



institut za turizam 

***Strategija razvoja turizma
Crikveničko-vinodolske rivijere
2019.-2029.***

Zagreb, travanj 2019.

Impresum

Naslov projekta	<i>Strategija razvoja turizma Crikveničko-vinodolske rivijere 2019.-2029.</i>
Naručitelji	Grad Crikvenica, Grad Novi Vinodolski, Vinodolska općina TZ grada Crikvenice, TZ grada Novi Vinodolski, TZ Vinodolske općine
Izvršitelj	Institut za turizam, Zagreb
Autori	mr. sc. Neda Telišman-Košuta, dr. sc. Neven Ivandić
Dokument	Završni izvještaj
Godina	2019.

Sadržaj

Impresum	2
Sadržaj	3
1. Ciljevi, metodologija i pristup projektu	4
2. Analiza internog okruženja	5
2.1. Osnovna obilježja Crikveničko-vinodolske rivijere	5
2.2. Turistička resursna osnova	8
2.3. Performanse turističkog sektora	13
2.4. Razvojni okvir	19
2.5. Novi projekti	22
3. Analiza eksternog okruženja	23
3.1. Obilježja konkurentskih destinacija u okruženju	23
3.2. Institucionalno okruženje i trendovi na turističkom tržištu	26
4. SWOT analiza	28
5. Vizija i strateški ciljevi razvoja turizma	30
5.1. Razvojne opcije: Analiza scenarija	30
5.2. Načela razvoja turizma	31
5.3. Konkurentan tržišni identitet	32
5.4. Vizija	33
5.5. Strateški ciljevi	35
6. Proizvodno-prostorna koncepcija razvoja turizma	36
6.1. Turistički proizvodi Crikveničko-vinodolske rivijere	36
6.2. Prostorno strukturiranje turističkih iskustava	38
7. Akcijski plan	42
Program 1: Unapređenje uređenja plaža	43
Program 2: Unapređenje uređenja pješačke obalne šetnice	45
Program 3: Rivijera rekreacije	47
Program 4: Rivijera zdravlja	49
Program 5: Turistička valorizacija agro-zona i OPG-ova	51
Program 6: Razvoj multifunkcionalnog tematskog zabavnog parka	53
Program 7: Interpretacija prostora	55
Program 8: Unapređenje gastronomske ponude	57
Program 9: Unapređenje i specijalizacija smještajne ponude	59
Program 10: Turistički nosivi kapacitet Crikveničko-vinodolske rivijere	61
Program 11: Razvoj ljudskih potencijala	63
Program 12: Razvoj destinacijskog upravljanja	65

1. Ciljevi, metodologija i pristup projektu

Dokument *Strategija razvoja turizma Crikveničko-vinodolske rivijere 2019.-2029.* predstavlja zajedničku platformu Grada Crikvenice, Vinodolske općine i Grada Novog Vinodolskog te njihovih turističkih zajednica i drugih institucija javnog, društvenog i gospodarskog sektora u razvoju turizma. *Strategija* dolazi u vrijeme značajnih ulaganja u infrastrukturu i uređenje mjesta, također koincidira s rješenjem vlasničkih odnosa u vodećim turističkim poduzećima i pokretanjem novih investicija, a što sve govori u prilog anticipacije nove faze u razvojnom ciklusu Crikveničko-vinodolske rivijere kao jedne od destinacija s najduljom turističkom tradicijom u Hrvatskoj.

Težeći održivom razvoju Crikveničko-vinodolske rivijere, odnosno povećanju kvalitete života lokalne zajednice, očuvanju prirodne i kulturne baštine te rastu konkurentske sposobnosti turizma, ciljevi ove *Strategije* su:

- Uspostavljanje jasnog dugoročno održivog koncepta razvoja turizma;
- Definiranje ključnih odrednica vizije i pozicioniranja destinacije;
- Utvrđivanje dugoročnih razvojnih prioriteta, njihovih nositelja i izvora financiranja;
- Pružanje strateškog okvira za prepoznavanje razvojnih projekata privatnog i javnog sektora, privlačenje investicija te povećanje apsorpcijske moći EU fondova.

Strategija je izrađena slijedeći uobičajenu međunarodnu metodologiju izrade strateških razvojnih dokumenata za turističke destinacije te obuhvaća tri osnovne tematske cjeline:

- **Analiza stanja** – odgovara na pitanje 'gdje smo' te sagledava postojeću resursno-atrakcijsku osnovu i značajke turizma na Rivijeri, a kroz SWOT analizu utvrđuje poziciju destinacije u odnosu na relevantno okruženje i tržišne trendove;
- **Vizija, ciljevi i koncepcija razvoja turizma** – odgovara na pitanje 'kamo idemo' te polazeći od scenarija i načela razvoja, postavlja konkurentan tržišni identitet, viziju destinacije, strateške ciljeve razvoja te proizvodno-prostornu koncepciju turizma na Rivijeri;
- **Implementacijske aktivnosti** – odgovara na pitanje 'kako do cilja' specificirajući i razrađujući potrebne i realno provedive razvojne programe u funkciji pokretanja novog razvojnog ciklusa odnosno osiguranja konkurentne turističke ponude Rivijere.

Osnovnu strukturu *Strategije* moguće je prikazati na sljedeći način:

Slika 1.1. Struktura dokumenta



Izvor: Institut za turizam

Pristup izradi *Strategije* polazi od načela otvorenosti, multidisciplinarnosti i uključenosti razvojnih dionika te je obuhvatio:

- **Obilazak terena** – višekratni boravci tima Instituta za turizam na Rivijeri u cilju upoznavanja resursno-atrakcijske osnove te stanja turističke infra i suprastrukture projektnog područja;
- **Intervjue dionika** – provođenje individualnih intervju s ključnim dionicima turističkog razvoja Rivijere kako bi se stekao uvid u stavove o izazovima i potencijalima turističkog razvoja;
- **Fazne prezentacije i strateške radionice s dionicima** – održavanje više prezentacija u različitim fazama rada na projektu kako bi se osiguralo sudjelovanje lokalnih dionika i njihova verifikacija rada;
- **Kabinetska istraživanja** – upoznavanje sa sekundarnim izvorima informacija o različitim obilježjima turističke aktivnosti na Rivijeri, *benchmark* i konkurentskim destinacijama, tržišnim trendovima, faktorima uspjeha proizvoda i sl.

Izvedbu *Strategije* prati Radna skupina koja se sastoji od predstavnika Naručitelja. Fazni izvještaji dostupni su na Internet stranicama turističkih zajednica, a završni dokument i na Internet stranicama jedinica lokalne samouprave.

2. Analiza internog okruženja

2.1. Osnovna obilježja Crikveniĉko-vinodolske rivijere¹

Položaj, obuhvat, veličina i stanovništvo

Crikveniĉko-vinodolska rivijera nalazi se na jugoistoĉnom dijelu Primorsko-granske Źupanije, u prostoru Kvarnerskog zaljeva obuhvaćajući tri teritorijalno različite prostorne cjeline ukljuĉujući obalu uz Vinodolski kanal, Vinodolsku dolinu i Źumovite obronke Kapele u zaleđu. Svojim geografskim poloŹajem najbliŹa je jadranska rivijera nizu jakih emitivnih turistiĉkih trŹiŹta Srednje Europe i kontinentalnim dijelovima Hrvatske Źto je oduvijek predstavljalo jednu od kljuĉnih komparativnih prednosti ovog prostora u razvoju turizma.

Slika 2.1. Crikveniĉko-vinodolska rivijera



Rivijera se prostire na ukupno 539,88km², od ĉega 446,72km² ĉini kopneni dio i 93,16km² morska površina, te obuhvaća tri jedinice lokalne samouprave:

- Grad Crikvenicu (29,98km² na kopnu i 27,92km² u akvatoriju Vinodolskog kanala, ukupne površine 57,90km²), s nizom većih naselja Jadranovo, Dramalj, Crikvenica i Selce;
- Vinodolsku općinu (151,66km²) koju ĉine naselja Tribalj, Drivenik, GriŹane-Belgrad i Bribir;
- Grad Novi Vinodolski (265,08km² na kopnu i 65,24km² u akvatoriju Vinodolskog kanala, ukupne površine 330,32km²) s većim obalnim naseljima Novi Vinodolski, Povile, Klenovica i Sijin.

Prema popisu iz 2011. godine, Rivijera ima 19.900 stanovnika, pri ĉemu u odnosu na 2001. gradovi Crikvenica (11.211) i Novi Vinodolski (5.113) biljeŹe blagi pad (-2%), dok u Vinodolskoj općini (3.577) dolazi do malog rasta (+1%) stanovništva. Negativna prirodna demografska kretanja ublaŹava pozitivan migracijski saldo, iako populacijska problematika postaje ozbiljan izazov. Oko 60% stanovništva ima završenu srednju školu, dok je udio visokoobrazovanih (11%-18%) ispod prosjeka Źupanije (20%). Stanovništvo gradova Crikvenice i Novog Vinodolskog koncentrirano je na obali gdje gustoća naseljenosti na kopnenom dijelu prosjeĉno iznosi 55 stanovnika/km², a na podruĉju Vinodolske općine 24 stanovnika/km². Pri tome se moŹe oĉekivati da tijekom vrhunca turistiĉke sezone broj registriranih i neregistriranih turista te jednodnevnih posjetitelja (turistiĉki dolasci, jednodnevne posjete, boravci u kućama i stanovima za odmor, dolasci prijatelja i roĉaka, nautiĉari i sl.) višestruko nadmašuje broj stalnih stanovnika Rivijere.

Infrastrukturni sustavi

- **Promet.** Crikveniĉko-vinodolska rivijera izuzetno je dobro prometno povezana. Nalazi se u blizini autocesta A7 (Rupa-Rijeka-KriŹiŹće) i A6 (Rijeka-Zagreb) preko kojih je dalje povezana s A2 (Zagreb-Macelj) i A4 (Zagreb-Goriĉan), odnosno s europskim sustavima brzih cesta. ProduŹetak A7 do ĉvora Źuta lokva i povezivanje s autocestom A1 (Zagreb-Dubrovnik) dodatno će unaprijediti prometnu povezanost Rivijere. Za ovo podruĉje takoĉer je znaĉajna Jadranska magistrala koja, meĉutim, s obzirom da je graĉena uz obalu, mjestimiĉno 'presijeca' mjesta Źto ujedno i usporava promet. To je naroĉito akutno u središtu Novog Vinodolskog s jezgrom mjesta iznad, a većinom turistiĉkih sadržaja ispod magistrale te bi realizacija zaobilaznice Selce-Povile bitno pridonijela u smanjivanju ovih neŹeljenih efekata.

Vrlo dobroj dostupnosti Rivijere nadalje pridonosi meĉunarodna Zraĉna luka Rijeka koja se nalazi na udaljenosti od oko 20 km-40 km, koja je operativna cijele godine, koju tijekom ljeta servisiraju redovne linije Croatia Airlines-a s Minhenom i Londonom te niz *low-cost* i *charter* linija (npr. Ryan Air, Eurowings, Condor, Transavia) s Njemaĉkom, Źvedskom, Norveškom, Poljskom. Zraĉna luka u proteklih nekoliko godina biljeŹi stalan rast prometa, uz planove njezinog daljnjeg unapreĉenja. Zraĉna luka povezana je s Crikvenicom redovnim javnim prijevozom.

Prometna povezanost unutar Rivijere sporadiĉno je rješavana, pri ĉemu su lokalni City Bus i City Boat uvedeni na podruĉju Grada Crikvenice pozitivna rješenja.

¹ Izvori: (1) www.crikvenica.hr; (2) www.novi-vinodolski.hr; (3) www.vinodol.hr; (4) www.dzs.hr; (5) www.zjzpgz.hr; (6) www.zavod.pgz.hr; (7) www.rijeka-airport.hr; (8) Obilazak terena, lipanj i srpanj 2018.

Lokalne prometnice većinom su građene uz more što ograničava valorizaciju obale za plaže, šetnice i staze.

Promet u mirovanju predstavlja izazov diljem Rivijere, broj uređenih parkirnih mjesta je nedostatan, posebno tijekom turističke sezone.

- **Vodoopskrba.** Rivijera se opskrbljuje pitkom vodom iz izvora Novljanska Žrnovnica. Voda je izvrsne kvalitete. Izdašnost izvora veća je od količine crpljenja te se vodni resursi procjenjuju dostatnima u predvidivom razdoblju. Priključenost na javnu vodoopskrbnu mrežu varira od oko 65% (Tribalj, Grižane, Bribir), do oko 75% (Crikvenica-Dramalj), odnosno do iznad 90% (Selce, Novi Vinodolski i Drivenik) potencijalnih korisnika. Vodoopskrbi sustav kontinuirano se unapređuje.
- **Elektroopskrba.** Sva područja Rivijere uključena su u elektroopskrbnu mrežu. Postojeći sustav zadovoljava vršna ljetna opterećenja te se raspolaže s dovoljno rezervnog kapaciteta za predvidive buduće potrebe. Obnovljivi izvori energije nisu za sada značajnije uključeni u sustav.
- **Telekomunikacije.** Postojeća TK mreža kapacitetom i kvalitetom zadovoljava postojeću izgrađenost naselja. Prijelaz na optički sustav neće zahtijevati dodatne građevinske zahvate. U mjestima su osigurane besplatne WiFi točke.
- **Otpad.** Zbrinjavanje komunalnog otpada organizirano je za sva domaćinstva i gospodarske subjekte na Rivijeri te uključuje sakupljanje, odlaganje, pretovar i odvoz otpada u ŽCGO Mariščina (Rijeka). Bivše odlagalište Duplje u završnim je fazama sanacije. Radi se na unapređenjima u razdvajanju i smanjenju količina otpada kako bi se u planiranim rokovima dostigli ciljevi nacionalnog plana gospodarenja otpadom usklađenog s EU direktivama.
- **Odvodnja.** Sustav odvodnje i pročišćavanja otpadnih voda samo je djelomično izgrađen. Na javnu mrežu priključeno je Selce (95% objekata), veći dijelovi naselja Dramalj, Crikvenica, Novi Vinodolski i Klenovica (oko 60%-65%) dok ostala naselja nemaju organiziranu javnu odvodnju. Sustav se kontinuirano širi i unapređuje.

Svi infrastrukturni sustavi izloženi su velikom pritisku tijekom ljetne turističke sezone.

Gospodarska struktura i razvijenost

Sve tri jedinice lokalne samouprave Crikveničko-vinodolske rivijere ulaze u skupinu iznadprosječno razvijenih gradova i općina Hrvatske te je prema stupnju razvijenosti Crikvenica na 45., Novi Vinodolski na 82., a Vinodolska općina na 144. mjestu². Dostignuti stupanj razvijenosti cijelog područja u značajnoj je mjeri odraz važnosti turizma kao pokretača gospodarske aktivnosti. Potvrđuje to veličina i važnost

poduzetnika uključenih u pružanje usluga smještaja te posluživanja hrane i pića, ali i djelatnosti koje su izravno ili neizravno povezane s pružanjem usluga posjetiteljima kao što su trgovina, građevinarstvo ili različite druge uslužne djelatnosti. Istovremeno, unatoč raspoloživim resursima i pokretanju revitalizacije vinogradarstva, poljoprivrede i ribarstvo u ovom su trenutku nedovoljno tržišno valorizirani i povezani s turizmom. Naime, na području Rivijere registrirano je oko 100 OPG-ova, te svega jedna poljoprivredna zadruga i dvije vinske udruge koji su vrlo su slabo uključeni u turizam.

Podaci o strukturi ukupnog prihoda poduzetnika sa sjedištem na području Rivijere u 2017. godini pokazuju da je pružanje smještaja te pripreme i usluživanja hrane u Crikvenici i Novom Vinodolskom relativno najvažnija pojedinačna djelatnost, a među važnijim djelatnostima slijede i djelatnosti vodnog gospodarstva te gospodarenja otpadom, prerađivačka industrija, građevinarstvo te administrativne i pomoćne djelatnosti. Ukupan prihod poduzetnika registriranih na području Vinodolske općine dominantno se ostvaruje u uslužnim djelatnostima, uključujući trgovinu (iako postojeća ponuda trgovine na malo u samoj Općini ne zadovoljava ni potrebe lokalnog stanovništva, ni rastućeg broja stacionarnih turista) te smještaj, hranu i piće, dok u strukturi trgovačkih društava pretežu djelatnosti građevinarstva te pružanja usluga smještaja i turizma.

Tablica 2.1. Ukupan prihod* poduzetnika registriranih na području gradova Crikvenice, Novog Vinodolskog i Vinodolske općine u 2017. godini

	Grad Crikvenica		Grad Novi Vinodolski		Vinodolska općina	
	u 000 kn	u %	u 000 kn	u %	u 000 kn	u %
Poljoprivreda, šumarstvo i ribarstvo	549	0	11.582	4	190	0
Prerađivačka industrija	42.972	9	40.198	12	1.774	3
Voda, otpad, sanacija okoliša	39.353	8	55.398	17		0
Građevinarstvo	41.812	9	15.230	5	1.719	3
Trgovina	36.471	8	43.941	14	11.035	19
Prijevoz i skladištenje	2.222	0	2.222	1		0
Smještaj, hrana i piće	177.368	37	65.800	20	4.337	7
Administrativne i pomoćne djelatnosti	49.904	10	13.549	4	1.564	3
Ostale djelatnosti	94.232	19	74.722	23	38.559	65
Ukupno	484.884	100	322.642	100	59.180	100

* Ukupan prihod umanjen je za troškove prodane robe

Izvor: Podaci iz registra godišnjih financijskih izvještaja FINA, obrada autori

² Vrijednosti indeksa razvijenosti i pokazatelja za izračun indeksa razvijenosti prema novom modelu izračuna na lokalnoj razini (razdoblje 2014.-2016.) - preliminarni rezultati izračuna (<https://strukturnifondovi.hr/objavljeni-rezultati-novog-indeksa-razvijenosti>).

Sve tri jedinice lokalne samouprave tijekom 2017. godine bilježe rast poduzetničke aktivnosti. Naime, ukupan prihod tvrtki registriranih na području Grada Crikvenice u 2017. povećan je za 18% uz rast zaposlenosti za 9%, na području Grada Novog Vinodolskog ukupan prihod povećan je za 15% uz smanjenje broja zaposlenih za 1%, a na području Vinodolske općine prihod je povećan za 48% i broj zaposlenih za 19%.

Prikazani podaci o gospodarskoj strukturi tek djelomično opisuju stvarne gospodarske tokove. Naime, ne samo da gospodarsku aktivnost na području Rivijere ostvaruju i tvrtke čije je sjedište izvan jedinica lokalne samouprave Rivijere, kao što su primjerice tvrtke u segmentu trgovačkog ili bankarskog poslovanja, već i važan dio ukupne gospodarske aktivnosti obavljaju, podacima neobuhvaćeni, obrti i kućanstva. Tako su na području Grada Crikvenice u 2018. registrirana 453, Grada Novog Vinodolskog 213 te Vinodolske općine 112 aktivnih obrta, koji su značajnim dijelom izravno ili neizravno usmjereni na turističku potražnju.³ Jednako tako, prema podacima eVisitor-a na području Grada Crikvenice domaćinstva u 2018. godini pružaju usluge komercijalnog smještaja u 2.551 objekata (5.210 smještajnih jedinica), na području Grada Novog Vinodolskog u 1.038 objekata (2.065 smještajnih jedinica), a u Vinodolskoj općini u 273 objekta (296 smještajnih jedinica).

Kako bi dodatno potaknuli i usmjerili gospodarski razvoj sve tri jedinice lokalne samouprave osnovala su Poduzetnički centar 'Vinodol' s osnovnom funkcijom pružanja informacija i tehničke pomoći poduzetnicima, organizacije edukacije te predstavljanja poduzetnika na tržištu, a istodobno su pokrenuti i različiti programi poticanja usmjereni na diversifikaciju gospodarske aktivnosti. Uz ostvaren BFC-SEE certifikat koji označava povoljnu investitorsku i poduzetničku klimu, u Crikvenici su u okviru *Programa mjera poticanja razvoja poduzetništva* uspostavljenije mjere za poticanje ribarstva, poljoprivrede i poduzetništva (manja bespovratna sredstva ili sufinanciranje aktivnosti). U nastojanju da smanje ovisnost o turizmu odnosno povećaju stupanj diversifikacije gospodarske strukture, Grad Novi Vinodolski i Vinodolska općina aktivno provode mjere poticanja razvoja gospodarstva kako u segmentu uspostavljanja/izgradnje poslovnih zona tako i osiguranja poticajnih kreditnih sredstava i subvencioniranja kamata za poduzetničke projekte.

Stanje okoliša

- **Voda, zrak, more.** Kvaliteta vode za piće i kvaliteta zraka na području cijele Crikveničko-vinodolske rivijere kontinuirano su ocjenjene izvrsnima. Mjerenja ukazuju da je kvaliteta mora za kupanje također izvrsna i dobra (93%, odnosno 7% u Gradu Crikvenici i 83%, odnosno 17% u Gradu Novi Vinodolski), iako je u

neposrednom proteklom razdoblju dolazilo do povremenih kratkotrajnih onečišćenja mora uz zabranu kupanja na pojedinim mjernim mjestima.

- **Prostor.** Evidentna je degradacija obalnog prostora gdje je koncentrirana gotovo sva turistička aktivnost i koji danas u velikoj mjeri karakterizira:
 - Visoka razina apartmanizacije unutar građevinskih područja naselja, naročito prisutna na području Grada Crikvenice, gdje je u 2011. evidentirano korištenje 51% stambenih jedinica za povremeno, a 47% za stalno stanovanje, pri čemu tijekom posljednjih nekoliko godina proces izgradnje kuća za odmor i najam kreće i prema unutrašnjosti, posebice prema Vinodolskoj općini. Istovremeno, predviđene turističke (T) zone se ne realiziraju;
 - Visoka opterećenost pretežito uskog plažnog prostora, posebice u naseljima, na što ukazuju podaci o raspoloživom prostoru po kupacu koji iznosi 1,8 m² na području Grada Crikvenice, odnosno 2,2 m² na području Grada Novi Vinodolski, a što je ispod prihvatljivog minimalnog standarda za javne plaže. Visokom opterećenju plaža pridonose gosti na jednodnevnim organiziranim izletima. Dodatno je upitna i opremljenost dijela plaža (npr. sanitarije, komunalna oprema, ugostiteljska, trgovačka, rekreacijska ponuda), odnosno upravljanje plažama koje je u najvećoj mjeri organizirano kroz jednogodišnja koncesijska odobrenja.⁴ Svijest o potrebi uređenja plaža jača i počinje se raditi na projektima uređenja obale i plaža (npr. završen potez Novi Vinodolski-Zagori);
 - Mjestimično narušena estetika prostora, uslijed nepoštivanja, mahom od strane privatnog sektora, u prostornim planovima propisanih urbanističkih i pravila građenja te uređenja prostora (npr. izgrađenost parcele, katnost, volumen, elementi oblikovanja zgrada), ali i uslijed *ad hoc* rješenja javnog sektora, nepropisivanja standarda komunalne opreme, nebrizi i neodržavanju javnih površina, a prije svega plaža, te ne-sankcioniranja društveno neodgovornog i nepoželjnog ponašanja. Određeni napušteni i/ili zapušteni objekti i lokacije dodatno nagrdjuju prostor (npr. hotel Miramare, kino Jadran, hotel Eden, hotel Ivančica, potez autobusni kolodvor-tržnica, potez 'komunalno-industrijske zone' uz Dubračinu u Crikvenici; hotel Slaven u Selcima; hotel San Marino, zona bivšeg transporta Šumarije u luci u Novom Vinodolskom; zgrada 'Kamensko' u središtu Grižana).

³ www.or.portor.hr

⁴ Magaš, D. et al (2015), *Regionalni program uređenja i upravljanja morskim plažama na području Primorsko-goranske županije*, FMTU, Sveučilište u Rijeci

2.2. Turistička resursna osnova⁵

U nastavku se daje sažeti prikaz turističke resursne osnove Crikveničko-vinodolske rivijere kao baze za formiranje turističkih proizvoda i motiviranja boravka na ovom području.

