

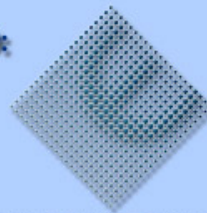
Влада Републике Србије
Министарство економије
и регионалног развоја

МАСТЕР ПЛАН КУЛТУРНОИСТОРИЈСКЕ РУТЕ

ПУТ РИМСКИХ ЦАРЕВА ("Феликс Ромулијана")



ПРИПРЕМИО:



ЕКОНОМСКИ ОДНОШЊИ
РЕПУБЛИКЕ СРБИЈЕ

Садржај

I	ПОЛАЗНЕ ОСНОВЕ	1
II	РАДНЕ ПРОЦЕДУРЕ.....	2
III	СИТУАЦИОНА АНАЛИЗА	3
IV	ТРЖИШНА АНАЛИЗА.....	5
V	БЕНЧМАРК АНАЛИЗА.....	6
VI	ВИЗИЈА	9
VII	ЦИЉЕВИ РУТЕ	10
VIII	ТУРИСТИЧКЕ ФАСЦИНАЦИЈЕ РУТЕ	11
IX	ПОЗИЦИОНИРАЊЕ РУТЕ.....	14
X	ПРОГРАМИ КОНКУРЕНТНОСТИ.....	15
XI	КЉУЧНИ ПРОЈЕКТИ.....	18
XII	ПЛАН МАРКЕТИНГА	21
XIII	УПРАВЉАЧКИ МОДЕЛ.....	22
XIV	МОДЕЛ РАСТА	25
XV	АКЦИОНИ ПЛАН.....	26

I ПОЛАЗНЕ ОСНОВЕ

Економски факултет из Београда је на јавном тендеру који је расписало Министарство трговине, туризма и услуга Републике Србије, Београд, Немањина број 22-26, а захваљујући дугогодишњем искуству у развојним туристичким пројектима ове врсте, добио право на израду Пословног (мастер) плана за подручје у Источној Србији који подразумева развој културноисторијске руте везане за староримско наслеђе, онако како је дато у јавном позиву Министарства, као једног од приоритета туристичког развоја у Србији.

Потреба за Мастер планом ове тематске руте произлази из следећих обележја:

- *неискоришћени и невалоризовани високовредни културни ресурси;*
- *неискоришћена могућност у домену развоја атрактивних туристичких производа;*
- *слабо развијена туристичка индустрија с незадовољавајућим резултатима пословања;*
- *опасност од девастирања високовредног простора;*
- *значајан утицај на развој туризма као могућег генератора привредног развоја и фактора повећања квалитета живота локалног становништва; и*
- *туризам као инвестициона могућност са атрактивним приносима на инвестиције.*

Мастер план развоја тематске културне руте ће створити оквире за усклађен, хармоничан систем истраживања, заштите и туристичке употребе (интерпретације) руте и њених кључних атракција/локалитета, и тиме, уз остале мастер планове, дати основе за активирање малог и средњег бизниса и перспективан развој регије и осигурање квалитета живота њеног становништва.

У изради пројекта узете су у обзир следеће основне одреднице:

- Стратегија развоја туризма Републике Србије, нарочито у погледу визије развоја туризма, одрживости развоја туризма, те подстицања стратегија туристичког развоја српских регија са кључним туристичким производима, као и план конкурентности и маркетиншки план; и
- постојећа организација туристичког система у земљи.

Основни закључци на основу увида у документацију и искуства су следећи:

- постоји интерес да се његовим развојно инвестиционим активностима иницира оживљавање овог простора као интернационалне туристичке дестинације;
- ради се о атрактивном простору који не функционише као усклађени систем понуде и искустава, нити као развијена интернационална тржишна туристичка структура која се може значајније интернационално комерцијализовати;
- постоје јаки регионални и локални интереси за развојем туризма као потенцијалним покретачем привредног напретка и благостања становништва;
- постоји проблем недостајућег ефикасног модела управљања развојним процесом генерално, и модела управљања рутом специфично, као и недостатка идентификованих јаким играча који ће се укључити у процес; и
- постоји јака потреба за контролисаним развојем и заштитом простора.



II РАДНЕ ПРОЦЕДУРЕ

У току израде Мастер плана коришћене су следеће радне процедуре:

- кабинетско истраживање опште друштвено-економске ситуације, а нарочито досадашњих развојних перформанси туристичке индустрије на подручју обухвата општина Пожаревац, Велико Градиште, Голубац, Мајданпек, Кладово, Неготин, Зајечар, Књажевац, Сврљиг и Ниш;
- детаљни увид и евалуација досад израђених програма и студија туристичког развоја ширег подручја кроз које пролази рута и појединих његових делова;
- увид у постојеће картографске подлоге, те анализа важећих планова просторног и урбанистичког развоја, као и планова и система важеће заштите простора овог подручја;
- тржишна анализа садашњег стања српске туристичке привреде, анализе међународних туристичких трендова, кретања српског туристичког тржишта и увид у добру праксу развоја културних рута у подручјима са сличним карактеристикама;
- циљане радионице са кључним представницима јавног сектора из домена културе и културног туризма, као и са представницима приватног сектора;
- физички обилазак терена и стварања фотодокументације о кључним елементима садашњег ланца вредности на рути;
- индивидуални интервјуи и разговори с кључним играчима у домену културне политике и културног туризма Србије и односног подручја; и
- неколико стручних расправа чланова пројектног тима.

Спроведена процедура је одраз структуре и захтева интернационално релевантне методологије у изради Мастер планова која на најбољи начин удовољава постављеним задацима наручиоца.

III СИТУАЦИОНА АНАЛИЗА

Туристичко подручије кроз које пролази рута, онако како је то дато пројектним задатком, представља подручје итинерера који се простире од града Ниша и археолошког локалитета Медијана до Трајанове табле у општини Кладово. Овде морамо да нагласимо да прави итинерер *Пут римских царева* мора обухватити и друге значајне локалитете. Ту несумњиво спадају Виминациум (код Костолца), Сирмиум (Сремска Митровица) и Београд (Сингидунум) као несумљиво туристичко чвориште. Перспективно, овде треба укључити и Царичин град код Лебана. Држећи се пројектног задатка, ипак нисмо могли да мимоиђемо Виминациум јер се логично уклапа у овај итинерер, те је стога део овог пројекта, уз напомену да смо спремни, по посебном пројектном захтеву Министарства, проширити овај план и на споменуте локалитете. Другим речима, пројекат третира планирање система професионалне интерпретације ове руте, укључујући и саме локалитете, а кључни су, дакле, Наиссус/Медиана, Ромулиана, Трајанов мост, Дијана, Трајанова табла и Виминациум. Реч је о подручју које се пружа правцем, пратећи саобраћајни правац: Ниш – Сврљиг – Књажевац – Зајечар – (Гамзиград) – Зајечар – Неготин – Кладово – Доњи Милановац – Голубац – Велико Градиште – Пожаревац (Костолац), и у административном смислу, обухвата делове општина Ниш, Сврљиг, Књажевац, Зајечар, Неготин, Кладово, Мајданпек, Голубац, Велико Градиште и Пожаревац.

