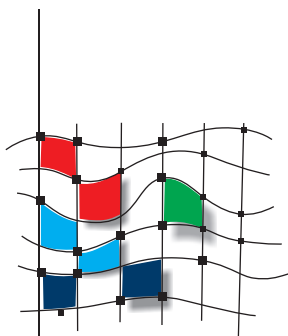


GLAVNI PLAN I STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA REPUBLIKE HRVATSKE

Izvještaj 12.

Programi i investicijski projekti
ključni za implementaciju vizije
razvoja turizma RH

Zagreb, listopad 2012.



GLAVNI PLAN I STRATEGIJA
RAZVOJA TURIZMA
REPUBLIKE HRVATSKE

Izvještaj 12.

Programi i investicijski projekti
ključni za implementaciju vizije
razvoja turizma RH

Naručitelj:



Voditelj i koordinator projekta:

Dr. sc. Siniša Horak

Voditelji izvještaja:

Dr. sc. Ivo Kunst

Dr. sc. Neven Ivandić

Autori:

Dr. sc. Ivo Kunst

Dr. sc. Neven Ivandić

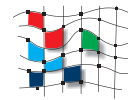
Mr. sc. Neda Telišman-Košuta

Zagreb, listopad 2012.



SADRŽAJ

1. UVOD	4
2. KLJUČNI RAZVOJNI PROGRAMI ZA IMPLEMENTACIJU VIZIJE	5
2.1. PROGRAMI RAZVOJA I UNAPREĐENJA SMJEŠTAJNE PONUDE	6
Program 1. Hotelska ponuda	6
Program 2. Kamp ponuda	9
Program 3. Ponuda privatnog smještaja	11
2.2. PROGRAMI RAZVOJA SPECIFIČNIH SADRŽAJA TURISTIČKE PONUDE	13
Program 4. Golf ponuda	13
Program 5. Zdravstveni turizam	15
Program 6. Nautički turizam - jahting	18
Program 7. Tematski parkovi	20
Program 8. Eko turistička ponuda	22
Program 9. Biciklizam	25
Program 10. Kongresni centri	28
2.3. OSTALI PRIORITETNI PROGRAMI RAZVOJA TURIZMA U IZRAVNOJ NADLEŽNOSTI DRŽAVE	30
Program 11. Turističke zone i njihovo korištenje	30
Program 12. Podizanje razine znanja i vještina zaposlenih u turizmu	32
Program 13. Promocija i imidž	34
3. KLJUČNI RAZVOJNO-INVESTICIJSKI PROJEKTI U RAZDOBLJU DO 2020. PREMA TURISTIČKIM MAKROREGIJAMA	36
3.1. KONTINENTALNA HRVATSKA	36
3.2. SJEVERNI JADRAN	40
3.3. JUŽNI JADRAN	44
4. ZAKLJUČAK	49



1. UVOD

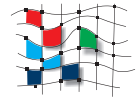
Operacionalizacija definiranih strateških razvojnih ciljeva i nove vizije razvoja hrvatskog turizma zahtijeva, između ostalog, osmišljavanje i pokretanje određenog broja ključnih programskih aktivnosti, te s njima povezanih konkretnih razvojno-investicijskih projekata međunarodne prepoznatljivosti koji će svojim kvalitativnim značajkama biti u stanju autonomno privlačiti nove segmente turističke potražnje, podizati kvalitetu i/ili raznovrsnost destinacijske ponude, produljivati sezonu te dodatno pridonijeti unapređenju međunarodnog imidža hrvatskog turizma. Riječ je, dakle, o programima koji pretpostavljaju snažan angažman nositelja javne vlasti kako u pripremi institucionalnih i drugih uvjeta za pospešivanje konkurentne sposobnosti hrvatskog turizma, tako i u iniciranju velikih razvojno-investicijskih projekata koji će, ne podcjenjujući mogućnosti domaćih investitora, biti orijentirani ponajviše na privlačenje interesa međunarodne investicijske potražnje. Realizacija svakog od programa u većoj je ili manjoj mjeri povezana s provođenjem različitih mjera/projekata obuhvaćenih u Izveštaju 11.

Kad je riječ o međunarodno prepoznatljivim razvojno-investicijskim poduhvatima (svojevrsni kreatori imidža), a vodeći uvelike računa i o potrebi navođenja budućeg turističkog razvoja željenim putem/smjerom, od posebnog je interesa upravljanje razvojem velikih turističkih zona, odnosno lokaliteta u većinskom vlasništvu i/ili pod neposrednom kontrolom gradova/općina, županija, odnosno države i državnih poduzeća. Od velikog su interesa i drugi lokaliteti u javnom vlasništvu pogodni za razvoj turizma, a koje različite institucije javnog sektora koje njima trenutno upravljaju uopće ne koriste ili ih koriste sasvim sporadično i neadekvatno. U oba slučaja, radi se o mogućim turističkim razvojno-investicijskim projektima čije pokretanje i čiju provedbu, kroz definiranje projektnog zadatka, inicira i kontrolira izvršna vlast, dok će se njihova realizacija, uz različite poslovno-upravljačke modele, odvijati angažmanom privatnog kapitala. Osim poštivanja/uvježavanja načela razvojne održivosti, svaki od pojedinačnih projektnih prijedloga mora biti u funkciji ne samo sadržajnog obogaćivanja postojeće destinacijske ponude i diversifikacije postojećih sustava turističkih doživljaja, već i u funkciji produljenja sezone i veće disperzije potražnje po dubini/širini hrvatskog teritorija.

Izveštaj **Programi i investicijski projekti ključni za implementaciju vizije razvoja turizma RH** predstavlja dvanaesti od ukupno trinaest pojedinačnih izvještaja kojima se, sukladno projektnom zadatku Ministarstva turizma, razrađuje Glavni plan i strategija razvoja turizma RH. U sadržajnom smislu, dokument je podijeljen u dva dijela. Prvi dio posvećen je elaboraciji ključnih programskih aktivnosti na koje bi Ministarstvo turizma i drugi nositelji izvršne vlasti trebali obratiti posebnu pažnju i čiju bi provedbu valjalo dodatno poticati i kontrolirati u razdoblju do 2020. godine. U sklopu ove cjeline, a prema konkretnim programima, detektirano je preko sto i četrdeset razvojno-investicijskih projektnih ideja, odnosno razvojno-investicijskih lokaliteta pod neposrednom ingerencijom nositelja javne vlasti, bilo na nacionalnoj, bilo na regionalnoj i/ili lokalnoj razini. U drugom dijelu dokumenta, nadalje, svaki je od prepoznatih razvojno-investicijskih projekata/razvojnih lokaliteta, osim prema programskoj pripadnosti, razvrstan i prema kriteriju geografske pripadnosti nekoj od tri turističke makroregije (Kontinentalna Hrvatska, Sjeverni Jadran, Južni Jadran). Pritom se vodilo računa da svaki od detektiranih razvojno-investicijskih projekata udovoljava definiranoj poželjnoj slici razvoja svake od makroregija te da je usklađen s ciljnim tržišnim segmentima i proizvodima koje resursno-atraktivna osnova pojedinih makroregija može podržati.

Prezentirani razvojno-investicijski projekti predstavljaju ideje koje zahtijevaju daljnje nadopune i razrade, kao i osmišljavanje detaljnijih i konkretnijih provedbenih sadržajno-programskih osnova. To, između ostaloga, uključuje i procjenu tržišne i ekonomske održivosti kao i primjenu primjerenih poslovno-upravljačkih modela. Stoga u budućnosti listu predloženih turističkih razvojno-investicijskih projekata valja pretočiti u dobro osmišljene razvojno-investicijske projekte (investicijski portfelj) koji će se međunarodno oglašavati.

Posebno valja naglasiti da svi predloženi razvojno-investicijski projekti sačinjavaju otvoreni skup mogućih projektnih ideja. To implicira mogućnost postojanja i određenog broja drugih projekata koji će se prepoznati u procesu daljnje inventarizacije državnog vlasništva.

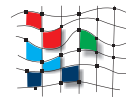


2. KLJUČNI RAZVOJNI PROGRAMI ZA IMPLEMENTACIJU VIZIJE

Dosadašnji tijek izrade Glavnog plana i strategije razvoja turizma RH ukazao je na potrebu međusobnog usklađivanja većeg broja zakona u ingerenciji kako Ministarstva turizma, tako i niza drugih ministarstava koji posredno ili neposredno sudjeluju u kreiranju turističke politike. Naime, zbog umreženosti s drugim gospodarskim i društvenim aktivnostima, relevantni zakonski okvir za odvijanje turističke aktivnosti obuhvaća i područja koja su parcijalno regulirana i Zakonom o gradnji i prostornom uređenju, Zakonom o šumama, Zakonom o poljoprivrednom zemljištu, Zakonom o zaštiti i očuvanju kulturnih dobara, Zakonom o zaštiti prirode, Zakonom o vodama, Zakonom o zdravstvenoj zaštiti, Zakonom o upravljanju državnom imovinom, Zakonom o koncesijama, Zakonom o pomorskom dobru te Zakonom o turističkom i ostalom građevinskom zemljištu. Osim što su ponekad neprimjereni, nefunkcionalni te nedorečeni, navedeni zakoni međusobno nisu uvijek usklađeni. To kreira svojevrsni “pravno-legislativni rašomon” u kojem se nikome, a poglavito investitorima, nije lako snaći. U želji da se postojeće stanje promijeni nabolje, a što je ključan preduvjet za ubravanje i jačanje investicijske aktivnosti, potrebno je hitno pristupiti međusobnom usklađivanju navedenih (i drugih) zakona.

Osim usklađivanja zakonskog okvira, Glavnim planom i strategijom razvoja turizma RH prepoznat je veći broj prioritetnih programskih aktivnosti o kojima u velikoj mjeri ovisi operacionalizacija definiranih strateških razvojnih ciljeva i nove vizije razvoja hrvatskog turizma. Riječ je o trinaest nosećih programa (stupova) koji bi trebali osigurati kvalitativni iskorak u međunarodnoj percepciji hrvatskog turizma te koje bi, sukladno tome, nositelji javne vlasti trebali provoditi u vremenu do 2020. godine. Većina ovih programa podrazumijeva iniciranje i provedbu konkretnih razvojno-investicijskih projekata. Noseći programi u funkciji implementacije razvojne vizije organizirani su u sljedeće tri skupine:

- **Programi razvoja i unapređenja smještajne ponude**
 - Hotelska ponuda
 - Kamp ponuda
 - Ponuda privatnog smještaja
- **Programi razvoja specifičnih sadržaja turističke ponude**
 - Golf ponuda
 - Zdravstveni turizam
 - Jahting turizam
 - Tematski parkovi
 - Eko turistička ponuda
 - Biciklizam
 - Kongresni centri
- **Ostali prioritetni programi razvoja turizma u izravnoj nadležnosti države**
 - Turističke zone i njihovo korištenje
 - Podizanje razine znanja i vještina zaposlenih u turizmu
 - Promocija i imidž



2.1. PROGRAMI RAZVOJA I UNAPREĐENJA SMJEŠTAJNE PONUDE

Program 1. Hotelska ponuda	
Cilj programa	Ubrzani rast kvalitetnog i sadržajno bogatog hotelskog smještaja kao faktora produljenja sezone i povećanja potrošnje.
Ocjena stanja	U strukturi smještajnih kapaciteta Hrvatske koncem 2010. godine hotelski je smještaj sudjelovao samo s 13%. Nadalje, u strukturi hotelskog smještaja prevladavaju hoteli s 3* (46%), a dobro su zastupljeni i hoteli s 4* (32%). Zastupljenost hotela s 5* još je uvijek relativno niska (8%). S obzirom na to da jedino hotelski kapaciteti viših kategorija raspolažu sadržajima za privlačenje potražnje i izvan nekoliko ljetnih mjeseci, postojeća struktura hrvatskog smještaja, osobito u uvjetima nedostatno razvijene izvan-smještajne ponude u većini hrvatskih turističkih destinacija, bitno otežava produljivanje prilično kratke sezone. Drugim riječima, uz obogaćivanje destinacijske izvan smještajne ponude, ubrzani rast kvalitetnog hotelskog smještaja predstavlja imperativ za produljenje sezone.
Željeni pomak	Rast kapaciteta od 27 do 40 tisuća novih ležajeva u razdoblju između 2011. i 2020. godine, pri čemu se očekuje da rast u razdoblju od 2015. do 2020. godine bude dva do tri puta brži nego u razdoblju od 2011. do 2015. godine.
Preduvjeti razvoja	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Privatizacija poduzeća u većinskom državnom vlasništvu ▪ Aktiviranje i turistifikacija neaktivne državne imovine (prenamjena industrijskih i/ili vojnih objekata i sl.) ▪ Poduzetnički orijentiran zakonodavni okvir

Uravnotežen rast ponude prema vrstama i veličini hotelskih objekata

Izgradnja nove hotelske ponude podjednako se odnosi na samostojeće hotelske objekte, hotelske komplekse i integrirane resort projekte. Istodobno, izgradnja novih hotelskih objekata uključuje kako velike hotele tako i male, obiteljski vođene, objekte.

Razvoj integriranih resort projekata

Hotelski resort projekti su zaokruženi turistički kompleksi s diversificiranom strukturom smještajnih i izvan-smještajnih sadržaja, čije planiranje i izgradnja, osim udovoljavanja uobičajenim tehničko-tehnološkim, funkcionalnim, sadržajnim, ekološkim i inim kriterijima, u pravilu, karakteriziraju i uspješan suživot klasičnog komercijalnog turističko-ugostiteljskog poslovanja i biznisa nekretninama. Primjere izgradnje integriranih i 'mixed use' resort projekata predstavljaju sve brojniji turistički golf, 'spa-wellness' i/ili 'casino-gaming' projekti. Njihova financijska isplativost, u uvjetima sve više kvalitativne razine opremanja, odnosno kontinuiranog rasta potrebnih ulaganja po smještajnoj jedinici, podrazumijeva aktivnu ulogu zainteresiranih fizičkih i/ili pravnih osoba koji ulazak u vlasništvo na određenom dijelu ukupno raspoloživih vila, luksuznih apartmana i/ili kondominija tretiraju manje kao potrošnju, a više kao lukrativno financijsko ulaganje.

U slučaju Hrvatske, razvoj integriranih (i 'mixed use') resort projekata treba podrazumijevati striktno prostorno-plansko usmjeravanje, odnosno javno usklađenu i od relevantnih razvojnih dionika odobrenu izgradnju isključivo u za to predviđenim turističkim razvojnim zonama.

Razvojne aktivnosti

Izgradnja u funkciji racionalnog korištenja prostora

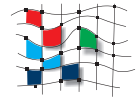
Izgradnju novih hotelskih objekata valja usmjeravati u već urbanizirane prostore te u već 'načete' turističke razvojne zone u kojima za to postoje adekvatne prostorne mogućnosti kako bi se smanjio trošak infrastrukturnog opremanja i dugoročno čuvao ukupno raspoloživi razvojni prostor od opasnosti prekomjerne izgradnje. Najkvalitetnije turističke razvojne zone u priobalju planiraju se za izgradnju desetak integriranih resort projekata koji će aktivno pridonositi podizanju današnjeg imidža Hrvatske.

Naglasak na kvalitetu, brendiranje i interpretaciju tradicijske graditeljske baštine

U izgradnji nove i poboljšanju postojeće hotelske ponude, osobito u funkciji njezine rentabilnosti, do 2020. godine prevladavaju objekti s 4*, srednje veličine (oko 150 - 200 smještajnih jedinica). Za međunarodni imidž odabranih hrvatskih destinacija poželjno je da određen dio nove izgradnje uključuje i veće, eventualno međunarodno brendirane, hotele s 5* (više od 200 smještajnih jedinica). Gradnjom koja primjereno interpretira tradicijsku graditeljsku baštinu podržava se autohtonost destinacijskih proizvoda te osigurava vizualni sklad s okruženjem. Iznimku mogu predstavljati objekti u manje ekološki i/ili vizualno osjetljivim velikim gradskim aglomeracijama kad je modernizam i/ili eklektizam u izričaju poželjan.

Eko orijentacija

U cilju osiguranja održivog i međunarodno konkurentnog razvoja, ali i energetske učinkovitog poslovanja, nova hotelska izgradnja u Hrvatskoj podrazumijeva implementaciju sustava okolišno odgovorne prakse na svim razinama kako tijekom gradnje, tako i tijekom operativnog poslovanja.



Priprema i prezentacija projekata na odabranim lokacijama (turističkim zonama u većinskom državnom vlasništvu)

Država inicira razvoj hotelske ponude uz podjelu odgovornosti prema sljedećem obrascu: javni sektor (nositelj javne vlasti), putem izrade projektnog zadatka, propisuje uvjete, način i poslovno-upravljački model poželjnog korištenja konkretnog razvojnog lokaliteta ili zone (regulatorna funkcija) te kontrolira cjelokupni proces razvoja (nadzorna funkcija), dok privatni sektor, u pravilu, snosi cjelokupnu odgovornost (i poduzetnički rizik) za realizaciju razvojnog projekta.

Poticaji

Razvojne aktivnosti

Poticaji se odnose na fiskalne i financijske, pri čemu se potiče kako izgradnja velikih hotelskih objekata i/ili resorta putem zakona o poticanju ulaganja, ali i izgradnja manjih (tematiziranih) hotelskih objekata u obiteljskom vlasništvu/menadžmentu, kao i prerastanje jednog dijela današnjih apartmanskih jedinica u kućanstvima u mini pansione i garni hotele. Za projekte od posebnog državnog interesa odnosno projekte koji bi se realizirali na područjima posebne državne skrbi moguće je osigurati poseban paket fiskalnog rasterećenja koji uključuje potpuno ili djelomično oslobođanje od različitih komunalnih naknada i parafiskalnih davanja.

Financijski poticaji odnose se na preferencijalnu kamatu (HBOR), kao i na bespovratna sredstva (u slučaju pripreme projektne dokumentacije za izgradnju novih i/ili prerastanje postojećih apartmana u domaćinstvima u male obiteljske hotele). Posebno se potiču projekti nove izgradnje i/ili adaptacije hotelskih objekata koji podržavaju ekološku odgovornost.