Prirodna baština		
Domena	Resursi/Atrakcije	Razina turističke opremljenosti/valorizacije
Krajoblik	– Krajobrazne cjeline – tri različite cjeline uključujući morsku obalu i podmorje, Vinodolsku dolinu te obronke planinskog masiva Kapela – Obala i podmorje – oko 40 km vrlo razvedene obale; pjeskovito dno – Tribaljsko jezero – umjetno jezero, 41 ha, u blizini mora, poribljeno – Sliv Slani potok – veliko, aktivno klizište, 4 ha, u Grižanama; materijal iskoristiv za izradu keramike te se nagađa da je bio korišten u Rimsko doba u radionici Ad Turres – Rijeka Dubračina – teče Vinodolskom dolinom, ulijeva se u more u Crikvenici – Rijeka Ričina – ulijeva se u more u Novom Vinodolskom	– Srednja – Cjelokupan prostor neravnomjerno turistički opremljen i valoriziran, od visoko saturirane obale do sporadično i čak rijetko turistički korištenog zaleđa
Klima	– Umjereno topla sredozemna klima, visoka osunčanost od 2500 sati godišnje – Područje miješanja morskog i gorskog zraka – Područje poznato po jakim burama	– Srednja – Usmjerenje na valorizaciju tople ljetne klime – Nedovoljno valorizirana ljekovita svojstva klime
Zaštićena prirodna baština	– NATURA 2000 – obuhvaća dijelove Vinodolske općine, šumsko zaleđe i područje Žrnovnice u Gradu Novi Vinodolski – Strogi rezervat Bijele i Samarske stijene – jedinstven stjenovit krški reljef – Posebni rezervati – Kolovratske stijene (krški reljef), Tomišina, Bukova i Vodna Draga, padine Velog vrha (šumovite doline) – Značajni krajobraz Vinodola – stjenovit i šumovit pejzaž Vinodolske doline – Jama Vrtare male – duboka oko 30 m, pronađeni fosilni ostaci – Spomenik prirode Guljanov dolac – 2 hrasta medunca, stari 350-400 godina	– Srednja – Razvedeni uređeni sustavi cesta, ruta, staza i šetnica – Djelomično izvedena turistička signalizacija i interpretacija – Niska razina turističkog korištenja zelenog zaleđa
Biljni i životinjski svijet	– Flora – karakteristična submediteranska flora, prevladavaju zajednice hrasta medunca, bijelog graba i bukve; travnate livade naročito u zaleđu – Fauna – prisutne zaštićene vrste uključuju surog orla, sovu ušaru, leptire plavac i apolon; u zaleđu stalna prisutnost mrkog medvjeda, vuka, risa, divljih konja – Riba – pjeskovito podmorje pogoduje plemenitoj ribi i škampu te plavoj ribi	– Srednja – Djelomično izvedena turistička interpretacija – Domena interesa manjih niša posjetitelja
Kulturna baština		
Domena	Resursi/Atrakcije	Razina turističke opremljenosti/valorizacije
Središnja naselja	– Crikvenica – nastala na mjestu rimske postaje Ad Turres; utemeljiteljem se smatra Nikola IV Frankopan; imala funkciju luke za vinodolske kaštele, kroz povijest ribarsko naselje; od kraja 19. st. razvija se kao turističko središte, 1906. proglašena klimatskim lječilištem; ove godine slavi 130 godina turizma; zaštićena povijesna jezgra – Novi Vinodolski – prvo spominjanje datira iz 1288. kada nastaje Vinodolski zakon, stoljećima pod vlasti obitelji Frankopan, kroz povijest živjelo se od poljoprivrede;	– Visoka: Crikvenica i Novi Vinodolski – Niska do srednja: Bribir

⁵ Izvori: (1) www.crikvenica.hr; (2) www.novi-vinodolski.hr; (3) www.vinodol.hr; (4) www.rivieracrikvenica.com; (5) www.tz-novi-vinodolski.hr; (6) www.tz-vinodol.hr; (7) www.mgc.hr

Domena	Resursi/Atrakcije	Razina turističke opremljenosti/valorizacije
Važnija obalna i ruralna naselja	turistički razvoj započinje krajem 19. st.; ove godine slavi 140 godina turizma; zaštićena povijesna jezgra	
	– Bribir – jedan od kaštela knezova Frankopana i središnje mjesto Vinodola – Obalna naselja – Dramalj, Jadranovo, Selce (dio Grada Crikvenica); Povile, Klenovica, Sibinj (dio Grada Novi Vinodolski) – Ruralna naselja – Breze, Krmpote, D. i G. Zagon, Ledenice (dio Grada Novi Vinodolski); Drivenik, Tribalj, Belgrad, Grižane (dio Vinodolske općine); Drivenik-zaštićena kulturno-povijesna cjelina, Belgrad-zaštićena ruralna cjelina	– Visoka: Obalna naselja – Niska do srednja: Ruralna naselja
Arheološka baština	– Prapovijesna nalazišta – gradinska naselja Gračišće, Sopalj, Obla, Drenin, Sv. Juraj, Osap; Tumuli Vela Stražnica, Stolnić – Antička nalazišta – Uvala Lokvišće u Jadranovu, utvrđen stambeni sklop, služio za nadzor plovidbe kanalom između kopna i otoka Krka; 'Ad Turres' u Crikvenici, radionica keramike, uključujući amfore tipa 'Crikvenica'; Otočić Sv. Marin u Novom Vinodolskom, u temeljima crkvice pronađen rimski natpis (4. st.) – Starohrvatska groblja Vinodola – Veli dol, Tribalj, Stranče, Bribir, bogati nalazi srednjovjekovnog nakita i uporabnih predmeta iz nekropole Stranče čuvaju se u Pomorskom i povijesnom muzeju u Rijeci – Kašteli i fortifikacije – kasnoantičke i srednjovjekovne utvrde Badanj i Lopar; Frankopanski kašteli Drivenik, Grižane, Bribir, Novi Vinodolski i Ledenice; Ledenice su jedini srednjovjekovni grad na području Vinodola sačuvan u cijelosti – Kulturno-povijesna cjelina Kotor – smatra se 'starom Crikvenicom', veliko naselje sa župnom i 5 manjih crkava, uništeno u požaru 1776. i napušteno	– Niska do srednja – Djelomično izvedena turistička signalizacija, prezentacija i interpretacija pojedinih lokaliteta – Uređeni Frankopanski kašteli (Drivenik, Bribir) otvoreni za posjet samo prilikom manifestacija ili uz najavu – Otočić Sv. Marin sve je popularniji za održavanje vjenčanja
Kultura života i rada	– Vinodolski zakon – najstariji hrvatski zapis običajnog prava, datira iz 1288., sastavili predstavnici 9 vinodolskih gradova, pisan glagoljicom na starom hrvatskom; čuva se u Nacionalnoj i sveučilišnoj biblioteci u Zagrebu – Sakralna baština – sakralni objekti Vinodola sa sakralnim zbirkama (crkva Pohođenja Blažene Djevice Marije Elizabeti, Tribalj; Sv. Dujam, Drivenik; Sv. Martin, Grižane; Majka Božja Snježna, Belgrad; Sv. Petar i Pavao, Bribir); jedinstvena Staklena kapelica (zaleđe, grad Novi Vinodolski); Stolna crkva Sv. Filipa i Jakova, crkva Sv. Trojstva (Novi Vinodolski); Crkva Uznesenja Blažene Djevice Marije, crkva Sv. Antona (Crikvenica); Brojni pokloci, raspela i kalvarije – Primorska ruralna arhitektura – kuća Belobrajić (Tribalj), kuća Joze Lončarića (Selce), kuće raspršene po selima u cijelom Vinodolu – Ladanjska arhitektura – hoteli Kvarner Palace i Miramare u Crikvenici, obalne vile – Vojna arhitektura 1. i 2. svjetskog rata – vojni položaji i brojni bunker – Šterne i perila – javna vodoopskrba po selima Vinodola, zaštićena vodosprema u Selcu – Poljoprivredna tradicija – mlinice u Vinodolu (oko sela Cerovići, Gladova malenica, malenica kod Jargova); toševi u priobalju (Dramalj, Selce, seoska gumna); suhozidi – Ribarska tradicija – tunere (Jadranovo, Selce, Novi); tradicijske drvene barke – Karneval – rasprostranjen na području; Mesopusni običaji Vinodola, Crikvenička maškarana povorka, Mesopusni selački običaji i mlača prazne slame, Novljanski mesopust i igranje Novljanskog kola – Gastronomija – tipična lokalna jela uključuju 'Bribirski prisnac' (uskršni kruh), 'batudu' (gusta juha od povrća), 'crikveniške rupice od ribe', 'tortu Frankopan', 'bribirske	– Niska do srednja – Djelomično izvedena turistička signalizacija i interpretacija pojedinih lokaliteta i/ili tema – Dio sakralnih objekata otvoreni za posjet iako samo prilikom slavlja ili uz najavu – Gastronomska tradicija slabo odražena u današnjoj ponudi; mjestimično dolazi do revitalizacije vinarstva (Vinarija Pavlomir, Novi Vinodolski, 31 ha vinograda), uzgoj kamenica i dagnji (Žrnovnica)

Domena	Resursi/Atrakcije	Razina turističke opremljenosti/valorizacije
	makarune'; 'Cesta plave ribe' povezuje restorane s tipičnim menijima baziranim na plavoj ribi'; tiskana 'Kuharica našeh non', 'Mića vinodolska kuharica' i 'Jela Grada Novog Vinodolskog'; obala je bila ribarski kraj, s mediteranskom kuhinjom (riba i plodovi mora, lešo povrće, maslinovo ulje), dok je u vinodolskoj dolini postojala snažna tradicija vinarstva, voćarstva (trešnje, smokve) i poljoprivrede (žitarice, mrkva, zelje, fažol, krumpir), a u prehrani učestale kaše s palentom uz korištenje samoniklog bilja	
Povijesne ličnosti	– Obitelj Frankopan – vlastelini, političari, vojskovođe, intelektualci, od 11.-17. st. vladaju područjem Crikvenice-Vinodola-Novog Vinodolskog – Juraj Julije Klović – rođen u Vinodolu (1498.), jedan od najvećih europskih minijaturista i dio kruga vodećih umjetnika 16. stoljeća – Obitelj Mažuranić – porijeklom iz Novog Vinodolskog, dala niz uglednika, obilježavaju kulturna i politička zbivanja u Hrvatskoj u 19. i 20. st., uključujući pjesnika i hrvatskog bana Ivana Mažuranića, te njegovu braću Antuna (jezikoslovac) i Matiju (putopisac) – Josip Pančić – rođen u Bribiru, liječnik i botaničar, otkrio novu vrstu crnogorice po njemu nazvana 'Pančićeva omorika' – Mihovil Kombol – iz Bribira, književnik, književni povjesničar i prevoditelj – Antun Barac – rođen u Grižanama, književni povjesničar i kritičar – Ivan i Josip Skomerža – rođeni u Crikvenici, članovi imućne ribarske obitelji, izgradili hotel Nadvojvotkinje Klotilde što je prvi hotel u Crikvenici – Zvonko Car – rođen u Crikvenici, akademski slikar i kipar	– Srednja – Djelomična turistička signalizacija i interpretacija – Uređeni izložbeni postavi (Klović, Mažuranić, Pančić, Car) – Dio tematske rute 'Putovima Frankopana' prolazi područjem Rivijere
Odabrane kulturne ustanove	– Kućica od ribari, Jadranovo – nasljeđe vezano uz ribarstvo (izdvojen postav MGC-a) – Muzej grada Crikvenice (MGC) – više zbirke koje dokumentiraju lokalni život – Gradska galerija Crikvenica – predstavlja djela suvremenih umjetnika – Memorijalni atelje Z. Cara, Crikvenica – stalni postav u kiparskom ateljeu – Kuća Klović, Grižane – muzejska zbirka o životu i radu J. Klovića i kulturi Vinodola – Frankopanska kula Turan, Bribir – zbirka frankopanskih grbova, oružja, pečata – Narodna knjižnica i čitaonica, Bribir – Narodna čitaonica i knjižnica, Novi Vinodolski – osnovao 1845. Josip Mažuranić, među najstarijima u Hrvatskoj, važna u Ilirskom pokretu, redovito izdaje 'Novljanski zbornik' – Narodni muzej i galerija, Novi Vinodolski – smješten u frankopanskom kaštelu, arheološka građa, etnografija, memorijalna zbirka obitelji Mažuranić, soba u kojoj je potpisan Vinodolski zakon – Gradska galerija Turnac, Novi Vinodolski – predstavlja djela suvremenih umjetnika – Hrvatski institut za ljudska prava, Novi Vinodolski – s Pravnim fakultetom Sveučilišta u Rijeci održava 'Ljetnu školu ljudskih prava'	– Visoka – Mogućnost daljnjeg osuvremenjivanja izložbenih postava, prilagođavanja radnog vremena individualnim turističkim posjetama
Manifestacije	– Oko 340 događanja u 2018.; Etabliranije uključuju: – Grad Crikvenica – Karneval, Ribarski tjedan (52.), Tjedan plave ribe (6.), CrikvArt (5.), Adriatica Folk Fest (7.), Melodije s okusom mora (7.), Sretno Selce (7.), Plivački maraton Šilo-Crikvenica (108.), Adria Advent Maraton (7.), Stolnoteniski turnir 'Plaža Crikvenica' (40.), Tour of Croatia (4.), CIHT Konferencija (6.) – Općina Vinodolska – Karneval, Vinodolske ljetne večeri (18.), Ružica Vinodola (15.) – Grad Novi Vinodolski – Karneval (zimski i ljetni) i Mesopusni narodni običaji, Dani sporta i glazbe (20.), Ružica Vinodola (15.), Okolotorno (4.), Fešta od kilometra (3.)	– Srednja – Iako se organizira izuzetno velik broj manifestacija i iako ih je više koje se već tradicionalno vežu uz ovo područje, manifestacije imaju pretežito zabavni karakter za posjetitelje koji se već nalaze na Rivijeri i za lokalno stanovništvo – Među postojećim manifestacijama uglavnom nema onih koji motiviraju dolazak na Rivijeru i/ili stvaraju jak imidž

Sportski, rekreacijski, zdravstveni, kongresni i zabavni sadržaji		
Domena	Resursi/Atrakcije	Razina turističke opremljenosti/valorizacije
Plaže	- Oko 16 km plaža 39 uređenih i 20 prirodnih plaža 6 plaža s 'Plavom zastavom' 2 plaže za pse (u blizini središta Crikvenice, uvala Tepli Porat na izlasku iz Grada Novog Vinodolskog)	Niska do srednja - Nedostatan plažni prostor i visoko opterećenje plaža - Izostanak tematizacije i profiliranja - Nedovoljno kvalitetno uređenje (npr. ugostiteljska, rekreacijska i trgovačka ponuda, sanitarije, itd.) - Upravljanje većinom plaža kroz kratkoročna koncesijska odobrenja, iznimke TN Kačjak, Hotel Omorika, Gradska plaža Crikvenica, dijelovi plaže Podvorska, Rokan Selce
Akvarij	Aquarium Crikvenica – jadranske i tropske ribe	Srednja - Mali postav, 200 m², radno vrijeme prilagođeno
Ceste, rute, staze i šetnice	Ceste – Cesta vidikovaca 'Oči Vinodola', oko 65 km, 6 vidikovaca, kroz Vinodol; 'Cesta plave ribe', povezuje restorane i hotele s ponudom jela od plave ribe Ruta – 'Putovima Frankopana', objedinjuje 17 kaštela i 3 sakralna objekta u PGŽ, od čega su 5 kaštela i 1 sakralni objekt na području Rivijere Planinarske i pješačke staze – 7 staza, ukupno oko 210 km, trasirane uz more i kroz zaleđe, različita razina zahtjevnosti; 'Staza kamenih stupa', Grižane, kružna, uključujući 1300 klesanih stepenica Biciklističke staze – 6 staza, ukupno oko 290 km, trasirane uz more i kroz zaleđe, različita razina zahtjevnosti Šetnice – Nebeski labirint (Krmpute); Mediteranski labirint ljubavi (Crikvenica), Ljubavna cestica (Crikvenica); Šetnica uz Dubračinu (Crikvenica-Tribalji); Šetnica uz Tribaljsko jezero; Kačjak-Perhati; Obalne promenade s parkovima i šetališta u mjestima	Visoka - Sadržaji obilježeni turističkom signalizacijom - Za najveći dio osmišljena tematizacija - Raspoloživi su interpretacijski sadržaji (npr. table uz vidikovce 'Oči Vinodola', posjetiteljski centar rute Putovima Frankopana) - Raspoložive su usluge vođenja (npr. licencirani vodiči za planinarske i biciklističke staze, aplikacija za obilazak Putova Frankopana)
Sportski objekti	Sportske dvorane – Gradska dvorana Crikvenica; više školskih dvorana Nogometna igrališta – Gradski stadion Crikvenica, tereni u Novom i Triblju Plivalište – Gradsko plivalište Crikvenica (na otvorenom, u moru) Ronilački centri – 4 centra (3 u Gradu Crikvenica, 1 u Gradu Novi Vinodolski), ponuda najma opreme, organizacije zarona, <i>snorkling</i>-a, izleta, škola ronjenja Tenis – najam terena u sklopu hotela/TN Kačjak, Omorika, Kvarner Palace, Vila Anda, Novi Resort, Hotel Lišanj Bočališta – u svim mjestima Uzletišta za <i>paragliding</i> i uzletišta za <i>zmajarenje</i> – iznad Triblja (768 m), velik broj letivih dana, dobra visinska razlika, greben dug oko 20 km, pogled na more i brda, dobar cestovni pristup, ponuda tandem letova Adrenalin park – Crikvenica, ponuda sportskog penjanja, <i>paintball</i>, <i>cageball</i>, Ribolov – 6 ribolovnih društava, ponuda ribolova na moru, ponuda na Tribaljskom jezeru gdje su uređene 24 ribolovne pozicije uz jezero Lov – 2 državna lovišta, 6 lovačkih društava, lovi se medvjed, srna, jelen, divlja svinja	Srednja - Ponuda ronjenja, tenisa i adrenalinskih sportova prilagođena je potrebama turističke potražnje - Ponuda dvoranskih sportova, nogometa, lova i ribolova usmjerena je u najvećoj mjeri na lokalno stanovništvo i članove klubova/društava

Domena	Resursi/Atrakcije	Razina turističke opremljenosti/valorizacije
Marine i luke za javni promet	– Marine – 2 marine, 'Marina Novi', najviša kategorija '5 sidara', sa 204 veza, mogućnost pristajanja manjih kruzera; 'Mitan Marina' sa 180 vezova (obje u Novom Vinodolskom) – Luke za javni promet – 14 luka županijskog i lokalnog značaja (10 u Gradu Crikvenica, 4 u Gradu Novi Vinodolski)	– Visoka – U marinama raspoloživi ugostiteljski, trgovački i smještajni sadržaji, usluge opskrbe brodova, usluge održavanja, pohrane i nadzora brodova – U većim lukama raspoloživi turistički vezovi
Zdravstveno-turistički sadržaji	– Medicinske ustanove – Thalassotherapia Crikvenica – Specijalna bolnica za medicinsku rehabilitaciju bolesti respiratornih organa i lokomotornog sustava – Poliklinika OXY – specijalizirani za baromedicinu – Poliklinika Katunar – specijalistički pregledi, laboratorijska i radiološka dijagnostika – Poliklinika Terme Selce – specijalizirani za fizikalnu i sportsku medicinu, reumatološke bolesti te rehabilitaciju – Više manjih stomatoloških ordinacija – Hotelski wellness centri – hoteli Mediteran, Kvarner Palace, Esplanade, Crikvenica, Marina, Amabilis, Katarina, Lišanj, Resort Novi – Hotelski mikro wellness centri – hoteli Vali, Grand hotel Dramalj, Aparthotel Club Vala, hostel Mali Pariz	– Srednja – Medicinske ustanove prilagođavaju se potrebama turista (npr. služba marketinga, smještaj, HiP i tretmani odvojeni od HZZO, članovi 'Kvarner Health') – Wellness ponuda je bazična (npr. bazen, saune, masaže); izuzetak je Resort Novi, obuhvaća 10.000 m² zatvorenog i 4.000 m² otvorenog prostora, 14 dvorana za tretmane i masaže – Crikvenica je prepoznata na domaćem tržištu kao lječilišno mjesto
Kongresni sadržaji	– Kongresne dvorane – hoteli Mediteran, Omorika, Kvarner Palace, Marina, Katarina, Lišanj, Resort Novi; Thalassotherapia Crikvenica – Dvorana 'Zora' (zgrada Gradske vijećnice Crikvenice) – Gradska vijećnica Crikvenica – Gradska vijećnica Novi Vinodolski	– Visoka – Dvorane kapaciteta do 450 osoba, standardna AV oprema; Resort Novi nudi i veliku izložbenu dvoranu

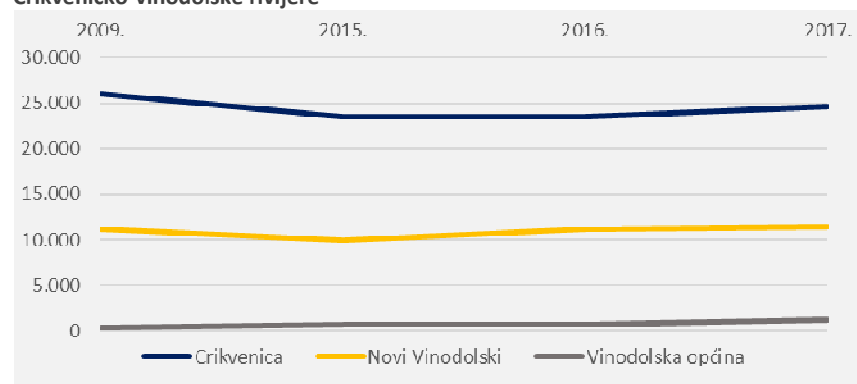
2.3. Performanse turistiĉkog sektora⁶

Crikveniĉko-vinodolska rivijera ubraja se meĊu destinacije s najduljom turistiĉkom tradicijom u Hrvatskoj. U nastavku toĉke daje se pregled današnjeg stanja turistiĉke ponude te kretanja i obiljeŹja turistiĉke potraŹnje.

Ponuda smještaja

- **Veliĉina.** U 2017. godini Rivijera je raspolagala s 37.674 leŹajeva u komercijalnim smještajnim kapacitetima. Ponuda Rivijere predstavlja 18% ukupne smještajne ponude Kvarnera. Grad Crikvenica raspolaŹe s najvećim udjelom, odnosno 65% smještajnih kapaciteta, slijedi Grad Novi Vinodolski s udjelom od 31% i Vinodolska općina s 4% ukupnog smještaja na Rivijeri;

Slika 2.2. Smještajni kapacitet (ukupni leŹajevi) na podruĉju Crikveniĉko-vinodolske rivijere



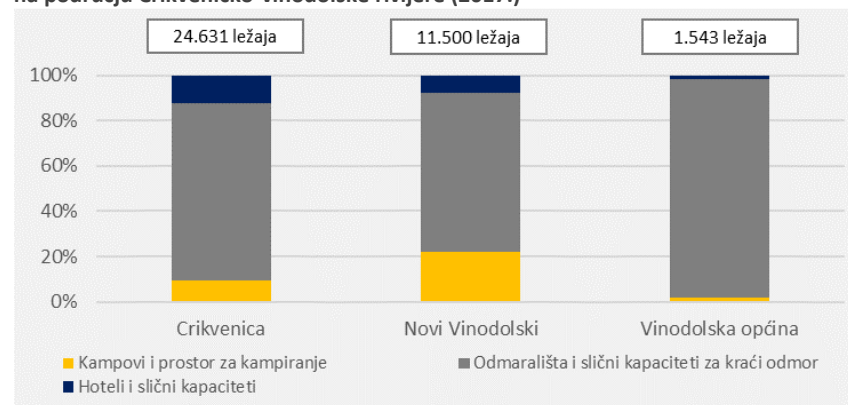
Izvor: DrŹavni zavod za statistiku RH

U razdoblju od 2015. do 2017. godine smještajna ponuda Rivijere povećana je za 9,5%, no, u odnosu na 2009. godinu smještajni kapacitet stagnira. Naime, iako je u razdoblju od 2009. do 2017. kapacitet Grada Novog Vinodolskog povećan za 2% (povećanje udjela Grada za 0,65 postotnih bodova), a Vinodolske općine gotovo uĉetverostruĉen (povećanje udjela Općine za 3,1 postotni bod), Grad Crikvenica

biljeŹi kumulativno smanjenje kapaciteta za 5% (smanjenje udjela destinacije u ukupnom smještajnom kapacitetu Rivijere za 3,7 postotnih bodova);

- **Struktura.** Crikveniĉko-vinodolska rivijera preteŹito je destinacija obiteljskog smještaja u kojoj skupina odmarališta i sliĉni kapaciteti ĉini 77% ukupnih leŹajeva (od ĉega je 80% u domaćinstvima), slijede kampovi i prostor za kampiranje s 13%, dok hoteli i sliĉni kapaciteti imaju najmanji udio od 11% ukupno leŹajeva;

Slika 2.3. Struktura smještajnog kapaciteta (ukupni leŹajevi) na podruĉju Crikveniĉko-vinodolske rivijere (2017.)