Географски положај подручја је релативно добар због близине коридора Е-75 у крајевима руте, али с обзиром на обухват територије, доста је лоше повезано попречним саобраћајницама. Локалитет Медијана удаљен је од Београда око 230 км, локалитет Ромулиана око 250 км (а од Ниша око 100 км), док је локалитет Трајанова табла удаљен од Београда око 200км (а од Ниша такође око 200км). Виминациум је од Београда удаљен око 100 км. Пројекат претпоставља постављање културноисторијског итинерера везаног за староримско наслеђе. Пројекат мора укључити адекватно оспособљавање и означавање панорамских путева од Ниша до Зајечара и даље према Ђердапу. Пројектом треба обухватити боље путно повезивање садашњег путног Коридора Х према Зајечару и према Књажевцу.

На рути се налази велики број културноисторијских споменика који датирају од доба неолоита, римског периода и српског средњег века. Пројекат претпоставља постављање културноисторијског итинерера везаног за староримско наслеђе. Најзначајнији културноисторијски споменици из римског периода су:

- **Медиана** која потиче из IV века. Поред значајних археолошких ископина везано за овај локалитет значајна је и чињеница, која се наводи у неким изворима, да је у палати боравио Константин Велики који је рођен у Нишу;
- **Тимацум Минус**, римски логор и утврђење, чији темељи датирају из првог века наше ере и трају касније до Јустинијанове обнове царства у VI веку. Локалитет се налази северно од Књажевца;
- **Врело Шаркамен** је резиденцијално-меморијални тетрархијски царски комплекс који потиче с краја III и почетка IV века. Налази се у близини Неготина;



- **Фелих Ромулиана** је резиденција императора Гаја Валерија Галерија Максимилијана (297-311), место у коме је он рођен, сахрањен и узнесен међу богове. Локалитет је средином 2007. године ушао на UNESCO-ову листу светске културне баштине. Локалитет се налази надомак Зајечара;
- **Трајанова табла** која је била постављена изнад пута који су градили римски императори. Таблу је поставио цар Трајан 100. године када је завршен пут. Табла се данас налази изнад тока Дунава док је пут потопљен;
- **Трајанов мост** који је од камена изградио цар Трајан 103. - 105. године, током другог похода римског цара Трајана на Дачане. Изглед моста је уклесан на Трајановом стубу у Риму. Данас су видљиви остаци моста, делови портала и три стуба;
- **Диана** је римско утврђење настало крајем првог века старе ере, лоцирано на високој стени са стратешком позицијом одбране Римског царства. Поред војне функције, утврђење је представљало и важан економски и светилишни центар тадашњег дела Римског царства, са развијеним пристаништем; и
- **Виминациум** је локалитет који се налази близини Костолца на удаљености 95 км од Београда. Локалитет представља остатке римског града и логора, који био главни град римске провинције Мезије Супериор.

На рути поред споменика из римског периода значајни су још и следећи: Лепенски Вир, Нишка тврђава, тврђава Голубачки град, Ћеле кула, Фетислам – Кладовска тврђава, Рамска тврђава, музеји и др.

Туристички потенцијал културноисторијског наслеђа није довољно искоришћен. Пре свега, постоји потенцијал за развој тематске туре обиласка локалитета из римског периода, при чему је потребно разрадити модел професионалне интерпретације ових, али и других споменика културе. Као што је већ назначено, у контексту локалитета из доба Римског царства, неопходно је укључивање и других налазишта, а у погледу овог дела Србије посебно Царичиног града (иако припада рановизантијском периоду), а, на другој страни Сингидунума и Сирмиума, који нису предмет пројектног задатка, али је касније могуће њихово лако укључивање поштовањем модела који ће бити предложен.

Развој руте би значајно потпспешео развој туризма у Србији, а посебно у туристичким дестинацијама Доње Подунавље и Стиг-Кучајске планине-Бељаница за које су урађени посебни мастер планови и где се на туризам гледа као на стратешку привредну грану која ће утицати на структурни и економски преображај.



IV ТРЖИШНА АНАЛИЗА

У периоду до 2020. године према предвиђањима *Светске туристичке организације* очекује се повољна развојна тенденција светског и европског туризма по стопи раста изнад 3.5%. У Србији се такође очекује раст броја путовања услед развијених навика домаћег становништва за путовањем и очекиваног раста дохотка становништва.

Културни туризам, где између осталог спада и обилазак културноисторијских локалитета, према Светској туристичкој организацији расте по стопи од 15%. Према истим проценама 37% свих путовања има културну компоненту. Истраживања у Европи показују да око 20% туриста сматра да њихов одмор спада у категорију културних одмора.

На територији свих општина кроз које пролази рута постоји укупно 5.669 кревета. Највећи број кревета припада хотелима 60.58% (3.362) којих има укупно 20 и који су углавном нижег степена категоризације.

Укупно остварен туристички промет у свим општинама у 2005. години био је: 167.359 долазака туриста по основу чега је остварено 509.608 ноћења. Просечна дужина боравка је била 3.0 дана.

Према проценама укупан број туриста који су обилазили атракције и локалитете у 2006. години био је око 91.000. По основу кружних тура остварено је укупно око 130.000 ноћења. Већи део групних посетилаца су туристи ниже платежне способности (ћачке екскурзије и разна удружења). Индивидуални посетиоци су туристи који долазе у подручје где се налазе локалитети због: пословних путовања и пословних састанака, бањског лечења, посете родбини и пријатељима и спорта. Иностранци посетиоци су индивидуални гости чији су примарни мотиви доласка: пословна путовања, обилазак родбине и пријатеља и обиласци у оквиру крузинг путовања Дунавом (око 3.000 који обилазе Виминацијум).

Постојећи ниво развоја туризма у свим општинама кроз које пролази замишљена рута је изузетно низак, посебно ако се посматра у односу на обим туристичког промета који је оствариван средином деведесетих година прошлог века. Просечан степен заузетости свих капацитета мерен заузетошћу лежајева на годишњем нивоу је низак и износи 24.62% или 90 дана пуне заузетости капацитета.

Саобраћајна инфраструктура је највећим делом слабог квалитета, уз путеве готово да нема одговарајућих уређених одморишта са пратећом инфраструктуром.

Постојећа туристичка понуда подручја, везано за доживљај римске руте, је изразито неразвијена. Ресторатерска понуда је скромна, са становишта понуде хране/специјалитета генерално једнолична, а сами ресторани уз неке изузетке, углавном неинветивно уређени.

Цела рута од Виминацијума до Медијане (или обрнуто), нити поједини њени делови, нису шире перцепирани као јединствени прозвод, ни од стране приватног сектора, ни од стране туриста.

Интерпретација руте готово да не постоји. Интерпретација локалитета варира од јако добре до изразито слабе.

Локалитети се могу наћи у ретким туристичким брошурама локалних туристичких организација, као и на њиховим (или општинским/градским) интернет презентацијама, али само у форми информације, без потребних објашњења како доћи до локалитета, шта се тамо може очекивати итд.



V БЕНЧМАРК АНАЛИЗА

Бенчмарк је анализа најбоље праксе у развоју, управљању и маркетингу туристичких културних рута у свету. Примарни циљ анализе је идентификовање критичних фактора успеха, правила у организацији и маркетингу, као и увид у ограничења постојеће праксе што отвара могућност инвентивног приступа како би се што успешније идентификовале неопходне активности како би Пут римских царева постао значајан производ српског туризма.

Бенчмарк анализа је вршена са аспекта:

- успешних тематских рута у свету:
Сантиаго Де Компостела, Пут двораца (Немачка), Романтични пут, Историјска рута Долине краљева (Француска), Рута 66 (САД), Тражећи Линколна (САД), Стаза Хадријановог зида, Пут лимеса, Пут Клаусиа Августа, Земља Катара и др.;
- анализе конкурентних тематских рута у окружењу:
Пут Соче у Словенији, Пут корацима UNESCO-а у Хрватској, UNESCO тура у Чешкој, Дракула тура у Румунији, Краљевски градови у Словачкој и др.;
- Европске иницијативе у развоју културних рута и коридора:
Ла Вије Романе дел Медитеранео, Вија Романа, програм Културне руте Европе.