Izravno povezane preporučene mjere/projekti (Izveštaj 11)

Mjera/projekt 1.3. Izmjene i dopune Zakona o koncesijama

Mjera/projekt 1.4. Izmjene i dopune zakonske regulative vezane uz pomorsko dobro

Mjera/projekt 1.6. Usklađivanje zakonskog okvira u funkciji jačanja investicijske aktivnosti

Mjera/projekt 1.11. Proaktivna fiskalna politika u turizmu

Mjera/projekt 1.12. Izmjene i dopune Zakona o turističkom i ostalom građevinskom zemljištu

Mjera/projekt 1.14. Izgradnja sustava informacijske i savjetodavne podrške novim i postojećim poduzetničkim projektima

Mjera/projekt 1.15. Program financiranja start-up poduzetničkih projekata

Mjera/projekt 1.16. Izrada i provedba programa privatizacije turističkih poduzeća u većinskom državnom vlasništvu

Mjera/projekt 1.17. Gospodarsko aktiviranje turistički interesantnih objekata/lokaliteta u posjedu Agencije za upravljanje državnom imovinom

Mjera/projekt 1.18. Aktiviranje turistički interesantnih napuštenih vojnih objekata u objekte turističke ponude

Mjera/projekt 1.19. Program financiranja turističkog razvoja kontinentalnih područja, otoka i drugih osjetljivih područja

Mjera/projekt 2.2. Nacionalni program razvoja malih obiteljskih hotela

Mjera/projekt 2.7. Stvaranje poduzetničkih klastera

Mjera/projekt 2.9. Pokretanje novih programa za poticanje razvoja malih i srednjih poduzetničkih poduhvata u turizmu

Mjera/projekt 2.10. Izrada sustava poticanja okolišno odgovorne prakse u turizmu ('zeleni turizam')

Mjera/projekt 3.7. Regionalni/lokalni programi uređenja i upravljanja plažama

Mjera/projekt 4.3. Priprema međunarodnih natječaja za privlačenje strateških ulagača

Mjera/projekt 4.4. Organizacija investicijskih konferencija i periodični obilasci potencijalnih investitora ('road show')

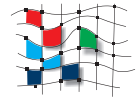
SJEVERNI JADRAN

- Pula - lokalitet Muzil (projekt Brijuni Rivijera)
- Pula - lokalitet Katarina Monumenti (projekt Brijuni Rivijera)
- Fažana - lokalitet Pineta (projekt Brijuni Rivijera)
- Mali Lošinj - brdo Tovar

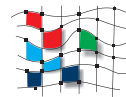
Projekti funkcionalne prenamjene nekorištenih vojnih objekata

JUŽNI JADRAN

- Zadar (Šepurine)
- Split (Duilovo)
- Šibenik (Zablaće/kanal Sv. Ante)
- Rogoznica (Kruščice)
- Prevlaka
- Lastovo (vojarna M. Tito, Ubli)
- Vis (vojarna Rogačić)



Projekti funkcionalne prenamjene nekorištenih industrijskih pogona/zona	SJEVERNI JADRAN <ul style="list-style-type: none">▪ Umag - nekadašnja tvornica cementa, uključujući i pripadajući kamenolom▪ Novigrad - kamenolom Antenal (megamarina i turističko naselje)▪ Pula - Hidrobaza (projekt Brijuni Rivijera)▪ Rijeka - određen broj neaktivnih industrijskih pogona (bivša tvornica duhana Rikard Benčić, bivša tvornica papira 'Hartera', prazna skladišta luke Rijeka i sl.) JUŽNI JADRAN <ul style="list-style-type: none">▪ Šibenik (tvornica ferolegura)▪ Omiš (Dugi Rat)▪ Vela Luka (tvornica za preradu ribe)
Projekti rekonstrukcije 'umornih' sadržaja postojeće turističke ponude	KONTINENTALNA HRVATSKA <ul style="list-style-type: none">▪ Kumrovec (Znanstveno studijski centar na brdu Dobrava)▪ HOC Bjelolasica SJEVERNI JADRAN <ul style="list-style-type: none">▪ Crikvenica (TN Kačjak)▪ Veliki Brijun (Hotelski smještaj i vile u sklopu NP Brijuni) JUŽNI JADRAN <ul style="list-style-type: none">▪ Orebić (TN Perna, TN Bili dvori, Komodor – hotel i bungalovi)▪ Korčula (HTP Korčula, pri čemu osobito TN Bon Repos)▪ Kupari▪ Živogošće (hoteli Živogošće)▪ Plat (hoteli Plat)▪ Baška Voda (turistički kompleks Baško polje)▪ Podgora (HTP Podgora)
Novi resort projekti	SJEVERNI JADRAN <ul style="list-style-type: none">▪ Rovinj (Škaraba) JUŽNI JADRAN <ul style="list-style-type: none">▪ Pašman▪ Posedarje▪ Tustica (golf resort)▪ Prevlaka
Nositelj aktivnosti	▪ Ministarstvo turizma u suradnji s Ministarstvom gospodarstva, Ministarstvom graditeljstva i prostornog uređenja i Ministarstvom obrane
Ostali dionici	<ul style="list-style-type: none">▪ AUDIO▪ HBOR▪ Županije, gradovi/općine▪ Potencijalni investitori▪ Lokalno stanovništvo



Program 2. Kamp ponuda

Cilj programa	Rast kvalitetnog i sadržajno bogatog kamping smještaja kao faktora obogaćivanja destinacijskog proizvoda, produljenja sezone i povećanja potrošnje.
Ocjena stanja	Kvaliteta lokacija i prirodnih resursa te blizina emitivnim područjima osnovne su komparativne prednosti kamping turizma Hrvatske i temelj njegovog visokog rentnog prihoda. Iako proces podizanja kvalitete ponude u hrvatskim kampovima traje već nekoliko godina, može se ustvrditi da, uz nekoliko iznimaka, današnja razina ponude kampova ne zadovoljava niti s aspekta sadržajnosti, niti kvalitete, a ni strukture.
Željeni pomak	Povećanje kapaciteta za 20-ak tisuća ležaja odnosno do 15% u odnosu na 2012. Riječ je o povećanju kapaciteta postojećih kampova za 5 do 7%, izgradnji 5-7 novih kampova srednje veličine te izgradnji oko 50 malih/obiteljskih kampova.
Preduvjeti razvoja	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Poduzetnički orijentiran zakonodavni okvir ▪ Rješenje problema turističkog zemljišta i koncesija

Nova izgradnja

Razvoj nove kamping ponude odnosi se ponajviše na razvoj nekoliko eko kampova, tematiziranih malih kampova (boutique kampovi, obiteljski kampovi i kampovi na seoskim gospodarstvima), izgradnju kampova na kontinentu (pokraj atrakcija i na/uz glavne prometne pravce, u gradovima) i uz/na područjima posebne zaštite (nacionalni parkovi, parkovi prirode, otoci i sl.). Nadalje, novu izgradnju valja usmjeravati i na kampove sa specifičnim vrstama usluga (kamping odmorišta i kamping naselja). Slično kao i u izgradnji hotelskih objekata, nove kampove valja usmjeravati u već urbanizirane prostore i u već 'načete' turističke razvojne zone u kojima za to postoje adekvatne prostorne mogućnosti. Tako bi se smanjio trošak infrastrukturnog opremanja i dugoročno čuvao ukupno raspoloživi razvojni prostor.

Usmjeravanje ponude prema kvaliteti

Riječ je o politici usmjerenoj na već postojeće kampove, a može se postići kroz proizvodnu diferencijaciju, obogaćivanje ponude izvansmještajnih usluga (wellness ponuda, bazeni, sadržaji za djecu i sl.), povećanje kvalitete usluga i raznolikosti smještaja (parceliranje i opremanje jedinica) te podizanje kategorije i povećanje kapaciteta. Aktivnost se odnosi na sve postojeće kampove na atraktivnim lokalitetima u priobalju s manje od 3*.

Uklanjanje poslovnih i razvojnih ograničenja

Osim usklađivanja relevantne legislativa (problematika turističkog zemljišta, koncesije, pomorsko dobro), potrebno je otvoriti i mogućnost izgradnje kamp naselja, ukinuti nepotrebne limite u površini prostora predviđenih za kamp te stvoriti zakonske pretpostavke za lakši razvoj kampova na kontinentu i na prostoru zaštićenih područja.

Unapređenje promocije

Uz izuzetnu kvalitetu prirodnih resursa novi naglasak u promociji je na proizvodnom profiliranju (npr. proizvodi kao što su obiteljski, wellness, luxury, adrenalinski kampovi) i visokokvalitetnoj ponudi (unapređenje smještaja, rekreacija, zabava).

Poticaji

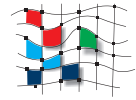
Preferencijalno valja poticati investicijske projekte usmjerene na sadržajno obogaćivanje i/ili unapređivanje ekološke održivosti kampova.

Fiskalni poticaji posebno se odobravaju kampovima koji razvijaju ekološki odgovorne standarde poslovanja. Financijski poticaji odnose se na preferencijalno kreditiranje putem HBOR-a, odnosno bespovratna sredstva za pripremu projektne dokumentacije za male boutique ili eko kampove, kao i za kampove u zaštićenim područjima. Mali kampovi na kontinentu i osjetljivim područjima mogu dobiti i sredstva programa za financiranje razvoja kontinentalnog turizma i turizma na otocima i drugim osjetljivim područjima.

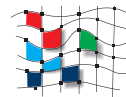
Razvojne aktivnosti

Izravno povezane preporučene mjere/projekti (Izveštaj 11)

- Mjera/projekt 1.3.** Izmjene i dopune Zakona o koncesijama
- Mjera/projekt 1.4.** Izmjene i dopune zakonske regulative vezane uz pomorsko dobro
- Mjera/projekt 1.6.** Usklađivanje zakonskog okvira u funkciji jačanja investicijske aktivnosti
- Mjera/projekt 1.11.** Proaktivna fiskalna politika u turizmu
- Mjera/projekt 1.12.** Izmjene i dopune Zakona o turističkom i ostalom građevinskom zemljištu
- Mjera/projekt 1.14.** Izgradnja sustava informacijske i savjetodavne podrške novim i postojećim poduzetničkim projektima
- Mjera/projekt 1.15.** Program financiranja start-up poduzetničkih projekata
- Mjera/projekt 1.17.** Gospodarsko aktiviranje turistički interesantnih objekata/lokaliteta u posjedu Agencije za upravljanje državnom imovinom
- Mjera/projekt 1.18.** Aktiviranje turistički interesantnih napuštenih vojnih objekata u objekte turističke ponude



<p>Izravno povezane preporučene mjere/projekti (Izveštaj 11)</p>	<p>Mjera/projekt 1.19. Program financiranja turističkog razvoja kontinentalnih područja, otoka i drugih osjetljivih područja</p> <p>Mjera/projekt 2.1. Poticanje unapređenja kamp ponude</p> <p>Mjera/projekt 2.9. Pokretanje novih programa za poticanje razvoja malih i srednjih poduzetničkih poduhvata u turizmu</p> <p>Mjera/projekt 2.10. Izrada sustava poticanja okolišno odgovorne prakse u turizmu ('zeleni turizam')</p> <p>Mjera/projekt 3.7. Regionalni/lokalni programi uređenja i upravljanja plažama</p> <p>Mjera/projekt 3.8. Program turističkog korištenja zaštićenih prirodnih područja</p>
<p>Greenfield investicijski projekti</p>	<p>KONTINENTALNA HRVATSKA</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Zagreb ▪ Osijek ▪ Varaždin ▪ Hrvatsko Podunavlje ▪ Slavonski Brod ▪ uz velike ribnjake (Končanica i sl.) <p>SJEVERNI JADRAN</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Vrhovine ▪ Lokve (Lokvarsko jezero) ▪ Čabar ▪ Kuterevo ▪ Cres <p>JUŽNI JADRAN</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Zabiokovlje ▪ Dubrovnik (Konavle) ▪ Lastovo ▪ Vis
<p>Projekti rekonstrukcije umornih sadržaja postojeće turističke ponude</p>	<p>SJEVERNI JADRAN</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Pula (Pomer) ▪ Medulin (Kažela) ▪ Mali Lošinj (Čikat) ▪ Selce (Uvala Slana) <p>JUŽNI JADRAN</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Baško Polje ▪ Seget ▪ Privlaka (Dalmacija, ex Maritime)
<p>Nositelj aktivnosti</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ministarstvo turizma u suradnji s Ministarstvom graditeljstva i prostornog uređenja
<p>Ostali dionici</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ HBOR ▪ Županije, gradovi/općine ▪ Potencijalni investitori ▪ Lokalno stanovništvo



Program 3. Ponuda privatnog smještaja

Cilj progama	Povećanje kvalitete privatnog smještaja kao najzastupljenijeg oblika smještajne ponude u cilju podizanja konkurentne sposobnosti i unapređenja turističkog imidža Hrvatske.
Ocjena stanja	Na kapacitete privatnog smještaja u domaćinstvima (kuće/stanovi za iznajmljivanje, turistički apartmani, sobe) otpada danas gotovo 50% raspoloživog, statistički registriranog smještajnog kapaciteta Hrvatske. Pritom valja imati na umu činjenicu da nije riječ o homogenoj kategoriji, već da se radi o smještaju različite kvalitativne razine i prezentabilnosti u vlasništvu osoba različitog stupnja osposobljenosti za pružanje turističko-ugostiteljskih usluga. Drugim riječima, radi se o smještajnom kapacitetu različitog konkurentskog potencijala koji nije moguće zadovoljavajuće komercijalizirati na jedinstven način.
Željeni pomak	Bitno usporavanje (po mogućnosti i zaustavljanje) širenja privatnog smještaja (kućanstva). U kvantitativnom iskazu, broj smještajnih jedinica trebao bi ostati na razini iz 2012. godine.
Preduvjeti razvoja	<ul style="list-style-type: none">▪ Poduzetnički orijentiran zakonodavni okvir▪ Adekvatan sustav poticaja

Nova izgradnja

Iako novu izgradnju nije moguće administrativno ograničiti, kroz uvođenje restriktivnih mjera moguće je dio kapaciteta isključiti s tržišta. Radi se o objektima koji nisu potpuno dovršeni (npr. fasada, krovšte, prilaz i hortikultura), odnosno o objektima koji nisu zavedeni u zemljišne knjige.

Usmjeravanje ponude prema kvaliteti

Uvođenje jasnih pravila i procedura kao preduvjeta za provođenje efikasne kvalitativne diferencijacije objekata privatnog smještaja, a što se će postići nadopunom i izmjenama postojećih minimalnih tehničkih standarda opremljenosti te uvođenjem dodatnih kriterija izvrsnosti (kvaliteta usluživanja) prema pojedinim pojavnim oblicima smještaja u kućanstvima, predstavlja ključnu razvojnu mjeru za uspostavu primjerene kvalitete usluživanja. Udovoljanje novim minimalnim standardima predstavlja i temeljni kriterij za zadržavanje prava pružanja usluga smještaja u kućanstvima.

Osim administrativnog reguliranja kvalitete ponude, kvaliteta usluge dodatno će se podići i putem interesnog udruživanja na razini pojedinih oblika smještaja u kućanstvima kako bi se osigurala mogućnost diferenciranja na kvalitativnoj razini, a time i konkurentniji tržišni nastup.

Unapređenje komercijalizacije i promocije

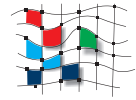
Poticanje kreiranja složenih turističkih proizvoda na razini destinacija u kojima bi se privatni iznajmljivači, posredstvom TZ i/ili specijaliziranih turističkih agencija, udruživali s različitim drugim ponuđačima turističko-ugostiteljskih usluga formirajući sadržajne turističke proizvode s posebno naglašenim lokalnim/autohtonim elementima ponude. U cilju osiguranja učinkovite prodaje osigurava se zajednički nastup preko destinacijskih i/ili specijaliziranih turističkih agencija i/ili internet portala. Kao poseban oblik udruživanja preporuča se i udruživanje u tzv. difuzni hotel koji objedinjava veći broj individualnih ponuđača uravnotežene kvalitete. Riječ je o ponudi većeg broja smještajnih jedinica iste kvalitativne razine u vlasništvu različitih privatnih osoba u istoj destinaciji, a koje se tržišno komercijaliziraju na jedinstven (centraliziran) način. To podrazumijeva postojanje jedinstvene (zajedničke) usluge prodaje i prihvata gostiju, ali i uspostavu tržišne prepoznatljivosti.

Podizanje razine znanja i vještina

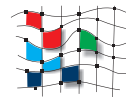
Osiguranje veće kvalitete u sferi privatnog smještaja podrazumijeva i provođenje niza različitih edukativnih aktivnosti posebno krojenih za privatne iznajmljivače u cilju njihovog dodatnog obrazovanja i boljeg razumijevanja brojnih međuovisnosti turističkog privredivanja. Posebno valja ukazati na nužnost uvođenja različitih stručnih, tematski orijentiranih radionica, seminara, on-site treninga i/ili drugih vrsta okupljanja u organizaciji Ministarstva turizma, pri čemu bi njihovo ignoriranje i/ili višestruko neprisustvovanje trebalo dovesti do gubitka statusa privatnog iznajmljivača. Uz ovu ključnu obrazovnu aktivnost, u suradnji s vodećim obrazovnim institucijama, svakako bi valjalo razmisliti i o uvođenju svojevrsnog Nacionalnog programa cjeloživotnog obrazovanja privatnih iznajmljivača s različitim programskim modulima prilagođenim konkretnim potrebama i/ili zahtjevima (planiranje investicije, informatička pismenost, korištenje suvremenih prodajnih alata, pristup sredstvima EU, odnos s gostima, usluživanje, standardi kvalitete i sl.).

Konačno, a kako je poslovni rezultat uvijek povezan i s kvalitetom gradnje pojedinog turističko-ugostiteljskog objekta, individualne iznajmljivače trebalo bi stalno informirati i/ili poučavati o mogućnostima podizanja razine energetske učinkovitosti u njihovim objektima te osigurati pomoć u izradi projektne dokumentacije za apliciranje na primjerene EU fondove.

Razvojne
aktivnosti



Razvojne aktivnosti	Poticanje Uvođenje financijskih poticaja kojima će se (diferencirano i ciljano) stimulirati ponajviše poslovanje privatnih iznajmljivača registriranih kao obrt i/ili tvrtka, ali i najkvalitetnijih oblika privatnog smještaja (npr. vile), odnosno fiskalnih mjera kojima će se destimulirati poslovanje onih vrsta privatnog smještaja koje dugoročno nemaju tržišnu perspektivu. Nadalje, poticaji se odobravaju i za pretvaranje ponude kućanstava u male hotele i pansionere. Financijski poticaji uključuju subvenciju dijela komercijalnih kamata na komercijalne kredite kao i dodjelu bespovratnih sredstava za izradu projektne dokumentacije. Fiskalne mjere destimuliranja neprimjerene smještajne ponude uključuju povećanje paušala na boravišnu pristojbu kao i na dohodak od pružanja usluga.
Izravno povezane preporučene mjere/projekti (Izveštaj 11)	Mjera/projekt 1.11. Proaktivna fiskalna politika u turizmu Mjera/projekt 1.14. Izgradnja sustava informacijske i savjetodavne podrške novim i postojećim poduzetničkim projektima Mjera/projekt 1.15. Program financiranja start-up poduzetničkih projekata Mjera/projekt 2.4. Primjena operativnih standarda i kvalitete usluge u kućanstvima Mjera/projekt 2.5. Kreiranje većeg broja složenih turističkih proizvoda – pilot projekt Mjera/projekt 2.6. Povezivanje individualnih proizvođača zdrave hrane s ugostiteljstvom – pilot projekt Mjera/projekt 2.7. Stvaranje poduzetničkih klastera Mjera/projekt 2.8. Uspostava sustava zajedničkog tržišnog nastupa privatnih iznajmljivača Mjera/projekt 2.9. Pokretanje novih programa za poticanje razvoja malih i srednjih poduzetničkih poduhvata u turizmu Mjera/projekt 2.10. Izrada sustava poticanja okolišno odgovorne prakse u turizmu ('zeleni turizam')
Nositelj aktivnosti	<ul style="list-style-type: none">▪ Ministarstvo turizma
Ostali dionici	<ul style="list-style-type: none">▪ Udruge privatnih iznajmljivača▪ Komercijalne banke▪ Pružatelji usluga



2.2. PROGRAMI RAZVOJA SPECIFIČNIH SADRŽAJA TURISTIČKE PONUDE

Program

4.

Golf ponuda

Cilj programa

Podizanje razine konkurentnosti hrvatskog turizma razvojem međunarodno prepoznatljive ponude golfa kao faktora diversifikacije proizvodnog portfelja, povećanja prihoda od turizma, unapređenja destinacijskog imidža i produljenja turističke sezone.

Ocjena stanja

Ponuda golfa danas uključuje četiri golf igrališta s 18 rupa (Umag-Savudrija, Brijuni, Zagreb, Krašić), dva manja igrališta s devet rupa (Sveti Martin, Zagreb) i nekoliko vježbališta na više različitih lokacija. Uslijed malog broja igrališta i njihove prostorne disperzije postojeća ponuda ne sačinjava konkurentan turistički proizvod. Razvoj golfa opterećen je i negativnim imidžom u dijelu domaće javnosti.

Željeni pomak

Razvoj 25 do 35 visoko kvalitetnih golf igrališta pretežito 'rekreativnog', a u manjoj mjeri i 'natjecateljskog' karaktera, organiziranih u više regionalnih grozdova. Kvaliteta se ogleda u vrhunski projektiranim i okolišno odgovornim igralištima uklopljenim u razvijenu ponudu smještaja, uključujući i vrhunske brendirane hotele, te ponudu sadržaja posebice iz domene eno-gastronomije, wellnesa i talasoterapije. Okolišno osjetljiva i igrališta projektirana u skladu s prirodnim okruženjem prepoznatljiv su i diferencirajući atribut nove golf ponude u Hrvatskoj.

