



## Južna Italija — novo robno i turističko tržište

Pero Kušelj i Vojko Pekić

Godina 1958. u našem turizmu znači značajnu prekretnicu, koja je obilježena posebnom brigom zajednice za razvitak i unapređenje turizma na onim područjima, gdje se i turistički promet najvećim dijelom i ostvaruje.

U općem ekonomskom razvoju naše zemlje, prvi put turistički kvalitet doživio je i kvalitetnu realizaciju, te kao privredna grana stupa u red onih djelatnosti, kojima se poklanja osobita pažnja uslijed njegove relativno visoke rentabilnosti, a naročito u ostvarenju deviznog priliva i »nevidljivog izvoza«.

U Dubrovniku i na dubrovačkom području ostvaruje se znatan dio jugoslavenskog turističkog prometa (24%), a napose inozemnog u 1958. godini broj noćenja doseže 900.000, a od toga skoro 300.000 inozemnih gosti.

Rukovodeći se takvim stanjem na ovom području, u petogodišnjem planu unapređenja turizma i ugostiteljstva FNRJ na prvom mjestu po opsegu dolazi Dubrovnik i dubrovačko područje. Već odobreni investicioni krediti za izgradnju komunalnih i ugostiteljskih objekata i uređaja od oko 2 milijarde dinara, zatim planska izgradnja smještaja ugostiteljskog kapaciteta od oko 4.000 kreveta, pripreme za početak izgradnje aerodroma, nastavak radova na izgradnji dubrovačke dionice Jadranske ceste (Metković — Boka Kotorska), sve to svjedoči, da je turistička privreda na ovom području, kroz dosadašnja ostvarenja stekla i zaslužila ne samo posebnu brigu, već i daleko znatnija ulaganja zajednice. Uoporedu sa izgradnjom materijalne baze pristupa se i reguliranju stanovitih odnosa u turizmu kroz razne zakonske propise.

Ovakav položaj turizma u jugoslavenskoj privredi, a prema tome i u privredi dubrovačke komune zahtijeva naročitu brigu i pažnju privrednih i društvenih turističkih organizacija.

U sklopu mnogostrukih i raznovrsnih djelatnosti od osobite je važnosti akvizicija inozemnih gostiju na već ustaljenim i standardnim tržištima, a napose obrada novih potencijalnih turista u onim zemljama u kojima to do sada nije učinjeno. Razlozi koji navode turističke privredne i društvene organizacije na sistematsku obradu, već sada leže u samoj biti, odnosno zakonitosti turističkog kretanja, koje zahtijeva proširenje međunarodnog turističkog tržišta radi poboljšanja kvalitetnog turizma i njegovog kvantitativnog povećanja. Poznato je da su jugoslavenska privredna poduzeća dosada bila orijentirana na standardna turistička tržišta, ili bolje rečeno na jedan njihov dio, čija je turistička publika po geografskim i saobraćajnim mogućnostima usmjerena na Jugoslaviju. Prema sadašnjim pokazateljima 75% stranih turista dolazi na Jadran i dubrovačko područje iz Njemačke i Austrije, a tek ostatak sačinjavaju turisti iz 57 evropskih i vanevropskih zemalja. Turističko prelijevanje iz ovih zemalja imalo je dosada i negativnih odraza na kvalitetnu strukturu turističkog prometa s jedne strane, a dovelo je i do stihijskog zapostavljanja, za nas vrlo interesantnih izvora turista s druge strane. A oboje je uvjetovalo jednu nepoželjnu pojavu u obradi inozemnih tržišta, nastalu

uslijed nepotrebne, a često i nelojalne konkurencije između naših turističkih agencija u obradi gotovo uvijek te istih poslovnih partnera. Najposlije u obradi i ovih tržišta osjetilo se odsustvo jačeg iskorištavanja i onako ograničenog ugostiteljskog kapaciteta, odnosno pred i po sezone. Otuda i disproporcije između deviznog priliva i osjetno povećanog opsega turističkog kretanja.

Ni Dubrovnik nije bio pošteđen ovakvih ishoda nejedinstvene turističke politike u inozemstvu, ma da je na ovom području zabilježen porast deviznog priliva u omjeru sa porastom inozemnog prometa.

Društvene organizacije na dubrovačkom području već prije tri godine ocijenile su punu važnost problema obrade tržišta, te su postepeno orijentirale u tom pravcu svoju djelatnost, pripremajući ujedno turističke faktore za odgovornije i povećane funkcije, koje će nastati u inozemnom turističkom saobraćaju, jačanjem materijalne baze u turizmu dubrovačkog područja, čega smo mi danas svjedoci.