На основу анализе успешних рута основни закључци су:

- све успешне руте су тематизирани. Јасна тема део је уочљивих напора да се рута позиционира и креира препознатљив бренд;
- руте обухватају већи број тематских атракција, али многе уводе и друге, нетематске атракције, док све руте играју и на карту природе;
- све успешне руте карактеристичне су по развијеној туристичкој инфраструктури (одморишта, стајалишта), развијеном систему означавања руте, као и значајном промотивном материјалу;
- успешне руте карактерише и чињеница да је систем управљања и маркетинга руте институционализован, на начин да о томе брине нека организација оформљена специјално за потребе развоја и промоције руте.

Критични фактори успеха руте Пут римских царева

Увидом у постојећу праксу у свету у домену развоја и менаџмента успешних рута наслеђа као туристичких производа, као и сагледавајући опште туристичке трендове у Европи и свету, посебно оне који имају реперкусије на културни туризам, а имајући у виду постојећу структуру и карактер атракција у подручјима кроз које рута пролази, закључили смо да су **кључни фактори успеха руте Пут римских царева** следећи:



- **јединственост/различитост.** Јединственост се односи на све што једну област чини различитом од друге, дајући јој јединствену продајну позицију. Сви елементи у туристичком ланцу вредности могу бити фактор различитости и допринети јединствености: пре свега аутентичност културних атракција, идентитет подручја, квалитет производа и услуга итд. Ова јединственост/различитост произилази пре свега из туристичких фасцинација локалитета и руте, односно онога што представља кључни основ привлачења посетилаца;
- **повезивање/паковање.** Атракције староримског наслеђа у Србији су, ипак, просторно релативно „разбацане”. Како се не ради о локалитетима/атракцијама које су познати симбол и производе „уау!” ефекат (као нпр. египатске пирамиде, римски Колосеум, Таџ Махал и сл.), онда оне саме за себе нису довољне да привуку, у европским оквирима, велики број посетилаца, јер нису довољно интересантне ширем кругу туриста. Окупљањем у заједничку понуду, умрежавањем и/или итинерерским повезивањем више атракција, обезбеђује се да оне колективно постају довољно интересантне да привуку критичну масу посетилаца, и/или да користе благодети заједничких развојних смерница, стандарда услуге и маркетинга. Тамо где ни повезивање није довољно да делује као довољно јак магнет, потребно је креирање и додатних значајнијих атракција и догађаја. Привлачење посетилаца који нису примарно мотивисани културом и културноисторијским наслеђем, да посете локалитете на рути захтева паковање културних и „не-културних” производа у инвентиван пакет понуде;
- **брендирање.** Брендирање је изузетно важно јер ако је бренд правилно развијен даје одређену гаранцију, обећање у погледу карактера доживљаја наслеђа, дакле какав квалитет, садржај и дубину доживљаја посетилац може да очекује. Уз то, бренд омогућава да се на саму атракцију, под истим брендом, надовежу и други производи и услуге који другачије не би могли успешно да се позиционирају на тржишту и привуку госте. Практично, имиџ који се створио око таквог бренда наводи посетиоце да купују и друге производе који деле исти бренд и имиџ. Брендирање ове руте подразумева коришћење главне теме руте;
- **позиционирање.** Мноштво рута наслеђа у Европи и у новије време у окружењу, захтевају да се изгради позиција ове руте у свести потенцијалних посетилаца као различите и пуне незаборавних доживљаја, која уз то пружа могућности учења и личног развоја;
- **Инфраструктура.** Квалитет саобраћајне мреже, уређеност и одржавање простора уз путеве, стајалишта и одморишта, важан су фактор у одлучивању туриста за посету некој дестинацији и изузетно важна детерминанта квалитета доживљаја руте;
- **партнерство.** Код развоја и менаџмента тематских рута партнерство је изузетно важан мотивишући фактор који стоји иза развоја. Квалитет и институционализација партнерских односа показала се као један од кључних фактора успеха тематских рута наслеђа. Од тога у којој мери буде успешно успостављање партнерских односа између јавног и приватног, као и унутар приватног сектора, зависиће и успех руте;



- **институционализација система управљања и маркетинга.** Све успешне руте показују да је готово искључиво институционализацијом система управљања рутом, тј. успостављањем посебног ентитета (организације) који се брине о рути, један од кључних фактора успеха. Оваква организација олакшава и успостављање партнерских односа између свих заинтересованих стејхолдера;
- **стратегичко планирање.** Развој стратегије (мастер плана) који укључује све кључне играче (стејхолдере) је суштинско средство развоја успешних и одрживих туристичких производа. Комплексност не само културноисторијске руте, већ целокупног производа туринга, захтева стратегијски приступ управљању;
- **интерпретација.** Односи се на презентовање староримског културноисторијског наслеђа области кроз које рута пролази на разумљив и занимљив начин, тако да туристи могу да уживају и уче о њему. Без интерпретације је тешко креирати незаборавне доживљаје посетилаца; и
- **одрживост.** Заштита културног наслеђа и његово унапређење, фундаменталне су основе руте наслеђа као одрживог туристичког производа. Економска одрживост, са друге стране, са становишта наслеђа значи пре свега да туризам обезбеђује значајна средства за конзервацију. Другим речима, одрживост је двосмерна улица.



VI ВИЗИЈА

Визија руте се уклапа у визију Србије као туристичке дестинације и настала је на основу већег броја интервјуа, стручних расправа и радионица са кључним стејкхолдерима. Визија руте Пут римских царева, као **жељене слике руте за десет година**, може се изразити кроз следећу изјаву о визији:

Културноисторијска туристичка рута Пут римских царева представља најважнију туристичку руту у Србији, која свој значај додатно црпи из чињенице да је део већих регионалних рута кружних тура. Као таква, она је генератор развоја бизниса и раста благостања становништва на целом подручју. Богатство староримског наслеђа, пажљиво укомпоновано и упаковано са другим културним производима српског туризма на овом подручју, и посебно разноврсним природним атракцијама и питорескним пределима, даје овој рути двојак карактер: она је, са једне стране, својеврсни портал (gateway) ка разноликим туристичким доживљајима Војводине, Београда и Југоисточне Србије, а са друге стране, она је снажна идентитетска полуга туристичке Србије, као подручја на коме су се рађале, развијале и гасиле различите цивилизације, и чије становништво поштује и негује наслеђе старих цивилизација исто колико и своје сопствено.



VII ЦИЉЕВИ РУТЕ

Циљеви руте *Пут римских царева* произилазе из визије. Циљеви су вишеструки, и могу се класификовати као економски, културни, друштвени и везани за окружење.

Економски циљеви. У економске циљеве развоја ове руте можемо убројати следеће:

- привлачење посетилаца,
- брендирање и маркетинг различитих туристичких доживљаја,
- развој идентитета подручја,
- оживљавање туристичке активности у подручјима кроз које рута пролази,
- представљање дестинација, повезивање културе/наслеђа и туризма у циљу остварења прихода.

Културни циљеви. У културне циљеве развоја руте спадају:

- повезивање културних атракција,
- интерпретација наслеђа на иновативан начин,
- унапређење физичког приступа наслеђу,
- раст свесности локалног становништва о значају културноисторијског наслеђа,
- раст уважавања археологије и конзервације.

