



Interreg 
SLOVENIJA – HRVAŠKA
SLOVENIJA – HRVATSKA
Evropska unija | Evropski sklad za regionalni razvoj
Evropska unija | Evropski fond za regionalni razvoj

Smjernice razvoja održivog turizma na temu pomorske baštine za cijelo prekogranično područje – Mala Barka 2

**Ohranitev pomorske dediščine Severnega Jadrana /
*Očuvanje pomorske baštine Sjevernog Jadrana***

Evidencijski broj nabave: 08/02-17/04



Izrada: Zajednica ponuditelja: WYG savjetovanje d.o.o., Institut za razvoj i međunarodne odnose, Hotelsko i destinacijsko savjetovanje d.o.o.

Zagreb, siječanj 2018.

Popis tablica i prikaza

Tablica 1: Pregled osnovnih indikatora za održivi turizam prema identificiranim temama, UNWTO

Tablica 2: Glavni indikatori održivog razvoja turizma Europskog sustava pokazatelja za upravljanje održivošću destinacija

Tablica 3: Javne politike i primjeri indikatora za praćenje utjecaja turizma na okoliš, Europska agencija za okoliš

Tablica 4: Pregled zajedničkih indikatora za praćenje stanja održivog turizma na području destinacije Mala Barka

Tablica 5: Pregled dodatnih indikatora za praćenje stanja održivog turizma prema 7 destinacija i prema odabranim atrakcijama na području destinacije Mala Barka

Tablica 6: Pregled razvojnih načela i/ili strateških ciljeva (kulturno)turističkog razvoja u Hrvatskoj i Sloveniji

Prikaz 1: Tipologija kulturnih turista

Sadržaj

1.	Definiranje smjernica i indikatori održivog razvoja turizma	5
1.1.	Definiranje pojma održivog razvoja i održivog turizma	5
1.2.	Smjernice za održivi razvoj turizma prema različitim izvorima	7
1.2.1.	<i>Svjetska turistička organizacija (UNWTO) i Program Ujedinjenih naroda za okoliš (UNEP)</i>	7
1.2.2.	<i>Europska udruga povijesnih gradova i regija</i>	8
1.3.	Indikatori stanja održivog razvoja turizma prema UNWTO / dokumentima EU	9
1.3.1.	<i>Svjetska turistička organizacija (UNWTO)</i>	9
1.3.2.	<i>Europski sustav pokazatelja za turizam</i>	10
1.3.3.	<i>Europska agencija za okoliš</i>	12
1.4.	Identifikacija relevantnih smjernica i indikatora za održivi razvoj za predmetni projekt	13
2.	Primjeri uzorne prakse razvoja turističkih proizvoda na kulturnoj baštini	18
2.1.	Primjer 1: Albaola – the Sea Factory of Basques, San Sebastian, Španjolska	18
2.2.	Primjer 2: Festa della Marineria, La Spezia, Italija	19
2.3.	Primjer 3: Devonport Naval Heritage Center, Plymouth, UK	20
2.4.	Zaključak analize primjera uzorne prakse	21
2.5.	Primjer 4: Izdvojeni primjer Južne Sardinije kao regije održivog turizma	22
3.	Definicija pojmova proizvoda kulturnog turizma i pomorske baštine.....	24
3.1.	Turistički proizvod kulture i podtipovi turističkih proizvoda vezani uz kulturu.....	24
3.2.	Pomorska baština, definicija, tipovi/kategorije s pregledom osnovnih karakteristika	26
4.	Relevantna pomorska baština na području 7 destinacija i okvir za daljnji razvoj	27
4.1.	Popis elemenata pomorske baštine prema destinacijama.....	27
4.1.1.	<i>Krk</i>	27
4.1.2.	<i>Rijeka</i>	27
4.1.3.	<i>Izola</i>	27
4.1.4.	<i>Piran</i>	28
4.1.5.	<i>Rovinj</i>	28
4.1.6.	<i>Mali Lošinj - Nerezine</i>	28
4.1.7.	<i>Mošćenička Draga</i>	29
4.2.	Razvojna načela koja slijede iz planova višeg reda, razvoja turizma i turističkih proizvoda na terenu (prije svega u segmentu kulture)	30

1. Definiranje smjernica i indikatori održivog razvoja turizma

1.1. Definiranje pojma održivog razvoja i održivog turizma

Prema najpoznatijoj i najčešće korištenoj definiciji, održivi razvoj je onaj razvoj kojim se zadovoljavaju potrebe današnjih naraštaja, a da se pritom ne ugrožava mogućnost budućih naraštaja u zadovoljavanju njihovih potreba (Izvešće „Naša zajednička budućnost“ UN-ove Komisije za okoliš i razvoj iz 1987. godine).

Sve definicije održivog razvoja uključuju tri komponente: ekonomiju, okoliš i društvo. Principi održivog razvoja definirani su kroz nekoliko deklaracija¹, a obuhvaćaju sljedeće:

- Uravnotežen i pravičan gospodarski razvoj koji se može održati u dužem vremenskom razdoblju;
- Smanjenje siromaštva, kroz osnaživanje siromašnih i osiguranje njihovog boljeg pristupa neophodnim uslugama i sredstvima;
- Sudjelovanje svih zainteresiranih strana u procese odlučivanja (nacionalne i lokalne vlasti, organizacije civilnog društva, poslovni sektor, profesionalne organizacije, sindikati), uz promoviranje dijaloga i postizanje povjerenja kako bi se razvio društveni kapital;
- Pažljivo upravljanje i očuvanje (u najvećoj mogućoj mjeri) neobnovljivih resursa;
- Racionalnu/održivu upotrebu energije i prirodnih izvora (vode, zemljišta, šuma, itd.);
- Smanjivanje otpada, učinkovito sprečavanje i kontrolu zagađenja te smanjivanje na najveću moguću mjeru ekoloških rizika;
- Unaprjeđenje sustava obrazovanja i zdravstva i poboljšanja u pogledu ravnopravnosti spolova;
- Zaštitu kulturnih identiteta, tradicije i nasljeđa.

Održivi turizam slijedi slična načela. Agenda 21 za turizam definira održivi turizam kao onaj koji zadovoljava potrebe današnjih turista i područja koja ih ugošćuju i istovremeno čuva i uvećava mogućnosti za budućnost. Ekonomske, društvene i estetske potrebe mogu biti zadovoljene uz održavanje kulturnog integriteta, suštinskih ekoloških procesa, biološke raznolikosti i sustava koji podržavaju opstanak. Prema konceptualnoj definiciji održivog turizma UNWTO-a iz 2004. godine, održivi turizam je onaj koji u potpunosti vodi računa o ekonomskim, društvenim i učincima na okoliš te ispunjava potrebe posjetitelja, industrije, okoliša i lokalne zajednice.

Sukladno gornjoj definiciji održivi turizam mora:

- Optimalno koristiti okolišne resurse koji čine ključni element turističkog razvoja, održavati esencijalne ekološke procese i pomoći u očuvanju prirodnog naslijeđa i bioraznolikosti;
- Poštovati sociokulturnu autentičnost lokalnih zajednica, održavati njihovo izgrađeno i živuće kulturno naslijeđe, tradicionalne vrijednosti i doprinositi međukulturnom razumijevanju i toleranciji;
- Osigurati ekonomski i poslovno dugoročno održive operacije koje pružaju socioekonomske koristi svim dionicima koji su pravedno raspodijeljeni, uključujući stabilne prilike za zapošljavanje i zaradu, socijalne usluge lokalnim zajednicama te doprinositi smanjivanju siromaštva.

¹ Deklaracija iz Rija, Agenda 21, Deklaracija i Plan provedbe iz Johannesburga, Milenijska deklaracija UN-a.

Održivi turizam zahtijeva informirano sudjelovanje svih relevantnih dionika, ali i snažno političko vodstvo kako bi se osiguralo široko sudjelovanje i konsenzus. Dostizanje održivosti turizma je kontinuirani proces koji traži stalno praćenje učinaka te, po potrebi, uvođenje potrebnih preventivnih i/ili korektivnih mjera.

Opća skupština Ujedinjenih naroda proglasila je 2017. godinu Međunarodnom godinom održivog turizma za razvoj, prepoznajući time i naglašavajući važnost međunarodnog turizma za veću osviještenost o bogatom naslijeđu različitih civilizacija te bolje razumijevanje raznovrsnih kultura i njihovih vrijednosti.

U planiranju održivog turističkog razvoja područja s velikim kulturnim potencijalima, važno mjesto zauzimaju dobra na Popisu svjetske baštine kojeg vodi Organizacija ujedinjenih naroda za obrazovanje, znanost i kulturu (UNESCO). UNESCO je 1972. usvojio Konvenciju za zaštitu svjetske kulturne i prirodne baštine. U Republici Hrvatskoj čak je 8 kulturnih dobara na Popisu svjetske baštine, dok su za Republiku Sloveniju trenutno na popisu 2 kulturna dobra. Pravilno upravljanje i korištenje kulturnih resursa stoga je jedan od najvažnijih aspekata pri planiranju razvitka na takvim područjima.

Kategoriju nematerijalne baštine UNESCO uvodi 2003. godine kada je usvojena Konvencija o zaštiti nematerijalne baštine. Nematerijalna baština po svojoj definiciji predstavlja običaje, vjerovanja, znanja, vještine, pojave duhovnog stvaralaštva koje se prenose predajom, a društva, grupe ili pojedinci prepoznaju ih kao svoju baštinu. Manifestira se osobito kroz: jezik, dijalekte, govore i toponimiju te usmenu predaju ili izričaje; folklorno stvaralaštvo u području glazbe, plesa, predaje, igara, obreda, običaja, mitologije; tradicijska umijeća i obrte; znanje i vještine vezane uz prirodu i svemir; kulturološke prostore gdje se tradicionalne pučke vrijednosti sreću u povećanoj mjeri te mjesta gdje su se pričale priče, održavali sajmovi, svetkovine ili godišnje procesije. Hrvatska ima 13 dobara upisanih na UNESCO-ovu Reprezentativnu listu nematerijalne baštine čovječanstva, 1 nematerijalno dobro na UNESCO-ovu Listu ugrožene nematerijalne kulturne baštine kojoj je potrebna hitna zaštita te jedno nematerijalno dobro (Ekomuzej "Batana" u Rovinju) upisano u UNESCO Registar najboljih praksi očuvanja nematerijalne kulturne baštine svijeta. Slovenija ima 1 kulturno dobro upisano na Reprezentativnu listu nematerijalne baštine čovječanstva.

1.2. Smjernice za održivi razvoj turizma prema različitim izvorima

Turizam je u 2016. godini s ukupnim ekonomskim učincima činio nešto više od 9% ukupnog globalnog gospodarstva u 2016. godini (Izvori: UNWTO, statista.com), pri čemu turizam u nizu, osobito manjih i otočnih država, čini dominantan gospodarski sektor. Kako turizam uz sebe direktno veže niz djelatnosti kao što su prijevoz, smještaj, proizvodnja hrane, zabavna i tematska mjesta, izrada rukotvorina, a indirektno i čitav niz drugih industrija, ima veliku ulogu u stvaranju radnih mjesta te tako osim pozitivnih ekonomskih stvara i pozitivne društvene učinke.