Izvor: DrŹavni zavod za statistiku RH

Udio odmarališta i sliĉnih kapaciteta iznosi 96% u Vinodolskoj općini, 78% u Gradu Crikvenici i 70% u Gradu Novi Vinodolski. Smještaj u odmaralištima i sliĉnim kapacitetima rastao je u razdoblju od 2009. do 2017. na cijeloj Rivijeri, za 17% u gradovima Crikvenici i Novom Vinodolskom te za 400% na podruĉju Vinodolske općine. U posljednje dvije godine ova vrsta kapaciteta i dalje intenzivno raste, 47% u Gradu Crikvenici, 48% u Gradu Novi Vinodolski i 70% u Vinodolskoj općini. Tijekom 2018. godine zabiljeŹen je iznadprosjeĉan rast komercijalnog smještaja u kućama za odmor, prije svega na podruĉju Vinodolske općine gdje posluju 162 takve smještajne jedinice, odnosno 41% svih takvih objekata na podruĉju Rivijere;

Ponuda kamping kapaciteta takoĊer raste, prije svega kao odraz rasta kamping kapaciteta na podruĉju Grada Novi Vinodolski i to za 38% u razdoblju 2009.-2017.;

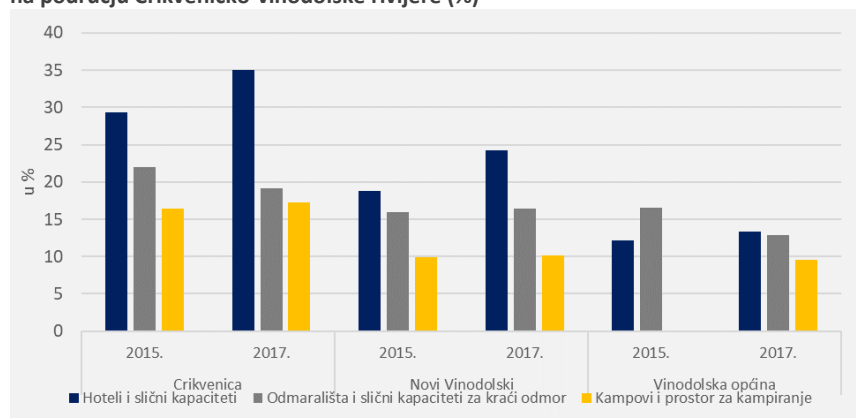
⁶ Izvori: (1) www.rivieracrikvenica.com; (2) www.tz-novi-vinodolski.hr; (3) www.tz-vinodol.hr; (4) www.dzs.hr; (5) HTZ, e-Visitor baza podataka; (6) MaruŹić, Z. (2018), *TOMAS Ljeto 2017, Obrada Crikveniĉko-Vinodolska rivijera*, Institut za turizam; (7) Institut za turizam (2011), *Glavni plan i strategija razvoja turizma RH, IzvjeŹtaj 5.*; (8) TZ Kvarner, PGŹ (2016), *IstraŹivanje snage i*

percepcije brenda Kvarner, Ipsos Marketing; (9) Institut za turizam i HTZ (2018), *Percepcija Hrvatske kao destinacije zdravstvenog turizma*; (9) Obilazak terena, lipanj i srpanj 2018.

Udio hotelskog smještaja najviši je u Gradu Crikvenici (12% ili oko 3000 ležajeva), slijedi Grad Novi Vinodolski (8%) te Vinodolska općina (2%). U razdoblju od 2009. do 2017. godine hotelski kapacitet u gradovima Crikvenici i Novi Vinodolski, kao odraz tranzicijskih procesa i procesa obnove objekata usmjerenih na povećanje kvalitete, statistički je smanjen.

- **Iskorištenost.** Bruto iskorištenost smještajnih kapaciteta je niska i u 2017. godini kretala se u rasponu od najviših 21% u Gradu Crikvenici do 16% u Gradu Novom Vinodolskom i u Vinodolskoj općini;

Slika 2.4. Bruto iskorištenost smještajnih kapaciteta (ukupni ležajevi) na području Crikveničko-vinodolske rivijere (%)



Izvor: Državni zavod za statistiku RH, obrada autori

Najviša razina bruto iskorištenosti u 2017. godini ostvaruje se u skupini hoteli i slični kapaciteti, slijede odmarališta i slični kapaciteti te kampovi i prostori za kampiranje:

- **Hoteli i slični kapaciteti:** Najvišu iskorištenost ostvaruje Grad Crikvenica (35%), slijedi Grad Novi Vinodolski (24%) te Vinodolska općina (13%);
- **Odmarališta i slični kapaciteti:** Najviša se iskorištenost ostvaruje također u Gradu Crikvenici (19%), slijedi Grad Novi Vinodolski (16%) i Vinodolska općina (13%);
- **Kampovi i prostori za kampiranje:** Najbolje su iskorišteni kampovi u Gradu Crikvenici (17%), zatim u Vinodolskoj općini (gdje povremeno, za vrijeme manifestacija 'nastaje' kamp uz Tribaljsko jezero) i Gradu Novi Vinodolski (10%).

U razdoblju 2009.-2017. primjetan je, uz manje oscilacije po vrstama kapaciteta, kontinuiran rast bruto iskorištenosti na Rivijeri, uz značajni iskorak u 2017. godini.

Kvalitativna obilježja ponude smještaja

- **Hoteli.** Hotelsku ponudu Rivijere u 2018. godini čini 29 hotela, prosječne veličine 64 smještajne jedinice, odnosno 136 ležaja.⁷ Većinom se nalaze na izvrsnim lokacijama.

U Gradu Crikvenica posluju 22 hotela, od čega osam u vlasništvu jednog poduzetnika, u Gradu Novom Vinodolskom šest hotela te jedan hotel na području Vinodolske općine. Na području Grada Crikvenice posluje jedan hotel s 5*, najviše smještajnih jedinica je u objektima s 4* (43%) i 3* (27%), dok je značajan udio kapaciteta (27%) u hotelima 2*, odnosno u objektima kategorije komfor ili bez kategorizacije. U Gradu Novi Vinodolski većina kapaciteta je u jednom hotelu s 5* te u hotelima s 4* i 3*, iako se u Gradu nalazi i niz manjih objekata kategorije komfor ili bez kategorizacije. Na području Vinodolske općine posluje jedan hotel 4* i oznakom 'hotel baština', s 18 postelja.

Prema rezervacijskom portalu *Booking.com* ocjene sadržaja, uređenja i kvalitete usluga u hotelima na području Grada Crikvenice pretežito su iznad ocjene 7/10, šest je hotela ocjenjeno između 8/10 i 9/10, a pet hotela se ističe ocjenama višim od 9/10. Hoteli u Gradu Novi Vinodolski uglavnom su ocjenjeni između 8/10 i 9/10.

Uz nekoliko iznimaka, poput hotela Amabilis ili Kvarner Palace, renovirani objekti 4* i 3* daju dojam korektnog, iako bazičnog, standarda u skladu sa svojom kategorijom. Uz iznimku novo-otvorenog hotela Lišan, specijaliziranog za obitelji s djecom, hoteli nisu tematizirani. Kompleksi nižih kategorija, a prije svega Kačjak i Ad Turres kao i objekti izvan funkcije poput Miramare-a, Slavena i San Marina raspolažu značajnim razvojnim potencijalom te zajedno s daljnjim razvojem Resorta Novi mogu re-definirati obalnu liniju Rivijere. U tom su kontekstu recentne promjene vlasništva i menadžmenta u tvrtki 'Jadran' i 'Hoteli Novi' posebno važne.

- **Kampovi.** Na području Rivijere posluje devet kampova, tri u Gradu Crikvenici i šest u Gradu Novi Vinodolski ukupnog kapaciteta 1.539 smještajnih jedinica.⁸ Jedan kamp ima 3* (ukupno 500 smještajnih jedinica), dok su ostali na razini 2* i 1*. Opremljenost i uređenje kampova su bazični. Većina se nalazi na izvrsnim lokacijama.
- **Obiteljski smještaj.** Smještajne jedinice u domaćinstvima dominantno su kategorizirane s 3 zvjezdice (81%). Unatoč, pojedinačno gledano, stalnom rastu kvalitete objekata i usluga, još uvijek je pretežito riječ o uniformnom smještaju koji je poželjno dodatno profilirati i obogatiti uslugama. Kao takav, a i svojim ukupnim volumenom i bez 'protuteže' hotelske ponude, bitno utječe na dojam masovnosti koji se danas stječe na Rivijeri.

⁷ Izvor: Podaci e-Visitor za kolovoz 2018. godine

⁸ Izvor: Podaci e-Visitor za kolovoz 2018. godine

Ponuda i kvalitativna obilježja izvan-smještajnog ugostiteljstva

Uz velik broj *caffe-a*, barova i slastičarnica, ugostiteljska ponuda Crikveničko-vinodolske rivijere uključuje oko 65 objekata, među kojima je najviše restorana, zatim konoba, pizzeria, bistroa te gostionica. Ponuda također uključuje i jednu vinariju s kušaonicom i prodavaonicom na lokaciji samog vinograda. Ponuda je pretežito koncentrirana na području Grada Crikvenice s udjelom od oko 50-tak objekata, iako u Novom Vinodolskom, posebno kao rezultat otvaranja novih kvalitetnih, cjelogodišnjih restorana u marinama dolazi do 'procvata' ugostiteljske scene. Na području Vinodolske općine, sa samo jednim restoranom, ponuda ozbiljnijeg ugostiteljstva gotovo u potpunosti izostaje. Značajan je udio objekata koji rade samo tijekom ljeta.

Iako je hrana u načelu ukusna i iako se prema različitim ocjenjivačkim platformama (npr. *TripAdvisor*, *Dobra Hrana 2018*) ili dobivenim oznakama kvalitete (npr. *Kvarner Food*) izdvaja 10-tak restorana, u cjelini se stječe dojam relativno uniformnog, 'masovnog' ugostiteljstva koje ne valorizira gastronomsku tradiciju područja i suvremene trendove u gastronomiji i turizmu. Ponuda nije prepoznatljiva izvan lokalnih okvira i niti jedan objekt nije zastupljen u međunarodnim gastronomskim brendovima koji u proteklih nekoliko godina bivaju sve prisutniji u Hrvatskoj (npr. *Michelin Preporuka*, *Gault&Millau*, *JRE*). Manifestacije poput 'Tjedan plave ribe' i 'Ribarski tjedan' ili projekt 'Cesta plave ribe' ne uspijevaju bitno promijeniti tu sliku. Ovome dodatno pridonosi i gotovo u potpunosti zamrla poljoprivredna i ribarska tradicija što su djelatnosti za koje, s obzirom na raspoloživost prostora te postojanje poljoprivredne i vinarskih zadruga, na cijelom projektnom području postoji potencijal.

Usluge turističkog posredovanja

Na području Crikveničko-vinodolske rivijere djeluje 27 turističkih agencija. Sve pružaju usluge posredovanja u iznajmljivanju obiteljskog smještaja te se većina također bavi poslovima mjenjačnice i prodajom izleta. Agencije međutim nemaju *incoming* funkciju, odnosno ne bave se dovođenjem niti animacijom gostiju na Rivijeri pa čak niti manjih grupa posebnih interesa (npr. biciklizam, ronjenje, kultura i sl.). Štoviše, osim par iznimaka, agencije ne nude niti izlete na području Rivijere već, preprodavajući izlete većih turoperatora, usmjeravaju goste u primjerice Opatiju, Istru, nacionalne parkove i dalje. Izleti u ponudi lokalnih brodara također u najvećoj mjeri ne uključuju lokacije na području Rivijere.

⁹ Tiskani materijali: Riviera Crikvenica, Novi Vinodolski, Vinodol; Crikveničko-vinodolska rivijera: Planinarske staze i šetnice; Biciklističke staze Novi Vinodolski-Crikvenica-Selce-

Turistička promocija

Promocija Crikveničko-vinodolske rivijere kao jedinstvene destinacije za sada je relativno ograničena te uključuje: (1) imidž brošuru, (2) turističke karte s opisom planinarskih i biciklističkih staza, kao i ceste vinodolskih vidikovaca; (3) brošuru o kampovima na Rivijeri;⁹ (4) *on-line* i *off-line* oglase na domaćem i stranim tržištima (npr. Facebook, Instagram, Google AdWords, advertorijali i sl.) jedne od TZ-a u kojima je vidljiva ponude Rivijere; (5) sufinanciranje PR aktivnosti i avio oglašavanja na razini Kvarnera; (6) nastupe na specijaliziranim sajmovima i na općim turističkim sajmovima s gospodarstvom na način da pojedina prisutna TZ prikazuje cijelu Rivijeru; (5) posebne prezentacije na inozemnim tržištima; (6) zajedničku implementaciju 'turističke kartice'. U ovom trenutku sam naziv 'Crikveničko-vinodolska rivijera' rijetko se koristi u komunikaciji s tržištem, ne postoji vizualni identitet Rivijere, kao niti grafička i/ili sadržajna poveznica u postojećim zasebnim promocijskim alatima turističkih zajednica na Rivijeri koja bi dala do znanja da se radi o jedinstvenoj destinaciji. U programima promocije turističkih zajednica za 2018. također se ne planiraju dodatne zajedničke promocijske akcije.

Zasebne promocijske aktivnosti pojedinih destinacijskih TZ-ova karakterizira:

- Destinacije raspolažu uobičajenim setom tiskanih promocijskih materijala, uključujući imidž brošuru, određene tematske brošure i/ili letke (npr. *Crikvenica-Rivijera zdravlja, Vrela i perila Vinodola, Lov-Novi Vinodolski*), Info knjižicu i sl. Tiskani materijali TZ Crikvenice izdvajaju se suvremenijim konceptom i dizajnom;
- Destinacije raspolažu Internet stranicama s, općenito, logično organiziranim izbornicima, preglednim sadržajem i prihvatljivom kvalitetom fotografija. Stranice su ažurno održavane, izrađene su tri mobilne aplikacije, koriste se web kamere. Prevladavaju, ipak, ekstenzivni i previše opisni tekstovi umjesto konkretnih i direktivnih informacija. Stranice TZ Crikvenice izdvajaju se suvremenijim izgledom;
- Planirani budžeti za promocijske aktivnosti (komunikacija vrijednosti, distribucija i prodaja vrijednosti, TIC-evi) i interni marketing, s udjelom 9%-18% ukupnog budžeta, bitno su manji u odnosu na budžete predviđene za dizajn vrijednosti, odnosno specifično za organizaciju manifestacija, čiji trošak predstavlja između 20%-24% ukupnog budžeta;
- Iako se budžeti za *online* komunikaciju uglavnom kontinuirano povećavaju, udio sredstava planiranih za održavanje i upravljanje Internet stranicama kao glavnog kanala izravnog dopiranja do potencijalnih i, specifično, do individualnih gostiju, izrazito je nizak i kreće se na razini do svega 1% ukupnog budžeta.

Dramalj-Jadranovo-Vinodol; Kampovi subregije Crikvenica-Novu Vinodolski-Vinodol; Oči Vinodola

Tržišno pozicioniranje

Konkurentska pozicija Crikveničko-vinodolske rivijere, odnosno pojedinačno gradova Crikvenice i Novog Vinodolskog te Vinodolske općine, nije eksplicitno iskazana. Iz sadržaja promocijskih poruka i iz postavljenih ciljeva marketinga¹⁰ iščitava se sljedeće:

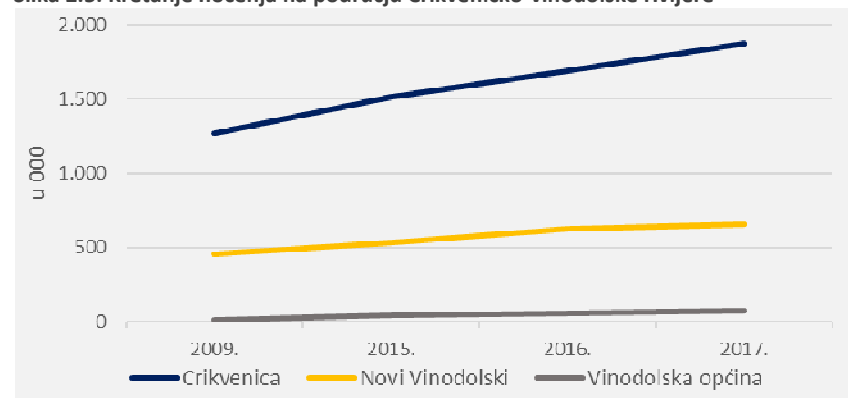
- **Rivijera Crikvenica, Novi Vinodolski, Vinodol** pozicionira se jednostavno kao spoj plavog i zelenog ('*The magic of blue and green*');
- **Rivijera Crikvenica** pozicionira se kao 'razigrana' i rivijera s najljepšim plažama. Brendovi koje namjerava razvijati u budućnosti uključuju: 'oaza zdravlja', 'grad maratona', 'tradicija ribarstva', 'savršenstvo okusa naših nona', 'grad antičke keramike', 'Frankopani i Klović' (u suradnji s Vinodolom), 'rivijera za zaljubljenе' i 'rivijera po mjeri za kućne ljubimce'. Mjesto Crikvenica je 'srce' Rivijere Crikvenica i mjesto najljepše gradske plaže na Jadranu, Dramalj je 'opušten', Jadranovo je 'šarmantno', Selce 'plijeni ljepotom tradicije';
- **Rivijera Novi Vinodolski** pozicionira se kao 'grad prirode, ljepote i povijesti' te, s obzirom na obilježja prostranog zelenog zaleđa, ističe 'neprocjenjivu ekološku prednost'. Mjesto Novi Vinodolski je kulturno središte, Povile 'idilična tišina i kristalno čisto more', Klenovica 'jedno od najpoznatijih ribarskih mjesta';
- **Vinodol** se pozicionira lokacijom 'korak od mora dva od sniga', odnosno kao 'zeleno dolina ... opuštenog ozračja i netaknute prirode'. Bribir, Drivenik i Grižane određuje njihova prošlost frankopanskih utvrda, Drivenik središte kulturnog života, dok je Tribalj '... raj za ribolovce, zmajare i paraglajdere, bicikliste, šetače i lovce'.

Kretanje turističke potražnje

- **Volumen.** U 2017. godini na području Crikveničko-vinodolske rivijere ostvareno je 468.111 dolazaka i 2.608.047 noćenja. Rivijera ostvaruje 19% noćenja PGŽ što je 0,7 postotnih bodova više od udjela u kapacitetima Županije;
Rast noćenja je kontinuiran. U razdoblju od 2009. do 2017. godine noćenja su povećana za 50%, dok su u razdoblju 2015.-2017. rasla za 25%;
U 2017. godini najveći udio u ukupnim noćenjima ostvaruje Grad Crikvenica (72%), a slijede Novi Vinodolski (25%) te Vinodolska općina (3%). U proteklih devet godina sve jedinice lokalne samouprave ostvarile su rast noćenja. U Gradu Crikvenica rast je iznosio 48%, u Gradu Novi Vinodolski 44% i Vinodolskoj općini 408%. Potonja je povećala udio u ukupnim noćenjima Rivijere za 2 postotna boda na račun gradova Crikvenice i Novog Vinodolskog koji su svaki izgubili po jedan postotni bod;

¹⁰ Izvor: Programi rada i financijski planovi turističkih zajednica Gradova Crikvenica i Novi Vinodolski te Vinodolske općine za 2018. godinu

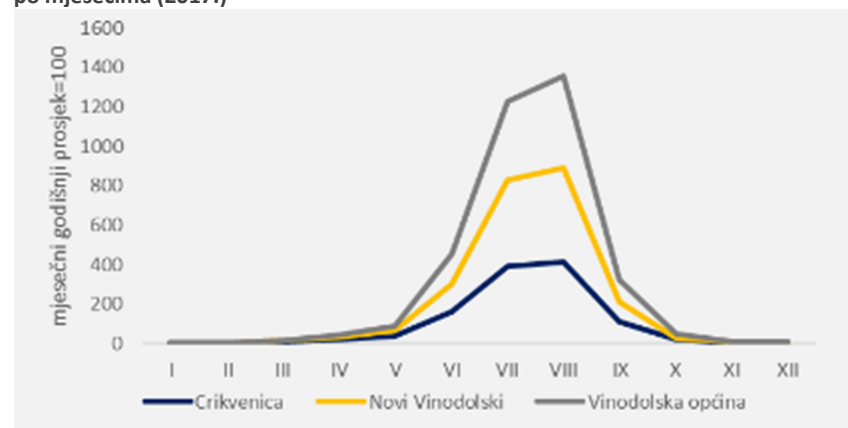
Slika 2.5. Kretanje noćenja na području Crikveničko-vinodolske rivijere



Izvor: Državni zavod za statistiku RH

- **Sezonska distribucija.** Turističko poslovanje izrazito je sezonskog karaktera. U 2017. godini 92% noćenja ostvareno je od 6.-9. mjeseca, odnosno 70% u 7. i 8. mjesecu. Visoka sezonalnost kontinuirano je obilježje poslovanja, a uslijed povećanja udjela potražnje u obiteljskom smještaju dodatno je i povećana u odnosu na 2009. godinu;

Slika 2.6. Kretanje noćenja na području Crikveničko-vinodolske rivijere po mjesecima (2017.)

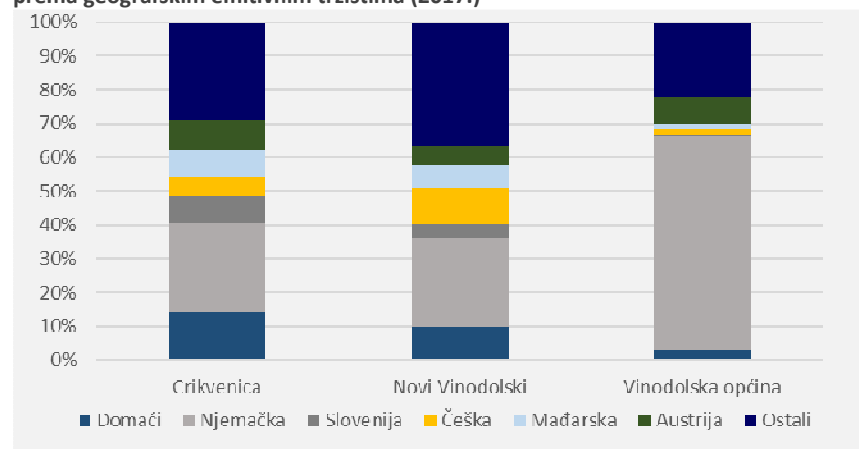


Izvor: Državni zavod za statistiku RH

Sezonalnost je izražena na cijeloj Rivijeri. Naime, u sve tri jedinice lokalne samouprave više od 90% noćenja ostvaruje se između 6. i 9. mjeseca. Najveći sezonski 'pritisak' ostvaruje se na području Grada Novog Vinodolskog gdje je u 7. i 8. mjesecu 2017. godine ostvareno 76%, a od 6.-9. mjeseca 96% godišnjih noćenja.