Preduvjeti razvoja

- Promjena negativnog imidža golfa u dijelu domaće javnosti
- Usklađivanje zakonske regulative i prostorno planske dokumentacije
- Reguliranje vlasničkih odnosa
- Osmišljavanje konkurentnih projekata
- Osiguravanje izvora financiranja

Razvojne aktivnosti

Nova izgradnja

Golf ponuda se razvija u grozdovima (oko 5 igrališta na međusobnoj udaljenosti od oko 1h vožnje automobilom). Golf grozdovi se planiraju na područjima koja su lako dostupna, klimatski povoljna, dobro infrastrukturno opremljena te u blizini većih turističkih i/ili urbanih aglomeracija. Posebna pažnja posvećena je ekološkoj održivosti (npr. preferiranje devastiranih područja, ograničavanje gradnje u zaštićenim i prostorima s ograničenom dostupnosti vode, ograničavanje invazivnih zahvata u prostor i pejzaž, itd.).

Mogući modeli razvoja golf ponude

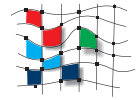
Golf igrališta bez komercijalnih smještajnih objekata – igrališta se grade u blizini većih postojećih koncentracija komercijalne smještajne ponude, a nastaju kao samostalni (javni) sportski kompleksi u kojima je moguća i manja izgradnja uobičajenih pratećih sadržaja. Model se zasniva na javnom ili javno-privatnom ulaganju/partnerstvu u kojima tipično sudjeluje država i/ili jedinica lokalne samouprave (osiguranjem zemljišta, prostorno planske dokumentacije te dijela investicije) i turistički (hotelski) gospodarski subjekti s područja destinacije (osiguranjem sredstava za financiranje izvedbe). Upravljanje golf igralištem povjerava se specijaliziranoj profesionalnoj organizaciji čiji izvor prihoda proizlazi iz poslovanja golf igrališta.

Hotelski resort projekti s golfom – hotelski kompleksi koji se grade na području planiranih turističkih zona te koji, između ostalih sadržaja, uključuju ponudu golfa. Moguća je i specijalizacija odnosno pozicioniranje pojedinih hotelskih kompleksa kao integriranih golf resorta. Golf igralištem može upravljati menadžment resorta ili se upravljanje može povjeriti specijaliziranoj profesionalnoj organizaciji čiji izvor prihoda proizlazi iz poslovanja golf igrališta.

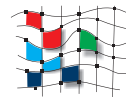
Golf igrališta s pratećim smještajnim objektima – igrališta se grade na području planiranih zona sporta i rekreacije uz mogućnost izgradnje pratećih smještajnih objekata u kontaktnim građevinskim zonama kako bi se u cjelini osigurala veća isplativost investicije te postojanost potražnje i potrošnje. Upravljanje golf igralištem povjerava se specijaliziranoj profesionalnoj organizaciji čiji izvor prihoda proizlazi iz poslovanja golf igrališta.

Odabir prioritetnih lokacija i razvoj projekata

Lokacije za razvoj golf grozdova detektiraju se temeljem inventarizacije zemljišta u javnom vlasništvu. Na toj se osnovi, potom, pristupa reviziji županijskih prostornih planova. Revizija prostornih planova podrazumijeva i mogućnost smještaja golf igrališta u (javne) zone namijenjene sportu i rekreaciji. Na temelju revidiranih prostornih planova utvrđuju se razvojni prioriteti i pokreće priprema potrebne projektne dokumentacije za privlačenje investitora. Izradi projektne dokumentacije poželjno je pristupiti na razini pojedinih golf grozdova, ali, u sklopu cjeline, pripremiti i dokumentaciju za svako pojedino igralište. U izradu projektne dokumentacije poželjno je uključiti stručnjake s međunarodnim iskustvom u projektiranju, gradnji i poslovanju golf kompleksa.



<p>Razvojne aktivnosti</p>	<p>Pokretanje programa informiranja javnosti U cilju bolje percepcije golfa u javnosti, osmišljava se i pokreće program senzibiliziranja javnosti o bitnim obilježjima golf turizma i kako on kvalitativno pridonosi turizmu Hrvatske. U sklopu programa razrađuju se različiti moduli namijenjeni različitim publikama, uključujući predstavnike jedinica lokalne samouprave, stručnu i opću javnost. Također se razrađuju različiti oblici diseminacije informacija (npr. stručne prezentacije, tiskani materijali, aktivnosti lobiranja, itd.).</p> <p>Poticaji S obzirom na to da je riječ o inicijalnoj fazi razvoja ovih specifičnih sadržaja turističke ponude, poželjno je višestruko fiskalno i financijsko poticanje. Financijski poticaji uključuju bespovratna sredstva u infrastrukturu opremanje lokaliteta, uključujući i izmjenu prostorno planske dokumentacije. S druge strane, fiskalni poticaji odnose se na djelomično ili potpuno oslobađanje plaćanja nekih komunalnih naknada kao i djelomično ili potpuno oslobađanje koncesijske naknade za javna golf igrališta bez smještajnih objekata. Fiskalni poticaji uključuju i oslobađanje od obveze plaćanja poreza na dobit sukladno odrednicama izmijenjenog i dopunjenog Zakona o poticanju ulaganja.</p>
<p>Izravno povezane preporučene mjere/projekti (Izveštaj 11)</p>	<p>Mjera/projekt 1.1. Izmjene i dopune Zakona o prostornom uređenju i gradnji Mjera/projekt 1.6. Usklađivanje zakonskog okvira u funkciji jačanja investicijske aktivnosti Mjera/projekt 1.19. Program financiranja turističkog razvoja kontinentalnih područja, otoka i drugih osjetljivih područja Mjera/projekt 2.10. Izrada sustava poticanja okolišno odgovorne prakse u turizmu ('zeleni turizam') Mjera/projekt 3.1. Definiranje jedinstvenih kriterija za strateško planiranje turističkog razvoja i utvrđivanje prioritetnih turističkih razvojnih zona Mjera/projekt 3.2. Izrada/revizija strateških dokumenata turističkog razvoja na županijskoj i lokalnoj razini Mjera/projekt 3.11. Provedba programa proizvodne orijentacije u turizmu Mjera/projekt 3.12. Akcijski plan razvoja golf ponude Mjera/projekt 4.3. Priprema međunarodnih natječaja za privlačenje strateških ulagača Mjera/projekt 4.4. Organizacija investicijskih konferencija i periodični obilasci potencijalnih investitora ('road show')</p>
<p>Razvojni projekti</p>	<p>KONTINENTALNA HRVATSKA</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Grozd Središnja Hrvatska: (1) Golf & country club Zagreb, Blato, (2) Golf Club Dolina Kardinala, Krašić; (3) Golf centar Novi Dvori, Zaprešić; (5) Spa&Sport Resort Sv. Martin; (6) Draškovec Spa & Golf Resort, Prelog ▪ Grozd Slavonija: (1) Područje Osijeka; (2) Podunavlje na području Vukovar-Ilok <p>SJEVERNI JADRAN</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Grozd Sjeverna Istra: (1) Fratarska šuma, Brtonigla; (2) Vrnjak, Grožnjan; (3) Prašćarija, Novigrad ▪ Grozd Središnja Istra: (1) Stancija Špin, Tar-Vabriga; (2) Stancija Grande, Vrsar; (3) Kloštar, Vrsar; (4) San Marco, Rovinj; (5) San Polo-Kolone, Bale ▪ Grozd Južna Istra: (1) Lobarika, Marčana; (2) Muzil, Pula; (3) Marlera, Ližnjan ▪ Grozd Kvarner: (1) Područje Brseč-Mošćenička Draga; (2) Područje Dobrinj - Čičići, otok Krk; (3) Područje Omišalj, otok Krk <p>JUŽNI JADRAN</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Grozd Dalmacija – Zadar: (1) Područje Tustica-Sukošan; (2) Baštijunski brig -Vransko jezero; (3) Područje Posedarje ▪ Grozd Dalmacija – Šibenik/Split: (1) Područje Sinjsko polje; (2) Područje Skradina; (3) Područje Zabiokovlja ▪ Grozd Dalmacija – Dubrovnik: (1) Područje Čilipi-Miočići; (2) Područje Srđ-Zvekovica
<p>Nositelj aktivnosti</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ministarstvo turizma u suradnji s Ministarstvom graditeljstva i prostornog uređenja te Ministarstvom zaštite okoliša i prirode
<p>Ostali dionici</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Županije, gradovi/općine ▪ Potencijalni investitori ▪ Lokalno stanovništvo ▪ Hrvatska golf udruga (HGU)



Program 5. Zdravstveni turizam

Cilj programa Podizanje konkurentnosti kroz osuvremenjivanje postojeće ponude i razvoj novih sadržaja zdravstvenog turizma u funkciji pojačane tržišne penetracije na tržišta okolnih zemalja.

Ocjena stanja Zdravstveni turizam je u 2010. godini na globalnoj razini generirao prihod od oko 200 milijardi US\$ uz rast između 15% i 20%. S obzirom na trend starenja populacije, ali i rastuću orijentaciju ka 'zdravom životu' i zdravstvenoj prevenciji očekuje se da će zdravstveni turizam biti jedan od glavnih motiva putovanja u budućnost. Daljnji razvoj i rast proizvoda zasniva se na sadržajnoj diversifikaciji lječilišno topličkih centara i daljnjem razvoju turističke talasoterapije.

Ponuda proizvoda zdravstvenog turizma ima dugu tradiciju u Hrvatskoj, od brojnih topličkih destinacija kontinentalnog dijela zemlje do gorskih i obalnih klimatskih lječilišta. Hrvatska je i dalje pozitivno predisponirana za ovaj oblik turističke ponude kako zbog blizine velikim tržištima, prirodne ljepote i povoljne klime, sigurnosti zemlje i razvijenih turističkih kapaciteta, tako i zbog konkurentnih cijena i općenito dobre reputacije zdravstvenih usluga.

Željeni pomak Iako zdravstveni turizam uključuje i ponudu wellnessa i medicinskog turizma, daljnji razvoj i rast zdravstvenog turizma zasniva se ponajviše na sadržajnoj diversifikaciji lječilišno topličkih centara kontinentalne Hrvatske i daljnjem razvoju turističke talasoterapije na Jadranu. Nositelji ponude i imidža zdravstvenog turizma u Hrvatskoj su profilirane termalne/talasoterapijske destinacije koje istodobno omogućavaju pružanje usluga u sferi medicinskog turizma kao i ponudu wellnessa i niza rekreacijskih sadržaja.

- Preduvjeti razvoja**
- Promjenom odredbi Zakona o zdravstvenoj zaštiti, uspostaviti jasne institucionalne preduvjete koji će omogućiti postojećim specijalnim bolnicama da se, uz postojeće medicinske usluge, pojačano orijentiraju i na ponudu usluga zdravstvenog turizma
 - Jednakopravno korištenje ljekovite termalne vode od institucija u sustavu javnog zdravstva i vlasnika različitih sadržaja komercijalne zdravstveno-lječilišne ponude

Sadržajna diversifikacija termalnih/talaso lječilišta

S izuzetkom nekoliko pokušaja osuvremenjivanja ponude, hrvatska termalna lječilišta su zastarjela kako s aspekta dotrajlosti objekata i opreme, tako i s aspekta ponude zdravstvenih programa namijenjenih ponajviše turističkom tržištu. Polazeći od značajki prirodnog činitelja (termalna voda, ljekovito blato, more i sl.), hrvatska lječilišta moraju se sadržajno profilirati i tržišno specijalizirati kako bi se smanjila njihova poslovna ovisnost o korisnicima HZZO sustava odnosno kako bi se u većoj mjeri privukla platežno sposobna turistička potražnja. Profiliranje pojedinih termalnih lječilišta/talaso-destinacija temelji se na prepoznavanju dominantne teme (primjerice, specifičnost prirodnog ljekovitog činitelja, kvaliteta medicinskih programa, holistički pristup zdravlju, bogatstvo wellness/fitness i/ili rekreacijske ponude, kvaliteta smještaja i pratećih usluga, uređenost i autentičnost mjesta, komunalni standard i/ili ekološka svijest).

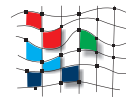
Osvremenjivanje ponude postojećih termalnih/talaso lječilišta

Uz postojeće sadržaje pretežito namijenjene bolesnim osobama, a koje valja bitno osvježiti novim ulaganjima, sve centre zdravstvenog turizma valja dodatno opremiti sadržajima primjerenim potrebama različitih segmenata potencijalnih korisnika medicinskih, zdravstvenih i wellness te rekreacijskih usluga. Osim osuvremenjivanja i/ili izgradnje dijagnostičkih i terapijskih centara, to se posebno odnosi na podizanje kvalitete smještajnih kapaciteta (izjednačavanje s hotelskim standardima više kategorije) kao i na uređenje/izgradnju određenog broja zabavnih sadržaja ('water fun' parkovi, sportski sadržaji, sadržaji za provođenje slobodnog vremena i sl.). U tom smislu valja procijeniti mogućnosti i oportunitnost poslovnog razdvajanja bolničkih sadržaja od ponude sadržaja zdravstvenog wellnessa. Konačno, u cilju fizičkog odvajanja osoba na liječenju od turističke zdravstvene/wellnes potražnje, uz osiguranje odvojenog smještaja, treba dodatno poraditi na režimu korištenja zdravstveno-terapeutskih sadržaja, ambijentalnim značajkama mjesta (hortikultura i parkovna arhitektura, uređenje šetnica i biciklističkih staza, ugostiteljstvo i sl.).

Nova izgradnja sadržaja zdravstvenog turizma

Uz izgradnju novih smještajnih (hotelskih) objekata vezanih uz postojeća termalna/talaso lječilišta (specijalne bolnice), a na lokalitetima u neposrednoj blizini postojećih lječilišta (uz osiguranje pristupa prirodnim ljekovitim činiteljima), potrebno je uspostaviti i nekoliko potpuno novih zdravstveno-turističkih centara/destinacija. U njihovom osmišljavanju i izvedbi valja se pridržavati svih odrednica suvremenog zdravstveno-turističkog proizvoda. To podrazumijeva, ovisno o pozicioniranju i raspoloživosti/kvaliteti prirodnih ljekovitih činitelja, uspostavu cjelovitog lanca vrijednosti (medicinski tretmani, wellness tretmani, zabavno-rekreacijska ponuda, hotelski smještaj).

Prilikom izgradnje novih sadržaja zdravstvenog turizma posebno je važno osigurati poštivanje ekološki odgovornog ponašanja i naglašavanja ambijentalnih značajki prostora.



Strateško povezivanje i suradnja s nekoliko globalno/regionalno poznatih centara medicinskog turizma

U cilju osiguranja kvalitete usluge i željenog tržišnog penetriranja u kratkom roku, valja razmišljati o mogućnostima različitih oblika strateškog povezivanja s međunarodno prepoznatljivim/etabliranim pružateljima usluga zdravstvenog i medicinskog turizma u zemljama relevantnog konkurentskog kruga (Austrija, Italija, Njemačka, Mađarska, Slovenija).

Razvojne aktivnosti

Poticaji

Budući da je najveći broj objekata zdravstveno-turističke ponude lociran na kontinentu, poželjno je značajno fiskalno i financijsko poticanje. Financijski poticaji uključuju bespovratna sredstva u infrastrukturu opremanje lokaliteta, uključujući i izmjenju prostorno planske dokumentacije. Financiranje izgradnje javne infrastrukture, uključujući i sufinanciranje projekata koji su ostvarili pravo na korištenje EU fondova, moguće je osigurati iz sredstava budućeg programa za financiranje turističkog razvoja kontinentalnih područja, otoka i drugih osjetljivih područja. S druge strane, fiskalni poticaji odnose se na djelomično ili potpuno oslobađanje plaćanja nekih komunalnih naknada kao i djelomično ili potpuno oslobađanje koncesijske naknade na termalne izvore i zemljište. Fiskalni poticaji uključuju i oslobađanje od obveze plaćanja poreza na dobit sukladno odrednicama izmijenjenog i dopunjenog Zakona o poticanju ulaganja.

Izravno povezane preporučene mjere/projekti (Izveštaj 11)

- Mjera/projekt 1.1.** Izmjene i dopune Zakona o prostornom uređenju i gradnji
- Mjera/projekt 1.3.** Izmjene i dopune Zakona o koncesijama
- Mjera/projekt 1.6.** Usklađivanje zakonskog okvira u funkciji jačanja investicijske aktivnosti
- Mjera/projekt 1.7.** Upoznavanje nositelja javne vlasti, političkih stranaka, poduzetnika i gospodarskih udruga o učincima i potencijalu turizma
- Mjera/projekt 1.11.** Proaktivna fiskalna politika u turizmu
- Mjera/projekt 1.16.** Izrada i provedba programa privatizacije turističkih poduzeća u većinskom državnom vlasništvu
- Mjera/projekt 1.21.** Nacionalni program cjeloživotnog obrazovanja za djelatnike u turizmu
- Mjera/projekt 2.10.** Izrada sustava poticanja okolišno odgovorne prakse u turizmu ('zeleni turizam')
- Mjera/projekt 3.2.** Izrada/revizija strateških dokumenata turističkog razvoja na županijskoj i lokalnoj razini
- Mjera/projekt 3.11.** Provedba programa proizvodne orijentacije u turizmu
- Mjera/projekt 3.13.** Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma

Prioritetne brownfield lokacije/subjekti za ulaganja

KONTINENTALNA HRVATSKA

- Hrvatsko Zagorje (nastavak aktivnosti na formiranju prepoznatljivog termalnog grozda)
- Varaždin, Daruvar, Lipik, Bizovac i Topusko (revitalizacija, dogradnja sadržaja i tržišno repositioniranje termi)

SJEVERNI JADRAN

- Opatija (Talasoterapija)
- Crikvenica (Thalassotherapia - specijalna bolnica za medicinsku rehabilitaciju)
- Veli Lošinj (Specijalna bolnica)

JUŽNI JADRAN

- Vela Luka - obogaćivanje sadržaja i kvalitete ponude postojećeg balneoterapijskog centra

Prioritetne greenfield lokacije/subjekti za ulaganja

KONTINENTALNA HRVATSKA

- Naftalan (Ivanić Grad)
- Draškovec (općina Prelog)
- Daruvarske Toplice (novi spa hoteli)
- Sv. Ivan Zelina

SJEVERNI JADRAN

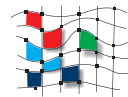
- Opatija (Talasoterapija, novi smještajni kapaciteti)
- Crikvenica (Thalassotherapia - specijalna bolnica za medicinsku rehabilitaciju, novi smještajni kapaciteti)

JUŽNI JADRAN

- Nin - balneoterapijski centar
- Trpanj - balneoterapijski hotel

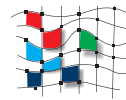
Nositelj aktivnosti

- Ministarstvo turizma u suradnji s Ministarstvom zdravlja i Ministarstvom graditeljstva i prostornog uređenja

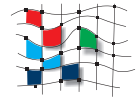


**Ostali
dionici**

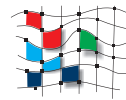
- 'Toplice'
- Županije, gradovi/općine
- Potencijalni investitori
- HZZO
- Lokalno stanovništvo



