

Elitni turizam u Europi - primjer Monako

Žunec, Ena

Undergraduate thesis / Završni rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Rijeka, Faculty of Tourism and Hospitality Management / Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:191:218942>

Rights / Prava: [Attribution 4.0 International](#)/[Imenovanje 4.0 međunarodna](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-12-02**



Repository / Repozitorij:

[Repository of Faculty of Tourism and Hospitality Management - Repository of students works of the Faculty of Tourism and Hospitality Management](#)



SVEUČILIŠTE U RIJECI
Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu
Sveučilišni prijediplomski studij

ENA ŽUNEC

Elitni turizam u Europi – primjer Monako

Elite tourism in Europe - example Monaco

Završni rad

Opatija, 2024.

SVEUČILIŠTE U RIJECI
Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu
Sveučilišni prijediplomski studij
Poslovna ekonomija u turizmu i ugostiteljstvu
Studijski smjer: Menadžment u turizmu

Elitni turizam u Europi – primjer Monako

Elite tourism in Europe - example Monaco

Završni rad

Kolegij:	Međunarodni turizam	Student:	Ena ŽUNEC
Mentor:	Prof. dr. sc. Romina Alkier	Matični broj:	25207/20

Opatija, lipanj 2024.



SVEUČILIŠTE U RIJECI UNIVERSITY OF RIJEKA
FAKULTET ZA MENADŽMENT U TURIZMU I UGOSTITELJSTVU
FACULTY OF TOURISM AND HOSPITALITY MANAGEMENT
OPATIJA, HRVATSKA CROATIA

IZJAVA O AUTORSTVU RADA I O JAVNOJ OBJAVI OBRANJENOG ZAVRŠNOG RADA

Ena Žunec

(ime i prezime studenta)

25207/20

(matični broj studenta)

Elitni turizam u Europi – primjer Monako

(naslov rada)

Izjavljujem da sam ovaj rad samostalno izradila/o, te da su svi dijelovi rada, nalazi ili ideje koje su u radu citirane ili se temelje na drugim izvorima, bilo da su u pitanju knjige, znanstveni ili stručni članci, Internet stranice, zakoni i sl. u radu jasno označeni kao takvi, te navedeni u popisu literature.

Izjavljujem da kao student–autor završnog rada, dozvoljavam Fakultetu za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci da ga trajno javno objavi i besplatno učini dostupnim javnosti u cjelovitom tekstu u mrežnom digitalnom repozitoriju Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci.

U svrhu podržavanja otvorenog pristupa završnim radovima trajno objavljenim u javno dostupnom digitalnom repozitoriju Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci, ovom izjavom dajem neisključivo imovinsko pravo iskorištavanja bez sadržajnog, vremenskog i prostornog mog završnog rada kao autorskog djela pod uvjetima *Creative Commons* licencije CC BY Imenovanje, prema opisu dostupnom na <http://creativecommons.org/licenses/>.

U Opatiji, lipanj 2024.

Potpis studenta

Sažetak

Elitni turizam u Europi prisutan je od davnina i kontinuirano se razvija. Ovaj oblik turizma privlači bogate i utjecajne putnike, a Monako je savršen primjer luksuzne destinacije. Ova kneževina poznata je po glamuroznim događanjima poput Velike nagrade Formule 1, te luksuznim kockarnicama, jahtama i hotelima. Monako nudi vrhunsku gastronomiju, prestižne modne butike i visok standard usluge. Osim luksuza, Monako se ističe sigurnošću i privatnošću, što dodatno privlači elitu.

Monako također pruža brojne kulturne i umjetničke atrakcije, poput Opere Monte Carlo i Muzeja oceanografije. Povijesne znamenitosti poput Kneževske palače i egzotičnih vrtova dodatno obogaćuju ponudu. Grad je domaćin mnogih međunarodnih događanja, uključujući filmske festivale i luksuzne izložbe, što dodatno doprinosi njegovoj atraktivnosti. Ljepota prirode, uz prekrasne plaže i azurno more, čini Monako još privlačnijim za turiste koji traže opuštanje i rekreaciju u luksuznom okruženju. Kao simbol ekskluzivnosti u europskom turizmu, Monako pruža nezaboravna iskustva najzahtjevnijim gostima, kombinirajući bogatu povijest, kulturu i suvremeni luksuz. Ova jedinstvena kombinacija čini Monako jednom od najpoželjnijih destinacija za elitni turizam u Europi.

Ključne riječi: Europa; elitni turizam; Monako; luksuz

Sadržaj

Uvod.....	1
1. Turizam – opće karakteristike.....	2
2. Turizam u Europi.....	4
2.1. Povijest i razvoj turizma kroz različite epohe u Europi.....	4
2.2. Utjecaj tehnoloških, društvenih i ekonomskih promjena na razvoj turizma u Europi 6	
2.3. Turizam kao generator gospodarskog rasta Europe.....	8
3. Elitni turizam.....	10
3.1. Razvoj elitnog turizma.....	11
3.2. Značaj elitnog turizma.....	12
3.3. Karakteristike elitnih turista.....	13
4. Elitni turizam u Europi.....	15
4.1. Razvoj elitnog turizma u Europi.....	15
4.2. Karakteristike destinacija elitnog turizma u Europi.....	16
5. Studija slučaja- Monako.....	17
5.1. Povijest i razvoj Monaka kao elitne turističke destinacije.....	19
5.2. Znamenitosti Monaka i najvažnija turistička obilježja.....	20
5.2.1. Monte Carlo.....	20
5.2.2. Prinčeva palača.....	22
5.2.3. Oceanografski muzej.....	22
5.2.4. Jardin Exotique.....	23
5.3. Elitni turizam Monaka u brojevima.....	24
6. Utjecaj elitnog turizma u Monaku.....	28
6.1. Ekološki utjecaji.....	28
6.2. Sociokulturni utjecaji.....	28
6.3. Ekonomski utjecaji.....	29
Zaključak.....	30
Bibliografija.....	31
Popis ilustracija.....	34

Uvod

Turizam predstavlja jedan od najvažnijih segmenata globalne ekonomije, a elitni turizam ističe se kao važan čimbenik u oblikovanju turističke industrije. Ovaj fenomen, čiji utjecaj se proteže kroz ekonomiju, kulturu i društvo, posebno je izražen u Europi, kontinentu bogate povijesti i raznolike kulturne baštine. U skladu s tim, Monako, kao izuzetno luksuzna i ekskluzivna destinacija, ističe se kao relevantan primjer elitnog turizma u ovom kontekstu.

Razmatrajući širu sliku turizma, bitno je prvo sagledati opće karakteristike ovog sektora. Turizam predstavlja ključni pokretač gospodarskog razvoja u mnogim zemljama, pružajući ne samo ekonomske koristi već i potičući kulturnu razmjenu i međunarodno razumijevanje. U Europi, turizam ima dugu i bogatu povijest, od klasičnih putovanja antičkih civilizacija do modernih oblika turističkih doživljaja koji obuhvaćaju različite vrste aktivnosti i iskustava.

Razvoj elitnog turizma u Europi predstavlja poseban segment unutar šireg turističkog konteksta. Ovaj oblik turizma usmjeren je na visoku kupovnu moć klijentele te pruža ekskluzivna iskustva i usluge koje zadovoljavaju najviše standarde luksuza i udobnosti. Kroz vremenski razvoj, elitni turizam postao je sve prisutniji u Europi, privlačeći bogatu klijentelu iz cijelog svijeta.

Monako, kao mala europska država smještena na obali Sredozemnog mora, ističe se kao jedno od najprestižnijih elitnih turističkih odredišta na svijetu. Poznat po svojoj raskoši, glamuru i luksuznom načinu života, Monako privlači elitne posjetitelje iz svih dijelova svijeta. Kroz godine, ova mikro država je postala sinonim za ekskluzivnost i sofisticiranost, stvarajući jedinstvenu atmosferu koja privlači najbogatije i najutjecajnije ljude.

U ovom završnom radu, fokus će biti usmjeren na analizu elitnog turizma u Monaku, istražujući njegove ključne karakteristike, atrakcije i utjecaj na lokalnu ekonomiju i društvo. Kroz detaljnu analizu, cilj je pružiti dublje razumijevanje kompleksnosti elitnog turizma i njegovog značaja za Europu.

1. Turizam – opće karakteristike

Kroz povijest su postojale mnoge definicije turizma. Ni u današnje vrijeme ne postoji jedna jedina definicija turizma, ima ih mnogo, a sve se baziraju na nekoliko elemenata. Jedan od tih elemenata je to da turizam uključuje boravak osoba izvan njihova prebivališta u periodu od najmanje 24 sata. Drugi element je da turist iz mjesta u kojem živi odlazi dobrovoljno i u svoje slobodno vrijeme, s ciljem da se odmori, zabavi ili upozna nešto novo.

Jedna od najstarijih definicija pojma turizam jest definicija Švicaraca Hunzigersa i Krapfa iz 1942. godine, koja glasi: „Turizam je skup odnosa i pojava koje proizlaze iz putovanja i boravka posjetitelja nekog mjesta, ako se tim boravkom ne zasniva stalno prebivalište i ako s tim boravkom nije povezana nikakva njihova gospodarska djelatnost.“¹ Ova definicija prihvaćena je u cijelom svijetu i koristi se i u današnje vrijeme.

Osim prethodno navedene, poznata je i definicija M. Troisia iz 1940. godine, koja glasi: „Možemo reći da turizam obuhvaća bilo koju vrstu privremenih kretanja osoba iz jednog mjesta u drugo, jedino s ciljem da zadovolji potrebu za odmorom, raznodom, liječenjem, potrebu kojoj je izvor vjerski osjećaj te potrebu za obrazovanjem. U dijelu koji stvara složenu potražnju dobara i usluga, za stranca je to akt potrošnje. Međutim, za posjećenu zemlju to postaje određena vrsta proizvodnje jer ta potrošnja izaziva složenu ponudu dobara i usluga.“²

Prema dr. P. Berneckeru, sve poznate definicije turizma mogu se svrstati u nominalne, realne i univerzalne. Nominalne definicije one su u kojima se sadržaj određenog pojma definira iz njegova naziva. Kao primjer nominalne definicije turizma, Bernecker navodi sljedeću Bormannovu definiciju turizma kao: „Čovjekovo svladavanje prostora kada kreće u neko mjesto koje nije njegovo prebivalište.“ Prema Berneckeru realne definicije su one koje objašnjenje pojma turizma temelje na njegovim gospodarskim i tržišnim aspektima i učincima, a univerzalne definicije moraju voditi računa da je turizam i u svojoj pojavi i u svojoj biti splet raznolikih dijelova koji i kao cjelina čine njegovu pravu prirodu.³

Osim mobilnosti ljudi, turizam također potiče razmjenu ideja, vještina i tehnologije između različitih zajednica. Putovanja omogućuju ljudima da istraže različite načine života, tradicije, običaje i jezike, čime se otvara prostor za međusobno učenje i razumijevanje. Kroz direktnu interakciju s lokalnim stanovništvom, turisti imaju priliku dublje zaroniti u kulturu destinacije

¹ B. Pirjevac, O. Kesar, Počela turizma, str. 38

² I. Antunac, Turizam: teorijsko-znanstvene rasprave, str. 16

³ I. Antunac, Turizam: teorijsko-znanstvene rasprave, str. 17

i stvarati autentične veze s lokalnom zajednicom. Ekonomski doprinos turizma destinacijama nije samo vezan uz generiranje prihoda od turističkih usluga i stvaranje radnih mjesta u sektoru turizma. Turizam također potiče razvoj povezanih industrija poput ugostiteljstva, trgovine, prijevoza i obrta. Ova povezanost industrija stvara lančanu reakciju koja može značajno potaknuti lokalnu ekonomiju i potaknuti razvoj infrastrukture.