Istovremeno, turizam ima ili može imati određene negativne učinke kao što su povećanje emisije CO₂, rast cijena nekretnina za domicilno stanovništvo na turistički atraktivnim područjima, rast troškova vezanih uz zbrinjavanje otpada i zagađenje, te mnoge druge. Zbog navedenog, a imajući u vidu značaj turizma, sve je veći naglasak na održivosti turizma za koju je ključno pažljivo planiranje turističke aktivnosti i kvalitetno upravljanje njome. Preduvjet za to je i postojanje jasnih politika i smjernica u području održivog turizma.

1.2.1. Svjetska turistička organizacija (UNWTO) i Program Ujedinjenih naroda za okoliš (UNEP)

U dokumentu "Održivi turizam za razvoj" Svjetska turistička organizacija (UNWTO) i Program Ujedinjenih naroda za okoliš (UNEP) definirali su sljedeće ciljeve održivog razvoja:

1. **Ekonomska održivost:** Osigurati održivost i konkurentnost turističkih destinacija i poduzeća kako bi bila u stanju kontinuirano napredovati i dugoročno imati pozitivne učinke.
2. **Boljitak lokalne zajednice:** Maksimizirati doprinose turizma gospodarskom napretku destinacije, uključujući zadržavanje udjela potrošnje posjetitelja u lokalnoj zajednici.
3. **Kvaliteta radnih mjesta:** Povećati broj i kvalitetu radnih mjesta lokalno stvorenih radi turizma i koje turizam održava, uključujući razinu plaće, uvjete rada i dostupnost svima bez diskriminacije na temelju spola, rase, invaliditeta ili bilo koje druge osnove.
4. **Društvena jednakost:** Težiti uspostavljanju široke raspodjele gospodarskih i društvenih koristi ostvarenih turizmom u čitavoj destinaciji, uključujući povećanje prilika, prihoda i usluga dostupnih siromašnima.
5. **Zadovoljstvo posjetitelja:** Osigurati sigurno, zadovoljavajuće i ispunjavajuće iskustvo posjetiteljima, dostupno svima bez diskriminacije na osnovi spola, rase, invaliditeta ili bilo koje druge.
6. **Lokalno upravljanje:** Uključiti lokalne zajednice i osnažiti ih za procese planiranja i donošenja odluka o upravljanju i budućem razvoju turizma na njihovom području u suradnji s ostalim dionicima.
7. **Blagostanje zajednice:** Održati i poboljšati kvalitetu života u lokalnim zajednicama, uključujući društvene strukture i pristup resursima, pogodnosti i sustave za održavanje života, a izbjegavajući bilo koji oblik društvene degradacije ili iskorištavanja.
8. **Kulturno bogatstvo:** Poštivati i poboljšati povijesno naslijeđe, autentičnu kulturu, tradicije i osebnosti destinacija.
9. **Fizički integritet:** Održavati i poboljšati kakvoću krajobraza, kako urbanog tako i ruralnog, i izbjegavati fizičku i vizualnu degradaciju okoliša.
10. **Biološka raznolikost:** Podržati očuvanje prirodnih područja, staništa te biljnog i životinjskog svijeta i svesti njihovo oštećivanje na najmanju razinu.
11. **Učinkovito korištenje resursa:** Svesti na najmanju razinu korištenje oskudnih i neobnovljivih izvora u razvoju i radu turističkih objekata i usluga.
12. **Čistoća okoliša:** Svesti na najmanju razinu zagađenje zraka, vode i zemlje te stvaranje otpada koje uzrokuju turistička poduzeća i posjetitelji.

1.2.2. Europska udruga povijesnih gradova i regija

Europska udruga povijesnih gradova i regija osnovana s ciljem promicanja interesa gradova s bogatim kulturno-povijesnim nasljeđem donijela je preporuke² za održiv kulturni turizam:

1. Prioritet treba dati razvoju vrsta kulturnog turizma koja reducira emisiju stakleničkih plinova, konzervira rijetke i dragocjene resurse, prije svega energiju i vodu, te izbjegava proizvodnju otpada;
2. Lokalne zajednice trebaju dodati unutarnju vrijednost (eng. intrinsic value) kulturi i naslijeđu povijesnih gradova iznad njihove vrijednosti u smislu turističkih resursa;
3. Kulturni turizam treba održavati autentičnost i različitost te poštovati dignitet, prava i vjerovanja lokalnih kultura;
4. Turizam je ekonomski važna aktivnost i kulturni turizam treba doprinositi ukupnom programu održivog razvoja;
5. Kulturni turizam treba doprinositi održanju resursa kulture i naslijeđa;
6. Vlasništvo i upravljanje kulturnog turizma u ingerenciji je lokalne zajednice, a principi i ambicije kulturnog turizma trebaju biti komunicirani posjetiteljima.
7. Kulturni turizam treba nastojati pružati koristi koje su jednako raspodijeljene unutar lokalne zajednice;
8. Svi lokalni dionici, uključujući općinske/gradske vlasti, lokalnu zajednicu i poduzeća moraju biti uključeni u razvoj kulturnog turizma;
9. Kulturni turizam mora odgovarati potrebama posjetitelja i nastojati pružiti visoku kvalitetu iskustva posjetitelja;
10. Utjecaj turizma treba se odražavati u cijenama prema korisnicima, proizvođačima i pružateljima usluga koje moraju biti povezane s realnim troškovima za društvo i okoliš;
11. Kulturni turizam će biti izgrađen na sve održivijim tipovima prijevoza do i unutar destinacija/točaka interesa;
12. Kulturni turizam mora kontinuirano evoluirati, a razvoj i upravljanje kulturnim turizmom moraju odgovarati na sve intenzivnije promjene suvremenog društva (i povezane promjene u načelima održivosti razvoja kulturnog turizma i turizma općenito).

Preporuke naglašavaju dinamičnost odnosa koje je potrebno razmotriti pri planiranju održivog (kulturnog) turizma u pojedinom odredištu poput:

- kontekstualnih faktora (ključne turističke atrakcije, sadašnje stanje u turizmu, lokalni pokretači turizma, vanjski trendovi u turizmu i sl.),
- turističkog pozicioniranja,
- ciljeva i javnih politika,
- procesa (dionici, donošenje odluka, lokalno uključivanje),
- provedbe (odredište, poduzeća i proizvodi u turizmu) i
- vrednovanja (odgovor na promjene, praćenje, najbolje prakse).

Vodeći se modelom Europske udruge povijesnih gradova i regija, u Hrvatskoj je u 2016. godini osnovana Hrvatska udruga povijesnih gradova (HUPG). Ciljevi udruge sukladno Statutu su uspostava nacionalne suradnje na području zaštite spomenika, gradova, kulturnog naslijeđa, narodnih običaja i folklor, promidžba hrvatskog kulturno-povijesnog naslijeđa, razmjena iskustva o svim aspektima zaštite i očuvanja kulturno-povijesnog naslijeđa, promicanje zakone koji bi zaštitili kulturno-povijesno naslijeđe te podizanje javne svijesti o važnosti i vrijednosti hrvatskog kulturno-povijesnog naslijeđa. Od destinacija uključenih u projekt Mala Barka 2, gradovi Rovinj i Mali Lošinj su članovi HUPG-a.

² Preporuke su objavljene u dokumentu Guidelines for Sustainable Cultural Tourism in Historic Towns and Cities, 2009

1.3. Indikatori stanja održivog razvoja turizma prema UNWTO / dokumentima EU

Kako bi se mjerile promjene važne za razvoj turizma i upravljanje turizmom u određenoj destinaciji, potrebno je redovito provoditi određena mjerenja, odnosno, pratiti aspekte koji su identificirani kao važni za turistički razvoj te destinacije.

Potreba za odgovarajućim podacima i informacijama koje će omogućiti donošenje odluka o održivom razvoju, odnosno, za uspostavljanje indikatora održivog razvoja definirana je Agendom 21 i Agendom 21 za područje putovanja i turizma.

Države članice Ujedinjenih Naroda 2015. godine usvojile su Program održivog razvoja do 2030. godine, koji se nastavlja na Milenijsku deklaraciju UN-a. Program sadrži 17 ciljeva i 169 pod-ciljeva održivog razvoja, a za praćenje postizanja ciljeva definirano je 100 indikatora održivog razvoja koji se mogu primijeniti i za sektor turizma. Za područje Europske unije, statističko izvješćavanje o napretku prema postizanju ciljeva provodi EUROSTAT.

U nastavku slijedi detaljniji osvrt na indikatore održivosti turizma prema Svjetskoj turističkoj organizaciji, Europskoj komisiji i Europskoj agenciji za okoliš.

1.3.1. Svjetska turistička organizacija (UNWTO)

Svjetska turistička organizacija (UNWTO) objavila je 2004. godine metodologiju za razvoj sustava pokazatelja koji prate održivost turizma³. Metodologija kreće od postupka razvoja indikatora u kontekstu planiranja turističkog razvoja pojašnjavajući ključne korake u tom procesu. Indikatori su predloženi prema najčešćim područjima u razvojnom planiranju turizma te obuhvaćaju okolišno, socio-ekonomsko i upravljačko područje. Unutar navedenih područja definirane su ključne teme za praćenje održivog turizma s odgovarajućim osnovnim i dodatnim indikatorima za svaku temu. Prijedlog dodatnih indikatora grupiran je oko pedesetak tema vezanih uz održivi turizam.

Osnovni indikatori podijeljeni prema temama prikazani su u nastavku.