Program 6. Nautički turizam - jahting	
Cilj programa	Obogaćivanje sadržaja i kvalitete ponude u funkciji dugoročno održivog upravljanja prostorom i zaštite mora, ali i stvaranja preduvjeta za produljenje sezone, privlačenje novih tržišnih segmenata i povećanje turističke potrošnje.
Ocjena stanja	Hrvatska ima sve preduvjete ne samo za daljnji rast nautičkog turizma - jahtinga, nego i da, uz odgovarajuću razvojnu politiku, postane najpoželjnija mediteranska jahting destinacija. Iako je hrvatski jahting proizvod izuzetno međunarodno konkurentan, postojeća jahting infra i suprastruktura, ali i neka institucionalna rješenja (nedefinirane granice pomorskog dobra i s tim u vezi nemogućnost izdavanja koncesija za izgradnju marina) postaju sve veće ograničenje daljnjeg rasta i razvoja nautičkog turizma - jahtinga. Nautički turizam - jahting u Hrvatskoj nekoliko zadnjih godina stoga obilježava stagnacija u razvoju ponude novih vezova u marinama.
Željeni pomak	Sukladno Strategiji razvoja nautičkog turizma Hrvatske, uz povećanje kvalitete postojećih luka nautičkog turizma, predviđa se izgradnja 15.000 novih vezova, od čega 5.000 u moru u marinama, 5.000 u lukama otvorenim za javni promet i 5.000 na kopnu. Podizanje konkurentnosti proizvoda podrazumijeva izgradnju do pet marina podesnih za prihvat plovila većih od 50 metara. To uključuje stalne i tranzitne vezove.
Preduvjeti razvoja	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Inventarizacija zemljišta u javnom vlasništvu i revizija prostornih planova u cilju prepoznavanja/ rezervacije prostora za izgradnju nekoliko novih luka nautičkog turizma, uključujući i marine za mega jahte ▪ Prilagodba zakonskih rješenja
Razvojne aktivnosti	<p>Nova izgradnja Izgradnju novih vezova valja primarno usmjeravati u postojeće luke nautičkog turizma i luke otvorene za javni promet kao i u devastirane prostore te prostore gdje već postoji djelomično izgrađena infrastruktura. Nova izgradnja podrazumijeva primjenu novih tehnologija i ekoloških standarda u zaštiti okoliša (uključujući preuzimanje i odgovarajući tretman crnih i sivih voda, odgovarajuće tretiranje separiranog otpada, korištenje za okoliš neinvazivnih premaza trupa plovila na stalnom vezu itd.).</p> <p>Podizanje kvalitete U postojećim i novim lukama nautičkog turizma kao i lukama otvorenim za javni promet potrebno je obogaćivati ponudu usluga i podizati razinu kvalitete usluga koje se pružaju plovilima, putnicima i posadi. Dodatno je potrebno podići razinu kvalitete postojećih sidrišta te osigurati naplatu pruženih usluga.</p> <p>Eko orijentacija Uspostavljanje mjerila 'Prijatelja okoliša' za marine kao i uspostava prihvatljivih ekoloških standarda vezanih uz tretman crnih i sivih voda, odgovarajuće tretiranje separiranog otpada, korištenje za okoliš neinvazivnih premaza trupa plovila na stalnom vezu. Na određenim područjima potrebno je procijeniti i opravdanost zabrane sidrenja preko noći izvan sustava luka i sidrišta.</p> <p>Brendiranje Razvoj programa uključuje i potrebu stvaranja međunarodno prepoznatljivog brenda zasnovanog na hrvatskom nautičkom stilu života (npr. kreiranje tematskih itinerera i programa boravka na kopnu koji bi uključivali gastronomiju, sport, pješačke i biciklističke ture na otocima itd.; kreiranje specijalizirane ponude na kopnu za goste s mega jahti; organizacija manifestacija poput regata, festivala, sajмова i sl.).</p> <p>Poticaji Razvoj luka nautičkog turizma potiče se sukladno odredbama izmijenjenog i dopunjenog Zakona o poticanju ulaganja. U slučaju izgradnje novih luka nautičkog turizma moguće je koristiti preferencijalno kreditiranje preko HBOR-a. Dodatni poticaji mogući su kroz korištenje sredstava budućeg programa za financiranje turističkog razvoja kontinentalnih područja, otoka i drugih osjetljivih područja (financiranje infrastrukture). Sredstva programa moguće je koristiti i za sufinanciranje projekata za koje su osigurana sredstva iz strukturnih EU fondova. Fiskalni poticaji uključuju i izjednačavanje stope PDV-a na usluge smještaja plovila u lukama nautičkog turizma s uslugama smještaja u ostalim oblicima komercijalne ponude.</p>
Izravno povezane preporučene mjere/projekti (Izveštaj 11)	<p>Mjera/projekt 1.1. Izmjene i dopune Zakona o prostornom uređenju i gradnji</p> <p>Mjera/projekt 1.2. Izmjene i dopune Zakona o radu</p> <p>Mjera/projekt 1.3. Izmjene i dopune Zakona o koncesijama</p> <p>Mjera/projekt 1.4. Izmjena i dopuna zakonske regulative vezane uz pomorsko dobro</p> <p>Mjera/projekt 1.5. Projekt unapređenja legislative u jahtingu</p> <p>Mjera/projekt 1.6. Usklađivanje zakonskog okvira u funkciji jačanja investicijske aktivnosti</p> <p>Mjera/projekt 1.11. Proaktivna fiskalna politika u turizmu</p>



<p>Izravno povezane preporučene mjere/projekti (Izvještaj 11)</p>	<p>Mjera/projekt 1.17. Gospodarsko aktiviranje turistički interesantnih objekata/lokaliteta u posjedu Agencije za upravljanje državnom imovinom</p> <p>Mjera/projekt 1.18. Aktiviranje turistički interesantnih napuštenih vojnih objekata u objekte turističke ponude</p> <p>Mjera/projekt 1.19. Program financiranja turističkog razvoja kontinentalnih područja, otoka i drugih osjetljivih područja</p> <p>Mjera/projekt 2.5. Kreiranje većeg broja složenih turističkih proizvoda – pilot projekt</p> <p>Mjera/projekt 2.6. Povezivanje individualnih proizvođača zdrave hrane s ugostiteljstvom – pilot projekt</p> <p>Mjera/projekt 2.10. Izrada sustava poticanja okolišno odgovorne prakse u turizmu ('zeleni turizam')</p> <p>Mjera/projekt 3.1. Definiranje jedinstvenih kriterija za strateško planiranje turističkog razvoja i utvrđivanje prioriteta razvojnih zona</p> <p>Mjera/projekt 3.2. Izrada/revizija strateških dokumenata turističkog razvoja na županijskoj i lokalnoj razini</p> <p>Mjera/projekt 3.11. Provedba programa proizvodne orijentacije u turizmu</p> <p>Mjera/projekt 3.16. Akcijski plan razvoja nautičkog turizma – jahtinga</p>
<p>Prioritetne lokacije/subjekti za ulaganja</p>	<p>SJEVERNI JADRAN</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Lošinj (eko marina) ▪ Novi Vinodolski ▪ Rijeka (marina za mega jahte) ▪ Opatija ▪ Novigrad ▪ Pula (marina za mega jahte) ▪ Dragonera - Porto Maricchio <p>JUŽNI JADRAN</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Split (marina za mega jahte) ▪ Ston (eko marina) ▪ Orebić ▪ Vela Luka ▪ Vis ▪ Prevlaka ▪ Okolica Dubrovnika (marina za mega jahte)
<p>Nositelj aktivnosti</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ministarstvo turizma u suradnji s Ministarstvom graditeljstva i prostornog uređenja i Ministarstvom pomorstva, prometa i infrastrukture
<p>Ostali dionici</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Županije, gradovi/općine ▪ Potencijalni investitori ▪ Lokalno stanovništvo



Program 7. Tematski parkovi

Cilj programa Obogaćivanje sadržaja ponude u funkciji ubrzanja procesa turističkog razvoja, povećanja intenziteta turističke aktivnosti i povećanja turističke potrošnje na kontinentu.

Ocjena stanja

Tematski/zabavni parkovi kao skup različitih zabavnih aktivnosti i atrakcija su velik i važan segment turističke ponude budući da mogu predstavljati osnovni motiv putovanja, ali i sadržaj različitih turističkih proizvoda. Oni obuhvaćaju tematski i sadržajno povezane aktivnosti primjerene ciljanim tržišnim segmentima, a karakteriziraju ih tematizirani sadržaji, artikulirani pejzaž i građevine koje omogućavaju različite oblike interpretacije i interaktivnog sudjelovanja posjetitelja.

Iako tematski parkovi značajno sadržajno obogaćuju destinacijski lanac vrijednosti te stvaraju bitne preduvjete za produljenje sezone, njihovom razvoju u Hrvatskoj, s izuzetkom nekoliko 'water fun' parkova, nije do sada posvećivana gotovo nikakva pažnja. To je rezultiralo gotovo potpunim nepostojanjem ovog segmenta turističke ponude u Hrvatskoj.

Željeni pomak

Uspostava desetak novih tematskih parkova različite tematike relativno ravnomjerno raspoređenih u sve tri turističke makroregije Hrvatske.

Preduvjeti razvoja

- Inventarizacija zemljišta u javnom vlasništvu
- Revidiranje županijskih, odnosno gradskih/općinskih prostornih planova kako bi se osigurali prikladni lokaliteti za izgradnju primjerenog broja tematskih parkova

Razvojne aktivnosti

Izgradnja sadržajno diferenciranih tematskih parkova

U cilju privlačenja što je moguće veće potražnje (različiti tržišne niše) tijekom cijele godine zabavne parkove treba sadržajno diferencirati kako bi se stvorio sustav međusobno komplementarnih sadržaja. U tom smislu potrebno je uspostaviti relativno uravnoteženu ponudu tematskih parkova posvećenih (obiteljskoj) rekreaciji (osobito vodeni parkovi), podizanju adrenalina (adrenalinski parkovi) ili edukaciji (znanstveni i tehnološki parkovi).

Izgradnja tematskih parkova različite privlačne moći

Prilikom osmišljavanja međusobno komplementarnog sustava tematskih parkova, posebno valja voditi računa da svi parkovi ne mogu (i ne trebaju) imati istu autonomnu privlačnu moć. Drugim riječima, uz izgradnju nekoliko tematskih parkova međunarodne prepoznatljivosti, potrebno je izgraditi i nekoliko parkova regionalnog značenja namijenjenih ponajviše domaćoj izletničkoj potražnji. U tom smislu, zabavno-poučni i edukativni park posvećen N. Tesli zasigurno može imati veću međunarodnu prepoznatljivost od water fun parka u Samoboru (Šmidhen) ili zabavno-pučnog parka posvećenog izumima S. Penkale. Posebno valja razmišljati i o mogućoj suradnji s nekim od vodećih svjetskih brendova na području tematskih parkova (Disney, Universal Studio, Asterix, Legoland i sl.).

Pogodne lokacije

Utvrđivanje prioritetnih lokaliteta za razvoj tematskih parkova valja temeljiti na kriterijima kao što su blizina velikih gradskih aglomeracija, sezonska koncentracija turističke potražnje, prometna dostupnost, mogućnost cjelogodišnjeg korištenja, raspoloživost zemljišta u javnom vlasništvu i sl.

Poticaji

Sobzirom na to da je riječ o inicijalnoj fazi razvoja ovih specifičnih sadržaja turističke ponude, poželjno je višestruko fiskalno i financijsko poticanje. Financijski poticaji uključuju bespovratna sredstva u infrastrukturno opremanje lokaliteta, uključujući i izmjenu prostorno planske dokumentacije. Fiskalni poticaji odnose se ponajviše na oslobađanje obveze plaćanja poreza na dobit tijekom prvih nekoliko godina predvidivog poslovanja (sukladno odredbama izmijenjenog i dopunjenog Zakona o poticanju ulaganja), kao i oslobađanje plaćanja nekih komunalnih naknada. Dodatno, za projekte koji osiguravaju međunarodnu prepoznatljivost, moguće je osigurati niži iznos koncesijske naknade za korištenje zemljišta (trajno ili u prvih nekoliko godina poslovanja).

Izravno povezane preporučene mjere/projekti (Izveštaj 11)

Mjera/projekt 1.1. Izmjene i dopune Zakona o prostornom uređenju i gradnji

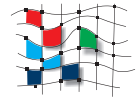
Mjera/projekt 1.3. Izmjene i dopune Zakona o koncesijama

Mjera/projekt 1.6. Usklađivanje zakonskog okvira u funkciji jačanja investicijske aktivnosti

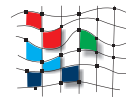
Mjera/projekt 1.11. Proaktivna fiskalna politika u turizmu

Mjera/projekt 1.18. Aktiviranje turistički interesantnih napuštenih vojnih objekata u objekte turističke ponude

Mjera/projekt 1.19. Program financiranja turističkog razvoja kontinentalnih područja, otoka i drugih osjetljivih područja



<p>Izravno povezane preporučene mjere/projekti (Izvještaj 11)</p>	<p>Mjera/projekt 3.1. Definiranje jedinstvenih kriterija za strateško planiranje turističkog razvoja i utvrđivanje prioritetnih razvojnih zona</p> <p>Mjera/projekt 3.2. Izrada/revizija strateških dokumenata turističkog razvoja na županijskoj i lokalnoj razini</p> <p>Mjera/projekt 3.11. Provedba programa proizvodne orijentacije u turizmu</p> <p>Mjera/projekt 3.15. Akcijski plan razvoja tematskih parkova</p>
<p>Prioritetne greenfield lokacije/subjekti za ulaganja</p>	<p>KONTINENTALNA HRVATSKA</p> <p>‘Water fun’ parkovi</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Varaždinske Toplice, Topusko, Lipik, Samobor (Šmidhen), Osijek <p>Zabavno-poučni parkovi</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Krapina - park krapinskog pračovjeka ▪ Vukovar - park posvećen Vučedolskoj kulturi, odnosno životu na ovim prostorima u vremenu oko 3.000 godina prije Krista ▪ Sjeverozapadna Hrvatska - primjerice park profesora Baltazara <p>Tematski parkovi</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Slavonski Brod (alternativno Ogulin) - park inspiriran bajkama Ivane Brlić Mažuranić ▪ Bjelovarsko-bilogorska županija - park inspiriran likovima Mate Lovraka <p>SJEVERNI JADRAN</p> <p>Zabavno-poučni parkovi</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Tehnološki park Nikola Tesla (Gospić-Smiljan) ▪ Park Voz Peškera (Krk) - adrenalinski park <p>Tematski parkovi</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Park Datule (Barbariga) posvećen prehistorijskim reptilima <p>JUŽNI JADRAN</p> <p>Zabavno-poučni parkovi</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Dubrovnik - zabavno-poučni i/ili tehnološki park Ruđer Bošković/Marin Getaldić ▪ Šibenik - zabavno-poučni park Faust Vrančić <p>Tematski parkovi</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Split/Dugopolje - 101 dalmatiner ▪ Sinjsko polje - ‘terra alka’ ▪ Zadarsko zaleđe - Winnetouland - posvećen likovima (tematici) iz romana Karla Maya ▪ Zabiokovlje - posvećen likovima (tematici) iz romana Prosjaci i sinovi Ivana Raosa
<p>Nositelj aktivnosti</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ministarstvo turizma u suradnji s Ministarstvom graditeljstva i prostornog uređenja i Ministarstvom kulture
<p>Ostali dionici</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Županije, gradovi/općine ▪ Potencijalni investitori ▪ Lokalno stanovništvo



Program 8. Eko turistička ponuda

Cilj programa Obogaćivanje sadržaja ponude u funkciji produljenja sezone, ravnomjernije prostorne disperzije turističke aktivnosti i povećanja turističke potrošnje.

Ocjena stanja Procjenjuje se da je oko 3% međunarodnih odmorišnih putovanja motivirano ekoturizmom. Podržan rastućom ekološkom svijesti kupaca, proizvod pokazuje snažan rast (između 10% i 20% godišnje). Ekoturizam se najčešće povezuje s proizvodima avanturističkog turizma (planinarsko-alpinistički, kajakaštvo, rafting, ekstremni sportovi), turizma u prirodi i ruralnog turizma.

U ovom trenutku eko turistička ponuda u Hrvatskoj gotovo da ne postoji ponajviše zbog nedostatka osnovnih infrastrukturnih preduvjeta, educiranih kadrova kao i relevantnih ekonomskih poticaja. Nadalje, potreba za razvojem eko turizma nedovoljno je prepoznata i od strane nositelja turističke politike na nacionalnoj, regionalnoj i lokalnoj razini.

Neovisno o tome, raspoloživost, atraktivnost i očuvanost prirodnih resursa kao i činjenica da se oko 12% hrvatskog teritorija nalazi pod zaštitom upućuje na zaključak da Hrvatska ima izrazit potencijal za razvoj ekoturizma.

Željeni pomak Uspostaviti imidž Hrvatske kao jedne od vodećih mediteranskih eko destinacija kroz izgradnju desetak većih eko resorta (zona) odnosno niza manjih, ravnomjerno prostorno disperziranih, pojedinačnih eko turističkih objekata.

Preduvjeti razvoja ■ Definiranje pogodnih ekoturističkih područja s ciljem uspostavljanja mreže lokaliteta s različitim razinama zaštite, sadržajima i iskustvima.

Pogodne lokacije

Moguće lokacije eko resorata uključuju kako priobalni, tako i kontinentalni prostor i to osobito planinska područja, područja vodotokova i močvarna područja odnosno lovišta. Drugim riječima, radi se o lokacijama relativno udaljenim od većih gradskih aglomeracija odnosno područjima izvan glavnih turističkih tokova, a koja karakteriziraju prihvatljivi vremenski uvjeti.

Pri izboru lokacije važna odrednica je i mogućnost cjelogodišnjeg poslovanja, a što podrazumijeva raspoloživost resursno atrakcijske osnove u okruženju koja podržava različite oblike turističke aktivnosti, a time i privlačenje različitih tržišnih niša, neovisno o dobu godine.

S obzirom na to da je značajan dio pogodnih lokaliteta za razvoj eko turizma pod neposrednom kontrolom nekoliko javnih poduzeća (Hrvatske vode i Hrvatske šume) odnosno da ta poduzeća raspoložuju i određenim brojem kvalitetnih objekata koji se komercijalno gotovo uopće ne koriste, valja procijeniti oportunitet njihovog aktiviranja za potrebe razvoja eko turizma. U tom kontekstu potencijalno vrijedan resurs mogu biti i pojedini napušteni vojni objekti na izdvojenim lokacijama.

Revitalizacija slabo naseljenih ili napuštenih sela i zaselaka

Kako velik dio središnje Istre, dalmatinskog zaleđa, otoka, kao i gorske i panonske Hrvatske predstavlja izuzetno slikovit, ekološki očuvan, slabo naseljen i turistički nedovoljno valoriziran ruralni prostor, izuzetno pogodan za razvoj eko turizma, valja pokrenuti revitalizaciju određenog broja građevinski očuvanih i urbanistički skladnih sela i zaselaka ruralne Hrvatske te njihovo prerastanje u autentične kapacitete eko turističke ponude.

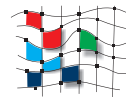
Nova izgradnja

Nova izgradnja odnosi se ponajviše na stvaranje kritične mase zaokruženih eko turističkih kompleksa/resorta. To uključuje uspostavu eko turističkih naselja (npr. 'eco villages') i eko kampova, ali i pojedinačnih objekata (npr. 'ecolodges') na za to prikladnim lokacijama u ruralnom okruženju, otocima i/ili zaštićenim prirodnim područjima.

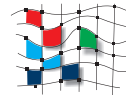
Prilikom izgradnje, osim korištenja prirodnih materijala, poštivanja tradicijsko-graditeljskog izričaja te maksimalnog korištenja okolišno odgovornih standarda i procedura poslovanja, posebno je važno voditi računa o činiteljima kao što su veličina naselja ('po mjeri čovjeka'), bogata i sadržajno zaokružena ponuda usluga koja omogućava samodostatnost odnosno maksimalna usklađenost svih ljudskih aktivnosti s prirodom u okruženju.

