



Horwath HTL™

Hotel, Tourism and Leisure

Analiza stanja i strategija razvoja turizma Karlovačke županije do 2025. godine

Finalna verzija Izvještaja II

KARLOVAČKA ŽUPANIJA
A. Vraniczanya 2,
47000 Karlovac
Hrvatska

UVOD

UVOD

Poštovani,

zahvaljujemo na ukazanom povjerenju za izradu dokumenta *Analiza stanja i strategija razvoja turizma Karlovačke županije do 2025. godine* kao krovnog turističkog plana razvoja turizma Županije u narednom periodu.

U travnju 2018. godine dovršen je prvi izvještaj koji se odnosi na analizu stanja, a koji služi za postavljanje strateškog okvira za budući razvoj turizma Karlovačke županije do 2025. godine.

U sljedećem koraku je definiran i drugi izvještaj koji predstavlja srž strategije, a kojim se identificira buduća pozicija turističkog sektora, identificiraju ključna potrebna unaprjeđenja uključujući turističku infrastrukturu i investicije, podizanje konkurentnosti, unaprjeđenje malog i srednjeg poduzetništva te turističkog marketinga.

I u ovoj fazi projekta uključeni su glavni dionici privatnog i javnog sektora kroz interaktivnu radionicu tijekom koje se s dionicima definirala i usuglasila vizija, misija, pozicioniranje i ključni ciljevi turističkog razvoja Županije do 2025. godine. Dodatno, s dionicima su definirane ključne potrebe za daljnji razvoj turizma. Ovom projektu pristupili smo vođeni željom da isporučimo ne samo dokument, nego i operativno usmjeren instrument upravljanja procesima koji će pružiti kvalitetnu bazu za provedbu identificiranih inicijativa s krajnjim ciljem razvoja Karlovačke županije u značajnog aktera turističke ponude kontinentalne Hrvatske, te ravnopravnog partnera u odgovornoj i održivoj komercijalizaciji Plitvičkih jezera.

Ovakav participativni pristup definiranja svih ključnih odrednica razvojne strategije osnovni je preduvjet uspješne implementacije projekta i suradnje ključnih dionika na isporuci identificiranih razvojnih inicijativa.

U Zagrebu 13. veljače 2019.

S poštovanjem,



Siniša Topalović, mag. oec., ISHC

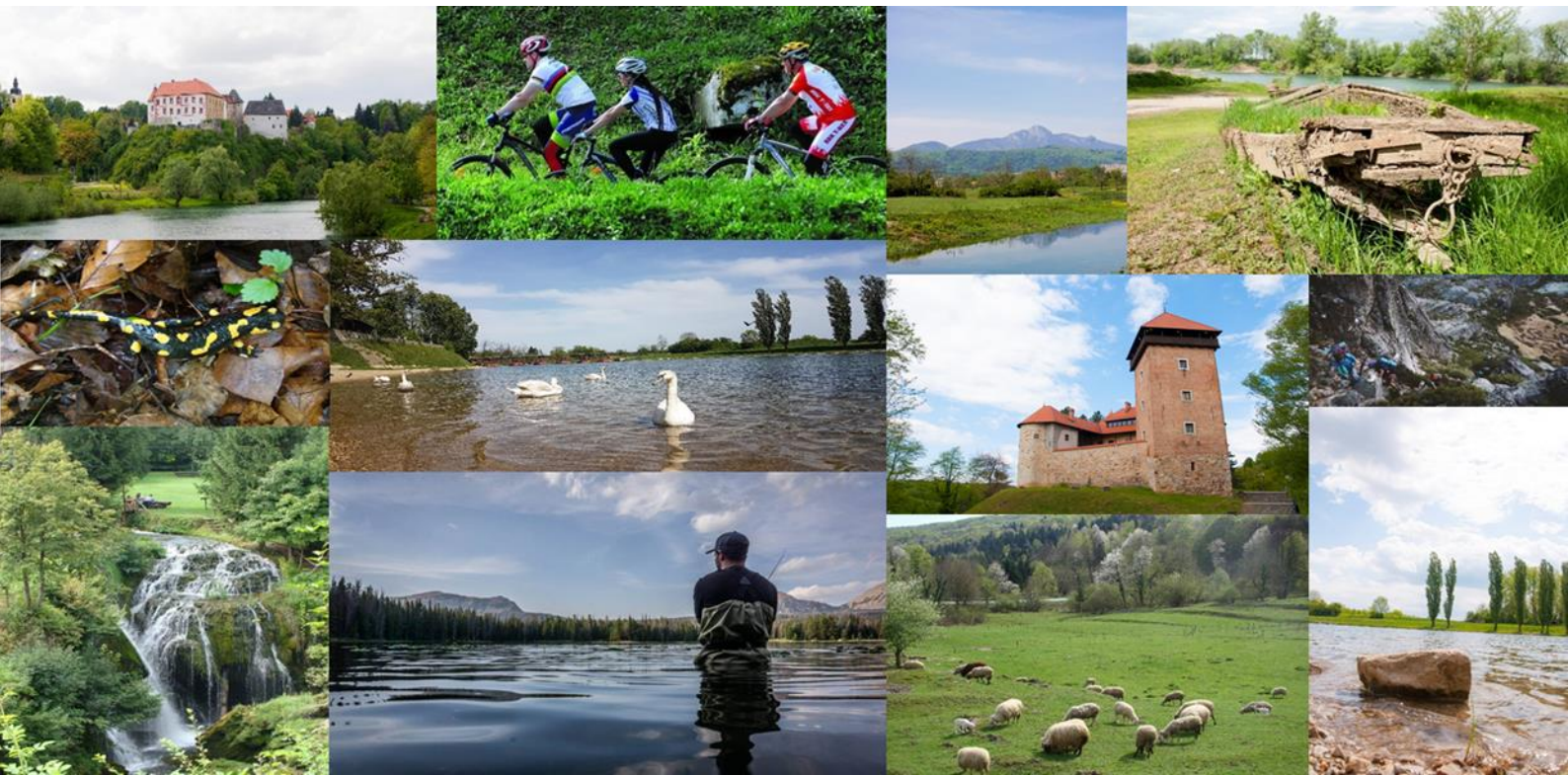
POPIS KRATICA, POJMOVNIK

ALS	Average Length of Stay	Prosječna duljina boravka gostiju u destinaciji
B&B	Bed and Breakfast	Noćenje i doručak
DMC	Destination Management Company	Destinacijska menadžment kompanija
dr.	Drugo	
engl.	Engleski	
EU	Europska unija	
EUR	Euro	Valuta Europske monetarne unije
FINA	Financijska agencija	
ha	hektar	Mjerna jedinica površine
HE	Hidroelektrana	
HTZ	Hrvatska turistička zajednica	
JLS	Jedinica lokalne samouprave	
JPP	Javno-privatno partnerstvo	
km	Kilometar	Mjerna jedinica duljine
Kn	Kuna	Valuta Republike Hrvatske
m	Metar	Mjerna jedinica duljine
m ²	Metar kvadratni	Mjerna jedinica površine
mil.	Milijun	
MINT	Ministarstvo turizma	
mlrd.	Milijarda	
MTB	Mountain bike	Brdski bicikl
NP	Nacionalni park	
npr.	Na primjer	
OPG	Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo	
PPS	Pred i po sezona	
PR	Public relations	Odnosi s javnošću
sl.	Slično	
TZ	Turistička zajednica	
TZKŽ	Turistička zajednica Karlovačke županije	
tzv.	Takozvano	
UNWTO	United Nations World Tourism Organization	Svjetska turistička organizacija

SADRŽAJ

I. ZADACI I PROCEDURE.....	14
I.1. Zadaci	14
I.2. Procedure.....	14
2. STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA.....	17
2.1. Strateški kontekst razvoja turizma	17
2.2. Strateška uporišta	18
2.3. Razvojna načela.....	19
2.4. Vizija.....	20
2.5. Misija.....	20
2.6. Turističko pozicioniranje	21
2.7. Strateški ciljevi i model rasta.....	21
2.7.1. Strateški ciljevi	21
2.7.2. Ključni indikatori modela rasta.....	21
2.8. Turistički proizvodi.....	23
2.8.1. Primarni turistički proizvodi i iskustva.....	24
2.8.2. Specifični turistički proizvodi i iskustva.....	28
2.8.3. Ključne poluge za daljnji razvoj turističkih proizvoda u Karlovačkoj Županiji.....	31
2.9. Turističko strukturiranje prostora.....	33
3. KLJUČNE SMJERNICE RAZVOJA I AKCIJSKI PLAN.....	39
3.1. Turistička infrastruktura i investicije.....	39
3.1.1. Infrastruktura za aktivni odmor	39
3.1.2. Sustav vidikovaca	41
3.1.3. Sustav interpretacijskih centara i muzeja.....	42
3.1.4. Revitalizacija i uređenje dvoraca i utvrda.....	43
3.1.5. Sustav panoramskih balona.....	44
3.1.6. Tematski turistički parkovi	45
3.2. Programi konkurentnosti.....	46
3.2.1. Podizanje ambijentalne atraktivnosti javnih prostora i urbanog nasljeđa.....	46
3.2.2. Podizanje svijesti stanovništva o turizmu.....	47
3.2.3. Razvoj županijske turističke kartice.....	47
3.2.4. Uspostava prioriternih proizvodnih klubova.....	48

3.2.5.	Uvrštavanje ponude aktivnog odmora na međunarodne <i>outdoor</i> platforme	49
3.2.6.	Istraživanje potencijala geotermalnih izvora	50
3.2.7.	Osmišljavanje tematskih ruta.....	51
3.2.8.	Revitalizacija i očuvanje specifične arhitekture	52
3.2.9.	Revizija postojećih turističkih zona	53
3.2.10.	Sustav smeđe signalizacije.....	54
3.2.11.	Turistička valorizacija speleoloških objekata	54
3.2.12.	Profesionalni razvoj lovnog i ribolovnog turizma.....	55
3.2.13.	Baza turističkih atrakcija	56
3.3.	Marketing.....	56
3.3.1.	Kreiranje krovnog brenda i podbrendova niže razine	56
3.3.2.	Redefiniranje i preimenovanje web stranice <i>River adventure</i>	57
3.3.3.	Mobilna turistička aplikacija	58
3.3.4.	Kreiranje službene stranice Karlovačke županije na <i>TripAdvisor</i> platformi.....	59
3.3.5.	Društvene mreže.....	60
3.3.6.	Viralna marketing kampanja.....	61
3.3.7.	Marketing kampanja za podizanje svijesti	62
3.4.	Malo i srednje poduzetništvo.....	62
3.4.1.	Nefinancijski programi potpore malim i srednjim poduzetnicima.....	62
3.4.2.	Financijski programi potpore malim i srednjim poduzetnicima.....	65
3.5.	Nadzor provedbe projekta i akcijski plan.....	67
3.5.1.	Nadzor provedbe projekata	67
3.5.2.	Aksijski plan	68
3.5.3.	Ključni miljokazi	79



Izvršni sažetak

Strategija razvoja turizma Karlovačke
županije do 2025. godine



Hotel, Tourism and Leisure

IZVRŠNI SAŽETAK

Karlovačka županija danas se nalazi na začetku svog turističkog razvoja, unatoč povoljnim predispozicijama u vidu strateškog geografskog položaja, dobre prometne povezanosti te bogate resursne osnove. Postojeći su resursi nedovoljno valorizirani te ih je potrebno, kroz razvoj infrastrukture i iskustava, profesionalno povezati u prepoznatljive turističke proizvode. Na području Županije vidljiva je spremnost i želja dionika da svojim inicijativama doprinesu razvoju, posebice na području enogastronomije, diversifikacije smještajne strukture, ponude aktivnosti u prirodi i sl. S druge strane, javni sektor uviđa važnost razvoja turizma te je spreman značajnije ga podržati. Ključno uporište za budući razvoj bit će preuzimanje aktivne uloge u komercijalizaciji i promociji Plitvičkih jezera kao neupitne poluge za kreiranje imidža i stvaranje motiva dolaska na razini cijele Županije.

No, s obzirom na osjetljivost prirodne i kulturne resursne osnove Županije, prilikom razvoja turizma, dionici se moraju voditi načelima dugoročne održivosti, očuvanja autohtonih vrijednosti, aktivacije neiskorištenih resursa na tržišno atraktivan način te snažnijeg aktiviranja i komercijaliziranja poljoprivrede i povezanih proizvoda.

Stoga, dugoročna vizija Karlovačke županije definirana je na sljedeći način:

Karlovačka županija je 2025. godine vodeća hrvatska kontinentalna regija aktivnog odmora koja privlači posjetitelje kroz cijelu godinu.

Svoju atraktivnost temelji na netaknutoj i očuvanoj prirodi, bogatstvu vode, kulturno-povijesnoj baštini, lakoj dostupnosti i ljubaznim domaćinima, tradicionalnoj gastronomiji temeljenoj na lokalnim namirnicama i bogatstvu prostora u kojemu svaki gost pronalazi utočište za bijeg od urbane svakodnevnice.

S ciljem operacionalizacije postavljene vizije, definirana je i usuglašena misija turizma:

Misija razvoja turizma je stvaranje novih prilika za stanovništvo, razvoj kreativnih industrija, unapređenje javne infrastrukture i ponude aktivnosti te otvaranje novih prilika i distributivnih lanaca za povezane proizvode i usluge s područja Karlovačke županije.

Navedena misija pruža jasan okvir za donošenje poslovnih odluka, a nastojat će se postići ključnim aktivnostima koje će Županija provoditi uz definirane principe kojima će se pritom koristiti. Sama misija pruža jasan okvir za donošenje poslovnih odluka, a provesti će se primjenom sljedećih principa:

- *Karlovačka županija će podizati svijest svih stanovnika o važnosti turizma i koristima koje turizam donosi lokalnoj zajednici. S tim u vezi, Karlovačka županija će poticati stanovnike da se aktivno uključe u razvoj i oblikovanje turizma kako bi Županija postala ugodnije mjesto za život stanovnika i boravak gostiju.*
- *Karlovačka županija turizam će razvijati profesionalno i pružati potporu poduzetnicima kako bi se unaprijedila cjelokupna kvaliteta života, generirala nova radna mjesta, otvorio dodatan poduzetnički prostor u segmentu kreativnih i uslužnih industrija, osigurao gospodarski rast i stvorili pozitivni preduvjeti za buduće generacije te mogućnosti za komercijalizaciju i plasman poljoprivrednih proizvoda visoke kvalitete i dodane vrijednosti.*
- *Karlovačka županija će izgraditi svoj krovni turistički brend kojeg će uz potrebne promjene prilagoditi potrebama brendiranja lokalnih destinacija i turističkih proizvoda. Tim će brendom upravljati profesionalno i konzistentno kako bi se osigurala prepoznatljivost Županije.*

- *Karlovačka županija preuzeti će aktivnu ulogu u komercijalizaciji, promociji i podizanju turističkog iskustva i doživljaja koji se temelje na resursu Plitvičkih jezera i to putem bliske suradnje s upravom NP Plitvička jezera i klasterske suradnje općina i gradova u široj kontaktnoj zoni Plitvičkih jezera.*
- *Karlovačka županija će profesionalno izgraditi turističke proizvode koji će odgovarati potražnji suvremenih putnika i njihovim potrebama, a na temelju do sada neiskorištenih resursa i atrakcija.*
- *U procesu razvoja i upravljanja turizmom, Karlovačka županija će se voditi načelima održivog razvoja.*

Tržišno pozicioniranje Karlovačke županije definirano je i usuglašeno na sljedeći način:

Smještena u zelenom srcu Hrvatske, Karlovačka županija je globalno konkurentna regija nadohvat ruke koja svojom očuvanom prirodom, bogatstvom voda, povijesti i delicija nadahnjuje goste na turističko otkrivanje, aktivno bavljenje sportom i rekreacijom, ali i na odmor te vraćanje snage u tihom ruralnom kraju.

U skladu s polaznom pozicijom, obilaskom terena te identifikacijom ključnih projekata i inicijativa, modelom rasta su pretpostavljeni sljedeći ciljevi za 2025. godinu:

- Rast smještaja:
 - 900 novih turističkih kreveta u hotelima više i visoke kvalitete;
 - 1.800 novih kreveta u privatnom smještaju s fokusom na razvoj ruralnog smještaja, prije svega kuća za odmor;
 - 660 kreveta u kampovima i *glamping* resortima;
 - rast u drugim oblicima smještaja (hosteli, planinarski i lovački domovi i sl.).
- Rast zauzetosti smještaja (kreveta) iznad 25% (s postojećih nešto manje od 25%) temeljem jačanja općeg lanca turističke vrijednosti;
- Ostvarenje minimalno 50 EUR direktnog prihoda po noćenju.

Na temelju identificiranih resursa, definirani su primarni turistički proizvodi i iskustva: aktivni odmor, ruralni turizam, lovni i ribolovni turizam, kulturni turizam te specifični turistički proizvodi i iskustva: *touring*, enogastronomski turizam, izleti i manifestacije.

Za sinergijski razvoj turističkih proizvoda definirane su 3 iskustvene zone koje se nužno ne poklapaju s administrativnim granicama gradova i općina, već su formirane na temelju zajedničke resursne osnove te povezanih turističkih proizvoda i iskustava:

Klaster 1 „Harmonija zelenog i plavog“ obuhvaća sljedeće jedinice lokalne samouprave: gradove Karlovac i Ozalj te općine Draganić, Kamanje, Lasinja, Ribnik i Žakanje.

Klaster 2 „Aktivna bajka“ obuhvaća sljedeće jedinice lokalne samouprave: gradove Duga Resa, Karlovac i Ogulin te općine Barilović, Bosiljevo, Generalski stol, Josipdol, Netretić i Tounj.

Klaster 3 „Skrivene tajne krša“ obuhvaća sljedeće jedinice lokalne samouprave: gradove Karlovac i Slunj te općine Cetingrad, Krnjak, Plaški, Rakovica, Saborsko i Vojnić.

Zbog svog značaja i prilike koje takvo zoniranje nosi, Karlovac je postavljen kao čvorište i destinacija koja potiče razvoj u svakom od definiranih klastera. Karlovac može, po želji, djelovati u sva tri klastera, ili se opredijeliti za djelovanje unutar jednog.

Turistička strategija razvoja Karlovačke županije sadrži ključne operativne strategije iz područja turističke infrastrukture i investicija, podizanja konkurentnosti turističkog sektora, marketinga te malog i srednjeg poduzetništva.

Na području turističke infrastrukture i investicija identificirano je šest ključnih inicijativa:

Infrastruktura za aktivni odmor

- Razvoj visoko kvalitetne turističke infrastrukture (biciklističke staze, planinarske, pješačke i *trekking* staze i dr.) koja će podržavati razvoj *outdoor* proizvoda Županije.

Sustav vidikovaca

- Cilj ovog programa je formiranje i uređenje nekoliko panoramskih vidikovaca koji bi omogućili sagledavanje cjelokupnog prostora Županije na atraktivan i korisnicima siguran način.

Sustav interpretacijskih centara i muzeja

- Sustav interpretacijskih centara i muzeja ima za cilj na interaktivan, inovativan i zanimljiv način valorizirati bogato kulturno-povijesno nasljeđe Karlovačke županije.

Revitalizacija i uređenje dvoraca i utvrda

- Osim konzervatorskih zahvata planiranih na dvorcima i utverdama Karlovačke županije, inicijativa ima za cilj dodatno valorizirati takve objekte kroz njihovu komercijalnu namjenu (muzeji, interpretacijski centri, dvorane za vjenčanja, restorani i sl.).

Sustav panoramskih balona

- Panoramski baloni predstavljaju atraktivno iskustvo uživanja u panorami turističkog područja.

Tematski turistički parkovi

- Tematski turistički parkovi način su obogaćivanja turističke ponude Županije i postaju primarni motiv dolaska, a mogu biti inspirirani nekim od resursa s područja Karlovačke županije.

S ciljem podizanja kvalitete cjelokupnog turističkog doživljaja Karlovačke županije i unaprjeđenja ponude, identificirani su sljedeći programi konkurentnosti Karlovačke županije:

Podizanje ambijentalne atraktivnosti javnih prostora i urbanog nasljeđa

- Urbana estetika prostora u značajnijoj mjeri utječe na iskustvo posjetitelja u nekoj destinaciji, pa se stoga predlaže podići ambijentalnu atraktivnost javnih prostora koji trenutno nisu u reprezentativnom stanju.

Podizanje svijesti stanovništva o turizmu

- Kako bi se stanovništvo aktivno uključilo u razvoj turizma, predlaže se podizanje svijesti stanovništva o važnosti turizma i njegovom značaju za ekonomski, društveni i gospodarski razvoj Karlovačke županije kroz organizaciju različitih turističkih foruma, edukacija, obrazovnih programa i ekoloških akcija.

Razvoj županijske turističke kartice

- Ovim programom konkurentnosti se predlaže formiranje regionalne destinacijske turističke kartice koja bi imala osnovni cilj da se cjelokupna ponuda Karlovačke županije na atraktivan i komercijalan način prezentira gostima regije te se potakne dodatna mobilnost posjetitelja između atrakcija s krajnjim ciljem upravljanja i usmjeravanja tokova posjetitelja.

Uspostava prioritetnih proizvodnih klubova

- Proizvodnim klubom se na projektnoj razini kreativnim i suradničkim pristupom radi na razvoju aktivnog odmora i iskustava temeljenih na Plitvičkim jezerima. Ovim se programom predlaže

formiranje kluba malog broja snažnih dionika koji bi se bavili malim brojem aktivnosti, ali sa značajnim utjecajem na turistički imidž i profil Karlovačke županije.

Uvrštavanje ponude aktivnog odmora na međunarodne outdoor platforme

- S ciljem poboljšanja prepoznatljivosti i vidljivosti proizvoda aktivnog odmora na razini Karlovačke županije, predlaže se uvrštavanje ponude aktivnog odmora na prepoznate međunarodne outdoor platforme.

Istraživanje potencijala geotermalnih izvora

- Potrebno je istražiti potencijal geotermalnih izvora na području Karlovačke županije kako bi se identificirala mogućnost razvoja zdravstvenih ili wellness programa na temelju vode iz geotermalnih izvora.

Osmišljavanje tematskih ruta

- Specifične atrakcije, resursi i iskustva koji se mogu doživjeti na području Karlovačke županije potrebno je povezati u jedinstvene cjeline koje će biti trasirane i jasno označene, a gostima će pružiti dodatni motiv obilaska Županije.

Revitalizacija i očuvanje specifične arhitekture

- Potrebno je identificirati jedinstvenu i specifičnu arhitekturu izgradnje na području Karlovačke županije te kreirati katalog/prospekt s detaljnim smjernicama moguće implementacije na postojećim ali i objektima novogradnje, kako bi se zadržali autohtoni arhitektonski oblici i dodatno utjecalo na stvaranje osjećaja „pripadnosti“ i specifičnosti regije.

Revizija postojećih turističkih zona

- Inicijativa podrazumijeva identifikaciju turističkih zona koje je moguće valorizirati, zona koje danas ne raspolazu potencijalom za razvoj te ih je stoga potrebno u prostornom planu prenamijeniti, odnosno identifikacija onih zona koje je potrebno uvrstiti kao turističke.

Sustav smeđe signalizacije

- Cilj ove inicijative je postavljanje smeđe signalizacije na ključnim županijskim prometnim pravcima kako bi se gosti u destinaciji i u tranzitu pravovremeno usmjeravali prema ključnim atrakcijama i točkama interesa.

Turistička valorizacija speleoloških objekata

- Inicijativa ima za cilj valorizirati postojeće spilje i jame te razviti dodatne atrakcije temeljene na ovom resursu koji je do sada većim dijelom neiskorišten.

Profesionalni razvoj lovnog i ribolovnog turizma

- Cilj inicijative je turistička valorizacija prirodnih resursa Županije i profesionalni razvoj lovnog i ribolovnog turizma na održivi način, primarno kroz nekonzumirajuće aktivnosti, ali i tradicionalni lov i ribolov te pakiranje istih u atraktivne turističke pakete

Baza turističkih atrakcija

- Stvaranje baze turističkih atrakcija na prostoru Karlovačke županije podrazumijeva identifikaciju i opis svih postojećih atrakcija na području Karlovačke županije s ciljem evidentiranja i valoriziranja postojećih i potencijalnih turističkih atrakcija

Za razvoj turističkog proizvoda Karlovačke županije i ostvarenje zadanih ciljeva do 2025. godine, potreban je značajan iskorak u marketinškom smislu te se stoga predlaže implementacija sljedećih inicijativa :

1. Branding

Kreiranje krovnog brenda i brendova niže razine

- Kreiranjem krovnog brenda i brendova niže razine, namjera je diferencirati Županiju od ostalih destinacija te predstaviti jedinstveni set iskustava, osjećaja i slika s ciljem izgradnje svijesti i osnaživanja imidža o Županiji.