- **Geografska tržišta.** U 2017. godini 87% noćenja Rivijere ostvarili su inozemni gosti. Rivijera je tradicionalno usmjerena na tržište Njemačke s kojeg ostvaruje 28% noćenja, a zatim na tržišta Srednje (Austrija 8%; Slovenija 7%) i Istočne Europe (Mađarska, Slovačka, Češka svaka s udjelima po 7%). Ova tradicionalna inozemna i domaće tržište (13%) zajedno generiraju oko tri-četvrtine fizičkog prometa Rivijere;

Slika 2.7. Noćenja na području Crikveničko-vinodolske rivijere prema geografskim emitivnim tržištima (2017.)



Izvor: Državni zavod za statistiku RH

U razdoblju 2009.-2017. udio Njemačke, Mađarske i Slovenije se povećava, Austrija i Slovačka uglavnom su stabilne, dok se udio Češke, a naročito domaćeg tržišta i Italije smanjuje.

Profil posjetitelja

Glavna obilježja ljetne turističke potražnje na Crikveničko-vinodolskoj rivijeri (2017. godina) su:

- **Dob** – prosječna dob posjetitelja iznosi 47 godina. Većina gostiju je u dobi 30-49 godina (47%), značajan je udio 50+ segmenta (39%), dok je mlađih od 30 godina najmanje (14%);
- **Obrazovanje** – gosti su višeg i visokog obrazovanja, u najvećoj mjeri sa završenim fakultetom (31%) i srednjom školom (43%);
- **Prihodi kućanstva** – potražnja je polarizirana između gostiju s relativno visokim mjesečnim primanjima kućanstva većim od 3.000 Eura (44%) i onih s nižim primanjima ispod 2.000 Eura (35%);
- **Pratnja na putovanju** – podjednak je udio gostiju s obitelji (49%) i parova (45%);
- **Lojalnost** – gosti Rivijere izrazito su lojalni kako destinaciji (52% bili su u destinaciji 3 ili više puta), tako i smještajnom objektu (38% bilo u objektu 3 ili više puta). Inozemni gosti na Rivijeri dobri su poznavatelji Hrvatske (76% bilo 6 ili više puta);
- **Izvori informacija** – glavni izvor informacija su prijašnji boravak (50%), preporuke rodbine i prijatelja (26%), a tek zatim Internet (19%);
- **Motiv dolaska** – primarni motiv posjeta je 'pasivni odmor i opuštanje' (45%), primjetan je dolazak motiviran rekreacijom (29%) kao i zdravstvenim razlozima (11%), iako ne i wellness-om (1%);
- **Aktivnosti** – najpopularnije aktivnosti na Rivijeri su kupanje (98%), odlasci u 'kafiće' (74%) i restorane (66%) te posjećivanje lokalnih zabava (47%). Od sportsko-rekreacijskih aktivnosti najviše gostiju pješaci (22%), slijedi tenis (16%), sportovi na vodi (16%), ronjenje (6%), avanturistički sportovi (6%), vožnja biciklom (6%), planinarenje (3%) i ribolov (2%);
- **Zadovoljstvo ponudom** – iako su zadovoljni ukupnim boravkom, gosti Rivijere nešto su kritičniji u ocjeni ponude u odnosu na prosjek Županije. Najbolje ocjenjuju 'ljubaznost osoblja u smještajnom objektu', 'pogodnost za provođenje obiteljskog odmora', 'osobnu sigurnost' i 'prometnu dostupnost destinacije'. Najmanje su zadovoljni 'lokalnim prijevozom', 'ponudim izleta', mogućnostima za kupnju, 'organizacijom prometa' i 'programima za loše vrijeme';
- **Potrošnja** – prosječna dnevna potrošnja gosta iznosi 61 Euro. Od toga se po osobi/na dan prosječno izdvaja za smještaj 31,7 Eura (52%), za hranu i piće u ugostiteljskim objektima 18,9 Eura (31%), za usluge trgovine 6,1 Euro (10%) i za sve ostale usluge 4,3 Eura (7%). Većina gostiju (89%) smatra izdatke u skladu s očekivanjima.

Percepcija destinacije

Prepoznatljivost i pozitivan imidž među najvažnijom su 'imovinom' turističkih destinacija s obzirom da bitno utječu na odluku potencijalnih gostiju o odabiru mjesta za posjet. Pri tome, prepoznatljivost i poželjnost zemalja i/ili regija u pravilu su ključni za usmjeravanje pažnje kupaca na manje destinacije na lokalnoj razini.

- **Percepcija Hrvatske.** Prepoznatljivost Hrvatske u proteklih nekoliko godina raste. Plasman reprezentacije na Svjetskom nogometnom prvenstvu u Rusiji (2018.) zasigurno je tome dodatno pridonio. Povremena različita istraživanja imidža Hrvatske ukazuju da se zemlju ponajprije percipira kao 'lijepu' i 'morsku', zatim 'zemlju s plažama' i 'zemlju za odmor'. Spontane asocijacije Hrvatske kao mjesta za odmor, čak na bližim tržištima, su niske. Istraživanja prepoznatljivosti i imidža Hrvatske na tržištima posebnih interesa vrlo su rijetka, no recentno istraživanje *Percepcija Hrvatske kao destinacije zdravstvenog turizma*, provedeno 2018. godine među specijaliziranim posrednicima u V. Britaniji, Njemačkoj, Italiji i Rusiji, ukazuje da zemlja nije prepoznatljiva u zdravstvenom turizmu i to ne samo krajnjim korisnicima, već i facilitatorima/agencijama koji većim dijelom nemaju uvid u hrvatsku ponudu. Iznimka je prepoznatljivost Hrvatske na tržištu Italije, ali isključivo kao destinacije dentalnog turizma.
- **Percepcija Kvarnera.** Istraživanje snage i percepcije Kvarnera, provedeno na tržištima Njemačke, Austrije, Italije i Slovenije 2016. godine, ukazuje da je spontana svjesnost Kvarnera niska (9%), iako kada potaknuti izravnim pitanjima ispitanici u znatno višoj mjeri prepoznaju regiju (47%) i njezine određene atribute.

Slika 2.8. Spontane asocijacije gostiju na Kvarner



Izvor: TZ Kvarner, PGŽ (2016), *Istraživanje snage i percepcije brenda Kvarner*, Ipsos

Dominantna asocijacija koja se povezuje s Kvarnerom je 'sunce i more'. Uz regiju se potom vežu i 'prirodne ljepote' te se prepoznaje 'zdrava klima', dok se 'gastronomija' i 'kulturno-povijesna baština' spominju sporadično. Svijest o zdravstvenoj i o sportsko-rekreacijskoj ponudi je niska.

Percepcija i Hrvatske i Kvarnera je prije svega mjesta 'za ljetni odmor na suncu i moru'. Iako ta slika dakako odgovara današnjoj stvarnoj ponudi u turizmu, ona kod

potencijalnih gostiju može 'blokirati' razmatranje i uvažavanje ovih destinacija i za druge oblike odmora ili vrste putovanja.

- **Percepcije Crikveničko-vinodolske rivijere.** Istraživanja percepcije Rivijere nisu rađena. S obzirom na dugu tradiciju u turizmu, realno je pretpostaviti da je Rivijera prepoznatljiva na domaćem tržištu, u susjednim zemljama (Slovenija, BiH, Srbija) te u određenoj mjeri, posebice među starijom populacijom, i u zemljama bližeg okruženja s kojima je bila povezana u povijesti (Mađarska, Austrija). Također se može očekivati da je Crikvenica prepoznata na domaćem tržištu kao lječilišno mjesto.

2.4. Razvojni okvir¹¹

Dugoročno održiv razvoj turizma Crikveničko-vinodolske rivijere u vrlo velikoj je mjeri uvjetovan organizacijskom strukturom i strateškim uporištima koji podržavaju upravljanje destinacijom te ga također određuju i razvojni projekti koji su već u toku.

Upravljanje turizmom

Upravljanje turizmom Crikveničko-vinodolske rivijere odvija se na razini svake jedinice lokalne samouprave zasebno. Zajedničko upravljanje turizmom Rivijere kao cjeline predmet je više-manje neformalne suradnje dionika. Važniji dionici uključuju:

- **Gradovi i općine** – u Gradu Crikvenica djeluje Upravni odjel za financije, turizam i gospodarstvo. Na razini Grada također je uspostavljen i Odbor za destinacijski menadžment, što je rijetka praksa u Hrvatskoj. Odbor uključuje predstavnike javnog i privatnog sektora, njegove su funkcije planiranje, organizacija i kontrola kvalitete destinacije, djeluju tri tematske Radne grupe (plaže, biciklizam, staze i šetnice). U Crikvenici također djeluje srednja škola s programom za ugostiteljstvo i turizam, odnosno smjerovima 'kuhar' (3 godine) i 'hotelijsko-turistički tehničar' (4 godine).

U Gradu Novi Vinodolski i u Općini Vinodolskoj ne postoji jedinica za upravljanje turizmom, već je turizam u domeni poslova svih Upravnih odjela, odnosno Odsjeka. Katkad prisutne konfliktne situacije uključuju, primjerice, neriješeno ograničenje izvođenja građevinskih radova za vrijeme turističke sezone u Vinodolskoj općini.

Na području JLS djeluju Poduzetnički centar Vinodol, LAG Vinodol i LAGUR Tunera te Udruženja obrtnika i Udruga za turizam Vinodolske općine.

Uspješnost povlačenja sredstava iz EU fondova relativno je niska u svim JLS.

- **Sustav turističkih zajednica** – na području Rivijere djeluju TZ Grada Crikvenice, TZ Grada Novi Vinodolski i TZ Vinodolske općine s ukupno 14 (8+4+2) stalno zaposlenih tijekom cijele godine i s više sezonskih djelatnika tijekom ljeta. Smatra se da profil zaposlenih zadovoljava potrebe turističkih zajednica. Ključnim ograničenjima smatraju se nedostatna financijska sredstva, koja u slučaju TZ Vinodolske općine nisu dovoljna za samo-održivost Turističkog ureda, zatim koordinacija velikog broja turističkih subjekata na terenu posebno s obzirom na nezainteresiranost nekih od njih te pogrešna percepcija turističkih zajednica u javnosti. Suradnja turističkih zajednica na visokoj je razini.

Turističke zajednice upravljaju Info centrima, koji se, s izuzetkom TIC-a u Bribiru, svi nalaze na obali: Jadranovo, Dramalj, Crikvenica, Selce, Novi Vinodolski i Klenovica.

- **Gospodarski subjekti u turizmu** – nakon višegodišnje, tranzicijski uvjetovane, stagnacije razvoja većih turističkih subjekata s područja Rivijere, posljednjih nekoliko godina dolazi do razrješenja vlasničkog statusa većih turističkih poduzeća, te današnje tvrtke, uključujući ponajprije Jadran d.d., Hotel Miramar d.o.o., LM Tours d.o.o., Hotel Lišanjski d.o.o. i Hoteli Novi d.o.o. imaju uvjete za pokretanja većih investicijskih poduhvata u obnovu i razvoj hotelskih i kamping kapaciteta.

Gospodarsko osnaživanje većih turističkih subjekata istodobno je praćeno rastom malog i srednjeg poduzetništva, pri čemu su u kontekstu turističkog razvoja Rivijere posebno su važne tvrtke u sferama nautike, vinogradarstva i zdravstva.

U djelatnosti zdravstva, odnosno za profiliranje Rivijere kao destinacije zdravstvenog turizma, izuzetno je bitna poduzetnička inicijativa Specijalne bolnice Thalassotherapia Crikvenica kao središnje, 'referentne' zdravstvene institucije.

Strateška usmjerenja

- **Strategije razvoja.** Piramidalni sustav razvojnih strategija koje su 'podloga' za strategiju razvoja turizma Crikveničko-vinodolske rivijere uključuju:
 - **Europa 2020: Europska strategija za pametan, održiv i uključiv rast** Europa 2020 postavlja tri prioriteta: (1) pametan rast kroz ekonomiju utemeljenu na znanju i inovaciji; (2) održiv rast kroz ekonomiju koja je konkurentnija i istovremeno zelenija; (3) uključiv rast kroz ekonomiju s visokom stopom zaposlenosti.
 - **Razvojna strategija PGŽ 2016.-2020.** Donosi viziju Županije u 2020. kao konkurentne, održive i društveno pravedne regije poželjne za život i rad. Pet ključnih djelatnosti su promet, energetika, prerađivačka industrija, ICT i turizam. Predviđa: (1) mjere unapređenja turizma s naglaskom na produženje sezone; (2) razvoj zdravstvene industrije, uključujući zdravstvenog turizma; (3) razvoj zelenog gospodarstva (4) usmjeravanje poljoprivredne proizvodnje za potrebe turizma.
 - **Strategija gospodarskog razvitka Grada Crikvenice 2012.-2022.** Postavlja viziju Crikvenice kao '... turistički i gospodarski razvijenog Grada ...'. Također donosi viziju razvoja turizma Grada kao '... razvijene i visoko-kategorizirane turističke destinacije autohtone gastronomske ponude, zdravstvenog, sportsko-rekreacijskog, nautičkog i kulturnog turizma u kojem sezona traje čitavu godinu'. Predviđene mjere i aktivnosti posebno relevantne za turizam su revitalizacija obrtništva, poticanje poljoprivrede u funkciji prepoznatljive gastronomske ponude, realizacija projekta luke nautičkog turizma, integrirano urbanističko planiranje, diversifikacija turističke ponude i razvoj specifičnih oblika turizma (zdravstveni, sportski, nautički, gastro, kulturni), poticanje investicija radi

¹¹ Izvori: (1) www.ec.europa.eu; (2) www.pgz.hr; (3) www.crikvenica.hr; (4) www.novi-vinodolski.hr; (5) www.vinodol.hr; (6) www.mint.gov.hr; (7) www.zavod.pgz.hr; (8) www.aik-invest.hr;

(9) Deloitte (2018), Thalassotherapia Crikvenica – Studija ekonomske izvodljivosti projekta za period 2018.-2030. (9) Obilazak terena, lipanj i srpanj 2018.

povećanja kategorije objekata, razvoj turističke (staze i šetnice, plaže), sportske i kulturne infrastrukture, razvoj e-marketinga.

- **Strategija razvoja Grada Novog Vinodolskog 2015.-2020.** Donosi viziju Grada Novi Vinodolski kao '... mjesto turizma, poljoprivrede i poduzetništva ...'. Vizija je podržana nizom mjera i aktivnosti, među kojima one izravno povezane s razvojem turizma uključuju poticanje razvoja održivog turizma, diversifikacija turističke ponude (kulturni, ruralni, sportsko-rekreacijski, nautički, lovni i cikloturizam), poticanje razvoja i umrežavanja uslužnih djelatnosti, poticanje razvoja održive poljoprivrede, poticanje novih investicija, poboljšanje pomorske i sportske infrastrukture, stavljanje u funkciju obnovljene kulturne baštine, održivo upravljanje prostorom.
- **Program ukupnog razvoja Vinodolske općine 2015.-2020.** Vizija Vinodola je '... zajednica razvijenog gospodarstva, malog i srednjeg poduzetništva, poljoprivrede i turizma ...'. Vizija se ostvaruje kroz niz mjera i aktivnosti od kojih posebno značajne za razvoj turizma su izgradnja turističke infrastrukture i turističkih sadržaja, poticanje razvoja selektivnih oblika turizma, razvoj poljoprivrede, unapređenje poduzetničke klime, unapređenje sportske infrastrukture, edukacija poduzetnika i stručnih kadrova u turizmu.
- **Strategije razvoja turizma.** Nadređene sektorske strategije uključuju:
 - **Strategija razvoja turizma RH do 2020.** Vizionira Hrvatsku kao globalno prepoznatljivu i konkurentnu destinaciju, atraktivnu za investicije, koja stvara radna mjesta i na održiv način upravlja razvojem turizma na svom cjelokupnom prostoru tijekom cijele godine te njeguje kulturu kvalitete. Ciljevi razvoja turizma su: 1) poboljšanje strukture i kvalitete smještaja; 2) novo zapošljavanje; 3) generiranje oko 7 milijardi Eura novih investicija; 4) ostvarivanje 14,3 milijarde Eura ukupne godišnje turističke potrošnje. Strategija snažno podržava diversifikaciju turističkih proizvoda Hrvatske.
 - **Strateški plan razvoja turizma Kvarnera sa strateškim i operativnim marketing planom 2016.-2020.** Vizionira Kvarner kao konkurentnu, prepoznatljivu, cjelogodišnju i inspirativnu turističku destinaciju. Kroz operativne ciljeve planiran je 1) rast noćenja u razdoblju listopad-svibanj za 40%; 2) povećanje smještajnih kapaciteta za 4%; 3) povećanje prosječne dnevne potrošnje za 13%. Donosi 60 mjera razvoja turističke ponude, javne turističke infrastrukture, turističke prometne infrastrukture, upravljanja procesima, upravljanja kvalitetom i razvoja ljudskih potencijala. Također predviđa osam tzv. 'imidž' projekata, a kao posebno relevantan za Crikveničko-vinodolsku rivijeru ističe se projekt: 'Kvarner-Destinacija zdravlja'. *Strateški marketing plan* pozicionira Kvarner kao: 1) najbolju destinaciju zdravstvenog turizma na Jadranu; 2) prepoznatu jadransku regiju rekreacije i sporta; 3) novu destinaciju ruralnog i eko turizma; 4) destinaciju 'nove

kvalitete' proizvoda sunca i mora, nautike i poslovnog turizma. Nadalje, *Strateški marketing plan* brendira subregije Kvarnera kroz niz različitih 'dobrih osjećaja', pri čemu za Crikveničko-vinodolsku rivijeru nudi brend koncept 'Osjećaj visoke energije – zdrav, sportski i mladenački duh'.

- **Prostorni planovi.** Na području Rivijere u 31 turističkoj zoni izvan naselja planira se ukupno 25.400 ležajeva, od čega 18.700 (74%) u hotelima i sličnim kapacitetima (T1 i T2) te 6.700 (26%) u kampovima. Od toga, danas je izgrađeno 11.450 (45%) ležajeva, a neizgrađeno je 13.950 (55%) ležajeva:
 - **Grad Crikvenica** – PPUG predviđa ukupno 11.620 ležajeva u turističkim zonama izvan naselja, od čega najveći udio od 7.900 (68%) ležajeva u hotelskim i 3.720 (32%) ležajeva u kamp zonama. Niz većih hotelskih zona, s planiranim kapacitetom na razini 4*, obilježavaju potez Jadranovo-Dramalj-Crikvenica. Vrlo visokim potencijalom posebno se ističu zone Kačjak i Omorika koje mogu bitno pridonijeti i kvalitativnom iskoraku Grada. Kamping ponuda pretežito je locirana u dvije veće zone u Selcima.

PPUG također predviđa marinu kapaciteta 250 vezova u moru u Crikvenici.

Tablica 2.2. Hotelske turističke zone (T1)

Zona	Kapacitet (lež.)	Obilježja
Jadranovo sjever	100	2 ha; Neizgrađena
Havišće I (Jadranovo)	700	11 ha; Neizgrađena
Havišće II (Jadranovo)	600	9 ha; Neizgrađena
Kačjak (Dramalj)	800	8 ha; Izgrađena
Bršćanovica (Dramalj)	200	2 ha; Priključuje se naselju
Omorika (Crikvenica)	1.720	14ha; Izgrađena
Miramare (Crikvenica)	1.300	13 ha; Izgrađena
Nazor-Antić (Crikvenica)	1.980	17 ha; Priključuje se naselju
Uvala Slana (Selce)	500	5 ha; Izgrađena

Izvor: PPUG Crikvenica, SN PGŽ 25/07 s daljnjim ispravcima

Tablica 2.3. Kamp turističke zone (T3)

Zona	Kapacitet (lež.)	Obilježja
Sv. Jakov (Jadranovo)	300	3 ha; Neizgrađena
Kačjak kamp (Dramalj)	120	1 ha; Izgrađena
Uvala Slana (Selce)	1.500	13 ha; Izgrađena
Jasenova (Selce)	1.800	16 ha; Neizgrađena

Izvor: PPUG Crikvenica, SN PGŽ 25/07 s daljnjim ispravcima

- **Grad Novi Vinodolski** – PPUG predviđa ukupno 10.880 ležajeva u turističkim zonama izvan naselja. Od toga, najmanji udio ili 1.250 (11%) ležajeva predviđeno je u hotelima, 2.280 (21%) u kampovima i 7.350 (68%) u mješovitim zonama koje mogu uključivati hotele, turistička naselja i kampove i koje daju 'ton' ovome dijelu Rivijere. Uglavnom se radi o velikim turističkim zonama, pri čemu zone Zagori, a i Panos, ukoliko integralno razvijane, mogu bitno utjecati na profil i poziciju naselja Novi Vinodolski. Sve se zone, osim Donjeg Zagona, nalaze uz obalu, a dvije-trećine kapaciteta (7.250 ležajeva) planira se na području samog naselja Novi Vinodolski. Uz ponudu smještaja, PPUG predviđa marine s ukupno 400 vezova u moru, kao i golf igralište 'Malo Polje' površine do 100 ha, s 9-18 rupa i do 500 ležajeva.

Tablica 2.4. Hotelske turističke zone (T1)

Zona	Kapacitet (lež.)	Obilježja
Zagori 1 (N. Vinodolski)	1.050	15 ha; Dijelom izgrađena
Porto Teplo (Klenovica)	200	2 ha; Neizgrađena

Izvor: PPUG Novi Vinodolski, SN PGŽ 55/06 s daljnjim ispravcima

Tablica 2.5. Kamp turističke zone (T3)

Zona	Kapacitet (lež.)	Obilježja
Klenovica 2	1.200	10 ha; Izgrađena
Kozica (Sibinj Krmpotski)	1.080	9 ha; Izgrađena

Izvor: PPUG Novi Vinodolski, SN PGŽ 55/06 s daljnjim ispravcima

Tablica 2.6. Mješovite turističke zone

Zona	Kapacitet (lež.)	Obilježja
Zagori 2 (N. Vinodolski)	3.700	33 ha; T1 i/ili T2 i/ili T3; Neizgrađena
Panos (N. Vinodolski)	2.500	22 ha; T1 i/ili T2; Neizgrađena
Donji Zagon	1.150	10 ha; T1 i/ili T2; Neizgrađena

Izvor: PPUG Novi Vinodolski, SN PGŽ 55/06 s daljnjim ispravcima

- **Vinodolska općina** – PPU Vinodolske općine predviđa ukupno 2.900 ležajeva u turističkim zonama izvan naselja. Najveći je udio planiranih ležajeva u hotelima 2.200 (76%), pri čemu je taj kapacitet koncentriran u dvije srednje i dvije veće zone. Time se u Općini potencijalno pojavljuje po jedan veći hotelski objekt/kompleks uz Bribir, Grižane, Drivenik i Tribalj uz više manjih disperziranih objekata. U Bribiru (Lokvica) planirano je veliko turističko naselje.

U Općini je planiran jedan kamp srednje veličine uz Tribaljsko jezero.

