 180 zemalja
 - 132.000 posjetitelja
- ulaznica za odrasle 13 EUR



KULTURNE MANIFESTACIJE EXPO

- svjetska izložba, kontinuirano održavanje, nije određen razmak, odabrana tema
- 1851.g. - organizirala V. Britanija u Hyde Parku, u namjenski podignutom paviljonu – 14.000 eksponata, 6 milijuna posjetitelja
- Tijekom desetljeća predstavljali su se najnoviji civilizacijski doprinosi (televizor, automobil, Eiffelov toranj)
- 1998.g. Lisabon - najveći uspjeh Hrvatske, 8 milijuna posjetitelja
- 2000.g. Hannover, samo 20000 posjetitelja zbog cijene ulaznice od 35 eura
- 2005.g. Nagoya, Japan
- 2008.g. Zaragoza, Spain

OSTALE KULTURNE MANIFESTACIJE

- filmski festival Cannes, svibanj
- dodjela EMMY-a, prosinac
- dodjela Oscara
- Dubrovačke ljetne igre
- umjetnički festivali - jedni od najekskluzivnijih događaja, ulaznica za Salzburški festival može dosegnuti i do 300 USD

VJERSKE MANIFESTACIJE

- davno počela hodočašća u Meku, Fatimu, Lourdes, stoljećima se beatificiraju svećenici
- Papa - osoba uz koju se vežu najveće vjerske manifestacije danas
- Papa Ivan Pavao II - čak tri puta posjetio Hrvatsku



ZABAVNE MANIFESTACIJE

FESTIVALI

- ne iziskuju posebnu gradnju kapaciteta, velik dio financiranja iz privatnih izvora
- Karneval u New Orleansu - godišnje 500 milijuna USD, 25.000 soba (popunjenost smještaja i do 95%)
- Rio de Janeiro - jedan od najvećih manifestacija današnjice
 - u veljači, središnji događaj = parada na Sambodromu
 - za pripremu 2002.g. utrošeno oko 17 milijuna eura, 12.000 posjetitelja
 - Ljetni karneval traje 4 dana

OSTALE ZABAVNE MANIFESTACIJE

- London's Notting Hill festival
 - dva dana, oko 2 milijuna ljudi
 - ukupna potrošnja sudionika 30 milijuna funti
- Koncerti
 - Rolling Stonesi
 - Woodstock
- Festivali
 - San Remo
 - Octoberfest



ZNANSTVENE MANIFESTACIJE

DODJELA NOBELOVE NAGRADE

- najvrjednija godišnja nagrada
- od 1901.g., 10.prosinca - godišnjica smrti Alfreda Nobela
- fizika, kemija, medicina, književnost, mir, ekonomija
- od 1968. za područje ekonomije
- Prva Nobelova nagrada - Wilhelm Roentgen, 1901.g. za fiziku
- **OSTALE ZNANSTVENE MANIFESTACIJE**
 - razne međunarodne konferencije, kongresi, skupovi, itd.

ZAKLJUČAK

- manifestacije u svojoj osnovi znače masovnost, a masovnost donosi mogućnost ostvarivanja visokih prihoda
- gradovima velike manifestacije predstavljaju rješenje brojnih problema, no nemaju svi događaji pozitivan utjecaj na razvoj turizma (1998.g. neki pariški hoteli imali pad prometa tijekom nogometnog prvenstva - ostali bez stalnih posjetitelja)
- bitno je naučiti iz negativnih primjera i sagledati sve razloge za i protiv organiziranje manifestacija