Međutim, rast turizma može dovesti do preopterećenja resursa, posebno u popularnim turističkim destinacijama. Pretjerano korištenje vode, energije i prostora može dovesti do iscrpljivanja prirodnih resursa i degradacije okoliša. Osim toga, masovni turizam može imati negativne učinke na lokalnu kulturu, dovodeći do komercijalizacije tradicionalnih običaja i gubitka autentičnosti. Stoga je od vitalne važnosti uspostaviti održive prakse u turizmu koje će balansirati ekonomske, sociokulturne i ekološke potrebe. Održivi turizam teži minimiziranju negativnih utjecaja na okoliš, potiče poštovanje lokalne kulture i tradicija te osigurava pravednu raspodjelu ekonomskih beneficija među lokalnom zajednicom. Kroz implementaciju održivih politika i strategija, destinacije mogu osigurati dugoročnu održivost turizma i istovremeno zaštititi svoje resurse za buduće generacije.

2. Turizam u Europi

Danas se općenito smatra da ime Europa vodi podrijetlo od asirske riječi EREB (zalaz Sunca, zapad)⁴, a kontinent se ističe kao ključna figura na globalnom turističkom tržištu zahvaljujući svom izvanrednom geografskom položaju koji pruža bogatstvo raznolikih destinacija, od planinskih vrhova do prekrasnih obala. Osim toga, visoko razvijena turistička regija privlači znatan broj posjetitelja zahvaljujući lakoći dostupnosti, ugodnoj klimi te bogatstvu turističkih sadržaja. Svi ti čimbenici čine Europu inspirativnom destinacijom za putovanja, potičući turiste na istraživanje i uživanje u raznolikosti koju nudi.

Turizam u Europi predstavlja jednu od najbrže rastućih grana svjetske i europske ekonomije, istovremeno svrstavajući se među najmasovnije, najdinamičnije i najsloženije društveno-ekonomske fenomene modernog doba. Ova industrija obuhvaća raznolik niz pojava i interakcija koje se događaju tijekom turističkih putovanja, pri čemu ima utjecaj na ekonomski, ekološki, socijalni i kulturni aspekt života u regiji. Turizam u Europi sve više dobiva na važnosti, ne samo kao generator iskustava u poslovnim, profesionalnim i studentskim sferama, već i kao ključni čimbenik u rastu zapošljavanja i deviznih priljeva za mnoge Europljane. Posebno je važno istaknuti utjecaj turizma na ekonomije mediteranskih zemalja, koje svojom kombinacijom sunca, prekrasnih plaža, impresivnih krajolika i bogate povijesti privlače ogroman broj posjetitelja. Međutim, ne profitiraju samo mediteranske destinacije od turizma, već i svjetski poznati gradovi Europe također privlače ogroman broj turista. U stvari, europske zemlje konstantno se nalaze među vodećim turističkim odredištima svijeta, privlačeći posjetitelje ne samo iz same Europe, već i s drugih kontinenata. Turizam tako postaje ne samo generator prihoda, već i most koji povezuje različite kulture i nacionalnosti.

2.1. Povijest i razvoj turizma kroz različite epohe u Europi

Kroz povijest razvoj turizma je bio kompleksan i dinamičan proces koji je odražavao promjene u društvu, tehnologiji i ekonomiji. Od drevnih civilizacija do današnjice, ljudi su oduvijek bili privučeni idejom putovanja, bilo zbog trgovine, vjerskih hodočašća, obrazovanja ili diplomatskih misija. S vremenom, s promjenama u društvu i gospodarstvu, razvijali su se

⁴ Lovrenović, D., Srednjovjekovna Europa, definiranje pojmova, utvrđivanje sadržaja, omeđivanje prostora, Radovi – zavoda za hrvatsku povijest, 289-302.

različiti motivi i načini putovanja, oblikujući turizam u ono što danas prepoznajemo kao snažnu globalnu industriju.

U Europi je razvoj turizma bio posebno istaknut. Kontinent je bogat raznovrsnim kulturnim i povijesnim nasljeđem koje privlači milijune turista svake godine. Od antičkih vremena do modernog doba, Europa je bila središte putovanja, s ljudima koji su dolazili da istraže njezine bogate povijesne spomenike, umjetnička djela, prirodne ljepote i gastronomsku raznolikost. Osim toga, tehnološki napredak i razvoj transporta u Europi doprinijeli su sve većem broju turista koji su mogli brzo i učinkovito putovati širom kontinenta.

Mnogi autori su se bavili poviješću turizma u Europi, istražujući različite aspekte i segmentacije njegovog razvoja. Jedna od takvih segmentacija dolazi od Vukovića, koji je identificirao tri ključne faze razvoja turizma na europskom kontinentu:⁵

- prva faza koja je trajala od početka sedamdesetih godina 18. stoljeća do početka šezdesetih godina 20. stoljeća.
- druga faza koja je trajala od šezdesetih do kraja osamdesetih godina 20. stoljeća
- treća faza označava razdoblje od devedesetih godina 20. stoljeća, kada se sve više napušta masovni, a sve se više razvija individualni turizam.

Počeci razvoja turizma u Europi i putovanja dolaze od imućnih mladića iz aristokratskih obitelji, osobito iz Engleske, koji su započeli tradiciju poznatu kao Grand Tour, ili u prijevodu Veliko Putovanje. Ova putovanja uključivala su posjete najvažnijim kulturnim središtima Europe, poput Italije, Francuske, Grčke i Švicarske gdje su s ciljem mladi aristokrati stjecali nova znanja i kulturna iskustva.⁶ Osim velikog putovanja, razvoj željeznice i parobroda tijekom 19. stoljeća donio je revoluciju u svijet putovanja. Ove tehnološke inovacije omogućile su brže, udobnije i pristupačnije putovanje nego ikada prije. Turističke destinacije postale su dostupne ne samo elitnom sloju, već i široj populaciji, otvarajući vrata avanturi i otkrivanju novih mjesta širom Europe. Međutim, jedan od najznačajnijih trenutaka za razvoj turizma u Europi dogodio

⁵ Vuković, I., *Suvremeni trendovi u razvoju turizma u Europskoj uniji*, str. 37

⁶ Inglis, F., *The delicious history of the holiday*, Routledge, str. 17

se 1841. godine, kada je Thomas Cook organizirao prvo grupno organizirano putovanje željeznicom. Njegova agencija „COOK & SON“, koja se smatra ujedno i prvom turističkom agencijom, organizirala je prvo putovanje željeznicom između gradova Leicester i Loughborough kako bi sudionike odveo na godišnji kongres društva za suzbijanje alkoholizma. Nakon uspješnog prvog putovanja, nastavio je s organiziranjem izleta, a 1855. godine organizirao je i prvo putovanje po Europi s čime započinje doba organiziranog i masovnog turizma. Nakon Drugog svjetskog rata, ekonomije europskih zemalja počele su se oporavljati, a povećana mobilnost stanovništva, rast standarda i plaćeni godišnji odmori doprinijeli su razvoju masovnog turizma. Razvoj turističke infrastrukture, poput hotela, cesta i zračnih luka, također je potaknuo porast broja turista.

2.2. Utjecaj tehnoloških, društvenih i ekonomskih promjena na razvoj turizma u Europi

Razvoj turizma u Europi značajno je pod utjecajem dinamičnih tehnoloških, društvenih i ekonomskih promjena. Svaka od ovih dimenzija donosi jedinstvene transformacije i izazove koji duboko mijenjaju način na koji ljudi planiraju i realiziraju svoja putovanja, biraju destinacije te imaju očekivanja od svojih turističkih iskustava. Različiti tehnološki doprinosi postali su ključni za razvoj putovanja i omogućili stanovništvu brža i jednostavnija putovanja. James Watt, škotski izumitelj, usavršio je parni stroj 1764. godine, što je dovelo do revolucije u turizmu, industrijskim i prerađivačkim sektorima. Industrijska revolucija označila je prijelaz na novi način proizvodnje, s povećanom proizvodnjom automobila i strojeva koji su zamijenili mnoge manualne poslove. Ovo je rezultiralo preraspodjelom rada i jasnijim razdvajanjem radnog i slobodnog vremena. Nove tehnologije imaju ključnu ulogu u promociji turizma i razvoju destinacija, omogućujući modernu i dostupnu prezentaciju turističkih ponuda i proizvoda korisnicima. Ova vrsta prezentacije povećava privlačnost turističkih destinacija, čime se poboljšava njihova atraktivnost i konkurentnost na tržištu. Utjecaj znanosti i tehnologije te masovna turistička kretanja, nemoguće je niti spriječiti niti zaobići, ali neka društva čini nespremnim za tako brze i velike promjene bez obzira jesu li one tražene, potrebne, željene ili neželjene. Primjena suvremenih novih tehnologija turističke proizvode i usluge čini komplementarnim, a turističku ponudu atraktivnijom i konkurentnijom koja zadovoljava

globalna obilježja turističkih kretanja te bitno izmijenjene i sofisticirane turističke potrebe i potražnju.⁷

Nadalje, što se tiče društvenih promjena one imaju ključnu ulogu u oblikovanju turističkog sektora u Europi. Društvo je glavni pokretač turizma, to jest ljudi jer oni čine turizam mogućim te bez njih ne bi bilo ničega. Turizam je prije svega društveni odnos, i to specifičan odnos koji u sebi sadrži i proizvod nacionalne kulture i nacionalnog suvereniteta.⁸ Promjene u preferencijama putnika, demografske promjene, globalizacija i tehnološki napredak zajedno oblikuju razvoj turizma, otvarajući nove izazove i prilike. Turistički sektor mora se kontinuirano prilagođavati kako bi zadovoljio očekivanja suvremenih putnika i iskoristio prednosti društvenih promjena.

Što se tiče ekonomskih promjena one imaju dubok utjecaj na razvoj turizma u Europi, oblikujući njegovu dinamiku i stvarajući nove izazove i prilike. Kada gospodarstvo jača i prihodi rastu, ljudi su skloniji ulagati više u putovanja i luksuzne turističke aranžmane. Zaposlenost, inflacija, fiskalna i monetarna politika te stopa rasta BDP-a samo su neki od glavnih ekonomskih pokazatelja koje svako gospodarstvo pa tako i turizam treba pratiti i uzeti u obzir. Iz analize statističkih izvještaja jasno je da je turizam u većini slučajeva glavni pokretač gospodarskog i društvenog napretka te se Europa može pohvaliti da je prošle godine doprinos sektora putovanja i turizma BDP-u dosegao više od 1,37 bilijuna eura, što predstavlja porast od 40,5%. Ovaj iznos čini 8,7% gospodarstva bloka, približavajući se najvišoj razini od 9,6% zabilježenoj 2019. godine. Isto tako prošle je godine sektor također stvorio 2 milijuna radnih mjesta više u odnosu na prethodnu godinu da bi dosegao 21,8 milijuna radnih mjesta – jedno od deset u cijeloj EU.⁹

Iz svega navedenog može se zaključiti da su tehnološke, društvene i ekonomske promjene od izuzetne važnosti za razvoj turizma u Europi. Ulaganje u infrastrukturu, diversifikacija ponude, održavanje konkurentnosti na globalnom tržištu, stalne prilagodbe i inovacije kako bi se zadovoljile potrebe turista ključni su faktori za dugoročni uspjeh razvoja turizma u Europi.