2. Marketinška infrastruktura

Redefiniranje i preimenovanje web stranice *River adventure*

- Inicijativa ima za cilj postojeću web stranicu unaprijediti po uzoru na najbolje prakse te kreirati središnje mjesto inspiriranja posjetitelja za posjet Županiji kroz pružanje svih relevantnih informacija za planiranje boravka na jasan i atraktivan način.

Mobilna turistička aplikacija

- Mobilnom se aplikacijom posjetiteljima Županije želi na integralan način prikazati cjelokupna turistička ponuda kroz pružanje ključnih informacija o destinacijama, atrakcijama i drugim točkama interesa te mogućim aktivnostima.

Kreiranje službene stranice Karlovačke županije na *TripAdvisor* platformi

- Inicijativa predlaže kreiranje službenog profila destinacije na *TripAdvisor* platformi s ciljem kvalitetnijeg upravljanja sadržajem na inspirativan, točan način uz pravovremena ažuriranja sadržaja.

3. Promocija

Društvene mreže

- Unaprjeđenjem i profesionalizacijom komunikacije na službenim profilima, želi se postići kontinuirana, inspirativna i usmjerena komunikacija koja će poticati goste na angažman i dijeljenje sadržaja.

Viralna marketing kampanja

- Cilj inicijative je osmisлити kreativnu, jedinstvenu i zanimljivu marketinšku kampanju sa svrhom pobuđivanja interesa javnosti za turističkom ponudom Županije.

Marketing kampanja za podizanje svijesti

- Cilj je provesti kampanju za podizanje svijesti kojom će se utjecati na pozicioniranje Karlovačke županije na domaćem i međunarodnom tržištu te upoznati potencijalne goste s turističkom ponudom kako bi ih se motiviralo na posjet.

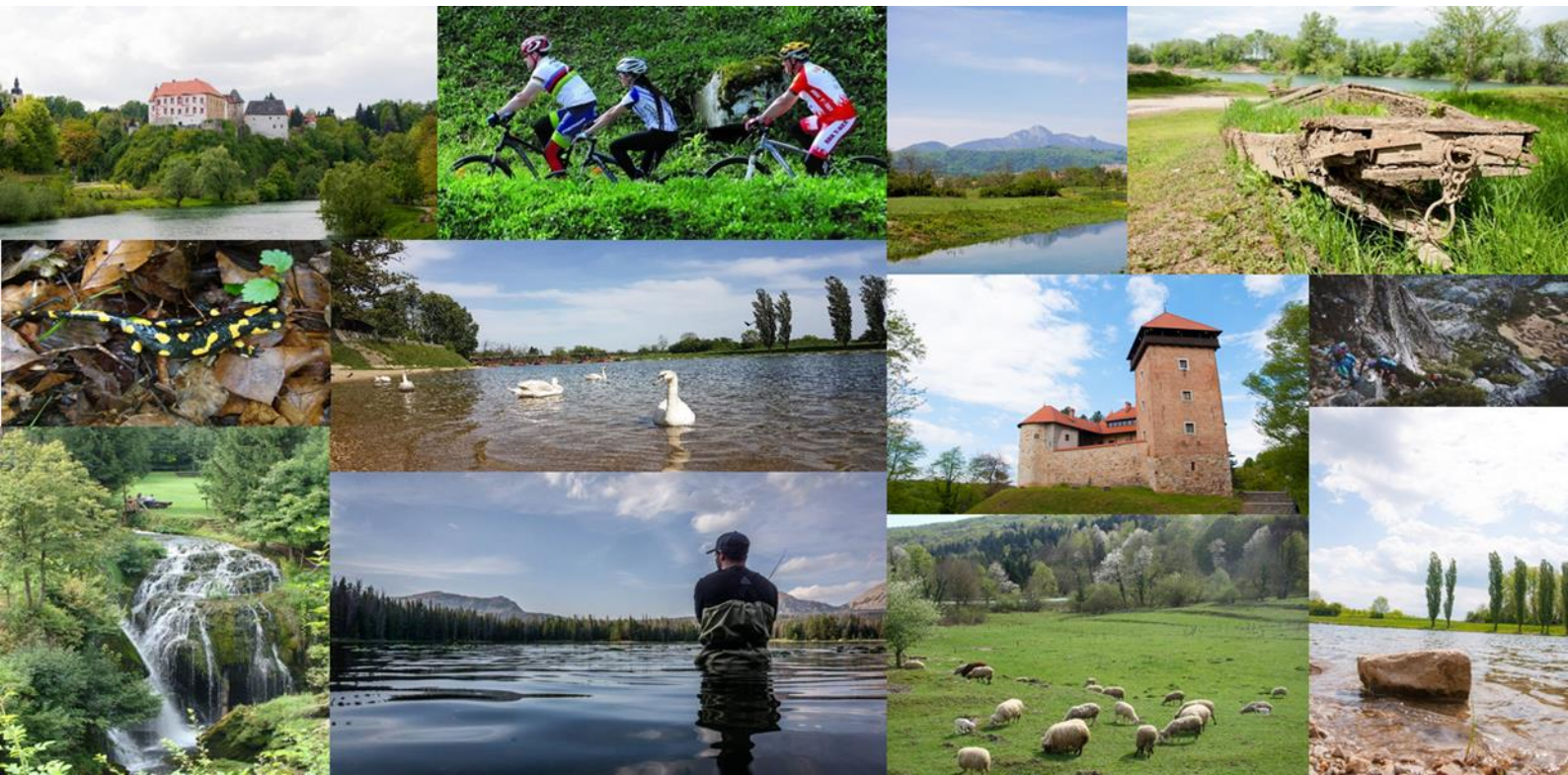
Dodatno, na razini Karlovačke županije identificirane su nefinancijske i financijske inicijative i potpore koje je potrebno implementirati za jačanje i razvoj malog i srednjeg poduzetništva u turizmu i povezanim djelatnostima.

Nefinancijski programi potpore malim i srednjim poduzetnicima

- Nefinancijski programi potpore malim i srednjim poduzetnicima podrazumijevaju razne edukacije i radionice, s ciljem razvoja znanja i kompetencija, povezivanja dionika i jačanja partnerskog odnosa te poticanja stanovništva na uključivanje u turistički sektor.

Financijski programi potpore malim i srednjim poduzetnicima

- Financijski programi potpore malim i srednjim poduzetnicima, u vidu subvencija, olakšica i potpora, imaju za cilj brži razvoj poslovanja, olakšavanje pristupa financijskim sredstvima, poticanje poduzetnika na jače uključivanje u turistički sektor te razvoja proizvoda.



POGLAVLJE I

Zadaci i procedure

Strategija razvoja turizma Karlovačke
županije do 2025. godine



Hotel, Tourism and Leisure

I. ZADACI I PROCEDURE

I.1. ZADACI

Nastavno na detaljnu analizu stanja provedenu u fazi pripreme Izvještaja 1, ovaj dokument definira strateški plan razvoja turizma Karlovačke županije, kroz ključne operativne strategije iz područja turističke infrastrukture i investicija, podizanja konkurentnosti turističkog sektora, marketinga te malog i srednjeg poduzetništva. U ovoj fazi projekta odrađeni su sljedeći glavni zadaci:

- **Postavljanje strateškog okvira razvoja**

Definiran je strateški kontekst u kojem se turizam razvija, strateška uporišta na kojima se temelji te razvojna načela koja treba slijediti. Postavljena je i dugoročna vizija i misija turizma do 2025. godine te tržišno pozicioniranje. Konačno, definirani su ciljevi razvoja proizašli iz pripadajućeg modela rasta.

- **Definiranje turističkih proizvoda i pripadajućih aktivnosti razvoja**

Definirani su primarni i specifični turistički proizvodi i iskustva koje Karlovačka županija treba razvijati do 2025. godine. Za svaki su se proizvod identificirali ključni preduvjeti razvoja, a koji se kasnije razlažu u smjernicama razvoja.

- **Turističko strukturiranje prostora**

Sukladno identificiranim klasterima, definirano je njihovo pozicioniranje, primarni i specifični proizvodi i iskustva, moguće aktivnosti i potrebna turistička i smještajna infrastruktura kao preduvjet efikasnog razvoja.

- **Ključne smjernice razvoja**

Turistička infrastruktura i investicije specificiraju konkretne turističke projekte koji imaju potencijal biti predmetom ponude na domaćem i međunarodnom tržištu.

Programi konkurentnosti identificiraju ključne projekte koji imaju za cilj podizanje opće konkurentnosti turističke ponude i iskustava Karlovačke županije.

Smjernice marketinga usredotočene su na alate i medije koji su na raspolaganju županijskom sustavu turističkih zajednica, a koji se koriste u integriranoj marketinškoj komunikaciji.

Smjernice razvoja malog i srednjeg poduzetništva imaju za cilj identificirati područja djelovanja kako bi se osnažio ovaj sektor i jače integrirao s turizmom.

- **Akcijski plan**

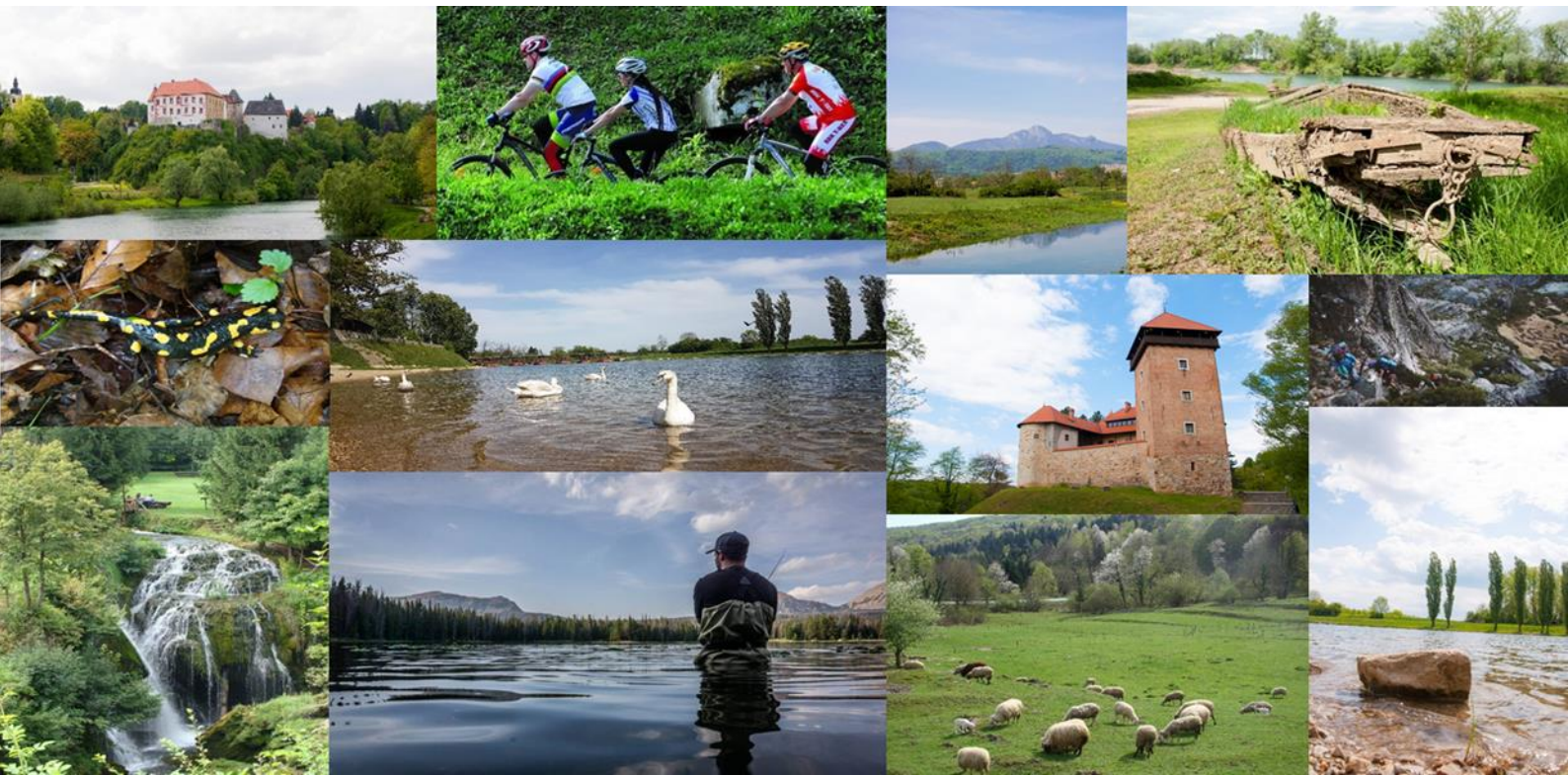
Akcijski plan definira trajanje pojedinih aktivnosti te identificira odgovorna tijela za provedbu, a služi za praćenje realizacije i implementacije projekata i inicijativa.

I.2. PROCEDURE

U procesu izrade Izvještaja 2 provedene su sljedeće procedure:

- Interaktivna radionica s dionicima privatnog i javnog sektora turizma Karlovačke županije;
- Prikupljanje sekundarnih podataka vezanih uz postojeće projekte i inicijative identificirane tijekom faze izrade Izvještaja I;
- Osobne i telefonske koordinacije s Klijentom;
- Prikupljanje podataka s FINA-e i TZKŽ za procjenu modela rasta;
- Sekundarno istraživanje i revizija dostupnih baza podataka UNWTO¹, *Hospitality Inside*, kao i bogate interne baze Horwath HTL Zagreb, drugih ureda Horwath HTL te brojnih drugih izvora;
- Sekundarno istraživanje i revizija dostupnih publikacija za potrebe definiranja profila turističkih proizvoda;
- Sekundarno istraživanje sličnih projekata i inicijativa radi definiranja okvirnih budžeta za investiranje.

¹ Horwath HTL je pridruženi član Svjetske turističke organizacije koja djeluje kao podorganizacija Ujedinjenih naroda (UNWTO – United Nations World Tourism Organisation).



POGLAVLJE 2

Strategija razvoja turizma

Strategija razvoja turizma Karlovačke
županije do 2025. godine



Hotel, Tourism and Leisure

2. STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA

2.1. STRATEŠKI KONTEKST RAZVOJA TURIZMA

- Geografski položaj i prometna povezanost Karlovačke županije predstavljaju ključne predispozicije turističkog razvoja Županije. Kroz Županiju se odvija znatna količina turističkog tranzita koji predstavlja potencijalno gravitacijsko tržište zajedno sa stanovništvom i gostima koji borave u destinacijama do 3 sata vožnje automobilom;
- Tradicionalno je Županija bila usmjerena na prerađivačku industriju i građevinarstvo, a turizam je bila djelatnost od marginalnog značaja. Dodatno, nedostatak ekonomskih prilika utječe na iseljavanje mladog i obrazovanog stanovništva. Turizam kakvog danas Županija poznaje, nema snagu nadoknaditi propuštene prilike u drugim industrijama i stvoriti dovoljno ekonomske koristi i radnih mjesta;
- U skladu s gospodarskim opredjeljenjem Županije te s tim povezanim obrazovnim programima, nedovoljno je obrazovane radne snage i prostora za poduzetničke ideje u sferi kreativnih industrija i uslužnih djelatnosti koji su nužno potrebni za konkurentan razvoj turizma;
- Karlovačka županija u posljednjih pet godina bilježi dvoznamenkaste stope rasta dolazaka i noćenja što je čini jednom od 5 najbrže rastućih kontinentalnih županija u Hrvatskoj. Iako u posljednjih 10 godina dolazi do iskoraka u kvantiteti smještajnih objekata, ono se prije svega odnosi na rast pružanja ugostiteljskih usluga u domaćinstvu (u daljnjem tekstu privatni smještaj) koji posluje sezonski;
- Karlovačka županija jedina je kontinentalna županija u Hrvatskoj s izraženom krivuljom sezonalnosti koja prati obrazac Jadranske Hrvatske. Tome doprinosi smještajna struktura (preko 60% ponude u kampovima i privatnom smještaju), Plitvička jezera koja su danas primarni motiv dolaska gostiju te činjenica da je Karlovačka županija tranzitna destinacija koja se posjećuje na putovanju prema obalnim destinacijama. U tom kontekstu, znatni će naponi morati biti uloženi u produljenje sezone i stvaranje dodatnih razloga dolaska i boravka gostiju.
- Neovisno o dosadašnjem modelu razvoja turizma, na terenu je moguće identificirati započete poduzetničke inicijative i iskorake u enogastronomiji, diverzifikaciji smještajnih objekata, ponudi aktivnosti u prirodi i jačem povezivanju poljoprivrede s turizmom;
- U skladu s inicijativama MINT-a i HTZ-a, poput projekata 365 i PPS, javljaju se inicijative vezane uz klstersko udruživanje turističkih zajednica gradova i općina u TZ područja, što upućuje na shvaćanje važnosti udruživanja resursa i postizanja sinergijskog učinka;
- U prirodnoj i kulturnoj baštini na području Županije ima već dovoljno postojećih sadržaja za snažniji razvoj proizvoda aktivnog odmora, no proces razvoja turističkih proizvoda, njihove promocije i komercijalizacije čeka snažniji poticaj, a formalnim strukturama (posebice TZ-a) za značajniji iskorak u tom dijelu nedostaju ljudski i financijski resursi.

2.2. STRATEŠKA UPORIŠTA

Na osnovi prethodno definiranog strateškog konteksta, definirana su strateška uporišta s različitih razina kako bi se omogućila lakša kontrola i provedba:

- **Aktivna uloga u komercijalizaciji i promociji Plitvičkih jezera**

Plitvička jezera, iako se samo manjim dijelom nalaze na prostoru Karlovačke županije, potpunu turističku infrastrukturu i suprastrukturu u većoj mjeri nalaze na području iste. S obzirom da gost u destinaciji ne razumije, niti suštinski mari za administrativne granice županija, Karlovačka županija treba preuzeti aktivnu ulogu u daljnjem razvoju, komercijalizaciji i promociji turističkih doživljaja koja se temelje na iskustvu Plitvičkih jezera.

- **Na prostoru Županije postoje atraktivni elementi turističke ponude, ali i još uvijek nedovoljno iskorištena resursna osnova**

Brojni su prirodni i kulturni resursi na prostoru Karlovačke županije koji još uvijek nisu adekvatno turistički valorizirani, bilo kroz razvoj turističkog proizvoda ili kroz marketing. Ako njima pridodamo razvijenu turističku ponudu koja se već danas komunicira tržištu, Karlovačka županija ima realnu i dovoljnu resursnu osnovu za profesionalan razvoj nekoliko turističkih proizvoda (prije svega aktivni odmor) bez potrebe za velikim kapitalnim ulaganjima. Ovo uporište je polazna točka koja upućuje na potrebu za intenzivnim procesom razvoja i komercijalizacije proizvoda.

- **Resursna osnova i strateška pozicija Županije predstavljaju neupitan tržišni potencijal**

Prostor Karlovačke županije raspolaže potrebnim atributima i resursima za razvoj atraktivne turističke ponude. Pridodamo li tome i stratešku poziciju unutar dva sata vožnje od Zagreba, Istre i Kvarnera s gotovo 1,5 milijuna stanovnika i potrošačkom moći značajno iznad hrvatskog prosjeka, te milijune gostiju u tranzitu kroz Karlovačku županiju, tržišni potencijal Županije je neupitan.

- **Karlovačka županija na početku je svog turističkog razvoja**

Kroz povijest, Karlovačka županija je bila orijentirana na tradicionalne (prerađivačke) djelatnosti, a manje na turizam, što se danas očituje u nedovoljno konkurentnom turističkom sektoru. Iako Karlovačka županija svoj razvoj ne počinje iz početka, još uvijek je u poziciji izgraditi turistički lanac vrijednosti na način da inoviranjem ponude i učenjem iz primjera najboljih praksi, tržištu ponudi međunarodno atraktivna i konkurentna iskustva.

- **Na tržištu se već sada javljaju privatne poduzetničke inicijative**

Današnji poduzetnici u turizmu, ali i poduzetnici iz drugih industrija, iskazuju interes za novim investicijskim inicijativama u području turizma, posebice vezanih uz diverzifikaciju smještajne ponude, ali i ponudu aktivnosti u prirodi te izleta.

- **Javni sektor shvaća važnost turizma i spreman je podržati njegov razvoj**

Javni sektor sve više uviđa važnost turizma za ekonomiju Županije, ali i dobrobit lokalne zajednice. U tom kontekstu, spreman je aktivno uključiti se u njegov razvoj, ali i mjerama aktivne potpore privatnom sektoru dati podršku u implementaciji investicijskih poduhvata.

2.3. RAZVOJNA NAČELA

▪ Dugoročna održivost kao preduvjet razvoja turizma

Preduvjet turističkog razvoja Karlovačke županije jest osiguravanje dugoročne održivosti u svim aspektima razvoja: ekološkim, gospodarskim i društveno-kulturološkim. Turističke aktivnosti i budući razvoj ne smiju narušiti ekološku ravnotežu i bioraznolikost te kulturno-povijesno nasljeđe. Istovremeno, razvoj mora osigurati društveno-ekonomske koristi kroz razvoj gospodarstva, podizanje životnog standarda stanovništva i otvaranje novih radnih mjesta te time doprinijeti zaustavljanju negativnih demografskih trendova u Županiji. U tom kontekstu, s ciljem jasne prezentacije identiteta Karlovačke županije i diferencijacije u odnosu na druge destinacije, potrebno je identificirati i promovirati tradicionalne vrijednosti i specifičnosti u prostoru, arhitekturi i stilu života kroz obnovu i očuvanje tradicionalnih elemenata gradnje, atrakcija, manifestacija, običaja i sl.

Dodatno, potrebno je podići ambijentalnu vrijednost destinacija, spriječiti daljnje propadanje, obnoviti identitet i autentičnost destinacija te podići vrijednost boravka gostiju i lokalnog stanovništva.

▪ Aktivacija neiskorištenih resursa putem suvremene interpretacije

Brojni resursi danas nisu u dovoljnoj mjeri turistički valorizirani. Kako bi se stavili u turističku funkciju, ili ih se dodatno promoviralo i spriječilo njihovo daljnje propadanje te kreirale dodatne atrakcije, potrebno je objektivno procijeniti koji se resursi (opipljivi i neopipljivi) mogu iskoristiti i turistički interpretirati. Pritom, važno je voditi računa da se navedeno učini u skladu s primjerima najboljih praksi i u skladu s globalnim trendovima dodavanja vrijednosti kroz inovaciju, upotrebu tehnologije i uključivanjem posjetitelja u kreiranje atraktivnih iskustava.

▪ Sinergijski razvoj poljoprivrede i turizma

Poljoprivredne i ruralne regije svoj razvojni model temelje na povezivanju poljoprivrede i turizma, posebice kroz proizvode visoko dodane vrijednosti kao što su npr. sir, vino, mesne delicijate, voće, povrće i sl. Sinergija se postiže u zajedničkom marketingu, izgradnji proizvoda enogastronomije, ali i otvaranju dodatnog distribucijskog kanala za postojeće poljoprivredne proizvode.

S obzirom na resursne osnove na prostoru Županije i proizvodne mogućnosti, potrebno je orijentirati se na poljoprivredu visoke dodane vrijednosti, ali je za ozbiljan razvoj potrebno definirati standarde proizvodnje i kvalitete te brendirati proizvode. Sa strane javnog sektora nužno je prioritetno poticati sve poduzetničke ideje usmjerene na agrikulturu visoke razine kvalitete zbog snažnije tržišne prepoznatljivosti, ali i koristi koje pridaje turizmu.

2.4. VIZIJA

S ciljem postavljanja jasnog smjera razvoja turizma i definiranja željene budućnosti Karlovačke županije, u nastavku je definirana vizija:

Karlovačka županija je 2025. godine vodeća hrvatska kontinentalna regija aktivnog odmora koja privlači posjetitelje kroz cijelu godinu.

Svoju atraktivnost temelji na netaknutoj i očuvanoj prirodi, bogatstvu vode, kulturno-povijesnoj baštini, lakoj dostupnosti i ljubaznim domaćinima, tradicionalnoj gastronomiji temeljenoj na lokalnim namirnicama i bogatstvu prostora u kojemu svaki gost pronalazi utočište za bijeg od urbane svakodnevnice.

2.5. MISIJA

Misija razvoja turizma je stvaranje novih prilika za stanovništvo, razvoj kreativnih industrija, unapređenje javne infrastrukture i ponude aktivnosti te otvaranje novih prilika i distributivnih lanaca za povezane proizvode i usluge s područja Karlovačke županije.