Jedno od tržišta koje do sada nije bilo obrađivano, a kojem su turistički radnici u Dubrovniku obratili pažnju je Italija, a nadasve njen južni dio. Posljednjih godina promet talijanskih turista i turista drugih narodnosti, koji borave u Italiji, znatnije je razvijen samo u sjevernim područjima FNRJ (Slovenija, Istra sa Kvarnerom). Sličan ili bar približan turistički promet mogao bi se ostvariti na Južnom dijelu Jadrana stvaranjem povoljnijih saobraćajnih i organizacionih uvjeta. Činjenica je da se velik dio inozemnog turizma odvija u Italiji južno od Rima (Rim, Napulj, Capri, Amalfi, Sorrento, Sicilija itd), stanovnici Južne Italije nemaju mogućnosti, odnosno vrlo ograničene, da putuju u inozemstvo zbog velike udaljenosti suhozemnih granica. Osim toga u Italiji boravi tokom jedne godine oko 14 milijuna inozemnih turista. Najposlije i predstojeća Olimpijada u Rimu sigurno će privući velik broj turista iz svih krajeva svijeta, što je također činjenica na koju treba računati. Kada uzmemo sve ove okolnosti, a nasuprot njima činjenicu, da južni dio našeg Jadrana posjećuju turisti iz Srednje i Sjeverne Evrope prevaljujući udaljenost od preko 4.000 km, tako da putni troškovi daleko prelaze troškove boravka, onda se tek vidi koliko je toga propušteno kada turistički promet između Južne Italije i Južnog primorja naše zemlje, usprkos gotovo neznatne udaljenosti (200 km), uopće nije razvijen. Sve ovo pokazuje da predio Južne Italije predstavlja tržište potencijalnih posjetilaca, koji bi mogli, razumije se jednim dijelom, predstavljati izvanredno interesantnu publiku za Južni Jadran, a u prvom redu za dubrovačko područje.

Prvi znaci iskorištavanja ovakvih mogućnosti očitovali su se i u dosadašnjem porastu noćenja samih talijanskih turista, i to putem samo jedne talijanske agencije, kojom je dubrovački Putnik uspostavio prve poslovne veze. U 1957. godini zabilježeno je 2.800, a već u prvih devet mjeseci 1958. godine 4.800 noćenja talijanskih turista, sa napomenom da je ovogodišnje iskustvo pokazalo, da Talijani spadaju među najbolje potrošače.

Ovakva orijentacija postaje realnija i opravdanija gledana kroz opću tendenciju uspostavljanja što veće robne razmjene između jadranskih susjeda, što je već našlo ostvarenje u nizu privrednih i trgovinskih razmjena i ugovora.

I ako je industrijski i privredni potencijal obaju zemalja, a naročito Jugoslavije, porastao, ipak je mogućnost izvoza na tradicionalnoj izvoznici Dubrovnik — Bari, dosada ostao potpuno neiskorišten, mada ova saobraćajnica predstavlja prirodni geografski i trgovački most za Crnu Goru, Hercegovinu i Dubrovnik prema Južnoj Italiji i obratno. Robna razmjena velikog broja izvoznih artikala (drvo, riba, industrijsko bilje, južno voće i t. d.) između ovih područja vrši se obilaznim putem, koji zahtjeva daleko više vremena i podvoznih troškova. Treba napomenuti da prije rata, i uz daleko ograničenje i skromnije privredne mogućnosti ovih zemalja nalazilo se ekonomskog opravdanja za održanje trgovinsko pomorskih veza i kontakta upravo na liniji Dubrovnik — Bari.

Rukovodeći se svim ovim razlozima dubrovačke turističke i privredne organizacije već su prije dvije godine, a i ranije, pristupile odnosno pokrenule pitanje obrade italijanskog tržišta. Prvi akcioni program unapređenja ovog prometa predložen je na širem sastanku Talijansko jugoslavenske komore održanom u Dubrovniku 22. II. 1958. Nakon ovog sastanka turističke organizacije Dubrovnika preuzele su zadatak i inicijativu za dalju realizaciju preduvjeta i postepeno provođenje mjera, koje su akcionim programom bile predviđene, a potom utvrđene na zaključcima savjetovanja u Beogradu 5. IX. 1958. godine, a kojem su prisustvovali predstavnici zainteresiranih saveznih turističkih i državnih organa, saobraćajnih, putničkih i turističkih organizacija iz Hrvatske, Bosne i Hercegovine, Crne Gore, te dubrovačkog područja. U međuvremenu predstavnici Dubrovnika uspostavili su neposredne kontakte sa predstavnicima Južne Italije, kojom prilikom je potvrđena istovjetnost turističkih interesa i uočeni svi momenti od kojih zavisi ostvarenje najuže suradnje na putu oživljavanja turističkog saobraćaja između dva područja. U isto vrijeme TSJ i turističke organizacije Dubrovnika učestvuju prvi put s turističkim eskonpatima i propagandnim materijalom na Levantinskom sajmu u Bariju.

