

# Istra nije sinonim jedino za odmor, već i destinacija za sajmove

Pretraži ...



ANALIZA TJEDNA

Kao turistički lider, Istra zasigurno veći dio gospodarstva temelji na turizmu i ugostiteljstvu, a prometna povezanost, bogati kapaciteti i klima omogućuju Istri cjelogodišnje poslovanje. No, Istra je uspješna u još nečemu što možda i nije toliko poznato u široj javnosti. Naime, široj javnosti možda jesu poznatija neka događanja koja imaju veću vidljivost u medijima. Činjenica je da se u Istri gotovo svakog vikenda održava po nekoliko događanja; sajmovi, kongresa, stručnih skupova.

Pravila o privatnosti - Uvjeti

Govoreći o sajmovima, Istra je pokazala kako se ne moraju svi b2b sajmovi odvijati u Zagrebu. Mjesečni sajmovi u Istri imaju stoljetnu tradiciju održavanja koju istarski gradovi njeguju i dan danas. Sajmovi su mjesta na kojima se Istrijani osim trgovanja, susreću, druže, zabavljaju odvajkada. Sajmovi se održavaju po Istri u različite dane i na svakom sajmu je ponuda raznolika, što naravno osim izlagača i poslovnih ljudi privlači i brojne turiste. Tradicionalni mjesečni sajmovi u Istri održavaju se u Balama, Buzetu, Labinu, Motovunu, u Svetvinčentu, u Višnjaju, u Vodnjaju, Žminju, Poreču, Rovinju. Pazin poznat po sajmu pčelarstva, prošle je godine započeo s **međunarodnim sajmom poljoprivrede i pčelarstva u Istri – AgroTerra Istra**.

Obrtnička komora Istarske županije bila je organizator Obrtničkog sajma Istre, koji se održavao od 1998. do 2019. godine u Puli, te je od 2018. organizator sajma ribarstva „Crofish“ koji se održava u Poreču. Ortnička komora odupire specijalizirane sajmove u istarskoj županiji („PromoHotel“, „PromoArh“, AgroTerra Istra“), ističu u Obrtničkoj komori Istarske županije.

– U Istarskoj županiji održavaju se brojni sajmovi različitog karaktera, koji imaju veliki značaj za razvoj gospodarstva, ali i turističke ponude. Kao i u ostalim dijelovima Hrvatske, postoje trgovački sajmovi koji se manje ili više redovito održavaju po određenim lokacijama, te opći i specijalizirani sajmovi koji su namijenjeni promociji određenog segmenta gospodarstva,

– U Istarskoj županiji trenutno postoje različiti profili sajмова, usmjereni različitim segmentima gospodarstva: poljoprivredi, graditeljstvu i arhitekturi, hotelijerstvu, ugostiteljstvu i turizmu, ribarstvu, promociji poljoprivrednih proizvoda... postoji prostor za organizaciju nautičkog i autosajma, koji su bili organizirani u prošlosti. Glavna prepreka organizaciji sajмова je nedostatak sajamske infrastrukture, te se većina sajмова održava u manje ili više (ne)adekvatnim prostorima (sportske dvorane, montažne hale i slično), na čemu treba ozbiljno poraditi, napominju iz obrtničke komore.

### **Dugotrajna tradicija i poslovna prilika**

– U ovih 30 godina, koliko organiziramo sajmove po Istri, ugostili smo preko milijun posjetitelja i više od 10.000 izlagača iz svih gospodarskih sektora, najviše u Poreču. Posjećenost sajмова raste, no ono što još više veseli jest činjenica da s nekim partnerima i izlagačima surađujemo već godinama. Budući da nam je organizacija događanja ključni segment poslovanja, kontinuirano radimo na unaprijeđenju, kako usluge koju pružamo partnerima, tako i mogućnosti za posjetitelje, kojima svake godine treba pružiti nadogradnju ranijeg iskustva. Da je to dobra praksa, potvrđuju i naše brojke, ali i profil publike, koja sve češće stiže u Poreč i iz drugih zemalja, ističe **Ivana Štiković direktorica sajмова PromoArh i Promohotel**.

– Osim uobičajenog izložbenog dijela, na kojemu posjetitelji mogu iz prve ruke doznati sve o proizvodu ili usluzi koja ih zanima, posebnu pažnju posvećujemo dijeljenju znanja i jačanju kompetencija izlagača, organizirajući stručne edukativne programe za sudionike. Odaziv je izvrstan; primjerice na nedavno završenom PromoArhu morali smo u dvoranu unositi dodatne sjedalice kako bi svi zainteresirani mogli poslušati stručne rasprave. Riječ je o međunarodnom sajmu graditeljstva, opremanja i uređenja koji je ove godine premašio

sva očekivanja i odaziv izlagača. Drugi „as iz rukava“ naše tvrtke Studio 053 zasigurno je Promohotel, na čijem će se 39. izdanju u veljači okupiti vodeći brendovi i tvrtke s područja prehrane, pića i opreme za turizam. Uz takva, vlastita događanja, pružamo tehničku i organizacijsku podršku nizu partnera na njihovim sajmovima, poput Vinistre, međunarodne izložbe vina i vinarske opreme, te međunarodnog ribarskog sajma Crofish.

– Posljednjih se godina, ne samo po Istri, pokreće niz različitih manifestacija. I koliko god je to izvrsno i za turizam, gospodarstvo u cjelini i zajednicu, ozbiljni organizatori, ali i destinacije, već su se počele usmjeravati na kvalitetu, u odnosu na kvantitetu. Sajamska infrastruktura nažalost ne prati kongresnu u Istri, što je također jedan od izazova koje ćemo morati premostiti, napominje Ivana Štiković.