Tablica 1: Pregled osnovnih indikatora za održivi turizam prema identificiranim temama, UNWTO

Tema	Indikator
zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom	<ul style="list-style-type: none"> Razina zadovoljstva lokalnog stanovništva turizmom (temeljem upitnika)
učinak turizma na lokalne zajednice	<ul style="list-style-type: none"> Omjer broja turista i lokalnih stanovnika (prosječno i u vrhu sezone po danu) % lokalnih stanovnika koji vjeruju da je turizam pomogao u stvaranju novih usluga i infrastrukture (temeljem upitnika) Broj i kapacitet društvenih usluga dostupnih lokalnoj zajednici (% koji se može odnositi na turizam)
zadovoljstvo turista	<ul style="list-style-type: none"> Razina zadovoljstva turista (temeljem upitnika) Percepcija vrijednosti za novac (temeljem upitnika) Postotak turista koji se vraćaju u destinaciju

³ Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations. A Guidebook. World Tourism Organisation, 2004.

sezonalnost turizma	<ul style="list-style-type: none"> • Turistički dolasci mjesečno ili tromjesečno (podjela kroz čitavu godinu) • Stopa popunjenosti registriranih smještajnih objekata prema mjesecu (vrh sezone u odnosu na razdoblja izvan sezone) i % ukupne popunjenosti (u tromjesečju najveće popunjenosti ili mjesecu) • Postotak poduzeća koja posluju čitave godine • Broj i % stalnih ili cjelosezonskih radnih mjesta (u usporedbi s privremenim ili povremenim zapošljavanjem)
ekonomska korist od turizma	<ul style="list-style-type: none"> • Broj lokalnih stanovnika (i omjer muškaraca i žena) zaposlenih u turizmu (također i omjer zaposlenih u turizmu u odnosu na ukupan broj zaposlenih) • Prihodi ostvareni od turizma kao % ukupnih prihoda ostvarenih u lokalnoj zajednici
gospodarenje energijom	<ul style="list-style-type: none"> • Potrošnja svih oblika energije po stanovniku (ukupno i u turističkom sektoru – po stanovniku i danu) • % poduzeća koja sudjeluju u programima uštede energije ili primjenjuju politike i tehnike uštede energije
dostupnost i ušteda vode	<ul style="list-style-type: none"> • Potrošnja vode (ukupna utrošena količina i litre po turistu i danu) • Ušteda vode (% smanjenja, ponovne upotrebe ili recikliranja)
kvaliteta pitke vode	<ul style="list-style-type: none"> • Postotak turističkih objekata čija voda za piće odgovara međunarodnim normama pitke vode • Učestalost zaraza uzrokovanih neodgovarajućom vodom: broj/postotak turista koji su prijavili zarazu za vrijeme boravka
pročišćavanje otpadnih voda (gospodarenje otpadnim vodama)	<ul style="list-style-type: none"> • Postotak otpadnih voda koje se pročišćavaju (na primarnoj, sekundarnoj i tercijarnoj razini) • Postotak turističkih objekata (ili smještaja) koji imaju uređaje za pročišćavanje otpadnih voda
gospodarenje krutim otpadom	<ul style="list-style-type: none"> • količina proizvedenog otpada u zajednici (u tonama) (mjesečno) • količina recikliranog otpada (m³) / ukupna količina otpada (m³) (prema tipu otpada) • broj kontejnera za smeće na javnim površinama
kontrola razvoja	<ul style="list-style-type: none"> • postojanje planiranja korištenja zemljišta i razvojnog planiranja, uključujući turizam • % površine koja se kontrolira (gustoća, prostorni razmještaj, itd.)
kontrola intenziteta korištenja	<ul style="list-style-type: none"> • ukupan broj turističkih dolazaka (prosjeak, mjesečno, u vrhu sezone) • broj turista po m² lokaliteta (npr. plaža, atrakcija) te po km² destinacije (prosječni broj, prosjeak u vrhu sezone)

Namjera identifikacije osnovnih i dodatnih pokazatelja koje predlaže UNWTO je poslužiti kao „menu“ s kojeg svi uključeni u razvoj turizma mogu birati indikatore po mjeri određenog odredišta.

1.3.2. Europski sustav pokazatelja za turizam

Europska komisija (EK) pokrenula je 2013. godine Europski sustav pokazatelja za turizam (European Tourism Indicators System, ETIS⁴). Cilj inicijative je doprinijeti unapređenju održivog upravljanja odredištima na način da se dionicima u turizmu osigura jednostavan i koristan komplet alata za mjerenje i praćenje održivosti turizma. Osim pojašnjenja koraka za postupno uvođenje sustava pokazatelja u turističkom odredištu, predložen je set od 27 glavnih i 40 izbornih pokazatelja koje dionici u turizmu mogu kombinirati s postojećim indikatorima ili koristiti samostalno⁵.

Pristup definiranju indikatora metodološki je vrlo sličan kao i u primjeru UNWTO-a: indikatori su podijeljeni na osnovne i dodatne te grupirani prema područjima. U sljedećoj tablici prikazan je popis glavnih indikatora za praćenje prema područjima i kriterijima.

⁴ http://knjiznica.sabor.hr/pdf/E_publicacije/Europski_sustav_pokazatelja_za_turizam.pdf

⁵ Grad Mali Lošinj sudjelovao je u pilot provedbi Europskog sustava pokazatelja za turizam. Nagrađen je za širinu i dubinu prikupljenih spoznaja o praksama održivog turizma na otoku.

Tablica 2: Glavni indikatori održivog razvoja turizma Europskog sustava pokazatelja za upravljanje održivošću destinacija

Područje	Kriterij	Indikator
Upravljanje odredištem	Javna politika o održivom turizmu	<ul style="list-style-type: none"> Postotak odredišta sa strategijom o održivom turizmu/akcijskim planom, s dogovorenim mjerama za praćenje, razvoj i ocjenjivanje
	Održivo upravljanje turizmom u turističkim poduzećima	<ul style="list-style-type: none"> Postotak turističkih poduzeća/objekata u odredištu koji koriste dobrovoljne certifikate/oznake za ekološke mjere/mjere kvalitete/mjere održivosti i/ili mjere korporativne društvene odgovornosti
	Zadovoljstvo korisnika	<ul style="list-style-type: none"> Postotak posjetitelja zadovoljnih svojim općim iskustvom u odredištu
	Informiranje i Komunikacija	<ul style="list-style-type: none"> Postotak posjetitelja koji su naveli da su svjesni napora odredišta usmjerenih na održivost odredišta
Gospodarska vrijednost	Turistički tokovi (količina i vrijednost) na odredištu	<ul style="list-style-type: none"> Broj turističkih noćenja po mjesecu Dnevna potrošnja po turistu (smještaj, hrana i piće, druge usluge)
	Poslovni rezultati turističkih poduzeća	<ul style="list-style-type: none"> Prosječna duljina boravka turista Stopa popunjenosti u komercijalnim smještajnim kapacitetima po mjesecu i prosjek za godinu
	Količina i kvaliteta zaposlenosti	<ul style="list-style-type: none"> Neposredna zaposlenost u turizmu kao postotak ukupne zaposlenosti
	Sigurnost i zdravlje	<ul style="list-style-type: none"> Postotak turističkih poduzeća u kojima je provedena protupožarna inspekcija u prošloj godini
	Turistički opskrbeni lanac	<ul style="list-style-type: none"> Postotak turističkih poduzeća koja aktivno poduzimaju korake za korištenje lokalnih, održivih proizvoda i usluga koji su rezultat poštene trgovine
Društveni i kulturni utjecaj	Utjecaj na zajednicu/ Društvo	<ul style="list-style-type: none"> Broj turista/posjetitelja na 100 stanovnika
	Ravnopravnost Spolova	<ul style="list-style-type: none"> Postotak muškaraca i žena zaposlenih u turističkom sektor
	Ravnopravnost/ Pristupačnost	<ul style="list-style-type: none"> Postotak komercijalnih smještajnih kapaciteta sa sobama pristupačnim osobama s invaliditetom i/ili koji sudjeluju u priznatim shemama pristupačnosti Postotak atraktivnih mjesta za posjetitelje pristupačnih osobama s invaliditetom i/ili koja sudjeluju u priznatim shemama pristupačnosti
	Zaštita i jačanje kulturnog nasljeđa, lokalnog identiteta i imovine	<ul style="list-style-type: none"> Postotak odredišta obuhvaćen politikom ili planom kojim se štiti kulturno nasljeđe
Utjecaj na okoliš	Smanjenje učinka prometa	<ul style="list-style-type: none"> Postotak turista i jednodnevnih posjetitelja koji koriste različita prometna sredstva za dolazak na odredište (javna/privatna i vrsta) Prosječna dužina putovanja (km) po turistima prema i od kuće ili prosječna dužina putovanja

		(km) od prethodnog odredišta do trenutnog odredišta
	Klimatske promjene	<ul style="list-style-type: none"> • Postotak turističkih poduzeća uključenih u programe za ublažavanje klimatskih promjena kao što su: smanjenje emisija CO₂, niskoenergetski sustavi, itd., reakcije i djelovanja "prilagodbe"
	Gospodarenje krutim otpadom	<ul style="list-style-type: none"> • Količina otpada koju proizvodi odredište (tone po stanovniku po godini ili po mjesecu) • Količina recikliranog otpada (postotak ili po stanovniku po godini)
	Obrada otpadnih voda	<ul style="list-style-type: none"> • Postotak otpadnih voda iz odredišta koje se obrađuju barem do sekundarne razine prije ispuštanja
	Gospodarenje vodnim resursima	<ul style="list-style-type: none"> • Potrošnja pitke vode po turističkom noćenju u usporedbi s potrošnjom vode općeg stanovništva po osobi po noći
	Potrošnja energije	<ul style="list-style-type: none"> • Potrošnja energije po turističkom noćenju u usporedbi s potrošnjom energije stanovnika po osobi po noći
	Zaštita okoliša i bioraznolikosti	<ul style="list-style-type: none"> • Postotak zaštićenih područja odredišta (u km)
	Upravljanje svjetlošću i bukom	<ul style="list-style-type: none"> • Na odredištu postoje politike kojima se zahtijeva od turističkih poduzeća da svjetlosno onečišćenje i onečišćenje bukom svedu na minimum
	Kvaliteta vode za kupanje	<ul style="list-style-type: none"> • Razina onečišćenja po 100 ml (fekalni koliformi, kampilobakter)

1.3.3. Europska agencija za okoliš

Europska agencija za okoliš razvila je indikatore za praćenje održivog turizma prvenstveno radi mjerenja utjecaja turizma na okoliš. Set od 30 indikatora grupiran je oko sljedećih pitanja vezanih uz javne politike:

Tablica 3: Javne politike i primjeri indikatora za praćenje utjecaja turizma na okoliš, Europska agencija za okoliš

Javne politike	Primjer indikator
Koji su okolišni učinci turizma?	- doprinos turizma emisiji stakleničkih plinova i potrošnja energije u prometu
Napredujemo li u usklađivanju turističke potražnje s potrebom očuvanja resursa?	- oblici prometa koje koriste turisti (domaći i strani)
Koje su osobitosti turističke potražnje i što je pokreće?	- turistički dolasci u Europu (rezidenti i nerezidenti)
Postaju li okolišna pitanja sve važnija u upravljanju tržištem u turizmu?	- prihodi od poreza u turizmu i rashodi vezani uz okoliš

Koliko su učinkoviti alati za upravljanje okolišem i praćenje stanja okoliša s obzirom na integriraniju strategiju turizma?

- korištenje eko-oznaka za turističke sadržaje

1.4. Identifikacija relevantnih smjernica i indikatora za održivi razvoj za predmetni projekt

Prijedlog smjernica za razvoj proizvoda Mala Barka na cijelom projektnom području pripremljen je imajući u vidu najbolje europske prakse i preporuke vezane uz održivi razvoj i održivi turizam. Za svih 7 destinacija uključenih u projekt Mala Barka 2 predlažu se sljedeće smjernice:

- Cjelogodišnja ponuda proizvoda (ne nužno u punom obimu);
- Integracija lokalnih i autentičnih proizvoda u isporuku proizvoda i aktivnosti Male Barke;
- Utemeljenost na tradiciji, ali proširenje i razvoj identiteta kroz razvoj proizvoda;
- Integracija u ostalu turističku ponudu i procese (prije svega marketing/komercijalizacija);
- Snažan interni marketing u cilju što jačeg uključenja lokalnog stanovništva i poduzetnika;
- Razvoj proizvoda u suradnji s lokalnom poduzetničkom strukturom/industrijom;
- Upotreba prirodnih i lokalno dostupnih materijala u gradnji i opremanju;
- Primjena suvremenih saznanja/metoda

Postavljanje seta indikatora omogućuje kvantitativna i kvalitativna mjerenja. Kvantitativna mjerenja podrazumijevaju dostupnost usporedivih podataka za određeni vremenski period (npr. broj turista u destinaciji prema godini ili postotno povećanje/smanjenje broja noćenja), dok kvalitativna mjerenja obuhvaćaju primjerice normativne indikatore (npr. postojanje strategije/plana razvoja turizma) ili različite indikatore temeljene na procjeni/mišljenju (npr. mjerenje zadovoljstva turista sadržajima destinacije).