Друштвени циљеви. У друштвене циљеве убрајамо:

- ангажовање локалних заједница,
- поштовање наслеђа,
- јачање интелектуалне доступности наслеђа,
- развијање осећаја повезаности локалних заједница са наслеђем које није у директној вези са наслеђем заједница.

Циљеви везани за окружење. У ове циљеве спадају:

- урбано планирање подручја односно простора локалитета,
- мониторинг,
- управљање посетиоцима,
- заштита и конзервација наслеђа,
- подстицање одрживог развоја туризма.

VIII ТУРИСТИЧКЕ ФАСЦИНАЦИЈЕ РУТЕ

У циљу постављања основа за позиционирање руте Пут римских царева, односно дефинисања јединствених продајних предлога руте, разрађене су табеле за целу руту и посебне локалитете где свака понаособ садржи кључне карактеристике, фасцинације и интерпретативне теме или наратију (*story*).

Фасцинације руте у целини

- | | |
|---------------------|--|
| Кључне фасцинације | <ul style="list-style-type: none">• 17 Римских императора рођено на тлу Србије (Само их је на подручју Италије рођено више)• Богатство староримског наслеђа• Разноликост локалитета• Локалитет Светске баштине UNESCO-а (Ромулиана) |
| Додатне фасцинације | <ul style="list-style-type: none">• Дунавске тврђаве (староримске и средњовековне)• Панорамске деонице /панорамски путеви (Ђердапска клисура, Ниш-Књажевац)• Виногорски предели (Неготин, Књажевац)• Догађаји |

Локалитет Виминациум

- | | |
|-----------------------|---|
| Кључне карактеристике | <ul style="list-style-type: none">• Почетак I века н.е.• Главни град Горње Мезије• Царски град (Хостилиан)• Царски маузолеј• Уз Царнунтум, једини велики римски логор/насеље над којим није никло ново - олакшана истраживања |
| Фасцинације | <ul style="list-style-type: none">• Царски маузолеј• Најлепше фреске касне антике на целој територији Римског царства• Првом половином IV века тачка сељења (и задржавања) Рима у Константинопољ |
| Наративна тема | <ul style="list-style-type: none">• Тајна императорове смрти• Мона Лиза касне антике• Транзиција царства• Виминациум, лумен меум |

Локалитет Трајанова табла

- | | |
|-----------------------|--|
| Кључне карактеристике | <ul style="list-style-type: none">• Почетак II века н.е.• Запис - сведочанство завршетка пута уз Дунав• Једини писани доказ о путу• Уклесана у високу и окомиту стену 1,5 м изнад пута.• Прилаз Табли могућ једино са воде. |
| Фасцинације | <ul style="list-style-type: none">• Сам пут је градитељски подухват• Табла сачувана од потапања измештањем читавог каменог блока од 300 тона на виши ниво 1969. године (велики археолошко-конзерваторски подухват).• Гвоздена врата први пут пробијена путем• Прва регулација Дунава - канал код Сипа |



Наративна тема	<ul style="list-style-type: none"> • Како је грађен пут - једним делом уклесан у стену, а онда, над Дунавом, изграђен од дрвене конструкције, подржане дрвеним гредама усађеним у рупе уклесане у камену • Победа човека над стењем (копнени пробој Гвоздених врата) • Уз канал код Сипа, симбол победе над опасним брзацима Дунава • Пут Трајана
----------------	---

Локалитет	Диана
Кључне карактеристике	<ul style="list-style-type: none"> • Крај I века ст.е., крај I и почетак II века н.е. • Логор кохорте - помоћне војне јединице (пешадија, коњица, морнарица) • Уз логор развијено насеље и лука • Једно од највећих утврђења Горње Мезије
Фасцинације	<ul style="list-style-type: none"> • Стратегијски положај • Последња узводна станица пред Гвозденим вратима
Наративна тема	<ul style="list-style-type: none"> • Одбрана Империје • Поход на Дачане и сукоб цивилизација • <i>Статио Цатарацртум Диана</i> - Римљани и дунавске катаракте • Пут Трајана

Локалитет	Трајанов мост
Кључне карактеристике	<ul style="list-style-type: none"> • Изграђен почетком II века н.е. (103-105 год. АД) • Први камени (камено-дрвени) мост на Дунаву • 1070 метара дужине над водом, укупна дужина 1140 метара • Подигнут ради коначног освајања Дакије • Порушен од стране Римљана • Остали само стубови и остаци кастела Понтес који га је штитио са десне обале Дунава
Фасцинације	<ul style="list-style-type: none"> • Архитектонско и инжењерско (грађевинско) чудо онога доба, заједно са путем и каналом • Вероватно скретање Дунава ради градње • По пројекту чувеног архитекте Аполодора из Дамаска
Наративна тема	<ul style="list-style-type: none"> • Како је грађен први мост на Дунаву - вероватна технологија градње • Зашто је грађен и зашто срушен • Аполодор - поређење/повезивање са другим његовим пројектима • Коначна победа над Дачанима / нестанак једне цивилизације

Локалитет	Фелих Ромулиана
Кључне карактеристике	<ul style="list-style-type: none"> • Крај III почетак IV века н.е. • Царска резиденција • Најочуванији археолошки мозаици - врх тадашње европске уметности • Сакрални комплекс на Магури • На листи Светске баштине UNESCO-а
Фасцинације	<ul style="list-style-type: none"> • Најочуванији пример Римске дворске провинцијске архитектуре • Магура и последња апотеоза (дивинизација) у Римском царству • Мозаици • Родно место императора Галерија
Наративна тема	<ul style="list-style-type: none"> • Гамзиград, место рођења Галерија: дечак који гаји стоку стиже до титуле императора • Апотеоза • Тајна 99 златника • Од прогањања хришћана до покушаја помирења (Едикт о толеранцији)

Локалитет	Наисус/Медиана
Кључне карактеристике	<ul style="list-style-type: none"> • Медиана (IV века н.е.) - богато предграђе Наисуса • Подни мозаици • Наисус - родно место Константина Великог • Остаци римских терми на улазу у Нишку тврђаву
Фасцинације	<ul style="list-style-type: none"> • Луксузна резиденција са организованом економијом • Мозаици у Медиани • Терме унутар Нишке тврђаве
Наративна тема	<ul style="list-style-type: none"> • Константин Велики - прекид прогона хришћана • Први хришћански император Старог Рима • Битка код Наисуса/победа над Готима септембра 268. године • Уништење града од стране Хуна (на тему тог масакра се за неке сегменте тржишта може правити поређење са Ћеле кулом.)



IX ПОЗИЦИОНИРАЊЕ РУТЕ

На основу препознатих фасцинација и креираних наративних тема датих у претходним табелама, неопходно је одредити тржишно позиционирање руте. У том смислу, имајући у виду да од почетка користимо назив *Пут римских царева*, јасно је да је основа позиционирања везана управо за ту јединственост простора Србије, да је ту, претпоставља се по основу различитих извора, рођено 17 римских императора. Полазећи и од тога да рута *Пут римских царева* обухвата и локалитете који нису задати пројектним задатком овог мастер плана, као и потребе да се привуче шири круг корисника/посетилаца, сматрамо да се рута позиционира на следећи начин:

*Пут римских царева у Србији се позиционира као производ кружне туре високе вредности, који на основама староримског, обједињава материјално и нематеријално културно наслеђе, као и природне фасцинације Дунава, Срема и Источне Србије. То је пут који повезује локације у Србији на којима су рођени и/или живели Римски императори. То је **ПУТ КРОЗ ЗЕМЉУ РИМСКИХ ИМПЕРАТОРА.***

X ПРОГРАМИ КОНКУРЕНТНОСТИ

На развој конкурентности руте, која се може посматрати кроз стварање ланца вредности за посетиоце, значајан утицај имају програми развоја конкурентности Србије и појединих кластера и дестинација кроз које рута пролази. Најзначајнији утицај ће имати реализација програма конкурентности Србије који је дефинисан у Мастер плану развоја туризма Републике Србије и програма конкурентности дефинисаних у мастер плановима Доњег Подунавља и Стига – Кучајских планина-Бељанице.