Tablica 2.7. Hotelske turističke zone (T1)

Zona	Kapacitet (lež.)	Obilježja
Tribalj	150	2 ha; Neizgrađena
Drivenik	200	3 ha; Neizgrađena
Barci (Grižane-Belgrad)	50	1 ha; Neizgrađena
Kamenjak (Grižane-Belgrad)	500	6 ha; T1 ili T2; Neizgrađena
Glagova mlinica (Grižane)	100	2 ha; T2; Neizgrađena
Zubčić (Grižane-Belgrad)	20	0,1 ha; Neizgrađena
Stankov Laz	100	1 ha; Neizgrađena
Sv. Vid (Bribir)	30	0,3 ha; Neizgrađena
Lokvica (Bribir)	1.000	15 ha; T1 ili T2; Neizgrađena
Jargovo (Bribir)	50	1 ha; Neizgrađena

Izvor: PPU Vinodolske općine, www.zavod.pgz.hr

Tablica 2.8. Kamp turističke zone (T3)

Zona	Kapacitet (lež.)	Obilježja
Jezero (Tribalj)	700	5 ha; Neizgrađena

Izvor: PPU Vinodolske općine, www.zavod.pgz.hr

2.5. Novi projekti¹²

Važniji projekti čija se realizacija predviđa u vremenskom horizontu ove *Strategije* su:

▪ Hoteli i kampovi

– Grad Crikvenica:

• Jadran d.d.

TN Kačjak	5*	450 soba; Valorizacija <i>family</i> koncepta; Do 2023
Hotel i paviljoni Ad Turres	4*/3*	40 + 351 soba; Do 06/2019.
Hotel i paviljoni Omorika	4*	Wellness centar, vanjski bazen; Do 2020.
Hotel Zagreb	4*	Mogućnost proširenja
Hotel International		Investicija ovisi o planovima Grada (marina)
Hotel Kaštel	4+*	Boutique hotel
Hotel Katarina	4*	Suradnja s Poliklinikom Terme Selce do 2020.
Hotel i paviljoni Slaven	4*	Investicija ovisi o rješavanju pravnih odnosa
Kamp Selce	4*	Uređenje parcela, bazenski kompleks

• SB Thalassotherapie – radi se na pripremi izgradnje novog hotela u sklopu kompleksa SB, pozicioniranog i kategoriziranog kao 'Lječilišni hotel, posebnog standarda Wellness hotel' (4*).

• Kvarner Palace – priprema se investicija proširenja wellness-a (na oko 1000 m²) te primicanja parkovne površine ispred glavnog ulaza.

• Hotel Miramare – vlasnik planira ponovno pokretanje uređenja objekta na kvalitativnu razinu 5*.

– Grad Novi Vinodolski:

• Novi Spa Hotel & Resort – planira se 1. faza ulaganja u obnovu i završetak uređenja postojećih objekata i plaže te 2. faza proširenja hotelskog kapaciteta i izgradnja vila. Moguća suradnja s velikim europskim turoperatorom.

• Hotel Lišan – u vrijeme pisanja ove *Strategije* hotel je obnovljen i otvoren s temom *family* hotela na razini 4*.

• San Marino – vlasnik planira uređenja objekta.

• Obalna zona Glavica – u tijeku su razgovori Grada i potencijalnih investitora u dva hotelska objekta.

– Vinodolska općina:

• Tvornica Kamensko, Grižane – vlasnik planira konverziju objekta u hostel.

▪ Nautika

– Marina Crikvenica – planirana u središtu naselja, neposredno uz gradsku luku i izravno vezana na centralne gradske sadržaje (npr. glavni gradski trg, trgovine, ugostiteljstvo, Hotel International). Predviđen kapacitet od 200 vezova, pozicionirana na najvišoj kvalitativnoj razini (5 sidara).

– Vezovi – Jadranovo (70), Crikvenica (60), Selce (60), Povile (20), Klenovica (60).

▪ Plaže

– Planira se uređenje plaža na potezima Dramalj-Hotel Omorika i Crikvenica-Selce, Hotel Slaven, Novi Spa Hotel & Resort, Obala P. Krešimira IV, gradska plaža u Novom Vinodolskom.

– Priprema se uređenje plaže Podvorska koje će, prema idejnom projektu, uključivati nasipanje/oblikovanje kupališta, izgradnju šetnice, plažne HiP objekte.

– Osigurano je financiranje plaža Grabrova u Jadranovu i Bribirska obala u Novom.

▪ Staze i šetnice

– Planira se uređenje šetnica Crikvenica-Tribalj, šetalište F. Tuđman s parkom.

– U vrijeme pisanja ove *Strategije* raspisan je javni natječaj za idejno urbanističko-arhitektonsko rješenje uređenja Strossmayerovog šetališta.

▪ Sportski objekti

– Planirana je izgradnja zatvorenog bazena u Crikvenici te sportske dvorane u Crikvenici i Novom Vinodolskom.

▪ Uređenje mjesta

– 'Crikvenica na potoku' – projekt uređenja obala rječice Dubračine koji uključuje šetnicu, trgovačko-ugostiteljske sadržaje, tržnicu s 'ugostiteljskom ponudom na tržnici', kino na otvorenom, garažu (do 400 parkirnih mjesta), kapilarne pješačke koridore. Idejni projekti razrađuju se u fazama.

– Planira se uređenje trgova u Jadranovu i Dramlju.

– Planira se osvijetljenje crikveničkih mostova i viadukta te kaštela Drivenik.

▪ Razvoj poljoprivrede

– Planira se uređenje 'Agrozone' na potezu Jadranovo-Dramalj (27 ha) s nasadima vinograda i mediteranskog bilja, uređenje vinskog podruma i sale za degustacije.

– U vrijeme pisanja ove *Strategije* u tijeku je uređenje 'Eko-etno sela' na potezu između Selca i Novog Vinodolskog (oko 100 ha) s nasadima vinograda.

¹² Izvori: (1) Razgovori vođeni s dionicima tijekom obilaska terena, Srpanj 2018; (2) Jadran d.d., Razvojni plan 2018.-2023. (3) Thalassotherapie- Crikvenica (2018), *Studija ekonomske izvodljivosti projekta za period 2018.-2030.*, Deloitte; (4) Horwath Consulting Zagreb (2012),

Tržišna i financijska isplativost za Marinu Crikvenica-Finalni izvještaj; (5) MINT, *Program razvoja javne turističke infrastrukture u 2018. godini* (5) Institut za poljoprivredu i turizam Poreč (2015), *Gospodarski program korištenja zemljišta u vlasništvu države za poljoprivrednu proizvodnju*;

3. Analiza eksternog okruženja

3.1. Obilježja konkurentskih destinacija u okruženju¹³

Hrvatski turizam u cjelini bilježi značajne pozitivne pomake u proteklih nekoliko godina. U razdoblju 2010.-2017. rast noćenja je kontinuiran, iznoseći prosječno 6% godišnje, pri čemu su 2016. s rastom od 9% i 2017. s rastom od 11% godine s među najvišim rastom na Mediteranu. Nadalje, istraživanja ukazuju da raste udio gostiju s višim prihodima, nastavlja se smanjenje udjela obiteljskih gostiju (52% u 2010. -30% u 2017.), raste udio novih gostiju (14% u 2010. -33% u 2017.), rastu motivi dolaska povezani s aktivnim odmorom te raste ukupna prosječna dnevna potrošnja (+19%).

Usporedba Crikveničko-vinodolske rivijere s njezinim okruženjem, odnosno s najužim krugom konkurenata koji čine, prije svega, gradovi Krk, Rab i Poreč kao lokacijski slične destinacije, usmjerene na slične tržišne segmente gostiju s usporedivom strukturom turističkih proizvoda, ali i Grad Opatija, kao također sjeverno-jadranska 'rivijera destinacija' s kojom Crikveničko-vinodolska rivijera dijeli određene povijesno-razvojne sličnosti, ukazuje na sljedeće rezultate (2017.):

- **Turistička potrošnja.** Ukupna prosječna dnevna potrošnja gosta najniža je na Crikveničko-vinodolskoj rivijeri (61 Euro). Zaostaje za prosjekom Kvarnera (77 Euro) i Hrvatske (79 Euro), a posebno je velika razlika u odnosu na susjednu Opatijsku rivijeru (105 Euro).
- **Bruto iskorištenost kapaciteta.** Destinacije Crikveničko-vinodolske rivijere i Rab ostvaruju ispodprosječnu iskorištenost ukupnih smještajnih kapaciteta, koja iznosi 15% u Vinodolskoj općini, 17% u Novom Vinodolskom, 19% u Rabu i 22% u Crikvenici, dok Krk (26%), Poreč (31%) i Opatija (35%) odskoče. Iskorištenost hotelskih kapaciteta je svuda viša, pri čemu Vinodolska općina (19%), Novi Vinodolski (23%), Rab (33%) i Crikvenica (36%) ponovno zaostaju za Porečom (45%), Krkom (47%) i Opatijom (48%). Razlike među destinacijama u korištenju obiteljskog smještaja bitno su manje, odnosno bruto iskorištenost je svuda niska i kreće se od 16% u Rabu i Vinodolskoj općini do 21% u Opatiji.
- **Sezonalnost poslovanja.** Najviša koncentracija noćenja u 7. i 8. mjesecu dešava se na Crikveničko-vinodolskoj rivijeri, kao i u Krku i Rabu. Složenija struktura proizvoda umanjuje usmjerenost Poreča (51%) i Opatije (40%) na ljetnu 'špicu'.

U nastavku se prikazuju osnovna obilježja Opatije, Krka, Raba i Poreča:



Opatija

Ponuda	▪ 2017.: 10,6 tisuća osnovnih ležajeva, od toga 53% u hotelima, 38% u obiteljskom smještaju, 9% u kampovima i ostalim oblicima smještaja ▪ 2017./2016.: 3% povećanje ukupnog kapaciteta uz pad ležajeva u hotelima za 5% te rast u obiteljskom smještaju za 16%
Potražnja	▪ 2017: 1,4 milijuna noćenja; 73% noćenja u hotelima te 23% u obiteljskom smještaju ▪ 2017./2016.: 9% rast noćenja u odnosu na prethodnu godinu; broj noćenja povećan za 4% u hotelima i za 24% u obiteljskom smještaju
Atrakcije	▪ Šetnica Volosko-Lovran (<i>Lungomare</i>) ▪ Gradsko šetalište s parkovima ▪ Vile i hoteli ▪ Austrougarska tradicija ▪ Tradicija u turizmu
Primarni proizvodi	▪ Sunce i more (ljetni odmor, proljeće i jesen); Zdravstveni turizam; Kulturni turizam; Nautički turizam; Poslovni turizam
Atributi diferencijacije	▪ 'Najromantičniji grad', 'Kraljica Jadrana' – elegancija, uređeno obalno šetalište, njegovani parkovi, romantične vile i hoteli, visoka kategorija objekata, austrougarska tradicija i tradicija u turizmu

¹³ Izvori: (1) www.dzs.hr; (2) Marušić, Z. et. al. (2018), *TOMAS Ljeto 2018.*, Institut za turizam (2) www.visitopatija.com; (3) www.tz-krk.hr; (4) www.rab-visit.com; (5) www.myporec.com



Krk

Ponuda	2017.: 12,6 tisuća osnovnih ležajeva, od toga 57% u obiteljskom smještaju, 33% u kampovima, 8% u hotelima te 2% u ostalim oblicima smještaja 2017./2016.: 5% povećanje ukupnog kapaciteta uz pad ležajeva u hotelima za 9% te rast u obiteljskom smještaju za 9% i kampovima za 3%
Potražnja	2017: 1,3 milijuna noćenja; 43% u kampovima, 43% u obiteljskom smještaju te 12% u hotelima 2017./2016.: 11% rast noćenja; broj noćenja povećan 17% u obiteljskom smještaju, a po 8% u hotelima i kampovima
Atrakcije	- Gradske zidine - Frankopanski kaštel - Povijesna jezgra - Katedrala - Plaže - Biciklističke staze
Primarni proizvodi	Sunce i more; Kulturni turizam; Sport i rekreacija; Nautički turizam
Atributi diferencijacije	Grad povijesti i kulture – 3000 godina neprekidnog života u gradu, antička i srednjovjekovna baština, gastronomija, aktivni odmor



Rab

Ponuda	2017.: 19,1 tisuću osnovnih ležajeva, od toga 74% u obiteljskom smještaju, 11% u hotelima, 9% u kampovima te 6% u ostalim oblicima smještaja 2017./2016.: 2% povećanje ukupnog kapaciteta uz rast ležajeva u hotelima za 3% i u obiteljskom smještaju za 2%
Potražnja	2017: 1,3 milijuna noćenja; 65% u obiteljskom smještaju, 20% u hotelima te 10% kampovima 2017./2016.: 5% rast noćenja; noćenja u hotelima povećana za 9% te u obiteljskom smještaju za 5%
Atrakcije	- Srednjovjekovna jezgra - Zvonici - Plaže - Park Komrčar; šuma Kalifront i rezervat Dundovo - Geopark - Rabska Fjera
Primarni proizvodi	Sunce i more; Sport i rekreacija; Kulturni turizam; Nautički turizam
Atributi diferencijacije	'Otok sreće' (<i>Felix Arba</i>) – šarm povijesne jezgre, povijesna i kulturna baština, gastronomija, ljepota prirode; mjesto sretnog života lokalnog stanovništva i ugodnog boravka turista



Poreč

Ponuda	2017.: 28,2 tisuće osnovnih ležajeva, od toga 41% u hotelima, 37% u obiteljskom smještaju, 13% u kampovima te 9% u ostalim oblicima smještaja 2017./2016.: 2% povećanje ukupnog kapaciteta uz pad ležajeva u hotelima za 3% i rast u obiteljskom smještaju za 8%
Potražnja	2017: 3,2 milijuna noćenja; 60% u hotelima te 24% u obiteljskom smještaju i 10% u kampovima 2017./2016.: 7% rast noćenja; noćenja u obiteljskom smještaju povećana 18%, u hotelima za 5% dok kampovi stagniraju (povećanje 0,3%)
Atrakcije	- Eufrazijeva bazilika – UNESCO spomenik Svjetske kulturne baštine - Povijesna jezgra - Gastronomija - Sadržaji za aktivan odmor: plaže, sportski sadržaji, zabava
Primarni proizvodi	Sunce i more; Sport i rekreacija; Nautički turizam; Poslovni turizam
Atributi diferencijacije	Mozaik doživljaja: povijest, gastronomija, aktivnosti/<i>outdoor</i>, događanja, gostoljubivost

3.2. Institucionalno okruženje i trendovi na turističkom tržištu¹⁴

Pokretači trendova

- **Političko okruženje.** Svjetsku političku scenu u proteklih desetak godina obilježavaju regionalni konflikti na području Bliskog istoka i Sjeverne Afrike te njihovo 'prelijevanje' u obliku terorističkih napada i dramatičnih izbjegličkih valova prije svega u Europu. Dolazi do jačanja radikalnih i desnih stranaka, protekcionističkih politika i inicijativa 'zatvaranja' država u nacionalne granice te podizanja barijera za putovanje. Ovo je vrijeme nestabilnosti i nesigurnosti. Hrvatska uspijeva ostati 'po strani' velikih politički uzrokovanih previranja i percipirana je kao sigurna zemlja.
- **Gospodarsko okruženje.** MMF izvještava da je svjetsko gospodarstvo raslo za 3,8% u 2017. što se pripisuje oporavku investicijskih aktivnosti u razvijenim zemljama te rastu azijskih i europskih zemalja u razvoju. Prognozira se nastavak globalnog rasta u 2018. i 2019. po stopi od 3,9%, ali se potom najavljuje usporavanje i za mnoge zemlje izazovna srednjoročna prognoza. Moguće je zaoštavanje financijskih uvjeta, pad podrške globalnim ekonomskim integracijama i viši rizik od protekcionizma. Rast hrvatskog gospodarstva u 2017. iznosio je 2,8% što predstavlja usporavanje u odnosu na 2016. godinu (+3,2%). Unatoč bitnom unapređenju uvjeta poslovanja u razdoblju 2005.-2018., Hrvatska je prema kriteriju lakoće poslovanja poduzeća 51. od 190 zemalja svijeta, a *The Global Competitiveness Report 2010-2018* kao ključne problematične faktore poslovanja u Hrvatskoj prepoznaje ponajprije neefikasnost državne birokracije, nestabilnost ekonomskih politika, porezne propise, korupciju i visinu poreznih stopa.
- **Tehnologija.** Izuzetno brz razvoj informacijskih i komunikacijskih tehnologija, unapređenje transportnih tehnologija, ali i kontinuiran razvoj novih tehnologija (npr. proširena i virtualna stvarnost, biometrika i nosive tehnologije, odašiljači i lokacijski servisi, dronovi) mijenjaju gotovo sve aspekte života i rada. Prema statistici za 2017. godinu, pet milijardi ili dvije-trećine ljudi na svijetu posjeduje jedan ili više mobilnih uređaja, dostupnost Interneta stalno raste sa stopama penetracije u odnosu na broj stanovnika od 95% u Sjevernoj Americi, 85% u Europi i 48% u Aziji, vrijeme provedeno na digitalnim uređajima iznosi 5,7 sati/dan i stalno raste. Pada korištenje *desktop* i *laptop* uređaja, a raste upotreba mobilnih uređaja kao rezultat 4G mobilne tehnologije, sve više besplatnih WiFi točaka i sniženih

cijena *roaming*-a. Sadržaji koji se najviše pretražuje na Internetu su hrana i piće, zdravlje i sport. Utjecaj tehnologije i dalje će rasti, posebice s obzirom na rast potrošačke snage nadolazećih digitalnih 'Y' i 'Z' generacija.

- **Okoliš.** Pritisci na okoliš te posljedična degradacija prostora, zagađenja, gubitak bioraznolikosti i klimatske promjene nepovratno mijenjaju Zemlju i već ozbiljno prijetu uvjetima i stilu života diljem svijeta. Svijest o potrebi, ali i regulativa te praksa okolišno odgovornog upravljanja razvojem nedvojbeno raste iako su evidentne velike razlike između razvijenih i zemalja u razvoju.
- **Društveno okruženje.** Rast blagostanja i obrazovanja, uz snažan razvoj transportnih tehnologija i ICT-a koje 'smanjuju' svijet te istovremeno ograničenost prirodnih resursa i ugrožavanje okoliša, dovodi do jačanja post-materijalističkih vrijednosti u razvijenim zemljama. Svjedoci smo, nadalje, demografskih promjena, odnosno, s jedne strane, starenja populacije u razvijenim zemljama, Rusiji, Indiji i Kini gdje će do 2030. oko trećina stanovništva imati 55+ godina, a s druge strane stasanja jednako velike 'Y' i 'Z' generacije rođene i odrasle u globaliziranom, digitalnom svijetu. To je kontekst u kojem opće-prihvaćene društvene vrijednosti postaju 'kvaliteta života', 'osobno zdravlje' i 'zdrav okoliš', 'društvena odgovornost'.

Dugoročne prognoze međunarodnih kretanja u turizmu

Uz povremene oscilacije, međunarodni turizam kontinuirano raste kroz proteklih 65 godina. U 2017. registrirano je 1,32 milijarde međunarodnih dolazaka na svijetu što je rast od 7% u odnosu na 2016., uz također vrlo snažan rast od 8% u Europi. Najjače emitivne regije su Europa, koja je u 2017. generirala gotovo polovicu međunarodnih dolazaka, zatim Azija-Pacifik i Amerika pri čemu ostaje nepromijenjena činjenica da se najveći udio međunarodnih putovanja (77%) i dalje odvija unutar iste makro-regije.

Dugoročne prognoze UNWTO-a do 2030. godine predviđaju daljnji globalni rast međunarodnih dolazaka po prosječnoj godišnjoj stopi od 3,3%.

Očekuje se, međutim, da će rast u Europi, a jednako tako i u Južnoj Europi-Mediteran (gdje prema UNWTO regionalizaciji pripada i Hrvatska) biti niži i iznositi 2,3%. Tržišni udio Europe i dalje će se smanjivati (s 51% u 2017. na 41% u 2030.) u korist, prije svega, Azije-Pacifik (s 25% u 2016. na 30% u 2030.). Zapadna i Južna Europa-Mediteran ostati će, međutim, najviše saturirane turističke destinacije na svijetu prema odnosu broja međunarodnih dolazaka i broja stalnih stanovnika.

¹⁴ Izvori: (1) IMF, *World Economic Outlook*, 4/2018; (2) www.dzs.hr; (3) WB, *Doing Business 2018-Economy Profile Croatia*; (4) WEF, *The Global Competitiveness Report 2017-2018*; (5) www.internetworldstats.com; (6) www.digitaltrends.com; (7) www.deviceatlas.com (8) UNWTO, *World Tourism Barometer*, June 2018; (9) Boumphrey, S. i Brehmer, Z., (2017),

Megatrend Analysis, Euromonitor; (10) UNWTO (2011), *Tourism Towards 2030*, Madrid; (11) Yeoman, I. (2012), *2050 – Tomorrow's Tourism*, Channel View Publications; (12) UNWTO-UNEP (2012), *Tourism in the Green Economy*; (13) Mandala Research et.al. (2017) *The Sustainable Traveler*; (14) HVS, HNN, Skift, Newsletter izdanja, 2017. i 2018.

Kvalitativni trendovi na turističkom tržištu

Dugoročan rast turističke aktivnosti praćen promjenama u globalnom političkom, gospodarskom, ekološkom, tehnološkom i društvenom okruženju bitno mijenja ključne odrednice turističkog tržišta.

Slika 3.1. Kvalitativni trendovi na turističkom tržištu



Izvor: Institut za turizam

- **Potražnja.** Trendovi u domeni potražnje ukazuju prije svega na proces segmentacije tržišta na brojne skupine kupaca diferencirane, primjerice, fazama životnog ciklusa (npr. *millennials*, 55+), stilom života (npr. *LOHAS*, *DINKS*¹⁵, solo putnici, obitelji s jedni roditeljem) ili interesima (npr. biciklisti, kulturnjaci, avanturisti). Općenito, međutim, primjećuje se da kupci sve eksplicitnije (re)definiraju konstruktivno potrošen novac i kvalitetno provedeno slobodno vrijeme kao ono koje je donijelo neku vrstu emotivnog iskustva, stjecanje novih znanja ili omogućilo kreativnost. 'Iskustvo' je danas dominirajući koncept u turizmu. Raste interes za sadržajima zdravlja, rekreacije i ljepote te proizvodima aktivnog odmora, *wellness*-a, *wellbeing*-a i medicinskog turizma. Preferirane aktivnosti su hodaње i planinarenje, biciklizam, aktivnosti na vodi, odlazak u spa/wellness, *mindfulness retreat*-ove. Također raste interes za destinacijama kulture i, specifično, gastronomije. Predviđa se daljnji rast preferencije za zdravom, lokalno uzgojenom hranom, posebno onom biljnog porijekla, kao i inspiriranje tradicionalnim recepturama i načinima izrade. Pojam 'autentično' ključan je atribut u prodaji, od domaće hrane, preko prirodnih ljekovitih činitelja do originalnih povijesnih zdanja i izvornosti krajolika. Zanimanje za autentičnim iskustvima potiče i putovanja izvan glavne, ljetne turističke sezone. Poslovna putovanja u sve većoj mjeri sadrže odmorišnu komponentu (*bleisure*).

Sve se više pažnje pridaje brizi za okoliš i klimatskim promjenama, tržišna istraživanja ukazuju da kupci smatraju okolišnu osjetljivost dodanom vrijednosti ili, za rastući udio turista, i razlogom za odabir. Velika većina turista koristi digitalni sadržaj za pripremu putovanja, pri čemu 'caruju' vizualne informacije odnosno upoznavanje proizvoda kroz slike i video te je YouTube drugi najjači pretraživač iza Google-a, a popularnost Instagram-a i Lifecasting-a stalno raste. Turisti su 'stalno uključeni', istražujući, planirajući i bukirajući turističke usluge 'u hodu'.

Odmor i rekreacija i dalje će biti najvažniji motiv putovanja, a 'odmor na suncu i moru' preferirani oblik ljetnog odmora. Inozemna putovanja u najvećoj se mjeri odvijaju unutar iste makroregije ('Europljani putuju u Europu'), pri čemu je primjetan porast interesa za destinacijama koje su bliže kući.