Počev od prvog akcionog programa, kroz sva održana savjetovanja i najposlije na decembarskom sastanku ove godine u Beogradu, koji je sazvaio Pravni savjet DISP-a, određena su temeljita pitanja i problemi od čijeg ostvarenja zavisi uspjeh čitave akcije i zamisli.

Osnovni preduvjet značajnijeg robnog i turističkog prometa između Južnog Jadrana i Južne Italije, a nalazi se u središtu diskusije i zaključaka, predstavlja uspostavljanje višekratnog sedmičnog direktnog broškog saobraćaja na relaciji Dubrovnik — Bari. Stvaranje pomorskog Jadranskog mosta omogućit će turistima dolazak na našu obalu za nepunih devet sati. Jadranska linijska plovidba uzet će u obzir u što skorije vrijeme uvađanje takve linije, tim prije što su u izgradnji dva moderna putničko teretna broda »Orebić« i »Opatija«. U početnoj fazi razvoja robno turističkog prometa odgovarali bi i manji brdovi.

Isto tako JAT je uvođenjem linije Rim — Dubrovnik — Beograd dva put sedmično u sezoni, te Rim — Tivat — Beograd u ostalim mjesecima, već za 1959. godinu, stvorio pogodnosti za brz i udoban prevoz turista iz Italije.

Analogno ispitat će se i razni vidovi robne razmjene. Pomorsko trgovinska tradicija, iskustva iz nedaleke prošlosti, a najviše objektivne nastale mogućnosti, već sagleda-

ne neodržanim konsultacijama, upućuju na osnivanje uvoznog izvoznog poduzeća u Dubrovniku, koje bi djelovalo uz pomoć Sekcije talijansko jugoslavenske trgovačke komore, čije je sada sjedište u Titogradu.

Da bi se što više uprostile pasoške i carinske formalnosti, uspostaviti će se u Južnoj Italiji jedna od naših konzularnih službi, koja na čitavom području južno od Rima ne postoji, a što već sada otežava dolazak turista, koji borave na ovom turistički razvijenom dijelu Italije.

Stvaranje saobraćajnih i materijalnih osnova ostalo bi bez očekivanog i predviđenog učinka, kada ne bi bilo popraćeno intenzivnom komercijalnom obradom, osnivanjem komercijalnog predstavništva u Rimu. Ovo je naročito preporučeno putničkom poduzeću »Putnik«, kao predstavniku putničkih poduzeća Bosne i Hercegovine, te Crne Gore, te JAT-u i Jadranskoj linijskoj plovidbi.

Predstavnici turističkih organizacija, ugostiteljskih komora i putničkih poduzeća zainteresiranih područja u južnom dijelu naše zemlje, na savjetovanju u Sarajevu u novembru 1958. godine, utvrdili su zajednički program propagande, kojim će se već sada popularizirati naše ponude na talijanskom tržištu, a ujedno i pripremiti publiku na sve one pogodnosti i mogućnosti, koje predstoje u daljem razvoju turističkog saobraćaja na ovim područjima. Tako će tokom 1959. godine biti izdan zajednički prospekt sa svim potrebnim i karakterističnim informacijama o dolasku, boravku i itinererima, koji obuhvaćaju kružna putovanja Južnim Jadranom i Bosnom i Hercegovinom.

Na beogradskom sastanku 11. XII. 1958. kojemu su prisustvovali predstavnici saveznih državnih organa i ustanova, komorskih organizacija, Turističkog saveza Jugoslavije i turističkih organizacija Dubrovnika, jednodušno su prihvaćeni prijedlozi, koji obuhvaćaju izložene mjere, a istodobno su dati konkretni zadaci pojedinim državnim resorima za razradu i ostvarenje donesenih zaključaka. Tim je niz predradnji, nastojanja i zajedničkih napora preraslo iz lokalne inicijative u konkretni opći društveni zadatak, ozvaničen na mjerodavnom i nadležnom mjestu i sastanku.

Taj zadatak znači — kako je to i istakao predstavnik SIP-a dr. Milan Bartoš u završnoj riječi savjetovanja — priznanje pokretaču ove zamisli, turističkim organizacijama Dubrovnika, a i podstrek za nove mostove, koje će Dubrovnik i u buduće uspostavljati na putovima društvenog i socijalističkog stvaranja.



Milovan Stanić: Omiš — tuš