Brendiranje

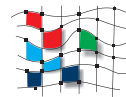
Razvoj programa uključuje i potrebu stvaranja međunarodno prepoznatljivog eko turističkog brenda zasnovanog na prepoznatljivosti nacionalnih parkova i parkova prirode, rijetkoj naseljenosti i ekološkoj očuvanosti najvećeg dijela hrvatskog teritorija. U kreiranju sustava eko turističkih doživljaja posebno valja povezivati različite teme i aktivnosti koje, uz boravak u prirodi, uključuju promatranje biljnih i životinjskih vrsta, različite adrenalinske aktivnosti, gastronomiju, pješačke i biciklističke ture i slično.



<p>Razvojne aktivnosti</p>	<p>Poticaji</p> <p>Razvoj eko turističke ponude potiče se ponajviše financijskim potporama. Osim dodjele bespovratnih sredstava za izradu projekte dokumentacije i ishođenje potrebnih dozvola, na raspolaganju su sredstva budućeg programa financiranja turističkog razvoja kontinentalnih područja, otoka i drugih osjetljivih područja (financiranje infrastrukture). Sredstva programa moguće je koristiti i za sufinanciranje projekata za koje su osigurana sredstva iz strukturnih EU fondova. Pokretanje novih eko resorata potiče se i preferencijalnim kreditiranjem od strane HBOR-a. Moguće su i fiskalne olakšice osobito u prvim godinama poslovanja.</p> <p>Izgradnju i/ili opremanje manjih objekata eko turističke ponude moguće je poticati posebnim programima Ministarstva turizma, Ministarstva poljoprivrede i Ministarstva regionalnog razvoja i fondova EU kao i programom financiranja start-up poduzetničkih projekata. Ovi programi uključuju pokrivanje cijelog troška kamate na komercijalne kredite, ali i pokrivanje dijela troška izgradnje te troška tržišnog nastupa (uključujući i mogućnost udruživanja). U cilju minimiziranja rizika pokretanje novih projekata za male poduzetnike trebalo bi biti pokriveno i sustavom informacijske i savjetodavne podrške novim poduzetničkim projektima.</p>
<p>Izravno povezane preporučene mjere/projekti (Izveštaj 11)</p>	<p>Mjera/projekt 1.1. Izmjene i dopune Zakona o prostornom uređenju i gradnji</p> <p>Mjera/projekt 1.6. Usklađivanje zakonskog okvira u funkciji jačanja investicijske aktivnosti</p> <p>Mjera/projekt 1.11. Proaktivna fiskalna politika u turizmu</p> <p>Mjera/projekt 1.14. Izgradnja sustava informacijske i savjetodavne podrške novim i postojećim poduzetničkim projektima</p> <p>Mjera/projekt 1.15. Program financiranja start-up poduzetničkih projekata</p> <p>Mjera/projekt 1.17. Gospodarsko aktiviranje turistički interesantnih objekata/lokaliteta u posjedu Agencije za upravljanje državnom imovinom</p> <p>Mjera/projekt 1.18. Aktiviranje turistički interesantnih napuštenih vojnih objekata u objekte turističke ponude</p> <p>Mjera/projekt 1.19. Program financiranja turističkog razvoja kontinentalnih područja, otoka i drugih osjetljivih područja</p> <p>Mjera/projekt 2.1. Poticanje unapređenja kamp ponude</p> <p>Mjera/projekt 2.6. Povezivanje individualnih proizvođača zdrave hrane s ugostiteljstvom - pilot projekt</p> <p>Mjera/projekt 2.7. Stvaranje poduzetničkih klastera</p> <p>Mjera/projekt 2.9. Pokretanje novih programa za poticanje razvoja malih i srednjih poduzetničkih poduhvata u turizmu</p> <p>Mjera/projekt 2.10. Izrada sustava poticanja okolišno odgovorne prakse u turizmu ('zeleni turizam')</p> <p>Mjera/projekt 3.1. Definiranje jedinstvenih kriterija za strateško planiranje turističkog razvoja i utvrđivanje prioriteta razvojnih zona</p> <p>Mjera/projekt 3.2. Izrada/revizija strateških dokumenata turističkog razvoja na županijskoj i lokalnoj razini</p> <p>Mjera/projekt 3.8. Program turističkog korištenja zaštićenih prirodnih područja</p> <p>Mjera/projekt 3.11. Provedba programa proizvodne orijentacije u turizmu</p> <p>Mjera/projekt 3.19. Nacionalni program turističke revitalizacije zapuštenih sela i zaselaka ruralne Hrvatske – pilot projekt</p>
<p>Prioritetne lokacije/subjekti za ulaganja</p>	<p>KONTINENTALNA HRVATSKA</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ HOC Bjelolasica (planinski eko resort) ▪ Rakovica – Saborsko ▪ Papuk – Voćin ▪ Zrinska gora – Banovina ▪ Baranja – Kopački rit <p>SJEVERNI JADRAN</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ kamp Korana na Plitvicama ▪ kamp Čikat u istoimenoj uvali (Lošinj) ▪ kamp Baldarin na lokalitetu Punta Križa (Cres) ▪ kamp Puntica (Funtana kraj Poreča) ▪ kamp Finida (južno od Umaga) ▪ Planinski eko resort Platak ▪ Sjeverni Velebit (Krasno-Kuterevo-Kosinj) ▪ Lokve (Lokvarsko jezero) ▪ područje oko Čabra



Prioritetne lokacije/ subjekti za ulaganja	JUŽNI JADRAN <ul style="list-style-type: none">▪ Biograd (Vransko jezero)▪ Obrovac (Velebit/Zrmanja)▪ zaleđe Šibenika i Primoštena▪ Baćinska jezera▪ Orebić (kamp Perna)▪ Baška Voda (turistički kompleks Baško polje)
Nositelj aktivnosti	<ul style="list-style-type: none">▪ Ministarstvo turizma u suradnji s Ministarstvom graditeljstva i prostornog uređenja i Ministarstvom zaštite okoliša i prirode
Ostali dionici	<ul style="list-style-type: none">▪ Županije, gradovi/općine▪ AUDIO▪ Potencijalni investitori▪ Udruge kampera▪ Lokalno stanovništvo



Program 9. Biciklizam

Cilj programa Obogaćivanje sadržaja ponude u funkciji produljenja sezone, ravnomjernije disperzije turističke aktivnosti i povećanja turističke potrošnje.

Ocjena stanja

Hrvatska je zemlja s vrlo dobrim uvjetima za razvoj biciklizma zbog velike raznolikosti i privlačnosti krajolika te postojanja mnoštva slabo prometnih cesta pogodnih za biciklističko korištenje. To potvrđuje i činjenica da se oko 12% hrvatskog teritorija nalazi pod zaštitom.

Neovisno o tome, s izuzetkom krajnjeg sjevera i zapada zemlje, a usprkos sve većoj potencijalnoj potražnji kako pasioniranih tako i rekreativnih biciklista, razvijenost infrastrukture za potrebe razvoja cikloturizma znatno je ispod europskog prosjeka. Glavne prepreke razvoju biciklizma u Hrvatskoj odnose se na relativno mali broj uređenih biciklističkih staza, nepovezanost postojećih staza, neuključenost u sustav europskih staza, preklapanje ruta s cestama na kojima se odvija intenzivan motorni promet, nedovoljnu opremljenost pratećim uslužnim i smještajnim sadržajima kao i nedovoljno osmišljen tržišni nastup.

Željeni pomak

Hrvatska je prepoznata kao jedna od vodećih biciklističkih destinacija Mediterana temeljem kvalitete proizvoda koja proizlazi iz guste mreže različitih i sadržajno atraktivnih staza i ruta te razvijenih pratećih usluga (servisi, smještaj, ugostiteljstvo, tematski itinereri, vodiči i sl.).

Preduvjeti razvoja

- Inventariziranje postojećeg sustava biciklističkih staza i ruta te procjena mogućnosti njihovog intra i interregionalnog povezivanja.

Uključivanje u sustav transeuropskih biciklističkih ruta

Polazeći od važnosti transeuropskih biciklističkih ruta za promidžbu i razvoj biciklizma i cikloturizma, potrebno je primjereno urediti i opremiti dijelove dviju glavnih transeuropskih biciklističkih ruta koje prolaze kroz Hrvatsku. Riječ je o tzv. "riječnoj" ruti E-6 koja prolazi dolinom Dunava od Nantesa u Francuskoj preko Basela, Beča i Budimpešte do Constante u Rumunjskoj, te tzv. "mediteranskoj" ruti E-8 ruta koja se pruža od Cadiza u Španjolskoj preko Barcelone, Nice, Venecije, Splita i Tirane do Atene u Grčkoj. U dijelovima koji prolaze kroz Hrvatsku obje rute trebalo bi označiti potrebnim znakovljem te ih urediti na način da omogućuju kretanje biciklista bez ugrožavanja njihove sigurnosti i značajnijeg ometanja motornog cestovnog prometa (posebice na mjestima gdje nema alternativnih putova).

Dogradnja postojeće mreže biciklističkih staza i ruta

Uz povezivanje sa sustavom transeuropskih biciklističkih ruta, potrebno je osigurati brži razvoj glavnih i 'kapilarnih' mreža biciklističkih ruta u svim dijelovima Hrvatske te njihovo tematiziranje (npr. vinske, gastronomske, edukacijske). Razvoj glavnih i kapilarnih biciklističkih ruta treba vezati prije svega uz osposobljavanje manje prometnih lokalnih cesta, seoskih putova, riječnih nasipa i napuštenih pruga, ali i na osposobljavanje cijelog niza pogodnih brdskih staza.

Nova izgradnja posebnih biciklističkih staza

U Hrvatskoj, osim nekoliko iznimaka (područje Varaždin – Čakovec – Koprivnica, zapadna Istra, otok Krk i sl.), gotovo da i nema namjenski izgrađenih biciklističkih staza niti posebnih traka uz cestovne prometnice namijenjenih isključivo biciklistima. Vodeći računa o potrebama rastuće potražnje, potrebno je u što je moguće kraćem roku izgraditi i primjereno opremiti veći broj biciklističkih staza/ruta u svim dijelovima zemlje, a osobito u glavnim turističkim područjima, područjima oko velikih gradova te na područjima gdje se biciklistički promet odvija na cestama s velikim intenzitetom motornog prometa.

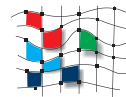
Opremanje i prateća suprastruktura

Sve nove i postojeće staze poželjno je opremiti adekvatnom turističkim signalizacijom i interpretacijom (npr. putokazi, smeđe table), informacijskim punktovima te uobičajenom pratećim sadržajima (npr. odmorišta, vidikovci). Vodeći računa o preferencijama korisnika, posebno je važno duž staza osigurati usluge servisa, mogućnost uživanja u lokalnoj gastronomiji (ugostiteljstvo, kupnja lokalnih proizvoda) kao i prikladan smještaj (pružanje tzv. 'bike & bed' standarda), neovisno o tome je li smještaj organiziran u tematiziranim hotelima, kampovima ili seoskim gospodarstvima.

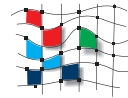
Komercijalizacija

Jačanje današnje tržišne pozicije biciklizma kao prepoznatljivog turističkog proizvoda, uz niz aktivnosti povezanih s unapređenjem prodaje i komunikacije ('on-line' informacijsko-prodajna platforma, sudjelovanje na specijaliziranim sajmovima, ciljana direktna prodaja, 'on-line' newsletter i sl.), zahtijeva hitno osnivanje profesionalno vođene nacionalne udruge cikloturizma koja bi se, uz istraživanje tržišta, bavila i informiranjem potencijalnih pružatelja usluga u sferi cikloturizma o potrebama potražnje, odnosno koja bi bila zastupljena u relevantnim međunarodnim udrugama cikloturista.

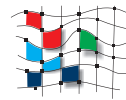
Razvojne aktivnosti



<p>Razvojne aktivnosti</p>	<p>Nadalje, za komercijalizaciju ovog proizvoda u budućnosti poželjna je i specijalizacija jednog dijela turističkih agencija te njihovo licenciranje. To podrazumijeva i osiguravanje osposobljenih (licenciranih) vodiča kao vođa organiziranih biciklističkih grupa. Konačno, potrebno je uspostaviti i jasne te tržišno održive kriterije cikloturističkog (organiziranog) obilaska/vizitacije prostora nacionalnih parkova i drugih zaštićenih područja.</p> <p>Neovisno o izuzetnim prirodnim značajkama krajobraza, niskoj gustoći naseljenosti, okolišnoj očuvanosti i velikom broju prirodno zaštićenih područja, a što upućuje na zaključak da je razvoj cikloturizma u Hrvatskoj moguće povezivati i s različitim programima ekoturizma, riječ je također o proizvodu koji je izuzetno kompatibilan i s različitim programima gastroturizma, kulturnog turizma i ruralnog turizma.</p> <p>Poticaji</p> <p>Razvoj biciklističke infra i suprastrukture ponude moguće je poticati ponajviše financijskim potporama. Osim dodjele bespovratnih sredstava za izradu projektne dokumentacije i ishođenje potrebnih dozvola, na raspolaganju su sredstva namijenjena financiranju turističkog razvoja kontinentalnih područja, otoka i drugih osjetljivih područja. Ta se sredstva mogu koristiti i za sufinanciranje projekata za koje su osigurana sredstva iz strukturnih EU fondova.</p> <p>S druge strane, izgradnju i/ili opremanje uslužnih objekata namijenjenih cikloturistima moguće je, kroz subvencioniranje kamata i dodjelu bespovratnih sredstava, poticati i posebnim programima Ministarstva turizma i Ministarstva regionalnog razvoja i fondova EU. Konačno, dodatne financijske poticaje moguće je osigurati i kroz program financiranja start-up poduzetničkih projekata.</p>
<p>Izravno povezane preporučene mjere/projekti (Izveštaj 11)</p>	<p>Mjera/projekt 1.14. Izgradnja sustava informacijske i savjetodavne podrške novim i postojećim poduzetničkim projektima</p> <p>Mjera/projekt 1.15. Program financiranja start-up poduzetničkih projekata</p> <p>Mjera/projekt 1.19. Program financiranja turističkog razvoja kontinentalnih područja, otoka i drugih osjetljivih područja</p> <p>Mjera/projekt 2.6. Povezivanje individualnih proizvođača zdrave hrane s ugostiteljstvom - pilot projekt</p> <p>Mjera/projekt 2.7. Stvaranje poduzetničkih klastera</p> <p>Mjera/projekt 2.9. Pokretanje novih programa za poticanje razvoja malih i srednjih poduzetničkih poduhvata u turizmu</p> <p>Mjera/projekt 3.2. Izrada/revizija strateških dokumenata turističkog razvoja na županijskoj i lokalnoj razini</p> <p>Mjera/projekt 3.8. Program turističkog korištenja zaštićenih prirodnih područja</p> <p>Mjera/projekt 3.11. Provedba programa proizvodne orijentacije u turizmu</p> <p>Mjera/projekt 3.17. Program uspostave i dogradnje sustava biciklističkih staza</p> <p>Mjera/projekt 3.18. Program uspostave i dogradnje sustava pješačkih staza</p>
<p>Prioritetne lokacije/subjekti za ulaganja</p>	<p>KONTINENTALNA HRVATSKA</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ povezivanje s okolicom većih urbanih središta (Zagreb, Osijek, Varaždin, Karlovac, Sisak, Slavonski Brod, Vukovar, Koprivnica itd.) ▪ područja uz velike rijeke (Dunav, Drava, Sava, područje Karlovca) ▪ područja uz termalna središta (zagorski termalni grozd, Daruvar – Lipik) i glavna vinogorja (Međimursko, Zapadna Slavonija, Hrvatsko Podunavlje, Požega – Đakovo) <p>SJEVERNI JADRAN</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ povezivanje s okolicom većih urbanih središta i turističkih rivijera (Opatija – Rijeka – Crikvenica, Pula - Rovinj) ▪ glavni otoci (Krk, Cres, Lošinj, Rab) ▪ Gorski kotar (područje Delnice – Lokve – Fužine – Mrkopalj) ▪ okolica NP Plitvička jezera <p>JUŽNI JADRAN</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ povezivanje s okolicom većih urbanih središta i turističkih rivijera (Nin – Zadar – Biograd, Vodice – Šibenik – Primošten, Trogir – Split – Omiš, Makarska rivijera, Dubrovnik – Konavle) ▪ glavni otoci (Pag, Brač, Hvar, Korčula) i poluotok Pelješac ▪ Dalmatinsko zaleđe (Ravni Kotari – Vransko jezero, područje NP Krka - Drniš – Knin, područje Sinj – Imotski)
<p>Nositelj aktivnosti</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ministarstvo turizma u suradnji s Ministarstvom graditeljstva i prostornog uređenja, Ministarstvom zaštite okoliša i prirode i Ministarstvom pomorstva, prometa i infrastrukture



- Županije, gradovi/ općine
- Hrvatske ceste
- Ostali dionici**
 - Udruge biciklista
 - Udruge 'zelenih'
 - Lokalno stanovništvo



Program 10. Kongresni centri

Cilj programa

Podizanje razine konkurentnosti hrvatskog turizma daljnjim razvojem međunarodno prepoznatljive kongresne ponude kao faktora diversifikacije proizvodnog portfelja, povećanja prihoda od turizma, unapređenja imidža zemlje i produljenja turističke sezone.

Ocjena stanja

Uz dva konferencijska centra srednje veličine i nekoliko manjih, sajamske i više nenamjenskih prostora (npr. koncertne dvorane, muzeji), hrvatska kongresna ponuda danas je koncentrirana u brojnim hotelskim kongresnim centrima diljem zemlje (oko 120 hotela). Iako u najvećoj mjeri visoke kvalitete (pretežito novi ili renovirani objekti na razini 4* do 5*, desetak centara s 600 do 1.000 mjesta, tehnički uglavnom vrlo dobro opremljeni) te podržana kongresnim uredima i mrežom specijaliziranih agencija, postojeću ponudu opterećuje nedostatak većeg specijaliziranog multifunkcionalnog kongresnog centra što se i smatra jednom od slabosti odnosno ograničenja razvoja kongresnog turizma u Hrvatskoj.

Željeni pomak

Gradnjom jednog većeg (3.000 sjedećih mjesta) i eventualno jednog manjeg (1.000 sjedećih mjesta) multifunkcionalnog kongresnog centra, Hrvatska si otvara pristup svjetskom tržištu skupova asocijacija te tržištu velikih korporacijskih skupova i prezentacija proizvoda. Ovaj proces prati daljnji razvoj ukupnog 'kongresnog lanca vrijednosti' u domeni javnog i privatnog sektora.

Preduvjeti razvoja

- Procjena tržišnog potencijala
- Umrežavanje i interesno povezivanje potencijalnih korisnika
- Osiguravanje izvora financiranja

Razvojne aktivnosti

Izgradnja multifunkcionalnih kongresnih centara

Kako bi se ostvarile pretpostavke za pristup svjetskom tržištu skupova asocijacija te tržištu velikih korporacijskih skupova i prezentacija proizvoda, procjenjuje se da izgradnja jednog većeg (3.000 sjedećih mjesta u kazališnoj postavi) i eventualno jednog manjeg (1.000 sjedećih mjesta u kazališnoj postavi) kongresnog centra, uz već postojeće hotelske kongresne kapacitete, može do 2020. godine zadovoljiti ukupne razvojne potrebe kongresnog turizma u Hrvatskoj.

Izbor moguće lokacije

Polazeći od faktora koji određuju uspješnost proizvoda kongresnog turizma (opća privlačnost, dostupnost, raspoloživost kvalitetne hotelske ponude, raspoloživost kvalitetnih ugostiteljskih, trgovačkih i zabavnih sadržaja), kao moguće destinacije pogodne za smještaj kongresnih centara nameće se ponajprije Zagreb, ali i gradovi kao što su Split, Pula, Rijeka/Opatija i Dubrovnik.

Odabir vlasničkog modela

Polazeći od nadležnosti javnog sektora nad zemljištem ili lokacijom budućih kongresnih centara, predvidivo je javno (županija i/ili grad) ili javno-privatno partnerstvo (županija i/ili grad s jednim ili više domaćih i/ili stranih investitora) u investiranju i vlasništvu nad centrima.