- **Ponuda.** Turistička ponuda prilagođava se promjenama potražnje diversifikacijom sadržaja i usluga te strukturno bogatijim lancima vrijednosti, tematiziranjem, posvećivanjem sve veće pažnje poštivanju autentične 'slike i duha' mjesta, sve učestalijom primjenom načela i procedura 'zelene prakse'.

Izuzetno je velik naglasak na ponudi iskustava. Dojmljiva iskustva orkestriraju se kroz tematizaciju, arhitekturu i dizajn objekata, ali i plaža, staza i šetnica, wellness sadržaja. Raste ponuda *lifestyle* hotela i *glamping*-a koje karakterizira kreativnost, inovativnost i društvenost iskazanih naročito u zajedničkim prostorima, HiP-u, *wellbeing* ponudi. Pozicioniranje i tipovi tretmana *wellness* centara bitno se diversificiraju, HiP evoluirao s naglascima na tematske restorane, *slow food* filozofiju, 'priče' o hrani, fotogeničnost hrane. Zabavno-edukativan sadržaj prožima sve, pri čemu naročito raste interes za sadržajem koji omogućava uvid u lokalni život ili 'pogled iz unutra'. Personalizacija usluga raste. Velike on-line agencije osnovala su 'Airbnb Experiences', odnosno 'TripAdvisor Experiences and Rentals'.

- **Marketing i upravljanje.** Marketinškom praksom dominiraju brendiranje kao alat etabliranja prepoznatljivog i poželjnog imidža u uvjetima visoke razine konkurencije te *on-line* marketing kao efikasan alat u ciljanju željenih, uključivo malih niša, kupaca s 'krojenom' ponudom i cijenom, odnosno kao glavni kanal komuniciranja sa sve više umreženim tržištem. Predviđa se daljnji rast važnosti društvenih mreža, nastavlja se rast *on-line* prodaje i udjela OTA te će rasti buking s mobilnih uređaja.

Načela održivosti i dugoročan vremenski horizont postaju temeljne razvojne premise, a partnerstva i umrežavanje te certificiranje kvalitete ključni mehanizmi upravljanja destinacijama. Nosivi kapacitet destinacija i propitivanje mjere rasta turizma sve su aktualnije teme. Destinacijski menadžment postaje fokus interesa.

¹⁵ *LOHAS* – *Lifestyle of health and sustainability* (Životni stil zdravlja i održivosti); *DINKS* – *Double income, no kids* (Kućanstva s dvostrukim primanjima, bez djece)

4. SWOT analiza

Snage

Prostor, društvo, infrastruktura i gospodarstvo

- Povoljan geografski položaj i blizina velikim emitivnim tržištima
- Povoljan geoprometni položaj i vrlo dobra prometna povezanost
- Raznolikost krajolika ('zeleno i plavo')
- Duga razvedena obala s velikim brojem plaža
- Veliko očuvano zaleđe s jedinstvenim zaštićenim krškim reljefom
- Ljekovita svojstva klime, čistoća mora, zraka i pitke vode, visoka osunčanost
- Većinom uređena središta mjesta (Crikvenica, Selce, Novi Vinodolski)
- Međunarodno relevantna kulturno-povijesna baština (Antika, Vinodolski zakon, Frankopani, Klović, Mažuranići, tradicija karnevala, muzeji, itd.)
- Raspoloživost kvalitetnog prostora planiranog za turistički razvoj (T zone)
- Raspoloživost kvalitetnog prostora za rekreaciju i zabavu
- Infrastrukturna opremljenost i njezino stalno unapređivanje
- Iznadprosječna gospodarska razvijenost i rast gospodarske aktivnosti
- Poduzetnička orijentacija javnih i privatnih zdravstvenih institucija
- Raspoloživost lokalnih programa poticanja diversifikacije gospodarstva
- Djelovanje Poduzetničkog centra Vinodol i LAG-a Vinodol
- Pozitivan stav lokalnog stanovništva prema turizmu

Turistička razvijenost

- Turistička tradicija i iskustvo, uključujući u zdravstvenom turizmu
- Izvrsne lokacije većih izgrađenih hotelskih i kamp zona
- Značajan udio hotelskog i obiteljskog smještaja kvalitativne razine 4*
- Kvalitetna ponuda ruralnog i agroturizma razine 4* i 5*
- Veliki broj ugostiteljskih objekata
- Veliki broj događanja tijekom godine i posebice u ljetnoj sezoni
- Raznolika sportsko-rekreacijska infrastruktura (razveden sustav staza i šetnica; dvoranski sportovi, nogomet; ronjenje; paraglajding; lov; ribolov na jezeru)
- Kvalitetna ponuda lječilišnog i medicinskog turizma
- Kvalitetna nova ponuda nautičkog turizma
- Prepoznatljivost destinacije na nacionalnoj razini i u bližem okruženju
- Crikvenica – brend lječilišnog mjesta na nacionalnoj razini
- Izrazito lojalni i većinom zadovoljni gosti

Slabosti

Prostor, društvo, infrastruktura i gospodarstvo

- Negativna demografska kretanja
- Vrlo visoka orijentacija gospodarstva na turizam
- Zapuštenost proizvodnih djelatnosti (naročito poljoprivreda i ribarstvo)
- Vrlo visoka opterećenost uske obalne crte
- Visoka apartmanizacija i udio stanova za privremeno stanovanje u građevinskim područjima naselja
- Širenje građevinskih zona u naseljima za gradnju turističkih kapaciteta
- Točkasta devastacija, nagrđenost i vizualno zagađenje prostora
- Velik pritisak na infrastrukturu tijekom ljetne sezone (odvodnja, otpad), povremena i mjestimična zagađenja mora i prostora
- Potkapacitiranost prometne infrastrukture i parkirališta tijekom ljetne sezone
- Lokalne prometnice locirane tik uz more, prolaz Jadranske magistrale kroz središta naselja s efektom 'presijecanja' mjesta
- Pojedinačno niski iznosi lokalno raspoloživih financijskih poticaja
- Nedovoljna usmjerenost na EU fondove

Turistička razvijenost

- Nedostatak stručnih kadrova, zapošljavanje nestručnih sezonskih kadrova
- Odljev kvalitetnih obrazovanih ljudskih resursa
- Visoka opterećenost, nedostatak i nedovoljno kvalitetno upravljanje plažama
- Nedovoljna usmjerenost na selektivne oblike turizma, posebno izvan sezone
- Nepovoljna struktura smještajnih kapaciteta
- Značajan udio hotela niske kategorije i bez kategorizacije; hoteli izvan funkcije
- Bazična opremljenost i uređenost kampova
- Uniformnost obiteljskog smještaja
- Nedovoljna diferencijacija ugostiteljske ponude i valorizacija tradicije
- Izostanak snažne imidž manifestacije ('motiv za dolazak')
- Izostanak *incoming* i animacijskih usluga lokalnih turističkih agencija na Rivijeri
- Nedovoljno iskorištene mogućnosti e-marketinga
- Visoka sezonalnost poslovanja, velik broj zatvorenih hotela, ugostiteljskih objekata i obrta izvan ljetne sezone, nedostatak volje za cjelogodišnjim radom
- Dojam masovnosti destinacija

Snage (nastavak)**Upravljanje turizmom**

- Kvalitetno ustrojene i kadrovski dobro ekipirane turističke zajednice
- Vrlo dobra međusobna suradnja turističkih zajednica
- Uspostavljen Odbor za destinacijski menadžment (Grad Crikvenica)
- Pokretanje investicijskog ciklusa u velikim hotelskim tvrtkama i njihov interes za unapređenje destinacijskog menadžmenta
- Investicije javnog sektora u značajne projekte uređenja prostora

Prilike**Razvojni okvir**

- Postavljen usmjeravajući razvojni okvir u strateškim dokumentima 'višeg reda'
- Snažna orijentacija Hrvatske i posebno Kvarnera na zdravstveni turizam
- Daljnji razvoj cestovne infrastrukture (zaobilaznica Selce-Povile, nastavak A7)
- Daljnji razvoj Zračne luke Rijeka
- Nacionalne politike revitalizacije poljoprivrede

Obilježja turističkog tržišta

- Globalni rast turizma, uključujući rast u Europi i na Mediteranu
- Visoka emitivna snaga europskih zemalja
- Visoki intra-regionalni karakter međunarodnog turizma
- Rastuća prepoznatljivost i atraktivnost Hrvatske
- Segmentacija tržišta i rast interesa kupaca za selektivnim oblicima turizma (*outdoor*, zdravstveni, kulturni, gastronomija i dr.)
- Rast interesa kupaca za 'zelenim', zdravim, emotivno angažirajućim i autentičnim iskustvima
- Rastuća orijentacija kupaca na digitalni sadržaj

Upravljanje turizmom i investicijski potencijal

- Sustavi upravljanja kvalitetom i certificiranje
- Dobra praksa u destinacijskom menadžmentu
- Raspoloživost kvalitetnih nacionalnih financijskih poticaja za turizam
- Raspoloživost financiranja iz EU fondova

Slabosti (nastavak)**Upravljanje turizmom**

- Nedovoljni financijski resursi sustava TZ-a
- Nedovoljno razvijena funkcija destinacijskog menadžmenta, uključujući nedovoljnu razinu suradnje između dionika, upravljanje prostorom i plažama, upravljanje rastom obiteljskog smještaja i primjenu komunalnog reda
- Ne realizacija predviđenih turističkih zona (T zone)
- Nepostojanje ujedinjavajuće vizije i brenda 'Crikveničko-vinodolska rivijera'

Prijetnje**Razvojni okvir**

- Nastavak geopolitičke nesigurnosti i podizanje barijera za putovanja
- Srednjoročno usporavanje globalnog gospodarskog rasta, rizik od protekcionizma
- Klimatske promjene
- Industrijska orijentacija riječkog prstena, uključujući sjeverni dio otoka Krka, i rizik od zagađenja okoliša

Obilježja turističkog tržišta

- Rastuća razina konkurencije između morskih odmorišnih destinacija
- Kvalitetnije prilagođavanje konkurenata tržišnim trendovima te daljnje zaostajanje Rivijere
- Niska spontana svjesnost Hrvatske i Kvarnera
- Dominantna percepcija Hrvatske i Kvarnera kao samo 'ljetne sunce i more' destinacije
- Neprepoznatljivost Hrvatske kao zdravstveno-turističke destinacije

Upravljanje turizmom i investicijski potencijal

- Pritisci na destinacije uslijed rasta turizma (*overtourism*)
- Sporost i nedovoljna multidisciplinarnost u prostornom planiranju
- Nerazvijen model i sustav destinacijskog menadžmenta u Hrvatskoj
- Procedure dodjele koncesija
- Nepoticajna investicijska klima u Hrvatskoj
- Nepoticajno institucionalno okruženje u Hrvatskoj

5. Vizija i strateški ciljevi razvoja turizma

Polazeći od dubinske analize unutarnjeg i vanjskog okruženja te ključnih trendova na turističkom tržištu, metodološki okvir za definiranje vizije i strateških ciljeva turističkog razvoja Crikveničko-vinodolske rivijere počiva na sagledavanju mogućih razvojnih scenarija, na razumijevanju razvojnih načela koja odražavaju vrijednosni sustav dionika te na tržišnom identitetu destinacije.

5.1. Razvojne opcije: Analiza scenarija

Temeljem konzistentnog i logičnog metodološkog okvira, analizom scenarija sagledavaju se alternativne zamišljene 'priče' koje opisuju moguća obilježja turizma Crikveničko-vinodolske rivijere u budućnosti. To dozvoljava procjenu implikacija mogućih aktivnosti ključnih dionika, ali i pruža okvir za pravodobnu pripremu pro-aktivnog djelovanja u funkciji ostvarivanja željene budućnosti.

Ishodišna točka analize scenarija je današnja narušena konkurentna pozicija Crikveničko-vinodolske rivijere koja se očituje ispodprosječnim korištenjem raspoloživih resursa i ispodprosječnim turističkim izdacima, a ocrta umanjene konkurentne prednosti uslijed djelovanja brojnih činitelja iz internog i eksternog okruženja posljednjih dvadesetak godina. Pri tome se kao dvije ključne razvojne snage Rivijere koje određuju buduću uspješnost destinacijskog menadžmenta i upravljanja, obilježja aktiviranja resursne osnove, sposobnost podizanja razine vještina izravno i neizravno uključenih u turizam, razinu javno-privatnog umrežavanja te pokretanja uspješnih poduzetničkih poduhvata, izdvajaju:

- Orijentacija javnih i privatnih dionika prema budućem kretanju ponude koja se, kroz dva suprotstavljena pola, iskazuje kao turistička politika vođena razvojem kao pokretačem ili turistička politika vođena rastom kao pokretačem;
- Orijentacija nositelja destinacijske turističke politike prema stupnju integracije resursa i aktivnosti na razini Rivijere koja se, kroz dva suprotstavljena pola, iskazuje kao integrirano upravljanje ili partikularno upravljanje.

Proizlaze četiri moguća scenarija s bitno različitim implikacijama za turistički tržišni potencijal Rivijere (Slika 5.1.):

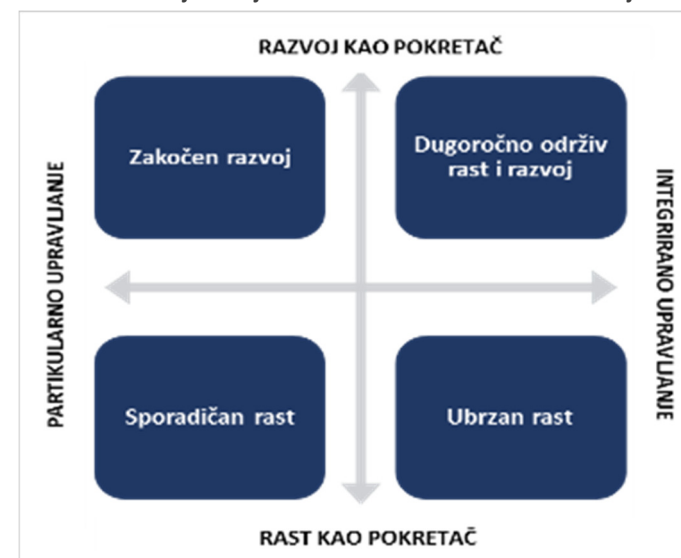
▪ **Scenarij I: Zakočen razvoj** – scenarij podrazumijeva:

- Provođenje turističke politike koja podržava zaštitu nosivog kapaciteta prostora te rast utemeljen na jačanju konkurentnosti relevantnih tržišnih proizvoda i kvalitete faktora proizvodnje;

- Partikularno upravljanje u turizmu, odnosno nepostojanje zajedničke razvojne platforme i integriranja raspoloživih radnih i financijskih resursa između različitih dionika i resora destinacijske i regionalne turističke aktivnosti.

Nepostojanje zajedničke razvojne platforme dionika na Rivijeri onemogućava stvarnu operacionalizaciju razvojnih mjera turističke politike usmjerenih na podizanje kvalitete faktora proizvodnje, inovativnost te održivu zaštitu prostora. Razvoj turizma zarobljen je između idealistički postavljenih ciljeva i nepostojanja upravljačkih procesa koji bi takav razvoj podržali uz istodobno ograničavanje projekata i aktivnosti usmjerenih na povećanje kapaciteta koji su podržani načelima ekonomskog, društvenog i okolišnog održivog razvoja turizma.

Slika 5.1. Scenariji razvoja turizma Crikveničko-vinodolske rivijere



Izvor: Institut za turizam

▪ **Scenarij II: Sporadičan rast** – scenarij podrazumijeva:

- Provođenje turističke politike koja podržava ubrzan rast turističke aktivnosti generiran rastom kapaciteta svih oblika smještaja uz rast ponude pratećih usluga;
- Partikularno upravljanje u turizmu, odnosno nepostojanje zajedničke razvojne platforme i integriranja raspoloživih radnih i financijskih resursa između različitih dionika i resora destinacijske i regionalne turističke aktivnosti (kao Scenarij I).

U uvjetima nepostojanja zajedničke operative platforme djelovanja nositelja turističke politike na području Rivijere realiziraju se pojedinačni privatni i javni

turistički projekti bez mogućnosti da se osigura njihovo povezivanje u zaokruženi lanac vrijednosti jedinstvenih turističkih doživljaja Rivijere. Rast turističke aktivnosti se nastavlja bez većih iskoraka u smanjenju sezonalnosti, inovativnosti proizvoda i podizanju tržišne prepoznatljivosti Rivijere.

▪ **Scenarij III: Ubrzan rast** – scenarij podrazumijeva:

- Provođenje turističke politike koja podržava ubrzani rast turističke aktivnosti generiran rastom kapaciteta svih oblika smještaja uz rast ponude pratećih usluga (kao Scenarij II);
- Integrirano upravljanje u turizmu zasnovano na prihvaćenoj i operacionaliziranoj zajedničkoj razvojnoj platformi različitih dionika i resora destinacijske i regionalne turističke aktivnosti te integriranju raspoloživih radnih i financijskih resursa sustava turističkih zajednica i javnih institucija Rivijere.

Ubrzan rast turističke aktivnosti podržan je uspješnim i koordiniranim aktivnostima potpore poduzetništvu u turizmu kroz uklanjanje barijera te financijsko i nefinancijsko poticanje projekata privatnog i javnog-privatnog poduzetništva. Nisu, međutim, uspostavljeni kriteriji za praćenje ekonomske, društvene i ekološke održivosti što već u srednjem roku može rezultirati smanjenjem kvalitete sveukupnog turističkog proizvoda Rivijere odnosno narušavanja resursne osnove bilo u pogledu zaštite prostora i prirodne i kulturne baštine bilo u pogledu osiguranja potrebnog ljudskog kapitala.

▪ **Scenarij IV: Dugoročno održiv rast i razvoj** – scenarij podrazumijeva:

- Provođenje turističke politike koja podržava zaštitu nosivog kapaciteta prostora te rast utemeljen na jačanju konkurentnosti relevantnih tržišnih proizvoda i kvalitete faktora proizvodnje (kao Scenarij I);
- Integrirano upravljanje u turizmu zasnovano na prihvaćenoj i operacionaliziranoj zajedničkoj razvojnoj platformi različitih dionika i resora destinacijske i regionalne turističke aktivnosti te integriranju raspoloživih radnih i financijskih resursa sustava turističkih zajednica i javnih institucija Rivijere (kao Scenarij III).

Rast turističke aktivnosti podržan je uspješnim i koordiniranim aktivnostima potpore poduzetništvu u turizmu kroz uklanjanje barijera te financijsko i nefinancijsko poticanje projekata privatnog i javnog-privatnog poduzetništva uz transparentno uspostavljene kriterije podržavanja i sustav praćenja projekata usmjerenih na ekonomsku, društvenu i ekološku održivost Rivijere kao garancije dugoročno održivog razvoja turizma utemeljenog na smanjenju sezonalnosti, rastu kvalitete i inovativnosti turističkih proizvoda te unapređenju faktora proizvodnje.

Implikacije opisanih scenarija ukazuju na poželjnost scenarija dugoročno održivog rasta i razvoja kao optimalnog razvojnog koncepta Crikveničko-vinodolske rivijere koji povezuje poticajnu turističku politiku i integrirano destinacijsko upravljanje s pretpostavkom dugoročne ekonomske, društvene i ekološke održivosti razvoja. Pri tome ostvarenje pretpostavki na kojima se scenarij zasniva nije jednostavan ni jednosmjernan proces budući da podrazumijeva mijenjanje dosadašnjih procesa upravljanja i vođenja turističke politike. U tom smislu, treba tražiti što dosljednijem neutraliziranju ograničenja koja se mogu pojaviti u primjeni integracijskih procesa te zaštititi resursno-atraksijske osnove, prije svega prostora, uz istovremeno stvaranje poticajnog okruženja za razvoj poduzetništva.

5.2. Načela razvoja turizma

Svi raspoloživi nadređeni strateški razvojni dokumenti, bilo na razini teritorijalnih cjelina (EU, PGŽ, JLS) ili sektora turizma (Hrvatska, PGŽ), određuju se prema održivom razvoju kao osnovnoj razvojnoj premisi.¹⁶ Kada se tako postavljenom razvojnom okviru dodaju kroz razgovore pri obilasku terena i na radionicama izraženi stavovi lokalnih dionika koji naglašavaju važnost povezivanja i umrežavanja, diversifikacije turističkih proizvoda, ljudskog kapitala i obrazovanja, investicija i podržavanja poduzetničke atmosfere te unapređenja kvalitete, slijedi da koncept dugoročno održivog rasta i razvoja objedinjuje i ključna razvojna očekivanja dionika.¹⁷ Sustav načela razvoja turizma prilagođen specifičnim obilježjima unutarnjeg i vanjskog okruženja Crikveničko-vinodolske rivijere moguće je prikazati kroz šest međusobno povezanih i uvjetovanih načela održivosti obuhvaćajući prostorno-ekološku, društvenu i ekonomsku komponentu (Slika 5.2.).

▪ **Načela prostorno-ekološke održivosti** – temelj su upravljanja prostorom i prirodnim resursima te usmjeravanja okolišno osjetljive prakse gospodarskih i društvenih aktivnosti na području Rivijere, a uključuju:

- Načelo zaštite nosivog kapaciteta – podrazumijeva inzistiranje na zaštiti nosivog kapaciteta prostornih, ljudskih i infrastrukturnih resursa pri pokretanju razvojnih aktivnosti u turizmu. Nalaže očuvanje kvalitete okoliša, bioraznolikosti i krajolika te primjenu postupaka minimiziranja negativnog djelovanja turističke aktivnosti na okoliš;
- Načelo primjene 'zelene' prakse – široka i dosljedna primjena različitih 'zelenih' praksi u poslovanju gospodarskih i društvenih subjekata u turizmu osnova je ne samo smanjenja štetnih utjecaja turizma na okoliš već i podizanja ukupne prepoznatljivosti i konkurentnosti turizma Rivijere.

¹⁶ Vidjeti Točka 2.4. ovog dokumenta (Strateška usmjerenja)

¹⁷ Obilazak terena i radionice, lipanj-listopad 2018.

Slika 5.2. Sustav načela razvoja turizma Crikveničko-vinodolske rivijere



Izvor: Institut za turizam

- **Načela društvene održivosti** – temelj su valorizacije aktivnosti usmjerenih na očuvanje identitetskih obilježja i kvalitete života, uključujući i ljudske potencijale, lokalne zajednice:
 - Načelo zaštite kvalitete života lokalne zajednice – u uvjetima različitih pritisaka na korištenje prostornih, prirodnih i kulturnih resursa, rastuće konkurencije i mijenjajućeg okruženja naglašava važnost zaštite blagostanja života lokalne zajednice kako kroz poticanje lokalnog poduzetništva, podizanje razine znanja i vještina zaposlenih izravno ili neizravno vezanih uz turizam tako i osiguranja visokog društvenog i infrastrukturnog standarda lokalnog stanovništva;
 - Načelo očuvanja 'duha mjesta' i autentičnosti – osiguravajući mogućnost posjetiteljima da dožive specifičnu i autentičnu sliku Crikveničko-vinodolske rivijere, ali istodobno štiteći i kvalitetu života lokalnog stanovništva, načelo podrazumijeva poticanje poštivanja lokalnog 'duha mjesta' (*genius loci*) kroz sadržaje turističke ponude te u urbanističkom i arhitektonskom oblikovanju.
- **Načela ekonomske održivosti** – temelj su osiguranja tržišne održivosti turističkih poduzetničkih projekata te generiranja njihovih ukupnih pozitivnih učinaka na okruženje:
 - Načelo partnerstva i koordinacije – uspostavljanje poticajnog okruženja i prakse suradnje i koordinacije dionika za zajedničko širenje sustava turističkih iskustava i stvaranje bogatog lanca vrijednosti na Rivijeri;
 - Načelo kvalitete i inovativnosti – osiguranje visoke kvalitete turističkih proizvoda i usluga te kontinuirane inovacije ponude nameću se kao ključni pokretači dugoročno održivog poslovanja i razvoja.