Indikatori trebaju biti u skladu sa SMART principom gdje god je to moguće:

- indikatori trebaju biti **specifični** za određenu destinaciju, odnosno, definirani na način da daju informacije o specifičnim rizicima i izazovima s kojima se destinacija suočava
- indikatori trebaju biti **mjerljivi**, odnosno, treba biti moguće izmjeriti vrijednost parametara sadašnjeg stanja i očekivanu vrijednost budućeg stanja
- indikatori trebaju biti **ostvarivi**, odnosno, realni i dostižni
- indikatori trebaju biti **relevantni** za donošenje odluka o postupanju u slučaju kada se uoče nepoželjne odnosno neodržive situacije u destinaciji
- indikatori trebaju biti **vremenski definirani**, odnosno, jasno navesti u kojem vremenu će se određena promjena dogoditi.

Za mjerenje održivosti turizma na projektnom području Mala Barka uspostavljena su tri seta indikatora koji odgovaraju trima komponentama održivog razvoja: ekonomskoj, društvenoj i okolišnoj. S obzirom na važnost upravljačkih kapaciteta za praćenje održivosti turizma, dodan je i set indikatora vezanih uz upravljanje, što je u skladu s praksom UNWTO-a i EK-a.

U nastavku slijedi pregled indikatora za područje Mala Barka prema navedenim kategorijama, pri čemu su ekonomski i društveni indikatori prikazani zajedno u kategoriji socioekonomskih indikatora.

Tablica 4: Pregled zajedničkih indikatora za praćenje stanja održivog turizma na području destinacije Mala Barka

<p>SOCIO-EKONOMSKI indikator</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Stavovi lokalne populacije o proizvodu (anketa); • Dostupnost obrazovnih programa na području održivog razvoja i/ili održivog turizma na projektnom području • Broj poduzeća osnovanih dominantno kao posljedica razvoja proizvoda Mala Barka • Broj novozaposlenih (prema satima rada) koje je inicirao razvoj proizvoda Mala Barka • Ukupna dodana vrijednost projekta (troškovi rada + dobit) svih poslovnih subjekata uključenih u isporuku proizvoda (% promjene u odnosu na prošlo poslovno razdoblje) • Prosječna potrošnja korisnika proizvoda unutar proizvoda tijekom boravka u destinaciji – usporedba s ostalim posjetiteljima destinacije
<p>OKOLIŠNI indikator</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Stanje objekta/atrakcije prije/poslije turističke eksploatacije unutar proizvoda Mala Barka • Utjecaj razvoja atrakcija na okolni prostor u smislu razvoja (kvalitativna ocjena stanja prostora po razvoju atrakcije)
<p>Indikator UPRAVLJANJA</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Postojanje strategija / planova održivog razvoja turizma • Broj educiranih menadžera za održivo upravljanje destinacijom • Broj turističkih vodiča educiranih o proizvodu Mala Barka • Broj projekata vezanih uz očuvanje pomorske baštine koji se provode na projektnom području Mala Barka • Broj i godine članstva u udrugama koje se bave zaštitom baštine • Povećanje/smanjenje broja događanja vezanih uz pomorsku baštinu • Zadovoljstvo posjetitelja (anketa – online); • % turista koji dolaze radi proizvoda Mala Barka (anketa-online) • % turista koji se vraćaju u destinaciju • Informiranost lokalne populacije o samom proizvodu <ul style="list-style-type: none"> - Broj kanala informiranja lokalne populacije - % lokalnog stanovništva koji pristupaju informacijama - % ljudi koji razumiju ponudu/proizvod i njegove koristi • Dostup <ul style="list-style-type: none"> - Postojanje politike „disabled persons friendly“ u procesu razvoja i pružanja proizvoda - % atrakcija dostupnih slabo pokretnim građanima

Indikatori navedeni u gornjoj tablici mogu se koristiti kako za čitavo područje proizvoda „Mala Barka“, tako i zasebno za svaku od 7 uključenih destinacija.

S obzirom na specifičnosti atrakcijske osnove pojedinog područja, tablica u nastavku donosi pregled dodatnih indikatora zasebno za svaku destinaciju za atrakcije koje čine okosnicu razvoja turističkih proizvoda.

Tablica 5: Pregled dodatnih indikatora za praćenje stanja održivog turizma prema 7 destinacija i prema odabranim atrakcijama koje čine okosnicu proizvoda

Destinacija	Okosnica proizvoda	Indikatori
KRK	Plovila (pasara, guc)	<ul style="list-style-type: none"> • broj posjetitelja (godišnje, mjeseci/dani najveće posjećenosti)
	Interpretacijski centar pomorske baštine i Radionica i muzej broskog inventara – brodomaketarstvo Ž. Skomersića	<ul style="list-style-type: none"> • broj posjetitelja (godišnje, mjeseci/dani najveće posjećenosti) • broj vođenih posjeta • broj vodiča licenciranih za vođenje po lokaciji • broj edukacijskih aktivnosti vezanih uz pomorsku baštinu i broj posjetitelja koji sudjeluju u njima
	Krčka jedra	<ul style="list-style-type: none"> • broj posjetitelja • broj edukacijskih aktivnosti vezanih uz pomorsku baštinu i broj posjetitelja koji sudjeluju u njima
RIJEKA	Plovila (Motorni brod „Galeb“, Parni brod „Uragan“)	<ul style="list-style-type: none"> • broj posjetitelja (godišnje, mjeseci/dani najveće posjećenosti)
	Lansirna stanica Torpeda	<ul style="list-style-type: none"> • broj posjetitelja (godišnje, mjeseci/dani najveće posjećenosti) • broj vođenih posjeta • broj vodiča licenciranih za vođenje po lokaciji
	Pomorski i povijesni muzej Hrvatskog primorja Rijeka	<ul style="list-style-type: none"> • broj posjetitelja (godišnje, mjeseci/dani najveće posjećenosti) • broj vođenih posjeta • broj vodiča licenciranih za vođenje po lokaciji • broj edukacijskih aktivnosti vezanih uz pomorsku baštinu i broj posjetitelja koji sudjeluju u njima
	Kvarnerski festival mora i pomorske tradicije Fiumare	<ul style="list-style-type: none"> • broj posjetitelja • broj edukacijskih aktivnosti vezanih uz pomorsku baštinu i broj posjetitelja koji sudjeluju u njima

IZOLA	Brod „Biser“	<ul style="list-style-type: none"> • broj posjetitelja plovila (godišnje, mjeseci/dani najveće posjećenosti)
	Muzej Hiša morja	<ul style="list-style-type: none"> • broj posjetitelja (godišnje, mjeseci/dani najveće posjećenosti) • broj vođenih posjeta • broj vodiča licenciranih za vođenje po lokaciji • broj edukacijskih aktivnosti vezanih uz pomorsku baštinu i broj posjetitelja koji sudjeluju u njima
	Galerija Rex	<ul style="list-style-type: none"> • broj posjetitelja (godišnje, mjeseci/dani najveće posjećenosti)
	Regata tradicijskih barki na jedra	<ul style="list-style-type: none"> • broj posjetitelja • broj edukacijskih aktivnosti vezanih uz pomorsku baštinu i broj posjetitelja koji sudjeluju u njima
PIRAN	Plovila (Kuter M6 (Galeb), Bragoc)	<ul style="list-style-type: none"> • broj posjetitelja (godišnje, mjeseci/dani najveće posjećenosti)
	Solane u Sečovlju	<ul style="list-style-type: none"> • broj posjetitelja (godišnje, mjeseci/dani najveće posjećenosti) • broj vodiča licenciranih za vođenje po lokaciji • broj i % posjetitelja u vođenom posjetu • postojanje kodeksa ponašanja na lokaciji
	Pomorski muzej Sergej Mašera	<ul style="list-style-type: none"> • broj posjetitelja (godišnje, mjeseci/dani najveće posjećenosti)
	Muzej podvodnih djelatnosti	<ul style="list-style-type: none"> • broj vođenih posjeta • broj vodiča licenciranih za vođenje po lokaciji • broj edukacijskih aktivnosti vezanih uz pomorsku baštinu i broj posjetitelja koji sudjeluju u njima
	Regata tradicijskih barki na jedra	<ul style="list-style-type: none"> • broj posjetitelja • broj edukacijskih aktivnosti vezanih uz pomorsku baštinu i broj posjetitelja koji sudjeluju u njima
ROVINJ	Batana	<ul style="list-style-type: none"> • broj posjetitelja (godišnje, mjeseci/dani najveće posjećenosti)
	Povorka batana	
	Eko muzej – Kuća o batani	<ul style="list-style-type: none"> • broj posjetitelja (godišnje, mjeseci/dani najveće posjećenosti) • broj vođenih posjeta

		<ul style="list-style-type: none"> • broj vodiča licenciranih za vođenje po lokaciji • broj edukacijskih aktivnosti vezanih uz pomorsku baštinu i broj posjetitelja koji sudjeluju u njima
	Svjetionik Sv. Ivan na pučini	<ul style="list-style-type: none"> • broj posjetitelja (godišnje, mjeseci/dani najveće posjećenosti) • broj turističkih noćenja (godišnje, mjeseci/dani najveće posjećenosti)
	Rovinjska regata tradicijskih barki	<ul style="list-style-type: none"> • broj posjetitelja • broj edukacijskih aktivnosti vezanih uz pomorsku baštinu i broj posjetitelja koji sudjeluju u njima
MALI LOŠINJ - NEREZINE	Interpretacijski centar - Loger Nerezinac	<ul style="list-style-type: none"> • broj posjetitelja (godišnje, mjeseci/dani najveće posjećenosti) • broj vođenih posjeta • broj vodiča licenciranih za vođenje po lokaciji • broj edukacijskih aktivnosti vezanih uz pomorsku baštinu i broj posjetitelja koji sudjeluju u njima
	Muzej Apoksiomena	
	Kula Veli Lošinj – Lošinjski muzej	
	Plovila (guc, lošinjska regatna pasara)	<ul style="list-style-type: none"> • broj posjetitelja (godišnje, mjeseci/dani najveće posjećenosti)
	Lošinjskim jedrima oko svijeta	<ul style="list-style-type: none"> • broj posjetitelja • broj edukacijskih aktivnosti vezanih uz pomorsku baštinu i broj posjetitelja koji sudjeluju u njima
	Nerezinska regata tradicijskih barki na jedra	
MOŠĆENIČKA DRAGA	Interpretacijski centar Kuća od mora	<ul style="list-style-type: none"> • broj posjetitelja centra (godišnje, mjeseci/dani najveće posjećenosti) • broj vođenih posjeta • broj vodiča licenciranih za vođenje po lokaciji • broj edukacijskih aktivnosti vezanih uz pomorsku baštinu i broj posjetitelja koji sudjeluju u njima
	Plovila (kvarnerski gucevi i „tratarica“)	<ul style="list-style-type: none"> • broj posjetitelja (godišnje, mjeseci/dani najveće posjećenosti)
	Smotra i regata tradicijskih barki na jedra – Mala Barka	<ul style="list-style-type: none"> • broj posjetitelja • broj edukacijskih aktivnosti vezanih uz pomorsku baštinu i broj posjetitelja koji sudjeluju u njima

2. Primjeri uzorne prakse razvoja turističkih proizvoda na kulturnoj baštini

2.1. Primjer 1: Albaola – the Sea Factory of Basques, San Sebastian, Španjolska

Resursna osnova i drugi fizički elementi proizvoda:

Albaola je u svojoj osnovi brodogradilište tradicionalnih brodova. One predstavlja inovativno okruženje u kojem se rehabilitira i prezentira nautički obrt i tehnologija. Otvorena je za javnost i karakterizira ju raznolikost ponuđenih aktivnosti s međunarodnim rangom aspiracija. Njene osnovne sastavnice su brodogradnja, međunarodna škola brodogradnje, radionica modeliranja brodova, klub mladih jedriličara, kazalište „Theatre of the Sea“ koji izvode volonteri s ciljem približavanja pomorske prošlosti posjetiteljima.