⁷ Horvatić, Bačić, Nove tehnologije kao promotori turizma i gastronomske ponude hrvatske, str.168.

⁸ B. Vukonić, K. Keča, Turizam i razvoj: pojam, načela, postupci., str. 177

⁹ <https://wtcc.org/news-article/eu-travel-and-tourism-sector-recovering-strongly-says-wtcc>

2.3. Turizam kao generator gospodarskog rasta Europe

Turizam ima ključnu ulogu kao generator gospodarskog rasta u Europi te je upravo Europa najposjećenija turistička destinacija u svijetu. Turizam je važna gospodarska djelatnost u Europskoj uniji koja čini 10 % njezina BDP-a i ima širok utjecaj na gospodarski rast, zapošljavanje i socijalni razvoj. Može biti moćan alat u borbi protiv gospodarskog pada, nezaposlenosti.¹⁰ Uz to povećava cjelokupni životni standard, potiče investicije u lokalnu infrastrukturu te se stoga može reći da turistička aktivnost u potpunosti podržava ekonomski rast zemlje, a taj rast zauzvrat dodatno potiče razvoj turizma.

Turizam stvara brojna radna mjesta diljem Europe, kako izravno u sektorima poput hotela, restorana, prijevoza i turističkih agencija, tako i neizravno u povezanim industrijama poput poljoprivrede, trgovine i kulturne produkcije. Osim toga, potiče ulaganja u infrastrukturu na primjer u hotele, restorane, zračne luke, ceste i željeznice, što ne samo da stimulira gospodarski rast, već i poboljšava kvalitetu života lokalnog stanovništva. Nadalje, promovira i ističe bogatstvo kulturne baštine Europe, privlačeći posjetitelje povijesnim i kulturnim atrakcijama, jedinstvenim gastronomskim delicijama, umjetničkim festivalima i tradicionalnim događanjima. Ova industrija ne samo da potiče lokalnu ekonomiju, već i pomaže u očuvanju i promociji europske kulture, umjetnosti i tradicija, stvarajući dublje razumijevanje i povezivanje među ljudima iz različitih dijelova svijeta. Turistički sektor EU-a u užem smislu (tradicionalni pružatelji usluga putovanja i turističkih usluga) obuhvaća 2,3 milijuna uglavnom malih i srednjih poduzeća (MSP-ovi) i zapošljava oko 12,3 milijuna osoba.¹¹

On je ključan dio gospodarstva Unije zbog čega EU stremi oživljavanju tog sektora. Tijekom prva četiri mjeseca 2020. u Europi je došlo do dramatičnog pada međunarodnih turističkih dolazaka od 44 % u usporedbi s istim razdobljem 2019. godine, a taj pad odražava globalnu situaciju. Gubici radnih mjesta u sektoru turizma u Europi 2020. godine bili su zastrašujući, s brojkama koje se kreću između 14,2 i 29,5 milijuna.¹² Međutim, na temelju scenarija UNWTO-a za 2023., međunarodni turistički dolasci mogli bi ove godine dosegnuti 80% do 95% razina prije pandemije, a očekuje se da će Europa i Bliski istok dosegnuti te razine.¹³

¹⁰ <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/hr/sheet/126/turizam>

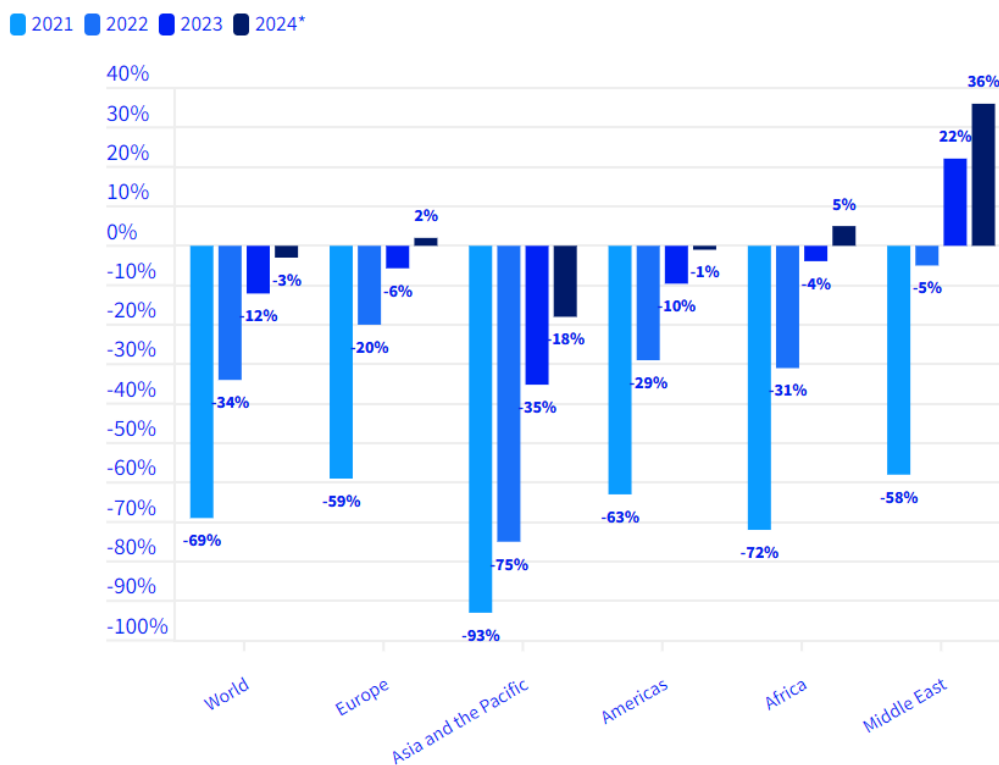
¹¹ Ibidem

¹² Ibidem

¹³ <https://www.unwto.org/impact-assessment-of-the-covid-19-outbreak-on-international-tourism>

Slika 1. Međunarodni turistički dolasci, svijet i regije

Međunarodni turistički dolasci, svijet i regije



Izvor: <https://www.unwto.org/un-tourism-world-tourism-barometer-data>

Iz priloženog grafa UN turizma Europa je prvi put premašila razine prije pandemije u prvom kvartalu (+1% u odnosu na prvo tromjesečje 2019.). Regija je zabilježila 120 milijuna međunarodnih turista u prva tri mjeseca ove godine, uz snažnu potražnju unutar regije. Što se tiče međunarodnih dolazaka (posjetitelji s noćenjem) oni su dosegli 97% razina iz 2019. u prvom kvartalu 2024., odražavajući gotovo potpuni oporavak broja prije pandemije. Procjenjuje se da je 285 milijuna turista putovalo u inozemstvo u prva tri mjeseca 2024., oko 20% više nego u istom razdoblju 2023. ¹⁴

Sve u svemu, turizam ima veoma važnu ulogu u poticanju gospodarskog rasta Europe te donosi značajne koristi za gospodarstvo, društvo i kulturu. Iz tog razloga, važno je nastaviti ulagati u ovu važnu industriju kako bi se osigurala njezina dugoročna vitalnost i održivost.

¹⁴ <https://www.unwto.org/un-tourism-world-tourism-barometer-data>

3. Elitni turizam

Izazov u definiranju elitnog turizma leži u tome što se on ne smatra selektivnim oblikom turizma, već kao varijanta bilo kojeg posebnog oblika turizma. U teorijskom i praktičnom smislu, elitni turizam obuhvaća mnoge definicije, a glavni fokus je na potrošačkoj strani (kupovno ponašanje) i doživljajima (stečena iskustva).

Elitni turizam (engl. elite tourism) je naziv za boravak turista u destinacijama i smještajnim objektima koji imaju izvanstandardnu kvalitetu usluge. Ovaj oblik turizma najčešće ne pretpostavlja miješanje turista s lokalnim stanovništvom, ali ni s drugim kategorijama turista.¹⁵

S druge strane, elitni turizam pretpostavlja podjednako odgovarajuće elitne sadržaje turističke ponude, kao i posebne i platežno natprosječno sposobne posjetitelje. U mnogim turističkim zemljama, posebice u zemljama u razvoju, elitni se turizam odvija u prostorno izdvojenim turističkim objektima i prostornim cjelinama, tzv. turističkim enklavama.¹⁶ Kao što je spomenuto, elitni turizam, poznat i kao turizam visoke kvalitete ili masovni turizam, predstavlja oblik putovanja koji sežu dalje od običnih turističkih ruta. Ova vrsta putovanja nije ograničena samo na luksuzne destinacije, već uključuje i iskustva visoke vrijednosti i ekskluzivnosti. To može uključivati boravak u luksuznim vilama s personaliziranim uslugama, krstarenje na privatnim jahtama ili istraživanje skrivenih bisera svijeta s profesionalnim vodičima. Elitni turizam teži pružiti nezaboravna iskustva koja nadmašuju očekivanja putnika i ostavljaju dubok dojam.

U ovom dijelu rada razmotriti će se razvoj i značaj elitnog turizma te karakteristike elitnih turista. Elitni turizam kroz godine je postao sve kompleksniji, a razumijevanje tog razvoja pomaže u sagledavanju utjecaja na turističku industriju. Također će se istražiti što čini elitne turiste posebnima. Obično imaju specifične želje i očekivanja kada je riječ o putovanjima, težeći ka ekskluzivnim iskustvima i vrhunskoj usluzi. Razumijevanje njihovih potreba pomaže prilagoditi ponudu i iskustva. Ovaj segment istraživanja pridonosi boljem razumijevanju kako elitni turizam oblikuje turističku industriju te kako se prilagođava potrebama elitnih putnika.

¹⁵ <https://fima-vrijednosnice.hr/podraska/rjecnik/E/>

¹⁶ Ibidem

3.1. Razvoj elitnog turizma

Evolucija elitnog turizma duboko je ukorijenjena u povijesne prakse putovanja bogatih i aristokratskih osoba koje su težile ekskluzivnim iskustvima i udobnostima. Prvobitni oblici luksuznog putovanja datiraju od samih početaka turizma. Kroz stoljeća, ovakva putovanja su se manifestirala na različite načine, no uvijek su bile prisutne u nekom obliku. Od davnina, društvena podjela je igrala ključnu ulogu u oblikovanju kretanja elitnih putovanja, pri čemu su status i trendovi svakog vremenskog perioda utjecali na ove dinamike.