5.3. Konkurentan tržišni identitet

Formuliranje, a potom dosljedno oživljavanje i komuniciranje tržišnog identiteta destinacije ključni su koraci u usmjeravanju i rukovođenju razvojem turizma te su osnovna pretpostavka uspješnosti u današnjim uvjetima izrazito visoke konkurencije na turističkom tržištu. Da bi bio održiv, odnosno konkurentan, tržišni identitet destinacije nužno mora počivati na nekim specifičnim i snažno prisutnim obilježjima mjesta koja su ujedno relevantna potencijalnim gostima i diferencirajuća od konkurencije. Drugim riječima, konkurentan tržišni identitet destinacije jezgrovit je iskaz 'srži' koja je istinita, poželjna i diferencirajuća.

Proces generiranja konkurentnog tržišnog identiteta Crikveničko-vinodolske rivijere, prikazan u nastavku, polazi od identifikacije ključnih obilježja Rivijere u kontekstu tržišnih trendova s jedne strane, odnosno proklamiranog pozicioniranja okolnih konkurentskih destinacija s druge strane:

Trendovi u turizmu

- Rast interesa za sadržajima aktivnog odmora, zdravlja i kulture
- Očekivanje iskustva, autentičnosti, okolišne odgovornosti
- Segmentacija tržišta

+

Konkurenti

- Opatijska rivijera: 'Profinjenost' - visoko uređena, kultivirana, fina
- Otok Krk: 'Ispunjenost' – sadržajan, svestran, najveći i blizi otok
- Otok Rab: 'Sretan otok' - povijesni, plemenit, zelen
- Poreč: 'Mozaik doživljaja' – povijest, gastronomija, *outdoor*, događanja

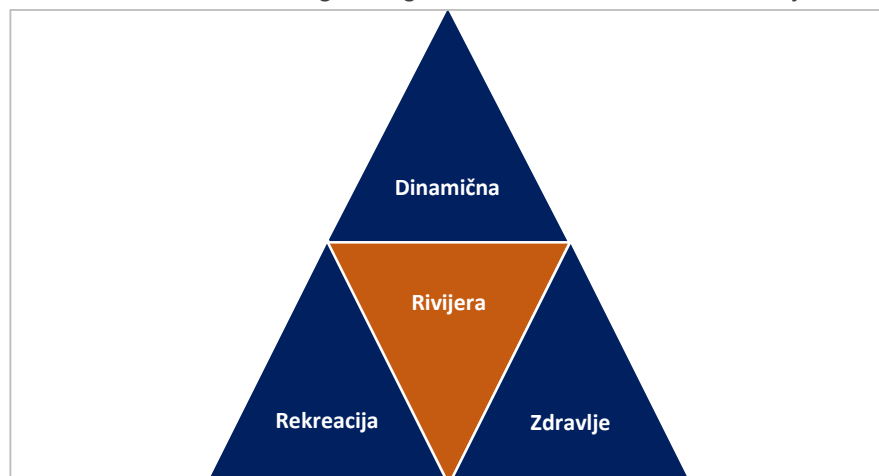
+

Ključna obilježja Crikveničko-vinodolske rivijere

- Rivijera
- Blizina i dostupnost
- Raznolikost krajolika, duga obala, veličina i očuvanost zelenog zaleđa
- Brojne plaže, raznolika sportsko-rekreacijska infrastruktura
- Prirodni ljekoviti činitelji, lječilišna tradicija, ambiciozna zdravstvena ponuda
- Brojna događanja
- Visoka koncentracija aktivnosti i opterećenost obale

Sublimirajući ključna obilježja Crikveničko-vinodolske rivijere u svijetlu tržišnih trendova i 'zauzetih' pozicija konkurenata, određujući attribute njezinog konkurentnog tržišnog identiteta moguće je formulirati na sljedeći način:

Slika 5.3. Atributi konkurentnog tržišnog identiteta Crikveničko-vinodolske rivijere



Konkurentan tržišni identitet	Crikveničko-vinodolska rivijera: Dinamična rivijera rekreacije i zdravlja
Konkurentska pozicija	Najbolja jadranska rivijera aktivnog i zdravog odmora visoke razine vrijednosti

Izvor: Institut za turizam

Ovako formuliran tržišni identitet Crikveničko-vinodolske rivijere u prvi plan stavlja koncepte 'rivijera', jasno asocirajući na povezan niz mjesta i uređenost prostora, te 'dinamičnost' što proizlazi, u prvom redu, iz specijalizacije za tržišno visoko atraktivnu aktivnu i pozitivnom energijom ispunjenu ponudu rekreacije i zdravlja, ali istovremeno i iz karaktera Rivijere kao prostorno vrlo raznolikog mjesta, s visokom koncentracijom različitih sadržaja i događanja. Svojom dinamičnošću Crikveničko-vinodolska rivijera razlikuje se od profinjenosti susjedne Opatijske rivijere, dok ju dinamičan, ali ujedno zdravlju orijentiran karakter razlikuje od također na aktivnosti i *outdoor* usmjerene konkurente poput otoka Krka i Poreča. Štoviše, Rivijera se dodatno snažno diferencira mogućom aspiracijom ka poziciji 'najbolje jadranske rivijere aktivnog i zdravog odmora' pridajući ovdje i željeni kvalitativni iskorak ka 'visokoj razini vrijednosti'.

5.4. Vizija

Kao slika poželjne budućnosti, vizija turizma Crikveničko-vinodolske rivijere predstavlja usklađen, jasan i sažet iskaz onoga što razvojni dionici, izvršna vlast i stanovnici cijelog ovog područja priželjkiju od turizma u okviru dužeg vremenskog horizonta. Vizija također treba imati snagu povezivanja i mobiliziranja različitih interesnih skupina u ostvarenju zajedničkog cilja. Isto tako, vizija pruža i skup kriterija za valoriziranje turističke politike tijekom dužeg razdoblja.

Uvažavajući globalne trendove u turizmu, relevantno konkurentsko okruženje i potencijal resursno-atraksijske osnove, u osmišljavanju vizije Crikveničko-vinodolske rivijere kao turističke destinacije traženi su odgovori na četiri ključna pitanja:

KAKAV bi trebao biti turizam na Crikveničko-vinodolskoj rivijeri?

Ključne odrednice	Specifični iskaz
- Orijentacija na održivost turističkih praksi i poštivanje rasta do granica nosivosti kapaciteta prostora - Destinacija visoke razine kvalitete - Globalno konkurentna destinacija na diferenciranoj paleti proizvoda	U uvjetima postojećih značajnih pritisaka na prostor i prirodne resurse, turistička politika Crikveničko-vinodolske rivijere zaokreće se prema održivosti turističkih praksi i osiguranju visoke razine kvalitete usluga. Usklađujući rast turističke aktivnosti kroz proizvodnu diversifikaciju podržanu bogatim lancem vrijednosti s nosivim kapacitetom prostora, Rivijera uspješno konkuruje na relevantnom tržištu odmorišnih regija.

ŠTO će Crikveničko-vinodolsku rivijeru diferencirati na turističkom tržištu?

Ključne odrednice	Specifični iskaz
Pozicija najbolje jadranske rivijere aktivnog i zdravog odmora visoke razine vrijednosti	Polazeći od komparativnih prednosti koje uključuju visoku raznolikost (krajolika, plaža, rekreacijske infrastrukture, događanja) te zdravstveno-turističku tradiciju, konkurentске prednosti zasnivaju se na dinamičnosti Rivijere odnosno pružanju bogate i iskustvene - najbolje na Jadranu - ponude aktivnog i zdravog odmora s visokom razinom vrijednosti.

KOJA će iskustva Crikveničko-vinodolska rivijera nuditi na turističkom tržištu?

Ključne odrednice	Specifični iskaz
- Različita visokokvalitetna iskustva odmora, rekreacije, zdravlja, kulture i poslovnog boravka - Različita iskustva posebnih interesa - Iskustva tijekom većeg dijela godine na cijelom području Rivijere	Kao dinamično odredište fokusirano na atmosferu aktivnog i zdravog životnog stila, portfelj visokokvalitetnih iskustava Crikveničko-vinodolske rivijere uključuje međusobno komplementarne proizvode opuštajućeg odmora, <i>outdoor</i> aktivnosti, zdravlja i kulture te više proizvoda posebnih interesa i poslovnog turizma. Sadržajno unaprijeđen te različitim sezonama prilagođen proizvod 'sunca i mora' i dalje je ključan segment ponude i sveukupnog pozicioniranja Rivijere, iako se njegova relativna važnost smanjuje. Ukupna struktura proizvodnog portfelja omogućava produljenje turističke sezone, odvijanje turističke aktivnosti na cijelom području i rast potrošnje.

KAKO će se upravljati turizmom na Crikveničko-vinodolskoj rivijeri?

Ključne odrednice	Specifični iskaz
- Integrirano na razini Rivijere - Integrirano u povezivanju javnog i privatnog interesa - Transparentno - Financijski i kadrovski održivo	Suradnja jedinica lokalne samouprave Rivijere usmjerena na integriranje zajedničkih područja turističke politike i osiguranje financijski i kadrovski održivog destinacijskog menadžmenta ključna je odrednica sustava upravljanja turizmom usmjerenog na ostvarivanje zajedničke razvojne vizije. Transparentnost, odgovornost i suradnja javnog i privatnog sektora nezaobilazan su faktor postizanja ekološke, društvene i ekonomske održivosti, ali i uspješnog korištenja nacionalnih i EU fondova za financiranje kapitalne turističke infra i supra strukture.

Imajući na umu razvojne opcije, načela razvoja, konkurentan tržišni identitet i sagledane ključne odrednice vizije, prepoznaju se četiri 'stupa' čiji međudodnos opisuje

razvojnu viziju Crikveničko-vinodolske rivijere kao integrirajuće platforme djelovanja razvojnih dionika:

- Rivijera ubrzanog globalno konkurentnog održivog turističkog razvoja usklađenog s nosivim kapacitetom prostora;
- Pružajući gostima visoku razinu vrijednosti tijekom cijele godine, destinacija koja zauzima mjesto najbolje jadranske rivijere aktivnog i zdravog životnog stila;
- Raznolika i inovativna smještajna i izvansmještajna ponuda osigurava sadržajna i kvalitetna iskustva odmora, rekreacije, zdravlja i kulture te posebnih interesa;
- Destinacija financijski stabilnog, transparentnog i integriranog upravljanja turizmom utemeljenog na primjeni suvremenih znanja i vještina.

Polazeći od postavljenih 'stupova' definirana je vizija turističkog razvoja Crikveničko-vinodolske rivijere koja glasi:

CRIKVENIČKO-VINODOLSKA RIVIJERA: DINAMIČNA RIVIJERA REKREACIJE I ZDRAVLJA

TURISTIČKA DESTINACIJA UBRZANOG TURISTIČKOG RAZVOJA FOKUSIRANA NA PRUŽANJE GLOBALNO KONKURENTNIH VISOKOKVALITETNIH ISKUSTAVA ODMORA, REKREACIJE I ZDRAVLJA U GRANICAMA NOSIVOG KAPACITETA PROSTORA

Crikveničko-vinodolska rivijera globalno je konkurentna cjelogodišnja turistička destinacija prepoznata po raznolikoj i inovativnoj smještajnoj i izvansmještajnoj ponudi. Kao najbolja jadranska rivijera aktivnog i zdravog životnog stila, pruža širok portfelj visokokvalitetnih, sadržajnih, međusobno komplementarnih, iskustava odmora, rekreacije, zdravlja, kulture te posebnih interesa.

Financijski stabilno, transparentno i integrirano destinacijsko upravljanje utemeljeno na primjeni suvremenih znanja i vještina temelj je ubrzanog održivog turističkog razvoja usklađenog s nosivim kapacitetom prostora.

5.5. Strateški ciljevi

U skladu s postavljenom vizijom turizma Crikveničko-vinodolske rivijere, glavni cilj turističkog razvoja u vremenskom horizontu ove Strategije do 2029. godine je:

Glavni cilj razvoja turizma 2019.-2029.	Izgradnja konkurentne, održive, cjelogodišnje i međunarodno prepoznate dinamične rivijere rekreacije i zdravlja s bogatom ponudom sadržajnih turističkih iskustava
---	--

Ostvarivanje postavljenog glavnog cilja podrazumijeva provedbu sljedećih međusobno povezanih strateških ciljeva:

- **Unapređenje kvalitete.** Podizanje kvalitete turističke ponude usuglašene sa očekivanjima gostiju

Postavljeni cilj ocrtava usmjerenje prije svega na pokretanje *brownfield* investicija u hotelske i kamping kapacitete uz usuglašavanje rasta kapaciteta obiteljskog smještaja s nosivim kapacitetom prostora, a iskazuje se mjerljivim ciljevima:

- Povećanje smještajnog kapaciteta u 2029. godini za ukupno 55%, uz rast udjela hotelskog smještaja s 11% u 2017. godini na 18% u 2029. te smanjenje udjela obiteljskog smještaja sa 76% na 73% i kampova s 13% na 10%;
- Povećanje prosječne dnevne potrošnje po turistu u komercijalnim kapacitetima sa 61 Euro u 2017. godini na 110 Eura u 2029. godini.

- **Produljenje sezone.** Podizanje efikasnosti i povećanje iskorištenosti smještajnih kapaciteta kao generatora rasta fizičke potražnje

Postavljeni cilj odnosi se na podizanje razine korištenja kapaciteta na razinu *benchmark*-a Hrvatske kao odraza diversifikacije i rasta kvalitete turističkih iskustava dostupnih na Rivijeri, promjene strukture i kvalitete ponude smještaja te unapređenja prodaje u pred i post sezoni, a iskazuje se mjerljivim ciljevima:

- Povećanje broja ukupnih noćenja za 125% uz rast noćenja u kampovima za 97% i obiteljskom smještaju za 96% te povećanja noćenja u hotelima za 259%;
- Povećanje bruto iskorištenosti ukupnih ležajeva u hotelima s 32% u 2017. na 45% u 2029. godini, kampova s 14% na 23% i obiteljskog smještaja s 18% na 24%.

- **Podizanje tržišne prepoznatljivosti.** Rast induciranog poznavanja Rivijere

Postavljeni cilj podrazumijeva unapređenje komunikacije vrijednosti Rivijere na ciljnim tržištima, a iskazuje se mjerljivim ciljem:

- Rast induciranih asocijacija na Rivijeru među inozemnim ispitanicima koji namjeravaju posjetiti Hrvatsku za 2% godišnje (baza mjerenje u 2019.).

Slika 5.4. Sustav strateških ciljeva razvoja turizma Crikveničko-vinodolske rivijere do 2029.

1.

Unapređenje kvalitete

Kapaciteti - ležajevi	2017.	2029.	2029./2017. (%)
Ukupno	37.674	58.285	55
Hoteli i sl.	3.984	10.284	158
Kampovi	4.856	5.631	16
Obiteljski smještaj	28.834	42.369	47

Potrošnja - Eur	2017.	2029.	2029./2017. (%)
Ukupno (mln Eur)	159	645	305
Prosječno dnevno/osoba	61	110	80

2.

Produljenje sezone

Noćenja	2017.	2029.	2029./2017. (%)
Ukupno	2.608.092	5.873.448	125
Hoteli i sl.	470.652	1.689.165	259
Kampovi	239.442	472.722	97
Obiteljski smještaj	1.897.998	3.711.561	96

Bruto iskorištenost – u %	2017.	2029.	2029./2017. (%)
Ukupno	19	28	46
Hoteli i sl.	32	45	39
Kampovi	14	23	70
Obiteljski smještaj	18	24	33

3.

Podizanje prepoznatljivosti

Rast induciranih asocijacija na Rivijeru među potencijalnim inozemnim gostima koji imaju namjeru posjetiti Hrvatsku za 2% godišnje (baza mjerenje u 2019.)

6. Proizvodno-prostorna koncepcija razvoja turizma

6.1. Turistički proizvodi Crikveničko-vinodolske rivijere

Temeljem raspoložive resursne osnove i u skladu s postavljenom vizijom '... dinamične rivijere rekreacije i zdravlja ...' te u funkciji postavljenih ciljeva razvoja turizma, prepoznaje se potencijal Crikveničko-vinodolske rivijere za generiranje diversificirane strukture turističkih proizvoda:

Slika 6.1. Sustav turističkih proizvoda Crikveničko-vinodolske rivijere

Proizvodi odmora (glavni/kratki/jednodnevni odmor)			
Grupa	Proizvod	Modaliteti	Sezona
CVR Relax	Sunce i more	Ljetni odmor/ Proljeće-jesen-zima na moru	3.-11. mj.
	Ruralni turizam	Ljetni odmor/ Proljeće-jesen-zima u zelenom zaleđu	
CVR Outdoor	Rekreacija	Pješčenje, trekking, orijentacijsko trčanje, planinarenje / Biciklizam, brdski biciklizam / Paraglajding, zmajarenje / Golf/ Lov, ribolov / Promatranje životinja/ Jahanje / Ronjenje	3.-11. mj.
	Nautički turizam	Jahting / Krstarenja malim brodovima	
CVR Zdravlje	Medicinski turizam	Fizikalna i sportska medicina / Baromedicina / Stomatologija / Itd.	1.-12. mj.
	Lječilišni turizam	Lokomotorni sustav / Respiratorni sustav / Talasoterapija/ Rehabilitacija	
	Wellness turizam	Medicinski wellness / Holistički wellness / Talasoterapija/ Spa	
CVR Kultura	Kulturna baština	Kulturne znamenitosti / Gastronomija / Maškare	5.-10. mj.
	Kreativna putovanja	Radionice / Škole (npr. keramike, pisanja i sl.)	
Proizvodi posebnih interesa (višednevni/jednodnevni boravak)			
CVR Sport	Sportski kampovi	Treniranje / Sportske pripreme	2.-6./10.-11. mjesec
CVR Djeca	Dječji programi	Sport / Strani jezici / Škole u prirodi / 'Kreativni' programi / Kombinacija / Itd.	6.-9. mj.
CVR Romantika	Romantična događanja	Zaručke/ Momačka i djevojačka slavlja / Vjenčanja / Medeni mjesec / Obnova zavjeta	4.-10. mj.
Proizvodi poslovnog turizma (višednevni/jednodnevni boravak)			
CVR Posao	MICE	Skupovi (do 450 sudionika) / Edukacija i treninzi / Team-building / Incentive	3.-6./9.-11. mjesec
	Poslovna putovanja		

Izvor: Institut za turizam

Predviđena proizvodna struktura podržava:

- **Valorizaciju tržišnih trendova.** Odmor na 'suncu i moru', kao najveći svjetski turistički proizvod, svakako će dugoročno predstavljati i najvažniji motiv dolaska na Rivijeru te volumenom potražnje njezin najjači proizvod, pri čemu globalno rastući proizvodi aktivne rekreacije, nautike i svih oblika zdravstvenog turizma i ovdje također imaju visok potencijal razvoja i rasta. Time proizvodne grupe 'Relax', 'Outdoor' i 'Zdravlje' čine skupinu primarnih proizvoda Rivijere. Ostatak portfelja uključuje tržišno vrlo atraktivne iako, pojedinačno manje, sekundarne proizvode.
- **Produljenje turističke sezone.** Struktura predviđenog proizvodnog portfelja omogućuje Rivijeri ciljanje različitih segmenata kupaca sa sklonošću putovanja u različitim razdobljima godine, a što pozitivno utječe na produljenje turističke sezone. Izuzev 'ljetnog odmora na moru' i 'dječjih programa', usmjerenih pretežito na segmente koji putuju tijekom ljetnih školskih praznika, svi ostali proizvodi imaju potencijal generiranja potražnje izvan ljetnog razdoblja. Pri tome su najpotentnije proizvodne grupe 'Outdoor' i 'Zdravlje', iako ne treba zanemariti ni potencijal 'Relax' odmora uz more ili u ruralnom zaleđu u pred i post sezoni.
- **Iskorak u kvaliteti.** Međusobna komplementarnost ovako diversificirane strukture proizvodnog portfelja omogućuje stvaranje 'proširenih proizvoda' s bogatim lancima vrijednosti koji će, ukoliko razvijani na način da uz suvremena funkcionalna obilježja nude i visoku emotivnu vrijednost, pridonijeti povećanju kvalitete turističke ponude na Rivijeri.
- **Rast turističke potrošnje.** Proizvodno diferenciran portfelj i iskoraci u kvaliteti ponude uz konsekvantnu mogućnost privlačenja gostiju različite kupovne moći, pozitivno pridonose prilikama za povećanje turističke potrošnje.
- **Inovaciju imidža.** Postavljen proizvodni portfelj, a naročito proizvodne grupe 'Outdoor', 'Zdravlje', 'Sport' i 'Relax', daju legitimitet tržišnom identitetu destinacije kao 'dinamične rivijere rekreacije i zdravlja'. U tom kontekstu, jedinstveni vrijednosni prijedlozi pojedinih proizvodnih grupa uključuju:

- **CVR Relax:** Destinacija najzabavnijih plaža na Jadranu; Najviše 'pet-friendly' destinacija na Jadranu
- **CVR Outdoor:** Destinacija maratona
- **CVR Zdravlje:** Najbolja jadranska destinacija za fizikalnu rehabilitaciju i sportsku medicinu u prirodno ljekovitom okruženju
- **CVR Sport:** Lako dostupna destinacija s kvalitetnom sportskom infrastrukturom i ekspertizom u sportskoj i fizikalnoj medicini

Daljnji razvoj turističkih proizvoda Crikveničko-vinodolske rivijere nužno podrazumijeva dizajn funkcionalnih, a naročito emotivnih vrijednosti za posjetitelje.

