

Analitički okvir za istraživanje luksuznog turizma u destinacijama: Studija slučaja grad Rovinj

Marko Paliaga, Dea Aksentijević*, Donald Schiozzi

Sažetak: Luksuzni turizam posljednjih se desetljeća afirmirao kao važna razvojna komponenta suvremenih urbanih i obalnih destinacija, pri čemu njegovi učinci nadilaze ekonomske pokazatelje i sve se češće manifestiraju kroz prostorne, funkcionalne i upravljačke izazove. U uvjetima visokog turističkog intenziteta, ključno pitanje više nije razina turističke potrošnje, već način na koji se turistički razvoj integrira u sustav prostornog planiranja, upravljanja javnim prostorom i zaštite javnog interesa. Cilj ovoga rada jest sintetizirati ključne teorijske elemente za izradu analitičke osnove izučavanja odnosa između luksuznog turizma i javnog interesa kroz studiju slučaja grada Rovinja, mediteranske urbane destinacije obilježene izraženim luksuznim pozicioniranjem, ograničenim prostornim kapacitetima i trajno visokim turističkim pritiscima. Istraživanje se temelji na analizi prostorno-demografskog okvira, strukture smještajnih kapaciteta, načina korištenja javnog prostora, te utjecaja na lokalnu zajednicu. Rezultati istraživanja pokazuju da Rovinj funkcionira kao destinacija kritičnog turističkog intenziteta, obilježena trajnom prostornom saturacijom, izraženom sezonalnom koncentracijom i dominantnom prisutnošću volumenskih oblika smještaja, uz istodobno jasno definiranu luksuznu jezgru ponude. Analiza upućuje na zaključke da luksuzni turizam u ovom kontekstu ne djeluje primarno kao tržišna kategorija, već kao institucionalno oblikovan instrument selektivnog razvoja, integriran u prostorno-plansku dokumentaciju, komunalne režime i destinacijske politike upravljanja.

Ključne riječi: luksuzni turizam, prostorno planiranje, upravljanje destinacijom, turistički pritisak, održivi urbani razvoj, grad Rovinj.

1. Uvod

Luksuzni turizam posljednjih se desetljeća profilirao kao jedan od najdinamičnijih segmenata suvremenog turističkog razvoja, osobito u urbanim i kulturno značajnim destinacijama. Taj se trend odvija paralelno s prijelazom potrošačkih tržišta prema ekonomiji iskustava,

u kojoj se vrijednost sve manje veže uz materijalne proizvode, a sve više uz doživljaj, simboliku i osobno ispunjenje [2, 12, 22]. U kontekstu luksuza spomenuto podrazumijeva pomak od demonstrativne potrošnje prema iskustveno utemeljenim, personaliziranim i autentičnim oblicima vrijednosti [3, 13, 26, 34]. Posljedično, luksuzna putovanja sve se manje definiraju razinom potrošnje, a sve više kvalitetom iskustva i sposobnošću destinacije da proizvede jedinstvene i značenjski bogate obrasce boravka [12, 19, 20, 5, 34].

Istodobno, suvremeni razvoj turizma obilježen je paradoksom uspješnih destinacija - iako turistički rast generira ekonomske učinke, međunarodnu vidljivost i investicije, on proizvodi i sve izraženije pritiske na javni prostor, urbanu infrastrukturu i kvalitetu života lokalnog stanovništva [14, 30]. U povijesnim i obalnim gradovima ti se procesi često manifestiraju kroz prostornu saturaciju, komercijalizaciju javnih površina i promjene funkcionalne strukture grada, što se u literaturi sve češće konceptualizira pojmom *overtourisma* [16, 21, 29, 31]. Dosadašnje rasprave o *overtourismu* u velikoj su mjeri usmjerene na masovni turizam, broj posjetitelja i pitanja nosivog kapaciteta. Znatno je manje istražena skupina destinacija obilježenih selektivnim, visokokvalitetnim i luksuznim turizmom, u kojima pritisci ne proizlaze prvenstveno iz volumena, već iz prostorne koncentracije aktivnosti, intenzivne komercijalizacije javnog prostora i strukturnih promjena urbanih funkcija, osobito u povijesnim jezgrama. U tim kontekstima ključno pitanje više nije treba li luksuzni turizam razvijati, već na koji se način njime upravlja [11, 16]. Sve veći broj autora stoga naglašava da održivost turističkog razvoja ne proizlazi iz same strukture ponude, već iz institucionalnih kapaciteta i modela upravljanja kojima se turizam integrira u prostorne, urbane i razvojne politike [11, 14, 29]. Upravljanje turizmom u tom se okviru sve češće konceptualizira kao javna politika, pri čemu lokalna samouprava ima ključnu ulogu u regulaciji korištenja prostora, zaštiti javnih dobara i usklađivanju tržišnih dinamika s dugoročnim interesima zajednice [11].

Grad Rovinj stoga predstavlja osobito relevantan istraživački primjer. Tijekom posljednja dva desetljeća Rovinj se sustavno profilirao kao destinacija visoke dodane vrijednosti, s naglašenim fokusom na kvalitetu smještaja, gastronomiju i iskustvenu diferencijaciju ponude, dok se istodobno suočava s izazovima

tipičnima za mediteranske urbane destinacije: sezonalnošću, opterećenjem povijesne jezgre, pritiscima na infrastrukturu te rastom vrijednosti nekretnina i promjenama obrazaca korištenja prostora.

Polazište ovoga rada nije normativna rasprava o luksuzu, već analitičko istraživanje načina na koji se luksuzni turizam institucionalno i prostorno integrira u urbanu turističku destinaciju te razine njegove kompatibilnosti s javnim interesom. Cilj rada jest analizirati Rovinj kao studiju slučaja razvoja luksuznog turizma u uvjetima visokog turističkog intenziteta, uz uvažavanje načela održivog razvoja destinacije. Primjenom deskriptivne i analitičke metode u radu se nastoji utvrditi međuodnos luksuza u destinacijskom kontekstu i modela upravljanja destinacijom, s posebnim naglaskom na zaštitu i ostvarivanje javnog interesa.

2. Teorijski okvir

Teorijski okvir rada utemeljen je na trima međusobno povezanim konceptualnim stupovima: održivom razvoju turizma, luksuzu u destinacijskom kontekstu, te javnom interesu i upravljanju destinacijom (slika 1).



Slika 1 – Konceptualni stupovi teorijskog okvira (izrada autora)

Ovi koncepti ne promatraju se izolirano, već kao integrirani elementi suvremenih razvojnih politika destinacija, osobito u povijesnim i obalnim gradovima suočenima s intenzivnim turističkim pritiscima. Njihovom integracijom u ovom znanstvenom radu polazi se od pretpostavke da se suvremeni razvoj destinacija mora temeljiti

na selektivnim, identitetno utemeljenim i upravljački kontroliranim modelima turizma. U tom okviru luksuzna i visokovrijedna ponuda ne promatra se kao cilj sama po sebi, već kao instrument diferencijacije i upravljanja razvojem, koji mora biti usklađen s nosivim kapacitetima prostora i dugoročnim interesima lokalne zajednice.