Navedena misija pruža jasan okvir za donošenje poslovnih odluka, a nastojat će se postići ključnim aktivnostima koje će Županija provoditi uz definirane principe kojima će se pritom koristiti. Sama misija pruža jasan okvir za donošenje poslovnih odluka, a provesti će se primjenom sljedećih principa:

- *Karlovačka županija će podizati svijest svih stanovnika o važnosti turizma i koristima koje turizam donosi lokalnoj zajednici. S tim u vezi, Karlovačka županija će poticati stanovnike da se aktivno uključe u razvoj i oblikovanje turizma kako bi Županija postala ugodnije mjesto za život stanovnika i boravak gostiju.*
- *Karlovačka županija turizam će razvijati profesionalno i pružati potporu poduzetnicima kako bi se unaprijedila cjelokupna kvaliteta života, generirala nova radna mjesta, otvorio dodatan poduzetnički prostor u segmentu kreativnih i uslužnih industrija, osigurao gospodarski rast i stvorili pozitivni preduvjeti za buduće generacije te mogućnosti za komercijalizaciju i plasman poljoprivrednih proizvoda visoke kvalitete i dodane vrijednosti.*
- *Karlovačka županija će izgraditi svoj krovni turistički brend kojeg će uz potrebne promjene prilagoditi potrebama brendiranja lokalnih destinacija i turističkih proizvoda. Tim će brendom upravljati profesionalno i konzistentno kako bi se osigurala prepoznatljivost Županije.*
- *Karlovačka županija preuzeti će aktivnu ulogu u komercijalizaciji, promociji i podizanju turističkog iskustva i doživljaja koji se temelje na resursu Plitvičkih jezera i to putem bliske suradnje s upravom NP Plitvička jezera i klasterske suradnje općina i gradova u široj kontaktnoj zoni Plitvičkih jezera.*
- *Karlovačka županija će profesionalno izgraditi turističke proizvode koji će odgovarati potražnji suvremenih putnika i njihovim potrebama, a na temelju do sada neiskorištenih resursa i atrakcija.*
- *U procesu razvoja i upravljanja turizmom, Karlovačka županija će se voditi načelima održivog razvoja.*

2.6. TURISTIČKO POZICIONIRANJE

S ciljem jasnog pozicioniranja u svijesti gostiju i razlikovanja u odnosu na konkurentne destinacije, definirano je pozicioniranje Karlovačke županije kako slijedi:

Smještena u zelenom srcu Hrvatske, Karlovačka županija je globalno konkurentna regija nadohvat ruke koja svojom očuvanom prirodom, bogatstvom voda, povijesti i delicija nadahnjuje goste na turističko otkrivanje, aktivno bavljenje sportom i rekreacijom, ali i na odmor te vraćanje snage u tihom ruralnom kraju.

2.7. STRATEŠKI CILJEVI I MODEL RASTA

2.7.1. Strateški ciljevi

Strateški ciljevi postavljeni do 2025. godine su definirani na sljedeći način:

Strateški cilj 1: Rast smještajne ponude i podizanje kvalitete

Cilj je doseći smještajnu ponudu od minimalno 10.000 turističkih kreveta. Pritom se posebno treba usmjeriti na razvoj kvalitetnog smještaja više i visoke kategorije kako bi se podignula opća kvaliteta boravka u Karlovačkoj županiji uz istovremeno otvaranje prostora za povećanje prosječno ostvarene cijene po sobi.

Strateški cilj 2: Povećanje potražnje uz dulje zadržavanje i smanjenje sezonalnosti

Cilj je doseći minimalno 1.000.000 noćenja uz prosječno vrijeme boravka od 2,5 dana, što je više od trenutnog prosječnog trajanja boravka u kontinentalnoj Hrvatskoj. Uz to, cilj je privlačiti goste u pred i posezoni te dosegnuti krivulju sezonalnosti koja prati obrazac kontinentalne Hrvatske, ostvarenjem 40-45% noćenja od lipnja do rujna.

Strateški cilj 3: Povećati prosječnu potrošnju gostiju u destinaciji

Ciljanim razvojem proizvoda, ponudom smještaja više kvalitete i rastom potražnje, cilj je privući goste više i visoke platežne moći čija će dnevna potrošnja u destinaciji iznositi minimalno 50 EUR dnevno.

Strateški cilj 4: Profesionalni razvoj turističkih proizvoda i povezivanje s Plitvičkim jezerima

Kroz fokusirani razvoj proizvoda te s time u vezi turističke i opće infrastrukture, cilj je podići kvalitetu turističke ponude i općeg turističkog doživljaja na prostoru Karlovačke županije koja postaje cjelogodišnja destinacija. Cilj je turistički valorizirati postojeće neiskorištene prirodne, kulturne i povijesne resurse te na temelju njih stvoriti dodatne motive dolaska, ali i podignuti ambijentalnu vrijednost prostora Županije. U vezi s razvojem proizvoda, cilj je preuzeti aktivnu ulogu u kreiranju doživljaja i aktivnosti temeljenih na iskustvu Plitvičkih jezera.

Strateški cilj 5: Podizanje prepoznatljivosti Karlovačke županije

Kroz integriranu marketinšku komunikaciju snažno usmjerenu na *online* kanale te novi sveobuhvatni brend Karlovačke županije, cilj je pozicionirati se na europskom tržištu kao destinacija aktivnog odmora.

2.7.2. Ključni indikatori modela rasta

Model rasta turizma Karlovačke županije temelji se na postavljenim strateškim ciljevima i razvojnim načelima te služi kao procjena ekonomskih učinaka turističkog razvoja koji se predlaže ovom Strategijom. Kao temelj

modela rasta uzima se 2016. godina s obzirom da je to u trenutku izrade dokumenta bila posljednja godina sa svim potrebnim podacima za kalkulaciju. Podaci koji su korišteni za polaznu ocjenu su:

- Podaci o smještajnim kapacitetima prema podacima TZ Karlovačke županije;
- Podaci o ukupnom turističkom prometu prema podacima TZ Karlovačke županije;
- Podaci o ukupnoj turističkoj potrošnji prema podacima FINA-e (potkategorija smještaj unutar kategorije „Djelatnost pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane“) na koju je dodana procjena prihoda privatnog smještaja (koji ne ulazi u statistiku FINA-e).

Osnovni indikatori turizma Karlovačke županije u 2016. godini					
	kreveći	noćenja	zauzetost	direktan prihod po noćenju u EUR	ukupan direktan prihod u EUR
Hoteli	665	100.824	41,5%	26,89	2.711.467
Privatni smještaj*	2.690	150.297	15,3%	10,93	1.642.916
Kampovi	2.773	146.394	14,5%	9,29	1.360.133
Ostali smještaj	1.280	83.048	17,8%	10,92	906.934
UKUPNO	6.128	480.563	21,5%	13,78	6.621.450

Izvor: Horwath HTL na temelju podataka s FINA-e, TZKŽ, *procjena

Ukupan direktan prihod „Djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane“ prema FINA-i je iznosio oko 200 milijuna kn, pri čemu se više od 80% tog iznosa odnosilo na djelatnost ugostiteljstva (priprema hrane, pića i napitaka), dok su strogo gledajući direktni prihodi generirani potrošnjom turista iznosili oko 37,3 milijuna kn. Navedenom je potrebno pridodati procjenu prihoda privatnog smještaja koja ne ulazi u statistiku FINA-e. S obzirom na udio i značaj privatnog sektora na prostoru Karlovačke županije, procjenjuje se da privatni smještaj ostvaruje dodatnih 30-35% od ukupnih prihoda.

Model rasta za 2025. godinu pretpostavlja sljedeće:

- Rast smještaja:
 - 900 novih turističkih kreveta u hotelima više i visoke kvalitete;
 - 1.800 novih kreveta u privatnom smještaju s fokusom na razvoj ruralnog smještaja, prije svega kuća za odmor;
 - 660 kreveta u kampovima i *glamping* resortima;
 - rast u drugim oblicima smještaja (hosteli, planinarski i lovački domovi i sl.).
- Rast zauzetosti smještaja (kreveta) iznad 25% (s postojećih nešto manje od 25%) temeljem jačanja općeg lanca turističke vrijednosti;
- Ostvarenje minimalno 50 EUR direktnog prihoda po noćenju.

Osnovni indikatori turizma Karlovačke županije u 2025. godini					
	kreveti	noćenja	zauzetost	direktan prihod po noćenju u EUR	ukupan prihod u EUR
Hoteli	1.565	295.942	51,8%	60,18	17.808.350
<i>Postojeći</i>	665	126.217	52,0%	50,00	6.310.850
<i>Veliki individualni hoteli</i>	600	120.450	55,0%	75,00	9.033.750
<i>Mali novi hoteli</i>	300	49.275	45,0%	50,00	2.463.750
Privatni smještaj	4.490	431.613	26,3%	24,82	10.712.750
<i>Postojeći</i>	2.690	245.463	25,0%	20,00	4.909.250
<i>Kuće za odmor</i>	600	76.650	35,0%	40,00	3.066.000
<i>Apartmani</i>	1.200	109.500	25,0%	25,00	2.737.500
Kampovi	3.433	259.369	20,7%	18,46	4.788.435
<i>Postojeći</i>	2.773	202.429	20,0%	15,00	3.036.435
<i>Kampovi</i>	500	36.500	20,0%	20,00	730.000
<i>Glamping</i>	160	20.440	35,0%	50,00	1.022.000
Ostali smještaj	1.352	98.696	20,0%	16,48	1.626.440
<i>Postojeći</i>	1.280	93.440	20,0%	15,00	1.401.600
<i>Novi hosteli</i>	72	5.256	20,0%	15,00	78.840
<i>Ostalo (planinarski i lovački domovi, i sl.)</i>	200	14.600	20,0%	10,00	146.000
UKUPNO	10.840	1.085.620	27,4%	62,86	68.245.510

Izvor: Horwath HTL, 2018.

Ostvarenjem svih preduvjeta, u 2025. godini, rast turizma u Karlovačkoj županiji očituje se kroz sljedeće:

- Dosegnut je smještajni kapacitet od 10.840 kreveta, pri čemu hotelski smještaj raste 135% i ostvaruje udio od 14%, privatni smještaj raste 67% i ostvaruje udio od 41%, kampovi rastu 24% i ostvaruju udio od 32%, a ostali oblici smještaja rastu 6% i ostvaruju udio od 12%.
- Noćenja rastu 126% i doseže se 1.085.620 noćenja u svim oblicima smještaja pri čemu se 27% ostvaruje u hotelima, 40% u privatnom smještaju, 24% u kampovima i 9% u ostalim oblicima smještaja.
- Zauzetost svih smještajnih objekata iznosi 27,4% pri čemu hoteli ostvaruju prosječnu zauzetost od 52% što je u skladu s prosjekom performansi kontinentalnih destinacija u razvoju.
- Prosječna direktna potrošnja po noćenju iznosi 63 EUR što je više nego učtverostručeno u odnosu na današnje stanje. Razlog tome jesu kreirane dodatne atrakcije koje gosti tijekom svog boravka konzumiraju te povećanje kvalitete smještaja.
- Ukupni direktni prihodi dosežu 68 milijuna EUR što je deseterostruko više u odnosu na današnje rezultate.

2.8. TURISTIČKI PROIZVODI

Turistički proizvodi skup su fizičkih i psihičkih iskustava u nekoj destinaciji te predstavljaju primarni motiv dolaska i boravka u destinaciji. Za konkurentnu komercijalizaciju, turistički proizvodi zahtijevaju profesionalan razvoj i sustavno upravljanje s ciljem maksimiziranja kvalitete doživljaja. Na temelju identificiranih resursa, predlažu se sljedeći primarni i specifični turistički proizvodi i iskustva koji se trebaju razvijati na području Karlovačke županije:

Primarni turistički proizvodi i iskustva:

- Aktivni odmor

- Ruralni turizam
- Lovni i ribolovni turizam
- Kulturni turizam

Specifični turistički proizvodi i iskustva:

- *Touring*
- Enogastronomski turizam
- Izleti
- Manifestacije

Navedeni turistički proizvodi i iskustva ne slijede teorijske raspodijele vrste i oblika turizma. Izvršitelj je zbog lakše implementacije i razumijevanja, navedene vrste i oblike raspodijelio prema prethodno navedenoj strukturi, iako ruralni turizam, kao vrsta turizma koja se odvija u ruralnom kraju, u sebi sadrži različite oblike turizma, od enogastronomije, cikloturizma, lovnog i ribovolnog, i sl., no radi identifikacije motiva dolaska i razvojnih inicijativa na terenu, prethodna podjela bolje odgovara u slučaju Karlovačke županije.

2.8.1. Primarni turistički proizvodi i iskustva

AKTIVNI ODMOR
Opis proizvoda
<p>Aktivni odmor je oblik putovanja koji uključuje minimalno dvije od sljedećih komponenti: fizičku aktivnost, prirodni ambijent i kulturološku razmjenu.² Aktivni odmor ima dva osnovna pojavna oblika:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Adrenalinski (engl. <i>hard</i>) sportovi i aktivnosti (vožnja brdskim biciklom, slobodno penjanje, kajaking, rafting, kanuing i dr.) ▪ Blagi (engl. <i>soft</i>) sportovi i aktivnosti (hodanje, planinarenje, <i>trekking</i>, biciklizam, skijanje i sanjkanje, jahanje i dr.) <p>Identificirana su tri osnovna segmenata potrošača ovog proizvoda: 1) profesionalni sportaši koji na putovanje odlaze motivirani sportskim natjecanjem, pripremama, kondicijskim treninzima i sl., 2) entuzijasti koji su unaprijed motivirani nekom aktivnošću na temelju koje odabiru destinaciju te 3) rekreativci koji, osim bavljenjem hobijima u destinaciji, konzumiraju i ostale turističke proizvode.</p> <p>Aktivni odmor se prvenstveno razvija na temelju raznolikih i atraktivnih prirodnih resursa, a osim navedenog, preduvjeti uspješnog razvoja podrazumijevaju razvoj proizvodne infrastrukture, ponudu različitih sportskih i rekreativnih aktivnosti te njihovo stalno unaprjeđenje kao i destinacijske menadžment kompanije koje će povezivati i pakirati odabrane aktivnosti u atraktivne turističke proizvode.</p>
Segmenti proizvoda
<p>Sportske aktivnosti</p> <p>Rekreativne aktivnosti</p> <p>Profesionalni sportovi i sportske pripreme</p> <p>Sportska i rekreativna događanja i manifestacije</p>
Tržišni segmenti

² <https://skift.com/wp-content/uploads/2014/11/unwto-global-report-on-adventure-tourism.pdf>

Grupe mladih Obitelji s djecom Mlađi parovi bez djece Sportaši i sportske grupe
Vrijeme
Cijela godina
Procjena veličine tržišta
Međunarodno tržište sporta i aktivnog odmora u stalnom je porastu te je procijenjeno da će broj korisnika do 2022. godine iznositi 547,1 milijuna, dok će na razini Europe u istom periodu broj korisnika biti 76,5 milijuna. Prema dostupnim informacijama, prihod u segmentu sporta i aktivnog odmora na svjetskoj razini trenutno iznosi 56 milijardi EUR, a u Europi 9,5 milijardi EUR. Sve veću važnost pri odabiru Hrvatske kao destinacije imaju motivi povezani s aktivnim odmorom.
Potrebna infrastruktura proizvoda
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sportsko - rekreativne staze i rute ▪ Sportske dvorane, centri i tereni ▪ Adekvatni smještajni kapaciteti za sportaše i aktivne turiste (npr. biciklistički hoteli) ▪ Uređeni vidikovci, odmorišta i piknik zone ▪ Specijalizirana tehnička podrška (usluge najma i servisiranja opreme, informacijski punktovi i sl.) ▪ Škole koje nude tečajeve za pojedine sportove (npr. jahanje, skijanje, vodeni sportovi) i certificiranje
Ključni faktori uspjeha
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kvalitetna infrastruktura za aktivni odmor s apliciranim sigurnosnim mjerama ▪ Prirodni resursi ▪ Razvijeni prodajni kanali (DMC, specijalizirane turističke agencije i dr.) ▪ Imidž destinacije ▪ Vrijednost za novac ▪ Specijalizirani vodiči i voditelji aktivnosti

RURALNI TURIZAM
Opis proizvoda
Ruralni turizam je vrsta turizma koji se odvija na ruralnim područjima, a temelji se na prirodnim bogatstvima, ruralnom nasljeđu i načinu života te ruralnim aktivnostima. ³ Ruralni turizam je iskustveno orijentiran, odvija se uglavnom u slabije naseljenim mjestima i u prirodnom okruženju, a cilj mu je očuvanje kulture, baštine i tradicije te podizanje kvalitete života lokalnog stanovništva. Ruralni turizam ima nekoliko pojavnih oblika:
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Agroturizam - podrazumijeva boravak gostiju na seoskom gospodarstvu te promatranje ili sudjelovanje u tradicionalnim poljoprivrednim aktivnostima ▪ Aktivni ruralni turizam - podrazumijeva korištenje ruralnog područja za razne oblike sportskih i rekreativnih aktivnosti

³ <https://www.oecd.org/cfe/tourism/2755218.pdf>

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Eko-turizam - tzv. „odgovorni“ turizam koji podržava zaštitu prirodnih resursa kao i održavanje kvalitete života lokalnog stanovništva ▪ Kulturni ruralni turizam - povezan je s kulturom, poviješću, arheologijom i ostalim kulturnim odrednicama nekog ruralnog područja
Segmenti proizvoda
Enogastronomija Ruralna događanja (lokalni događaji, tradicionalna glazba itd.) Ruralne aktivnosti (jahanje, ribolov, šetnje itd.)
Tržišni segmenti
Obitelji s djecom Stariji parovi bez djece Mladi parovi bez djece
Vrijeme
Cijela godina
Procjena veličine tržišta
Ruralni turisti su uglavnom visoko obrazovani gosti, koji često putuju i pripadaju segmentu više platežne moći te prosječno troše 80 EUR dnevno od čega se 65% odnosi na smještaj i hranu. Oko 7% ukupnih svjetskih putovanja motivirano je vinom, gastronomijom i ruralnim iskustvom, a očekuje se prosječni godišnji rast putovanja između 3 i 4%. Najznačajnije ruralne destinacije na svjetskoj razini su Argentina, Bolivija, Brazil i Cabo Verde, dok su u Europi to Italija, Francuska, Austrija, Portugal i Španjolska.
Potrebna infrastruktura proizvoda
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Inovativna interpretacija ruralne baštine, tradicije i atrakcija kroz kvalitetne interpretacijske centre ▪ Ruralni smještajni kapaciteti: agroturizmi, kuće za odmor, B&B, obiteljski hoteli itd. ▪ Gastronomske rute i vinske ceste ▪ Kušaone ▪ Delikatesne trgovine
Ključni faktori uspjeha
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Očuvana priroda i ruralni krajolik ▪ Autentična regionalna enogastronomija i brendirani autohtoni proizvodi ▪ Ljubavnost lokalnog stanovništva ▪ Destinacijske menadžment kompanije ▪ Formirani turistički tematski paketi ▪ Specijalizirani vodiči

LOVNI I RIBOLOVNI TURIZAM

Opis proizvoda

Lovni i ribolovni turizam podrazumijevaju putovanja motivirana susretima s divljim životinjama u prirodnom staništu ili u zatočeništvu. Uključuju aktivnosti u prirodi koje se mogu podijeliti na konzumirajuće (engl. *consumptive*) i nekonzumirajuće (engl. *non consumptive*). Konzumirajuće aktivnosti uključuju ulov divljih životinja (lov i ribolov) te je za njih potrebno posjedovati dozvolu

nadležnih institucija. S druge strane, nekonzumirajuće uključuju aktivnosti kao što su promatranje, hranjenje, fotografiranje, „ulovi i pusti ribolov“, razna natjecanja i sl. ⁴ Lov i ribolov nisu izrazito sezonalnog karaktera te se vezuju za druge turističke proizvode kao što je enogastronomija, aktivni turizam, ekoturizam i dr., a poglavito se odvijaju u ruralnim područjima.
Segmenti proizvoda
Lov Ribolov Promatranje životinja Foto safari
Tržišni segmenti
Ljubitelji lova i ribolova
Vrijeme
Cijela godina
Procjena veličine tržišta
Prema dostupnim podacima, na području Europe lovom se bavi oko 7,3 mil. lovaca čija potrošnja iznosi oko 16 mlrd. EUR godišnje. Ribolovni turizam na području Europe generira oko 25 mlrd. EUR prihoda od čega se između 15 i 17 mlrd. EUR ostvaruje u kontinentalnim područjima. Navedeni prihodi uključuju sve troškove povezane s lovom i ribolovom među kojima su oprema i dozvole, ali i putovanje te smještaj.
Potrebna infrastruktura proizvoda
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lovački domovi ▪ Lovno-gospodarski objekti ▪ Lovno-tehnički objekti ▪ Uzgajališta i ribogajilišta ▪ Uređene i označene zone za ribolov na rijekama i jezerima ▪ Uređene ceste i putovi za pristup rijekama, jezerima i lovištima
Ključni faktori uspjeha
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Održivost fonda divljači i ribe ▪ Postojanje odgovarajućeg pravnog i zakonodavnog okvira za lov i ribolov ▪ Destinacijske menadžment kompanije ▪ Specijalizirani lovno-ribolovni vodiči ▪ Turistički paketi više dodane vrijednosti

KULTURNI TURIZAM
Opis proizvoda
Kulturni turizam podrazumijeva putovanja turista, izvan svog mjesta boravka, motivirana interesom za kulturom i unaprjeđenjem vlastitog znanja o povijesti, umjetnosti, nasljeđu, arhitekturi, običajima, religiji i stilu života stanovništva u nekoj destinaciji te sudjelovanje na kulturnim događanjima i predstavama. ⁵ Kulturne turiste je moguće podijeliti na: <ul style="list-style-type: none"> ▪ turiste koji dominantno putuju s motivom doživljaja cjelokupne kulturne ponude destinacije ili specifičnog dijela te ponude, ▪ turiste čije putovanje nije primarno motivirano kulturom, ali tijekom putovanja u većoj ili manjoj mjeri konzumiraju kulturne sadržaje.

⁴ Wildlife Tourism - Impacts, Management and Planning, Higginbottom K., 2004.

⁵ Handbook of Research on Management of Cultural Products: E-Relationship Marketing and Accessibility Perspectives, Bonetti E., Simoni M., Cercola R., 2014.

Značaj kulturnog turizma za destinacije očituje se u pozitivnim ekonomskim i društvenim utjecajima, izgradnji i očuvanju identiteta te kulturno-povijesne baštine, osnaživanju imidža destinacije te pomaže u međusobnom upoznavanju i shvaćanju raznih kultura.
Segmenti proizvoda
Arhitektura, muzeji, galerije, atelijeri, arheološka nalazišta Sakralna baština/vjerski turizam Kulturni događaji
Tržišni segmenti
Grupe mladih Obitelji s djecom Stariji parovi bez djece Mladi parovi bez djece
Vrijeme
Cijela godina
Procjena veličine tržišta
Kulturni sadržaji predstavljaju motiv za oko 37% svih svjetskih putovanja te se na području Europe, u odnose na druge regije, predviđa najveći rast tržišta kulturnog turizma u razdoblju do 2021. godine. Prosječni kulturni turist, prema dostupnim istraživanjima na globalnoj razini, troši oko 500 EUR po putovanju.
Potrebna infrastruktura proizvoda
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Zaštićena, revitalizirana, kvalitetno i inovativno interpretirana kulturno-povijesna baština (dvorci, utvrde, povijesno značajni objekti i dr.) ▪ Očuvana nematerijalna baština i jedinstvenost kulturnog nasljeđa
Ključni faktori uspjeha
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Dostupnost informacija na Internetu i u samoj destinaciji ▪ Imidž i prepoznatljivost sadržaja kulturnog turizma ▪ Vođene ture i vodiči ▪ Urbano uređenje ▪ Definirane turističke rute i točke interesa

2.8.2. Specifični turistički proizvodi i iskustva

TOURING
Opis proizvoda
<p><i>Touring</i> je vrsta turizma koja podrazumijeva individualno ili grupno organizirano kretanje određenim prostorom s ciljem otkrivanja i upoznavanja specifičnih značajki neke destinacije. <i>Touring</i> može uključivati već unaprijed definirane tematske rute povezane uz specifičnosti destinacije kao što su to kultura, prirodne ljepote, gastronomija, vino i sl.</p> <p><i>Touring</i> se kao turistički proizvod pojavljuje u dva osnovna oblika:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Individualni touring – Putnici formiraju vlastiti <i>touring</i> itinerer koji uključuje obilazak najzanimljivijih točki interesa u nekoj destinaciji, a odvija se individualnim prijevoznim sredstvom; ▪ Grupni touring – Putnici kroz organizirane ture najčešće definirane od strane turoperatora ili turističkih agencija, istražuju i upoznaju nove krajeve u skupinama koje imaju slične interese.
Procjena veličine tržišta

Između 15 i 20% europskog odmorišnog tržišta čine *touring* putovanja, a primjetan je stalan rast potražnje za ovakvim oblikom putovanja te se procjenjuje da broj dolazaka gostiju motiviranih ovim turističkim proizvodom iznosi između 1 i 3% prosječno godišnje. Prosječna potrošnja po osobi po putovanju iznosi između 1.100 i 1.400 EUR.