Priprema projekata

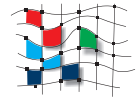
Ovisno o odabranom investicijskom i vlasničkom modelu, izrađuje se projektna dokumentacija potrebna za privlačenje investitora. U izradu projektne dokumentacije poželjno je uključiti stručnjake s međunarodnim iskustvom u projektiranju, gradnji i poslovanju kongresnih centara.

Kongresni centri moraju biti projektirani kao multifunkcionalni objekti, tzv. 'smart centri', koji uz kongresne mogu imati i određene druge funkcije (npr. zabavna događanja, izložbe, banketi i sl.) te koji objedinjavaju više različito dimenzioniranih i fleksibilnih hala i dvorana. U sklopu kongresnog centra moraju biti raspoloživi i prateći uslužni sadržaji poput poslovnog centra, ugostiteljstva, trgovine, banкарstva, prve pomoći i sl.

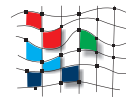
Lokacija kongresnog centra u samoj destinaciji, uz očigledan preduvjet raspoloživosti prostora (uključujući parkirališta), mora također zadovoljiti kriterije privlačnosti (npr. lijepi pogledi, blizina atrakcija), dostupnosti (prometna povezanost sa smještajnim objektima i atrakcijama) i infrastrukturne opremljenosti.

Poticaji

Kako je riječ o sadržaju ponude koji može značajno pridonijeti ne samo imidžu Hrvatske kao turističke destinacije, već i produljenju sezone te boljem korištenju hotelskih objekata i ostale uslužne ponude, poželjno je osigurati fiskalno i financijsko poticanje. Financijski poticaji uključuju osiguranje preferencijalnog kreditiranja (HBOR), dok se fiskalni poticaji odnose ponajviše na oslobađanje obveze plaćanja poreza na dobit tijekom prvih nekoliko godina predvidivog poslovanja (sukladno odredbama izmijenjenog i dopunjenog Zakona o poticanju ulaganja), kao i oslobađanje plaćanja nekih komunalnih naknada.



Izravno povezane preporučene mjere/projekti (Izveštaj 11)	<p>Mjera/projekt 1.6. Usklađivanje zakonskog okvira u funkciji jačanja investicijske aktivnosti</p> <p>Mjera/projekt 1.11. Proaktivna fiskalna politika u turizmu</p> <p>Mjera/projekt 1.17. Gospodarsko aktiviranje turistički interesantnih objekata/lokaliteta u posjedu Agencije za upravljanje državnom imovinom</p> <p>Mjera/projekt 3.2. Izrada/revizija strateških dokumenata turističkog razvoja na županijskoj i lokalnoj razini</p> <p>Mjera/projekt 3.11. Provedba programa proizvodne orijentacije u turizmu</p> <p>Mjera/projekt 3.14. Akcijski plan razvoja kongresne ponude</p> <p>Mjera/projekt 4.3. Priprema međunarodnih natječaja za privlačenje strateških ulagača</p> <p>Mjera/projekt 4.4. Organizacija investicijskih konferencija i periodični obilasci potencijalnih investitora ('road show')</p>
Razvojni projekti	<p>KONTINENTALNA HRVATSKA</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Zagreb <p>SJEVERNI JADRAN</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Pula▪ Opatija <p>JUŽNI JADRAN</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Split▪ Dubrovnik (1.000 mjesta)
Nositelj aktivnosti	<ul style="list-style-type: none">▪ Ministarstvo turizma u suradnji s HTZ-om i gradovima (Zagreb i Pula)
Ostali dionici	<ul style="list-style-type: none">▪ Županije, gradovi/općine▪ Kongresni uredi▪ Hrvatska udruga profesionalaca kongresnog turizma (HUPKT)▪ Potencijalni investitori



2.3. OSTALI PRIORITETNI PROGRAMI RAZVOJA TURIZMA U IZRAVNOJ NADLEŽNOSTI DRŽAVE

Program 11. Turističke zone i njihovo korištenje

Cilj programa	Racionalno korištenje postojećeg razvojnog prostora, ukidanje nepotrebnih ograničenja i stvaranje preduvjeta za ubrzanje investicijske aktivnosti u neizgrađenim turističkim zonama.
Ocjena stanja	Županijskim prostornim planovima određen je vrlo velik broj turističkih zona izvan naselja. Tako su samo u sklopu zaštićenog obalnog područja mora (ZOP), kao prostora pod posebno visokim režimom zaštite, utvrđene 564 turističke zone izvan naselja, od kojih su brojne površine veće od 15 ha. Najveći je dio tih turističkih zona, odnosno njih 404 ili 72%, danas neizgrađeno. Pri tome su na području makro-regije Sjeverni Jadran planirane 223 zone, od čega je 57% zona neizgrađeno, dok je u makroregiji Južni Jadran planirana 341 zona, od čega je 81% neizgrađenih. Neovisno o tome, u najvećem broju ovih zona ne dolazi do realizacije razvojnih projekata.
Željeni pomak	Usklađivanje prostorno planskog korištenja turističkih zona s odrednicama turističkih razvojnih planova kao i raspoloživost dovoljnog broja spremnih (prioritetnih) razvojnih zona za međunarodnu prezentaciju investicijskih mogućnosti.
Preduvjeti razvoja	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Izrada destinacijskih planova razvoja turizma ▪ Usklađivanje prostorno planske dokumentacije

Promjena klasifikacije turističkih zona

Postojeći sustav klasificiranja turističkih zona je krut i nepotrebno administrativno reguliran. Prostornim se planovima, naime, bez jasnih kriterija, prilično nestručno, definira namjena pojedinih turističkih razvojnih zona, čime se bitno ograničavaju ne samo razvojni interesi jedinica lokalne samouprave, već i interesi potencijalnih investitora. U tom smislu, postojeći sustav klasificiranja turističkih zona (T1, T2, T3) potrebno je zamijeniti novim u kojem su određene samo dvije vrste turističkih zona - zone namijenjene hotelskom i sličnom smještaju te zone namijenjene kampovima.

Namjena pojedinih turističkih zona regulira se kroz proces izrade destinacijskih planova razvoja turizma (uključujući prihvatni kapacitet i koncept najbolje uporabe) odnosno prostornih planova. Prilikom definiranja namjene pojedine turističke zone namijenjene hotelskom i sličnom smještaju, određuje se i optimalni odnos vrste smještajnih objekata i drugih sadržaja ponude kao i mogućnost njihova etažiranja (prodaje).

Valorizacija postojećih turističkih zona i usklađivanje prostornih planova

Na županijskoj razini provodi se sustavna valorizacija razvojnog potencijala turističkih zona. To uključuje ocjenu socijalnih, ekonomskih i ekoloških aspekata održivosti te na toj osnovi procjenu njihova prihvatnog kapaciteta i poželjnog korištenja. Na temelju izvršene valorizacije, svaka županija utvrđuje prioritetne turističke razvojne zone polazeći od kriterija kao što su vlasništvo, veličina i položaj, raspoloživost infrastrukture, atraktivnost lokacije i okruženja i međusobni odnos zona.

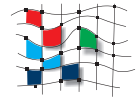
Priprema prioritetnih razvojnih projekata za privlačenje investitora

Na temelju utvrđenih, za tržište najspremnijih, razvojnih zona, a nakon rješavanja imovinsko-vlasničke problematike i usuglašavanja interesa razvojnih dionika, izrađuje se nužna projektna dokumentacija za vođenje tender procedure na međunarodnoj razini. U procesu izrade projektne dokumentacije nositelji javne vlasti, uz osiguranje prostorno planske dokumentacije (UPU), moraju osigurati provedbu sljedećih aktivnosti:

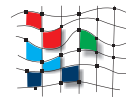
- analiza prostornih mogućnosti i ograničenja turističke zone
- analiza postojeće infrastrukture i utvrđivanje razvojnih 'uskih grla'
- definiranje razvojnog koncepta (što, za koji broj korisnika, za koje tržišne segmente) i optimalni prostorni raspored smještajnih i drugih sadržaja ponude
- utvrđivanje dodatnih infrastrukturnih potreba, kao i predlaganje načina njihovog osiguravanja
- priprema međunarodnog tendera (uključujući detaljni opis makro i mikrolokacije projekta/ područja koje se želi razvijati, predviđene sadržaje ponude - veličina, kategorija, oblikovni elementi, uloge involviranih dionika - javnog sektora i privatnih investitora)
- provođenje tender procedure (uključujući promotivne aktivnosti i 'road show') i izbor najboljeg ponuđača.

Uvođenje većeg stupnja regulacije u prostorno i turističko planiranje

Kvalitetna priprema turističkih razvojnih zona za međunarodno tenderiranje podrazumijeva izradu objektivnih, kvalitetnih i od razvojnih dionika usuglašanih planova razvoja turizma i prostornih planova. To pretpostavlja definiranje 'ovlaštenih' institucija, odnosno postroživanje uvjeta kojima neka institucija mora udovoljavati da bi se mogla natjecati za izradu prostornih i/ili turističkih razvojnih planova.



Izravno povezane preporučene mjere/projekti (Izveštaj 11)	<p>Mjera/projekt 1.1. Izmjene i dopune Zakona o prostornom uređenju i gradnji</p> <p>Mjera/projekt 1.12. Izmjene i dopune Zakona o turističkom i ostalom građevinskom zemljištu</p> <p>Mjera/projekt 1.14. Izgradnja sustava informacijske i savjetodavne podrške novim i postojećim poduzetničkim projektima</p> <p>Mjera/projekt 1.17. Gospodarsko aktiviranje turistički interesantnih objekata/lokaliteta u posjedu Agencije za upravljanje državnom imovinom</p> <p>Mjera/projekt 1.18. Aktiviranje turistički interesantnih napuštenih vojnih objekata u objekte turističke ponude</p> <p>Mjera/projekt 3.1. Definiranje jedinstvenih kriterija za strateško planiranje turističkog razvoja i utvrđivanje prioriteta razvojnih zona</p> <p>Mjera/projekt 3.2. Izrada/revizija strateških dokumenata turističkog razvoja na županijskoj i lokalnoj razini</p>
Nositelj aktivnosti	<ul style="list-style-type: none">▪ Ministarstvo turizma u suradnji s Ministarstvom graditeljstva i prostornog uređenja
Ostali dionici	<ul style="list-style-type: none">▪ Ministarstvo zaštite okoliša i prirode▪ AUDIO▪ Ministarstvo obrane▪ Županije, gradovi/općine▪ Potencijalni investitori▪ Lokalno stanovništvo



Program 12. Podizanje razine znanja i vještina zaposlenih u turizmu

Cilj programa	Podizanje razine konkurentnosti hrvatskog turizma kroz osiguranje kvalitetnog ljudskog potencijala i povećanja izvrsnosti turističkih aktivnosti.
Ocjena stanja	Pomak k turizmu doživljava stavlja kvalitetu ljudskih resursa u prvi plan. Uz to, količina novog znanja kao i nove tehnologije povećavaju se velikom brzinom. Također, velik broj poduzetnika u turizmu pripada mikro i malim poduzećima pa se i sami poslodavci trebaju smatrati dijelom ljudskih resursa čije vještine i znanja treba konstantno razvijati i unapređivati. Unatoč prepoznavanja važnosti obrazovanja, ono u Hrvatskoj nije adekvatno podržano institucionalnim okvirom pa nedostaje potpora i odgovornost države, poslodavaca i lokalnih zajednica.
Željeni pomak	Tržišno orijentiran sustav strukovnog obrazovanja za potrebe turizma i tržišno konkurentni ljudski potencijali na svim razinama obavljanja turističke aktivnosti.
Preduvjeti razvoja	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Suradnja obrazovnih institucija i kreatora obrazovne politike s Ministarstvom turizma, HGK i strukovnim udrugama u turizmu ▪ Osiguranje financiranja

Racionalizacija mreže strukovnih škola i usklađivanje kurikuluma sukladno potrebama i tržišnim kretanjima

Mreža specijaliziranih škola za turizam i ugostiteljstvo kao i onih koji provode turističko-ugostiteljske programe izrazito je prostorno disperzirana, usitnjena i neadekvatno tehnički opremljena (praktikumima). Polazeći od racionalizacije broja škola uspostavlja se nekoliko jačih regionalnih obrazovnih centara s kvalitetnijom infrastrukturom i nastavnim kadrom (Istarska županija, Primorsko-goranska županija, Zagreb, Osječko-baranjska županija, Splitsko-dalmatinska i Dubrovačko-neretvanska županija).

Regionalni centri izvode nastavu sukladno jedinstvenom, međusobno usuglašenom, kurikulumu koji odražava mogućnost fleksibilnog prilagođavanja tržišnim potrebama za vještinama, znanjima i kompetencijama potrebnim u turističkom privređivanju.

Tehničko opremanje strukovnih škola

Budući da postojeće strukovne škole u turizmu nisu adekvatno opremljene za izvođenje programa praktične nastave, potrebno je regionalne obrazovne centre opremiti odgovarajućim praktikumima. Na razini Hrvatske poželjno je uspostaviti barem dva referentna centra izvrsnosti provedbe praktične nastave i stjecanja suvremenih znanja i vještina prilagođenim potrebama turističkog privređivanja. Riječ je o 'pravim' manjim hotelskim objektima orijentiranim tržištu, a koji 'zapošljavaju' učenike i studente. Na taj način učenici i studenti kroz praktičnu nastavu i obavljanje uobičajenih operativnih aktivnosti i funkcija u različitim područjima poslovanja, stječu potrebno iskustvo i vještine te usavršavaju stečena teoretska znanja. Moguće lokacije su Opatija, Zagreb i/ili Dubrovnik. Ovi centri imaju potencijal postati i referentni obrazovni centri za zemlje regije.

Uspostavljanje sustava cjeloživotnog obrazovanja

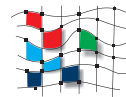
Kako znanja stečena tijekom formalnog obrazovanja zastarijevaju i nisu dostatna potrebama suvremenog turističkog i ugostiteljskog poslovanja, osobito u uvjetima visokog stupnja konkurencije i stalno rastućim očekivanjima kupaca, potrebno je kontinuirano provoditi različite programe cjeloživotnog obrazovanja. Programi se odnose na sve stalno zaposlene djelatnike u privatnom, ali i javnom sektoru. Programi namijenjeni privatnom sektoru obuhvaćaju prije svega teme kao što su hotelske operacije, menadžment, financije, marketing i prodaja, razvoj investicijskih projekata, strateško planiranje, kultura izvrsnosti, energetska učinkovitost i sl. Istodobno, programi namijenjeni javnom sektoru odnose se na upravljanje destinacijom, izradu razvojnih planova turizma, vođenje projekata, apliciranje za EU fondove, stvaranje složenih turističkih proizvoda i sl.

Povezivanje sa svjetskim centrima izvrsnosti

Uz prethodno navedene aktivnosti usmjerene na podizanje znanja i vještina uposlenih u turizmu RH, u cilju što je moguće bržeg ovladavanja vrhunskom razinom usluge poželjno je uspostaviti kontinuiranu suradnju s nekim od svjetskih i/ili regionalnih centara obrazovne izvrsnosti (Cornell University School of Hotel Administration, Ecole Hoteliere de Lausanne). Osim usklađivanja nastavnih curriculumuma i/ili povremenih gostovanja profesora, moguće su i organizirane razmjene studenata ili odlazak naših studenata na praksu u inozemstvo. Konačno, valja razmisliti i o mogućnosti otvaranje oficijelnih podružnica ovih škola u Hrvatskoj.

Razvojne aktivnosti

Izravno povezane preporučene mjere/projekti (Izveštaj 11)	<p>Mjera/projekt 1.20. Usklađivanje dugoročnih potreba za strukovnim školama u ugostiteljstvu s potražnjom</p> <p>Mjera/projekt 1.21. Nacionalni program cjeloživotnog obrazovanja za djelatnike u turizmu</p> <p>Mjera/projekt 1.22. Nacionalni program specijalističkog obrazovanja za djelatnike u sustavu TZ-a/DMO-a</p>
--	---

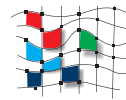


**Nositelj
aktivnosti**

- Ministarstvo turizma u suradnji s Ministarstvom znanosti, obrazovanja i sporta

Ostali dionici

- HGK
- Strukovne škole
- Visokoškolske institucije
- Privatni sektor



Program 13. Promocija i imidž

Cilj programa Podizanje razine konkurentnosti hrvatskog turizma jačanjem prepoznatljivosti i privlačnosti Hrvatske kao cjelogodišnje turističke destinacije.

Ocjena stanja Koristeći u najvećoj mjeri klasične kanale komunikacije Hrvatska se danas pretežito predstavlja kao morska i ljetna turistička destinacija te je na turističkom tržištu i prepoznata prije svega kao određeno ljetnog odmora. Postojeći dominirajući imidž te tržišna komunikacija koja ga perpetuira među ključnim su ograničenjima u prodiranju do novih potrošačkih segmenata koji svojim putnim potrebama i preferencijama mogu pridonijeti produljenju turističke sezone.

Željeni pomak Intenzivnije se usmjeravajući na nove komunikacijske kanale, a posebice na internet i mobilne uređaje, kao i na proces re-brandiranja, Hrvatska gradi imidž nadasve lijepe zemlje različitosti, bogatstva iskustava i ispunjenosti. Komunicirajući s većim brojem različitih ciljnih potrošačkih segmenata ostvaruju se pretpostavke za značajne pozitivne pomake u performansama turističkog sektora.

Preduvjeti razvoja

- Spremnost i sposobnost Hrvatske turističke zajednice (HTZ) i sustava TZ
- Suradnja HTZ-a i regionalnih turističkih zajednica
- Osiguravanje financijskih sredstava

Re-brandiranje Hrvatske

Re-brandiranje podrazumijeva transformaciju imidža Hrvatske. Novom, inspirativnom i pamtljivom pričom o cjelokupnom prirodnom, kulturnom i kreativnom potencijalu zemlje teži se repositioniranju Hrvatske iz 'zemlje ljetnog odmora na suncu i moru' u 'nadasve lijepu zemlju čija izuzetna raznolikost sadržana na malom prostoru, spajajući u tankom luku Dubrovnik i Dunav, različitim segmentima posjetitelja omogućuje na brojne načine ispunjen boravak'. Hrvatska gradi novi imidž zemlje ljepote i ispunjenosti. U tom kontekstu, novi brend koncept Hrvatske podržavaju brend priče turističkih regija:

- Istra je jadransko utočište dobrog života
- Kvarner je jadransko mjesto revitalizacije
- Lika - Karlovac je mjesto pokretačke snage čiste prirode
- Dalmacija - Zadar je jadranski inovator pun iznenađenja
- Dalmacija - Šibenik povijesno je mjesto svjetova vode i krša, otoka i mora
- Dalmacija - Split je središte milenijske kulturne baštine Jadrana
- Dalmacija - Dubrovnik je jadranska rivijera ljepote, finoće i ugode
- Središnja Hrvatska mjesto je 'pitomih brega' koji vrve doživljajima i zabavom
- Slavonija je širokogrudno mjesto mirnog upoznavanja izvornih vrijednosti
- Zagreb je mjesto susreta, šarmantan, intiman i vibrantan glavni grad.

Razvojne aktivnosti

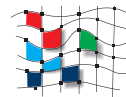
Inoviranje promocijskih koncepata

U funkciji efikasne komunikacije novog brenda Hrvatske i njezinih turističkih regija nužne su konceptualne inovacije u promociji. To se, prije svega, odnosi na pomake od općih tema i poruka prema promociji koja odabranim segmentima kupaca nudi ciljane, za njih relevantne informacije o turističkim proizvodima i destinacijama. Nadalje, riječ je o pomaku od često ekstenzivnog nabiranja činjenica ka nuđenju relevantnog, zanimljivog i poticajnog sadržaja, koristeći se pričama, prikazima 'isječaka iz života', prenošenjem poruke kroz 'stvarne ljude' i sl. Ključni koncepti kojima se turistička promocija mora rukovoditi su 'ciljano', 'emotivno' i 'personalizirano'.

