



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

- Sažetak -

**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, veljača 2018.

Sadržaj

1. Definiranje smjernica i indikatori održivog razvoja turizma	3
1.1. Definicije pojmova održivog razvoja i održivog turizma	3
1.2. Pregled smjernica za održivi razvoj proizvoda Mala Barka	3
1.3. Indikatori održivosti turizma za projektno područje Mala Barka	4
2. Primjeri uzorne prakse razvoja turističkih proizvoda na kulturnoj baštini	5
3. Definicija pojmova proizvoda kulturnog turizma i pomorske baštine	5
4. Razvojna načela koja slijede iz planova višeg reda, razvoja turizma i turističkih proizvoda na terenu	6

1. Definiranje smjernica i indikatori održivog razvoja turizma

1.1. Definicije pojmova 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). 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. 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.

Europska udruga povijesnih gradova i regija donijela je preporuke za održiv kulturni turizam. 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 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).

Svjetska turistička organizacija (UNWTO) objavila je 2004. godine metodologiju za razvoj sustava pokazatelja koji prate održivost turizma. 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. Indikatori su grupirani prema sljedećim temama: zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom, učinak turizma na lokalne zajednice, zadovoljstvo turista, sezonalnost turizma, ekonomska korist od turizma, gospodarenje energijom, dostupnost i ušteda vode, kvaliteta pitke vode, pročišćavanje otpadnih voda, gospodarenje krutim otpadom, kontrola razvoja te kontrola intenziteta korištenja.

Europska komisija (EK) pokrenula je 2013. godine Europski sustav pokazatelja za turizam (European Tourism Indicators System, ETIS). Pristup definiranju indikatora metodološki je vrlo sličan kao i u primjeru UNWTO-a, a indikatori su grupirani prema područjima upravljanje odredištem, gospodarska vrijednost, društveni i kulturni utjecaj te utjecaj na okoliš.

Europska agencija za okoliš također je razvila indikatore za praćenje održivog turizma prvenstveno radi mjerenja utjecaja turizma na okoliš.

1.2. Pregled smjernica za održivi razvoj proizvoda Mala Barka

Za svih 7 destinacija uključenih u projekt Mala Barka 2 predložene su sljedeće smjernice za održivi razvoj turizma:

- 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 uključivanja 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

1.3. Indikatori održivosti turizma za projektno područje Mala Barka

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.

Tablica 1: 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/atracije 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>Indikatori 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

2. Primjeri uzorne prakse razvoja turističkih proizvoda na kulturnoj baštini

Radi mogućnosti za benchmark, Smjernice donose primjere najbolje prakse razvoja turističkih proizvoda na kulturnoj baštini. Predstavljeni su primjeri Albaola – the Sea Factory of Basques, San Sebastian, Španjolska; Festa della Marineria, La Spezia, Italija; Devonport Naval Heritage Center, Plymouth, UK; te regija Južna Sardinija. 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
 - Orijehtacija 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
 - Orijehtacija 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.

3. Definicija pojmova proizvoda kulturnog turizma i pomorske baštine

Jedna od najčešćih definicija kulturnog turizma 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.

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“.

S obzirom na osnovu turističke atrakcije, možemo razlikovati sljedeće podtipove kulturno-turističkih proizvoda: povijesni, umjetnički, baštinski, vjerski, kreativni, gradski, događajni te pomorski. Usko vezano uz definiranje pojma kulturno-turističkog proizvoda je i definiranje pojma kulturnog turista s obzirom na njihova očekivanja i potrebe.

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.

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, zbirke 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.

4. Razvojna načela koja slijede iz planova višeg reda, razvoja turizma i turističkih proizvoda na terenu

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.

Smjernice donose komparativni pregled razvojnih načela i ciljeva na području turizma, odnosno, kulturnog turizma, u relevantnim strateškim dokumentima Hrvatske i Slovenije: Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine, 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.