U 19. i 20. stoljeću, razvoj transporta i komunikacija ključno je pridonio procvatu elitnog turizma. Napredak u prijevozu, poput vlakova i parobroda, omogućio je bogatima brzo i udobno putovanje diljem svijeta. Paralelno s tim, razvoj luksuznih hotela, restorana i ostalih turističkih objekata prilagođenih elitnom tržištu dodatno je potaknuo rast ovog segmenta turizma. U 21. stoljeću, elitni turizam postaje sve više personaliziran i usredotočen na iskustvo. Putnici traže jedinstvena iskustva, ekskluzivne usluge i visoki stupanj privatnosti. Destinacije diljem svijeta prilagođavaju se ovim zahtjevima razvijajući luksuzne vile, privatne otoke, ekskluzivne izlete i personalizirane usluge kako bi privukle elitne turiste.

Nadalje, tehnološki napredak igra ključnu ulogu u razvoju elitnog turizma. Internet omogućuje putnicima da rezerviraju ekskluzivne aranžmane i prilagode svoje putovanje svojim potrebama i željama. Društvene mreže omogućuju putnicima da dijele svoja iskustva i preporuke, što dodatno potiče interes za elitnim destinacijama. Uz to, rastuća svijest o održivosti i ekološkim pitanjima utječe na razvoj elitnog turizma. Putnici sve više traže destinacije i hotele koji se brinu o okolišu i lokalnoj zajednici, potičući destinacije da razvijaju ekološki osviještene prakse i ponude.

Da bi u budućnosti bilo moguće ostvariti rast elitnog turizma te ulaganje u autentična, personalizirana i održiva iskustva koja privlače elitne putnike, od iznimne je važnosti planiranje elitnog turizma na nacionalnoj i regionalnoj razini. Takvo planiranje nosi sa sobom niz prednosti, uključujući: definiranje ciljeva i politike, razvoja turizma, razvijanje turizma na način da se sačuvaju prirodni i kulturni resursi, koordinacija svih čimbenika bitnih za razvoj turizma, stvaranje temelja za stalni monitoring i brojne druge.¹⁷

¹⁷ Magaš, D., Management turističke organizacije i destinacije, str. 73.

3.2. Značaj elitnog turizma

Elitni turizam predstavlja najprestižniji segment turističke industrije, donoseći značajne ekonomske, društvene i kulturne koristi destinacijama širom svijeta. Ovaj oblik turizma, namijenjen putnicima s visokim primanjima koji traže ekskluzivna i jedinstvena iskustva, igra ključnu ulogu u razvoju destinacija i pružanju vrhunskih usluga.

Elitni turizam pokreće intenzivan razvoj infrastrukture. Destinacije ulažu značajna sredstva u unaprjeđenje svojih resursa kako bi privukle zahtjevne putnike visokog standarda. Ova ulaganja obuhvaćaju izgradnju ekskluzivnih hotela, raskošnih odmarališta, marina, golf terena, wellness oaza, te modernizaciju transportnih sustava poput zračnih luka i prometnica. Kroz takve napore, destinacije ne samo da podižu razinu udobnosti i luksuza za turiste, već istovremeno poboljšavaju životni standard lokalnog stanovništva, pružajući im bolje uvjete života i poslovanja. Uz to, ekonomska doprinos elitnog turizma je neupitan. Posjetitelji visoke platežne moći troše značajne iznose na ekskluzivne usluge poput luksuznog smještaja, gastronomskih delicija, privatnih tura i ekskluzivnih doživljaja, što direktno podupire lokalnu ekonomiju. Ova potrošnja ne samo da stimulira ekonomski rast kroz stvaranje novih radnih mjesta u sektorima poput ugostiteljstva, prijevoza, kulture i zabave, već također potiče razvoj lokalnih poduzetništva i industrija, pružajući im priliku za procvat i inovacije.

Nadalje, elitni turisti traže autentična iskustva koja uključuju lokalnu kulturu, tradiciju i povijest. Ova potražnja potiče očuvanje kulturnih znamenitosti i tradicija, sprječavajući njihovo zanemarivanje. Kroz kulturne razmjene, elitni turisti donose nove ideje i perspektive, obogaćujući lokalne zajednice. Osim navedenog, održivi razvoj postaje sve važniji u elitnom turizmu. Destinacije i turističke organizacije sve više ulažu u održive prakse, kao što su očuvanje prirodnih resursa, smanjenje ugljičnog otiska i podržavanje lokalnih zajednica. Održivi razvoj osigurava dugoročni uspjeh destinacija, čuvajući njihove prirodne ljepote i kulturne vrijednosti za buduće generacije.

Također, mnoge tvrtke u sektoru elitnog turizma uključuju socijalnu odgovornost u svoje poslovanje. Podržavanjem lokalnih projekata, obrazovanja i zapošljavanja, ove inicijative pomažu razvoju lokalnih zajednica. Elitni turisti često sudjeluju u filantropskim aktivnostima, donirajući za lokalne projekte i humanitarne svrhe.

Kao takav, elitni turizam predstavlja ključan segment globalne turističke industrije. On ne samo da doprinosi ekonomskom blagostanju, već i potiče sveobuhvatan razvoj destinacija,

poboljšavajući kvalitetu života lokalnog stanovništva i očuvanje njihovih kulturnih i prirodnih resursa. Elitni turizam, sa svojim fokusom na održivost i socijalnu odgovornost, ima potencijal da značajno doprinese razvoju i prosperitetu destinacija i njihovih zajednica.

3.3. Karakteristike elitnih turista

Turisti visokog standarda, poznati kao elitni turisti, traže nezaboravna iskustva i usluge prilagođene njihovim potrebama tokom putovanja. Karakterizira ih visok dohodak, bogatstvo, težnja za luksuzom i visoki standardi, kao i žudnja za jedinstvenim doživljajima. Elitni turisti su obično visoko obrazovani, kulturno osviješteni i zainteresirani za istraživanje lokalne kulture, povijesti i umjetnosti. Spremni su platiti više za visokokvalitetne usluge i ekskluzivne sadržaje. Oni često preferiraju destinacije koje nude privatnost, ekskluzivnost i vrhunsku uslugu, izbjegavajući masovni turizam i tražeći manje poznate, ali ekskluzivne lokacije. Cijene personalizirane i luksuzne doživljaje, poput privatnih ekskurzija, raskošnog smještaja i ekskluzivnih gastronomskih iskustava.

Važno je naglasiti da elitni turizam ne podrazumijeva samo financijske mogućnosti, već i stil putovanja i želju za osobnim ispunjenjem. Ti putnici traže autentičnost, ekskluzivnost i jedinstvenost u svojim putovanjima, te su spremni uložiti trud i resurse kako bi ostvarili svoje putničke ambicije.

Elitni turizam također je i subjektivna kategorija koja se razlikuje između pojedinaca. Ono što jednom putniku pruža osjećaj luksuza, poput boravka u safari odmaralištu s pet zvjezdica, možda neće zadovoljiti iste standarde luksuza kod drugog putnika. Na primjer, nekome je luksuz uživanje u privatnoj, ekskluzivnoj safari kućici s osobnim kuharom s Michelinovom zvjezdicom, putovanje helikopterom i organizirani lov na divlje životinje. Raznolikost luksuznih preferencija odražena je u hijerarhiji potreba u luksuznom turizmu. Što je putnik bliže vrhu ove piramide, to više teži ka još ekskluzivnijim i personaliziranim iskustvima. Kako se popisanih očekivanja približava jedinstvenim preferencijama pojedinaca, populacija luksuznih turista postaje sve manja.

Slika 2. Hijerarhija potreba turista u luksuznom turizmu



Izvor: vlastita izrada autora prema <https://www.cbi.eu/market-information/tourism/luxury-tourism-0/market-potential>

Luksuzna putovanja će u budućnosti postati sve popularnija jer sve više potrošača traži jedinstvena i autentična iskustva (na pola puta do piramide). To nudi prilike lokalnim operaterima da se privuku na tržište luksuza.

Što se tiče tipova turista, postoji šest glavnih tipova luksuznih putnika. Svaki ima različitu razinu bogatstva i ponaša se na drugačiji način. Tipovi luksuznih putnika, veličina tržišta i karakteristike:

- Uvijek luksuz (4%) - Luksuz je minimalni uvjet
- Posebna prigoda (20%) - Iako su relativno bogati, luksuz je poslastica
- Luksuz (31%) - “Bluxury” = posao + luksuz
- Bogat gotovinom, siromašan vremenom (24%) - Putuju kad mogu, njihovi se planovi mogu promijeniti u zadnji čas, stoga cijene fleksibilnost
- Strogo raskošno (18%) - Tražite najbolja i najglamuroznija iskustva putovanja
- Neovisan i imućan (3%) - Oni koriste luksuzna putovanja kao način da se ugone

4. Elitni turizam u Europi

Europa je glavno tržište za luksuzni turizam, koji nadilazi jednostavan boravak u hotelima s pet zvjezdica. Riječ je o uzbudljivim putovanjima i otkrivanju novih destinacija. Mlađi bogati potrošači potaknut će rast ovog segmenta jer više cijene iskustva nego materijalna dobra. Njemačka, Francuska i Velika Britanija prednjače kao vodeća tržišta luksuznog turizma. Putovanja i jedinstvena iskustva ključni su trendovi na koje treba obratiti pažnju u ovom sektoru.

4.1. Razvoj elitnog turizma u Europi

Elitni turizam ima svoje korijene od samog početka turizma. Ovaj specifični način putovanja seže unatrag u povijest, sve do vremena kada su imućni putnici prvi put počeli istraživati svijet u potrazi za novim iskustvima, kulturom i luksuzom. Grand Tour putovanja, koja su se odvijala između 1760. i 1840. godine, predstavljaju ranu pojavu elitnog turizma. No, značajnije pojave koje prepoznajemo kao turizam, tek su se počele razvijati oko 1810. godine.¹⁸ Kao što je spomenuto Grand Tour predstavljao je rani oblik elitnog turizma koji je bio dugotrajno putovanje po Europi, organizirano posebno za mlade pripadnike bogate europske elite, najčešće iz zapadne i sjeverne Europe, tijekom 17. i 18. stoljeća. Ovo putovanje obično je trajalo nekoliko mjeseci ili čak godina, a glavni cilj mu je bio obrazovanje i kulturno obogaćivanje mladih aristokrata. Putnici bi obično kretali iz Engleske, Francuske ili Njemačke te bi posjetili ključne europske destinacije poput Pariza, Rima, Firence i Venecije. "Grand Tour" predstavljao je izvanrednu priliku za upoznavanje s klasičnom umjetnošću, arhitekturom, poviješću i kulturom, te za usavršavanje jezika i društvenih vještina. Ovo putovanje igralo je ključnu ulogu u formiranju identiteta i obrazovanju mladih aristokrata te je postalo simbolom visokog društvenog statusa i prestiža u europskom društvu tog vremena. Nakon Grand Toura, industrijska revolucija je oblikovala daljnji razvoj elitnog turizma. Ova revolucija, obilježena inovacijama poput željeznice i parnih brodova, omogućila je širenje turističkih destinacija i povećanu dostupnost putovanja. Parni brodovi su postali popularan način prijevoza za daleka putovanja, otvarajući nova područja za istraživanje. Željeznica je ubrzala i olakšala putovanja diljem kontinenta, potičući rast interesa za turizam među srednjom i visokom klasom. Te

¹⁸ I. Duda, U potrazi za blagostanjem. O povijesti dokolice i potrošačkog društva u Hrvatskoj 1950-ih i 1960-ih, Srednja Europa, str. 30.

promjene potaknule su širenje elitnog turizma, pružajući bogatima mogućnost za istraživanje udaljenih destinacija i uživanje u luksuznim putovanjima. Sredinom 20. stoljeća, elitni turizam doživljava ponovno oživljavanje uslijed obnove i modernizacije Europe. Luksuzni vlakovi poput Orient Expressa i razvoj komercijalnog zračnog prometa olakšali su bogatima istraživanje kontinenta. Odmarališta uz more duž Francuske rivijere i Talijanske obale Amalfi postala su sinonim za luksuz i glamur, privlačeći slavne osobe i bogatu elitu. Nadalje, kasno 20. stoljeće obilježava diversifikaciju luksuznog turizma, gdje ekskluzivna odmarališta, hoteli i jedinstvena iskustva postaju sve važniji. Tehnološki napredak i globalizacija omogućili su personaliziranija i prilagođena putnička iskustva, dok su luksuzni turistički operateri zadovoljili specifične potrebe i želje elitnih putnika. Digitalna revolucija značajno je utjecala na elitni turizam, gdje su online platforme i društveni mediji olakšali otkrivanje i rezerviranje luksuznih putničkih doživljaja.