Ključni faktori uspjeha

- Kvalitetna cestovna infrastruktura i dobra međugradska povezanost
- Definirane i označene turističke rute
- Kvalitetni restorani
- Kvalitetni i raznoliki oblici smještaja
- Dostupnost informacija *online* i u samoj destinaciji (prezentacija atrakcija i resursa kroz itinerere)
- Destinacijske menadžment kompanije
- Specijalizirani turistički vodiči
- Imidž destinacije

ENOGASTRONOMSKI TURIZAM

Opis proizvoda

Enogastronomski turizam uključuje posjete destinacijama čiji je primarni cilj zadovoljavanje osobnih motiva posjetitelja za otkrivanjem specifičnih obilježja lokalne enogastronomije.⁶ Specifičnosti enogastronomije oblikuju razni utjecaji podneblja (klima, flora, fauna) kao i kultura, tradicija, religija i sl., čime enogastronomija postaje dio identiteta lokalne zajednice. Uloga enogastronomije u turizmu može se s jedne strane promatrati kao zadovoljavanje primarnih fizičkih potreba posjetitelja te je kao takva neizostavni dio svakog putovanja. S druge strane, enogastronomске destinacije koje svoj imidž grade na kvalitetnoj hrani i piću, primarno goste motiviraju na posjet zbog uživanja u autentičnoj enogastronomskoj ponudi. Enogastronomskim destinacijama se, ovisno o razini prepoznatljivosti i snazi brenda, mogu smatrati čitave države, regije, gradovi, ali i ugostiteljski objekti i proizvođači. Enogastronomski turizam pozitivno utječe na razvoj poljoprivrede kroz povezivanje lokalnih proizvođača s distribucijskim centrima i ugostiteljskim objektima, što je primarno vidljivo u ruralnim sredinama.

Procjena veličine tržišta

Procjenjuje se kako je na globalnoj razini 39 mil. putovanja motivirano enogastronomijom te da je globalna vrijednost enogastronomskog turizma oko 127 mlrd. EUR.

Ključni faktori uspjeha

- Prepoznatljivost enogastronomске destinacije i promocija enogastronomskih iskustava
- Brendiranje i zaštita autohtonih poljoprivrednih i gastronomskih proizvoda
- Kvalitetni ugostiteljski objekti
- Centri za distribuciju lokalnih autohtonih proizvoda
- Interpretacijski centri autohtonih enogastronomskih proizvoda
- Tematske ture i turistički paketi
- Destinacijske menadžment kompanije
- Specijalizirani vodiči

⁶ Empirical investigation on gastronomy and wine tourism, Petrevska B., Deleva S., Journal of Applied Economics and Business, 2014.

IZLETI	
Opis proizvoda	
<p>Izlet, kao jedna od vrsta turizma, definiran je kao konzumacija najmanje dviju pojedinačnih usluga za potrebe istog putovanja ili odmora, koje se sastoje od prijevoza ili drugih turističkih i ugostiteljskih usluga, a traje manje od 24 sata i ne uključuje noćenje.⁷</p> <p>Izletnički turizam za destinaciju kreira brojne koristi od kojih se mogu istaknuti povećanje potrošnje, pružanje dodane vrijednosti posjetiteljima, razvoj turističke ponude i dr. Potencijalna funkcija izleta je i svojevrsna promocija ponude turističke destinacije s ciljem motivacije posjetitelja na povratak i duži boravak te konzumaciju cjelovitog turističkog proizvoda.</p> <p>Izleti su motivirani različitim interesima i temelje se na izgrađenim turističkim proizvodima (kultura, enogastronomija, aktivni odmor i sl.). Izlete mogu organizirati posjetitelji samostalno ili uz korištenje usluga turističkih agencija, a mogu biti namijenjeni individualnim korisnicima ili grupama.</p>	
Procjena veličine tržišta	
Tržištem izletničkog turizma Karlovačke županije smatra se gravitacijsko područje Županije koje podrazumijeva domaće i strano stanovništvo te goste destinacija udaljenih do 2 sata vožnje.	
Ključni faktori uspjeha	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Blizina i dostupnost destinacija ▪ Prezentacija ključnih točaka interesa ▪ Promocija turističkih iskustava ▪ Kvalitetan sustav održivog upravljanja dnevnim posjetiteljima ▪ Turistički informativni centri ▪ Specijalizirani vodiči 	

MANIFESTACIJE	
Opis proizvoda	
<p>Manifestacije su događaji koje planiraju i organiziraju subjekti privatnog i/ili javnog sektora te su jedan od oblika turističke ponude čiji je sadržaj često povezan s turističkim resursima destinacija.⁸</p> <p>Ključni ciljevi organizacije manifestacija su privlačenje posjetitelja, povećanje potrošnje u destinaciji, generiranje dodatnih noćenja te brendiranje destinacije. Dodatno, manifestacije koje se održavaju van glavne sezone, pozitivno utječu na smanjenje utjecaja sezonalnosti.</p> <p>Prema tematici, manifestacije se mogu podijeliti na zabavne, sportske, rekreativne, kulturne, gastronomske, vjerske i ostale manifestacije te prema veličini i značaju na lokalne, nacionalne i međunarodne. Prema frekvenciji održavanja, manifestacije se mogu podijeliti na one koje se održavaju jednokratno, više puta godišnje te periodično – jednom godišnje ili jednom u četiri godine. Održavanje međunarodno prepoznatljivih brendiranih manifestacija (npr. Red Bull natjecanja, INmusic festival, Ironman i dr.) značajno utječe na promociju destinacija održavanja.</p>	
Procjena veličine tržišta	
U 2017. godini na području Europe za manifestacije glazbenog i sportskog karaktera prodano je ulaznica u vrijednosti od 6,9 mlrd. EUR. Navedeni podaci ne uključuju ostale vrste manifestacija i one koja nemaju sustav prodaje karata kao ni ostalu potrošnju posjetitelja iz čega je vidljivo kako službeni podaci o ukupnoj veličini tržišta, prihodima i potrošnji nedostaju.	
Ključne poluge razvoja proizvoda	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Profesionalno upravljanje manifestacijama 	

⁷ Zakon o pružanju usluga u turizmu, čl. 7., st. 19.

⁸ Event management & event tourism, Getz D., 1997.

- Prepoznatljivost i brend manifestacije
- Visokokvalitetna produkcija
- Privlačnost sadržaja

2.8.3. Ključne poluge za daljnji razvoj turističkih proizvoda u Karlovačkoj Županiji

Aktivni odmor

- Razviti primarnu turističku infrastrukturu za aktivni odmor (biciklističke i *trekking* staze, centri za aktivnosti na vodi, jahačke staze, konjički centri i dr.);
- Označiti postojeće te izgraditi nove biciklističke i *trekking* rute na području Županije, a koje će se moći povezivati i na međuzupanijske mreže;
- Izraditi detaljne karte za aktivni odmor s ucrtanim rutama, zaustavnim točkama i ostalim elementima (atrakcije, ugostiteljski i smještajni objekti, servisne točke i sl.);
- Prilagoditi potražnji i javno objaviti radna vremena planinarskih domova na razini Županije;
- Organizirano razvijati turističku ponudu sportskih i rekreativnih aktivnosti na razini Županije povezivanjem specijaliziranih destinacijskih menadžment kompanija;
- Revitalizirati sportski centar Bjelolasica i staviti ga u funkciju turističke ponude;
- Podizati prepoznatljivost aktivnog odmora u Županiji na međunarodnoj razini putem već afirmiranih kanala i platformi (npr. *Outdooractive*);
- Sinergijski djelovati na podizanju kvalitete ponude aktivnog odmora kroz suradnju javnog i privatnog sektora;
- Istražiti potencijalne geotermalne izvore na području Karlovačke županije, vrednovati ih te razvijati zdravstvene ili *wellness* programe te sportske i rekreativne aktivnosti na temelju vode iz geotermalnih izvora;
- Definirati kvalitetne projektne prijedloge i prijaviti ih na nacionalne i EU programe financiranja (npr. Program razvoja cikloturizma na kontinentu, Program razvoja javne turističke infrastrukture itd.);
- Poticati umrežavanje ključnih dionika s ciljem razvoja turističkog proizvoda i zajedničkih marketinških aktivnosti;
- Promovirati cjelokupnu ponudu aktivnog odmora putem *offline* kanala (brošure) te *online* kanala (web i društvene mreže).

Ruralni turizam

- Podignuti ambijentalnu vrijednost ruralnog područja;
- Osigurati laku dostupnost ruralnim područjima iz perspektive kvalitete infrastrukture i oznaka;
- Podignuti kvalitetu svih dionika ruralnog turizma u vidu smještaja, gastronomske ponude, dodatnih aktivnosti i dr.;
- Definirati kvalitetne projektne prijedloge i prijaviti ih na nacionalne i EU fondove financiranja (npr. Potpora ulaganju u pokretanje nepoljoprivrednih djelatnosti u ruralnim područjima, Potpora za sudjelovanje poljoprivrednika u sustavima kvalitete za poljoprivredne i prehrambene proizvode u sustavu ekološke poljoprivredne proizvodnje, Potpora mladim poljoprivrednicima i sl.);
- Promovirati ruralna područja kroz njihove prirodne posebnosti, tradiciju i nasljeđe;
- Osmisliti tematske pakete;

- Poticati umrežavanje ključnih dionika s ciljem razvoja turističkog proizvoda i zajedničkih marketinških aktivnosti.

Lovni i ribolovni turizam

- Povećati fondove sitne divljači na području Županije;
- Izgraditi lovnu i ribolovnu infrastrukturu (lovački domovi, ribolovni centri i dr.);
- Osigurati održivost lovišta i ribolovnih područja;
- Povezivati ponudu lovnog i ribolovnog turizma sa specijaliziranim nacionalnim i međunarodnim turističkim agencijama;
- Osmisliti turističke pakete;
- Razvijati gastronomsku ponudu koja se u pojedinim dijelova Županije temelji na ponudi jela od divljači i ribe;
- Poticati umrežavanje ključnih dionika s ciljem razvoja turističkog proizvoda više dodane vrijednosti i zajedničkih marketinških aktivnosti.

Kulturni turizam

- Identificirati, urediti i revitalizirati kulturnu baštinu s najvećim potencijalom turističke valorizacije;
- Inovirati i suvremeno interpretirati postojeće kulturne atrakcije;
- Razvijati nove kulturne atrakcije koje će biti interaktivne, zanimljive i atraktivno prezentirane;
- Definirati kulturne tematske rute na području Županije;
- Promovirati kulturne atrakcije kroz odabrane marketinške kanale;
- Uvesti sustav praćenja broja posjetitelja;
- Poticati umrežavanje ključnih dionika s ciljem razvoja turističkog proizvoda i zajedničkih marketinških aktivnosti.

Touring

- Identificirati sve atraktivne zaustavne točke na razini Županije;
- Inovirati i suvremeno interpretirati postojeće turističke atrakcije i iskustva;
- Osigurati kvalitetnu turističku infrastrukturu;
- Razvijati nove atrakcije i iskustva u skladu s definiranim turističkim proizvodima Županije i željenim tržišnim pozicioniranjem;
- Ponuditi atraktivne izlete prema određenim interesima (kultura, spilje, vode, aktivnosti u prirodi i sl.);
- Razvijati itinerere prema interesima, sadržaju, dobi, ključnim tržištima, načinu kretanja i dr.;
- Promovirati definirane *touring* itinerere.

Enogastronomski turizam

- Razvijati poljoprivredu i proizvodnju autohtonih proizvoda više dodane vrijednosti;
- Razviti siguran i održiv kanal distribucije i prodaje lokalnih proizvoda kroz poticanje povezivanja ugostiteljskih objekata i proizvođača te otvaranje specijaliziranih delikatesnih trgovina koje će nuditi autohtone proizvode Županije;

- Izgraditi enogastronomski interpretacijski centar;
- Poticati otvaranje kušaona na prostoru Županije;
- Izgraditi brend prehrambenih namirnica;
- Razviti, označiti i promovirati tematske gastronomske rute;
- Poticati umrežavanje ključnih dionika s ciljem razvoja turističkog proizvoda i zajedničkih marketinških aktivnosti.

Izleti

- Razviti jednodnevne itinerere prema različitim interesima te ih promovirati i prezentirati na web stranici;
- Osigurati kvalitetnu opću i prateću infrastrukturu (ceste, oznake, parkinzi, mape, izletišta, kupališta, odmorišta i dr.);
- Postaviti kvalitetnu signalizaciju i označiti točke interesa;
- Prilagoditi sustav turističkih informativnih centara sukladno potrebama gostiju (radno vrijeme, lokacije i dr.);
- Osigurati dovoljan broj specijaliziranih turističkih vodiča na točkama interesa;
- Promovirati izletničke opcije turističkim agencijama.

Manifestacije

- Napraviti objektivnu analizu kvalitete postojećih manifestacija sukladno ključnim pokazateljima (npr. broj posjetitelja, prihod od manifestacije, ostvarena noćenja, broj medijskih objava i sl.);
- Osigurati kvalitetan sustav infrastrukture;
- Izdvojiti manifestacije koje imaju potencijal razvoja sukladno jedinstvenosti, tematici, atraktivnosti i sl. te po potrebi razvijati nove;
- Postaviti ključne pokazatelje uspješnosti za manifestacije te mjeriti njihov uspjeh;
- Istraživati zadovoljstvo posjetitelja s ciljem stalnog unaprjeđenja događanja;
- Privući međunarodno prepoznatljive i brendirane manifestacije, posebno vezane uz primarne proizvode i iskustva.

2.9. TURISTIČKO STRUKTURIRANJE PROSTORA

Na temelju analize stanja i evaluacije prostora, kao i temeljem provedene interaktivne radionice s dionicima sektora, provedeno je turističko strukturiranje prostora iz proizvodne perspektive gdje Karlovac, kao čvorište, može djelovati u sva tri klastera odnosno može definirati u kojem će klasteru prioritetno djelovati. Ovom se strategijom predlažu sljedeće iskustvene zone, s Karlovcem kao čvorištem, i ključna iskustva na prostoru Karlovačke županije:



Klaster 1 „Harmonija zelenog i plavog“ obuhvaća sljedeće jedinice lokalne samouprave: gradove Karlovac i Ozalj te općine Draganić, Kamanje, Lasinja, Ribnik i Žakanje.

Klaster 2 „Aktivna bajka“ obuhvaća sljedeće jedinice lokalne samouprave: gradove Duga Resa, Karlovac i Ogulin te općine Barilović, Bosiljevo, Generalski stol, Josipdol, Netretić i Tounj.

Klaster 3 „Skrivene tajne krša“ obuhvaća sljedeće jedinice lokalne samouprave: gradove Karlovac i Slunj te općine Cetingrad, Krnjak, Plaški, Rakovica, Saborsko i Vojnić.

Za svaki klaster identificirani su dominantni proizvodi prema prioritetu razvoja, a u skladu s identificiranom resursnom osnovom i u vezi s definiranim primarnim i specifičnim turističkim proizvodima i iskustvima. Navedeno je preporuka za usredotočeni razvoj turističkih proizvoda prema dominantnim iskustvima u klasteru, ali ukoliko postoji adekvatna resursna osnova ili poduzetnička inicijativa, moguć je prioritetan razvoj i drugih proizvoda u pojedinim jedinicama lokalne samouprave.

	Primarne skupine turističkih proizvoda i iskustava				Specifični turistički proizvodi i iskustva			
	Aktivni odmor	Ruralni turizam	Lovni i ribolovni turizam	Kulturni turizam	Touring	Enogastronomski turizam	Izleti	Manifestacije
Klaster 1	1	2	3	1	3	2	2	3
Klaster 2	1	1	2	2	3	2	3	3
Klaster 3	1	2	3	2	1	3	2	3

Legenda: 1. prioritet 2. prioritet 3. prioritet

Klaster 1: Harmonija zelenog i plavog



KLJUČNI PROIZVOD: I. AKTIVNI ODMOR

Ključna infrastruktura i resursi

Preporučena infrastruktura: Biciklističke staze, riječne plaže i kupališta, centri za aktivnosti na vodi, konjički centri i staze, *trekking* staze, vodenice, adrenalinski centri, termalni centar

Resursi: Žumberak-Samoborsko gorje, Kupa, Mrežnica, Dobra, Korana

Preporučena tipologija smještaja: Mali obiteljski i tematski hoteli (npr. *bike* hoteli), kuće za odmor, *glamping* i kampovi, hosteli, *wellness* resort

Moguće aktivnosti: Kupanje, sunčanje, šetnje u prirodi, *trekking*, nordijsko hodanje, organizirane ture pješaćenja, biciklizam, veslanje, splavarenje, jahanje, *wellness*, sportska događanja i dr.

KLJUČNI PROIZVOD: 2. KULTURNI TURIZAM

Ključna infrastruktura i resursi

Preporučena infrastruktura: Interpretacijski centar (npr. znanstveni i tehnološki povezan uz Munjaru, Nikola Tesla, dvorci i sl.), muzeji i galerije, Munjara, dvorci i stari gradovi (Ozalj, Dubovac), Vojni kompleks Turanj, Karlovačka zvijezda, Aquatika, Tehno park, sakralna baština, etno kuća i etno park, žitna lađa

Resursi: Nikola Tesla, Herman Bolle, Nikola Šubić Zrinski, Katarina Zrinski, Fran Krsto Frankopan, Slava Raškaj, priče i legende, braća Seljan

Preporučena tipologija smještaja: Smještaj u dvorcima (mali hoteli), gradski hoteli, privatni smještaj, *heritage* i difuzni hoteli

Moguće aktivnosti: Individualni i organizirani posjeti muzejima i interpretacijskim centrima, posjeti obnovljenim dvorcima, kulturne manifestacije, ljetna kina na otvorenome, glazbene večeri u perivojima i dvorcima, ljetne škole, vođene ture, oživljavanje priča kroz manifestacije, vjerski turizam i sl.

Klaster 2: Aktivna bajka



KLJUČNI PROIZVOD: 1. AKTIVNI ODMOR

Ključna infrastruktura i resursi

Preporučena infrastruktura: Biciklističke staze, riječne i jezerske plaže i kupališta, centri za aktivnosti na vodi, planinarske staze, skijaške staze i sanjkalistišta, konjički centri i staze, *trekking* staze, adrenalinski centri, toplice, sportski i centri za pripreme, termalni centri

Resursi: Mrežnica, Kupa, Bjelolasica, Klek, Bijele i Samarske stijene, Sabljaci, Dobra, Korana, jame i pećine, Đulin ponor

Preporučena tipologija smještaja: Mali obiteljski i tematski hoteli (npr. *bike* hoteli), veliki hoteli, kuće za odmor, *glamping* i kampovi, *wellness* resort

Moguće aktivnosti: Kupanje, rafting, kajaking, šetnje u prirodi, *trekking*, nordijsko hodanje, organizirane ture pješčenja, biciklizam, veslanje, splavarenje, jahanje, sportska događanja, planinarenje, skijanje i sanjkanje, sportske pripreme, *step-up paddling*, speleologija, *zip-line*, *wellness* i dr.

KLJUČNI PROIZVOD: 2. RURALNI TURIZAM

Ključna infrastruktura i resursi

Preporučena infrastruktura: Gastronomske rute, kušaone, restorani, OPG, gastro i delikatesne trgovine, interpretacijski centri, etno sela

Resursi: Ruralna područja, šume, seoska imanja, OPG

Preporučena tipologija smještaja: Mali obiteljski hoteli, agroturizmi, kuće za odmor, privatni smještaj

Moguće aktivnosti: Lokalna događanja, individualni i grupni posjeti OPG-ovima, kušanje lokalnih enogastronomskih proizvoda, jahanje, ribolov, šetnje, gljivarenje, sudjelovanje u ruralnim aktivnostima (branje voća, proizvodnja prehrambenih proizvoda i dr.) i dr.

Klaster 3: Skrивene tajne krša



KLJUČNI PROIZVOD: 1. AKTIVNI ODMOR

Ključna infrastruktura i resursi

Preporučena infrastruktura: Biciklističke staze, riječne plaže i kupališta, centri za aktivnosti na vodi, planinarske staze, konjički centri i staze, *trekking* staze, adrenalinski centri, termalni centri, sustav uređenih špilja

Resursi: Mrežnica, Korana, Dobra, Kupa, Baraćeve i druge špilje, Plitvička jezera, Rastoke, Petrova gora

Preporučena tipologija smještaja: Mali obiteljski i tematski hoteli (npr. *bike* hoteli), kuće za odmor, *glamping* i kampovi, *wellness* resort

Moguće aktivnosti: Kupanje, promatranje zvijezda, speleologija, kajaking, šetnje u prirodi, *trekking*, nordijsko hodanje, organizirane ture pješčenja, biciklizam, veslanje, splavarenje, jahanje, sportska događanja, sanjkanje, *zip-line* i dr.

KLJUČNI PROIZVOD: 2. RURALNI TURIZAM

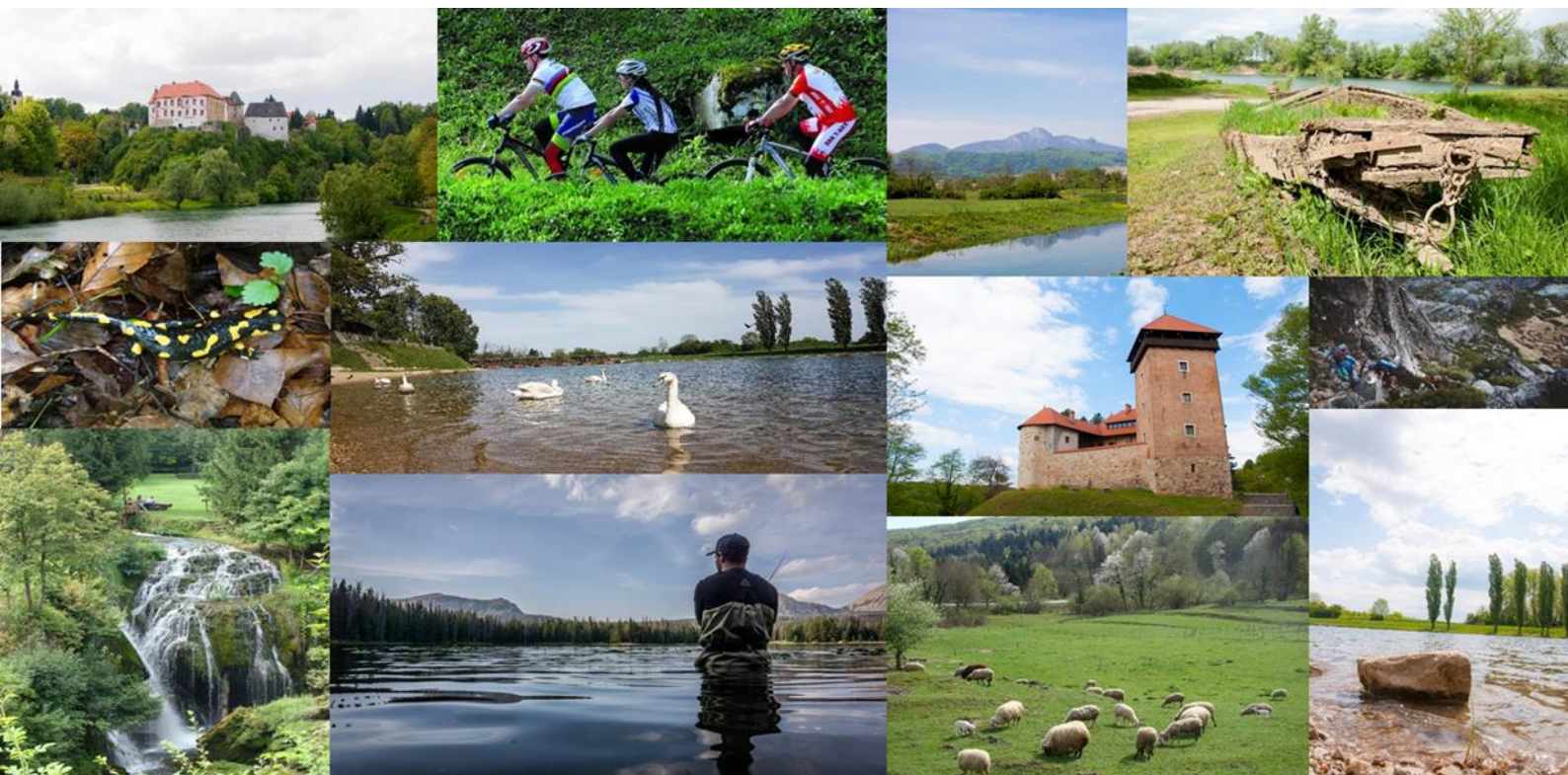
Ključna infrastruktura i resursi

Preporučena infrastruktura: Gastronomske rute, kušaone, restorani, OPG, gastro i delikatesne trgovine, interpretacijski centar (npr. poljoprivrednih proizvoda Karlovačke županije), etno sela

Resursi: Ruralna područja, šume, Petrova gora, seoska imanja, OPG

Preporučena tipologija smještaja: Mali obiteljski hoteli, agroturizmi, kuće za odmor, privatni smještaj

Moguće aktivnosti: Lokalna događanja, individualni i grupni posjeti OPG-ovima, kušanje lokalnih enogastronomskih proizvoda, jahanje, ribolov, šetnje, gljivarenje, sudjelovanje u ruralnim aktivnostima (branje voća, proizvodnja prehrambenih proizvoda i dr.) itd.