Ključne sastavnice proizvoda:

- volonterstvo
- škola moreplovstva
- kazalište Theatre of the Sea
- radionice modelarstva
- škola brodogradnje
- dječji klub Irrien Lagunak

Model oblikovanja destinacijskog proizvoda:

- Razvoj proizvoda na jakoj centralnoj atrakciji

Osobine proizvoda:

- Edukacija, upoznavanje baštine i povijesti kroz aktivno sudjelovanje;
- Veliki potencijal za razvoj proizvoda niša;
- Investicijski intenzivan;
- Kulturne i sportske aktivnosti kao glavna dopuna osnovnom proizvodu.

Ciljna tržišta:

PRIMARNA TRŽIŠTA (posjetitelji koji primarno posjećuju destinaciju zbog ovog proizvoda/atrakcije):

- školska djeca;
- mladi.

SEKUNDARNA TRŽIŠTA (stanovništvo i posjetitelji koji dolaze u destinaciju zbog drugih dominantnih motiva):

- Obitelji s djecom;
- Parovi;
- Individualni posjetitelji.

Način komercijalizacije:

- Mogućnost narudžbe i rezervacije preko Internet stranice i društvenih mreža;
- Destinacijska menadžment organizacija San Sebastiana;
- Cijena: dnevne ulaznice od 4,50 do 7 EUR, vođene grupe s vodičem 25 EUR.

Promocija i marketing:

- Online i offline materijali destinacijske menadžment organizacije San Sebastiana;
- Društvene mreže.

2.2. Primjer 2: Festa della Marineria, La Spezia, Italija

Resursna osnova i drugi fizički elementi proizvoda:

Festa della Marineria je višedimenzionalni skup vrijednosti morske / pomorske kulture objedinjen u jedan događaj. Ono opisuje život ljudi uz more koji svojim radom preživljavaju od mora, inkorporira niz doživljaja – od plovidbe, tradicije ribolova, kuhanja jela proizašlih iz odnosa s morem, znanstvenih i literarnih događaja pa do edukativnih radionica. Događaj se odvija u gradu Le Spezia, 100km jugoistočno od Genove i glavna je baza talijanske mornarice.

Ključne sastavnice proizvoda:

- show cooking
- morska hrana
- smotra tradicionalnih plovila u moru i na suhom
- predstave (2 teatra)
- arena
- glazbena pozornica
- djeca i znanost
- igraonice i vrtić za malu djecu
- znanstveni skup
- sajam

Model oblikovanja: Razvoj proizvoda kroz oblikovanje događanja i „meke“ turističke infrastrukture;

Osobine proizvoda:

- Fokus aktivnosti i ključ uspjeha je isporuka ukupnog iskustva lokalnog načina života i vrijednosti;
- Radno/operativno intenzivan;
- Imperativ uključenja šire skupine dionika – potrebna što veća zastupljenost lokalne ponude.

Ciljna tržišta:

PRIMARNA TRŽIŠTA (posjetitelji koji primarno posjećuju destinaciju zbog ovog proizvoda/atrakcije):

- Posjetitelji događanja (uglavnom Talijani)

SEKUNDARNA TRŽIŠTA (stanovništvo i posjetitelji koji dolaze u destinaciju zbog drugih dominantnih motiva, u ovom slučaju i posjetitelji okolnih turističkih regija):

- Obitelji s djecom;
- Parovi;
- Grupe prijatelja;
- Posebni interesi (hrana i kuhanje).

Način komercijalizacije:

- Nema posebne naplate ulaska na manifestaciju;
- Pojedini sadržaji posebno se naplaćuju, poput hrane, pića, posebnih manifestacija i usluga s razmjerno velikim rasponima cijene.

Prodaja i marketing:

- Posebna web stranica događaja;
- Tiskane brošure s programom;
- Mediji (radio, TV) s nacionalnim pokrićem;
- Društvene mreže;
- Lokalna destinacijska menadžment organizacija.

2.3. Primjer 3: Devonport Naval Heritage Center, Plymouth, UK

Resursna osnova i drugi fizički elementi proizvoda:

Centar bilježi povijesni razvoj Plymoutha u podupiranju Kraljevske mornarice od 1300. godine do danas, uključujući dva svjetska rata kroz povijesne zbirke, interaktivna iskustva i slikovno tumačenje bliskih odnosa Devonporta, Kraljevske mornarice, brodogradilišta i stanovnika Plymoutha. Obuhvaća široku lepezu (nacionalno) povijesno značajnih predmeta smještenu u nekoliko povijesnih objekata (uključujući umirovljenu nuklearnu podmornicu Courageous) u raznim zgradama u pomorskoj bazi. Centar je rezultat zajedničkog rada mješavine volontera, zainteresiranih ljudi, entuzijasta i zaposlenika centra.

Ključne sastavnice:

- Vatrogasna postaja – povijest brodogradnje, muzej policije, muzej mornarice
- Engine House – kolekcija figurica
- Zgrada računovodstva (Pay office) – tekstilni artefakti mornarice, mačevi, memorabilija, hrana i piće mornara
- Galerija Warspite – tranzicija brodova od jedrenjaka, preko parnih brodova do modernih brodova s posebnom sekcijom posvećenoj HMS Warspite brodu Kraljevske mornarice
- Davenport galerija – istraživanje brodogradilišta, mornarice i lokalnog društva kroz povijesni period
- Courageous galerija – povijesti tumačenje podmornice Courageous
- Plymouth galerija – priča razvoja Kraljevske mornarice od 2. svjetskog rata do danas
- Kuća Gilroy – opis povijesti plova, navigacija na moru i manjih plovila / brodovlja

Model oblikovanja: Difuzni model razvoja proizvoda – sofisticirani proizvod kao kombinacija nekoliko visoko vrijednih i ambiciozno interpretiranih atrakcija (tematski park)

Osobine proizvoda:

- Ključ uspjeha su oblikovanje koncepta/priče i suvremene prakse/metode prezentacije;
- Podjednak intenzitet investicija i rada, marketinški intenzivan i osjetljiv model;
- Potrebna visoka razina upravljačke i izvedbene sofisticacije.

Ciljna tržišta:

PRIMARNA TRŽIŠTA (posjetitelji koji primarno posjećuju destinaciju zbog ovog proizvoda/atrakcije):

- Specijalni interesi;

SEKUNDARNA TRŽIŠTA (stanovništvo i posjetitelji koji dolaze u destinaciju zbog drugih dominantnih motiva, u ovom slučaju i posjetitelji okolnih turističkih regija):

- Uglavnom stanovnici Velike Britanije.

Način komercijalizacije:

- Ulaz u muzej se ne naplaćuje, ali je obavezno vođenje kroz muzej uz potrebnu najavu od minimalno 5 dana prije za domaće, a 10 dana za strane goste putem web stranice muzeja ili društvene mreže;
- Muzej se financira javnim sredstvima te kroz ugostiteljski sadržaj i prodaju suvenira.

Marketing:

- Posebna web stranica (link s web stranice grada i web stranice muzeja grada Plymoutha);
- Društvene mreže;
- Lokalna destinacijska menadžment organizacija.

2.4. Zaključak analize primjera uzorne prakse

Primjeri uzorne prakse ukazuju na tri moguća modela oblikovanja destinacijskog proizvoda na pomorskoj baštini s pripadajućim karakteristikama i faktorima uspjeha:

1. Razvoj proizvoda na jakoj centralnoj atrakciji (primjer San Sebastian)
 - Edukacija, upoznavanje baštine i povijesti kroz aktivno sudjelovanje;
 - Veliki potencijal za razvoj proizvoda niša;
 - Investicijski intenzivan;
 - Kulturne i sportske aktivnosti kao glavna dopuna osnovnom proizvodu.
2. Razvoj proizvoda kroz oblikovanje događanja i „meke“ turističke infrastrukture
 - Orijentacija na postojeće posjetitelje destinacija ili specifičnih događaja;
 - Fokus aktivnosti i ključ uspjeha je isporuka ukupnog iskustva lokalnog načina života i vrijednosti;
 - Radno/operativno intenzivan;
 - Imperativ uključenja šire skupine dionika – potrebna što veća zastupljenost lokalne ponude.
3. Difuzni model razvoja proizvoda
 - Orijentacija na širi skup tržišnih segmenata (postojeći posjetitelji i različite niše);
 - Ključ uspjeha su oblikovanje koncepta/priče i suvremene prakse/metode prezentacije;
 - Podjednak intenzitet investicija i rada, marketinški intenzivan i osjetljiv model;
 - Potrebna visoka razina upravljačke i izvedbene sofisticacije.

2.5. Primjer 4: Izdvojeni primjer Južne Sardinije kao regije održivog turizma

Razlog odabira primjera za benchmark:

- Južna Sardinija bila je uključena u dvogodišnju pilot-provedbu Europskog sustava pokazatelja za turizam (ETIS program). Regija je 2016. godine proglašena ukupnim pobjednikom za održivo upravljanje turizmom zahvaljujući inovativnom pristupu kombiniranja pokazatelja održivosti koje je razvio EU i UN. Informacije u nastavku preuzete su iz procjene održivosti turizma Južne Sardinije koju je provelo Globalno vijeće za održivi turizam (GTSC).
- Regija Južna Sardinija po svojim karakteristikama slična je destinacijama uključenima u projekt Mala Barka 2: bogata i raznolika ponuda (bijele pješčane plaže, kristalno čisto more, gostoljubivost lokalnih ljudi, izvrsna lokalna gastronomija, kulturne i povijesne znamenitosti i događanja, parkovi i zaštićena područja), ali visoka sezonalnost turizma (kraj travnja – kraj listopada; hoteli zatvoreni tijekom zime). Tradicionalno je fokus bio na suncu i moru, a tijekom 1990-ih javlja se značajan porast trenda kupovine drugog doma (second homes), koji je zaustavljen novom regulativom i zaštitom obale. Regiju karakterizira visoka nezaposlenost koja je uzrokovana između ostalog i sezonalnošću, slabo razvijeno poduzetništvo i veliko administrativno opterećenje gospodarstva. Uz pomoć EU fondova provedena su značajna ulaganja u zaštitu okoliša, zaštitu i očuvanje kulturnog nasljeđa i osiguravanje pristupa za osobe s invaliditetom.