4.2. Karakteristike destinacija elitnog turizma u Europi

Europski elitni turizam obilježen je ekskluzivnim destinacijama koje nude vrhunsku uslugu, nezaboravna iskustva i luksuzne sadržaje. Smještajne mogućnosti uključuju luksuzne hotele s pet zvjezdica, privatne vile ili ekskluzivne apartmane, pružajući besprijekornu udobnost i elegantan dizajn. Gastro ponuda je izvanredna, s restoranima koji se ponose vrhunskim specijalitetima, a često i Michelinovim zvjezdicama. Putnici mogu uživati u ekskluzivnim aktivnostima poput golfa na prestižnim terenima, jahtinga na kristalno čistom moru ili istraživanja bogate kulturne baštine kroz privatne ture i posjete povijesnim znamenitostima. Personalizirane usluge su ključne, uključujući luksuzni prijevoz, wellness tretmane prilagođene individualnim potrebama te mogućnosti za osobne doživljaje. Luksuzna kupovina, s najnovijim kolekcijama visoke mode, luksuznim brendovima i jedinstvenim suvenirima, upotpunjuje iskustvo. Sve ove karakteristike stvaraju nezaboravna iskustva za putnike koji traže vrhunski luksuz i ekskluzivnost u svojim putovanjima Europom.

5. Studija slučaja- Monako

Kneževina Monako, smještena u zapadnoj Europi uz obalu Sredozemnog mora, ime je dobila po obližnjoj grčkoj koloniji Monoikos, osnovanoj u 6. stoljeću prije Krista od strane Feničana. Ova mala država, koja zauzima površinu od samo 2,03 km², nalazi se na Azurnoj obali, nedaleko od francusko-talijanske granice, te je okružena Francuskom sa svih strana, čineći je poluenklavom. Unatoč svojoj maloj veličini, Monako se ističe kao živi mikrosvijet s jedinstvenim karakterom. Vladarska dinastija Grimaldi započela je vladavinu Monakom 8. siječnja 1297. godine, kada je François Grimaldi, poznat i kao "Malizia", zauzeo tvrđavu prurušen u fratra. Ova dinastija je dominirala Monakom gotovo osam stoljeća, osim tijekom razdoblja od 1793. do 1814. kada je teritorijem upravljala Francuska. Trenutni vladar Monaka je Albert II., nasljednik dugogodišnje obiteljske vladavine.

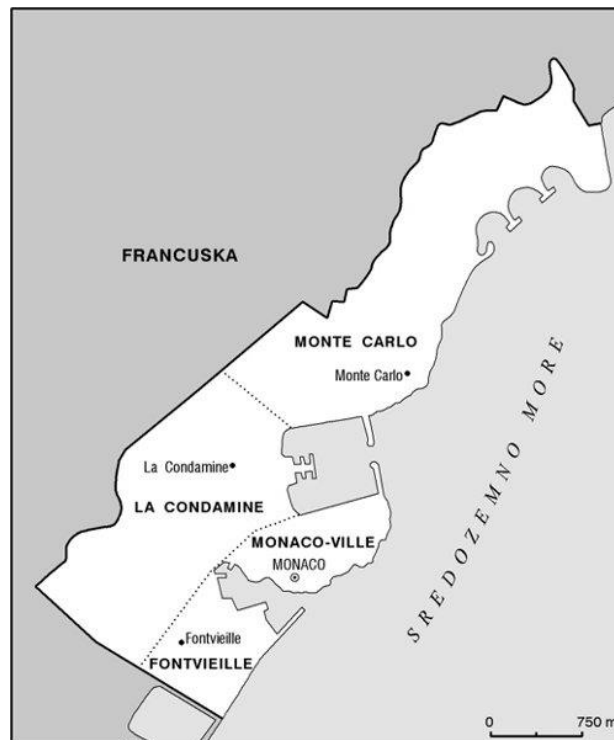
S obzirom na svoj prostorni obim, Monako zauzima 192. mjesto po veličini i istovremeno je druga najmanja država na svijetu, nakon Vatikana. Međutim, s ukupnom gustoćom naseljenosti od 17.604 stanovnika po kvadratnom kilometru, Monako se ističe kao najgušće naseljena država na svijetu. Unutar ovog malog teritorija živi oko 37.000 stanovnika te je teritorij Monaka izrazito brdovit, neravan i kamenit. Nalazi se duž obale Sredozemnog mora, protežući se duž padina Primorskih Alpa (Alpes Maritimes) na uskom obalnom pojasu. Dužina kopnene granice iznosi 6 km, a dužina obalnog područja svega 4,1 km, dok se širina kreće od 0,15 do 1,00 km. Najviša točka Monaka, koja se uzdiže na 162 metra nadmorske visine, naziva se Chemin des Révoires i nalazi se na padinama planine Mont Agel, čiji je vrh na francuskoj strani granice.

Važno je istaknuti da je Monako mjesto izuzetne prirodne ljepote te da obiluje bujnom i raznolikom vegetacijom. Ova mikro-država na obali Sredozemnog mora privlači pažnju svojom spektakularnom prirodnom scenografijom, koja pruža nezaboravne pejzaže i uživanje u prirodnim čarima, unatoč svojoj ograničenoj veličini. Kneževina Monako poznata je kao ljetovalište filmskih i glumačkih zvijezda, kao i mnogobrojnih tajkuna. Tamo se događaju razne sportske manifestacije poput Formule 1, tenisa te nogometa.

Monako je podijeljen na četiri dijela ili kvarta. To uključuje grad Monako, najstariji dio poznat i kao "Stijena", koji se proteže prema moru prema starom gradu. Zatim tu je La Condamine, poslovna četvrt koja se smjestila na zapadu zaljeva s prirodnom lukom Port Hercule koja služi

kao glavna luka i popularno pristanište za luksuzne jahte. Monte-Carlo je također dio grada i predstavlja najveći kvart u Monaku poznat po svojim luksuznim i glamuroznim kasinima. Naposljetku, postoji najnovija zona Fontvieille, područje koje je nastalo nasipavanjem mora te nudi moderne i luksuzne stambene i poslovne objekte.

Slika 3. Prikaz četvrti u Monaku



Izvor: <https://enciklopedija.hr/clanak/monako>

Monako se smatra jednim od najidealnijih mjesta stanovanja za svakoga tko želi živjeti na sigurnoj europskoj lokaciji s vrhunskim sadržajima za slobodno vrijeme, ugodnom klimom i povoljnim poreznim sustavom. Jedan od razloga je upravo to što Monako ne naplaćuje porez na dohodak, porez na bogatstvo, lokalni porez, porez na imovinu i porez na kapitalnu dobit od pojedinaca. Uspoređujući s drugim zemljama, porez na dobit i porez na nasljedstvo su minimalni. Nepostojanje poreza na osobni dohodak u kneževini privuklo je znatan broj bogatih stanovnika iz europskih zemalja koji većinu svojih prihoda ostvaruju aktivnostima izvan Monaka. VIP osobe kao što su vozači Formule 1 i međunarodne slavne osobe privlače većinu pozornosti, ali velika većina njih su manje poznate imućne osobe, kao što su poduzetnici,

poslovni menadžeri, stručnjaci za financijske usluge i umirovljenici.¹⁹ Međutim, kako bi netko postao državljaninom Monaka prvo bi trebao boraviti u Kneževini najmanje deset godina prije nego što je uopće moguće podnijeti zahtjev za državljanstvom. Za stjecanje iskaznice stalnog boravka (francuski: Carte de Sejour) u Monaku, kandidati trebaju zadovoljiti određene uvjete. Osoba mora biti starija od 16 godina i imati čistu kaznenu evidenciju. Također, potrebno je pokazati namjeru boravka u Monaku najmanje tri mjeseca godišnje te pružiti dokaz o smještaju. To može uključivati kupnju lokalne nekretnine, najam stana na minimalno godinu dana ili imenovanje kao direktor tvrtke koja posjeduje nekretninu u Monaku. Nadalje, kandidati moraju dokazati financijsku sposobnost položivši najmanje 500.000 € na lokalni bankovni račun ili pokazujući zaposlenje u tvrtki u Monaku ili osnivanje nove tvrtke s najmanje deset zaposlenika.²⁰

5.1. Povijest i razvoj Monaka kao elitne turističke destinacije

Monako je postao turistička destinacija bogatih posjetitelja krajem 18. stoljeća. U nadolazećim godinama nicali su raskošni hoteli, blještave vile, egzotični parkovi, saloni i kockarnice koje su privlačile europsku društvenu kremu i visoko građanstvo. Osim Monaka, središta tog razvoja bila su i mjesta na Azurnoj obali poput Nice, Cannesa, Mentona i Hyèresa. Točnije, Monako je postao turističko odredište za bogate posjetitelje 1863. godine kada je 'Mađioničar iz Monte Carla' pristao upravljati novom 'Société des Bains de Mer'.²¹ Ova tvrtka za igre na sreću osiguravala je Monaku većinu svojih prihoda sve do uoči Drugog svjetskog rata, iako su razni prinčevi već počeli diversificirati gospodarsku bazu Kneževine. Povijest Monaka isprepletana je s njegovim usponom kao vrhunske turističke destinacije. Nekoć uspavano ribarsko selo pretvorilo se u uspješno ljetovalište u kasnom 19. stoljeću. Pod vizijom i vodstvom princa Charlesa III., Monako je doživio značajan urbani razvoj, uključujući stvaranje kulturnih znamenitosti poput kasina Monte Carlo i luksuznih hotela. Ova transformacija označila je početak identiteta Monaka kao žarišta luksuznog turizma, privlačeći elitu i aristokraciju iz cijelog svijeta.

Turistička industrija ima ključnu ulogu u ekonomiji Monaka. S obzirom na ograničene zemljišne resurse, Monako se strateški pozicionirao kao globalno središte luksuznog turizma.