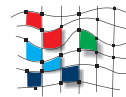
Inoviranje promocijskog miksa

Bitno veći naglasak u turističkoj promociji Hrvatske treba staviti na tzv. 'nove medije' odnosno na internet i mobilne uređaje kao kanale s izuzetno brzim rastom broja korisnika te nizom prednosti poput dostupnosti, informativnosti, mogućnosti multimedijalne komunikacije i mogućnosti prodaje usluga. U tom je procesu potrebno posvetiti posebnu pažnju sljedećim aktivnostima:

- **Provjera kvalitete i unapređenje web stranica sustava turističkih zajednica** – riječ je o kvaliteti sadržaja na stranicama (npr. prilagođen pojedinim ciljnim segmentima, odnosno turističkim proizvodima, obuhvaća cijeli ciklus putovanja), prezentaciji informacija na način da su prilagođene internetu kao mediju (npr. sažete rečenice, stil pisanja 'obrnuta piramida', isticanje teksta), lakoci pretraživanja (npr. što manje 'klikova' do željene informacije, minimiziranje 'gubljenja' na stranici), optimizaciji za internet pretraživače (npr. izbor i gustoća ključnih riječi, linkovi) te mogućnostima kupnje usluga u realnom vremenu itd.



Razvojne aktivnosti	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Intenzivnije korištenje društvenog weba – riječ je o povećanju prisutnosti na najvažnijim društvenim mrežama (npr. ‘generalističkim’ mrežama poput Facebooka, Twittera, ali i mrežama specijaliziranim za turizam poput TripAdvisora, Virtualtourist), stavljanju korisnički generiranog sadržaja u funkciju promocije (npr. tekstovi, multimedia), pojačanoj primjeni tzv. ‘mashup’ funkcionalnosti (npr. agregiranje sadržaja iz više izvora na jednom mjestu), itd. ▪ Intenzivniji razvoj aplikacija za mobilne uređaje – riječ je o razvoju mobilnih verzija mrežnih mjesta te o razvoju mobilnih aplikacija. <p>Veću važnost u turističkoj promociji Hrvatske treba davati i različitim oblicima odnosa s javnošću (PR) s obzirom na to da je riječ o obliku promocije s najvećim kredibilitetom, a time i utjecajem na potencijalne kupce. Uz komunikaciju s medijima, gdje je nužno postaviti se kao značajniji izvor informacija i partner u proizvodnji medijskog sadržaja, dodatne i za Hrvatsku potencijalno vrlo zanimljive PR aktivnosti uključuju organizaciju periodičnih posebnih ‘marker’ događanja sa snagom kreiranja nacionalnog imidža (npr. događanja s područja kulture ili sporta) te korištenje snage filma kao medija promocije destinacija (npr. suradnja s inozemnim filmskim i TV producentima u cilju izbora Hrvatske kao mjesta snimanja). Skorašnji ulazak Hrvatske u EU izuzetna je (povijesna) prilika da se sustavnim odnosima s javnošću Hrvatska, u turističkom, ali i širem kontekstu, prikaže u željenom svijetlu.</p>
Izravno povezane preporučene mjere/projekti (Izveštaj 11)	<p>Mjera/projekt 1.10. Primarna istraživanja turističke aktivnosti</p> <p>Mjera/projekt 1.22. Nacionalni program specijalističkog obrazovanja za djelatnike u sustavu TZ-a/DMO-a</p> <p>Mjera/projekt 3.5. Uređenje informativnih punktova na glavnim cestovnim pravcima</p> <p>Mjera/projekt 3.23. Osmišljavanje i implementacija novog turističkog slogana Hrvatske</p> <p>Mjera/projekt 3.24. Osmišljavanje i implementacija promocijske kampanje novog turističkog brenda Hrvatske</p> <p>Mjera/projekt 3.25. Inovacija pristupa i sustava turističke promocije Hrvatske</p> <p>Mjera/projekt 3.27. Inovacija pristupa i razvoj nacionalne mreže centara za posjetitelje</p> <p>Mjera/projekt 4.2. Preustroj postojećeg sustava TZ</p>
Nositelj aktivnosti	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ministarstvo turizma i Hrvatska turistička zajednica
Ostali dionici	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sustav TZ ▪ Specijalizirane agencije ▪ Stručne institucije



3. KLJUČNI RAZVOJNO-INVESTICIJSKI PROJEKTI U RAZDOBLJU DO 2020. PREMA TURISTIČKIM MAKROREGIJAMA

U ovom se dijelu dokumenta predloženi razvojno-investicijski projekti još jednom inventariziraju kako bi se provjerila njihova tematska i sadržajna usuglašenost s odrednicama poželjnih razvojnih slika tri turističke makroregije, proizvodnim miksom koji njihova resursno atrakcijska osnova može kvalitetno podržati te ciljanim tržišnim profiliranjem.

Detaljan pregled razvojno-investicijskih projekata po turističkim makroregijama i programskim aktivnostima iznosi se u nastavku.

3.1. KONTINENTALNA HRVATSKA

Poželjna slika 2020. (razvojni dionici)

Kontinentalna Hrvatska najvećim je dijelom turistički intaktan prostor koji se ističe visokom razinom ekološke očuvanosti i obiluje atraktivnim i raznolikim kulturnim krajolicima. Razvoj turističke ponude odvija se sustavno i integralno po cijelom teritoriju, pri čemu je identificirano nekoliko područja od primarnog interesa.

U cilju povećanja atraktivnosti prostora i stvaranja dodatnih motiva dolaska, na kontaktnim područjima većih gradskih aglomeracija izgrađeno je nekoliko novostvorenih turističkih atrakcija (tematski parkovi, vodeni parkovi i sl.), a otvoreno je nekoliko većih turističkih razvojnih zona. Posebna pozornost posvećena je povećanju konkurentne sposobnosti zdravstveno-lječilišne ponude, pri čemu su u nekoliko slučajeva projekti njenog unapređenja povezani s izgradnjom odgovarajućih golfskih sadržaja.

Uz naglasak na domaću izletničku i boravišnu potražnju, kontinuirano se radi na proširenju i unapređenju sustava tržišno spremnih turističkih doživljaja, kako bi se intenzivirao turistički interes u susjednim državama te na okolnim srednjoeuropskim tržištima.

Tržišno pozicioniranje (marketing koncepcija)

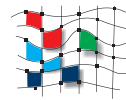
Kontinentalna Hrvatska turistički je aktivan prostor koji se ističe izuzetnom koncentracijom prirodne, povijesne i tradicijske baštine, uključujući Zagreb kao 'mjesto susreta', ali i intiman i vibrantan glavni grad.

Sustav turističkih proizvoda

	Sunce i more	Jahting	Kruzing	Gradski turizam	Turizam baštine	Događanja	Kreativni turizam	Gastro enologija	Vjerski turizam	Golf	Wellness	Terme - Talaso	Medicinski	Ruralni/Seoski	Ekoturizam	Planinarenje	Biciklizam	Ronjenje	Kajak/kanu	Rafting	Adrenalin	Lov	Ribolov	Sport na snijegu	Sport. pripreme	Skup asocijacije	Skup korporacije	Insentiv	Team building
Središnja Hrvatska*				Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod
Slavonija			Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod
Zagreb				Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod

* Središnja Hrvatska uključuje Karlovačku županiju

Legenda: **Primarni proizvod** **Sekundarni proizvod** **Tercijarni proizvod** **Proizvod nije dostupan**



Ciljna geografska tržišta

	Kontinentalna Hrvatska	Grad Zagreb
Primarna tržišta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Hrvatska 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Hrvatska
Sekundarna tržišta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Italija ▪ Mađarska ▪ Slovenija 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Njemačka ▪ Italija ▪ Austrija ▪ Slovenija
Izazovna tržišta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Austrija, Njemačka ▪ Češka, Slovačka 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ SAD ▪ Španjolska, Velika Britanija, Francuska ▪ Poljska, Češka, Mađarska
Daleka tržišta		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kanada, Australija ▪ Rusija ▪ Japan, Kina, Južna Koreja

Ciljni tržišni segmenti

	Demografski segmenti	Ostali
Kontinentalna Hrvatska	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Obitelji s djecom ▪ 'Zrela dob' (50-65) ▪ 'Treća dob' (65+) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Jednodnevni posjetitelji (izletnici) ▪ Tranziteri ▪ Organizatori poslovnih putovanja
Grad Zagreb	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 'Zrela dob' (50-65) ▪ Mladi (18-24) ▪ 'Treća dob' (65+) ▪ Mladi parovi (25-35) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Organizatori poslovnih putovanja ▪ Jednodnevni posjetitelji (izletnici) ▪ Tranziteri

Prioritetni tipovi projekata

Za turizam Kontinentalne Hrvatske do 2020. godine od najvećeg su značenja ravnomjerno disperzirani razvojno investicijski projekti koji će, atraktivnošću svoje ponude, već u relativno kratkom razdoblju moći privući znatan broj turista i jednodnevnih posjetitelja u različite dijelove kontinenta, čime će se osjetno povećati tržišni udio cijele ove makroregije u turističkoj aktivnosti Hrvatske. Polazeći od bitnih odrednica poželjne turističke slike Kontinentalne Hrvatske u 2020. godini, njene resursno-atraktivne osnove, sustava doživljaja koji se mogu relativno brzo razviti, te konkretnih proizvoda koji se na toj osnovi mogu uspješno komercijalizirati, moguće je prepoznati nekoliko tipova razvojno-investicijskih projekata na čijem bi razvoju nositelji izvršne vlasti trebali posebno inzistirati kad je riječ o razvojnim zonama/lokalitetima u njihovoj ingerenciji.

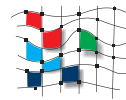
Hotelska ponuda

Projekti rekonstrukcije umornih sadržaja postojeće turističke ponude

- Kumrovec (Znanstveno studijski centar na brdu Dobrava)
- HOC Bjelolasica

Provedbene aktivnosti

- Osiguranje podrške razvojnih dionika
- Uspostava 'čiste' vlasničke strukture
- Izrada projektne dokumentacije i projektnog zadatka te priprema javnog natječaja
- Odabir najboljeg ponuđača/ugovaranje
- Početak realizacije i kontrola provedbe



Kamp ponuda

Greenfield investicijski projekti

- Zagreb
- Osijek
- Varaždin
- Hrvatsko Podunavlje
- Slavonski Brod
- Uz velike ribnjake (Končanica i sl.)

Provedbene aktivnosti

- Osiguranje podrške razvojnih dionika
- Uspostava 'čiste' vlasničke strukture
- Izrada projektne dokumentacije i projektnog zadatka te priprema javnog natječaja
- Odabir najboljeg ponuđača/ugovaranje
- Početak realizacije i kontrola provedbe

Zdravstveno-turistička ponuda

Prioritetne lokacije/ subjekti za ulaganja

Prioritetne brownfield lokacije/subjekti za ulaganja

- Hrvatsko Zagorje (nastavak aktivnosti na formiranju prepoznatljivog termalnog grozda)
- Varaždin, Daruvar, Lipik, Bizovac i Topusko (revitalizacija, dogradnja sadržaja i tržišno repozicioniranje termi)

Prioritetne greenfield lokacije/subjekti za ulaganja

- Naftalan (Ivanić Grad)
- Draškovec (općina Prelog)
- Daruvarske Toplice (novi spa hoteli)
- Sv. Ivan Zelina

Provedbene aktivnosti

- Osiguranje podrške razvojnih dionika
- Uspostava 'čiste' vlasničke strukture
- Izrada projektne dokumentacije i projektnog zadatka te priprema javnog natječaja
- Odabir najboljeg ponuđača/ugovaranje
- Početak realizacije i kontrola provedbe

Tematski parkovi

Prioritetne lokacije/ subjekti za ulaganja

'Water fun' parkovi

- Varaždinske Toplice, Topusko, Lipik, Samobor (Šmidhen), Osijek

Zabavno-poučni parkovi

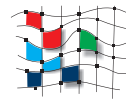
- Krapina – park krapinskog pračovjeka
- Vukovar – park posvećen Vučedolskoj kulturi, odnosno životu na ovim prostorima u vremenu oko 3000 godina prije Krista
- Sjeverozapadna Hrvatska – primjerice park profesora Baltazara

Tematski parkovi

- Slavonski Brod (alternativno Ogulin) - park inspiriran bajkama Ivane Brlić Mažuranić
- Bjelovarsko-bilogorska županija – park inspiriran likovima Mate Lovraka

Provedbene aktivnosti

- Osiguranje podrške razvojnih dionika
- Uspostava 'čiste' vlasničke strukture
- Izrada projektne dokumentacije i projektnog zadatka te priprema javnog natječaja
- Odabir najboljeg ponuđača/ugovaranje
- Početak realizacije i kontrola provedbe



Golf ponuda

Prioritetne lokacije/ subjekti za ulaganja

- **Grozd Središnja Hrvatska:** (1) Golf & country club Zagreb, Blato; (2) Golf Club Dolina Kardinala, Krašić; (3) Golf centar Novi Dvori, Zaprešić; (4) Spa & Sport Resort Sv. Martin; (5) Draškovec Spa & Golf Resort, Prelog
- **Grozd Slavonija:** (1) Područje Osijeka; (2) Podunavlje na području Vukovar - Ilok

Provedbene aktivnosti

- Osiguranje podrške razvojnih dionika
- Uspostava 'čiste' vlasničke strukture
- Izrada projektne dokumentacije i projektnog zadatka te priprema javnog natječaja
- Odabir najboljeg ponuđača/ugovaranje
- Početak realizacije i kontrola provedbe

Eko turistička ponuda

Prioritetne lokacije/ subjekti za ulaganja

- HOC Bjelolasica (planinski eko resort)
- Rakovica – Saborsko
- Papuk – Voćin
- Zrinska gora – Banovina
- Baranja – Kopački rit

Provedbene aktivnosti

- Osiguranje podrške razvojnih dionika
- Uspostava 'čiste' vlasničke strukture
- Izrada projektne dokumentacije i projektnog zadatka te priprema javnog natječaja
- Odabir najboljeg ponuđača/ugovaranje
- Početak realizacije i kontrola provedbe

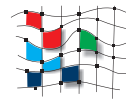
Razvoj kongresne ponude

Prioritetne lokacije/ subjekti za ulaganja

- Grad Zagreb

Provedbene aktivnosti

- Osiguranje podrške razvojnih dionika
- Uspostava 'čiste' vlasničke strukture
- Izrada projektne dokumentacije i projektnog zadatka te priprema javnog natječaja
- Odabir najboljeg ponuđača/ugovaranje
- Početak realizacije i kontrola provedbe



3.2. SJEVERNI JADRAN

Poželjna slika 2020. (razvojni dionici)

Stvaranjem novih turističkih proizvoda i sadržaja ponude u unutrašnjosti Istre te u Gorskom kotaru i Lici, cijela je makroregija Sjeverni Jadran bitno unaprijedila svoj turistički imidž, a sezonski pritisak na uski priobalni pojas donekle je smanjen.

Nova ulaganja u turističku suprastrukturu usmjeravaju se u već urbanizirana i infrastrukturno opremljena područja, vodeći računa o poželjnoj strukturi smještaja. Pojačano se potiču ulaganja u kreiranje novostvorenih turističkih atrakcija, usmjeravajući ih primarno u devastirane i vizualno neatraktivne prostore kao što su napušteni industrijski pogoni, kamenolomi, vojarne i sl. Aktiviranje još neizgrađenih turističkih razvojnih zona temelji se na izvršenim procjenama prihvatnog kapaciteta šireg prostora na koje se takve zone naslanjaju.

Broj međunarodno brendiranih hotelskih objekata povećan je ponajviše na zapadnoj obali Istre uključivo s Pulum te u obalnom pojasu od Opatijske do Crikveničko-vinodolske rivijere. U smještajnu je ponudu uključen i veći broj novih kampova, kampirališta i kamp odmorišta, osobito u unutrašnjosti Istre, Gorskom kotaru i Lici, a kvaliteta postojeće kamp ponude podignuta je na višu razinu. Novi sustav poticaja i poreznih olakšica podržava prerastanje sezonski korištenih apartmana u cjelogodišnje obiteljski vođene pansionere i male hotele.

Desetak golfskih igrališta, od čega je polovica u Istri, nalazi se u neposrednoj blizini najvećih koncentracija smještajne ponude. Uz novoizgrađene luke nautičkog turizma, u turističkoj je funkciji i više komunalnih vezova u lukama/lučicama otvorenim za javni promet uključujući i otoke.

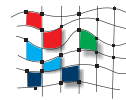
Tržišno pozicioniranje (marketing koncepcija)

Sjeverni Jadran je najrazvijenija turistička regija Hrvatske u sklopu koje Istra gradi poziciju kao 'utočište dobrog života', Kvarner se brendira kao 'mjesto revitalizacije', a Lika kao sinonim 'izvornosti i čiste prirode'.

Sustav turističkih proizvoda

	Sunce i more	Jahting	Kruzing	Gradski turizam	Turizam baštine	Događanja	Kreativni turizam	Gastri enologija	Vjerski turizam	Golf	Wellness	Terme - Talaso	Medicinski	Ruralni/Seoski	Ekoturizam	Planinarenje	Biciklizam	Ronjenje	Kajak/kanu	Rafting	Adrenalin	Lov	Ribolov	Sport na snijegu	Sport pripreme	Skup asocijacije	Skup korporacije	Insentiv	Team building	
Istra	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Sekundarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	
Kvarner	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod
Lika-Senj	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod

Legenda: **Primarni proizvod** **Sekundarni proizvod** **Tercijarni proizvod** **Proizvod nije dostupan**



Ciljna geografska tržišta

Primarna tržišta	<ul style="list-style-type: none"> Njemačka, Slovenija, Austrija, Italija Hrvatska
Sekundarna tržišta	<ul style="list-style-type: none"> Nizozemska Češka, Poljska, Slovačka, Mađarska Rusija Srbija, BiH
Izazovna tržišta	<ul style="list-style-type: none"> Danska, Velika Britanija, Francuska, Švicarska Švedska, Norveška, Finska

Ciljni tržišni segmenti

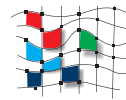
	Demografski segmenti	Ostali
Ljeto	<ul style="list-style-type: none"> Obitelji s djecom Mladi (18-24) Mladi parovi (25-35) 'Zrela dob' (50-65) 	<ul style="list-style-type: none"> Jednodnevni posjetitelji (izletnici) Tranziteri
Pred/post sezona	<ul style="list-style-type: none"> 'Zrela dob' (50-65) 'Treća dob' (65+) Mladi parovi (25-35) 	<ul style="list-style-type: none"> Organizatori poslovnih putovanja Jednodnevni posjetitelji (izletnici) Tranziteri

Prioritetni tipovi projekata

Za turizam makroregije Sjeverni Jadran do 2020. godine od najvećeg su značenja razvojno-investicijski projekti koji će dodatno obogatiti postojeći sustav turističkih doživljaja, odnosno koji će znatno više nego je to danas slučaj unaprijediti turistički lanac vrijednosti u Gorskom kotaru i Lici, čime će se današnje zaostajanje u razini turističke aktivnosti u ova dva područja za razinom turističke aktivnosti u priobalju postupno smanjivati. Polazeći od bitnih odrednica poželjne turističke slike makroregije Sjeverni Jadran u 2020. godini i sustava doživljaja koje resursno-atrakcijska osnova makroregije može podržati, prepoznaje se nekoliko tipova razvojno-investicijskih projekata na čijem bi razvoju nositelji izvršne vlasti trebali posebno inzistirati kad je riječ o turističkim zonama i/ili lokalitetima pod njihovom kontrolom.