2.1 Održivi razvoj turizma i nosivi kapacitet destinacije

Koncept održivog turizma u suvremenoj literaturi sve se češće konceptualizira kao institucionalni i upravljački okvir unutar kojeg se turistički razvoj integrira u šire politike prostornog planiranja, zaštite okoliša i društvenog razvoja, s ciljem uravnoteživanja ekonomskih koristi, kvalitete života lokalnog stanovništva i dugoročne očuvanosti resursne osnove destinacije [4, 11, 32]. Za razliku od ranijih pristupa koji su održivost reducirali na uštrb zaštite prirodnih resursa, noviji teorijski okviri naglašavaju njezinu prostornu, institucionalnu i društvenu dimenziju, uključujući pitanja upravljanja gradskim prostorom, kvalitete života i participacije lokalne zajednice [11, 16, 29]. Središnji operativni pojam unutar tog okvira jest nosivi kapacitet destinacije, koji više ne označava isključivo fizičke ili ekološke granice, već obuhvaća i socijalni, funkcionalni i perceptivni kapacitet prostora [4, 14]. Nosivi kapacitet tako uključuje razinu turističkog razvoja pri kojoj se ne narušava kvaliteta života stanovnika, funkcionalnost grada i autentičnost iskustva posjetitelja [14]. U tom kontekstu održivost se ne postiže ograničavanjem samog rasta, već strateškim upravljanjem strukturom potražnje, intenzitetom korištenja prostora, sezonalnošću i tipologijom turističkih proizvoda [11, 32]. Time se održivi razvoj pozicionira kao pitanje upravljanja razvojem, a ne samo kontrole negativnih učinaka.

2.2. Luksuz u destinacijskom kontekstu: iskustvo, simbolika i selektivnost

Drugi teorijski stup odnosi se na koncept luksuza u turizmu, koji se u suvremenim istraživanjima sve manje povezuje isključivo s razinom cijene, a sve više s iskustvenom, simboličkom i kulturnom vrijednošću ponude [2, 13, 33], a da se pritom ne promatra kao materijalna kategorija, već kao konstrukt značenja, koji proizlazi iz percepcije autentičnosti, estetike, rijetkosti, pripadnosti i identitetskog kapitala destinacije [2, 3, 13, 26, 33]. Kapferer i Bastien [13] naglašavaju da suvremeni luksuz funkcionira kao sustav

simboličke diferencijacije, a ne isključivo kao tržišna niša. U destinacijskom kontekstu to podrazumijeva razvoj ponude koja se temelji na kulturnim resursima, narativima prostora, specifičnim iskustvima i visokoj razini interpretacije lokalnog identiteta [33]. Takvo razumijevanje luksuza omogućuje njegovo povezivanje s održivim razvojem: luksuz se ne mora nužno temeljiti na masovnoj potrošnji prostora, već na selektivnosti, kontroliranom rastu i diferenciranoj vrijednosti [2]. Time luksuzni turizam postaje potencijalni instrument upravljanja potražnjom, a ne isključivo generator intenziteta, pod uvjetom da je integriran u šire razvojne, prostorne i upravljačke politike destinacije [11, 14, 16, 30].

2.3. Javni interes, javni prostor i upravljanje destinacijom

Treći teorijski stup odnosi se na javni interes i upravljanje destinacijom. U turističkim gradovima javni prostor ima višestruku ulogu: on je istodobno infrastruktura svakodnevnog života lokalne zajednice, nositelj identiteta mjesta i temelj turističke atraktivnosti [11, 16]. Takva višefunkcionalnost čini javni prostor ključnim mjestom konflikta, ali i potencijalne integracije između turizma i urbanog razvoja [1, 5, 15]. U tom se okviru gastronomija i ugostiteljski prostori, ugostiteljske terase, ne mogu promatrati isključivo kao tržišne usluge, već kao urbani i kulturni mediji koji sudjeluju u oblikovanju identiteta prostora, društvenih odnosa i obrazaca korištenja grada [15, 24]. Konobe, tržnice, ulice hrane i lokalni ugostiteljski objekti djeluju kao mikroprostori susreta u kojima se isprepliću lokalni život, turistička potrošnja i simbolička reprezentacija destinacije, čime gastronomija postaje instrument prostorne integracije, ali i potencijalne turistifikacije javnog prostora. Iz tog razloga, danas se turizmu sve češće pristupa kao obliku javne politike, a ne isključivo kao čistom sektoru tržišnog gospodarstva [11]. Upravljanje destinacijom uključuje regulaciju korištenja prostora, oblikovanje investicijskog okvira, upravljanje turističkim tokovima te zaštitu javnih dobara i lokalnog identiteta [16]. U tom okviru lokalna samouprava ima središnju ulogu ne samo kao regulator, već i kao strateški koordinator dionika, koji mora usklađivati interese privatnog sektora, turističkih organizacija, stanovnika i civilnog društva [11]. Time se destinacijski razvoj pomiče s razine promocije

na razinu strateškog upravljanja prostorom i identitetom, pri čemu javni interes postaje ključni evaluacijski kriterij turističkih politika.

3. Analiza studije slučaja: Rovinj

3.1. Prostorni i demografski okvir destinacije

Rovinj predstavlja izrazito prostorno ograničenu obalnu destinaciju u kojoj povijesna jezgra imaju središnju ulogu ne samo kao kulturno-baštinski resurs, već i kao primarni prostorni nositelj turističkih, društvenih i simboličkih funkcija grada. Urbanistička struktura obilježena je visokom koncentracijom aktivnosti u staroj gradskoj jezgri i neposrednom obalnom pojasu, što prostorno uvjetuje intenzivno preklapanje stambenih, javnih i turističkih namjena te povećava osjetljivost destinacije na procese turistifikacije i komercijalizacije prostora. Prema službenim podacima, u gradu Rovinju-Rovigno živi 12.968 [6] stanovnika na površini od približno 77 km², što rezultira prosječnom gustoćom naseljenosti od oko 168 stanovnika po km² [10]. Iako se radi o umjerenoj prosječnoj gustoći na razini administrativnog područja, stvarna prostorna koncentracija stanovništva znatno je viša u urbaniziranom obalnom pojasu i osobito u povijesnoj jezgri, gdje se prostorna ograničenja dodatno pojačavaju zaštitnim režimima i kulturno-baštinskim statusom prostora. Na području grada evidentirano je 8.963 stambenih jedinica, od čega je 6.829 stanova za stalno stanovanje, dok je 1.280 stambenih jedinica privremeno nastanjeno [10]. Ovakva struktura stambenog fonda upućuje na izraženu prisutnost sekundarnog stanovanja i povremenog korištenja prostora, što dodatno povećava funkcionalni pritisak na urbani sustav, te predstavlja važan analitički kontekst za razmatranje odnosa između turizma, stanovanja i javnog interesa.