¹⁹ <https://monaco-citizenship.info/index.html>

²⁰ <https://monaco-citizenship.info/index.html>

²¹ <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/14616680500164716>

Prihodi od turizma čine značajan dio bruto domaćeg proizvoda (BDP) kneževine. Posjetitelji dolaze u Monako kako bi doživjeli njegov raskošan životni stil, luksuznu kupovinu i ekskluzivnu zabavu, što rezultira znatnim priljevom bogatstva u lokalno gospodarstvo. Osim toga, turistički sektor potiče otvaranje novih radnih mjesta, povećavajući mogućnosti zapošljavanja u raznim segmentima kao što su ugostiteljstvo, zabava i maloprodaja.

5.2. Znamenitosti Monaka i najvažnija turistička obilježja

Kao što je već spomenuto Monako je malena kneževina smještena na obali Sredozemnog mora koja obiluje znamenitostima i turističkim atrakcijama koje ga čine privlačnim odredištem za posjetitelje iz cijelog svijeta. U daljnjem dijelu rada biti će opisana neka od najvažnijih turističkih atrakcija kao što su Monte Carlo, Prinčeva palača, Oceanografski muzej te botanički vrt zvan Jardin Exotique.

5.2.1. Monte Carlo

Monte Carlo je područje u kneževini Monako i njezin neslužbeni glavni grad te je poznatiji kao grad luksuza, glamura, sporta i kocke. Monte Carlo zapravo je četvrt s najglamuroznijom atmosferom, u okruženju zapanjujuće prirodne ljepote. Nalazi se na stjenovitom rtu na sjeveru luke Monako i smatra se najbogatijim mjestom, kako u Europi, tako i u svijetu. Monte Carlo ima preko 38 000 stanovnika, premda je stvarni broj onih koji tu žive znatno manji. Ovaj dio grada je prebivalište mnogih svjetskih poznatih osoba, osobito sportaša iz pojedinačnih sportova, iako oni tu zapravo ne žive. Kao što je već spomenuto u radu razlog tome je što u Monaku (osim državljana Francuske) nema poreza na imovinu i prihode pa tako sportašima (i drugim bogatim ljudima) ostaju milijuni koji bi inače završili u državnim blagajnama. Tako su građani Monte Carla danas npr. Usain Bolt, Novak Đoković, Fernando Alonso i mnogi drugi, ali i neki hrvatski sportaši kao što su Marin Čilić, Ivica Kostelić, odnosno ranije Goran Ivanišević, Ivan Ljubičić itd.

Monte Carlo je jedna od vodećih europskih elitnih turističkih destinacija. Poznat je po kockarnicama, sportskim događajima, svjetskim prvenstvima u boksu i backgammonu, modnim sadržajima i drugome. Osim kompleksa s kraja 19. stoljeća, postoji opera, baletna škola te luksuzni, glamurozni hoteli i klubovi.

Monte Carlo najpoznatiji je po tome što je domaćin Velike nagrade Monaka, poznate utrke Formule 1. Utrka se vozi na prekrasnim gradskim ulicama. Riječ je o jednoj od najpoznatijih i najprestižnijih utrka u sezoni Formule 1, za koju je gotovo nemoguće nabaviti ulaznice zbog toga što su jako tražene i skupe. Gledatelji i turisti sa svojih brodova usidrenih u monašku luku i krovova kuća prate uzbudljivu utrku. Ovo godišnje natjecanje privlači brojne obožavatelje i poznate osobe čineći Monako središtem svjetske pažnje.

Apsolutno "obavezno" za nove i stare posjetitelje podjednako je šetnja obalnom avenijom Saint-Martin, koju krase nekoliko prekrasnih vrtova sa litice. Na tom putu nalazi se katedrala Monaka, koja je sagrađena krajem 19. stoljeća.

Može se slobodno reći da je Casino de Paris ili Grand Casino u Place du Casino ikona Monaka te simbol luksuza i glamura. Casino je osnovan 1863. godine te se smatra da ga se obavezno treba posjetiti, ne toliko zbog kocke, već zbog arhitekture, raskošnog mramora i zlatnih ukrasa koji jednostavno ostavljaju ljude bez daha. Casino se svakodnevno otvara gostima od 14 sati, a ulaz u predsoblje izvan samog kasina je besplatan. Ljubitelji automobila mogu uživati u velikom broju vrlo skupih i snažnih automobila parkiranih vani ispred ulaza. Za ovu kockarnicu je potrebna upisnina i dress code je vrlo strog zbog toga što tamo idu ljudi veće platežne moći i to se „mora“ vidjeti. Casual ili tenisice su zabranjene, muškarci su obvezni nositi odjela, kapute i kravate. Kao što je već spomenuto, same igraonice su spektakularne zbog toga što su posvuda vitraji, slike i skulpture.

Međutim, osim raskošnog načina života, postoji mnogo drugih načina da se provede vrijeme u Monte Carlu. Na primjer, posjet opernoj kući, oceanografskom muzeju, katedrali, prinčevoj palači o kojima će se saznati nešto više u nastavku završnog rada. Isto tako bilo bi šteta preskočiti luku u Monte Carlu i vidjeti prekrasnu veliku izložbu luksuza (skupe jahte). 20-metarski brod tu će se učiniti kao mala barka jer su mjerila izgleda znatno veća.

U Monte Carlu nalazi se i vatrena, ali istovremeno vrlo lijepa operna kuća poznata kao "Salle Garnier". Sagrađio ju je poznati arhitekt Charles Garnier. Auditorij operne kuće uređen je zlatnim i crvenim bojama, a freske i skulpture nalaze se svuda oko auditorija. Gledajući prema stropu, mogu se vidjeti vrhunske umjetničke slike koje oduševljavaju posjetitelje. U njoj se odvijalo i nekoliko vrhunskih međunarodnih predstava baleta, opere i koncerata koji su se održavali u opernoj kući više od jednog stoljeća.

5.2.2. Prinčeva palača

Prinčeva palača, poznata kao Palais de Monaco, smještena je u starom dijelu Monaka-Villea te je jedna od rijetkih vladarskih palača koja je zadržala istu funkciju kroz stoljeća. I danas je dom najstarije monarhije na svijetu, obitelji Grimaldi, a trenutni vladar je Albert II. Palača je sagrađena 1191. godine kao Genovska utvrda te je od kraja 13. stoljeća rezidencija obitelji Grimaldi, koja ju je prvi put zaposjela 1297. godine. Ovo je jedna od rijetkih utvrđenih palača takve vrste. Kao što je Monako vrlo malen, obitelj Grimaldi nije gradila nove dvorce i palače kao druge vladarske obitelji u Europi, već su nadograđivali postojeću palaču novim krilima ili obnavljali određene dijelove. Palača je prvotno služila kao obrambena utvrda, a s vremenom je preuređena u raskošnu rezidenciju u stilu Luja XIV.

Prisutnost kneževske obitelji u palači očituje se kroz položaj zastave na vrhu kule - u njihovoj odsutnosti, zastava je spuštena, dok je podignuta kada su unutar palače. Posjetitelji mogu razgledati državne apartmane kada kraljevska obitelj nije prisutna. Unutrašnjost palače oduševljava raskošnom talijanskom galerijom ukrašenom freskama iz 16. i 17. stoljeća, pozlaćenom Plavom sobom s dekorom u plavoj i zlatnoj boji, drvenom Mazarin sobom te sobom za prijestolje koja sadrži impresivan renesansni kamin. Posebno zanimljivo je to što tijekom srpnja i kolovoza Monte Carlo filharmonijski orkestar izvodi koncerte klasične glazbe u glavnom dvorištu, privlačeći mnoge turiste. Još jedna tradicija je svakodnevna izmjena straže na glavnom ulazu u palaču, koja se odvija u 11:55h. Pogled s Prinčeve palače jednostavno je čudesan jer pruža prekrasan pogled na Kneževinu i okolicu. Prema zapadu, vidljiva je prekrasna Azurna obala, dok pogled prema sjeveroistoku seže sve do Italije.

5.2.3. Oceanografski muzej

Oceanografski muzej i akvarij na aveniji Saint-Martin svjetski je poznata atrakcija i daleko najbolje i najpopularnije mjesto u Monaku. Oceanografski muzej izgrađen je na litici i nalazi se na 90 metara nadmorske visine zbog čega posjetitelji imaju dojam da je veći od Prinčeve palače. Službeno je otvoren 29. ožujka 1910. godine, ovaj morski hram, površine 6.500 četvornih metara, međunarodno je mjerilo za ljubav, zaštitu i podizanje svijesti o oceanima. Jedan je od najstarijih akvarija na svijetu, a posvećen je morskim ostacima i oceanografiji. Ovdje se nalaze tri akvarija, uključujući mediteranski akvarij, tropski akvarij i lagunu morskih pasa. Muzej sadrži vrlo rijetke vrste riba i ostalih morskih životinja i biljaka. Postoji više od

6000 morskih bića koji se nalaze u više od 100 različitih bazena dizajniranih da oponašaju njihovo prirodno okruženje uključuju rekonstruirane koraljne grebene. Mlađi posjetitelji mogu uživati u namjenskom spremniku s dodirrom kako bi se približili životinjama poput morskih ježa, morskih zvijezda i morskih pasa. Na zadnjem katu muzeja nalazi se La Terrasse, restoran iz kojeg se pruža prekrasan pogled na rivijeru. Na službenoj stranici oceanografskog muzeja piše da cijena ulaznice iznosi do 20 € za odraslu osobu i 12 € za djecu, a za osobe s invaliditetom 10 €. ²²

5.2.4. Jardin Exotique

Jardin Exotique smjestio se u Fontvieilleu neposredno izvan središta grada. Jedna od najljepših stvari koje treba raditi u Monaku je posjet ovom egzotičnom vrtu. Ovaj vrt nalazi se na uzvišenoj litici s koje pogled seže na Mediteran i tamo se nalazi bujno okruženje u kombinaciji sa zadivljujućim vidicima. Egzotični vrt je raskošno mjesto s bujnom vegetacijom i očaravajućim pogledom na more. Vrt je prvi put otvorio svoja vrata 1933. godine tako što se prikupilo na više od stotine tisuća rijetkih biljaka iz cijelog svijeta. Tamo se nalazi više od 7 000 vrsta kaktusa koji rastu u visinu više od 10 metara. Tu se mogu pronaći iznenađujuće mješavine biljaka, uključujući afričke i latinoameričke vrste koje ovdje rastu zbog toplog vremena.

U podnožju stijene, koja je smještena u vrtu, 1916. g. arheolozi su otkrili zapanjujuću špilju. U njoj su pronađeni vrijedni ostaci iz kamenog doba i kosti izumrlih vrsta životinja. Može ih se proučavati u muzeju antropologije, koji je u središtu vrta. Špilja je otvorena za turiste od 1950. godine. Tamo se nalaze prostrane dvorane s nevjerojatnim izbočinama stalaktita i stalagmita koje ostavljaju turiste bez daha. Isto tako, duž zidina špilje nalaze se žičare koje voze posjetitelje sve do obale Monaka.