Програми конкурентности који доминантно одређују ефикасност изградње ланца вредности и коришћења културних и природних ресурса везаних за руту се представљени у следећим табелама:

Програми конкурентности

Опис Културноисторијски значај свих локалитета на рути је несумњив, и они стога имају довољно атрактивности за поједине специјализоване сегменте, као што су они везани за археолошке туре или историјске туре. Међутим, упркос томе, постојећа атрактивност руте није довољна да привуче значајнији број уобичајених туриста, такође заинтересованих за културу и историју, али који нису примарно тиме мотивисани. Стога је неопходно кроз додатне садржаје унапредити систем доживљаја руте. Програми су везани за инфраструктуру (општу, путну и туристичку), туристичку супраструктуру, као и систем интерпретације руте и локалитета.

- Циљеви и очекивани резултати**
- Развој система доживљаја атрактивних ширем кругу корисника
 - Побољшање доступности локалитета
 - Повећање броја посетилаца
 - Стварање заштитних зона и контролисано кретање посетиоца

Назив програма: Заштита и конзервација локалитета

Ово је, када је у питању културноисторијско наслеђе, кључни програм конкурентности. Омогућавање посете локалитетима од стране садашњих и будућих генерација, подразумева заштиту и очување ових ресурса, што је једна од премиси одрживог развоја, а истовремено гарантује очување атрактивности локалитета. Трошкови заштите и конзервације варирају од локалитета до локалитета, посебно ако се томе додају и неопходна даља или додатна археолошка истраживања. Овај процес истраживања, конзервације и заштите треба да тече паралелно са туристичким коришћењем, што никако не значи да треба чекати да се све истражи, па тек онда доводити посетиоце. Посетиоце треба привући брзо, посебно јер туристичка валоризација подразумева обезбеђивање додатних финансијских средстава пре свега за ове активности.

Ниво приоритета			Ниво трошка		
Низак	Средњи	Висок	Низак	Средњи	Висок

Назив програма: Развој/ унапређење постојећих атракција

Постојеће кључне атракције руте могу привући специфични сегмент археолошког туризма. Ради се о тржишној ниши у којој расте број потенцијалних посетилаца, али је она јако мали сегмент тржишта. Да би се привукао шири круг посетилаца, односно повећала база потенцијалних гостију, неопходно је унапредити атрактивност, функционалност и интерпретацију локалитета. Ово подразумева неколико активности: (а) покривање одређених налаза ради лакшег приступа независно од временских прилика (б) изградњу центара за посетиоце са интерпретативним центрима (Виминациум, Ромулиана и Медиана), (ц) изградњу/постављање мањих инфо-центара (на локалитетима Трајанова табла, Диана, Трајанов мост, Вратна), (д) постављање интерпретационог центра унутар Археолошког музеја у Кладову, (е) додавање нових садржаја (хиподром и амфитеатар у Виминациуму, староримски мозаик код Ромулиане, ласерски холограм код Трајановог моста) (ф) урбано опремање (клупе, расвета, корпе итд.), хортикултурално уређење и ограђивање).

Ниво приоритета			Ниво трошка		
Низак	Средњи	Висок	Низак	Средњи	Висок

Назив програма: Развој понуде сувенира везаних за староримско наслеђе

Овај програм подразумева да се по одређеним темама и према познатим артефактима староримског наслеђа у Србији израђују одговарајући сувенири. Према одређеним, унапред разрађеним критеријумима, биле би одобраване апликације произвођача сувенира чији би производи били сертификовани од стране организације која управља рутом, или можда од стране Министарства културе, у којем случају би Министарство давало сертификате и за друге типове сувенира везаних за културно наслеђе у Србији. Без обзира који се модел прихвати, суштина је да сертификација, која онда дозвољава зарачунавање виших цена, има тројаку улогу: (1) она даје сигурност купцу да сувенир аутентично представља или симболизује оригинални предмет, (2) она даје легитимитет произвођачу (и продавцу) сувенира и представља подршку у продаји, и (3) она гарантује да ће одређени део прихода од продаје бити употребљен у сврху одржавања локалитета, а за многе туристе сазнање да се део њиховог новца користи за заштиту локалитета, делује као додатни стимуланс за куповину сувенира.

Ниво приоритета			Ниво трошка		
Низак	Средњи	Висок	Низак	Средњи	Висок

Назив програма: Унапређење ресторатерске понуде

Овај програм подразумева две групе активности. Прва група се односи на обогаћивање гастрономске понуде ресторана у смислу разноврсности менија увођењем традиционалних јела односно јела припреманих на традиционални начин. Друга активност се односи на увођење неких староримских рецепата у меније пре свега оних ресторана који желе да партиципирају у систему доживљаја руте, односно буду део пакета понуде руте.

Ниво приоритета			Ниво трошка		
Низак	Средњи	Висок	Низак	Средњи	Висок



Назив програма: Уређење панорамских путева

Важност панорамских деоница руте *Путеви римских царева* је од изузетног значаја због потребе "паковања" овог производа не би ли био привлачан ширем кругу уобичајених туриста који нису примарно мотивисани посетом археолошким локалитетима. Овде посебно издвајамо две деонице/панорамска пута: Ђердапску магистралу (где је неопходно, пре свега и не само због ове руте, измештање тешког теретног саобраћаја на друге правце) и пут Ниш-Књажевац. Активности овог програма конкурентности се односе на изградњу/уређење панорамских стајалишта и одморишта на локацијама које пружају могућност за панорамско и/или амбијентално уживање у погледу и простору. на тим местима треба изградити одговарајуће садржаје за одмор (али не на начин да ометају поглед), а тамо где је потребно и оградити ради безбедности посматрача/туриста (нпр. у Ђердапској клисури). Такође, на истим местима треба поставити интерпретативне панеле везане за руту (на подручју Ђердапа са објашњењем положаја и улоге староримских логора, насеља и сл. који нису у програму руте односно који су нестали потапањем). Такође, треба да постоје и додатни панели за интерпретацију тог места односно онога што се одатле може видети.

Напомена: и панорамски путеви захтевају интерпретацију и освежавање исте сваких 2-5 година! Интерпретативни панели у првој фази и брошурице које се током времена требају развити могу имати различите теме: Историја простора и прва насеља, важне личности, водич по годишњим добима, биљни и животињски свет итд. У контексту руте *Путеви римских царева*, тема је логично везана за питања староримских насеља, легија, царева, начина живота итд.

Ниво приоритета			Ниво трошка		
Низак	Средњи	Висок	Низак	Средњи	Висок

Назив програма: Унапређење понуде смештаја

У мастер плановима подручја Доњег Подунавља и Стига-Бељанице-Кучајских планина дати су релевантни програми који се тичу и ове руте. За остала подручја кроз које рута пролази ови програми морају бити посматрани у том ширем, дестинацијском контексту, везано за неопходне мастер планове Београда и Ниша, као и простора које обухватају општине Зајечар и Књажевац.