U takvom prostorno-demografskom okviru turistički razvoj ne odvija se na neutralnom ili demografski „praznom“ prostoru, već unutar gusto strukturiranog urbanog sustava u kojem se svakodnevni život lokalnog stanovništva odvija paralelno s intenzivnom turističkom potrošnjom prostora. Time prostorni i demografski okvir Rovinja ne predstavlja samo pozadinu turističkog razvoja, već aktivnu varijablu koja definira granice prihvatljivog opterećenja i povećava osjetljivost destinacije na negativne eksternalije turizma. Posebno relevantan analitički indikator predstavlja odnos između broja stalnih

stanovnika i ukupnog turističkog prometa. Rovinj na godišnjoj razini ostvaruje više od 4,2 milijuna turističkih noćenja, što u odnosu na broj stanovnika rezultira s približno 331 noćenja po stanovniku godišnje. Takav omjer svrstava Rovinj među destinacije s izrazito visokom „funkcionalnom turističkom populacijom“, u kojima broj privremenih korisnika prostora višestruko nadmašuje broj stalnih rezidenata. Ova disproporcija ima izravne implikacije na korištenje javnog prostora, opterećenje infrastrukture, prostorne konflikte i društvenu održivost turističkog razvoja.

U tom smislu, prostorni i demografski okvir Rovinja postavlja temeljnu istraživačku pretpostavku ovoga rada: luksuzni turizam u ovoj destinaciji ne može se vrednovati isključivo kroz pokazatelje tržišnog uspjeha, već prvenstveno kroz njegov odnos prema nosivom kapacitetu, javnom prostoru i institucionalnim mehanizmima upravljanja. Iz te perspektive proizlazi potreba za detaljnijom analizom turističkog intenziteta i njegovih prostornih manifestacija, što je predmet sljedećeg poglavlja.

3.2. Turistički intenzitet i pritisci na urbani prostor

Empirijski pokazatelji dugoročnog turističkog prometa potvrđuju da se Rovinj tijekom posljednja dva desetljeća profilirao kao destinacija trajno visokog intenziteta, uz relativno stabilan rast volumena i izraženu otpornost na krizne poremećaje. U razdoblju prije pandemije (2015–2019.) godišnji promet stabilno se kretao između približno 3,8 i 4,3 milijuna noćenja, uz kontinuirani rast dolazaka. Nakon pandemijskog pada 2020. godine, Rovinj već 2022. doseže pretpandemijske razine, dok se u 2024. i 2025. godini ponovno bilježe vrijednosti iznad 4,2 milijuna noćenja godišnje, čime se potvrđuje strukturna ukorijenjenost turizma u urbanom sustavu grada [6].

U promatranoj godini ostvareno je 741.520 turističkih dolazaka i ukupno 4.295.978 noćenja. Prosječna duljina boravka iznosi 5,79 noćenja po dolasku, što ukazuje na destinaciju srednje dugog boravka s izrazito velikim apsolutnim volumenom prometa. Analiza dugoročnih nizova pokazuje da rast dolazaka dugoročno nadmašuje rast noćenja, što implicira postupno skraćivanje boravaka i povećanje frekvencije dolazaka. Time se prostorni i infrastrukturni pritisci ne povećavaju isključivo kroz volumen, već i kroz intenzifikaciju ciklusa

dolazaka i odlazaka, s izravnim posljedicama na prometne tokove, logistiku opskrbe i svakodnevno funkcioniranje grada. Navedeni trendovi omogućuju interpretaciju Rovinja kao zrele destinacije u fazi visoke saturacije, u kojoj daljnji razvoj ne može biti vrednovan primarno kroz povećanje broja gostiju, već kroz promjene u strukturi potražnje i obrascima korištenja urbanog prostora.

3.2.1. Prostorni, sezonalni i strukturni obrasci turističkog intenziteta

Intenzitet turističkog razvoja dodatno se razotkriva dovođenjem apsolutnih volumena u odnos s prostorno-demografskim okvirom destinacije. S 4.295.978 noćenja i 12.968 stanovnika, Rovinj ostvaruje približno 331 noćenje po stanovniku godišnje, što ga pozicionira među destinacije s ekstremno visokom razinom turističke saturacije. U prostornom smislu, navedeni volumen odgovara vrijednosti od približno 55.800 noćenja po km² godišnje, čime se potvrđuje iznimno intenzivno korištenje teritorija.

Struktura smještajnih kapaciteta dodatno potvrđuje strukturnu transformaciju urbanog prostora u turistički resurs. Rovinj raspolaže s približno 38.495 komercijalnih kreveta, odnosno gotovo 2,97 kreveta po stanovniku [28]. Smještajni fond čini više od 14.300 objekata, pri čemu kampovi (≈18.048 kreveta; ~47%) i privatni smještaj (≈11.866 kreveta; ~31%) zajedno čine gotovo 78% ukupnih kapaciteta, dok hoteli raspolažu s oko 3.449 kreveta (~9%) [28]. Ovakva struktura upućuje na destinaciju u kojoj luksuzni i visoko-kvalitetni segment koegzistira s izrazito volumenskom bazom, proizvodeći široku prostornu disperziju smještaja uz snažnu koncentraciju turističke potrošnje u povijesnoj jezgri i obalnom pojasu.

Vremenska dimenzija intenziteta dodatno pojačava prostorne pritiske. Više od 60% ukupnih godišnjih noćenja ostvaruje se u razdoblju lipanj–rujan, dok srpanj (≈1.020.000 noćenja; 23,8%) i kolovoz (≈1.094.000; 25,5%) zajedno generiraju približno 49,2% ukupnog godišnjeg prometa [28]. U apsolutnim iznosima, u samo dva mjeseca ostvaruje se više od 2,1 milijuna noćenja, što odgovara prosječnom dnevnom boravku od približno 34.000 turista, uz znatno veće vrijednosti u vršnim danima. Time se funkcionalna populacija grada tijekom ljetnih mjeseci višestruko povećava u odnosu na

rezidentnu, proizvodeći ekstremna vršna opterećenja javnog prostora, prometne infrastrukture, komunalnih sustava i obalnih zona.