POGLAVLJE 3

Ključne smjernice razvoja i akcijski plan

Strategija razvoja turizma Karlovačke
županije do 2025. godine



Hotel, Tourism and Leisure

3. KLJUČNE SMJERNICE RAZVOJA I AKCIJSKI PLAN

3.1. TURISTIČKA INFRASTRUKTURA I INVESTICIJE

Za razvoj turističkih proizvoda te dostizanje međunarodne konkurentske razine i prepoznatljivosti, potreban je kvalitetan i sustavan razvoj turističke infrastrukture koja će pratiti i podržavati razvoj turističkih proizvoda i cjelokupne turističke ponude. Budući da Karlovačka županija ima više kritičnih područja koja su u opasnosti od poplava, potrebno je uzeti u obzir i sustav obrane od poplava kao podlogu za razmatranje konkretnih projekata i lokacija na kojima je predviđena gradnja nove ili uređenje postojeće turističke infrastrukture.

Na području Karlovačke županije identificirano je šest ključnih inicijativa za razvoj turističke infrastrukture:

1. Infrastruktura za aktivni odmor
2. Sustav vidikovaca
3. Sustav interpretacijskih centara i muzeja
4. Revitalizacija i uređenje dvoraca i utvrda
5. Sustav panoramskih balona
6. Tematski turistički parkovi

Koncept, ključne komponente i aktivnosti te procjena potrebnog ulaganja i kontribucije strateškim ciljevima za svaku inicijativu prikazani su u nastavku.

3.1.1. Infrastruktura za aktivni odmor

Koncept

Prostor Karlovačke županije obiluje prirodnim resursima te je pogodan za razvoj aktivnog odmora, a posebice: cikloturizma, aktivnosti na vodi i *trekkinga*. Za njegov profesionalni razvoj potrebno je osigurati kvalitetnu i konkurentnu infrastrukturnu mrežu te ga početi profesionalno komercijalizirati. Cilj je uz postojeću i novu, diverzificiranu infrastrukturu, osigurati da Karlovačka županija postane sinonim kontinentalne destinacije za aktivni odmor.

Ključne komponente i aktivnosti

Biciklističke staze

- Unaprijediti postojeće staze (525 km) te označiti nove (700 km planiranih);
- Održavati i graditi nove servisne stanice;
- Povezati staze u jedinstvenu biciklističku mrežu na razini Županije;
- Definirati vrste biciklističkih staza (MTB staze, cestovne staze, *cross-country* staze itd.);
- Izgraditi i urediti staze uz rijeke i jezera čime će se prirodnim resursima dodati vrijednost;
- Prezentirati staze kroz interaktivne turističke i biciklističke karte (dostupne i u digitalnom obliku za izvanmrežno korištenje);
- Promovirati biciklističke staze kroz printane materijale i web.

Trekking staze

- Urediti i označiti *trekking* staze s prepoznatljivim i usklađenim oznakama na razini Županije;
- Povezati staze u jedinstvenu *trekking* mrežu;
- Kreirati uređene odmorišne točke na stazama;
- Trasirati i označiti staze na lokalnoj razini;
- Definirati detaljnu *trekking* kartu Županije koja će obuhvaćati sve rute i prijedloge itinerera ovisno o interesima te osigurati dostupnost u tiskanom i digitalnom obliku za izvanmrežno korištenje;
- Promovirati *trekking* staze kroz printane materijale i web..

Planinarski domovi

- Identificirati postojeće planinarske domove na području Županije i uspostaviti komunikaciju s upravljačkim tijelima;
- Poticati obnovu i modernizaciju postojećih planinarskih domova (na području Županije ima 8 registriranih planinarskih domova i skloništa);
- Uskladiti i definirati radno vrijeme planinarskih domova sukladno potražnji kroz suradnju s planinarskim društvima i klubovima koji upravljaju navedenim domovima i skloništim;
- Uvesti specijalizirane servisne usluge (npr. biciklistički servisi, opskrbe stanice za jahače i dr.).

Jahačke staze i konjički centri

- Postaviti i urediti jahačke staze i konjičke centre uz rijeke, šume i livade kako bi se iskustvo jahanja povezalos prirodom;
- Razviti popratnu infrastrukturu kao što su hipodromi, staze za učenje jahanja, jahački klubovi i sl.;
- Iskristiti jahačke staze i konjičke centre za organizaciju izleta, kao zaustavne točka nekog itinerera, za škole jahanja, terensko i terapijsko jahanje, ali i za različita natjecanja.

Centri za aktivnosti na vodi (na rijekama i jezerima)

- Izgraditi i urediti centre za aktivnosti na vodi koji će biti locirani na rijekama i jezerima na prostoru Karlovačke županije (za kajaking, rafting, veslanje, *stand-up paddling* i sl.);
- Definirati kvalitetne mjere zaštite prijelaza preko slapišta kako bi se očuvale sedrene barijere (npr. Mrežnica);
- Organizirati vođene aktivnosti u sklopu centara (npr. vođene rafting ture);
- Omogućiti najam opreme;
- Ponuditi individualne i grupne satove obuke i stjecanje međunarodnih certifikata;
- Dodatno ponuditi mogućnost za organizirane *team buildinge*, posjete školskih grupa, rođendanske proslave i sl.

Adrenalinski centri

- Izgraditi i urediti adrenalinske centre ili parkove na kopnu;
- Ponuditi inovativne adrenalinske i zabavne aktivnosti u prirodi (npr. streličarstvo, *zorb*ing, *paintball*, *zip line*, penjanje na umjetnim stijenama, *quad* i *jeep* safari itd.);
- Upakirati aktivnosti u različita cjelodnevna ili višednevna iskustva aktivnog odmora.

Sportski centar Bjelolasica

- Definirati koncept najbolje upotrebe i poslovni plan sportskog centra Bjelolasica;

- Pokrenuti profesionalni proces potrage za investitorom;
- Revitalizirati sportski centar Bjelolasica i staviti ga u funkciju turističke ponude.

Sustav regionalnih kupališta

- Urediti kupališta na rijekama i jezerima kroz uređenje obale (plaže, platforme, molovi, šetnice, klupice i dr.);
- Osigurati lak pristup kupalištima;
- Postaviti tuševe i sanitarne čvorove;
- Osigurati infrastrukturu za invalide;
- Smjestiti dio centara za aktivnosti na vodi u blizini kupališta (npr. rafting centar na Mrežnici) i sportske terene (odbojka na pijesku, stolni tenis, košarka i dr.);
- Uvesti dodatne zabavne sadržaje.

Procjena kontribucije strateškim ciljevima



Procjena ulaganja

Ukupna investicija u turističku infrastrukturu ovisit će o postojećoj infrastrukturi, potrebnim zahvatima u prostoru i sl. Razvoj infrastrukture može se sufinancirati iz projekata EU i nacionalnih izvora financiranja (Program razvoja cikloturizma na kontinentu, Program razvoja javne turističke infrastrukture itd.). Okvirne vrijednosti za pojedine elemente infrastrukture za aktivni odmor su sljedeće:

TURISTIČKA INFRASTRUKTURA	INVESTICIJA U KN
Biciklističke staze	650kn/m (širina oko 2m)
Uređenje plaže	2.500kn/m ²
Igralište (oko 300m ²)	600.000
Planinarski dom	2.000.000 - 4.000.000
Jahačke staze	200-300kn/m ²
Sanitarni čvor (3 muška WC-a, 3 ženska WC-a, kabina za presvlačenje)	700.000
Tuš na plaži	10.000
Bar na plaži (montažni 30 m ² s terasom 300 m ²)	800.000
Bar na plaži (građevina s terasom)	1.500.000

3.1.2. Sustav vidikovaca

Koncept

Cilj ovog programa je izgradnja i uređenje sustava vidikovaca koji bi omogućili sagledavanje vizualno atraktivnog prostora i scenografije Karlovačke županije. Potrebno je definirati najatraktivnije zaustavne točke te izgraditi i urediti vidikovce na suvremen i inovativan način tako da arhitektura i uređenje poštuju prirodno okruženje u kojem se nalaze. Pojedine lokacije vidikovaca moguće je integrirati s *trekking* i biciklističkim

stazama kako bi se gostima tijekom konzumiranja proizvoda aktivnog odmora, ponudile dodatne zaustavne točke. Dodatno, vidikovci mogu poslužiti za promociju Karlovačke županije putem sadržaja kreiranog od strane korisnika (fotografije, video materijali i sl.) koji će se dijeliti na društvenim mrežama uz unaprijed osmišljen *hashtag*.

Ključne komponente i aktivnosti

- Definirati područja izrazitih krajobraznih vrijednosti;
- Identificirati točne lokacije izgradnje vidikovaca;
- S ciljem snižavanja troškova provesti natječaj s arhitektonskim fakultetima kako bi se dobilo potencijalno idejno rješenje od strane studenata ili dodatni javni natječaj kako bi se identificirale ideje drugih kreativnih pojedinaca;
- Izgraditi vidikovce tako da uređenje i arhitektura odgovaraju prirodnom okruženju u kojemu se nalaze uz moguće/preporučeno moderno arhitektonsko rješenje;
- Zadovoljiti uvjete sigurnosti;
- Osigurati dobar prometni pristup;
- Postaviti tehnološki suvremene teleskope i interaktivne informativne ploče, adekvatno osvjjetljenje i klupe;
- Označiti zone za fotografiranje i odmor.

Procjena kontribucije strateškim ciljevima



Procjena ulaganja

Procijenjena vrijednost ulaganja u jedan vidikovac kreće se između 3 i 10 milijuna kuna, a točan iznos investicije ovisit će o lokaciji, veličini, tehnološkim rješenjima, potrebnim zahvatima u prostoru, dodatnoj infrastrukturi i sl.

Razvoj sustava vidikovaca može se sufinancirati iz projekata EU i nacionalnih izvora financiranja kao što je npr. Potpora za ulaganja u poboljšanje otpornosti i okolišne vrijednosti šumskih ekosustava koja uključuje i uspostavu i uređenje poučnih staza, vidikovaca i ostale manje infrastrukture, a u najavi je za 2018. godinu.

3.1.3. Sustav interpretacijskih centara i muzeja

Koncept

Na prostoru Karlovačke županije postoji bogato kulturno-povijesno nasljeđe (zgrade, muzeji, povijesne ličnosti, priče, dvorci i sl.) koje danas nije adekvatno interpretirano i turistički valorizirano. Navedenu baštinu je potrebno prikazati na interaktivan, inovativan i zanimljiv način kroz interpretacijske centre i muzeje pri čemu se treba ugledati na primjere uzornih nacionalnih praksi (npr. Aquatika, Muzej krapinskih neandertalaca, Muzej Sinjske alke). Sustav interpretacijskih centara i muzeja daje mogućnost povezivanja već postojećih interpretacijskih centara (npr. Aquatika, Ivanina kuća bajke, Baraćeve špilje i dr.) i novih koji će se

tek izgraditi, u cjelokupno integrirano iskustvo na razini Županije. Interpretacijski centri i muzeji mogu se izgraditi u sklopu već postojećih objekata, dajući im tako dodatnu vrijednost nakon obnove (npr. zgrade unutar Karlovačke zvijezde, stari gradovi i dvorci, svetište sv. Josipa i sl.), a preporuča se da interpretiraju originalne teme Županije kao što je npr. kultura i umjetnost (Slava Raškaj, braća Seljan), povijest (Frankopani), vino i dr.

Ključne komponente i aktivnosti sustava interpretacijskih centara i muzeja

- Definirati lokacije i atrakcije koje će biti dio sustava;
- Pronaći teme koje će se interpretirati;
- Osmisliti i izgraditi nove interpretacijske centre i muzeje uz korištenje najsuvremenije tehnologije i interaktivnih elemenata;
- Obnoviti i interpretirati postojeće kulturno-povijesne objekte uz korištenje tehnologije i interaktivnih elemenata;
- Povezati sve točke interesa u cjelovitu kulturno-povijesnu mrežu Županije;
- Promovirati tematske interpretacijske centre i muzeje.

Procjena kontribucije strateškim ciljevima



Procjena ulaganja

Procijenjena vrijednost ulaganja u jedan interpretacijski centar kreće se između 8 i 25 milijuna kuna, a točan iznos investicije ovisit će o konceptu, lokaciji, veličini centra, tehnološkim rješenjima, potrebnim zahvatima u prostoru itd.

3.1.4. Revitalizacija i uređenje dvoraca i utvrda

Koncept

Dvorci i utvrde na području Karlovačke županije danas su većinom u derutnom stanju, nemaju svoju namjenu, neke se ne može ni posjetiti, nekoliko ih ima neriješeno vlasničko pitanje, a tek manji broj se koristi u turističke svrhe. Projektom „Susret civilizacija – utvrde i dvorci Karlovačke županije“ nastoji se povezati dvorce i utvrde na razini Županije. Iako je proces revitalizacije i obnove započet u skladu s najvišim konzervatorskim standardima, još uvijek nije jasno koja će biti namjena obnovljenih dvoraca i utvrda u budućnosti. Ova inicijativa ima za cilj obnovljenim dvorcima dati određenu komercijalnu namjenu sukladno određenom konceptu i studiji izvodljivosti. Neke od mogućih namjena su: kulturne ustanove gdje će se održavati koncerti, filmske večeri i sl., interpretacijski centri, ugostiteljski ili smještajni objekti i sl.

Ključne komponente i aktivnosti

- Izvršiti konzervaciju dvoraca sukladno planovima;
- Izraditi koncept i studiju izvodljivosti koja će definirati namjenu objekta i moguće načine financiranja;
- Prijaviti projekte na nacionalne i EU fondove;

- Realizirati projekte.

Procjena kontribucije strateškim ciljevima



Procjena ulaganja

Za obnovu dvoraca i utvrda predviđena sredstva kreću se u rasponu 55 – 75 milijuna kuna po dvorcu/utvrđi. Dodatno, ovisno o izabranoj namjeni i konceptu uređenja pojedinog dvorca ili utvrde, bit će potrebno osigurati dodatna financijska sredstva.

3.1.5. Sustav panoramskih balona

Koncept

Ova inicijativa podrazumijeva osmišljavanje i formiranje sustava panoramskih balona na najatraktivnijim turističkim lokacijama na prostoru Županije. Panoramski balon predstavlja atraktivnu točku interesa s koje se može uživati u panoramskom pogledu uz istovremeno jedinstveno iskustvo vožnje balonom. Balon punjen helijem je cijelo vrijeme spojen na čelične sajle koje vertikalno podižu ili privlače balon prema zemlji. Vožnja uključuje ukrcaj putnika u panoramsku košaru, podizanje balona u zrak, panoramski razgled turističkih atrakcija te spuštanje balona na početnu lokaciju. Cilj ove inicijative je kreirati dodatnu atraktivnu točku interesa na ključnim turističkim atrakcijama i upravljati tokovima posjetitelja kroz rasterećenje broja gostiju koji posjećuju pojedine turističke atrakcije uglavnom kroz šetnje i grupne obilaske.

Ključne komponente i aktivnosti

- Namijeniti lokaciju za bazne stanice na način da se iz balona panoramski vidi odabrana atrakcija te osigurati od 20 do 35 metara radijusa oko same stanice;
- Pri definiranju lokacije i visine podizanja balona u obzir uzeti i važeće zakone, propise i pravilnike;
- Osigurati prometni pristup i parking oko atrakcije;
- Nabaviti opremu za let (podizanje i spuštanje) balonom u kontroliranim uvjetima (elektromotori i sajle), balon punjen helijem, košara kapaciteta 20-30 ljudi, sustav za prizemljivanje;
- Iskoristiti mogućnost brendiranja balona – balon može služiti kao promotivno sredstvo Županije.

Procjena kontribucije strateškim ciljevima



Procjena ulaganja

Procijenjena vrijednost ulaganja u panoramski balon kreće se između 7,5 i 11 milijuna kuna, a točan iznos investicije ovisit će o lokaciji te potrebnim zahvatima u prostoru.

3.1.6. Tematski turistički parkovi

Koncept

Inicijativa tematski turistički parkovi podrazumijeva izgradnju tematskih parkova koji će postati turističkim atrakcijama na prostoru Županije. Tematski turistički parkovi način su obogaćivanja turističke ponude Županije i postaju primarni motiv dolaska, a mogu biti inspirirani nekim od resursa s područja Karlovačke županije. Tematske parkove je potrebno definirati na način da budu interaktivni, inovativni i zanimljivi posjetiteljima, pri čemu se treba ugledati na primjere uzornih praksi (npr. specijalizirani muzej Faust Vrančić na Prviću, tematski park Leonardo da Vinci u Francuskoj i dr.).

Tematski turistički parkovi mogu se izgraditi kao novi specijalizirani muzeji ili u sklopu već postojećih objekata, dajući im tako dodatnu vrijednost (npr. na području Ogulina gdje se već nalazi Ivanina kuća bajke). Na području Karlovačke županije planira se uređenje dva tematska turistička parka „Vodene tajne Slunja“ i Tehno park TVG (turbina, vratilo, generator). Dodatno, preporuča se da se u sklopu tematskih parkova interpretiraju originalne teme (ili osobe) Županije kao što je npr. Nikola Tesla.

Ključne komponente i aktivnosti tematskih turističkih parkova

- Definirati lokacije za izgradnju/obnovu tematskih parkova;
- Pronaći teme koje će se interpretirati;
- Osmisliti i izgraditi nove tematske parkove uz korištenje najsuvremenije tehnologije i interaktivnih elemenata;
- Obnoviti i interpretirati postojeće tematske parkove uz korištenje suvremene tehnologije i interaktivnih elemenata;
- Osmisliti edukacijske programe;
- Organizirati tematske događaje;
- Povezati sve točke interesa u cjelovitu mrežu na razini Županije;
- Gdje je primjenjivo, povezati čitav koncept s ostalim inicijativama (npr. s interpretacijskim centrom ili panoramskim balonom);
- Promovirati tematske turističke parkove.

Procjena kontribucije strateškim ciljevima



Procjena ulaganja

Ulaganje u tematske i zabavne turističke parkove u Hrvatskoj veličine 8-10 ha, sa svom potrebnom infrastrukturom, kreće se između 50 i 180 milijuna kuna, a uključuje izgradnju prema najboljim globalnim standardima. Ulaganje će dodatno ovisit o konceptu, temi, veličini i sl.

3.2. PROGRAMI KONKURENTNOSTI

S ciljem podizanja kvalitete cjelokupnog turističkog doživljaja na prostoru Karlovačke županije i unaprjeđenja ponude, identificirani su sljedeći programi konkurentnosti Karlovačke županije:

1. Podizanje ambijentalne atraktivnosti javnih prostora i urbanog nasljeđa
2. Podizanje svijesti stanovništva o turizmu
3. Razvoj županijske turističke kartice
4. Uspostava prioritetnih proizvodnih klubova
5. Uvrštavanje ponude aktivnog odmora na međunarodne *outdoor* platforme
6. Istraživanje potencijala geotermalnih izvora
7. Osmišljavanje tematskih ruta
8. Revitalizacija i očuvanje specifične arhitekture
9. Revizija postojećih turističkih zona
10. Sustav smeđe signalizacije
11. Turistička valorizacija speleoloških objekata
12. Profesionalni razvoj lovnog i ribolovnog turizma
13. Baza turističkih atrakcija

3.2.1. Podizanje ambijentalne atraktivnosti javnih prostora i urbanog nasljeđa

Koncept

Mnoge su javne površine urbanih cjelina na području Karlovačke županije u nereprezentativnom stanju (gradski i mjesni trgovi, pročelja, parkovi i perivoji, pješačke zone i sl.) te značajno narušavaju ukupan turistički doživljaj destinacija. Urbana estetika prostora snažno doprinosi pozitivnom iskustvu posjetitelja i osjećaju ugone boravka u prostoru te je stoga bitno voditi računa o održavanju reprezentativnog stanja istih. Cilj ovog programa konkurentnosti je proaktivan i na županijskoj razini koordiniran pristup podizanju ambijentalne atraktivnosti javnih prostora s krajnjim ciljem podizanja turističkog iskustva na prostoru Županije, uključujući i zone uz glavne prometne pravce.

Ključne komponente i aktivnosti

- Podizati svijest o problemu nereprezentativnih urbanih cjelina te uskladiti važnost inicijative na lokalnoj razini;
- Izraditi listu prioritetnih zahvata;
- Osnovati koordinacijsko tijelo na županijskoj razini čiji će zadatak biti lobiranje za provedbu inicijative, osiguranje sredstava za realizaciju projekata, nadzor provedbe i dr.;
- Striktno provoditi već postojeće propise u vidu komunalnih naknada za kažnjavanje vlasnika koji se istih odredbi ne pridržavaju;
- Lobirati za novi zakonodavni okvir na državnoj razini kojim bi se omogućilo dodatno kažnjavanje vlasnika derutnih objekata koji svojim izgledom značajno narušavaju urbanu estetiku prostora te predviđele moguće aktivnosti uređenja napuštenih objekata;
- Pripremiti projektnu dokumentaciju s ciljem prijave projekata urbane revitalizacije na postojeće i buduće natječaje za sufinanciranje putem nacionalnih i europskih izvora financiranja.

Procjena kontribucije strateškim ciljevima



Procjena ulaganja

Ulaganja za uređenje objekata u vlasništvu jedinica lokalne samouprave ovise o broju objekata i ukupnoj površini obuhvaćenog zahvata te kompleksnosti zahvata. Za financiranje projekata urbane obnove mogu se koristiti Strukturni fondovi Europske unije, odnosno, sredstva iz Europskog fonda za regionalni razvoj.

3.2.2. Podizanje svijesti stanovništva o turizmu

Koncept

Cilj ovog programa je aktivno podizati svijest stanovništva o važnosti turizma i njegovom značaju za ekonomski, društveni i gospodarski razvoj Karlovačke županije. Ovom inicijativom prvenstveno se želi potaknuti stanovništvo da se aktivno uključi u razvoj turizma, da uvide potencijalne koristi koje ono nosi, da razumiju turistički ponudu i usmjerenje Županije te da im se ukaže na važnost stvaranja ugodnog okruženja za razvoj turizma.

Ključne komponente i aktivnosti

- Prezentirati Strategiju razvoja turizma lokalnoj zajednici;
- Organizirati turističke forume na kojima će sudjelovati ključni dionici turističke ponude i predstavnici primjera najbolje prakse unutar i izvan prostora Županije;
- Organizirati programe edukacije o turizmu u vrtićima, školama, javnim ustanovama i sl. te aktivno promovirati turistički potencijal i ljepote na prostoru Županije kao osnove za razvoj turizma te zdrav i aktivan život lokalnog stanovništva;
- Popularizirati obrazovne programe iz područja turizma;
- Organizirati ekološke akcije na zagađenim i neuređenim područjima.

Procjena kontribucije strateškim ciljevima



Procjena ulaganja

Navedene aktivnosti ne iziskuju značajna ulaganja od strane Karlovačke županije te ih je moguće financirati u okviru proračuna jedinica lokalne samouprave ili iz budžeta turističkih zajednica, kao i kroz nacionalne programe edukacije bilo putem raznih komora ili udruženja.