Južnu Sardiniju čini 5 općina (grad Cagliari kao središte regije Južna Sardinija te općine Domus de Maria, Muravera, Pula i Villasimius) koje su se povezale i zajedno oformile organizaciju za destinacijski menadžment „Visit South Sardinia“.

Primjeri dobre prakse održivosti turizma:

1) na području upravljanja:

- razvojni planovi i regulatorni okvir su lako dostupni putem web stranica lokalne samouprave
- praćenje održivosti je unaprijeđeno na mnogim područjima: Sardinia Statistics (demografski podaci), ARPAS (okoliš), voda/otpad, morska područja, SIRA, SITR (geografske informacije), npr. Natura 2000
- u svakom turističkom središtu je ured za zdravstvenu zaštitu turista koji osigurava hitnu i pristupačnu medicinsku pomoć za turiste i domicilno stanovništvo
- postoji detaljna regulativa vezana uz ribolov i prodaju ribe. Ulov ribe se nadzire kao i mjesta gdje se riba prodaje i konzumira.
- postoji detaljna regulativa vezana uz licenciranje taksista. Za određene rute postoje fiksne cijene. Kartice vjernosti osiguravaju redovitim korisnicima fiksne cijene, mlade osobe koje izlaze u noćni provod dobivaju posebne popuste kako bi se povećala sigurnost i smanjila pojavnost mladih vozača pod utjecajem alkohola.

2) na socioekonomskom području:

- program 0 km potiče korištenje lokalnih proizvoda u restoranima i školskim menzama
- svake godine u svibnju, općine sudjeluju u „tjednu kulture“ i vikendu „besplatnih spomenika“. U tom periodu besplatan je ulaz za sve atrakcije u javnom vlasništvu.
- grad Cagliari ima 5 mjesnih odbora koji su uključeni u rasprave o turističkim pitanjima
- sjedište Centra za ekološku osviještenost na otoku Laguna di Nora otvorilo je restoran s bio-održivom hranom koji podiže svijest o manje vrijednim vrstama ribe

3) na području kulturnog nasljeđa:

- program DE.CO bavi se poticanjem i zaštitom lokalnih obrta i prehrambenih proizvoda
- Muzej u Muraveri bavi se zaštitom i oživljavanjem drevnih obrta poput tkanja, svjećarstva, košaraštva, proizvodnje svile i sl.
- postoji video nadzor turista na ključnim atrakcijama

4) na području zaštite okoliša:

- hidrološka procjena (PAI) obuhvaća očuvanje, zaštitu i unapređenje tla, sprečavanje klizišta te utvrđuje stupnjeve rizika na temelju fizičkih i okolišnih karakteristika regije
- sva ulična rasvjeta u Muraveri opremljena je štednim žaruljama. U Puli se također koristi štedna rasvjeta ta rasvjeta za smanjenje svjetlosnog onečišćenja
- Domus de Marie ima cjelovit sustav recikliranja vode za cijelu lokalnu zajednicu. Ovo je također slučaj u mjestima Pula, Muravera i Villasimius
- uspješni program recikliranja u Puli doveo je do smanjenja nerazvrstanog otpada od 70%, često prikupljanje biorazgradivog otpada
- ARPAS prati kvalitetu vode za piće i kupanje na više lokacija diljem Sardinije.

Evaluacija GTSC-a identificirala je i područja koja je potrebno unaprijediti. Primjeri takvih područja, uključujući preporuke Vijeća, su sljedeći:

- 1) Organizacija za destinacijski menadžment nema zaposlenih na puno radno vrijeme. Potrebno je zaposliti osobe s iskustvom u privatnom sektoru / turističkom marketingu.
- 2) Ne postoji program poticanja turista na donacije za lokalnu zajednicu, očuvanje i zaštitu spomenika i atrakcija. Sustav donacija („turistička filantropija“) će omogućiti turistima da doprinesu očuvanju atrakcija ili lokaliteta koji su im osobito zanimljivi.
- 3) Postoji javno nepovjerenje u kvalitetu vode iz slavine iako je visoke kvalitete te se uglavnom pije voda iz boce. Potrebno je razviti i provesti koordinirani program za smanjenje uporabe vode iz boce temeljen na činjenicama i kvaliteti vode iz slavine.

3. Definicija pojmova proizvoda kulturnog turizma i pomorske baštine

3.1. Turistički proizvod kulture i podtipovi turističkih proizvoda vezani uz kulturu

Kulturni turizam kao pojam je različito definiran u literaturi te ne postoji jedinstvena definicija. Kulturni turizam svakako se odnosi na turizam motiviran kulturom te se smatra turizmom specijalnih interesa. Jedna od najčešćih definicija kojom se vodi i Akcijski plan razvoja kulturnog turizma iz 2015. razlikuje konceptualnu i tehničku definiciju ovog pojma. Konceptualna definicija odnosi se na putovanja osoba izvan mjesta stalnog boravka s ciljem prikupljanja novih informacija i doživljaja kojima zadovoljavaju svoje kulturne potrebe. Tehnička definicija razlikuje se od zemlje do zemlje ovisno o postojećoj ponudi proizvoda koji se mogu povezati s kulturom, a primjerice za RH uključuje posjete kulturno-povijesnim znamenitostima, muzejima i galerijama, glazbeno-scenskim događanjima i predstavama, festivalima, sakralnim objektima, tematskim rutama i putevima, kao i kreativnim odnosno interaktivnim radionicama.

Sukladno definiciji iz Strateškog plana Ministarstva kulture 2016.-2018., kulturnu baštinu čine „pokretna i nepokretna kulturna dobra od umjetničkoga, povijesnoga, paleontološkoga, arheološkoga, antropološkog i znanstvenog značenja kao i dokumentacija i bibliografska baština i zgrade, odnosno prostori u kojima se trajno čuvaju ili izlažu kulturna dobra i dokumentacija o njima. Kulturna baština također su i arheološka nalazišta i arheološke zone, krajolici i njihovi dijelovi koji svjedoče o čovjekovoj prisutnosti u prostoru te nematerijalni oblici kulturne baštine i pojave čovjekova duhovnog stvaralaštva u prošlosti. Vrijednosti kulturne baštine prepoznajemo kao starosne, povijesne, kulturne, umjetničke i autentične.“

S obzirom na gornju definiciju, kulturni turizam može obuhvaćati izrazito široku paletu atrakcija (primjerice muzeje, dvorce, umjetnost, galerije, festivale, folklor, etničke zajednice, crkve itd.). Iz tog razloga, kulturni turizam je postao svojevrsni krovni termin za širok raspon aktivnosti koje ulaze u domenu različitih vrsta turizma (npr. povijesni, umjetnički itd.).

Kada kulturni turizam obuhvaća materijalnu aktivnost, odnosno, posjet povijesnim lokalitetima, muzejima, galerijama i sl., u tom se kontekstu u literaturi pojavljuju i pojmovi „povijesni turizam“ ili „baštinski turizam“, pri čemu potonji obuhvaća obično i prirodne fenomene i scenske umjetnosti. Za područje scenskih umjetnosti kao i posjete muzejima i umjetničkim galerijama često se koristi pojam „umjetnički turizam“.

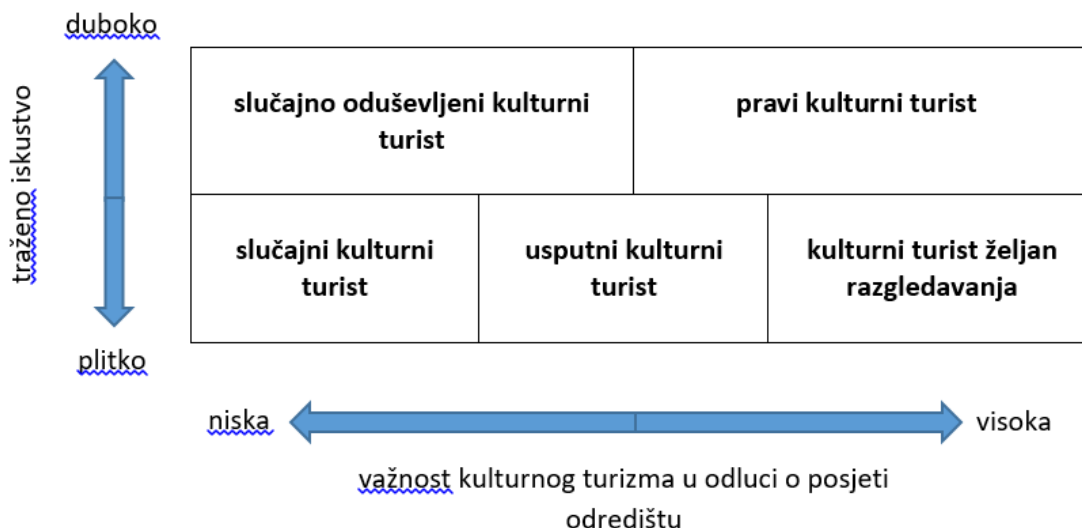
Postojanje kulturnih dobara, bilo materijalne ili nematerijalne prirode, samo je jedan od preuvjeta za razvoj kulturno-turističkog proizvoda. Strategijom razvoja kulturnog turizma u Republici Hrvatskoj kulturni turistički proizvod definiran je kao „formalizirana, pakirana i upravljana prezentacija baštine, umjetnosti ili jedinstvene atmosfere destinacije na jedinstven i zanimljiv način u skladu sa suvremenim trendovima potražnje, koja istovremeno nudi popratne uslužne sadržaje i visoku kvalitetu usluge“. Uz kulturne resurse koji se mogu pretvoriti u kulturno-turistički proizvod, preuvjeti koji trebaju biti ispunjeni za razvoj kulturno-turističkih proizvoda su i postojanje turističke potražnje, educirani kulturni menadžeri za kvalitetnu upravljanje takvim proizvodima/projektima te interdisciplinarnost i intersektoralnost u razvoju proizvoda.

S obzirom na osnovu turističke atrakcije, možemo razlikovati sljedeće podtipove kulturno-turističkih proizvoda:

- povijesni
- umjetnički
- baštinski
- vjerski
- kreativni
- gradski
- događajni
- pomorski.

Usko vezano uz definiranje pojma kulturno-turističkog proizvoda je i definiranje pojma kulturnog turista s obzirom na njihova očekivanja i potrebe. Kulturne turiste možemo razlikovati prema važnosti kulturnog turizma u donošenju odluke da posjete određenu destinaciju, kao i na dubini iskustva. U nastavku je prikazana tipologija kulturnih turista s obzirom na navedene odrednice.