Trajnost pritiska potvrđuju i pokazatelji korištenja kapaciteta. Hoteli u Rovinju bilježe prosječnu godišnju popunjenost od oko 243 dana, dok ukupna destinacija bilježi prosječnu iskorištenost od približno 112 dana godišnje, što ukazuje na produženo razdoblje intenzivnog korištenja prostora i resursa [28]. Nautički segment dodatno pojačava pritisak na obalni pojas, s ukupno 538 vezova koncentriranih u marinama i lučkim zonama [28], čime se opterećenje širi i na pomorski prostor kao ključni javni i simbolički resurs grada. Integracijom navedenih pokazatelja može se zaključiti da se turistički pritisak u Rovinju ne očituje kao sezonska anomalija, već kao trajno stanje povišene potražnje za urbanim prostorom.

3.2.2. Struktura ponude i luksuzno pozicioniranje

Struktura komercijalnih smještajnih kapaciteta predstavlja temeljnu empirijsku osnovu za razumijevanje razine turističkog intenziteta, prostorne saturacije i luksuznog pozicioniranja Rovinja kao urbane destinacije. Analiza kapaciteta omogućuje operacionalizaciju luksuza i turističkog pritiska kao strukturnih obilježja destinacije, a ne isključivo kao tržišnih ili komunikacijskih kategorija.

Prema službenim podacima za 2025. godinu, na području grada Rovinja-Rovigno registrirano je ukupno 14.374 smještajnih jedinica (SJ) s 38.495 osnovnih kreveta u komercijalnom smještaju [28]. U odnosu na 2024. godinu ukupni kapaciteti bilježe blagu stabilizaciju (-0,3% SJ; -0,3% kreveta), što upućuje na ulazak destinacije u fazu strukturne konsolidacije, a ne kvantitativne ekspanzije.

Ukupni komercijalni smještajni fond sastoji se od 20.447 kreveta u čvrstim objektima (hoteli, turistička naselja, ostali objekti i smještaj u domaćinstvu) te 18.048 kreveta u kampovima, čime kampovi čine 46,9% svih komercijalnih kapaciteta, što Rovinj svrstava među prostorno najintenzivnije turističke destinacije na hrvatskoj obali.

Hotelski sektor Rovinja obuhvaća ukupno 1.772 smještajne jedinice i 3.449 osnovnih kreveta, raspoređene u 16 hotela. Posebno se ističe izrazito visok udio hotela viših kategorija. U destinaciji djeluju tri hotela s pet zvjezdica (Grand Park Hotel Rovinj, Lone, Monte

Mulini), dok većinu preostalog portfelja čine hoteli s četiri zvjezdice. Hoteli s pet zvjezdica raspolažu s ukupno 558 soba i 1.118 kreveta, što čini 32,4% svih hotelskih kreveta, dok hoteli s četiri zvjezdice čine strukturnu okosnicu hotelske ponude (Adriatic, Amarin, Eden, Istra, Arupinum, Delfin, Natka, Vila Lili). Takva struktura potvrđuje da se Rovinj sustavno profilirao kao destinacija *upper-upscale* i *luxury* segmenta, pri čemu luksuz nije rubna pojava, već institucionalizirana razvojna orijentacija. Posebnu ulogu imaju *heritage* i *boutique* hoteli (Angelo d'Oro, Villa Valdibora, Casa Garzotto, Squero), koji povezuju luksuz s kulturnim kapitalom, povijesnom jezgrom i identitetskom dimenzijom prostora (tablica 1).

Tablica 1 - Struktura i kategorije smještaja Hoteli (izvor: obrada autora prema Godišnjem programu rada TZG Rovinja-Rovigno, 2026)

Kategorija	Broj hotela	Smještajne jedinice	Osnovni kreveti	Udio u hotelskim krevetima (%)
*****	3	558	1.118	32,4
****	9	1.044	1.946	56,4
*** i niže	4	170	385	11,2
Ukupno hoteli	16	1.772	3.449	100

Analitički gledano, hotelski sektor čini luksuznu jezgu destinacije, ali ne i njezin dominantni volumenski nositelj.

Turistička naselja predstavljaju prijelazni oblik između hotelskog i kamping modela. U 2025. godini Rovinj raspolaže s 1.245 smještajnih jedinica i 3.035 kreveta u turističkim naseljima (Amarin, Villas Rubin, Valalta), tablica 2.

Tablica 2 - Turistička naselja u Rovinju 2025. (izvor: obrada autora prema Godišnjem programu rada TZ Rovinja-Rovigno, 2026)

Turističko naselje	Kategorija	Smještajne jedinice	Osnovni kreveti
Amarin	****	461	1.208
Villas Rubin	***	357	909
Valalta	***	427	918
Ukupno		1.245	3.035

U kategoriji „ostalih objekata za smještaj“ evidentirano je 2.049 kreveta, uz rast u odnosu na 2024. godinu (+6,9%), što upućuje na nastavak tržišno inducirane diverzifikacije ponude. Smještaj u domaćinstvu čini najraspršeniji i prostorno najosjetljiviji segment, s ukupno 11.866 kreveta, pri čemu je vidljivo blago smanjenje u odnosu na 2024. godinu (-2,4%), osobito u nižim kategorijama (tablica 3).

Tablica 3 - Struktura i kategorije, ostali smještaj i smještaj u domaćinstvu (izvor: obrada autora prema Godišnjem programu rada TZ Rovinja-Rovigno, 2026)

Kategorija	Smještajne jedinice	Osnovni kreveti	Udio (%)
*****	17	80	0,7
****	819	2.156	18,2
***	3.466	8.906	75
*	203	724	6,1
Ukupno	4.505	11.866	100

Ovaj segment snažno utječe na stambeni fond, funkcionalnu strukturu grada i prostornu diseminaciju turističkog pritiska, te ima izravnu vezu s javnim interesom i urbanim politikama.

Kamping sektor čini najveći pojedinačni kapacitetni sklop destinacije, s ukupno 6.016 smještajnih jedinica i 18.048 kreveta (tablica 4). Kampovi sudjeluju s gotovo 47% svih komercijalnih kreveta, čime predstavljaju ključni strukturni izvor turističkog volumena.

Tablica 4 - Kampovi u Rovinju 2025 (izvor: obrada autora prema Godišnjem programu rada TZ Rovinja-Rovigno, 2026)

Kamp	Kategorija	Smještajne jedinice	Osnovni kreveti
Polari	****	2.040	6.120
Valalta	****	1.751	5.253
Veštar	*****	738	2.214
Val Saline	****	419	1.257
Amarin	***	524	1.572
Porton Biondi	**	396	1.188
Ostali	*	148	444
Ukupno kampovi		6.016	18.048

Iako se dio kampova transformira prema *premium outdoor hospitality* modelima, kampovi ostaju temelj volumenskog opterećenja.

Uz komercijalne kapacitete, u Rovinju je evidentirano 2.256 objekata kuća i stanova za odmor u nekomercijalnom statusu, koji također sudjeluju u generiranju turističkih tokova i fiskalnih obveza, ali dodatno pojačavaju stambeni i prostorni pritisak. U segmentu nautičkog turizma registrirano je 538 vezova (196 ACI marina Rovinj, 150 marina Valalta, 192 Lučka uprava Rovinj), čime se dodatno potvrđuje višefunkcionalni karakter turističkog opterećenja obalnog pojasa.