3.2.3. Razvoj županijske turističke kartice

Koncept

Turistička kartica je marketinški alat koji prvenstveno služi za integraciju cjelokupne ponude, njezinu promociju, a u konačnici i upravljanje turističkim tokovima. Kartica (koja može biti i besplatna) objedinjava ključne atrakcije i iskustva, a gostima nudi koristi u terminima popusta (na ulaznice ili cjelokupni račun), besplatnog sadržaja, prioritetnog ulaza i sl. Cilj razvoja županijske turističke kartice je povećanje prepoznatljivosti atrakcija, turističkih proizvoda i destinacija uz produljenje boravka gostiju i povećanje destinacijske potrošnje. U procesu implementacije potrebno je definirati oblik i način izdavanja kartice, atrakcije koje obuhvaća i koristi koje uključuje. U Europi, praksa pokazuje da većinom kartice razvijaju tijela javnog sektora, no postoje primjeri i privatnih inicijativa koje upravljaju cijelim projektom.

Ključne komponente i aktivnosti

- Identificirati turističke usluge i proizvode koje uključiti u karticu, a iz nekoliko primarnih područja: prijevoz, atrakcije, gastronomija, sportske aktivnosti, izleti, vođene ture i sl.;
- Uspostaviti suradnju s ponuđačima koji će biti uključeni u projekt i dogovoriti uvjete suradnje;
- Odabrati poslovni model kartice s obzirom na tip kartice, cijenu, koristi koje nudi, trajanje u danima i sl.;
- Postaviti takav financijski model da projekt izdavatelju bude financijski prihvatljiv i nudi koristi posjetitelju;
- Osigurati stabilnu mrežu distribucije;
- Promovirati karticu gostima prije dolaska u destinaciju i za vrijeme boravka u destinaciji;
- Sustavno provoditi kontrolu prodajnih mjesta i istraživati zadovoljstvo gostiju i partnera;
- Aktivno surađivati s partnerima i ponuđačima uključenim u projekt.

Procjena kontribucije strateškim ciljevima



Procjena ulaganja

Visina ulaganja primarno ovisi o izabranom tehnološkom rješenju kartice (papirnate, plastične, magnetske, elektronske i dr.), trošku pripreme te ulaganju u promociju.

Iako se pripremni dijelovi projekta trebaju odraditi u sklopu redovnih aktivnosti nositelja projekta, za daljnji razvoj proizvoda, predlaže se eksterna savjetnička potpora u realizaciji projekta.

3.2.4. Uspostava prioritetnih proizvodnih klubova

Koncept

Turistički proizvodni klubovi podrazumijevaju neformalna radna tijela čiji članovi prema projektnom principu rade na razvoju i unaprjeđenju turističkih proizvoda. Proizvodni klubovi sastavljeni su od predstavnika privatnog i javnog sektora iz poduzeća i institucija odabranih sukladno osnovnom fokusu aktivnosti kluba.

Za potrebe Karlovačke županije inicijalno se predlaže osnivanje dva prioritetna proizvodna kluba:

1. proizvodni klub aktivnog odmora – proaktivno djelovanje na razvoju ponude i atraktivnosti proizvoda aktivnog odmora
2. proizvodni klub Plitvička jezera – međužupanijsko radno tijelo s ciljem razvoja ponude i atraktivnosti proizvoda koji se temelji na resursu Plitvičkih jezera.

Cilj proizvodnog kluba je potaknuti suradnju privatnog i javnog sektora u razvoju turističkih proizvoda, promociji, razvoju infrastrukture i kreativnom osmišljavanju koncepata događanja.

Organizacija i koordinacija rada proizvodnog kluba je uglavnom odgovornost turističke zajednice županije ili relevantnog odjela županijske uprave.

Osim navedenih, a kako se turizam bude dalje razvijao, mogu se formirati još neki novi proizvodni klubovi na razini Županije.

Ključne komponente i aktivnosti

- Razviti svijest za potrebom udruživanja i zajedničkog sinergijskog djelovanja;
- Identificirati članove kluba i uključiti ih u inicijativu sukladno njihovoj stvarnoj snazi i interesu;
- Formalno uspostaviti proizvodne klubove i započeti s radom;
- Organizirati koordinacijske sastanke na dvomjesečnoj razini;
- Organizirati radne sastanke sukladno prioritarnim aktivnostima;
- Osmisliti i realizirati zajedničke inicijative;
- Sazivati sastanke ovisno o potrebnoj dinamici;
- Voditi evidenciju ostvarenja aktivnosti i rezultata.

Procjena kontribucije strateškim ciljevima



Procjena ulaganja

Proizvodni klubovi ne zahtijevaju zasebno financiranje od strane dionika, budući da članovi sudjeluju u radu klubova na dobrovoljnoj osnovi. Sredstva za implementaciju pojedinih aktivnosti moguće je alocirati iz dostupnih budžeta turističkih zajednica, proračunskih sredstava, ali i privatnih poduzeća koje ostvaruju korist od poduzetih inicijativa kluba.

3.2.5. Uvrštavanje ponude aktivnog odmora na međunarodne outdoor platforme

Koncept

S ciljem poboljšanja prepoznatljivosti i vidljivosti proizvoda aktivnog odmora, predlaže se uvrštavanje ponude aktivnog odmora na međunarodne outdoor platforme. Jedan primjer takve platforme je *Outdooractive*, odnosno, izdvojeni dio platforme za predstavljanje opcija aktivnog odmora pojedinih regija *Outdooractive Regio*. Prednost suradnje s navedenom platformom je korištenje postojećeg, već razvijenog tehnološkog rješenja, mogućnost praćenja rezultata i značajan doseg na međunarodnom tržištu. Nakon ostvarivanja

suradnje, potrebno je obratiti pozornost na redovito ažuriranje sadržaja te praćenje povratnih informacija korisnika kako bi se ponuda mogla prilagođavati sukladno potražnji.

Ključne komponente i aktivnosti

- Identificirati postojeće međunarodne *outdoor* platforme;
- Uspostaviti kontakt s odabranom platformom i informirati se o mogućim modelima suradnje;
- Odabrati odgovarajući model suradnje;
- Odabrati sadržaj za objavu – infrastruktura za aktivni odmor, ugostiteljski i smještajni objekti, zaustavne točke, kušaonice, atrakcije i dr.;
- Aktivno ažurirati i upravljati sadržajem objavljenim na platformi;
- Pratiti rezultate i prilagođavati ponudu/prikaz aktivnosti;
- Pratiti razvoj drugih platformi te po potrebi uključivati ponudu aktivnog odmora i na ostale prepoznate *outdoor* platforme.

Procjena kontribucije strateškim ciljevima



Procjena ulaganja

Cijena pristupanja platformi *Outdooractive* kreće se između 110 i 350 tisuća kuna, ovisno o modelu suradnje, odnosno, razini tehničke podrške koja na mjesečnoj razini košta između 7,5 i 40 tisuća kuna te korištenju drugih usluga kao što su obrada sadržaja, analitika i marketing.

3.2.6. Istraživanje potencijala geotermalnih izvora

Koncept

Na području Karlovačke županije postoje geotermalni izvori za koje je u narednom razdoblju potrebno utvrditi moguće opcije eksploatacije. Prvenstveno je potrebno istražiti i definirati litološki sastav, tip i kvalitetu tla i stijena, temperaturu i hidro-dinamičke značajke vode, fizički i kemijski sastav termalnih i termomineralnih voda. Jednom kada se sve značajke vode istraže, definiraju se namjene takvih izvora vode. U kontekstu turizma uglavnom se koriste za razvoj zdravstvenih i *wellness* programa (posebice balneo i hidroterapije) te sport i rekreaciju.

Ukoliko se utvrdi da Karlovačka županija može razvijati zdravstvene ili *wellness* programe na temelju vode iz geotermalnih izvora potrebno je opredijeliti se za takve programe i investicijske projekte (lječilišta, toplice, *wellness* resorti i sl.) i navedeno promovirati potencijalnim investitorima.

Ključne komponente i aktivnosti

- Identificirati sve relevantne izvore geotermalnih voda;
- Provesti istraživanje na identificiranim bušotinama (samostalno ili uz angažman zainteresiranih investitora);

- Definirati namjenu pojedinih izvora;
- Pronaći investitore ovisno o namjeni izvora (energija, turizam, lječilište i sl.);
- Po potrebi pristupiti izmjenama prostornog plana i osiguranju preduvjeta za realizaciju investicije;
- Promovirati investicijske prilike.

Procjena kontribucije strateškim ciljevima



Procjena ulaganja

30 milijuna kuna prema procjeni Klijenta.

3.2.7. Osmišljavanje tematskih ruta

Koncept

Tematske rute su označeni fizički putevi ili trase povezane u iskustvenu i interpretiranu cjelinu sa zajedničkim tematskim nazivnikom (npr. kultura, priroda, gastronomija i dr.). Tematske rute omogućavaju individualni ili grupni obilazak područja, pri čemu funkcioniraju kao cjeloviti turistički proizvod, nudeći odgovarajuće sadržaje, informacije, ugostiteljske i smještajne usluge. Rute se mogu podijeliti i prema načinu obilaska na pješačke rute, biciklističke rute, jahačke rute i dr. Atraktivnost neke rute određena je odabranom temom i konceptom, kvalitetom dostupnih resursa i atrakcija te načinom njihove interpretacije i povezivanja u iskustvenu cjelinu. Tematske rute omogućavaju aktiviranje neiskorištenih resursa, odnosno umrežavanje manje poznatih atrakcija i resursa u jednu cjelinu te upravljanje kretanjima turista na određenom području. Karlovačka županija može razviti različite rute, a ovisno o svojim resursima. Neki od mogućih primjera su:

1. **Dvorci Karlovačke županije** – ruta za čiju je implementaciju potrebno uložiti u obnovu, revitalizaciju i interpretaciju dvorca i utvrda, uvesti dodatne turističke sadržaje u te objekte te ih turistički valorizirati.
2. **Ruta vode** – ruta koja povezuje turističke atrakcije i resurse u direktnoj vezi s vodom u jednu iskustvenu cjelinu. Ruta potencijalno uključuje Rastoke, Aquatiku, rijeke na njenim najatraktivnijim zonama, sedrene slapove, jezera i sl. uz interpretaciju zaustavnih točaka.
3. **Gastronomske rute (putevima sira, meda, jabuka itd.)** – ruta koja ovisno o tematici mora integrirati točke interesa povezane s određenim gastronomskim proizvodom (npr. male proizvođače, udruge i obiteljska poljoprivredna gospodarstva, kušaonice, prodavaonice gastronomskih proizvoda, delikatesne prodavaonice, interpretacijske centre na tu temu i sl.)
4. **Vinska cesta Karlovačke županije** – povezuje proizvođače vina na prostoru Karlovačke županije pod zajedničku etiketu vinske ceste koja mora biti lako dostupna i dobro označena.
5. **Županijske panoramske ceste** – prolaze uglavnom ruralnim dijelovima Županije, izvan uobičajenih i frekventnih prometnica, kvalitetno su obilježene te nude atraktivnu scenografiju i poglede.

Sve rute, zavisno o mogućim partnerima, mogu biti i rute koje uključuju točke interesa u drugim županijama.

Ključne komponente i aktivnosti

- Identificirati atraktivne/potencijalne teme ruta;
- Pripremiti i osmisлити rute kroz prostor i identificirati zaustavne točke interesa;
- Identificirati potporne pružatelje usluga (npr. restorani, smještajni objekti i sl.);
- Identificirati atrakcije na ruti kao potencijalne zaustavne točke;
- Uspostaviti suradnju između dionika na ruti;
- Osigurati adekvatno radno vrijeme atrakcija na ruti;
- Kreirati rutu kroz povezivanje točaka interesa u cjelovito iskustvo;
- Označiti rutu (*online* i *offline*) i postaviti signalizaciju;
- Certificirati rutu na nacionalnoj razini;
- Izraditi karte ruta koje će biti dostupne i digitalno za izvanmrežnu upotrebu;
- Izraditi promotivne materijale te promovirati rutu kroz različite medije.

Procjena kontribucije strateškim ciljevima



Procjena ulaganja

Po tematskoj ruti, za njezino osmišljavanje, pokretanje i implementaciju preporuča se budžet od 150 – 250 tisuća kuna.

Budžet uključuje:

- izradu karte u digitalnom i tiskanom obliku,
- kreativni marketing i prezentaciju sadržaja,
- dizajn promotivnih materijala,
- fotodokumentaciju,
- tisak materijala,
- *online* i *offline* promociju.

3.2.8. Revitalizacija i očuvanje specifične arhitekture

Koncept

Jedinstvena i specifična arhitektura izgradnje na području Karlovačke županije ima potencijal postati temelj autentičnog uređenja ruralnih područja. Cilj ove inicijative je identificirati arhitektonske specifičnosti, katalogizirati ih sa smjernicama revitalizacije i očuvanja kako bi se potaknuo javni i privatni sektor da se prilikom obnove postojećih i izgradnje novih objekata pridržava tradicijskih arhitektonskih specifičnosti izgradnje (npr. na području Rastoka su to kameni temelji i podrum, drveno prizemlje te krov natkriven

šindrom). Navedeno podrazumijeva očuvanje baštine te njezino oživljavanje kroz korištenje tradicijskih načina gradnje.

Ključne komponente i aktivnosti

- Napraviti detaljnu reviziju konzervatorskih podloga s ciljem davanja smjernica za izgradnju smještajnih i ostalih turističkih objekata u duhu tradicionalnog stila gradnje;
- Informirati lokalnu zajednicu o specifičnoj arhitekturi na njihovom području;
- Pripremiti katalog/priručnik s detaljnim smjernicama revitalizacije i očuvanja specifične arhitekture.

Procjena kontribucije strateškim ciljevima



Procjena ulaganja

Ulaganje u iznosu od 100 do 200 tisuća kuna uključuje troškove izrade revizije konzervatorskih podloga po pojedinoj jedinici lokalne samouprave i izrade kataloga/priručnika s detaljnim smjernicama revitalizacije i očuvanja specifične arhitekture.

3.2.9. Revizija postojećih turističkih zona

Koncept

U prostornom planu Županije brojne su turističke zone koje je potrebno revidirati na temelju prostornih, ekonomskih i ekoloških parametara. Provedenom analizom potrebno je identificirati one zone koje je moguće valorizirati u turističke svrhe, zone koje danas ne raspolažu potencijalom za razvoj te ih je stoga potrebno prenamijeniti, odnosno identificirati zone koje je potrebno uvrstiti kao turističke.

Ključne komponente i aktivnosti

- Detaljno revidirati postojeće turističke zone;
- Prema zadanim kriterijima identificirati postojeće turističke zone s najvećim potencijalom realizacije;
- Identificirati nove zone koje je potrebno uvrstiti u prostorni plan sukladno Strategiji;
- Izraditi katalog turističkih zona.

Procjena kontribucije strateškim ciljevima



Procjena ulaganja

Predviđeno je ulaganje od 800 tisuća kuna za izradu revizije turističkih zona.

3.2.10. Sustav smeđe signalizacije

Koncept

Cilj ove inicijative je postaviti smeđu signalizaciju na dva ključna prometna pravca, autocestu A1 i državnu cestu D1, kako bi se gosti u destinaciji i u tranzitu pravovremeno usmjeravali prema ključnim atrakcijama i točkama interesa te komunicirala ključna turistička ponuda na prostoru Županije.

Ključne komponente i aktivnosti

- Definirati ključne turističke atrakcije i točke interesa;
- Izraditi studiju i osigurati dozvole za postavljanje smeđe signalizacije;
- Postaviti smeđu signalizaciju;
- Redovno održavati i ažurirati sustav.

Procjena kontribucije strateškim ciljevima



Procjena ulaganja

Ukupna investicija će ovisiti o provedenoj studiji, odnosno, broju atrakcija i frekventnosti postavljanja smeđe signalizacije. Okvirni trošak po tabeli iznosi između 1 i 3 tisuće kuna, a ovisit će o njezinoj veličini, potrebnim potpornim stupovima te dodatnim elementima (vizuali, fotografije, reflektirajuća folija i sl.).

3.2.11. Turistička valorizacija speleoloških objekata

Koncept

S obzirom na krški reljef koji dominira prostorom Karlovačke županije te postojeće spilje i jame, cilj je ove inicijative revitalizirati ovaj prirodni resurs koji je danas uglavnom neiskorišten (osim u slučaju Baračevih spilja) te ga turistički valorizirati. U tom smislu potrebno je identificirati spilje i jame koje je moguće urediti i od njih kreirati dodatni motiv dolaska u Županiju.

Ključne komponente i aktivnosti

- Identificirati speleološke objekte na području Karlovačke županije koji imaju potencijal turističke valorizacije;
- Identificirati geospeleološke, biospeleološke i arheološke značajke odabranih speleoloških objekata;
- Osmisliti način adekvatne turističke valorizacije (koncepte posjeta, edukacija, radionica i sl.);
- Odabrane objekte staviti u funkciju kroz izgradnju potrebne osnovne, prateće i sigurnosne infrastrukture;
- Promovirati ponudu baziranu na speleoturizmu.

Procjena kontribucije strateškim ciljevima



Procjena ulaganja

Investicija će ovisiti o broju identificiranih speleoloških objekata te potrebnoj razini investicije u prateću infrastrukturu i sadržaje. Okvirna investicija po speleološkom objektu može iznositi između 3 i 5 milijuna kuna, ovisno o potrebnim zahvatima u prostoru (pristupne ceste, staze, unutarnja i vanjska rasvjeta itd.), a okvirni troškovi za otprilike 300 metara uređenja su sljedeći:

- Projektna studija 200 - 300 tisuća kuna
- Rasvjeta 500 tisuća kuna
- Vanjska infrastruktura (spremište, info punkt, ugostiteljski objekt) 500 tisuća - 1 milijun kuna
- Unutarnje projektiranje i zahvati 1 milijun kuna

3.2.12. Profesionalni razvoj lovnog i ribolovnog turizma

Koncept

Prostor Karlovačke županije raspolaže značajnim prirodnim resursima potrebnim za razvoj ponude lovnog i ribolovnog turizma u vidu prirodnih staništa, raznolikog reljefa, klimatskih uvjeta, fonda divljači i dr. Cilj ove inicijative je turistički valorizirati navedene resurse na održiv način prvenstveno kroz nekonsumirajuće aktivnosti, ali i tradicionalni lov i ribolov. Aktivnosti osmišljene na temelju raspoloživih resursa potrebno je upakirati u atraktivne turističke pakete koji će omogućiti dodatni profesionalan razvoj lova i ribolova.

Ključne komponente i aktivnosti

- Osigurati održivost lovnog i ribolovnog turizma kroz povećanje fondova divljači i kontrolu štetnosti za okoliš;
- Definirati područja razvoja lovnog i ribolovnog turizma uzimajući u obzir minirana područja;
- U suradnji s upravljačkim tijelima, izgraditi ili obnoviti lovačke domove i ribolovne centre;
- Poticati razvoj specijaliziranih turističkih paketa od strane DMC-a;
- Izgraditi i postaviti promatračnice za *bird watching*;
- Promovirati ponudu lovnog i ribolovnog turizma putem specijaliziranih kanala (npr. specijalizirani sajmovi, časopisi, web stranice itd.).

Procjena kontribucije strateškim ciljevima



Procjena ulaganja

Ukupna investicija za implementaciju svih elemenata mjere ovisit će ponajprije o broju izgrađenih infrastrukturnih objekata. Za izgradnju funkcionalnih lovačkih domova ili ribolovnih centara predviđa se ulaganje između 2 i 4 milijuna kuna po objektu dok cijena rekonstrukcije varira ovisno o trenutnom stanju objekta. Ulaganje u reprezentativne promatračnice za *bird watching* može iznositi do 30 tisuća kuna.

3.2.13. Baza turističkih atrakcija

Koncept

Stvaranje baze turističkih atrakcija na prostoru Karlovačke županije podrazumijeva identifikaciju i opis svih postojećih atrakcija na području Karlovačke županije s ciljem evidentiranja i valoriziranja postojećih i potencijalnih turističkih atrakcija. Rezultat ove inicijative je baza podataka koja će se, u formi konciznog i preciznog kataloga, koristiti za daljnje planiranje razvoja turizma. Ukoliko kao dio turističkih atrakcija postoje priče, mitovi i legende, potrebno je iste sakupiti kao vrijednu nematerijalnu baštinu koja će se također koristiti u svrhu valorizacije turizma na području Županije.

Ključne komponente i aktivnosti

- Definirati odgovorno tijelo za identifikaciju, prikupljanje te kreiranje baze podataka;
- Uspostaviti suradnju s kulturnim ustanovama koje mogu pružiti informacije;
- Provesti prikupljanje podataka i multimedijalnih sadržaja te kroz intervju nematerijalne imovine;
- Stvoriti multimedijalnu bazu podataka turističkih atrakcija i nematerijalne imovine;
- Koristiti intelektualni kapital za sistematično planiranje razvoja turizma.

Procjena kontribucije strateškim ciljevima



Procjena ulaganja

Formiranje baze turističkih atrakcija potrebno je uvrstiti unutar redovnog budžeta TZ Karlovačke županije.

3.3. MARKETING

Za razvoj turističkog proizvoda Karlovačke županije i ostvarenje zadanih ciljeva do 2025. godine, potreban je značajan iskorak u marketinškom smislu te se stoga predlaže implementacija sljedećih inicijativa koje su podijeljene u tri osnovna područja:

I. BRENDING

3.3.1. Kreiranje krovnog brenda i podbrendova niže razine

Koncept

Potrebno je kreirati sveobuhvatni krovni brend Karlovačke županije koji će predstavljati set iskustava, osjećaja i slika jedinstvenih za Karlovačku županiju, a kojim će se jasno diferencirati od ostalih destinacija. Navedeni brend, s obzirom na svoju sveobuhvatnost, mora pružiti potrebnu fleksibilnost za generiranje dodatnih podbrendova niže razine s mogućom implementacijom na pojedine destinacije, atrakcije i proizvode, zadržavajući konzistentnost i komplementarnost rješenja kako bi se izgradila jača svijest i snažniji imidž Županije.

Ključne komponente i aktivnosti

- Definirati branding strategiju;
- Izraditi branding *brief* za kreativne marketinške agencije;
- Raspisati natječaj za izradu kreativnog rješenja brenda;
- Odabrati najbolje rješenje;
- Primijeniti krovni brend na *online* i *offline* kanalima;
- Konzistentno primjenjivati brend u komunikaciji;
- Pristupiti razvoju brendova niže razine kroz definiranje potrebe i prioriteta na temelju:
 - turističkih proizvoda (aktivni odmor, ruralni, lovni i ribolovni turizam i dr.),
 - turističkih destinacija i atrakcija,
 - smještaja (*bike friendly*, *pet friendly*, obiteljski i dr.)
 - enogastronomskih proizvoda.

Procjena kontribucije strateškim ciljevima



Procjena ulaganja

Ulaganje u izradu krovnog brenda te podbrendova niže razine uključivat će sljedeće:

- Izradu brend strategije, branding i vizualnog identiteta uključujući kreativni dio (logotip, grafički standardi i dr.) - 300 - 400 tisuća kuna
- Razvoj brendova niže razine (krajnji iznos ovisit će o broju podbrendova) - 100 - 200 tisuća kuna

2. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA

3.3.2. Redefiniranje i preimenovanje web stranice *River adventure*

Koncept

Web stranica turističke zajednice Karlovačke županije mora biti središnje mjesto inspiriranja posjetitelja i pružanja svih relevantnih informacija za planiranje boravka na prostoru Županije. Po uzoru na najbolje prakse, Turistička zajednica Karlovačke županije unaprijeđuje sadržaj i dizajn web stranice na način da se ponuda objedinjava i prikazuje sukladno interesima, tržišnim segmentima, godišnjim dobima i sl. Nova turistička web stranica mora biti pregledna i jednostavna za pretraživanje, a sadržaj kvalitetan i relevantan iz perspektive posjetitelja na način da ih informira i inspirira. Aktivnost izrade web stranice slijedi nakon brenda te

primjenjuje potencijalno novi logotip, boje, naziv i sl. Web stranicu treba redovito ažurirati, a s vremenom nadograđivati i prilagođavati novim turističkim sadržajima. Multimedijalni sadržaj mora biti visokokvalitetan. Web stranica mora biti optimizirana za prikaz na mobilnim platformama.

Ključne komponente i aktivnosti

- Istražiti primjere uzornih praksi web stranica turističkih destinacija;
- Odlučiti koje elemente stranice zadržati, koje odbaciti i koje dodati;
- Redizajnirati web stranicu uz podršku marketinške agencije;
- Prikazati sadržaj i ponudu cjelokupno na razumljiv način prema interesima, proizvodima, segmentima, godišnjim dobima i sl.;
- Omogućiti pregledavanje događanja prema različitim filterima (vrsta manifestacije, segmenti, vrijeme održavanja i sl.);
- Koristiti multimedijalni sadržaj visoke kvalitete i rezolucije (visoko kvalitetni video materijali, profesionalne fotografije i sl.);
- Angažirati profesionalne fotografe i video stručnjake te otkupiti njihova autorska prava;
- Povezati web stranicu s društvenim mrežama;
- Direktnim linkom povezati web stranicu s međunarodnom *outdoor* platformom;
- Kreirati novi inspirativan sadržaj;
- Dodati itinerere;
- Ponuditi informacije o ugostiteljskim i smještajnim uslugama te ih povezati s turističkim proizvodima;
- Geografski prikazati točke interesa;
- Komunicirati sadržaj na više stranih jezika uz prilagodbu glavnim emitivnim tržištima;
- Istaknuti poveznice na web stranice istaknutih pružatelja usluga (*Booking, TripAdvisor* i sl.).