Hotelska ponuda

Projekti funkcionalne prenamjene nekorištenih vojnih objekata	<ul style="list-style-type: none"> Pula - lokalitet Muzil (projekt Brijuni Rivijera) Pula - lokalitet Katarina Monumenti (projekt Brijuni Rivijera) Fažana - lokalitet Pineta (projekt Brijuni Rivijera) Mali Lošinj - brdo Tovar
Projekti funkcionalne prenamjene nekorištenih industrijskih pogona/zona	<ul style="list-style-type: none"> Umag - nekadašnja tvornica cementa, uključujući i pripadajući kamenolom Novigrad - kamenolom Antenal (megamarina i turističko naselje) Pula - Hidrobaza (projekt Brijuni Rivijera) Rijeka - određen broj neaktivnih industrijskih pogona (bivša tvornica duhana Rikard Benčić, bivša tvornica papira 'Hartera', prazna skladišta luke Rijeka i sl.)
Projekti rekonstrukcije 'umornih' sadržaja postojeće turističke ponude	<ul style="list-style-type: none"> Crikvenica (TN Kačjak) Hotelski smještaj i vile u sklopu NP Brijuni
Novi resort projekti	<ul style="list-style-type: none"> Rovinj (Škaraba)
Provedbene aktivnosti	<ul style="list-style-type: none"> Osiguranje podrške razvojnih dionika Uspostava 'čiste' vlasničke strukture Izrada projektne dokumentacije i projektnog zadatka te priprema javnog natječaja Odabir najboljeg ponuđača/ugovaranje Početak realizacije i kontrola provedbe



Kamp ponuda

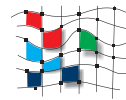
Greenfield investicijski projekti	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vrhovine ▪ Lokve (Lokvarsko jezero) ▪ Čabar ▪ Kuterevo ▪ Cres
Projekti rekonstrukcije 'umornih' sadržaja postojeće turističke ponude	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pula (Pomer) ▪ Medulin (Kažela) ▪ Fažana (Pineta) ▪ Mali Lošinj (Čikat) ▪ Selce (Uvala Slana)
Provedbene aktivnosti	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Osiguranje podrške razvojnih dionika ▪ Uspostava 'čiste' vlasničke strukture ▪ Izrada projektne dokumentacije i projektnog zadatka te priprema javnog natječaja ▪ Odabir najboljeg ponuđača/ugovaranje ▪ Početak realizacije i kontrola provedbe

Golf ponuda

Prioritetne lokacije/ subjekti za ulaganja	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Grozd Sjeverna Istra: (1) Fratarska šuma, Brtonigla; (2) Vrnjak, Grožnjan; (3) Prašćarija, Novigrad ▪ Grozd Središnja Istra: (1) Stancija Špin, Tar-Vabriga; (2) Stancija Grande, Vrsar; (3) Kloštar, Vrsar; (4) San Marco, Rovinj; (5) San Polo-Kolone, Bale ▪ Grozd Južna Istra: (1) Lobarika, Marčana; (2) Muzil, Pula; (3) Marlera, Ližnjan ▪ Grozd Kvarner: (1) Područje Brseč-Mošćenička Draga; (2) Područje Dobrinj - Čičići, Krk; (3) Područje Omišalj, Otok Krk
Provedbene aktivnosti	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Osiguranje podrške razvojnih dionika ▪ Uspostava 'čiste' vlasničke strukture ▪ Izrada projektne dokumentacije i projektnog zadatka te priprema javnog natječaja ▪ Odabir najboljeg ponuđača/ugovaranje ▪ Početak realizacije i kontrola provedbe

Zdravstveni turizam

Prioritetne brownfield lokacije/ subjekti za ulaganja	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Opatija (Talasoterapija) ▪ Crikvenica (Thalassotherapie - specijalna bolnica za medicinsku rehabilitaciju) ▪ Veli Lošinj (Specijalna bolnica)
Prioritetne greenfield lokacije/ subjekti za ulaganja	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Opatija (Talasoterapija, novi smještajni kapaciteti) ▪ Crikvenica (Thalassotherapie - specijalna bolnica za medicinsku rehabilitaciju, novi smještajni kapaciteti)
Provedbene aktivnosti	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Osiguranje podrške razvojnih dionika ▪ Uspostava 'čiste' vlasničke strukture ▪ Izrada projektne dokumentacije i projektnog zadatka te priprema javnog natječaja ▪ Odabir najboljeg ponuđača/ugovaranje ▪ Početak realizacije i kontrola provedbe



Jahting turizam

Prioritetne lokacije/ subjekti za ulaganja

- Lošinj (eko marina)
- Novi Vinodolski
- Rijeka (marina za mega jahte)
- Opatija
- Novigrad
- Pula (marina za mega jahte)
- Dragonera - Porto Maricchio

Provedbene aktivnosti

- Osiguranje podrške razvojnih dionika
- Uspostava 'čiste' vlasničke strukture
- Izrada projektne dokumentacije i projektnog zadatka te priprema javnog natječaja
- Odabir najboljeg ponuđača/ugovaranje
- Početak realizacije i kontrola provedbe

Tematski parkovi

Prioritetne greenfield lokacije/ subjekti za ulaganja

Zabavno-poučni parkovi

- Tehnološki park Nikola Tesla (Gospić - Smiljan)
- Park Voz Peškera (Krk) - adrenalinski park

Tematski parkovi

- Park Datule (Barbariga) posvećen prehistorijskim reptilima

Provedbene aktivnosti

- Osiguranje podrške razvojnih dionika
- Uspostava 'čiste' vlasničke strukture
- Izrada projektne dokumentacije i projektnog zadatka te priprema javnog natječaja
- Odabir najboljeg ponuđača/ugovaranje
- Početak realizacije i kontrola provedbe

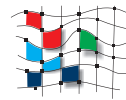
Eko turistička ponuda

Prioritetne lokacije/ subjekti za ulaganja

- Kamp Korana na Plitvicama
- Kamp Čikat u istoimenoj uvali (Lošinj)
- Kamp Baldarin na lokalitetu Punta Križa (Cres)
- Kamp Puntica (Funtana kraj Poreča)
- Kamp Finida (južno od Umaga)
- Planinski eko resort Platak
- Sjeverni Velebit (Krasno-Kuterevo-Kosinj)
- Lokve (Lokvarsko jezero)
- Područje oko Čabra

Provedbene aktivnosti

- Osiguranje podrške razvojnih dionika
- Uspostava 'čiste' vlasničke strukture
- Izrada projektne dokumentacije i projektnog zadatka te priprema javnog natječaja
- Odabir najboljeg ponuđača/ugovaranje
- Početak realizacije i kontrola provedbe



3.3. JUŽNI JADRAN

Poželjna slika 2020. (razvojni dionici)

Kroz tematsku i prostornu diferencijaciju jedinstvenog prodajnog prijedloga, makroregija Južni Jadran, odnosno Dalmacija dodatno je unaprijedila svoj turistički imidž. Istodobno je smanjila sezonski pritisak na uski priobalni pojas te privukla nove tržišne segmente s postojećih i novih geografskih tržišta.

Ulaganja u turističku suprastrukturu prioritetno se usmjeravaju u reaktiviranje i/ili kvalitativno repozicioniranje postojećih sadržaja turističke ponude, ponajviše u urbaniziranim i infrastrukturno opremljenim područjima. Nove turističke razvojne zone otvaraju se investicijskoj potražnji samo u iznimnim slučajevima, vodeći računa o prihvatnom kapacitetu i poželjnoj strukturi smještaja. Pritom se u donošenju ocjene o oportunitosti ulaganja maksimalno poštuju dugoročni interesi lokalne populacije. Istodobno, značajan broj neizgrađenih turističkih razvojnih zona, osobito na dalmatinskim otocima, funkcionalno je prenamijenjen.

Međunarodno brendirani hotelski objekti koncentrirani su na veća gradska središta (Zadar, Šibenik, Split i Dubrovnik) te na određeni broj izrazito atraktivnih destinacija u priobalju. Golf ponuda razvija se u nekoliko grozdova (zadarsko zaleđe, sinjsko polje, dubrovačko zaleđe), a izgradnja golfske ponude ne temelji se na poslovanju nekretninama. Izgradnja integriranih i mixed use resort projekata se, u pravilu, ne potiče, ali se dopušta.

Uz nekoliko novoizgrađenih luka nautičkog turizma, u turističku su funkciju stavljeni i dodatni nautički potencijali komunalnih vezova u lukama/lučicama otvorenim za javni promet, uključujući i otoke, i to isključivo na lokacijama koje nisu pod posebnim režimom zaštite prirode niti su pogodne za izgradnju smještajnih kapaciteta.

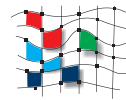
Tržišno pozicioniranje (marketing koncepcija)

Južni Jadran je mjesto milenijske kulturne baštine i prelijepih jadranskih svjetova. Povezujući vodu i krš, otoke i more četiri dalmatinske regije s finoćom i ugodom, Južni Jadran nadahnjuje pulsirajućim intenzitetom života i strasti.

Sustav turističkih proizvoda

	Sunce i more	Jahting	Kruzing	Gradski turizam	Turizam baštine	Događanja	Kreativni turizam	Gastro enologija	Vjerski turizam	Golf	Wellness	Terme - Talaso	Medicinski	Ruralni/Seoski	Ekoturizam	Planinarenje	Biciklizam	Ronjenje	Kajak/kanu	Rafting	Adrenalin	Lov	Ribolov	Sport na snijegu	Sport: pripreme	Skup asocijacije	Skup korporacije	Insentiv
Dalmacija - ZD	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod
Dalmacija - ŠI	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod
Dalmacija - ST	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod
Dalmacija - DU	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod

Legenda: **Primarni proizvod** **Sekundarni proizvod** **Tercijarni proizvod** **Proizvod nije dostupan**



Ciljna geografska tržišta

Primarna tržišta	<ul style="list-style-type: none"> Njemačka, Slovenija, Austrija, Italija Hrvatska
Sekundarna tržišta	<ul style="list-style-type: none"> Češka, Poljska, Slovačka, Mađarska BiH, Srbija Rusija SAD, Velika Britanija
Izazovna tržišta	<ul style="list-style-type: none"> Francuska, Španjolska, Nizozemska Švedska, Norveška, Danska, Finska
Daleka tržišta	<ul style="list-style-type: none"> Kanada, Australija, Japan, Kina, Južna Koreja

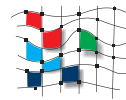
Ciljni potrošački segmenti

	Demografski segmenti	Ostali
Ljeto	<ul style="list-style-type: none"> Obitelji s djecom Mladi (18-24) Mladi parovi (25-35) 'Zrela dob' (50-65) 	<ul style="list-style-type: none"> Jednodnevni posjetitelji (izletnici)
Pred/post sezona	<ul style="list-style-type: none"> 'Zrela dob' (50-65) 'Treća dob' (65+) Mladi parovi (25-35) 	<ul style="list-style-type: none"> Organizatori poslovnih putovanja Jednodnevni posjetitelji (izletnici)

Prioritetni tipovi projekata

Slično kao i za makroregiju Sjeverni Jadran, za turizam makroregije Južni Jadran do 2020. godine, od najvećeg su značenja razvojno-investicijski projekti koji će dodatno obogatiti postojeći sustav turističkih doživljaja, odnosno koji će znatno više nego je to danas slučaj, unaprijediti turistički lanac vrijednosti u turistički slabije razvijenom prostoru zaleđa. Polazeći od bitnih odrednica poželjne turističke slike makroregije Južni Jadran u 2020. godini kao i sustava doživljaja koje njena resursno-atraktivna osnova može podržati na dugoročno održiv način, prepoznaje se nekoliko tipova razvojno-investicijskih projekata na čijem bi razvoju nositelji izvršne vlasti trebali posebno inzistirati kad je riječ o turističkim zonama i/ili lokalitetima pod njihovom kontrolom.

Hotelska ponuda	
Projekti funkcionalne prenamjene nekorištenih vojnih objekata	<ul style="list-style-type: none"> Zadar (Šepurine) Split (Duilovo) Šibenik (Zablaće/kanal Sv. Ante) Rogoznica (Kruščice) Prevlaka Lastovo (vojarna M. Tito, Ubli) Vis (vojarna Rogačić)
Projekti funkcionalne prenamjene nekorištenih industrijskih pogona/zona	<ul style="list-style-type: none"> Šibenik (tvornica ferolegura) Omiš (Dugi Rat) Vela Luka (tvornica za preradu ribe)
Projekti rekonstrukcije 'umornih' sadržaja postojeće turističke ponude	<ul style="list-style-type: none"> Orebić (TN Perna, TN Bili dvori, Komodor – hotel i bungalovi) Korčula (HTP Korčula, pri čemu osobito TN Bon Repos) Kupari Živogošće (hoteli Živogošće) Plat (hoteli Plat) Baška Voda (turistički kompleks Baško polje) Podgora (HTP Podgora)



Hotelska ponuda (nastavak tablice)

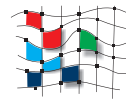
Novi resort projekti	<ul style="list-style-type: none">▪ Pašman▪ Posedarje▪ Tustica (golf resort)▪ Prevlaka
Provedbene aktivnosti	<ul style="list-style-type: none">▪ Osiguranje podrške razvojnih dionika▪ Uspostava 'čiste' vlasničke strukture▪ Izrada projektne dokumentacije i projektnog zadatka te priprema javnog natječaja▪ Odabir najboljeg ponuđača/ugovaranje▪ Početak realizacije i kontrola provedbe

Kamp ponuda

Greenfield investicijski projekti	<ul style="list-style-type: none">▪ Zabiokovlje▪ Dubrovnik (Konavle)▪ Lastovo▪ Vis
Projekti rekonstrukcije 'umornih' sadržaja postojeće turističke ponude	<ul style="list-style-type: none">▪ Baško Polje▪ Seget▪ Privlaka (Dalmacija, ex Maritime)
Provedbene aktivnosti	<ul style="list-style-type: none">▪ Osiguranje podrške razvojnih dionika▪ Uspostava 'čiste' vlasničke strukture▪ Izrada projektne dokumentacije i projektnog zadatka te priprema javnog natječaja▪ Odabir najboljeg ponuđača/ugovaranje▪ Početak realizacije i kontrola provedbe

Golf ponuda

Razvojni projekti	<ul style="list-style-type: none">▪ Grozd Dalmacija - Zadar: (1) Područja Tustica-Sukošan; (2) Baštijunski brig - Vransko jezero; (3) Područje Posedarje▪ Grozd Dalmacija - Šibenik/Split: (1) Područje Sinjsko polje; (2) Područje Skradina; (3) Područje Zabiokovlja▪ Grozd Dalmacija - Dubrovnik: (1) Područje Čilipi-Miočići; (2) Područje Srđ-Zvekovica
Provedbene aktivnosti	<ul style="list-style-type: none">▪ Osiguranje podrške razvojnih dionika▪ Uspostava 'čiste' vlasničke strukture▪ Izrada projektne dokumentacije i projektnog zadatka te priprema javnog natječaja▪ Odabir najboljeg ponuđača/ugovaranje▪ Početak realizacije i kontrola provedbe



Zdravstveni turizam

Prioritetne brownfield lokacije/ subjekti za ulaganja

- Vela Luka - obogaćivanje sadržaja i kvalitete ponude postojećeg balneoterapijskog centra

Prioritetne greenfield lokacije/ subjekti za ulaganja

- Nin - balneoterapijski centar
- Trpanj - balneoterapijski hotel

Provedbene aktivnosti

- Osiguranje podrške razvojnih dionika
- Uspostava 'čiste' vlasničke strukture
- Izrada projektne dokumentacije i projektnog zadatka te priprema javnog natječaja
- Odabir najboljeg ponuđača/ugovaranje
- Početak realizacije i kontrola provedbe

Jahting turizam

Prioritetne lokacije/ subjekti za ulaganja

- Split (marina za mega jahte)
- Ston (eko marina)
- Orebić
- Vela Luka
- Vis
- Prevlaka
- Okolica Dubrovnika (marina za mega jahte)

Provedbene aktivnosti

- Osiguranje podrške razvojnih dionika
- Uspostava 'čiste' vlasničke strukture
- Izrada projektne dokumentacije i projektnog zadatka te priprema javnog natječaja
- Odabir najboljeg ponuđača/ugovaranje
- Početak realizacije i kontrola provedbe

Zabavni parkovi

Prioritetne greenfield lokacije/ subjekti za ulaganja

Zabavno-poučni parkovi

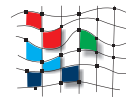
- Dubrovnik – zabavno-poučni i/ili tehnološki park Ruđer Bošković/Marin Getaldić
- Šibenik – zabavno-poučni park Faust Vrančić

Tematski parkovi

- Split/Dugopolje – 101 dalmatiner
- Sinjsko polje – 'terra alka'
- Zadarsko zaleđe – Winnetouland – posvećen likovima (tematici) iz romana Karla Maya
- Zabiokovlje – posvećen likovima (tematici) iz romana Prosjaci i sinovi Ivana Raosa

Provedbene aktivnosti

- Osiguranje podrške razvojnih dionika
- Uspostava 'čiste' vlasničke strukture
- Izrada projektne dokumentacije i projektnog zadatka te priprema javnog natječaja
- Odabir najboljeg ponuđača/ugovaranje
- Početak realizacije i kontrola provedbe



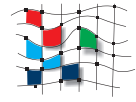
Eko turistička ponuda

Prioritetne lokacije/ subjekti za ulaganja

- Biograd (Vransko jezero)
- Obrovac (Velebit/Zrmanja)
- Zaleđe Šibenika i Primoštena
- Baćinska jezera
- Orebić (kamp Perna)
- Baška Voda (turistički kompleks Baško polje)

Provedbene aktivnosti

- Osiguranje podrške razvojnih dionika
- Uspostava 'čiste' vlasničke strukture
- Izrada projektne dokumentacije i projektnog zadatka te priprema javnog natječaja
- Odabir najboljeg ponuđača/ugovaranje
- Početak realizacije i kontrola provedbe



4. ZAKLJUČAK

U ovom izvještaju predstavljeno je trinaest programa, odnosno više od stočetrdeset konkretnih projekata moguće razvojno-investicijske aktivnosti (ne računajući projekte razvoja biciklističkih staza). Svi programi i pojedinačni projekti izravno su u funkciji ostvarivanja postavljene razvojne vizije u razdoblju do 2020. godine i imaju ulogu pokretača pozitivnih promjena u hrvatskom turizmu. Osiguravajući pokretanje novog razvojnog ciklusa, predloženi razvojno-investicijski projekti usmjereni su na privlačenje ponajviše međunarodne investicijske potražnje. Svi predloženi projekti, nadalje, odvijaju se na zemljištu u većinskom vlasništvu ili pod kontrolom nositelja izvršne vlasti na nacionalnoj, županijskoj i gradsko/općinskoj razini, odnosno pod kontrolom drugih institucija i/ili gospodarskih entiteta u javnom vlasništvu.

Neovisno o činjenici da iniciranje i provedba predloženih programa i projekata predstavlja nužan preduvjet uspješne implementacije nove razvojne vizije turizma RH, valja imati na umu da ovdje predložene projekte prema svakom od programa ni u jednoj od turističkih makroregija ni u kojem slučaju ne bi trebalo shvaćati kao 'zatvoreni skup'. U tom smislu, nadalje, zasigurno postoje i drugi razvojno-investicijski projekti, a možda i programi koji bi se mogli osmisliti, inicirati odnosno provesti, a koji su izrađivačima ovog dokumenta, u ovom trenutku bili nepoznati.

Zbog svega navedenog, ovaj izvještaj valja shvaćati ponajviše kao skup projektnih ideja na čijoj realizaciji bi se nositelji izvršne vlasti na nacionalnoj, regionalnoj i lokalnoj razini odmah trebali angažirati kako bi se, u što je moguće kraćem vremenu, pripremilo tridesetak, ravnomjerno prostorno disperziranih, razvojno-investicijskih projekata spremnih za međunarodno tenderiranje.