3.2.3. Iskustvena i kulturna dimenzija luksuza u destinaciji

U ovom se znanstvenom radu luksuz u Rovinju konceptualizira kao iskustveni, kulturni i identitetski fenomen destinacije, a ne isključivo kao tržišni ili komunikacijski konstrukt. Takav pristup u skladu je sa suvremenim teorijskim okvirima luksuza u turizmu, koji naglašavaju pomak s materijalnih atributa ponude prema simboličkoj vrijednosti prostora, autentičnosti doživljaja, estetici okruženja i kulturnom kapitalu destinacije [8]. Strateški dokumenti razvoja turizma grada Rovinja razvoj autentičnih i visoko diferenciranih iskustava identificiraju kao jednu od ključnih razvojnih osi, pri čemu se luksuz definira kao selektivnost doživljaja, a ne kao socijalna isključivost [7]. Gastronomija pritom ima središnju ulogu u strukturiranju iskustvenog luksuza, kroz sinergiju međunarodno prepoznate *fine dining* ponude i autohtone istarske kuhinje, čime se luksuz veže uz lokalni identitet, ribarsku baštinu i urbani ambijent. Iskustvena dimenzija dodatno se institucionalizira kroz gastronomske i kulturne manifestacije, te interpretacijske programe koji doprinose diferencijaciji ponude i produženju sezone [8]. Kulturni i *lifestyle* sadržaji integrirani su u svakodnevni urbani život, pri čemu luksuz proizlazi iz aktivacije javnog prostora i kulturnog krajolika, a ne iz zatvorenih *resortskih* struktura.

3.3. Javni prostor i upravljanje luksuzom u uvjetima visokog turističkog intenziteta

Plan korištenja javnih površina strukturira javni prostor kroz precizno definirane režime korištenja, koji obuhvaćaju ugostiteljske terase, kioske i druge naprave, oglašavanje u prostoru, te posebne

funkcionalne kategorije poput bankomata. Analitički značaj tog dokumenta proizlazi iz činjenice da se komercijalizacija javnog prostora ne regulira općim načelima, već mikrolokacijskim modelom upravljanja, u kojem se za svaku pojedinu lokaciju određuju dopuštena površina, zona, namjena i posebni uvjeti korištenja. Time se turistička potrošnja u javnom prostoru kvantificira i čini upravljivom pojavom, a ne spontanom ishodom tržišne potražnje.

Posebno su analitički relevantne ugostiteljske terase, kao najintenzivniji oblik turističke aproprijacije javnog prostora. Plan za njih ne propisuje samo dopuštene gabarite, već uvodi i niz korektivnih mehanizama kojima se javni interes prevodi u operativna pravila. U dokumentu se, primjerice, izričito propisuju obvezni prolazi prema rivi koji se ne smiju koristiti za proširenje terasa, čime se dostupnost obalnog pojasa definira kao mjerljiva obveza [9]. Nadalje, zabranjuju se intervencije u kamenu podlogu, nalaže se zaštita drvoreda, a klupe se normativno štite kao javna urbana oprema dostupna svim korisnicima prostora, a ne kao produžetak ugostiteljskih kapaciteta [9]. Ovakvi uvjeti pokazuju da se javni interes operacionalizira kroz zaštitu prohodnosti, materijalne supstance i funkcionalne dostupnosti prostora.

Estetsko-identitetska dimenzija regulacije dodatno je naglašena pravilima o tipu opreme terasa, zabrani reklamnih natpisa na suncobranima, ograničenjima visine elemenata te obvezi očuvanja vizura prema moru i povijesnoj jezgri. Time se javni interes ne svodi na tehničku dostupnost prostora, već se proširuje na zaštitu vizualnog integriteta i kulturnog krajolika. U povijesnoj jezgri ti se zahtjevi dodatno vežu uz konzervatorske smjernice, čime se javni prostor formalno povezuje s režimom zaštite kulturne baštine.

Normativni okvir Odluke o komunalnom redu dodatno pojačava ovu upravljačku arhitekturu. Ona definira koje se privremene postave uopće mogu odobriti, pod kojim uvjetima i uz koja ograničenja, pri čemu se kao temeljni kriteriji navode sigurnost prometa, neometano korištenje javnih površina, sprječavanje buke i onečišćenja, te očuvanje estetskih obilježja lokacije [9]. Posebno su značajne odredbe koje ograničavaju izlaganje robe i predmeta u kulturno-povijesnoj cjelini, te uvode obvezu konzervatorskih suglasnosti, čime se

turistička komercijalizacija izravno podvrgava režimu zaštite identiteta prostora [9].

Sezonska dimenzija upravljanja dodatno se očituje kroz mogućnost i obvezu privremenog uklanjanja opreme terasa radi održavanja manifestacija ili provođenja infrastrukturnih i sigurnosnih intervencija, bez prava korisnika na naknadu štete [9]. Time se jasno uspostavlja hijerarhija u kojoj javne funkcije grada i kolektivni interesi imaju prednost nad privatnim ekonomskim korištenjem javne površine. Istodobno, institucionalna selekcija korisnika, kroz uvjet urednog prethodnog korištenja i podmirenih obveza, uvodi element upravljačke discipline i dugoročnog nadzora.

U analitičkom smislu, ovi instrumenti pokazuju da se javni interes u Rovinju ne artikulira isključivo na razini političkih ciljeva, već se prevodi u mjerljive, provedive i nadzorne mehanizme: kvadratne metre, prolaze, zabrane zahvata, standardizaciju opreme, obveze uklanjanja i konzervatorske uvjete.

3.4. Učinci na lokalnu zajednicu

3.4.1. Zaposlenost, gospodarska struktura i funkcionalna transformacija Rovinja

Gospodarska struktura Rovinja izrazito je obilježena turizmom, koji predstavlja temeljnu razvojnu djelatnost i ključni izvor zapošljavanja. Prema Strateškom planu razvoja turizma grada Rovinja-Rovigno 2022–2030. godine, procjenjuje se da je više od 40 % ukupne zaposlenosti izravno i neizravno vezano uz turizam, uključujući smještaj, ugostiteljstvo, turističke agencije, trgovinu, promet i ostale usluge povezane s turističkom potrošnjom [27]. Najveća koncentracija zaposlenih prisutna je u sektoru smještaja i pripreme hrane, dok dodatnih 20–30 % radnih mjesta proizlazi iz pratećih djelatnosti koje egzistiraju zahvaljujući turističkoj potražnji, poput komunalnih usluga, građevinarstva, kulturnih i kreativnih industrija, te osobnih usluga [27].