Procjena kontribucije strateškim ciljevima



Procjena ulaganja

Visina investicije ovisit će o elementima koje će stranica sadržavati, razini interakcije (kreiranje korisničkog računa i sl.), sadržaju, broju sekcija i sl. Procjena ulaganja u izradu, odnosno, redizajn postojeće web stranice je između 70 i 100 tisuća kuna.

3.3.3. Mobilna turistička aplikacija

Koncept

Cilj ove inicijative je na integralan način prikazati cjelokupnu ponudu na prostoru Karlovačke županije putem aplikacije za pametne telefone koja će služiti kao digitalni vodič. Aplikacija će pružati ključne informacije o destinacijama i atrakcijama, mogućim aktivnostima, manifestacijama u okruženju te sadržaj prikazivati ovisno o turističkim proizvodima i interesima uz integraciju ugostiteljske i smještajne ponude. Aplikacija mora biti

dostupna za sve mobilne platforme te se promovirati na web stranici i u tiskanim materijalima. Uz to, s obzirom da je fokus razvoja turističke ponude na prostoru Karlovačke županije temeljen na aktivnom odmoru, aplikacija mora imati integrirane karte koje su dostupne i za izvanmrežno korištenje.

Ključne komponente i aktivnosti

- Izraditi projektni zadatak i definirati osnovne specifikacije aplikacije;
- Kontaktirati agencije i tražiti ponude za izradu aplikacije;
- Odabrati najbolje rješenje i kreirati aplikaciju;
- Prikazati sadržaj prema interesima i proizvodima;
- Integrirati sljedeće funkcionalnosti:
 - Karte tematskih ruta prema temama;
 - Alate korisne za aktivni odmor (kompas, mjerač nagiba i visine, navigacija i dr.);
 - Pregled ugostiteljskih i smještajnih objekata;
 - Poveznice za objavljivanje sadržaja na društvenim mrežama;
 - Opće servisne informacije (bolnica, policija i sl.);
 - Informacije o servisima i specijaliziranim trgovinama (biciklistički, lov i ribolov, delicatnesne trgovine i sl.);
- Promovirati aplikaciju na web stranici i u tiskanim materijalima.

Procjena kontribucije strateškim ciljevima



Procjena ulaganja

Investicija u mobilnu turističku aplikaciju koja će biti usklađena s redizajniranom web stranicom iznosi između 50 i 100 tisuća kuna, a točan iznos će ovisiti o funkcionalnostima koje će mobilna aplikacija imati, multimedijalnom i tekstualnom sadržaju, poveznicama, dodatnim elementima (mape, kompas i sl.).

3.3.4. Kreiranje službene stranice Karlovačke županije na *TripAdvisor* platformi

Koncept

S ciljem kvalitetnijeg upravljanja sadržajem kojim se prezentira turistička ponuda Karlovačke županije na platformi *TripAdvisor*, predlaže se kreiranje službene stranice od strane Turističke zajednice Karlovačke županije. *TripAdvisor* je među najkorištenijim izvorima informacija o destinaciji koju zainteresirani posjetitelji žele posjetiti ili u kojoj se nalaze te je stoga iznimno važna kvaliteta prezentiranog sadržaja i način prezentacije.

Ključne komponente i aktivnosti

- Uspostaviti kontakt s platformom i istražiti sve opcije moguće suradnje;
- Odabrati odgovarajući model suradnje;

- Odabrati sadržaj za objavu – ugostiteljski i smještajni objekti, atrakcije, sadržaji aktivnog odmora;
- Aktivno ažurirati i upravljati sadržajem objavljenim na platformi;
- Pratiti rezultate i prilagođavati ponudu/prikaz aktivnosti.

Procjena kontribucije strateškim ciljevima



Procjena ulaganja

Kreiranje službene stranice Karlovačke županije na platformi *TripAdvisor* je besplatno te se sav sadržaj (restorani, hoteli, B&B, atrakcije, *Things to do* i dr.) može besplatno popisati na navedenoj platformi, osim sadržaja pod sekcijom *Holiday rentals*, odnosno privatnog smještaja za što se naplaćuje određeni postotak prilikom rezervacije.

3. PROMOCIJA

3.3.5. Društvene mreže

Koncept

Društvene mreže su kanal inspiriranja, informiranja i angažiranja korisnika u svim fazama životnog ciklusa, od faze inspiriranja i planiranja putovanja, do održavanja odnosa i stvaranja lojalnosti nakon puta. Društvene mreže omogućavaju brzu i personaliziranu komunikaciju te provođenje konkretnih marketinških kampanja. Stoga, predlaže se kontinuirana, inspirativna i usmjerena komunikacija putem ključnih kanala (*Facebook*, *Instagram*, *YouTube*) te poticanje angažmana gostiju i dijeljenje sadržaja.

Ključne komponente i aktivnosti

- Samostalno upravljati profilima na društvenim mrežama ili angažirati marketinšku agenciju;
- Ažurirati profile društvenim mreža sukladno novom krovnom brendu te prilagoditi sadržaj i promociju kroz zanimljive i atraktivne objave koje potiču interakciju te daljnje dijeljenje sadržaja – usmjerenje na fazu inspiriranja i promociju turističkih doživljaja na prostoru Županije;
- Uspostaviti *Instagram* profil atraktivnog marketinškog naziva, definirati ključne *hashtagove* koji će se konzistentno koristiti u komunikaciji te prezentirati ponudu kroz profesionalne, ali i fotografije napravljene od strane gostiju kako bi se stvorila interakcija s gostima. *Instagram* profil treba poslužiti kao kontinuirana inspiracija gostima kroz atraktivne slike i kratke video sadržaje;
- Koncipirati *YouTube* kanal kao servisno mjesto za prezentaciju promotivnih video materijala;
- Predložiti promotivne kampanje i nagradne igre za provođenje putem društvenih mreža;
- Definirati ciljeve kampanje i željene rezultate;
- Pratiti i mjeriti rezultate na društvenim mrežama.

Procjena kontribucije strateškim ciljevima



Procjena ulaganja

Angažman marketinške agencije koji uključuje sustavno i profesionalno upravljanje županijskim društvenim mrežama na godišnjoj razini iznosi između 30 i 50 tisuća kuna.

3.3.6. Viralna marketing kampanja

Koncept

Ideja je osmisliti i provesti kreativnu, jedinstvenu i zanimljivu marketinšku kampanju koja ima potencijal pobuditi interes javnosti. Cilj je kreirati kampanju koja će s jedne strane izazvati interes korisnika koji će se u nju uključiti i širiti riječ (usmeno ili *online*), a s druge strane medija koji će proširiti vijest o kampanji. Kampanju je moguće samostalno planirati, uz pomoć partnera iz industrije, povezati je uz neku manifestaciju ili angažirati marketinšku agenciju da pomogne u osmišljavanju i provedbi. Preporuka je da se u prvu viralnu kampanju krene u partnerstvu s iskusnom marketinškom agencijom s ciljem stvaranja čim kreativnijeg rješenja i maksimalnog učinka kampanje.

Kampanju je potrebno osmisliti na način da se vezuje uz specifičan atribut, iskustvo, atrakciju, običaj ili neku drugu specifičnost s prostora Županije te je provoditi korištenjem više kanala marketinške komunikacije.

Ključne komponente i aktivnosti

- Provesti istraživanje o aktivnostima drugih destinacija – analiza najboljih praksi i pronalazak primjera inspirativnih kampanja prikladnih za Karlovačku županiju;
- Angažman iskusne marketinške agencije za pripremu i provedbu viralne kampanje;
- Kontaktirati partnere iz industrije i ispitati spremnost za suradnju;
- Osmisliti, definirati i razviti koncept kampanje;
- Definirati ciljnu skupinu, vrijeme trajanja i budžet;
- Provesti kampanju;
- Osigurati snažan PR i produkciju kvalitetnih multimedijalnih materijala;
- Pratiti i mjeriti rezultate.

Procjena kontribucije strateškim ciljevima



Procjena ulaganja

Visina ulaganja u viralnu marketing kampanju ovisit će o angažmanu marketinške agencije, kanalima koji će se koristiti, količini sadržaja, učestalosti ponavljanja i sl. te će iznositi između 50 i 70 tisuća kuna.

3.3.7. Marketing kampanja za podizanje svijesti

Koncept

Marketing kampanja za podizanje svijesti ima za cilj na domaćem i međunarodnom tržištu pozitivno utjecati na pozicioniranje Karlovačke županije kao atraktivne turističke destinacije i upoznati potencijalne goste s turističkom ponudom kako bi ih se motiviralo na posjet. Kampanja se mora temeljiti na primanim turističkim proizvodima, a posebice na ponudi aktivnog odmora.

Ključne komponente i aktivnosti

- Kreirati branding *brief* kampanje za marketinške agencije;
- Definirati ciljne segmente, ciljeve kampanje, poruke i trajanje;
- Odabrati marketinšku agenciju;
- Provesti integriranu marketing kampanju na ciljanim tržištima;
- Pratiti i mjeriti rezultate.

Procjena kontribucije strateškim ciljevima



Procjena ulaganja

Investicija u marketing kampanju o podizanju svijesti iznositi će između 50 i 100 tisuća kuna, a točan iznos ovisit će o broju tržišta, duljini trajanja kampanje, učestalosti, sadržaju i sl.

3.4. MALO I SREDNJE PODUZETNIŠTVO

Mala i srednja poduzeća značajno doprinose razvoju turizma. Njihov je utjecaj posebno vidljiv u inoviranju turističkih doživljaja, pružanju komplementarnih usluga posjetiteljima destinacije te izgradnji imidža. S obzirom na njihovu važnost, ali i prepreke s kojima se susreću za daljnji rast i razvoj, na razini Karlovačke županije identificirane su nefinancijske i financijske inicijative i potpore koje je potrebno implementirati za jačanje i razvoj malog i srednjeg poduzetništva u turizmu i povezanim djelatnostima.

3.4.1. Nefinancijski programi potpore malim i srednjim poduzetnicima

Koncept

Za jačanje pozicije i konkurentnosti malih i srednjih poduzeća potrebno je ojačati svijest među poduzetnicima o važnosti stalnog unaprjeđenja i inoviranja vlastite ponude, modernizaciji proizvoda i usluga, prilagođavanja ponude tržišnoj potražnji, adekvatnog tržišnog pozicioniranja te suvremenog i inovativnog načina plasiranja vlastitih proizvoda na tržište. Stoga se, s ciljem edukacije poduzetnika o mogućnostima i načinima uključivanja u turizam, ali i podrške onima koji su već sada aktivni, predlaže održavanje različitih edukacija i radionica. Nefinancijski programi potpore malim i srednjim poduzetnicima imaju za cilj:

1. Razvoj znanja i kompetencija malih i srednjih poduzetnika;
2. Povezivanje i jačanje partnerskog odnosa između poduzetnika;
3. Poticanje poduzetnika na jače uključivanje u turistički sektor;
4. Jačanje tržišne pozicije malih i srednjih poduzetnika unutar turističkog lanca vrijednosti.

Ključne komponente i aktivnosti

Edukacija destinacijskih menadžment kompanija (DMC) za aktivni odmor

- Identificirati obrazovne potrebe;
- Identificirati destinacijske menadžment kompanije koje djeluju na području aktivnog odmora;
- Definirati teme i područja edukacije (trendovi u aktivnom odmoru, profili gostiju, potrebna turistička infrastruktura, inovativne sportske i rekreativne aktivnosti, razvoj proizvoda, digitalni marketing i promocija i dr.);
- Angažirati stručnog savjetnika i partnere u provedbi edukacija za aktivni odmor;
- Formirati specijalizirane programe za vodiče i voditelje pustolovnih aktivnosti;
- Organizirati besplatne tečajeve stranih jezika za vodiče;
- Predstaviti primjere dobrih DMC praksi;
- Poticati cjeloživotno obrazovanje
- Informirati destinacijske menadžment kompanije o mogućnostima povoljnog financiranja poslovanja i/ili razvoja ponude.

Edukacija proizvođača (suveniri, rukotvorine, prehrambeno-prerađivački proizvodi i sl.)

- Identificirati obrazovne potrebe;
- Identificirati trenutne i potencijalne proizvođače suvenira, gastronomskih proizvoda i sl. na području Županije;
- Provesti zajedničku radionicu istraživanja kulturne baštine Županije, gastronomske ponude i ostalih tema koje mogu biti temelj za osmišljavanje, proizvodnju i prodaju rukotvorina, suvenira i prehrambeno-prerađivačkih proizvoda;
- Ovisno o grupama i vrsti poduzetnika koncipirati zasebne edukacije i radionice;
- Informirati postojeće i nove proizvođače o mogućnostima financiranja proizvodnje, dostupnoj operativnoj podršci te načinima povezivanja ponude i potražnje;
- U edukacije i radionice uključiti učenike i studente obrtničkih i drugih škola povezanih uz kreativne industrije i poljoprivrednu proizvodnju koji će, nakon školovanja, potencijalno postati dionici u turističkom sektoru;
- Poticati cjeloživotno obrazovanje.

Poticanje razvoja enogastronomije na prostoru Karlovačke županije

- Educirati proizvođače o tome koje proizvode i kako proizvoditi u turističke svrhe;
- Podizati svijest o važnosti kvalitetne gastronomske ponude kao faktora koji diferencira turističku ponudu destinacije;
- Jačati svijest o važnosti tradicionalnih namirnica i lokalnih proizvoda;
- Povezivati proizvođače s ugostiteljima i pružateljima usluge smještaja;

- Organizirati besplatne tečajeve stranih jezika za pružatelje ugostiteljskih usluga;
- Poticati ugostitelje i hotelijere da nude tradicionalna jela i autohtone namirnice;
- Povećati broj dionika koji nude lokalne proizvode i namirnice.

Edukacija za privatne iznajmljivače

- Identificirati obrazovne potrebe;
- Identificirati postojeće i potencijalne privatne iznajmljivače;
- Angažirati stručne predavače;
- Objasniti zakonodavne norme i okvire za poslovanje privatnih iznajmljivača;
- Predstaviti moguće oblike smještajne ponude dodane vrijednosti;
- Objasniti klasifikaciju i kategorizaciju objekata;
- Prikazati trendove na tržištu potražnje;
- Predstaviti primjere dobrih praksi, načine diferenciranja vlastite ponude te dodavanja vrijednosti boravku gosta;
- Organizirati besplatne tečajeve stranih jezika;
- Organizirati turističke forume na kojima će sudjelovati ključni dionici turističke ponude i predstavnici primjera najbolje prakse unutar i izvan prostora Županije na temu podizanja kvalitete obiteljskog smještaja;
- Objasniti mogućnosti plasiranja ponude (udruživanje, udruženo oglašavanje, agencije i dr.);
- Informirati iznajmljivače o mogućim načinima financiranja i dr.

Edukacija/javno informiranje o mogućnostima financiranja

- Educirati i usmjeriti male i srednje poduzetnike na mogućnost iskorištavanja sredstava iz EU fondova s obzirom na dostupna sredstva za razvoj ruralnog turizma, kulturu te malog i srednjeg poduzetništva,;
- Definirati program edukacija o EU fondovima kojeg će provoditi specijalizirani EU savjetnici;
- Prezentirati najbolje prakse u usporedivim državama EU;
- Objasniti i opisati prijavni proces (javni pozivi i natječaji, uvjeti, potrebna dokumentacija i dr.);
- Pružiti administrativnu podršku (izrada projektne dokumentacije, pisanje prijave, poslovnog plana i sl.);
- Redovito informirati male i srednje poduzetnike o novim natječajima i javnim objavama za EU fondove;
- Informirati male i srednje poduzetnike o Programima financiranja Ministarstva turizma i potporama Hrvatske turističke zajednice, o tome kada se natječaji raspisuju i što se iz njih može financirati;
- Na web stranici Karlovačke županije ili Karlovačke razvojne agencije izdvojiti sekcije namijenjene financiranju u turizmu;
- Kontinuirano informirati dionike o aktualnostima na području financiranja putem newslettera, javnih informiranja i sl.

Procjena kontribucije strateškim ciljevima



Procjena ulaganja

Troškove održavanja edukacija potrebno je predvidjeti u sklopu redovitih budžeta Županije, Karlovačke razvojne agencije, Hrvatske gospodarske komore, Obrtničke komore i sl.

3.4.2. Financijski programi potpore malim i srednjim poduzetnicima

Koncept

Mala i srednja poduzeća potrebno je poticati i kroz uvođenje konkretnih financijskih potpora i olakšica kako bi se lakše započelo poslovanje, unaprijedila kvaliteta te potaknula integracija malih i srednjih poduzeća u turistički razvoj i ponudu na prostoru Karlovačke županije. Financijski programi potpore malim i srednjim poduzetnicima imaju za cilj:

1. Brži razvoj malih i srednjih poduzetnika;
2. Lakši pristup financijskim sredstvima;
3. Poticanje poduzetnika na jače uključivanje u turistički sektor;
4. Poticanje razvoja proizvoda.

Dodatno, osim financijskih potpora koje su dostupne na lokalnoj razini, potrebno je jači naglasak staviti na financijska sredstva koja su dostupna na nacionalnoj i međunarodnoj razini.

Ključne komponente i aktivnosti

- Subvencionirati kamate pri kreditiranju malih i srednjih poduzetnika;
- Raspisati javni natječaj kojim će se nagraditi najbolja poduzetnička ideja na području turizma;
- Revidirati sustav postojećih i uvesti nove financijske potpore malih i srednjih poduzeća (npr. potpore za razvoj primarnih turističkih proizvoda i iskustava definiranih Strategijom; potpore za inovacije i nove turističke proizvode, potpore za zajedničke aktivnosti malih i srednjih poduzeća itd.);
- Definirati kriterije za potpore i područja financiranja (npr. promotivne aktivnosti u vidu sudjelovanja na sajmovima, unaprjeđenje i povećanje standarda smještajne ponude, podizanje kvalitete cjelokupne turističke ponude, diverzifikacija poslovanja, promicanje projekata održivog razvoja, korištenje novih tehnologija i dr.);
- Objaviti natječaj za financijske potpore;
- Razmotriti visinu olakšica ovisno o iznosu ulaganja i broju novih radnih mjesta;
- Na lokalnoj razini, definirati olakšice kroz npr. kroz manje komunalne naknade, snižene prireze i sl.

Procjena kontribucije strateškim ciljevima



Procjena ulaganja

JLS i Županija određuju godišnje iznose potpora malim i srednjim poduzetnicima te raspon olakšica.

3.5. NADZOR PROVEDBE PROJEKTA I AKCIJSKI PLAN

3.5.1. Nadzor provedbe projekata

Kontinuiranim nadzorom provedbe Strategije razvoja turizma Karlovačke županije, temeljem definirane dinamike, omogućava se jasno praćenje brzine ostvarivanja ključnih inicijativa definiranih u Strategiji. Cilj je stoga osmisliti sustav kvantitativnih i kvalitativnih pokazatelja koji će služiti kao indikatori stupnja ostvarenja ključnih inicijativa turizma Karlovačke županije.

Tako definiran sustav treba biti:

- Objektivan,
- Mjerljiv,
- Razumljiv, i
- Jednostavan za praćenje.

Nadzorom provedbe projekta stvara se jasna uzročno posljedična veza i komunikacija između svih strana uključenih u provedbu.

Uzimajući postojeći zakonski okvir upravljanja turizmom, neovisno o više ili manje izvjesnim promjenama u regulatornom okviru, u nastavku se nalazi predloženi sustav nadzora provedbe ključnih odrednica Strategije:

- **Župan**

Predstavlja glavnu političku funkciju na razini Karlovačke županije, te je ujedno i predsjednik županijske turističke zajednice. Župan je u tom pogledu politički i profesionalno osoba koja ima najviši stupanj odgovornosti i mogućnosti nadzora - jer su politička i zakonska odgovornost u ovoj funkciji objedinjene u najvećoj mjeri (u odnosu na druge pozicije unutar upravljačke hijerarhije Županije te JLS).

Stoga se predlaže da Župan na polugodišnjoj razini (rujan/listopad i ožujak/travanj) saziva sjednice Odbor za provedbu Strategije turizma na kojem ga Odbor izvještava o provedbi ključnih odrednica Strategije.

- **Odbor za provedbu Strategije razvoja turizma**

Odbor za provedbu Strategije razvoja turizma je savjetodavno tijelo Župana i sastoji se od ključnih dionika koji sudjeluju u fazi izrade planskog dokumenta, predlažu aktivnosti u provedbi Strategije, te razmatraju aktivnosti u njegovoj provedbi koje predlaže TZKŽ. Odbor prati i prikuplja potrebne podatke o provedbi Strategije razvoja turizma radi pripreme izvještaja o njegovoj provedbi i napretku za župana.

Na Odbor se pozivaju relevantni vanjski sudionici (npr. županijske ceste, predstavnici JLS, predstavnici prirodnih i kulturnih atrakcija i sl.), koji tematski pridonose radu Odbora (putem prezentacije projekta u pripremi/realizaciji ili završenih projekta, ili na neki drugi način). Vanjski sudionici se pozivaju ili po principu odgovornosti ili po principu mogućnosti utjecanja na realizaciju određene aktivnosti za koju Odbor ocijeni da je posebno važna te da se o njoj treba tematski raspravljati. Vanjske sudionike na pojedinim sastancima predlaže neki od članova, a potvrđuje Odbor većinom glasova.