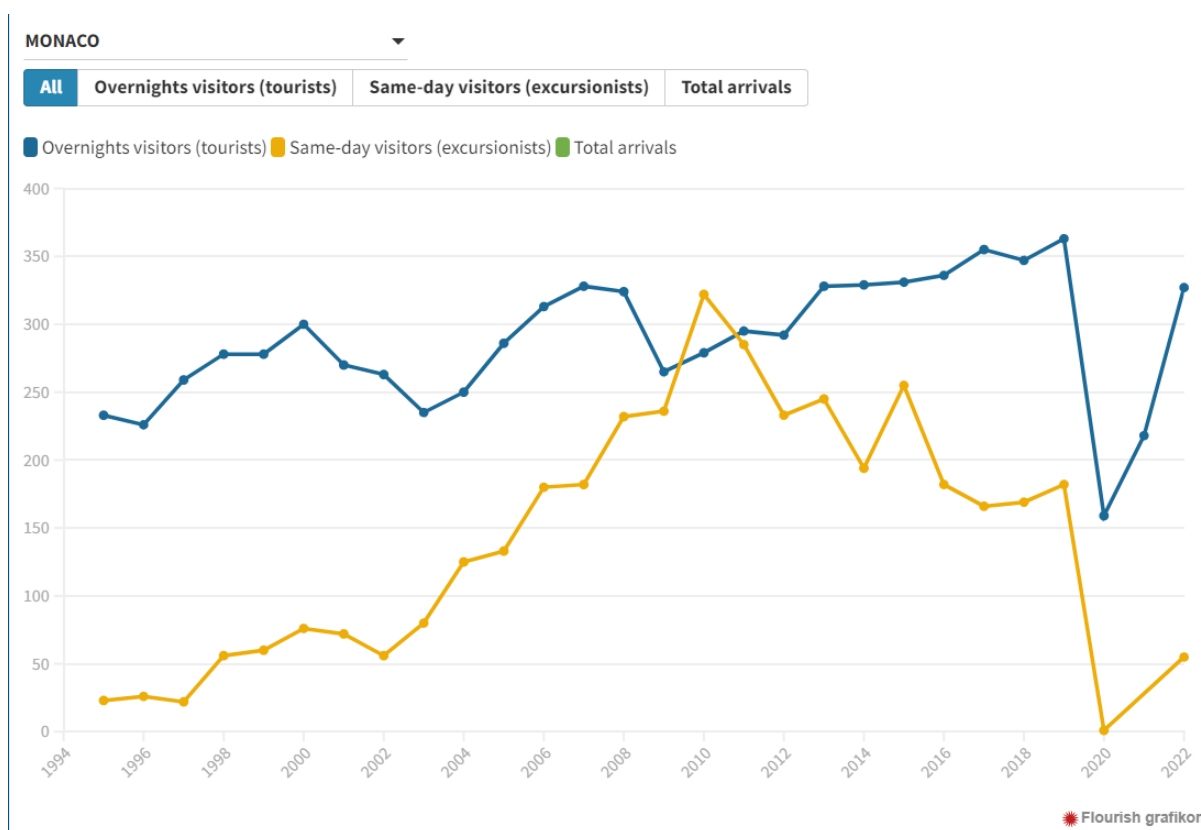
²² <https://musee.oceano.org/en/>

5.3. Elitni turizam Monaka u brojevima

Monako, poznat po svom luksuzu i glamuru, privlači elitne posjetitelje iz svih krajeva svijeta. U početku su bogate aristokratske obitelji iz cijele Europe prvenstveno tu dolazile na zimovanje, zbog toplijeg vremena i blage klime. Do tada su navedena mjesta, kao i mnoga druga koja ovdje nisu spomenuta, bila pretežito malena ribarska naselja koja su se potom počela preobražavati u moderna turistička odredišta kakva su danas.

Ova kneževina se ne ističe samo svojim znamenitostima i događanjima, već i impresivnim statističkim podacima koji prikazuju njen uspjeh u sektoru elitnog turizma. Elitni turisti često dolaze iz zemalja poput SAD-a, Velike Britanije, Njemačke, Rusije i Kine, donoseći sa sobom veliki ekonomski doprinos.

Slika 4. Ukupan broj dolazaka u zemlju tijekom godina



Izvor: <https://www.unwto.org/tourism-statistics/key-tourism-statistics>

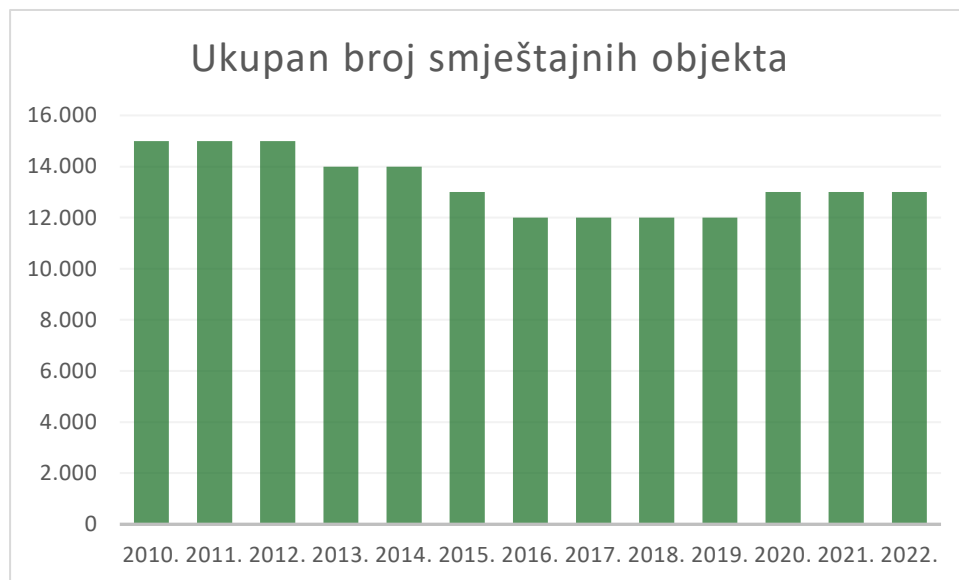
Analizom grafikona koji je prikazan na slici možemo zaključiti da je broj turista koji su boravili u Monaku duže od jednog dana bio u uzlaznom trendu krajem 20. stoljeća, da bi početkom 21. stoljeća počeo opadati. Jedan od razloga leži vjerojatno u pojačanim aktivnostima terorističkih organizacija početkom stoljeća koje su utjecale na smanjenje turističkih putovanja diljem svijeta, pa tako i u Monaku. 2004. godine počeo je oporavak i broj turista rastao je sve do vrhunca 2007. godine i broja od 328 000 stranih turista. Nažalost po Monako, svjetska gospodarska kriza pogodila je i bogatije slojeve društva, što se vidi i po broju turista koji je 2009. godine pao na 265 000, što je pad od gotovo 20 % u odnosu na prethodnu godinu. Otada se turizam polako oporavlja i broj turista je ponovno počeo rasti sve do pojave pandemije virusa COVID-19 koji je zahvatio cijeli svijet. Kako je pandemija virusa COVID-19 utjecala na posjećenost Monaka, moguće je vidjeti gore na slici. Graf prikazuje stalni rast broja posjetitelja od 2010. godine, kada je Monako posjetilo 279.000 turista, do 2019. godine, kada je taj broj porastao na 363.000. Zabilježeni su blagi padovi u broju posjetitelja, poput smanjenja od 1,02% u 2012. godini i 2,26% u 2018. godini u usporedbi s prethodnim godinama. Međutim, 2020. godine broj posjetitelja naglo je pao na samo 159.000, što je smanjenje od 56,2% u odnosu na prethodnu godinu, jasno pokazujući koliko je pandemija prouzročila negativne posljedice na turizam Monaka. Usprkos tome Kneževina Monako je zabilježila odličan oporavak te je u 2021. godini ostvarila ukupan broj turista od 218.400 što je rast od 37,4% u odnosu na prethodnu godinu. Osim toga, izniman oporavak u turističkom sektoru može se vidjeti i u sljedećoj godini kada je Monako zabilježio porast od čak 50% u odnosu na 2021. godinu. Pozitivan trend kneževina bilježi i 2023. godine te se prema procjeni predstavnika turističkog sektora Monaka smatra da će 2024. godine Monako bilježiti rekordne brojeve.

Međutim, gore na grafu može se vidjeti da Monako bilježi i nekoliko milijuna jednodnevnih turista u proputovanju. U Monaku je 2010. godine zabilježen najveći broj jednodnevnih posjetitelja, njih 322,000, što je za 15,4% više u odnosu na posjetitelje koji su ostvarili noćenje, čiji broj iznosi 279,000. Nakon 2010. godine, u 2011. zabilježen je blagi pad broja jednodnevnih posjetitelja, a tijekom sljedećih godina brojke su varirale. Naime, 2020. godine došlo je do drastičnog pada. Od tada se turizam polako oporavlja, a broj turista i jednodnevnih izletnika ponovno počinje rasti.

Hoteli u Monaku poznati su po luksuzu i vrhunskoj usluzi, privlačeći posjetitelje iz cijelog svijeta koji traže vrhunsko iskustvo boravka. Ovdje se nalaze jedni od najprestižnijih hotela na svijetu, koji nude raznovrsne sadržaje i spektakularan pogled na Sredozemno more. Iz prikazanog grafa jasno je vidljiv trend opadanja broja hotela i drugih smještajnih objekata u

Monaku. Od 2010. do 2013. godine taj broj je iznosio oko 16.000. Međutim, od 2013. do 2020. godine broj smještajnih objekata smanjio se na oko 12.000. Tijekom pandemije COVID-19, broj smještajnih objekata je porastao na 13.000 i nastavlja rasti do danas.

Slika 5. Ukupan broj smještajnih objekata



Izvor: vlastita izrada autora prema podacima (<https://www.unwto.org/tourism-statistics/key-tourism-statistics>)

Nadalje, što se tiče stope popunjenosti hotelskih soba u Monaku one često odražavaju visoku potražnju za luksuznim smještajem koja je postojana tijekom cijele godine. Tijekom vrhunaca turističke sezone, posebno za vrijeme velikih događanja poput Formule 1 Velike nagrade Monaka i prestižnih međunarodnih konferencija, stope popunjenosti obično dosežu gotovo 100%. Monako je 2015. godine zabilježio godišnju stopu popunjenosti hotela od 66,2%, što je bilo izvrsno, a slični rezultati su ostvareni i naredne godine. Naravno, 2020. godine došlo je do naglog pada, te je stopa popunjenosti iznosila samo 36,39%.²³ No, već sljedeće godine zabilježen je porast, koji traje sve do danas. Ova kontinuirana visoka popunjenost pokazuje ne samo popularnost Monaka kao elitne destinacije, već i njegovu sposobnost privlačenja i zadržavanja turista tijekom cijele godine.

²³ <https://www.unwto.org/tourism-statistics/key-tourism-statistics>

Statistika pokazuje da se prosječan boravak gostiju u hotelima Monaka kreće se oko tri noći, pri čemu se boravak često produžuje tijekom glavne turističke sezone, posebno za vrijeme Grand Prix Formule 1 i Monte Carlo Rallyja.²⁴ Iako mnogi posjetitelji dolaze na jednodnevne izlete, oni koji odluče ostati preko noći često produže svoj boravak kako bi u potpunosti iskusili raskoš i raznolikost ponude koju nudi Monako. Ova duljina boravka omogućuje gostima da se opuste u luksuznim restoranima, uživaju u kasinima, raskošnoj kupovini i kulturnim znamenitostima koje čine Monako svjetski poznatim turističkim odredištem.