XI КЉУЧНИ ПРОЈЕКТИ

Кључни инвестициони пројекти који су дефинисани Мастер планом односе се на појединачне локалитете који потичу из римског доба. У циљу стварања целовитог ланца вредности за посетиоце неопходне су и инвестиције у смештајне капацитете и развијања друге туристичке понуде у подручјима кроз које пролази рута, што није предмет овог Мастер плана већ је то дефинисано у оквиру мастер планова развоја туризма у Доњем Подунављу и у подручју Стига, Кучајских планина и Бељанице. У следећој табели су представљени инвестициони пројекти којима су наведене процене неопходних финансијских средстава за извођење радова и техничко опремање, док средства за саму израду пројеката нису наведена:

Виминациум	Износ €	Период оквирног почетка радова
Изградња центра за посетиоце и истраживаче (са интерпретационим центром) који ће омогућити посетиоцима да се подобније упознају са значајем самог локалитета и рутом уопште кроз подобније упознавање са проспектима, кроз приказивање информативних филмова, кроз интерпретацију руте од стране особља и сл.	2.000.000	2012-2014
Изградња хиподрома где ће посетиоцима бити омогућено да доживе узбуђење коњских трка, трка римских двоколица, као и могућност јахања коња или вожње двоколица	1.200.000	2008-2011
Изградња амфитеатра у циљу организовања различитих догађаја (138x125m)	800.000	2008-2011
Прокопавање канала ширине 40m, дубине 8m и дужине 1km од Дунава до локалитета, којим би био омогућен било приступ бродовима, било превоз путника од бродова на Дунаву до локалитета репликом римске галије или неким другим бродом	н/п (нема процене)	2012-2014
Хортикултурално уређење	6.000	2008-2011
Урбана галантерија/мобилицар	10.000	2008-2011
Трајанова табла	Износ €	Период оквирног почетка радова
Струја, вода, канализација	5.000	2008-2011
Изградња паркинга (макадам, ризла, ситни камен) 300m ²	2.500	2008-2011
Изградња инфо-центра (билетарница/инфо центар/чуварска кућица/иц)	12.000	2008-2011
Израда камених степеница до Трајанове табле 100m	30.000	2008-2011
Постављање панорамског лифта за разгледање Табле	50.000	2008-2011
Постављање бетонске платформе за посетиоце за разгледање Табле 40m ²	10.000	2008-2011
Хортикултурално уређење локалитета	6.000	2008-2011
Израда и постављање ограде	н/п	2008-2011
Урбана галантерија/мобилицар	5.000	2008-2011
Димана	Износ €	Период оквирног почетка радова
Изградња паркинга (макадам, ризла, ситни камен) 300m ²	2.500	2008-2011
Изградња инфо-центра (билетарница/инфо-центар/чуварска кућица/иц)	12.000	2008-2011
Прилазни пут за возила 100m и стаза за посетиоце (макадам, ризла, ситни камен) 300m	12.000	2008-2011
Хортикултурално уређење локалитета	7.500	2008-2011
Израда и постављање ограде	н/п	2008-2011
Урбана галантерија/мобилицар	20.000	2008-2011
Археолошки музеј у Кладову	Износ €	Период оквирног почетка радова
Постављање и опремање мањег интерпретационог центра у оквиру Музеја	10.000	2008-2011

Трајанов мост		Износ €	Период оквирног почетка радова	2018 и после
Струја, вода, канализација		5.000	2008-2011	2012-2014
Изградња паркинга (макадам, ризла, ситни камен) 300м2		2.500	2008-2011	2012-2014
Прилазни пут за возила 800м и стаза за посетиоце (макадам, ризла, ситни камен) 200м		36.000	2008-2011	2012-2014
Изградња инфо-центра (билетарница/инфо-центар/чуварска кућица/иц)		12.000	2008-2011	2012-2014
Урбана галантерија/мобиљар		20.000	2008-2011	2012-2014
Ласерски холограм - 3Д приказ некадашњег изгледа моста - преко Дунава		40.000	2008-2011	2012-2014
Хортикултурално уређење локалитета		7.500	2008-2011	2012-2014
Врело Шаркамен		Износ €	Период оквирног почетка радова	2018 и после
Прилазни асфалтни пут		н/п	2008-2011	2012-2014
Ромулиана		Износ €	Период оквирног почетка радова	2018 и после
Проширење ракрснице на скретању ка локалитету са пута Зајечар - Парафин: постојећа ракрсница не омогућава безбедно скретање аутобуса из смера Парафина.		150.000	2008-2011	2012-2014
Проширење прилазног пута од ракрснице са пута Парафин-Зајечар до локалитета у дужини од 1,8км ради омогућавања мимоилажења аутомобила и аутобуса.		485.000	2008-2011	2012-2014
Изградња Центра за посетиоце са интерпретационим центром		1.500.000	2008-2011	2012-2014
Изградња староримског лавиринта за игру и едукацију		н/п	2008-2011	2012-2014
Изградња мини технолошког парка (технологија Старих Римљана)		н/п	2008-2011	2012-2014
Урбана галантерија/мобиљар		5.000	2008-2011	2012-2014
Хортикултурално уређење локалитета		7.000	2008-2011	2012-2014
Тимацум Микус		Износ €	Период оквирног почетка радова	2018 и после
Прилазни пут за возила 300м и стаза за посетиоце 600 м (макадам, ризла, ситни камен)		27.000	2008-2011	2012-2014
Довод струје (подземни електрични кабл за расвету)		1.000	2008-2011	2012-2014
Постављање расвете		5.000	2008-2011	2012-2014
Инфо-центар у Етно парку у Равни (дислоцирана стара кућа са Старе планине)		н/п	2008-2011	2012-2014
Медјана		Износ €	Период оквирног почетка радова	2018 и после
Канализација, вода, струја	Град Ниш		2008-2011	2012-2014
Прилазни аутомобилски и пешачки пут (60м), паркинг и плато		137.500	2008-2011	2012-2014
Изградња инфо-центра (билетарница/инфо-центар/чуварска кућица/продавница-сувенирница, иц)		540.000	2008-2011	2012-2014
Метална ограда 50м и капија 2,10м		40.000	2008-2011	2012-2014
Изградња интерпретационог центра у форми симболизоване Константинове капије из Рима		1.000.000	2008-2011	2012-2014
Пројекат и изградња реконструкције дела виле са перистилом		400.000	2008-2011	2012-2014
Заштитна конструкција над делом мозаика		8.500	2008-2011	2012-2014
Урбана галантерија/мобиљар		50.000	2008-2011	2012-2014
Израда и постављање ограде са капијом 50м		40.000	2008-2011	2012-2014
Хортикултурално уређење локалитета		8.000	2008-2011	2012-2014

Стратешки приоритети маркетинг система руте су следећи:

- **Брендирање.** Формирање бренда руте подразумева креирање специфичног идентитета производа у циљу диференцирања у односу на конкурентске производе. Бренд руте треба да комуницира жељено позиционирање руте. Бренд мора бити утемељен на примарним атрибутима руте који пружају рационалне и емоционалне користи посетиоцима. Бренд мора одсликавати диференциране карактеристике руте, комуницирати вредност које има значење за посетиоце и на крају да одсликава есенцијалне карактеристике руте. Финални део брендирања је израда: логотипа, имена, слогана, симбола и дизајна.
- **Тематизација руте.** Под тематизацијом руте подразумева се стварање тематске руте која ће нудити туристима целовит доживљај искуства. Главна тема руте је *Пут римских царева* у оквиру које ће се посетиоцима нудити обилзак већег броја локалитета из римског периода који пружају јединствену слику дела римске цивилизације. Као подтеме у оквиру главне теме могу се дефинисати: (1) *Римљани и Дунав* која одликава значај Дунава у римској цивилизацији, (2) *Римљани и вино* која би одсликавала уживање и значај вина у Римском царству и била повезана са књажевачким и неготинским пивницама, (3) *Римске терме* које су део римске тековине и где је могуће пружити посетиоцима уживање на римски начин што је могуће повезати са бањама (Гамзиградска и/или Нишка), (4) *Римљани и религија* која би се тицала односа Римљана према староримским боговима, прогону хришћана и помирењу и прихватању хришћанства, (5) *Римљани и технологија* која би интерпретирала римски начин градитељства где је од посебног значаја грађење путева и Трајановог моста и (6) *Римска архитектура* која би интерпретирала начин градње царских палата, мозаика, логора и коришћења бетона као врхунца архитектуре у то доба.
- **Комуникација.** Комуникација подразумева комуницирање вредности тржишту. Најзначајнији облици комуникације су:
 - *Брошуре* (Мини водич Пут римских царева, Пут римски царева леафлет, Мапа руте/итинерери); и
 - *Интернет* који постаје један од основних видова комуникације. Стварање сајта руте где је потребно поштовати савремене принципе и начела у постављању сајта.
- **Продаја.** Продаја мора бити профилисана према индивидуалним посетиоцима уз уважавање сегментације базиране на новим искуственим тржиштима дефинисаних од стране UNWTO. Такође, потребно је понуду усмерити и према пословним тржиштима (туроператери и агенти) где најзначајнији фокус представљају домаћи и европски организатори турина (кружних тура) који су афирмисани и имају значајнија тржишна учешћа.
- **Интерни маркетинг.** Под интерним маркетингом се подразумева маркетиншки утицај на директне и индиректне актере који су повезани са рутом. Кључни актери су: запослени у туризму на коридору којим пролази рута, приватни туристички бизнис, јавни сектор и резиденти у подручјима кроз које пролази рута.



Управљање системом доживљаја саме руте и локалитета је специфично, иако дефинитивно мора бити усклађено са активностима дестинацијског менаџмента. Када су у питању споменици културе, посебно археолошка налазишта и остаци значајних грађевина, чини се да, уз изузетак неких успешних примера који су резултат околности, лидерства и агилности руководиоца појединих локалитета, услед ограничених ресурса, постоји неусклађеност активности које су три дела суштински исте целине, а то су: археолошко истраживање, заштита/конзервација и доступ јавности/посетиоцима (укључујући интерпретацију). У суштини слаба преговарачка снага науке и културе и њихова лоша позиционираност у односу на остале делатности у погледу обезбеђивања средстава за истраживачке и развојне активности, проузроковали су да се, осим неких области науке и културе, генерално ова нађе потиснута горућим економским и инфраструктурним проблемима у којим се Србија налази, те имамо јасну ситуацију на терену – многи споменици културе су или недовољно истражени, или препуштени зубу времена и несавесним "посетиоцима", или неспремни да прихвате посетиоце. Уз све то, када је у питању рута, настаје додатни проблем како управљати њеним развојем и одржавањем, јер се ту не ради само о науци и култури. Изучавајући бројне примере из праксе, могли смо да закључимо да у највећем броју случајева, руте наслеђа и уопште културне руте захвалност свом успешном развоју дугују чињеници да су за сваку од њих успостављени институционални облици управљања: у погледу Пута двораца у Немачкој то је асоцијација Пут двораца, код Руте 66 то је Федерација националне историјске Руте 66. То само говори у прилог нашем мишљењу да је у овом домену неопходна институционализација система управљања.

Када су у питању различити локалитети као споменици културе од изузетног значаја је чињаница да је њихова заштита (укључујући прописивање услова за извођење радова) у надлежности Републичког завода за заштиту споменика културе, док су споменици културе од националног значаја у надлежности Регионалних завода за заштиту споменика културе (Ниш и Смедерево). Археолошка истраживања изводе Археолошки институт, Одељење за археологију Филозофског факултета у Београду, Народни музеј из Београда и археолози других музеја. Бригу о посетиоцима, уз текуће одржавање, уз одређене изузетке (нпр. Виминациум) воде локални музеји (или нпр. на примеру налазишта Диана Археолошки музеј Ђердапа у Кладову, Народног музеја из Београда).

Питање управљања културноисторијским наслеђем је комплексно. На једној страни, оно се тиче општег управљања заштитом и конзервацијом споменика културе, јачања јавне свести и политика обезбеђења приступа јавности. Овде би, по нашем мишљењу, требало да постоји, под Министарством културе, **посебан ентитет за управљање наслеђем Србије**, у чијем би раду осим кључних министарстава учешће узеле и горе поменуте институције. Ове институције (Археолошки институт, заводи за заштиту споменика културе, музеји) би нормално наставиле да се баве пословима којима су се и до сада бавиле. Оно о чему би се нова организација бринула јесте:



- (a) развој свесности јавности о значају наслеђа, археологије и конзервације, а у сарадњи са горе поменутиим институцијама и
- (b) омогућавање приступа јавности и интерпретација наслеђа, путем одређивања титулара корисника локалитета или групе локалитета, по строго дефинисаним условима и правилима, укључујући и одузимање права коришћења ако се не поштују услови и правила.

Једино овакав приступ управљању омогућава испуњење свих ових функција, при чему се, као резултат разумевања наслеђа, или доживљаја наслеђа и историје, развија и интересовање за истраживања и очување, те археологија и конзервација добијају ново и шире позитивно значење и признавање.

УПРАВЉАЊЕ РУТОМ *ПУТ РИМСКИХ ЦАРЕВА*

Суштина управљања рутом се огледа у **неопходност да неко брине о развоју и управљању туристичким ланцем вредности, и везано с тим, и маркетингом културног наслеђа.** Институционализација система управљања у том смислу обухвата следећа питања:

- прво, какав је обухват њеног деловања са становишта типа споменика културе;
- друго, ко су кључни стејкхолдери; и
- треће, како се остварује партнерство.

Обухват. Овде постоје две могућности. Прва могућност је да се формира посебна институција која ће се бавити искључиво староримским наслеђем – нпр. *Староримско наслеђе у Србији* или *Пут римских царева* или *Итинерер Романа Србија* или слично, на начин да ће планирати, организовати и контролисати активности успостављања ланца вредности, креирања система туристичких искустава, умрежавања и приватно-јавног партнерства. Све остало што се тиче културноисторијског наслеђа и културе уопште не би било предмет интересовања ове организације. Предност овог решења је што фокусира своју пажњу на једну тему, а тиме усмерава и ресурсе. Недостатак је опасност да остало наслеђе може остати ван процеса развоја система туристичких доживљаја. Друга могућност је да се формира организација која би третирала све споменике културе – нпр. *Споменици културе Србије* или *Наслеђе Србије* или слично. Предност оваквог обухвата је могућност правичнијег третмана свеукупног наслеђа и посебно интегрални приступ, а недостатак је постојање опасности од губитка фокуса, тешкоће у приоритизацији пројеката као и могући конфликти с тим у вези, и потреба за обимним, а недостајућим средствима.