Turizam istodobno ostvaruje snažne fiskalne učinke. Dokument naglašava da je znatan dio prihoda gradskog proračuna povezan s turističkom ekonomijom kroz boravišnu pristojbu, porezne prihode, komunalne naknade i investicije, pri čemu turistička potrošnja generira više od polovice ukupne potrošnje u tercijarnom sektoru lokalnog gospodarstva [27]. Na taj način turizam postaje ključni

mehanizam financiranja javne infrastrukture, kulturnih programa i urbanih zahvata, ali i glavni izvor fiskalne ovisnosti grada o jednom gospodarskom sektoru.

Paralelno s jačanjem luksuznog i visokokvalitetnog turizma, Rovinj prolazi kroz izraženu funkcionalnu transformaciju. U povijesnoj jezgri i obalnim zonama kontinuirano raste udio prostora namijenjenog turističkim, ugostiteljskim i doživljajnim sadržajima, dok se stambene i svakodnevne urbane funkcije postupno potiskuju. Prema razvojnim trendovima navedenima u Planu, u pojedinim dijelovima centra grada turističke i turističko-servisne djelatnosti danas čine preko 60 % aktivnih poslovnih prostora, što upućuje na proces turistifikacije i promjene društveno-funkcionalne strukture grada [27].

U tom kontekstu luksuzni turizam proizvodi ambivalentne učinke: s jedne strane doprinosi rastu zaposlenosti, fiskalnim prihodima i međunarodnoj vidljivosti destinacije, dok s druge strane potiče sezonalnost rada, rast cijena nekretnina i postupno smanjivanje udjela prostora namijenjenog lokalnom stanovništvu. Stoga se javni interes pozicionira kao ključni evaluacijski kriterij uspješnosti destinacijskog menadžmenta, pri čemu se razvoj ne vrednuje isključivo kroz prihode i investicije, već i kroz očuvanje funkcionalne raznolikosti grada i kvalitete života lokalne zajednice [27].

3.4.2. Društveni, prostorni i identitetski učinci luksuznog turizma na lokalnu zajednicu

Iako su ekonomski učinci turizma u Rovinju relativno dobro dokumentirani kroz pokazatelje zaposlenosti i sektorske strukture, cjelovita procjena učinaka luksuznog turizma na lokalnu zajednicu zahtijeva šire analitičko sagledavanje društvenih, prostornih i identitetskih dimenzija urbanog razvoja. U destinacijama vrlo visokog turističkog intenziteta učinci turizma nadilaze tržište rada, te se očituju kroz promjene obrazaca stanovanja, korištenja prostora i simboličke reprezentacije grada. Jedan od ključnih socio-prostornih učinaka odnosi se na pritiske na stambeni fond i dostupnost stanovanja. Visok udio kratkoročnog najma, sekundarnog stanovanja i nekomercijalnih kuća za odmor postupno mijenja funkcionalnu strukturu urbanih četvrti, osobito u povijesnim jezgrama i obalnom pojasu. Ovi procesi, dobro dokumentirani u mediteranskim urbanim

destinacijama, dovode do smanjenja stalne rezidentne populacije, sezonalne depopulacije, te prilagodbe svakodnevnih urbanih funkcija potrebama privremenih korisnika prostora.

U tom kontekstu luksuzni turizam, iako volumenski ograničen, sudjeluje u ekonomskoj i simboličkoj revalorizaciji urbanog prostora, čime posredno utječe na rast vrijednosti nekretnina i promjene u društvenoj strukturi grada. Takvi učinci često su manje vidljivi od onih povezanih s masovnim turizmom, ali dugoročno mogu imati snažan utjecaj na urbanu održivost i društvenu koheziju.

Posebno je relevantna identitetska dimenzija luksuznog turizma. Za razliku od masovnih oblika turizma koji često adresiraju generičke obrasce turistifikacije, luksuzni turizam se u većoj mjeri oslanja na lokalni kulturni kapital, povijesne urbane strukture, gastronomsku baštinu i ambijentalne vrijednosti prostora. Na taj način lokalni identitet postaje aktivni resurs destinacijskog razvoja, a ne samo pasivna kulisa turističke potrošnje. Istodobno, takvi procesi nose rizik selektivne komodifikacije identiteta, pri čemu se tržišno atraktivni narativi privilegiraju u odnosu na svakodnevne društvene prakse lokalne zajednice.

U suvremenim pristupima brendiranju gradova, destinacijsko pozicioniranje ne promatra se isključivo kao marketinška aktivnost, već kao dio šireg okvira urbanog razvoja koji mora biti usklađen s identitetom mjesta, kvalitetom života stanovnika i funkcionalnom održivošću urbanog prostora. Vrijednost gradskog brenda u tom se smislu temelji na stvarnim prostornim i društvenim karakteristikama grada, a ne isključivo na komunikacijskim strategijama [17, 18].

Posebno osjetljivu dimenziju učinaka luksuznog turizma u obalnim gradovima predstavlja odnos prema obalnom prostoru i lučkim zonama, koje istodobno imaju prometnu, gospodarsku, društvenu i simboličku funkciju. Suvremena literatura o prostornom planiranju i razvoju luka naglašava da lučki i obalni prostori ne mogu biti promatrani isključivo kao tehnička ili ekonomska infrastruktura, već kao integralni dio urbanog prostora i javnog dobra, čija se transformacija mora odvijati u skladu s dugoročnim razvojnim interesima grada i lokalne zajednice. Turistički i komercijalni pritisci na lučke i obalne zone često generiraju konflikte između funkcionalnih potreba grada, interesa turizma i prava lokalnog

stanovništva na pristup obali i moru. U destinacijama s izraženom sezonalnošću, pretvaranje lučkih prostora u dominantno turističke zone potrošnje nosi rizik gubitka njihove višefunkcionalne i javne uloge, čime se dodatno opterećuje svakodnevno funkcioniranje grada [23].

Iz perspektive prostornog planiranja naglašava se potreba integriranog upravljanja obalnim i lučkim prostorom, u kojem se turistički razvoj mora uskladiti s prometnim funkcijama, zaštitom kulturnog krajolika i očuvanjem javnog interesa. U tom okviru luksuzni turizam, osobito u segmentima nautike i marina, mora biti jasno uklopljen u prostorno-plansku dokumentaciju i institucionalne mehanizme kontrole, a ne prepušten isključivo tržišnoj dinamici.

4. Diskusija i zaključak

Ovaj rad analizirao je Rovinj kao studiju slučaja luksuznog turizma u uvjetima izrazito visokog turističkog intenziteta, s ciljem ispitivanja u kojoj mjeri takav razvojni model može ostati kompatibilan s javnim interesom na razini grada. Provedena analiza potvrđuje da Rovinj funkcionira kao destinacija trajne turističke saturacije, obilježena snažnim prostornim pritiscima, izrazitom sezonalnošću i strukturnom transformacijom urbanih funkcija. Istodobno, analiza pokazuje da luksuzni razvoj u ovoj destinaciji nije rezultat spontanih tržišnih procesa, već dugoročnog institucionalnog oblikovanja kroz prostorno planiranje, turističke strategije i sustavnu regulaciju javnog prostora.