²⁴ Ibidem

6. Utjecaj elitnog turizma u Monaku

Elitni turizam u Monaku igra ključnu ulogu u ekonomiji i kulturnom krajoliku Monaka. Ima snažan utjecaj na mnoge aspekte života i gospodarstva u ovoj maloj, ali izuzetno bogatoj i glamuroznoj kneževini na obali Sredozemnog mora. Elitni turizam u Monaku najviše utječe na ekološke, sociokulturne i ekonomske aspekte života u kneževini. Iako donosi značajne ekonomske koristi i povećava globalnu prepoznatljivost Monaka, također postavlja izazove koje je potrebno pažljivo upravljati kako bi se osigurala održivost i kvaliteta života. Povećana ulaganja u održive prakse i infrastrukturu ključna su za održavanje ravnoteže između luksuza i očuvanja okoliša, osiguravajući da Monako ostane atraktivna destinacija za buduće generacije.

6.1. Ekološki utjecaji

Elitni turizam svojim prisustvom može imati značajan ekološki utjecaj na Monako. Veliki brodovi, luksuzni automobili i visoka potrošnja resursa često dovode do povećanog zagađenja i iscrpljivanja prirodnih resursa. Uz to, intenzivan promet, izgradnja luksuznih nekretnina i intenzivna upotreba resursa zahtijevaju pažljivo upravljanje okolišem kako bi se spriječila degradacija prirodnih staništa. Unatoč tim izazovima, Monako je svjestan potrebe za očuvanjem okoliša te ulaže u održive projekte. To uključuje izgradnju ekološki prihvatljivih građevina i implementaciju zelenih tehnologija kako bi se smanjili negativni utjecaji na okoliš. Nadalje, prihodi ostvareni od turizma u Monaku često podržavaju inicijative za očuvanje okoliša, poput očuvanja prirodnih krajolika, zaštite biološke raznolikosti te projekata očuvanja mora. Turizam u Monaku također potiče usvajanje održivih praksi u područjima kao što su gospodarenje otpadom, očuvanje energije i prijevoz. Ove inicijative imaju za cilj smanjenje negativnog utjecaja na okoliš i doprinose stvaranju uravnoteženijeg i održivijeg turističkog sektora u Monaku.

6.2. Sociokulturni utjecaji

Prisutnost elitnih turista ima snažan utjecaj na sociokulturnu dinamiku Monaka. Glamurozni događaji poput Monaco Grand Prix, Monaco Yacht Showa i Bal de la Rose privlače međunarodnu elitu i medijsku pažnju, promovirajući Monako kao destinaciju vrhunskog

luksuza. Ovi događaji, zajedno s visokim standardima usluga koje se pružaju turistima, oblikuju kulturnu scenu i utječu na svakodnevni život lokalnog stanovništva.

Stanovnici su navikli na prisutnost slavnih osoba i bogataša, što može stvoriti osjećaj društvene nejednakosti, ali istovremeno izaziva ponos zbog prestiža njihove zemlje. Turizam predstavlja jedinstvenu baštinu i atrakcije Monaka, potičući lokalni ponos i osjećaj identiteta među stanovnicima.

Pored toga, turizam potiče kulturnu razmjenu, omogućavajući lokalnom stanovništvu interakciju s posjetiteljima iz različitih sredina, čime se promiču tolerancija, razumijevanje i uvažavanje različitih kultura. Monako također ulaže u kulturne institucije poput Opere Monte-Carlo i Oceanografskog muzeja, dodatno obogaćujući kulturni život kneževine.

6.3. Ekonomski utjecaji

Elitni turizam znatno doprinosi gospodarskom rastu Monaka jer bogati turisti troše ogromne sume novca na smještaj u luksuznim hotelima, vrhunskim restoranima, kockarnicama i ekskluzivnim trgovinama. Ovaj priljev kapitala financira različite javne projekte te održava visok životni standard lokalnog stanovništva, uzrokujući vrlo nisku stopu nezaposlenosti i otvaranje mnogih radnih mjesta u turističkom sektoru. Prisutnost bogatih turista također potiče razvoj tržišta nekretnina i urbanizaciju, dodatno pridonoseći gospodarskom prosperitetu.

Turizam u Monaku stvara prilike za zapošljavanje u raznim sektorima poput ugostiteljstva, maloprodaje, prijevoza i zabave, pridonoseći lokalnom gospodarstvu i smanjujući stope nezaposlenosti. Osim toga, turizam potiče gospodarski rast kroz troškove posjetitelja, uključujući smještaj, restorane, kupovinu i zabavu, potičući poslovne aktivnosti i povećavajući porezne prihode za javne usluge. Turistički sektor Monaka diversificira gospodarstvo, smanjujući ovisnost o određenim industrijama i promičući otpornost na gospodarske fluktuacije.

Zaključak

Elitni turizam u Europi predstavlja ključnu i rastuću komponentu turističke industrije, naglašavajući visoke standarde usluge, ekskluzivna iskustva i luksuznu ponudu. Monako se ističe kao jedno od najpoznatijih odredišta za elitne turiste, privlačeći ih svojom bogatom poviješću i impresivnim turističkim atrakcijama.

Upravo zbog svoje blage klime koja je pogodovala zimskom turizmu, Monako je postao omiljeno odredište, nadmašujući ljetni turizam tek nakon Drugog svjetskog rata. S rastom turizma tijekom 20. stoljeća, započinje era modernizacije, označena izgradnjom luksuznih hotela, plaža, kockarnica i sličnih objekata. Veliki značaj i doprinos ima i Velika nagrada Monaka, jedna od najprestižnijih utrka Formule 1, za koju je gotovo nemoguće nabaviti ulaznice zbog izuzetno visoke potražnje i cijena.

Od Monte Carla i prinčeve palače do Oceanografskog muzeja i Jardin Exotique, Monako je uspio očuvati svoju reputaciju kao luksuzno odredište na obali Sredozemlja. Razvoj elitnog turizma u Monaku seže duboko u prošlost, posebno započinjući u 19. stoljeću kao odredište za europske aristokrate. Današnji Monako neumorno privlači elitne turiste iz cijelog svijeta, što se jasno očituje kroz porast luksuznih hotela, ekskluzivnih restorana i organizaciju prestižnih događaja. Utjecaj elitnog turizma na Monako nije samo ekonomski, već i društveno-kulturni. Osim što doprinosi gospodarskom razvoju kroz investicije u turističku infrastrukturu, interakcija s globalnom elitom obogaćuje kulturnu raznolikost i potiče međunarodnu suradnju.

U konačnici, Monako ostaje sinonim za luksuz i ekskluzivnost u europskom turizmu. Njegova sposobnost da kontinuirano privlači svjetsku elitu i pruža nezaboravna iskustva potvrđuje važnost elitnog turizma kao ključnog faktora u oblikovanju identiteta ovog jedinstvenog odredišta.

Bibliografija

Knjige:

1. Antunac, Ivan, Turizam: teorijsko-znanstvene rasprave, Zagreb, institut za turizam, 2001.
2. Duda, Igor, U potrazi za blagostanjem. O povijesti dokolice i potrošačkog društva u Hrvatskoj 1950-ih i 1960-ih, Srednja Europa, Zagreb, 2005.
3. Horvatić, Andreja, i Lucija Bačić, Nove tehnologije kao promotori turizma i gastronomske ponude hrvatske, Zagreb, 2013.
4. Inglis, Fred, The delicious history of the holiday, Routledge, 2005.
5. Lovrenović, Dubravko, Srednjovjekovna Europa, definiranje pojmova, utvrđivanje sadržaja, omeđivanje prostora, Radovi – zavoda za hrvatsku povijest, Zagreb, 1994.
6. Magaš, Dragan, Management turističke organizacije i destinacije, Opatija, Fakultet za turistički i hotelski menadžment, 2003.
7. Pirjevac, Boris, i Oliver Kesar, Počela turizma. Zagreb: Mikrorad, Ekonomski fakultet, 2002.
8. Vukonić, Boris, i Ksenija Keča, Turizam i razvoj: pojam, načela, postupci, Zagreb: Ekonomski fakultet, Mikrorad, 2001.
9. Vuković, Ivan, Suvremeni trendovi u razvoju turizma u Europskoj uniji, Opatija, Tourism and Hospitality Management, 2006.

Internet stranice:

<https://amadeus.com/documents/en/travel-industry/report/shaping-the-future-of-luxury-travel-future-traveller-tribes-2030.pdf>

https://croatialink.com/wiki/turizam:_definicija,_nastanak,_razvoj_i_podjela

<https://data.worldbank.org/indicator/SP.POP.TOTL?locations=MC>

<https://fima-vrijednosnice.hr/podrska/rjecnik/E/>

<https://hrturizam.hr/u-prvom-kvartalu-2024-medunarodni-turizam-dosegnuo-je-97-razine-prije-pandemije>

https://link.springer.com/referenceworkentry/10.1007/978-3-319-01384-8_516

<https://monaco-citizenship.info/index.html>

<https://monacolife.net/monacos-tourism-sector-in-2023-hotel-prices-hit-new-record/>

<https://musee.oceano.org/en/>

<https://navicup.com/object/france-grand-tour/prince-s-palace-of-monaco-234862/hr>

https://tourismteacher.com/tourism-in-monaco/#google_vignette

https://turistplus.hr/monako-najbolje-ocijenjene-znamenitosti/#1_Monte-Carlo

<https://www.britannica.com/place/Monaco>

<https://www.cbi.eu/market-information/tourism/luxury-tourism-0/market-potential>

<https://www.cia.gov/the-world-factbook/countries/monaco/>

<https://data.worldbank.org/indicator/EN.POP.DNST?locations=MC>

<https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.5555/unwtotfb0492010020182022202310?role=tab>

<https://www.europarl.europa.eu/factsheets/hr/sheet/126/turizam>

<https://www.glion.edu/magazine/luxury-travel/>

<https://www.globenewswire.com/en/news-release/2023/03/08/2622998/0/en/Global-Luxury-Travel-Market-to-Exceed-USD-2-762-Billion-by-2032-CAGR-7-8.html>

<https://www.hellomonaco.com/news/latest-news/tourism-in-monaco-congress-at-the-grimaldi-forum-takes-stock-of-a-record-breaking-2023/>

<https://www.monte-carlo.mc/en/visits/cathedrale-monaco/>

<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/14616680500164716>

<https://www.theseus.fi/handle/10024/67399>

<https://www.unwto.org/impact-assessment-of-the-covid-19-outbreak-on-international-tourism>

<https://www.unwto.org/tourism-statistics/key-tourism-statistics>

<https://www.vivremaville.mc/patrimoine/un-jardin-exotique-en-principaute-histoire-de-la-creation-dun-site-dexception-sous-le-regne-du-prince-albert-ier>

<https://www.wish.hr/knezevina-monako-tako-mala-a-tako-privlacna/>

Popis ilustracija

Slika 1. Međunarodni turistički dolasci, svijet i regije	9
Slika 2. Hijerarhija potreba turista u luksuznom turizmu	14
Slika 3. Prikaz četvrti u Monaku.....	18
Slika 4. Ukupan broj dolazaka u zemlju tijekom godina	24
Slika 5. Ukupan broj smještajnih objekata	26