С овим у вези, уверени смо да је **прво решење** ипак **боље**, односно да се формира **посебна институција која ће планирати, организовати и контролисати активности успостављања ланца вредности, креирања и маркетинга система туристичких искустава, умрежавања и приватно-јавног партнерства.** Упориште за овај став налазимо у најбољој пракси у свету, где се организовање овог типа успоставља око једне теме. Овакав приступ је јаснији и приватном сектору, јер окупљање око једне теме подразумева јасније циљеве, поделу улога и лакше умрежавање.

Ко су стејкхолдери. Следеће је питање ко би требао да одлучује о приоритетима и правцима и начину развоја. Другим речима, ради се о избору »акционара« ове институције/организације. Сматрамо да би у управи ове



институције морали бити заступљени: будућа међуресорна комисија/агенција за културно наслеђе (која би представљала, према данашњим називима, најмање Министарство културе, Министарство науке, Министарство економије и регионалног развоја, Археолошки институт, Републички завод за заштиту споменика културе), Туристичка организација Србије, најављена Агенција за развој туризма као и ДМО које покривају територије кроз које пролази рута. По нашем мишљењу, као стејкхолдери су од изузетне важности и локалне власти општина/градова обухваћених рутом.

Партнерство. Искуство успешних рута је показало да су партнерски односи између приватног и јавног сектора један од кључних фактора успеха. Стога је јасно да ни рута *Пут римских царева* нема шансе за успех без успостављања овог вида сарадње. Када овде говоримо о партнерству, не мислимо само на неопходну сарадњу приватног и јавног сектора на кластерском и/или дестинацијском нивоу, о којој је било речи у Стратегији развоја туризма, и о којој се може нешто сазнати и из других мастер планова које је радио Економски факултет у Београду. Овде се ради о кораку даље, о конкретном партнерству уобличеном око руте као производа. То подразумева да се у оквиру ове организације формира конкурентски клуб, чији би чланови биле, поред »акционара«, путничке агенције, локалне дестинацијске менаџмент компаније, ресторани и смештајни објекти општина кроз које рута пролази.



XIV МОДЕЛ РАСТА

У будућем периоду је реално очекивање повећања броја посетилаца културноисторијских локалитета који се налазе на Путу римских царева. Очекивано повећање очекује се услед: будућег стварања ланца високе вредности кроз планиране инвестиције, увођења система управљања рутом и појединачним локалитетима уз уважавање савремених маркетинг и менаџмент принципа, интензивнијег развоја домаћег и иностраног туризма у Србији и подручјима кроз које пролази рута, израженог тренда раста броја путовања на домаћем и иностраном тржишту и раста интересовања за обиласком културноисторијских знаменитости.

Модел раста за период до 2017. године представљен је у следећој табели:

Модел раста туристичког промета на рути *Пут римских царева*
(процена броја посетилаца)

Сегменти	2006	%	2012	%	2017	%
Ђачке екскурзије	42000	46.2%	49000	27.5%	55000	16.5%
Организоване групе туриста	1000	1.1%	15000	8.4%	55000	16.5%
Домаћи индивидуални посетиоци	30000	33.0%	65000	36.5%	125000	37.4%
Инострани индивидуални посетиоци	5000	5.5%	20000	11.2%	52000	15.6%
Путници на крузерима	3000	3.3%	10000	5.6%	25000	7.5%
Разна удружења (пензионери, планинари итд.)	10000	11.0%	19000	10.7%	22000	6.6%
УКУПНО	91000	100.0%	178000	100.0%	334000	100.0%

XV АКЦИОНИ ПЛАН

Изложени предлог Мастер план представља основу за успостављање визије, избора стратегија и непосредних акција у процесу изградње руте са ланцем вредности. Као такав, овај документ је подобан за презентацију интернационалним институцијама, фондовима и наравно потенцијално заинтересованим инвеститорима. Операционализација плана мора бити базирана да је базирана на утврђивању вођства, односно утврђивања конкретне одговорности за његову реализацију. У том контексту предлажемо следећи непосредни след акција:

Редни број	Активности	Одговорност	Рок
1.	Усвајање Мастер плана Пут римских царева („Феликс Ромулијана“) са његовом промоцијом	Влада Републике Србије – Министарство економије и регионалног развоја и Министарство културе	Октобар 2007.
2.	Измена Закона о културној баштини	Влада Републике Србије – Министарство културе	Прва половина 2008.
3.	Оснивање посебног ентитета за управљање културним наслеђем Србије	Влада Републике Србије – Министарство културе	Током 2008.
4.	Оснивање организације (предузећа) која ће се бавити управљањем и маркетингом туристичког ланца вредности руте	Влада Републике Србије – Министарство економије и регионалног развоја, Министарство културе, Ентитет за управљање културним наслеђем Србије, ТОС, регионалне ДМО које покривају територије кроз које пролази рута и други заинтересовани	Током 2008.
5.	Интензиван рад на промоцији Визије развоја руте утврђене Мастер планом и одлуком Владе Србије о његовом усвајању ради анимирања битних стејхолдера и актера у циљу успешне имплементације.	Влада Републике Србије – Министарство економије и регионалног развоја, Агенција за управљање културним наслеђем Србије, Агенција за управљање рутом Републичка Агенција за развој туризма и ТОС	Током 2008.
6.	Пројекат едукације и тренинга у области интерпретације културног наслеђа.	Ентитет за управљање културним наслеђем Србије, Организација за управљање рутом, Министарство за економију и регионални развој, Министарство културе	Током 2008.
7.	Заштита и козервација постојећег културноисторијског наслеђа и наставак археолошких истраживања	Ентитет за управљање културним наслеђем Србије, надлежни институти и заводи	Перманентна активност
8.	Израда пројеката развоја и изградње интерпретативних центара (Напомена: неки пројекти су већ делимично/потпуно урађени нпр. Феликс Ромулијана, Медијана, Виминацијум).	Ентитет за управљање културним наслеђем Србије, Министарство културе, надлежни институти и заводи,	Током 2008.
9.	Развој/изградња интерпретативних центара	Влада Републике Србије и општине на чијој територији се налазе локалитети	Перманентна активност почев од 2008.

10.	Означавање руте	Ресорна министарства, Организација за управљање рутом, ДМО и општине	Током 2008.
11.	Развој догађаја на локалитетима као делова процеса интерпретације наслеђа и као посебних туристичких производа који су у складу са визијом и тематизацијом руте	Организација за управљање рутом, управе локалитета, ДМО, општине	Перманентна активност почев од 2008.
12.	Развијање/изградња ширег ланца вредности (ресторани, панорамски путеви, смештај и др.) у подручјима кроз које пролази рута.	Ресорна министарства, Агенција за развој туризма, РТО/ДМО и општине, Организација за управљање рутом	Перманентна активност
13.	Припреме за увођење лиценце за вршење туристичке делатности које су повезане са рутом (ресторани који носе знак руте, бањске терме у римском стилу и др.) као средство заштите стандарда.	Организација за управљање рутом, Министарство за економију и регионални развој, Министарство културе	Од 2008. до 2011. године
14.	Увођење лиценце за вршење туристичке делатности које су повезане са рутом (ресторани који носе знак руте, бањске терме у римском стилу и др.) као средство заштите стандарда.	Организација за управљање рутом, Министарство за економију и регионални развој, Министарство културе	Од 2011. перманентна активност
15.	Спровођење маркетинг плана: брендирање, тематизација, комуникација, интерни маркетинг, продаја.	Организација за управљање рутом, ДМО/РТО, ТОС	Током 2008. затим наставак као континуиране активности
16.	Оперативни надзор реализације Мастер плана.	Влада републике Србије и надлежна министарства, Ентитет за управљање културним наслеђем, Организација за управљање рутом	Перманентна активност