Prikaz 1: Tipologija kulturnih turista



- pravi kulturni turist – kulturni turizam je primarni motiv za posjet destinaciji, a turist ima duboko kulturno iskustvo;
- kulturni turist željan razgledavanja – kulturni turizam je primarni motiv za posjet destinaciji, no kulturno iskustvo nije toliko duboko;
- slučajno oduševljeni kulturni turist – turist kojem kultura nije bila razlog za putovanje, no nakon posjeta doživi duboko kulturno iskustvo;
- slučajni kulturni turist – kulturni turizam nije primarni motiv za posjet destinaciji, a kulturno iskustvo koje doživi je plitko;
- usputni kulturni turist – kulturni turizam nije razlog za posjet destinaciji, no svejedno sudjeluje u nekim aktivnostima, no kulturno iskustvo je plitko.

3.2. Pomorska baština, definicija, tipovi/kategorije s pregledom osnovnih karakteristika

Pomorska baština dio je kulturno-povijesne baštine koji obuhvaća materijalnu i nematerijalnu baštinu na područjima ribarstva, pomorstva i tradicijske brodogradnje. U tom smislu, turistički proizvod pomorske baštine može se smatrati podtipom kulturno-turističkog proizvoda.

Kao dio kulturne baštine, i pomorska baština dijeli se na materijalnu i nematerijalnu pomorsku baštinu. Za potrebe ovih Smjernica autori koriste daljnju tipologiju materijalne i nematerijalne baštine sukladno Studiji stvaranja baze podataka pomorske, povijesne i kulturne baštine, pripremljene u projektu Mala Barka.

Materijalna pomorska baština obuhvaća kompletnu materijalnu ostavštinu vezanu uz ribarstvo, pomorstvo i tradicijsku brodogradnju poput plovila, arhitekture vezane uz pomorstvo (npr. luke i lučka infrastruktura, brodogradilišta, svjetionici, ribarske kućice itd.), kulturnih krajolika vezanih uz pomorstvo i ribarstvo (npr. solane i ribarske zone), muzejskih ustanova, zbirki i izložaba, turističke infrastrukture (npr. šetnice uz more), arheoloških lokaliteta, sakralne baštine s pomorskim titularima i votivne zbirke, spomenike vezane uz pomorstvo, kao i audio-video, knjižne i arhivske zapise.

Materijalna baština dalje se dijeli na nepokretna i pokretna kulturna dobra. Nepokretna dobra vezana su uz mjesto nastanka (npr. luke i svjetionici), dok se pokretna dobra često ne čuvaju na mjestu nastanka ili nekadašnje upotrebe (npr. plovila, arhivski zapisi itd.).

Nematerijalna pomorska baština obuhvaća usmenu književnost i predaju, znanja i vještine na području ribarstva, moreplovstva i tradicijske brodogradnje (djelatnosti i obrti), manifestacije (festivali, regate, svetkovine i obredi vezani uz pomorstvo, folklorno stvaralaštvo), sportove na vodi te toponimiju vezanu uz pomorske aktivnosti.

Pomorska baština važan je dio kulturnog nasljeđa i identiteta gotovo svih zemalja Europe. Pomorska baština od posebnog značaja za Republiku Hrvatsku zaštićena je kao kulturno dobro u registru koji se vodi pri Ministarstvu kulture Republike Hrvatske. U Republici Sloveniji Ministarstvo kulture vodi Registar kulturne baštine koji uključuje i podatke o zaštiti kulturnih dobara.

Kada je riječ o pomorskoj baštini, potrebno je spomenuti i UNESCO Konvenciju o zaštiti podvodne kulturne baštine usvojenu 2001. godine, a koja se odnosi na „svaki trag ljudskog postojanja kulturnog, povijesnog ili arheološkog karaktera koji su se nalazili, djelomično ili potpuno pod vodom, povremeno ili stalno, barem 100 godina, poput: (i) lokacija, građevina, zgrada, predmeta i ljudskih ostataka zajedno s njihovim arheološkim i prirodnim okruženjem, (ii) plovila, zrakoplova, drugih prijevoznih sredstava ili njihovih dijelova, njihovog tereta ili drugog sadržaja zajedno s njihovim arheološkim i prirodnim okruženjem, i (iii) predmeta pretpovijesnog razdoblja“.

4. Relevantna pomorska baština na području 7 destinacija i okvir za daljnji razvoj

4.1. Popis elemenata pomorske baštine prema destinacijama

4.1.1. Krk

- Krčka pasara Bodulka, guc Bodul
- Bodulčica
- Interpretacijski centar pomorske baštine i Radionica i muzej broskog inventara – brodomaketarstvo Ž. Skomeršića
- Luka i nekadašnje brodogradilište (danas suha marina)
- Krčka jedra
- Rastresiti antički i novovjekovni nalazi u priobalju oko grada
- Štorija o galiji Cristo Ressussitato – u spomen na Lepantsku bitku
- Tradicijska prehrana (Srdelini na buzaru zi kumpirom, imbriagone (keks s anisom), rafioli, žlahtina)

4.1.2. Rijeka

- Motorni brod „Galeb“
- Parni brod Uragan
- Luka Rijeka
- Lukobran („Molo Longo“) i lučke dizalice
- Brodogradilište
- Lučka skladišta i pristaništa
- Lansirna stanica torpeda i kompresorska stanica za punjenje torpeda zrakom u sklopu bivše tvornice "Torpedo"
- Pomorski i povijesni muzej Hrvatskog primorja Rijeka
- Kvarnerski festival mora i pomorske tradicije Fiumare
- Svjetionik Mlaka
- Mrtvi kanal
- Botel Marina
- Kapela zavjetnih darova na Trsatu
- Astronomski centar Rijeka
- Palača Jadran (zgrada uprave brodara Jadrolinija)
- Spomenik pomorcu i pomorstvu
- Pomorski fakultet Sveučilišta u Rijeci
- Tradicijska prehrana (maslinovo ulje i vino (belica), maneštra i bobići)
- Priča o riječkom jedrenjaku Stefano
- Priča o jedrenjaku Splendido

4.1.3. Izola

- Brod „Biser“
- Luka i brodogradilište

- Muzej Hiša morja
- Galerija Rex
- Regata tradicijskih barki na jedra
- Industrija ribe „Delamaris“
- Priča o brodu Rexu
- Ribički praznik

4.1.4. Piran

- Kuter M6 (Galeb)
- Bragoc
- Luka
- Mali mandrač
- Solane u Sečovlju
- Regata tradicijskih barki
- Rimski put
- Svjetionik Rt Madona Punta Piran
- Pomorski muzej Sergej Mašera
- Muzej podvodnih djelatnosti
- Muzej školjki i puževa
- Saltpans Feast
- Neptunov krst
- Soljenje sardela tradicionalnom metodom
- Doručak kapetana i upravitelja strojeva u uniformama
- Priča o Meduzi
- Tradicijska prehrana (autohtona vina i tradicionalna hrana iz slovenske Istre)

4.1.5. Rovinj

- Eko muzej – Kuća o batani
- Batane
- Mali škver
- Luka
- Svjetionik Sv. Ivan na pučini
- Povorka batana (uz glazbu i tradicionalnu večeru s ribljim specijalitetima)
- Bitinada
- Rovinjska regata tradicijskih barki
- Olupine brodova
- Obilazak rovinjskog arhipelaga batanom
- Večeri ribarske tradicije
- Industrija ribe – tvornica za preradu ribe „Mirna“
- Tradicijska prehrana (spacio)

4.1.6. Mali Lošinj - Nerezine

- Loger Nerezinac - Interpretacijski centar pomorske baštine
- Guc
- Lošinjska regatna pasara
- Brodogradilište i luka

- Muzej Apoksiomena
- Kula Veli Lošinj – Lošinjski muzej
- Festival »Lošinjskim jedrima oko svijeta«
- Nerezinska regata tradicijskih barki na jedra
- Pomorska škola
- Antička nalazišta
- Zbirka zavjetnih slika brodova
- Priče o lošinjskim kapetanima
- Priče o lošinjskim capehornerima
- Nerezinski „Muaj“
- Scenski prikaz „Ispraćaj lošinjskih pomoraca“
- Tradicijska prehrana - kapetanska jela (verze na pofrig, kalandraka, zeladia...)

4.1.7. Mošćenička Draga

- Kvarnerski gucevi i tratarica
- Luka
- Interpretacijski centar Kuća od mora
- Smotra i regata tradicijskih barki na jedra Mala Barka
- Tradicijski ribolov
- Soljenje riba, izrada/krpanje mreža, priprema vrša/parangala, izrada jedara, kuhanje mora radi dobivanja soli
- Ronjenje na potopljene brodove
- Ronjenje u zaštićeni podvodni krajolik kraj Brseča
- Jedrenje i veslanje na tradicijskim barkama
- Crkvice sa zavjetnim slikama
- Ribarske noći s animacijom
- Dani kvarnerskog škampa
- Tradicijska prehrana (kvarnerski škamp, jela od maruna)

4.2. Razvojna načela koja slijede iz planova višeg reda, razvoja turizma i turističkih proizvoda na terenu (prije svega u segmentu kulture)

Nedostatna ponuda prepoznatljivih kulturno-turističkih proizvoda i preslaba valorizacija kulturne baštine u turističke svrhe realnost je sektora kulturnog turizma kako u Republici Hrvatskoj, tako i u Republici Sloveniji. Relevantni strateški dokumenti u obje zemlje naglasak stavljaju na tematske kulturne itinerere. Strategija razvoja turizma RH do 2020. navodi sljedeće proizvode kulturnog turizma kao relevantne za RH: gradski turizam, turizam baštine, turizam događanja, kreativni turizam, vjerski turizam. Strategija održivog rasta slovenskog turizma 2017-2021 kulturu vidi kao ključni turistički proizvod u makroregiji Srednja Slovenija i Ljubljana gdje se osobito razmatra gradski turizam (city break), dok je u ostalim makroregijama kultura prateća turistička ponuda.

U nastavku slijedi komparativni pregled razvojnih načela i ciljeva na području turizma, odnosno, kulturnog turizma, u relevantnim strateškim dokumentima Hrvatske i Slovenije.