Iako luksuzna ponuda u Rovinju pridonosi diferencijaciji destinacije, međunarodnoj vidljivosti i jačanju iskustvene ekonomije, ona istodobno djeluje kao katalizator procesa turistifikacije, rasta vrijednosti nekretnina i promjena društvene strukture povijesne jezgre. Čak i u uvjetima očuvane formalne dostupnosti javnog prostora, luksuz proizvodi oblike simboličke i ekonomske selektivnosti koji mogu dovesti do „meke isključenosti“ lokalnog stanovništva iz središnjih gradskih zona. Time se potvrđuju nalazi literature koja upozorava da odsutnost formalne privatizacije ne znači nužno i očuvanje društvene inkluzivnosti urbanog prostora.

Upravo u toj napetosti između upravljane otvorenosti i strukturne selektivnosti luksuza smješta se ključni doprinos ovog rada. Rovinj

pokazuje da luksuzni turizam može biti integriran u javne politike i koristiti se kao instrument selektivnog razvoja, ali ne predstavlja inherentno održivo rješenje. Njegova kompatibilnost s javnim interesom ne proizlazi iz strukture ponude same po sebi, već iz kontinuiranog institucionalnog kapaciteta lokalne samouprave da regulira prostorne učinke turizma, usklađuje razvojne aktere i redefinira odnose između tržišnih i javnih funkcija grada.

U tom smislu, Rovinj se ne može interpretirati kao „model luksuzne destinacije“, već kao primjer upravljačkog režima u kojem se luksuz koristi kao jedan od alata destinacijskog menadžmenta. Za razliku od gradova poput Venecije i Dubrovnika, gdje su upravljački odgovori u velikoj mjeri usmjereni na naknadnu korekciju posljedica prekomjernog razvoja, u Rovinju se luksuz nastoji preventivno integrirati u prostorne i institucionalne okvire.

Doprinos rada proizlazi iz konceptualizacije luksuznog turizma kao upravljačkog instrumenta, a ne isključivo kao tržišne kategorije. Umjesto da se luksuz promatra prvenstveno kroz razinu cijene ili imidž destinacije, ovaj rad pokazuje da u urbanim sredinama visokog intenziteta luksuz poprima funkciju razvojne poluge kroz koju se pregovaraju odnosi između ekonomskih učinaka, prostorne regulacije i javnog interesa. Time se luksuzni turizam uvodi u područje urbanih studija i javnih politika, nadopunjujući dominantne rasprave o *overtourismu* koje su do sada bile primarno usmjerene na kvantitativne limite i nosive kapacitete.

Ovo istraživanje ima nekoliko ograničenja koja treba uzeti u obzir pri interpretaciji nalaza. Temelji se na jednoj studiji slučaja (Rovinj), zbog čega se rezultati ne mogu općenito generalizirati bez dodatnih komparativnih istraživanja. Analiza se uglavnom oslanja na sekundarne izvore, pa izostaju perspektive lokalnih dionika, što upućuje na potrebu uključivanja kvalitativnih i kvantitativnih metoda u budućim istraživanjima.

Prijedlog budućih istraživanja odnosi se na daljnji razvoj kompozitnim indeksom turističkog pritiska (CTPI), indeksa na temelju, u ovome radu, postavljenog analitičkog okvira, te njegovu prilagodbu specifičnostima pojedinih studija slučaja. Budući da CTPI indeks do sada nije primijenjen u drugim istraživanjima niti je uspostavljen kao standardizirana mjera turističkog pritiska, nužno je

u budućim radovima ispitati njegovu metodološku utemeljenost, mogućnosti operacionalizacije i potencijal za širu znanstvenu primjenu.

Literatura

- [1] Ashworth, G., & Page, S. J. (2011). „Urban tourism research: Recent progress and current paradoxes“. *Tourism Management*, 32(1), 1–15. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.02.002>
- [2] Atwal, G., & Williams, A. (2009). Luxury brand marketing – The experience is everything! *Journal of Brand Management*, 16(5–6), 338–346. <https://doi.org/10.1057/bm.2008.48>
- [3] Bauer, H. H., von Wallpach, S., & Hemetsberger, A. (2011). „The changing concept of luxury: A cross-cultural investigation of consumers' perceptions“. *Journal of Brand Management*, 18(3), 174–191. <https://doi.org/10.1057/bm.2010.54>
- [4] Butler, R. W. (1999). „Sustainable tourism: A state-of-the-art review“. *Tourism Geographies*, 1(1), 7–25. <https://doi.org/10.1080/14616689908721291>
- [5] Dredge, D., & Jenkins, J. (2007). „Tourism planning and policy“. John Wiley & Sons.
- [6] *Državni zavod za statistiku* (2015. - 2025.)
- [7] Grad Rovinj-Rovigno. (2010). *Master plan turizma grada Rovinj-Rovigno za razdoblje 2010.–2020.* (Strategijski dokument). Grad Rovinj-Rovigno. <https://www.rovinj-rovigno.hr/wp-content/uploads/2016/11/master-plan-2010.pdf>
- [8] Grad Rovinj-Rovigno. (2022). *Strateški plan razvoja turizma grada Rovinja-Rovigno za period 2022.–2030. godine* [Strateški plan]. https://www.rovinj-rovigno.hr/wp-content/uploads/2022/11/20221018_Strate%C5%A1ki-plan-razvoja-turizma-grada-Rovinj-Rovigno.pdf
- [9] Grad Rovinj-Rovigno. (2025.). *GUP Grada Rovinja – prostorno uređenje, gradnja i okoliš*, <https://www.rovinj-rovigno.hr/prostorno-uredenje-gradnja-i-okolis/dokumenti-prostornog-uredjenja/planovi-na-snazi/gup-grada-rovinja/>
- [10] Grad Rovinj-Rovigno (2025), Statistički podaci, <https://www.rovinj-rovigno.hr/o-rovinju/statisticki-podaci/>
- [11] Hall, C. M. (2011). „A typology of governance and its implications for tourism policy analysis“. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(4–5), 437–457. <https://doi.org/10.1080/09669582.2011.570346>
- [12] Iloranta, R. (2022). „Luxury tourism – A review of the literature“. *European Journal of Tourism Research*, 30, 3007.
- [13] Kapferer, J.-N., & Bastien, V. (2012). „The luxury strategy: Break the rules of marketing to build luxury brands (2nd ed.)“. Kogan Page.