### **Rastuća posjećenost sajmove: Od turista do poslovnih ljudi**

– U odnosu na druge gradove možemo biti zadovoljni kapacitetima u Poreču, no prostora za napredak uvijek ima, pogotovo u zimskom razdoblju, kad je smještajni kapacitet dodatno ograničen, a sajmovi, kongresi i konferencije održavaju se i u tom periodu. Osim same teme, odnosno sektora kojim se bavi pojedini sajam, na njegovu dugoročnost ipak će utjecati i odnos organizatora prema izlagačima, partnerima i publici. Mi smo sretni što s nekima imamo višedesetljetnu suradnju, no uvijek nas veseli i kad nam se nakon uspješnog sajma javi netko nov, i odmah zatraži zakup prostora za iduće izdanje.

– Danas, kad su inovativna digitalna rješenja dostupna na svakom koraku, osobni kontakt prečesto se gubi, no naša je poslovna politika upravo individualni pristup prema dobavljačima, partnerima i izlagačima. Naime, kad se taj izlagač uspije predstaviti u najboljem svjetlu, smatramo to i našim uspjehom kao organizatora. Ne znači to da bježimo od novih tehnologija, naprotiv. Postoji niz alata koji osjetno olakšavaju svakodnevne zadatke u organizaciji i komunikaciji, no iskreno kažem, a to i jest smisao sajma – live stream nekog događanja teško da će ikada do kraja moći zamijeniti osobni razgovor i isprobavanje proizvoda. To potvrđuje i zamjetan porast posjetitelja koji su pohrlili na sajmove nakon pandemije. U živo je puno ležernija atmosfera, a izlagač se može posvetiti posjetitelju i dati puno više informacija. Ono čemu težimo jest pružiti i dodatnu vrijednost našim partnerima, najčešće u obliku edukacije, razmjene iskustava ili zanimljivih govornika čija znanja mogu pomoći unaprijediti svačije poslovanje. Upravo te neke „ekskluzive“, u obliku gostiju, brendova ili predstavljanja novih proizvoda čine sajam dodatno atraktivnim za posjet i sudjelovanje, nastavlja Ivana Štiković.

– Kad je, pak, riječ o generacijskim razlikama, sektori koje mi pokrivamo i dalje su vrlo atraktivni mlađim naraštajima, koji upravo na sajmovima ovakve vrste stječu neke nove vještine, bilo da je riječ o izravnoj komunikaciji s publikom, ili samo „odmjeravanju“ konkurencije koja također izlaže. Naravno da postoje i sajmovi specijalizirani za mlađe generacije, poput onih usmjerenih na digitalne tehnologije, gaming industriju ili pop kulturu. Većina posjetitelja na sajmove dolazi kako bi u kratkom roku i na jednom mjestu vidjela što više različitih mogućnosti oko teme koja ih zanima.

### **Put prema naprijed: Infrastruktura, edukacija i kvaliteta u sajmovima**



– Vrlo je nezahvalno uspoređivati Hrvatsku s drugim zemljama kad je riječ o sajamskoj industriji, kako zbog broja stanovnika i ciljane publike, tako i zbog ranije spomenutih infrastrukturnih izazova. Ipak, uistinu smo, pogotovo Istra, ostvarili zamjetan napredak posljednjih godina, i postali centralna destinacija ne samo za hrvatske, već i posjetitelje i izlagače okolnih zemalja koji k nama dolaze na sajmove. Nadamo se da će daljnji napredak biti popraćen i dodatnim ulaganjima u infrastrukturu, dodaje Ivana Štiković.

– Pandemija je i tu imala utjecaj; činjenica je da dvije godine nismo mogli raditi uopće, ili smo radili smanjenim kapacitetima. Imali smo vremena sagledati dotadašnji rad, eventualne propuste i promijeniti neke prakse s ciljem jačanja poslovanja, što se ubrzo pokazalo dobitnom formulom. Ulaganje u ljude, marketing i fokus na kvalitetu ostvarili su nam izvrsne rezultate i omogućili daljnji razvoj. Svake godine, 60 posto izlagača vraća se naše sajmove, što je dokaz da smo odabrali dobru strategiju poslovanja, zaključuje Ivana Štiković.

Autor: Boris Živković Foto: Promoarh

*Projekt izrade i objavljivanja serijala tekstova pod naslovom **Sajamska industrija – gdje je novi početak?**, autora Borisa Živkovića, financijski je podržala Agencija za elektroničke medije, kroz projekt Poticanja novinarske izvrsnosti za 2023. godinu.#7*

Objavljeno 5. studenoga 2023. Sva prava pridržana PoslovniFM

AEM Istra ivan štiković promoarh promohotel sajmovi



## VIŠE S WEBA

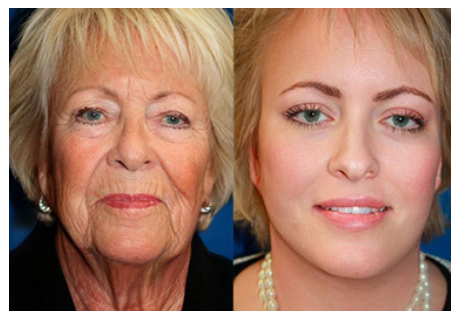


**Gljivice na noktima? Uklonite ovaj problem iz svog života jednom zauvijek**

Oglas



**Grad Jastrebarsko slavi 774. rođendan!**



**68-godišnja žena s dječjim licem. Evo što radi prije spavanja**

Oglas