Tablica 6: Pregled razvojnih načela i/ili strateških ciljeva (kulturno)turističkog razvoja u Hrvatskoj i Sloveniji

<p>Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Partnerstvo (međuresorno te različite razine upravljanja – nacionalno /regionalno /lokalno) • Institucionalno dereguliranje (pojednostavljivanje pravno-legislativnog okvira) • Ekološki odgovoran razvoj (primjena suvremenih tehničko-tehnoloških rješenja u gradnji i opremanju, racionalnost u korištenju raspoloživog prostora, poštivanje odrednica nosivog kapaciteta destinacije, niskouglični razvoj RH) • Više od sunca i mora (razvoj i komercijalizacija novih oblika turizma poput npr. kulturnog) • Turizam na cijelom prostoru • Autentičnost i kreativnost • Hotelijerstvo - ključni pokretač investicijskog ciklusa • Inovirani tržišni nastup (rebranding Hrvatske kao 'zemlje ljepote i ispunjenosti') • Proizvodnja za turizam (jače povezivanje hrvatskih proizvođača s turističkim sektorom) • Kultura kvalitete (kako djelatnika u turizmu tako i svih kategorija objekata turističke ponude)
<p>Strateški marketinški plan hrvatskog turizma za razdoblje 2014.-2020.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Načelo opće koristi • Usredotočenost na unapređenje prodaje • Poštivanje autonomnosti regionalnih i lokalnih TZ-a
<p>Akcijski plan razvoja kulturnog turizma</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Razviti i opremiti ključne nacionalne kulturno-turističke atrakcije kvalitetnim vizitacijskim sadržajima • Osmisliti i pripremiti kulturno-turistički proizvodni portfelj na nacionalnoj i regionalnim razinama spreman za plasman na turističko tržište • Aktivirati međunarodno i domaće turističko tržište kvalitetnim i dobro osmišljenim marketingom kako bi se stvorila tržišna prepoznatljivost na međunarodnoj razini te potakla domaća potražnja • Stvoriti institucionalne i organizacijske preduvjete za razvoj kulturnog turizma uspostavom nacionalnog liderstva i strateških partnerstva • Unaprijediti znanja, vještine i kompetencije dionika u kulturnog turizmu za razvoj proizvoda i kulturu usluge

<p>Strategija pomorskog razvitka i integralne pomorske politike Republike Hrvatske za razdoblje od 2014.-2020.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Očuvanje i revitalizacija tradicijskih i povijesnih plovila i građevina • Potaknuti sustavno prikupljanje pomorske povijesne građe (kroz muzeje, udruge, tiskovine i sl.) • Promovirati tradicijske obrte i zanimanja u pomorstvu • Osigurati sinergiju pomorskog gospodarstva, civilnog društva, znanstvenih institucija i svih onih koji žive od mora i s morem radi zaštite, popularizacije, prezentacije i revitalizacije kulturnih dobara pomorskog nasljeđa
<p>Strateški plan Ministarstva kulture 2015.-2017.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Zaštita kulturne baštine kao temelj očuvanja i razvitka kulturnog i nacionalnog identiteta • Spregom kulture, turizma i poduzetništva kreirati platformu na kojoj bi iznimno bogata kulturna baština djelovala kao razvojni resurs
<p>Strateški plan razvoja turizma Kvarnera sa strateškim i operativnim marketing planom 2016. -2020. godine</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Prostorno-ekološka održivost: načelo odgovornosti za prostor, načelo osjećaja za mjeru, načelo lokalne prepoznatljivosti • Društvena održivost: načelo partnerstva, načelo služenja javnom interesu, načelo koordinacije u utvrđivanju prioriteta • Ekonomska održivost: načelo diversifikacije doživljaja, načelo prilagođenosti globalnim kvalitativnim trendovima, načelo ekskluzivnosti doživljaja • Fokus na skup komplementarnih turističkih proizvoda koji osiguravaju cjelogodišnje poslovanje, odvijaju se na cijelom prostoru Županije, a počivaju na opuštanju, uživanju i/ili istraživanju očuvane prirode te lokalne kulturne baštine, uz specijalizaciju na očuvanje zdravlja • Očuvanje, prezentacija i podizanje atraktivnosti prirodne i kulturne baštine Kvarnera kroz eko-muzej/mreže prirodnih i kulturnih sadržaja na Kvarneru kao holistički i interdisciplinarn pristup građi (podrazumijeva uključivanje lokalne populacije u muzejske aktivnosti kao i visoku razinu interakcije s posjetiteljima)
<p>Strategija razvoja kulturnog turizma Grada Rijeke 2015.-2020.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Razviti integrirani pristup preobrazbi grada Rijeke kao kulturno-turističkog urbanog središta • Učvrstiti međunarodni položaj Rijeke kao prepoznatljivog kulturno-turističkog središta • Stvoriti pozitivno okruženje za razvoj ljudskih resursa u domeni kulture, turizma i poduzetništva • Razviti sustav upravljanja kulturnim turizmom Rijeke kroz destinacijski menadžment • Maritimna baština kao mogući temelj za razvoj kulturno-turističkog proizvoda koji se kroz inovativnu interpretaciju povijesne i maritimne baštine te kombinaciju s obrazovnim i znanstveno-istraživačkim aktivnostima mogu integrirati u europske projekte i rute kulturnog turizma • Uspostavljanje policentričnog Muzeja mora kao jedan od baznih projekata kandidature Rijeke za EPK 2020 (zatvoreni i otvoreni prostor, obuhvaća i bitne cjeline gradskog tkiva - mrtvi kanal, luka, lukobran, svjetionik) • Projekt prenamjene lučkih područja kao sastavni dio Rijek Gateway projekta čiji je cilj da se aktualne lučke aktivnosti realociraju u korist razvoja rezidencijskog, komercijalnog, turističkog i rekreacijskog gradskog središta odnosno stvaranja „waterfronta“ kao područja koje spaja lučki i urbani dio grada
<p>Master plan turizma Istarske županije 2015.-2025.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Jačati ponudu kulturnog turizma prvenstveno za segment proizvoda kratkih odmora • Proizvode kulturnog turizma osmisliti na način da se rastereti glavna sezona u korist pred- i posezone • Koordinirano djelovanje kulturnog i turističkog sektora

<p>Istarska kulturna strategija za razdoblje 2014.-2020. godine</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Umrežavanje i povezivanje subjekata koji su nositelji kulturnog života • Diversifikacija resursa (prvenstveno financijskih), odnosno, jačanje sposobnosti za privlačenje financiranja projekata u kulturi (uključujući poduzetničke aktivnosti u kulturi) • Razvoj publike i pozicioniranje kulturnog sektora u javnosti
<p>Strategija razvoja turizma otoka Krka do 2020. godine</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Prostorno, okolišno, društveno odgovoran i održiv budući razvoj otoka Krka vizija je otoka Krka kao turističke destinacije • Posvećen kvaliteti otok Krk teži uzdizanju iznad ustaljenog i uobičajenog razvijajući inovativne i emotivno angažirajuće turističke sadržaje i usluge • Definiranje novih marker atrakcija u ponudi otoka Krka sa snagom motiviranja dolaska na otok - razvoj proizvodnog portfelja kulturnog turizma i eno gastronomije na razini JLS (bogatstvo kulturno-povijesne baštine, smještaj, kulturne, prirodne i druge „marker“ atrakcije i dr.)
<p>Strategija održivog rasta slovenskog turizma 2017.-2021.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Strategija konkurentnosti visoke vrijednosti (jedinствeni globalni tržišni položaj iskoristiti za razvoj turizma visoke vrijednosti na čitavom području Slovenije) • Dosljedno iskustveno strukturiranje i kreiranje tržišnog brenda (kroz 4 makro-destinacije) • Fokusrani portfelj proizvoda i prilagodba lanca vrijednosti (revizija postojećih i razvoj novih proizvoda i aktivnosti) • Podrška vodećim destinacijama i poduzećima • Poticanje malih i srednjih poduzeća • Realizacija investicija (izgradnja novih smještajnih kapaciteta i obnova starih, nove turističke atrakcije i infrastruktura) • Ažuriranje sustava upravljanja turizmom • Prilagodba zakonodavstva na području turizma • Očuvanje okoliša i slovenska priča aktivnosti u prirodi • Briga o zaposlenima i razvoj kadrova
<p>Regionalni razvojni program za Južnu primorsku regiju 2014.-2020.</p>	<p>Razvoj održivog turizma</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mjera 1: Regionalna destinacijska organizacija • Mjera 2: Razvoj novih turističkih proizvoda i usluga na načelima održivosti i povećanja konkurentnosti • Mjera 3: Razvoj turističke infrastrukture s naglaskom na sadržaje koji se temelje na načelu održivosti
<p>Strategija razvoja turizma Općine Piran 2009.-2015.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Očuvanje prirodne i kulturne baštine kao temelj nove turističke privlačnosti • Razvoj proizvoda i programa za cjelogodišnji turizam • Vrhunska kvaliteta ponude uz naglasak na unikatnosti • Razvoj imidža izvrsnosti • Uspostava učinkovitog sustava upravljanja odredištem

Popis korištenih izvora

- Studija stvaranja baze podataka pomorske, povijesne i kulturne baštine, Pomorski i povijesni muzej Hrvatskog primorja Rijeka, Rijeka, studeni 2015.
- Jelinčić, D. A. (2008.), Abeceda kulturnog turizma, Meandar d.o.o., Zagreb
- Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020.
- Strateški marketinški plan hrvatskog turizma za razdoblje 2014.-2020.
- Akcijski plan razvoja kulturnog turizma
- Strategija pomorskog razvitka i integralne pomorske politike Republike Hrvatske za razdoblje od 2014.-2020.
- Strateški plan Ministarstva kulture 2015.-2017.
- Strateški plan razvoja turizma Kvarnera sa strateškim i operativnim marketing planom 2016. - 2020. godine
- Strategija razvoja kulturnog turizma Grada Rijeke 2015.-2020.
- Master plan turizma Istarske županije 2015.-2025.
- Istarska kulturna strategija za razdoblje 2014.-2020. godine
- Strategija razvoja turizma otoka Krka do 2020. godine
- Strategija održivog rasta slovenskog turizma 2017.-2021.
- Regionalni razvojni program za Južnu primorsku regiju 2014.-2020.
- Strategija razvoja turizma Općine Piran 2009.-2015.
- <http://www.min-kulture.hr>
- <http://whc.unesco.org>
- Konvencija o zaštiti podvodne kulturne baštine (dostupno na: https://www.istra-istria.hr/fileadmin/dokumenti/upravna_tijela/UO_za_tal_nac_zaj/Instrumenti_zastite_ljudskih_prava/I.Multilateralni_odnosi/2.Organizacija_Ujedinjenih_naroda/I-2.10.Konvencija%20o%20zastiti%20podvodne%20kulturne%20bastine.pdf)
- Izvješće GTSC Evaluation South Sardinia (dostupno na http://www.comune.domusdemaria.ca.it/upload/allegati_news/1381837536Report%20S.%20Sardinia%20GSTC%20EA%20Report%20Final%208.12.13.pdf)
- Guidelines for Sustainable Cultural Tourism in Historic Towns and Cities, European Association Historic Towns & Regions, 2009 (dostupno na <http://www.historic-towns.org/documents/downloads/SustainableTourismGuidelines.pdf>)
- Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations. A Guidebook. World Tourism Organisation, 2004. (dostupno na <http://www.adriaticgreenet.org/icareforeurope/wp-content/uploads/2013/11/Indicators-of-Sustainable-Development-for-Tourism-Destinations-A-Guide-Book-by-UNWTO.pdf>)
- Europski sustav pokazatelja za turizam. Komplet alata za održiva odredišta. Veljača, 2013. (dostupno na: http://knjiznica.sabor.hr/pdf/E_publicacije/Europski_sustav_pokazatelja_za_turizam.pdf)