- [14] Koens, K., Postma, A., & Papp, B. (2018). „Is overtourism overused? Understanding the impact of tourism in a city context“. *Sustainability*, 10(12), 4384. <https://doi.org/10.3390/su10124384>
- [15] Maitland, R., & Newman, P. (Eds.). (2009). *World tourism cities: Developing tourism off the beaten track*. Routledge.
- [16] Milano, C., Cheer, J. M., & Novelli, M. (2019). *Overtourism: Excesses, discontents and measures in travel and tourism*. CABI. <https://doi.org/10.1079/9781786399823.0000>
- [17] Paliaga, Marko „Branding i konkurentnost gradova: vizija napretka kroz razliku“. Pula: Vlastita naklada, 2008 (priručnik)
- [18] Paliaga, Marko; Franjić, Zoran; Strunje, Željko; „Metodologija ocjene vrijednosti gradskih brandova“ *Ekonomika istraživanja*, 23 (2010), 2; 102-111
- [19] Park, K., & Reisinger, Y. (2009). „Cultural differences in shopping for luxury goods: Western, Asian, and Hispanic tourists“. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 26(8), 762–777. <https://doi.org/10.1080/10548400903356111>
- [20] Park, K., Reisinger, Y., & Noh, E. H. (2010). „Luxury shopping in tourism“. *International Journal of Tourism Research*, 12(2), 164–178. <https://doi.org/10.1002/jtr.744>
- [21] Perkumienė, D., & Pranskūnienė, R. (2019). „Overtourism: Between the right to travel and residents' rights“. *Sustainability*, 11(7), 2138. <https://doi.org/10.3390/su11072138>
- [22] Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1999). *The experience economy: Work is theatre & every business a stage*. Harvard Business School Press.
- [23] Schiozzi, D., Jugović, A. & Smojver, Ž. Comparative Analysis of the Related Interests of Relevant Stakeholders in the Development of Seaports in Relation to the Spatial Concept of the City Pomorstvo : scientific journal of maritime research, 32 (2018), 1; 36-41 doi:10.31217/p.32.1.17
- [24] Smith, M. K., MacLeod, N., & Hart Robertson, M. (2010). *Cultural tourism: A critical introduction*. https://www.researchgate.net/publication/334207362_Key_Concepts_in_Tourist_Studies
- [25] Swarbrooke, J. (2018). *The development and management of visitor attractions* (3rd ed.). Routledge.
- [26] Thomsen, Thyra & Holmqvist, Jonas & Wallpach, Sylvia & Hemetsberger, Andrea & Belk, Russel. (2020). „Conceptualizing unconventional luxury“. *Journal of Business Research*. 116. 10.1016/j.jbusres.2020.01.058.
- [27] Turistička zajednica grada Rovinja-Rovigno. (2022). <https://www.rovinj-tourism.com/en/about-us/news/1454>
- [28] Turistička zajednica grada Rovinja-Rovigno. (2026). *Program rada Turističke zajednice grada Rovinja-Rovigno za 2026. godinu* [Radni dokument]. Turistička zajednica grada Rovinja-Rovigno. Preuzeto s <https://www.rovinj-tourism.com/hr/o-nama/o-nama-dokumenti>

- [29] Türker, N., Koçoğlu, C. M., & Saraç, Ö. (2024). Effect of Overtourism on Residents' Quality of Life in World Heritage Cities. *Journal of New Tourism Trends (JOINNTT)*.
<https://dergipark.org.tr/en/pub/joinntt/issue/85329/1436906>
- [30] UNWTO. (2018). 'Overtourism'? Understanding and managing urban tourism growth beyond perceptions. World Tourism Organization.
<http://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.crosto.hr/files/file/UNWTO-overtourism.pdf>
- [31] Visentin, F., & Bertocchi, D. (2019). „Venice: An analysis of tourism excesses in an overtourism icon“. In C. Milano, J. M. Cheer, & M. Novelli (Eds.), *Overtourism: Excesses, discontents and measures in travel and tourism* (pp. 18–38). CABI.
<https://doi.org/10.1079/9781786399823.0018>
- [32] Yaprak, B., Okkiran, Ş., & Vezali, E. (2025). „Reframing Sustainability in the Context of Overtourism: A Comparative Five-Dimensional Resident-Centered Model in Athens and Istanbul. *Sustainability*, 17(15), 6789.
<https://doi.org/10.3390/su17156789>
- [33] Yeoman, I. (2011). The changing behaviours of luxury consumption. *Journal of Revenue and Pricing Management*, 10(1), 47–50.
<https://doi.org/10.1057/rpm.2010.43>
- [34] Yeoman, I., & McMahon-Beattie, U. (2011). Luxury markets and premium pricing. *Journal of Revenue and Pricing Management*, 10(1), 47–53.

Analytical Framework for Luxury Tourism in Destinations Research: Case Study of the City of Rovinj

Marko Paliaga, Dea Aksentijević*, Donald Schiozzi

Abstract: Luxury tourism has, in recent decades, established itself as an important driver of development in contemporary urban and coastal destinations, with its effects extending beyond economic indicators and increasingly manifesting through spatial, functional and management challenges. Under conditions of high tourist intensity, the key issue is no longer the level of tourist consumption, but the way in which tourism development is integrated into spatial planning, public space management and the protection of the public interest. The aim of this paper is to synthesize key theoretical elements to create an analytical basis for studying the relationship between luxury tourism and the public interest through a case study of the city of Rovinj, a Mediterranean urban destination characterized by a pronounced luxury positioning, limited spatial capacity and permanently high tourist pressure. The research is based on an analysis of the spatial-demographic framework, the structure of accommodation capacity, the use of public space, and the impact on the local community. The findings show that Rovinj functions as a destination of critical tourist intensity, marked by permanent spatial saturation, pronounced seasonal concentration and a dominant presence of volume forms of accommodation, while at the same time having a clearly defined luxury core of its offer. The analysis leads to the conclusion that luxury tourism in this context does not operate primarily as a market category, but as an institutionally designed instrument of selective development, integrated into spatial planning documentation, municipal regimes and destination management policies.

Keywords: Luxury tourism, Spatial planning, Destination management, Tourist pressure, Sustainable urban development, City of Rovinj.

Dostavljen: 28.01.2026
Prihvaćen: 14.03.2026

Marko Paliaga
Sveučilište u Puli, Ekonomski fakultet Pula
Ul. Petra Preradovića 1, 52100 Pula, Hrvatska
E-mail: markopaliaga11@gmail.com

Dea Aksentijević
Sveučilište u Rijeci, Pomorski fakultet
Studentska 2, 51000 Rijeka, Hrvatska
E-mail: dea.aksentijevic@pfri.uniri.hr

Donald Schiozzi
Sveučilište u Puli, Tehnički fakultet
Ulica Alda Negrija 6, 52100 Pula, Hrvatska
E-mail: dschiozzi@unipu.hr