3.5.2. Akcijski plan

#	Inicijativa	Odgovornost	Okvirni budžet (u kn)	Dinamika provedbe							Kvantitativni i kvalitativni pokazatelji implementacije	
				2018.	2019.	2020.	2021.	2022.	2023.	2024.		2025.
TURISTIČKA INFRASTRUKTURA I INVESTICIJE												
I. INFRASTRUKTURA ZA AKTIVNI ODMOR												
Biciklističke i trekking staze		Karlovačka županija u suradnji s JLS, TZ KŽ										
	Nastavak uređenja postojećih biciklističkih staza			●	—	—	—	—	—	●	Broj i duljina (u km) uređenih postojećih biciklističkih staza	
	Označavanje predviđenih 700 km biciklističkih staza			●	—	—	—	—	—	●	Broj i duljina (u km) označenih biciklističkih staza	
	Izgradnja novih biciklističkih staza		650kn/m (širina oko 2m)	●	—	—	—	—	—	—	●	Broj i duljina (u km) novih biciklističkih staza
	Trasiranje i označavanje <i>trekking</i> staza na razini Županije			●	—	—	—	—	—	●	Broj i duljina (u km) trasiranih i označenih staza	
	Izgradnja servisnih stanica za bicikle					●	—	—	—	—	●	Broj izgrađenih servisnih stanica
	Uređenje odmorišnih točaka					●	—	—	—	—	●	Broj uređenih odmorišta
	Izrada interaktivnih <i>outdoor</i> karata	TZ KŽ			●	●						Da/ne
Planinarski domovi		Karlovačka županija u suradnji s JLS ili JPP										
	Identifikacija postojećih planinarskih domova na području Županije i prioritizacija objekata za obnovu	Karlovačka županija u suradnji s JLS		●	—	—	—	—	—	—	●	Da/Ne
	Obnavljanje i modernizacija postojećih planinarskih domova		2 - 4 milijuna kn po objektu			●	—	—	—	—	●	Broj obnovljenih planinarskih domova
Jahačke staze i konjički centri		Karlovačka županija u suradnji s JLS, JPP ili privatna inicijativa										
	Trasiranje i označavanje jahačkih staza	Karlovačka županija u suradnji s JLS	200-300kn/m ²	●	—	—	—	—	—	—	●	Broj i duljina (u km) trasiranih i označenih jahačkih staza
	Izgradnja konjičkih centara	JPP ili privatna inicijativa				●	—	—	—	—	●	Broj izgrađenih konjičkih centara

#	Inicijativa	Odgovornost	Okvirni budžet (u kn)	Dinamika provedbe							Kvantitativni i kvalitativni pokazatelji implementacije
				2018.	2019.	2020.	2021.	2022.	2023.	2024.	
TURISTIČKA INFRASTRUKTURA I INVESTICIJE											
	Centri za aktivnosti na vodi (na rijekama i jezerima)	Karlovačka županija u suradnji s JLS, JPP ili privatna inicijativa	/								
	Odabir lokacija	Karlovačka županija u suradnji s JLS			●—●						Da/Ne
	Izrada koncepta i studija izvodljivosti	Karlovačka županija u suradnji s JLS ili privatna inicijativa	200 tisuća kn po projektu		●—●						Usvojena studija
	Izgradnja i uređenje centara za aktivnosti na vodi	JPP ili privatna inicijativa				●—					Broj novih centara za aktivnosti na vodi
	Adrenalinski centri	Karlovačka županija u suradnji s JLS, JPP ili privatna inicijativa	/								
	Odabir lokacija	Karlovačka županija u suradnji s JLS				●—●					Da/Ne
	Izrada koncepta i studija izvodljivosti	Karlovačka županija u suradnji s JLS ili privatna inicijativa	250 tisuća kn po projektu			●—●					Usvojena studija
	Izgradnja i uređenje adrenalinskih centara na kopnu	JPP ili privatna inicijativa					●—				Broj novih adrenalinskih centara
	Sportski centar Bjelolasica	Karlovačka županija u suradnji s JLS, JPP ili privatna inicijativa									
	Angažman investicijskog savjetnika				●—●						Da/Ne
	Razrada poslovnog plana i utvrđivanje potencijala i vrijednosti transakcije		670 tisuća kn		●—●						Usvojen plan
	Plasman na investicijsko tržište i pronalazak investitora					●—					Pronađen investitor
	Realizacija projekta							●—			Da/Ne




#	Inicijativa	Odgovornost	Okvirni budžet (u kn)	Dinamika provedbe							Kvantitativni i kvalitativni pokazatelji implementacije
				2018.	2019.	2020.	2021.	2022.	2023.	2024.	
TURISTIČKA INFRASTRUKTURA I INVESTICIJE											
	Sustav regionalnih kupališta	Karlovačka županija u suradnji s JLS te JPP	/								
	Odabir prioriternih lokacija uređenja	Karlovačka županija u suradnji s JLS		●	●						Lista prioriternih postojećih lokacija
	Izrada koncepta i studija izvodljivosti	Karlovačka županija u suradnji s JLS, JPP ili privatna inicijativa	150 - 200 tisuća kn po projektu	●	●						Usvojena studija
	Uređenje postojećih kupališta na rijekama i jezerima		2.500kn/m ²		●	●	●	●	●	●	Broj uređenih kupališta
2.	SUSTAV VIDIKOVACA	Karlovačka županija u suradnji s JLS	3 - 10 milijuna kn po vidikovcu								
	Definicija područja izrazitih krajobraznih vrijednosti				●	●					Lista područja izrazitih krajobraznih vrijednosti
	Odabir lokacija za izgradnju vidikovaca				●	●					Lista lokacija
	Raspis studentskog natječaja i odabir idejnih rješenja					●	●				Odabrano rješenje
	Izgradnja/uređenje vidikovaca						●	●	●		Broj izgrađenih/uređenih vidikovaca
3.	SUSTAV INTERPRETACIJSKIH CENTARA I MUZEJA	Karlovačka županija u suradnji s JLS, JPP ili privatna inicijativa	8 - 25 milijuna kn po interpretacijskom centru								
	Odabir lokacija i tema za interpretaciju	Karlovačka županija u suradnji s JLS		●	●	●					Lista odabranih lokacija i atrakcija
	Izrada koncepta i studije izvodljivosti	Karlovačka županija u suradnji s JLS		●	●	●					Usvojena studija
	Realizacija projekta				●	●	●	●	●	●	Broj izgrađenih interpretacijskih centara/muzeja










#	Inicijativa	Odgovornost	Okvirni budžet (u kn)	Dinamika provedbe								Kvantitativni i kvalitativni pokazatelji implementacije
				2018.	2019.	2020.	2021.	2022.	2023.	2024.	2025.	
TURISTIČKA INFRASTRUKTURA I INVESTICIJE												
4.	REVITALIZACIJA I UREĐENJE DVORACA I UTVRDA	Karlovačka županija u suradnji s JLS, JPP ili privatna inicijativa	55 – 75 milijuna kn po dvorcu									
	Konzervacija objekata sukladno konzervatorskim standardima	Karlovačka županija u suradnji s JLS			●	●	●	●				Broj konerzviranih objekata
	Izrada koncepta turističke valorizacije i studije izvodljivosti	Karlovačka županija u suradnji s JLS					●	●				Usvojena studija
	Prijava projekata na EU i nacionalne fondove	Karlovačka županija u suradnji s JLS						●	●	●	●	1. Broj prijavljenih projekata, 2. Udio financiranih projekata u ukupno prijavljenim
	Turistička valorizacija objekata	Javna, JPP ili privatna inicijativa							●	●	●	Broj revitaliziranih objekata
5.	SUSTAV PANORAMSKIH BALONA	JPP ili privatni investitor	7,5 - 11 milijuna kn po balonu									
	Odabir lokacija postavljanja panoramskih balona	Karlovačka županija				●	●					Lista lokacija
	Izrada projektnog plana	Karlovačka županija				●	●					Usvojen plan
	Realizacija	Karlovačka županija, JPP ili privatni investitor					●	●	●	●		Broj postavljenih balona
6.	TEMATSKI TURISTIČKI PARKOVI	Karlovačka županija u suradnji s JLS, TZ JLS	50 - 180 milijuna kn									
	Odabir lokacija i tema parkova				●	●						Lista lokacija i tema
	Izrada koncepta i studije izvodljivosti					●	●					Usvojena studija
	Realizacija projekta						●	●	●	●		Broj izgrađenih/uređenih tematskih parkova

#	Inicijativa	Odgovornost	Okvirni budžet (u kn)	Dinamika provedbe							Kvantitativni i kvalitativni pokazatelji implementacije	
				2018.	2019.	2020.	2021.	2022.	2023.	2024.		2025.
PROGRAMI KONKURENTNOSTI												
1. ATRAKTIVNOSTI JAVNIH PROSTORA I URBANOG NASLJEĀA												
	Osnivanje odgovornog koordinacijskog tijela na županijskoj razini i izrada liste prioriternih zahvata	Karlovačka županija, JLS	/		●	●						Osnovano tijelo i kreirana lista zahvata
	Sankcioniranje vlasnika privatnih objekata koji se ne pridržavaju postojećih komunalnih propisa	JLS	/			●	●	●	●	●	●	Da/Ne
	Prijava projekata na EU i nacionalne fondove	JLS	/			●	●	●	●			1. Broj financiranih projekata; 2. Udio financiranih projekata u odnosu na broj prijavljenih
	Realizacija	JLS	/			●	●	●	●	●	●	Broj realiziranih projekata
2. PODIZANJE SVIJESTI STANOVNIŠTVA O TURIZMU												
	Organizacija edukativnih programa	Karlovačka županija i JLS	/		●	●	●	●	●	●	●	Broj organiziranih edukativnih programa
	Organizacija ekoloških akcija	TZ JLS	/		●	●	●	●	●	●	●	Broj organiziranih ekoloških akcija
	Organizacija turističkog foruma	Karlovačka županija	/			●	●					Da/ne
3. RAZVOJ ŹUPANIJSKE TURISTIĀKE KARTICE												
	Priprema projekta	Karlovačka županija u suradnji s TZ KŹ	/		●	●						Da/Ne
	Uvođenje turistiĀke kartice	Karlovačka županija u suradnji s TZ KŹ	/			●	●					Da/Ne
4. USPOSTAVA PRIORITETNIH PROIZVODNIH KLUBOVA												
	Uspostava proizvodnog kluba aktivnog odmora	Karlovačka županija	/		●	●						Da/Ne
	Uspostava proizvodnog kluba PlitviĀka jezera	Karlovačka županija	/		●	●						Da/Ne
	Uspostava ostalih proizvodnih klubova	Karlovačka županija	/			●	●	●	●			Da/Ne

#	Inicijativa	Odgovornost	Okrvni budžet (u kn)	Dinamika provedbe								Kvantitativni i kvalitativni pokazatelji implementacije
				2018.	2019.	2020.	2021.	2022.	2023.	2024.	2025.	
PROGRAMI KONKURENTNOSTI												
5.	UVRŠTAVANJE PONUDE AKTIVNOG ODMORA NA MEĐUNARODNE OUTDOOR PLATFORME	TZ KŽ	110 - 350 tisuća kn ovisno o modelu suradnje									
	Identificirati međunarodne platforme za aktivni odmor i uspostava suradnje			●	●							Da/Ne
	Odabir sadržaja za objavu			●	●							1. Broj km biciklističkih staza, 2. Broj km trekking staza, 3. Broj km jahačkih staza, 4. Broj ugostiteljskih objekata, 5. Broj atrakcija, 6. Broj smještajnih objekata
	Aktivno ažuriranje i upravljanje sadržajem na platformi				●	●	●	●	●	●	●	Uključivanje novih biciklističkih, trekking i jahačkih staza te novih planinarskih domova na platformu
6.	ISTRAŽIVANJE POTENCIJALA GEOTERMALNIH IZVORA	Karlovačka županija	30 milijuna kn									
	Izrada studije valorizacije geotermalnih izvora	Karlovačka županija		●	●	●						Usvojena studija
	Turistička prioritizacija zona	Karlovačka županija			●	●						Lista prioritea
	Definiranje investicijskih mogućnosti	Karlovačka županija			●	●						Investment teaser
	Pronalazak investitora	Karlovačka županija				●	●	●	●	●		Broj realiziranih projekata
7.	OSMIŠLJAVANJE TEMATSKIH RUTA	TZ KŽ u suradnji s TZ JLS	150 – 250 tisuća kn po ruti									
	Identifikacija atraktivnih tema			●	●							Broj identificiranih tema
	Trasiranje rute i uspostavljanje poslovne suradnje s pružateljima potpornih usluga			●	●	●	●	●	●	●	●	1. Broj osmišljenih ruta, 2. Broj pružatelja usluga
	Označavanje ruta				●	●	●	●	●	●	●	1. Broj označenih ruta, 2. Broj certificiranih ruta
8.	REVITALIZACIJA I OČUVANJE SPECIFIČNE ARHITEKTURE	Karlovačka županija u suradnji s JLS	100 - 200 tisuća kn za po JLS									
	Detaljna revizija konzervatorskih podloga			●	●							Da/Ne
	Priprema kataloga specifične arhitekture za korištenje u projektnim zadacima			●	●							Broj realiziranih projekata

#	Inicijativa	Odgovornost	Okvirni budžet (u kn)	Dinamika provedbe							Kvantitativni i kvalitativni pokazatelji implementacije
				2018.	2019.	2020.	2021.	2022.	2023.	2024.	
PROGRAMI KONKURENTNOSTI											
9.	REVIZIJA POSTOJEĆIH TURISTIČKIH ZONA	Karlovačka županija	800 tisuća kn								
	Detaljna revizija turističkih zona										Da/Ne
	Identifikacija postojećih turističkih zona s najvećim potencijalom realizacije										Da/Ne
	Izmjena prostornog plana										Da/Ne
	Izrada kataloga turističkih zona										Da/Ne
10.	SUSTAV SMEĐE SIGNALIZACIJE	Karlovačka županija u suradnji s JLS, TZ KŽ, TZ JLS	1 - 3 tisuće kn po tabeli								
	Definiranje ključnih turističkih atrakcija i točki interesa										Lista ključnih turističkih atrakcija i točki interesa
	Postavljanje signalizacije										Da/ne
11.	TURISTIČKA VALORIZACIJA SPELEOLOŠKIH OBJEKATA	Karlovačka županija ili privatna inicijativa	3 - 5 milijuna kn								
	Identifikacija speleoloških objekata koji imaju potencijal turističke valorizacije	Karlovačka županija									Broj identificiranih speleoloških objekata
	Izrada koncepta i plana upravljanja speleološkim objektima	Karlovačka županija									Usvojen koncept i plan upravljanja
	Uređenje odabranih speleoloških objekata	Karlovačka županija ili privatna inicijativa									Broj uređenih spilja/jama
12.	PROFESIONALNI RAZVOJ LOVNOG I RIBOLOVNOG TURIZMA	Karlovačka županija u suradnji s JLS, TZ KŽ, TZ JLS ili privatna inicijativa									
	Definiranje liste postojećih objekata lovnog i ribolovnog turizma te utvrđivanje prioriteta uređenja ili izgradnje										Lista objekata
	Identifikacija lokacija i mogućih nekonzumirajućih aktivnosti										Lista aktivnosti i lokacija
	Uređenje/izgradnja potrebne infrastrukture		2 - 4 milijuna kn								Broj izgrađenih/obnovljenih objekata

#	Inicijativa	Odgovornost	Okvirni budžet (u kn)	Dinamika provedbe							Kvantitativni i kvalitativni pokazatelji implementacije
				2018.	2019.	2020.	2021.	2022.	2023.	2024.	
PROGRAMI KONKURENTNOSTI											
I3. BAZA TURISTIČKIH ATRAKCIJA		Karlovačka županija	Unutar redovnog budžeta TZ KŽ								
	Identificirati odgovorno tijelo za identifikaciju, prikupljanje te kreiranje baze podataka										Da/Ne
	Prikupljanje podataka i multimedijalnih sadržaja te, kroz intervjue, nematerijalne imovine										Lista postojećih i potencijalnih turističkih atrakcija Karlovačke županije
	Izrada multimedijalne baze podataka turističkih atrakcija i nematerijalne imovine										Da/Ne

#	Inicijativa	Odgovornost	Okvirni budžet (u kn)	Dinamika provedbe							Kvantitativni i kvalitativni pokazatelji implementacije
				2018.	2019.	2020.	2021.	2022.	2023.	2024.	
MARKETING											
1.	KREIRANJE KROVNOG BRENDA I PODBRENDOVA NIŽE RAZINE	TZ KŽ u suradnji s Karlovačkom županijom	400 - 600 tisuća kn								
	Definiranje branding strategije i izrada branding briefa										Da/Ne
	Izrada krovnog brenda										Da/Ne
	Razvoj brendova niže razine										Broj razvijenih podbrendova
2.	REDEFINIRANJE I PREIMENOVANJE WEB STRANICE RIVER ADVENTURE	TZ KŽ	70 - 100 tisuća kn								
	Redizajn stranice										I. Redizajnirana web stranica, 2. Broj individualnih posjeta redizajniranoj web stranici 3. Pozicioniranje web stranice na pretraživačima, 4. Vrijeme zadržavanja na stanici, 5. Broj pregledanih stranica
3.	MOBILNA TURISTIČKA APLIKACIJA	TZ KŽ u suradnji s Karlovačkom županijom	50 - 100 tisuća kn								
	Izrada mobilne aplikacije										I. Izrađena mobilna aplikacija, 2. Broj preuzimanja, 3. Ocjena mobilne aplikacije
4.	KREIRANJE SLUŽBENE STRANICE KARLOVAČKE ŽUPANIJE NA TRIPADVISOR PLATFORMI	TZ KŽ	Besplatno								
	Priprema sadržaja za objavu i objava										Da/Ne
	Praćenje rezultata na platformi i upravljanje sadržajem										I. Ukupna ocjena na TripAdvisoru, 2. Broj komentara, 3. Broj pregleda
5.	DRUŠTVENE MREŽE	TZ KŽ	30 - 50 tisuća kn								
	Uspostava poslovne suradnje s marketing agencijom										Da/Ne
	Profesionalno upravljanje društvenim mrežama										I. Broj like-ova, komentara, objava, followera, tweet-ova, 2. Broj podijeljenih objava, 3. Potrošeni iznos na oglase

#	Inicijativa	Odgovornost	Okvirni budžet (u kn)	Dinamika provedbe							Kvantitativni i kvalitativni pokazatelji implementacije
				2018.	2019.	2020.	2021.	2022.	2023.	2024.	
MARKETING											
6.	VIRALNA MARKETING KAMPANJA	TZ KŽ	50 - 70 tisuća kn								
	Uspostava poslovne suradnje s marketing agencijom										Da/Ne
	Provođenje kampanje										I. Broj reakcija korisnika, 2. Broj medijskih objava, 3. broj posjeta web stranici, 4. Broj novih pratitelja na društvenim medijima
7. MARKETING KAMPANJA ZA PODIZANJE SVIJESTI											
	Uspostava poslovne suradnje s marketing agencijom	TZ KŽ	50 - 100 tisuća kn								Da/Ne
	Provođenje kampanje										I. Broj reakcija korisnika, 2. Broj medijskih objava, 3. broj posjeta web stranici, 4. Broj novih pratitelja na društvenim medijima

#	Inicijativa	Odgovornost	Okvirni budžet (u kn)	Dinamika provedbe							Kvantitativni i kvalitativni pokazatelji implementacije	
				2018.	2019.	2020.	2021.	2022.	2023.	2024.		2025.
MALO I SREDNJE PODUZETNIŠTVO												
1.	NEFINANCIJSKI PROGRAMI POTPORE MALIM I SREDNJIM PODUZETNICIMA	Karlovačka županija u suradnji s TZ KŽ, TZ JLS	/									
	Edukacija destinacijskih menadžment kompanija (DMC) za aktivni odmor				●	●	●	●	●	●	●	I. Broj održanih edukacija, 2. Broj polaznika edukacija, 3. Stupanj zadovoljstva educiranih polaznika, 4. broj novih DMC
	Edukacija proizvođača (suveniri, rukotvorine, prehrambeno-prerađivački proizvodi i sl.)				●	●	●	●	●	●	●	I. Broj održanih edukacija, 2. Broj polaznika edukacija, 3. Stupanj zadovoljstva educiranih polaznika, 4. Broj novih suvenira
	Poticanje razvoja enogastronomije u Karlovačkoj županiji				●	●	●	●	●	●	●	I. Broj održanih edukacija, 2. Broj održanih tečajeva stranih jezika, 3. Broj dionika koji nude lokalne proizvode i namirnice
	Edukacija za privatne iznajmljivače	TZ JLS			●	●	●	●	●	●	●	I. Broj održanih edukacija, 2. Broj polaznika edukacija, 3. Stupanj zadovoljstva educiranih polaznika
	Edukacija/javno informiranje o mogućnostima financiranja				●	●	●	●	●	●	●	I. Broj održanih edukacija, 2. Broj polaznika edukacija, 3. Stupanj zadovoljstva educiranih polaznika, 4. Povučena financijska sredstva
2.	FINANCIJSKI PROGRAMI POTPORE MALIM I SREDNJIM PODUZETNICIMA	Karlovačka županija u suradnji s JLS	/									
	Uvođenje sustava financijskih potpora malim i srednjim poduzećima				●	●						Broj i vrste financijskih potpora malim i srednjim poduzećima
	Objava natječaja za financijske potpore					●	●	●	●	●	●	Da/Ne
	Pružanje financijskih potpora					●	●	●	●	●	●	Visina odobrenih financijskih potpora
	Uvođenje olakšica za mala i srednja poduzeća na razini Županije i JLS-e				●	●						Visina odobrenih olakšica za mala i srednja poduzeća

3.5.3. Ključni miljkazi

Turistička infrastruktura

1. Otvorena 2 centra za aktivnosti na vodi do 2025. godine
2. 5 uređenih kupališta do 2024. godine
3. Izgrađena i uređena 2 vidikovca do 2023. godine
4. Izgrađen i otvoren 1 interpretacijski centar do 2025. godine
5. Izgrađen i otvoren 1 panoramski balon do 2023. godine

Konkurentnost

6. Lansiranje županijske turističke kartice do 2020. godine
7. Uspostavljeni proizvodni klubovi do 2019. godine
8. Uvrštena ponuda aktivnog odmora na jednoj međunarodnoj platformi u 2019. godini
9. Osmišljena, otvorena i promovirana prva tematska ruta do 2020., pa do 2025. svake godine još jedna
10. Pripremljen, tiskan i promoviran katalog specifične arhitekture za korištenje u projektnim zadacima do kraja 2019. godine.
11. Stvorena multimedijalna baza podataka turističkih atrakcija i nematerijalne imovine u 2019. godini

Marketing

12. Kreiran i lansiran novi krovni brend do 2020. godine
13. Lansirana nova turistička web stranica do 2021. godine
14. Lansirana turistička mobilna aplikacija do 2021. godine

ODRICANJE OD ODGOVORNOSTI

Projekt je izrađen na temelju ugovora sklopljenog 01. ožujka 2018. godine s Klijentom.

S obzirom da su u budućnosti izvjesne promjene tržišnih uvjeta, podrazumijeva se da nakon predaje završnog izvještaja nemamo obavezu revidirati ovaj izvještaj ili analize sadržane u njemu.

Naš se izvještaj temelji na pretpostavkama i procjenama koje su predmet buduće neizvjesnosti i varijacija koje mogu nastati u okruženju. Naše su pretpostavke u ovome izvještaju oblikovane na pretpostavkama o budućem ponašanju potrošača i razumijevanju trenda ukupnih ekonomskih kretanja, koji su povezani s određenom razinom neizvjesnosti. Napominje se da je učinkovitost suradnje relevantnih dionika u fazi pripreme te daljnjeg procesa planiranja i implementacije ključan čimbenik uspjeha projekta.

Prema informacijama dobivenim od Klijenta, dostavljene su nam sve ključne informacije relevantne za Projekt te u tom smislu ne postoje skriveni uvjeti i informacije koji bi mogle utjecati na predmetni Projekt u budućnosti, kao i na točnost naših projekcija i zaključaka sadržanih u ovom izvještaju. Provedeni postupci ne moraju nužno otkriti sve značajne činjenice o predmetu Projekta, kao i moguće greške ili manipulacije u informacijama. Horwath HTL odgovoran je samo na temelju raspoloživih informacija o Projektu dobivenih od Klijenta i drugih javno dostupnih informacija tijekom izrade ovog izvještaja, a ne može se smatrati odgovornim za naknadna saznanja bilo koje vrste.

Svi poslovi Horwath HTL-a u skladu su sa smjernicama dobivenim od Klijenta i ovaj izvještaj napravljen je isključivo za potrebe i korist Klijenta. Izvještaj je namijenjen internoj Klijentovoj upotrebi. Svaka upotreba ovog izvještaja mora uključivati njegov ukupni sadržaj u tekstualnom obliku kakav je dostavljen Klijentu. Niti jedan dio ili izvadak izvještaja ne smije se citirati ili se pozivati na njega u bilo kojoj vrsti izjava, brošura, ugovora o kreditu ili drugim vrstama dokumenata, osim ako Horwath HTL za to ne izda dopuštenje u pisanom obliku. Reproduciranje, javno objavljivanje ili umnožavanje ovog izvještaja nije dopušteno bez prethodnog pisanog odobrenja Horwath HTL-a.

Savjeti navedeni u ovome izvještaju ograničeni su na ovdje navedene specifične nalaze i temelje se na sveukupnosti i točnosti navedenih uključenih činjenica, pretpostavki i/ili predstavljanja, odnosno očitovanja.

U slučaju da neovlaštena osoba dobije pristup i pročita ovaj izvještaj, čitanjem ujedno prihvaća i slaže se sa sljedećim uvjetima:

Horwath HTL, njegovi partneri, zaposlenici i zastupnici ne duguju niti preuzimaju bilo kakvu pažnju ili odgovornost, bilo na temelju ugovora ili izvan ugovorne odgovornosti (uključujući bez ograničenja nepažnju i povredu zakonskih dužnosti) te neće biti odgovorni za eventualan gubitak, štetu ili trošak bilo kakve prirode koji bi proizašao primjenom ovoga izvještaja u bilo koje svrhe, ili koji na bilo koji drugi način proizlazi iz čitateljeva pristupa ovom izvještaju. Nadalje, čitatelj pristaje na to da se neće pozivati na izvještaj, navoditi ga u cijelosti ili djelomično u bilo kojem prospektu, registraciji, okružnici, javnom arhivu, kreditu, nekom drugom ugovoru ili dokumentu te da neće distribuirati izvještaj bez prethodnog pisanog pristanka Horwath HTL-a.

Klijent: Karlovačka županija

Projekt: *Analiza stanja i strategija razvoja turizma Karlovačke županije do 2025. godine (Situacijska i tržišna analiza mogućnosti razvoja turizma u Karlovačkoj županiji)*

© AUTORSKA PRAVA

HORWATH HTL (Horwath i Horwath Consulting Zagreb d.o.o.), 2018.

Publikacija je u vlasništvu Naručitelja. Niti jedan dio ovog izvještaja ne smije se reproducirati, pohraniti, prepisati, prenijeti u bilo kojem obliku ili na bilo koji način – elektronski, mehanički, fotokopiranjem, snimanjem ili na drugi način bez jasne naznake autora dokumenta ili bez izdanog ovlaštenja za ograničeno kopiranje. Ova se publikacija ne može posuditi, preprodati, iznajmiti ili drugačije sa njom raspolagati u smislu trgovine istom, u bilo kojem uvezu ili s bilo kojom naslovnom stranom koji ne odgovaraju onima koje je izdao Naručitelj.