

Ministarstvo građevinarstva, saobraćaja i infrastrukture
Sektor za prostorno planiranje i urbanizam
Nemanjina 22-26
11000 Beograd
Republika Srbija

PREDMET: Javni uvid u Nacrt prostornog plana područja posebne namene Nacionalnog fudbalskog stadiona

Nacrt Prostornog plana područja posebne namene nacionalnog fudbalskog stadiona u svojim polaznim osnovama, u poglavlju 1.2. obaveze, uslovi i smernice iz Prostornog plana Republike Srbije i drugih razvojnih dokumenta, se u više navrata poziva na ciljeve razvoja turizma i to u odnosu na Zakon o Prostornom planu Republike Srbije od 2010. do 2020. godine, kao i na Regionalni prostorni plan administrativnog područja grada Beograda.

Iako se Nacrt plana veoma opšte poziva na dva važna prostorno-strateška dokumenta po pitanju turizma, on nije sagledao i ostale značajne strateške dokumente za Republiku Srbiju i grad Beograd po pitanju razvoja turizma. To su Strategija razvoja turizma Republike Srbije za period 2016. – 2025. i Nacrt strategije razvoja turizma Grada Beograda 2020. – 2025.

Strategija razvoja turizma Republike Srbije definiše grad Beograd sa gravitacionom zonom kao turističku destinaciju. Kao ključni proizvod grada Strategija prepoznaje turističke proizvode poput: City break, MICE turizam, Nautika, Kružne ture, Manifestacije (Beerfest, BITEF, BELEF, FEST, Beogradski Manifest, Fišfest.), Specijalni interesi, Zdravstveni turizam i Kulturno tematske rute. S tim u vezi Strategija ne prepoznaje nacionalni stadion, kao turističku destinaciju, te se ni ovi proizvodi na bilo koji način ne vezuju za izgradnju istog.

Nacrt strategije razvoja turizma Grada Beograda 2020. – 2025. definiše prioritete turističke proizvode grada Beograda kao što su:

1. Kultura i nasleđe
2. Zabava, događaji i festivali
3. Poslovni turizam i grupa proizvoda koju čine sastanci korporacija i asocijacija, podsticajna putovanja, kongresi, izložbe i sajmovi (engl. MICE – meetings, incentives, conventions and exhibitions)
4. Kružna putovanja (tzv. turing autobusima ili u privatnoj režiji)
5. Krstarenja i nautički turizam
6. Aktivni turizam.

Na osnovu izdvojenih proizvoda je definisana prioritizacija turističkih proizvoda grada Beograda, gde su zabava, događaji i festivali, isto kao i aktivni odmor na dnu liste prioriteta turističkih proizvoda grada, a pod koje bi nacionalni stadion eventualno mogao da potpadne. Međutim, istovremeno se naglašava da u Beogradu već postoji oko 1000 sportskih objekata koji pokrivaju čitavu teritoriju grada i opremljeni su za skoro sve aktuelne sportove, na svim nivoima i takmičenja.

Na osnovu navedenih strategija jasno se ističe da prioritet grada po pitanju sportskih manifestacija ne postoji, kao i da izgradnja nacionalnog fudbalskog stadiona nije opravdana.

Stoga je neophodno obustaviti proces izrade predmetnog plana koji je u suprotnosti sa Strategijom razvoja turizma Republike Srbije i Nacrtom strategije razvoja turizma grada Beograda.

Ime i prezime

Adresa stanovanja

E-mail adresa