▪ **Ključni faktori uspjeha turističkih proizvoda Rivijere:**

CVR Relax	• Udoban, dijelom specijaliziran smještaj za obitelji, za samce, 3*-4* • Raznolika ugostiteljska ponuda, zdrava hrana, dječji meniji, interijeri s atmosferom • Uređena destinacijska infrastruktura, posebice plaže i šetnice, prilagođenost djeci • Raznolika rekreacijska ponuda, prilagođenost djeci, animacija i 'škole' • Raznolika ponuda zabave za cijelu obitelj, primjena <i>edutainment</i>-a • 'Duh mjesta', uređenost mjesta, posebice pješačke zone, hortikultura, komunalna oprema i parkiranje, okolišno odgovorna praksa • Očuvan prirodni krajolik
CVR Outdoor	• Udoban, dijelom specijaliziran smještaj (npr. <i>'bicycle friendly'</i>), zeleni standardi, 3*-4* • Raznolika ugostiteljska ponuda, domaća kuhinja, zdrava hrana, jednostavniji dojmivi interijeri • Raznolika ponuda rekreacijske infrastrukture, turistička signalizacija, dojmivi interpretacija prostora, 'škole', vođenje 's pričom' • Specijalizirane trgovine i servisi • Atraktivnost sportsko-rekreativnih manifestacija, i/ili natjecanja • 'Duh mjesta', uređenost mjesta, posebice pješačke zone, hortikultura, komunalna oprema i parkiranje, okolišno odgovorna praksa • Očuvan prirodni krajolik
CVR Zdravlje	• Udoban, dijelom specijaliziran smještaj (npr. wellness, spa), zeleni standardi, 4* • Raznolika ugostiteljska ponuda, zdrava hrana, interijeri s atmosferom • Specijalistička zdravstveno-turistička ponuda, kvaliteta opreme, stručnost i razvijene 'meke vještine' osoblja, privlačni interijeri, certifikacija, primjena prirodnih ljekovitih činitelja • Raznolika rekreacijska ponuda • Mogućnost hitnih medicinskih intervencija • 'Duh mjesta', uređenost mjesta, posebice pješačke zone, hortikultura, komunalna oprema i parkiranje, okolišno odgovorna praksa, minimiziran utjecaj zagađivača • Očuvan prirodni krajolik
CVR Kultura	• Udoban, dijelom tematiziran smještaj, 4* • Raznolika eno-gastronomska ponuda, domaće posebnosti, ponuda 'kušanja na kućnom pragu', interijeri s dojmivom atmosferom

	• Atraktivnost i uređenost objekata kulturne baštine i muzejskih postava, primjena <i>edutainment</i>-a • Atraktivnost kulturnih manifestacija • 'Duh mjesta', uređenost mjesta, posebice pješačke zone, hortikultura, komunalna oprema i parkiranje, okolišno odgovorna praksa
CVR Sport	• Udoban, specijaliziran smještaj (npr. veći kreveti, pojačana prehrana), 3* -4* • Raznolika ugostiteljska ponuda, domaća kuhinja, zdrava hrana, jednostavniji dojmivi interijeri • Profesionalno opremljeni sportski objekti • Specijalistička medicinska ponuda • Sadržajan lanac vrijednosti destinacije (npr. rekreacija, zabava, itd.) • 'Duh mjesta', uređenost mjesta, posebice pješačke zone, hortikultura, komunalna oprema i parkiranje, okolišno odgovorna praksa
CVR Djeca	• Jednostavan, udoban smještaj, 3*; puni pansion, zdravi meniji • Privlačnost dječjih programa, primjena <i>edutainment</i>-a • Stručnost organizacije i vođenja programa • Sigurnost mjesta i mogućnost hitnih medicinskih intervencija • Očuvan prirodni krajolik
CVR Romantična događanja	• Visoko komforan smještaj, 4* -5* • Raznolika eno-gastronomska ponuda, uključujući catering, interijeri s atmosferom • Ponuda različitih objekata/mjesta za slavlja (npr. dvorane, 'u prirodi') • Sadržajan lanac vrijednosti destinacije (npr. rekreacija, zabava, itd.) • 'Duh mjesta', uređenost mjesta, posebice pješačke zone, hortikultura, komunalna oprema i parkiranje, okolišno odgovorna praksa • Očuvan prirodni krajolik
CVR Posao	• Udoban, dijelom specijaliziran smještaj za skupove i/ili posao, 4* • Raznolika eno-gastronomska ponuda, domaće posebnosti, interijeri s atmosferom • Ponuda različitih objekata/mjesta za skupove (uz kongresne dvorane, npr. muzejski prostori, gradske vijećnice i sl.) • Raspoložive profesionalne tehničke i specijalističke usluge • Sadržajan lanac vrijednosti destinacije (npr. rekreacija, kultura, itd.) • Dostupnost destinacije • 'Duh mjesta', uređenost mjesta, posebice pješačke zone, hortikultura, komunalna oprema i parkiranje, okolišno odgovorna praksa

6.2. Prostorno strukturiranje turistiĉkih iskustava

Polazeći od predviĊenog sustava turistiĉkih proizvoda Crikveniĉko-vinodolske rivijere i njihovih pojedinaĉnih kljuĉnih faktora uspjeha te uvaŹavajući strateško-razvojnu i prostorno-plansku dokumentaciju jedinica lokalne samouprave kao i, u vremenskom horizontu ove Strategije, planirane javne i poduzetniĉke projekte, prepoznaju se tri prostorno, a u budućnosti takoder sadržajno, atmosferom i iskustveno meĊusobno potpuno razliĉite zone koje svaka na svoj naĉin interpretiraju viziju i pozicioniranje destinacije kao '... dinamiĉne rivijere rekreacije i zdravlja ...'. To su:

- **Zona obale** – uzak obalni potez od Jadrana do Sibenja;
- **Središnja ruralna zona** – prostor Vinodolske doline okvirno od Drivenika do Ledenice;
- **Zona šumskog zaleĊa** – površinski najveća, zona planinskih obronaka s nekoliko manjih zaseoka poput Gornjeg Zagona i Breza.

Slika 6.2. Prostorna struktura turistiĉkih iskustava Crikveniĉko-vinodolske rivijere



Izvor: Institut za turizam

Struktura iskustava kojoj se teŹi, a koja proizlazi iz postojećih obiljeŹja zona te budućih razvojnih intervencija ukljuĉuje:

- **Zona obale.** Obuhvaća gotovo u cijelosti urbaniziran, vrlo ureĊen obalni pojas s velikom koncentracijom razliĉitih sadržaja. Ovo je prostor koji 'vrvi' aktivnostima i središnje je mjesto zbivanja na Rivijeri.

Ovdje je uvijek živo. DuŹ cijele obale niŹu se gradići razliĉitih temperamenata, mnoštvo manifestacija i dogaĊanja, obilna i raznolika ugostiteljska ponuda. Puno je zanimljivosti, od dugog, jedinstvenog niza razliĉito tematiziranih plaŹa i šetnica, specifiĉnih agro-vrtova i kreativnih kulturno-povijesnih sadržaja do tematskog zabavnog parka i toĉaka ljubavi. Puno je i prilika za rekreaciju, ukljuĉujući ronilaĉke centre i marine. Odmor za obitelji s djecom doseŹe ovdje nove granice doŹivljaja za cijelu obitelj u specijaliziranim hotelima, ali posebice i u prostranim camping kompleksima. Jednako tako oaze zdravlja i *wellbeing-a*, posebice 'u zoni' Thalassoterapije Crikvenica, Termi Selce i Novi Spa Hotels & Resort, ponovno etabliraju Rivijeru kao vodeću zdravstveno-turistiĉku destinaciju.

- **Središnja ruralna zona.** Obuhvaća pitom i slikovit krajolik povijesne Vinodolske doline. To je mjesto istovremeno fiziĉki aktivnog i kulturološki upeĉatljivog boravka ispunjenog 'ljepotom Źivljenja'.

Ovdje je sve po mjeri i s dušom. PejŹaŹom se izmjenjuju mali gradići savijeni uz srednjovjekovne kaštele, crkvice i vinogradi po kojima je dolina i dobila ime. Puno je prilika za hodaње, bicikliranje, rekreaciju uz jezero, golf ili za avanturu zmajarenja ili paraglajdinga. Isto tako, puno je prilika za kazališnu predstavu ili muziĉki recital u kuli, ĉitanje poezije u vinogradu, iznenaĊuju sjajne male umjetniĉke zbirke. Mali, skladni, autentiĉni, ponekad i obiteljski hoteli, lijepe vile, domaća atmosfera obiteljskog smještaja ili agroturizma neizmjereno su ugodni. Poseban su gušt konobe, mali restorani, kušaonice, svaka sa svojom interpretacijom domaće kuhinje i vlastitom atmosferom.

- **Zona šumskog zaleĊa.** Obuhvaća prostrane obronke planinskog masiva Kapele. To je zona fiziĉki izazovnog, 'energizirajućeg' boravka u ĉistoj i zdravoj prirodi.

Ovdje se obnavlja i tijelo i duh. Prostorom se proteŹe nekoliko planinarskih i biciklistiĉkih staza razliĉite teŹine, mjestimiĉno neoĉekivano zabavno trasiranih, s ujedno pouĉnim i zanimljivim interpretacijskim sadržajima, povezujući impresivne prirodne znamenitosti, iznenaĊujuće vidikovce, male zaseoke, ugodne planinske kuće i OPG-ove. Ovo je i prostor ureĊenih lovišta i centra za jahanje, ali i mjesto promatranja ptica i divljih Źivotinja u prirodnom okruŹenju. I moŹda jednako vaŹno kao i uŹivanje u ljepoti prirode, ovo je i mjesto uŹivanja u jednostavnoj, nadasve finoj domaćoj hrani.

NajvaŹniji sadržaji svake zone detaljnije su opisani u nastavku toĉke.



Zona obale

Glavne atrakcije

- **Središta mjesta:** Uređena i sadržajno ispunjena središta, naročito povijesne jezgre mjesta; Očuvan autentičan 'duh mjesta'
- **Plaže:** Sustav od 50-tak plaža duž cijele obale; Pretežito uređene i tematizirane, uključujući plaže 'za obitelji s djecom', 'sa sportskim i rekreacijskim sadržajima', 'adrenalinske', 'ronilačke', 'sa zabavnim sadržajima za mlade', 'party', 'eko', 'urbane promenadne', 'plaže za pse'; Ističu se inovativnim i kreativnim interpretacijama tema
- **Obalna šetnica:** U kontinuitetu povezuje naselja na većem dijelu Rivijere; Ističe se inovativno izvedenim segmentima i interpretacijom
- **Obalne promenade:** U tipičnom 'rivijera stilu' uređeno Strossmayerovo šetalište (Crikvenica) i Šetnica Franje Tuđmana (Novi)
- **Agro vrtovi:** Agrozona na potezu Jadranovo-Dramalj (27 ha) i zona na potezu Selce-Novu Vinodolski (oko 100 ha) s mediteranskom poljoprivredom; Uključuju ogledne vrtove, manje proizvodne pogone otvorene posjetiteljima, vođenje, ugostiteljsku ponudu
- **Tematski zabavni park:** Višenamjenski prostor vodenih atrakcija, sportskih igrališta, festivalsko-zabavnih sadržaja i HiP-a

Ključna ugostiteljska ponuda

- **Hotelski kapaciteti:** Raspon kvalitete 3*-5*, pretežito 4*; Više specijaliziranih objekata za obitelji, zdravlje, MICE, baštinu, gradski hoteli; Nekoliko objekata s međunarodnom afilijacijom; Veći broj objekata s 'bicycle/walkers/hikers/pet friendly' i sa 'zelenom' oznakom; Nekoliko objekata dojmljivog arhitektonskog oblikovanja
- **Hosteli i odmarališta:** Razina kvalitete 3*; Specijalizirani za ponudu sportskih kampova i dječjih programa
- **Kamping:** Raspon kvalitete 3*-4*, pretežito 4*; Nekoliko specijaliziranih objekata za obitelji, za zdravlje; Veći broj objekata s 'bicycle/walkers/hikers/pet friendly' i sa 'zelenom' oznakom; Posebno dojmljivo oblikovanje kamping jedinica, bazena i hortikulture
- **Obiteljski smještaj:** Raspon kvalitete 3*-4*, pretežito 4*; Posebnost predstavljaju vile u 'Eko-etno selu'; Veći broj objekata s 'bicycle/walkers/hikers/pet friendly' i sa 'zelenom' oznakom
- **HiP:** Raznolika ponuda vrsta objekata, uključujući restorane, konobe, bistroe, vinoteke, pivnice, ponudu 'na tržnici', itd.; Raznolika ponuda tipova kuhinja, uključujući lokalnu primorsku, mediteransku i više internacionalnih kuhinja, odnosno nekoliko specijaliziranih objekata za ribu, meso, vegetarijansku, 'brzu zdravu' kuhinju i sl.; Nekoliko objekata ističe se domaćom i/ili međunarodnom markom; Više objekata dojmljivog uređenja i/ili lokacije; Više *pet-friendly* objekata

Ključna neugostiteljska ponuda

- **Marine:** Tri marine (1 u Crikvenici, 2 u Novom Vinodolskom); Sve najviše kategorije '5 sidara', svaka oko 200 vezova; Ponuda tranzitnog i godišnjeg veza, s mogućnosti pristajanja manjih kružera; Prateći komercijalni sadržaji, posebice visoko kvalitetna ponuda restorana; Dojmljivo arhitektonsko oblikovanje; Primijenjeni 'zeleni' standardi
- **Centri sportova na moru:** Više centara s ponudom ronjenja, *snorkling*-a, surfinga, morskog kanuinga, zabavnih sadržaja na moru i ribolova; Ponuda 'škola' i vođenih tura; Moguć najam opreme
- **Sportski centri:** Dva centra (Crikvenica i Novi Vinodolski); Na lokaciji objedinjuju višenamjenska igrališta i bazen(e) na otvorenom i/ili zatvorenom; Sportski kampovi za djecu i za klupske pripreme
- **Golf:** Igralište s 18 rupa i ispucavalište; Dio regionalnog 'grozda'
- **Šetnice:** 'Mediterranski labirint ljubavi' i 'Ljubavna cestica', 'Šetnica uz Dubračinu'; Ističu se inovativnom turističkom interpretacijom
- **Zdravstvene ustanove:** Srž ponude čine SB Thalassoterapija, Poliklinika OXY i Poliklinika Terme Selce odnosno specijalizacija za prevenciju, liječenje i rehabilitaciju lokomotornog sustava, sportskih povreda, reuma i respiratornih tegoba uz usmjerenje na korištenje lokalnih prirodnih ljekovitih činitelja; Komplementarna ponuda uključuje suradnju s istovjetnim specijalistima posebice s Kvarnera; Također ponuda drugih medicinskih i stomatoloških usluga; Ističu se kvalitetom opreme te stručnosti i 'mekim vještinama' osoblja
- **Wellness i wellbeing centri:** Pretežito locirani u hotelima, u ponudi su spa, holistički i medicinski *wellness*, odnosno njihova kombinacija; Izrazito usmjereni na korištenje lokalnih prirodnih ljekovitih činitelja; Ističu se kvalitetom opreme i stručnosti osoblja, posebno s razvijenim 'mekim vještinama'; Velika pažnja posvećena atmosferi interijera
- **Kulturne i prirodne znamenitosti:** Obilježeni značajni pojedinačni lokaliteti i objekti uz inovativnu turističku interpretaciju (npr. antička nalazišta, Kotor, crkve, tunere i sl.); Gradski muzeji, galerije, zbirke, multimedijalni centar, interpretacijski centri u Jadranovu, Crikvenici, Selcima i Novom Vinodolskom, ističu se inovativnim postavima; Ponuda vođenih obilazaka uz *storytelling*
- **Marker manifestacije:** Mesopust; Tour of Croatia; Plivački maraton; Adria Advent maraton; CIHT konferencija; Ribarski tjedan; Sretno Selce; Ružica Vinodola; Adventska i novogodišnja slavlja (Advent Crikvenica, Advent va Bribir, Zdravica Novoj)
- **Trgovina:** Ponuda domaćih proizvoda, dućana sportskom opremom
- **Promet:** Prometna rješenja koja unapređuju protočnost prometa na Jadranskoj magistrali te umanjuju efekt 'presječenih' mjesta; Nova rješenja uređenih javnih parkirališta
- **Turistički prijevoz:** Kružni *hop on-hop off* cestovni i morski prijevoz; Žičara s mogućnosti prijevoza bicikla
- **Turističke informacije:** Centar za posjetitelje lociran uz Jadransku magistralu na sjevernom 'ulazu' na Rivijeru; TIC-evi u naseljima



Središnja ruralna zona

Glavne atrakcije

- **Sustav frankopanskih kaštela i gradića:** Revitalizirani i uređeni kašteli te uređene i sadržajne povijesne jezgre Drivenika i Bribira; Inovativna turistička interpretacija kaštela te uređene i sadržajne povijesne jezgre Grižana i Ledenica; Očuvan autentičan 'duh mjesta'; Kašteli otvoreni za posjet; Ponuda vođenih tura; Moguća organizacija vjenčanja, skupova
- **Šetnice, planinarske i biciklističke staze:** Valoriziraju značajan krajobraz Vinodola; Šetnica Crikvenica-Tribalj; 'Staza kamenih stupi' (Grižane); Cesta 'Oči Vinodola'; Ruta 'Putovima Frankopana'; 4 planinarske staze (Staza Rimljana, Staza litica, Staza kuša i krša, Staza degenije) i 3 biciklističke (Plava, Zelena, Staza ljiljana), sve sa spojnim putevima na više mjesta; ističu se inovativnom i kreativnom turističkom interpretacijom, sustavima vidikovaca i odmorišta te u dijelovima i inovativno izvedenim trasiranjem i oblikovanjem
- **Rekreacijski centar Tribalj:** Sportsko-rekreacijska zona oko jezera s više sadržaja; Ističe se ponuda paraglajdinga i zmajarenja, uključuje uređena uzletišta i sletišta, ponudu tandem letova s instruktorom; Uređene ribolovne pozicije na jezeru, ponuda amaterskog i sportskog ribolova; Nogometno i višenamjensko igralište na otvorenom; Šetnica oko jezera (4 km) s trim stazom i spravama na otvorenom; Dječje igralište s primjerenim inovativnim sportskim spravama na otvorenom; Park za pse s istrčavalištem i spravama; Žičara; Itd.
- **Vinogradi:** Uz vinograde Pavlomir, djelomično revitalizirano vinogradarstvo i vinarstvo diljem doline

Ključna ugostiteljska ponuda

- **Hotelski kapaciteti:** Pretežito mali (obiteljski) hoteli; Raspon kvalitete 3*-5*, pretežito 4*; Više specijaliziranih objekata za obitelji, zdravlje, baštinu; Veći broj objekata s 'bicycle/walkers/hikers/pet friendly' i sa 'zelenom' oznakom; Nekoliko objekata dojmljivog arhitektonskog oblikovanja i/ili atmosferskog interijera
- **Hosteli i odmarališta:** Razina kvalitete 3*; Specijalizirani za ponudu sportskih kampova i dječjih programa
- **Kamping:** Razina kvalitete 4*; Nosi 'bicycle/walkers/hikers/pet friendly' i 'zelen' oznaku; Kreativno oblikovanje kamping jedinica, bazena i hortikulture
- **Obiteljski smještaj:** Raspon kvalitete 3*-4*, pretežito 4*; Više ruralnih vila i obnovljenih starih kuća; Veći broj objekata s 'bicycle/walkers/hikers/pet friendly' i sa 'zelenom' oznakom

Ključna neugostiteljska ponuda

- **OPG i agroturizam:** Raspon kvalitete 3*-4*, pretežito 4*; Veći broj objekata s 'bicycle/walkers/hikers/pet friendly' i sa 'zelenom' oznakom; Nekoliko objekata dojmljivog arhitektonskog oblikovanja i/ili atmosferskog interijera
- **HiP:** Raznolika ponuda vrsta objekata, uključujući restorane, konobe, vinarije, pivnice, OPG, itd.; Naglašena ponuda lokalne vinodolske, primorske i goranske kuhinje; Nekoliko objekata ističe se korištenjem lokalno uzgojenih namirnica; Ponuda degustacija vina, rakija, meda i dr. što se proizvodi na OPG-ima; Nekoliko objekata ističe se domaćom i/ili međunarodnom markom; Naglašena ponuda jednostavnijih, udobnih objekata, dojmljive atmosfere i/ili lokacije; Više *pet-friendly* objekata
- **Kulturne znamenitosti:** Kuća Klović – dodatno uređen postav, ističe se inovativnim i interaktivnim sadržajima; Kula Turan – dodatno uređen postav, ističe se inovativnim i interaktivnim sadržajima; Obilježeni značajni pojedinačni lokaliteti i objekti uz inovativnu turističku interpretaciju (osim kaštela, npr. sakralna baština, prapovijesna nalazišta, starohrvatska groblja, šterne i perila, mlinice, primjeri ruralne arhitekture, sliv Slani potok, rodne kuće J. Pančić, A. Barac); Ponuda vođenih obilazaka uz *storytelling*
- **Kreativne radionice:** Ponuda uključuje tečajeve i radionice iz kreativnog pisanja, crtanja i slikanja, keramike, kiparstva i sl.
- **Wellness i wellbeing centri:** Pretežito locirani u hotelima, u ponudi su odvojena usmjerenja na spa i holistički *wellness*, odnosno njihova kombinacija; Izrazito usmjereni na korištenje lokalnih prirodnih ljekovitih činitelja; Ističu se kvalitetom opreme i stručnosti osoblja, posebno s razvijenim 'mekim vještinama'; Velika pažnja posvećena uređenju i atmosferi interijera
- **Centar jahanja:** Najam konja i opreme; Ponuda vođenih izleta; Ponuda 'škola' za djecu i odrasle; Moguća organizacija terapijskog jahanja;
- **Golf:** Igralište s 18 rupa; Dio regionalnog 'grozda'
- **Marker manifestacije:** Karneval; Tour of Croatia; Vinodolske ljetne večeri; Ružica Vinodola
- **Trgovina:** Više 'domaćih dućana', primjereno lociranih na frekventnim mjestima
- **Turistički prijevoz:** Kružni *hop on-hop off* cestovni prijevoz
- **Turističke informacije:** Centar za posjetitelje lociran uz Jadransku magistralu na sjevernom 'ulazu' na Rivijeru; TIC-evi u naseljima (Tribalj, Bribir)

	Zona šumskog zaleđa
Glavne atrakcije	· Planinarske i biciklističke staze: Valoriziraju NATURA 2000 područja, stroge i posebne rezervate; 2 planinarske staze (Nebeska staza i Zelena staza) i 4 biciklističke (Zelena, Smeđa, Staza viola, Žuta staza), sve sa spojnim putevima na više mjesta; ističu se inovativnom i kreativnom turističkom interpretacijom, sustavima vidikovaca i odmorišta te u dijelovima i inovativno izvedenim trasiranjem i oblikovanjem
Ključna ugostiteljska ponuda	· Obiteljski smještaj: Raspon kvalitete 3*-4*; Objekti s 'bicycle/walkers/hikers/pet friendly' i sa 'zelenom' oznakom · OPG i agroturizam: Raspon kvalitete 3*-4*; Objekti s 'bicycle/walkers/hikers/pet friendly' i sa 'zelenom' oznakom · Planinarske kuće i lovački domovi · HiP: Ugostiteljska ponuda u planinarskim kućama, lovačkim domovima, na OPG-ima, nekoliko objekata tipa restoran, krčma u naseljima; Naglašena ponuda lokalne vinodolske i goranske kuhinje te lokalno uzgojenih namirnica; Ponuda degustacija rakija, meda, sira i dr. što se proizvodi na OPG-ima; Jednostavni, udobni objekti, dojmive atmosfere i/ili lokacije; Svi objekti <i>pet-friendly</i>
Ključna neugostiteljska ponuda	· Prirodne i kulturne znamenitosti: Obilježeni značajni pojedinačni lokaliteti i objekti uz inovativnu turističku interpretaciju (npr. Bijele i Samarske stijene, Kolovratske stijene, Tomišina, Bukova i Vodna Draga; pojedini vrhovi; flora i fauna; Breze i pilana) · Konjički centar: Ponuda jahanja, organizacija i vođene jahaće ture, 'škole jahanja' · Adrenalinski centar: Ponuda priprema za adrenalinske sportove, ponuda orijentacijskog trčanja, <i>military fitness</i> i sl. · Lovišta: Uređena lovišta; Ponuda vođenog lova; Ponuda vođenog promatranja životinja u divljini · Turistički prijevoz: Ponuda (povratnog) prijevoza do npr. Lovački dom Zvonko, Breze, Lukovo, Vagabundina koliba · Turističke informacije: Centar za posjetitelje lociran uz Jadransku magistralu na sjevernom 'ulazu' na Rivijeru; TIC-evi u naseljima (Tribalj, Bribir)

7. Akcijski plan

Akcijski plan definira 12 složenih programa, svaki s većim brojem pojedinačnih aktivnosti, koje je potrebno implementirati u svrhu realizacije postavljenih vizije i ciljeva, odnosno proizvodno-prostorne koncepcije daljnjeg razvoja turizma na Crikveničko-vinodolskoj rivijeri u razdoblju 2019.-2029. godina. Programi predviđeni Akcijskim planom nadovezuju se i/ili podupiru niz tekućih i planiranih projekata javnog i privatnog sektora prije svega iz domena uređenja mjesta, razvoja smještajne ponude, uređenja turističke infrastrukture i revitalizacije poljoprivrede.¹⁸

Programi su podijeljeni u tri strateške cjeline:

- **Unapređenje iskustva** – obuhvaća programe usmjerene na unapređenje postojećih i stvaranje novih atrakcija Rivijere, u cjelini podižući sadržajnost boravka, a posebno se pri tome fokusirajući na podizanje kvalitete i jačanje atraktivnosti ponude rekreacije i zdravlja kao 'nosećih' tema destinacijskog identiteta. U programima se dosljedno naglašava potreba primjene tehnika dizajniranja turističkih iskustava te time stvaranja ponude više dodane vrijednosti.
- **Unapređenje kvalitete ugostiteljske ponude** – obuhvaća programe podizanja kvalitete, odnosno poticanja diversifikacije, specijalizacije i viših standarda poslovanja ugostiteljske i smještajne ponude u skladu s tržišnim trendovima.
- **Unapređenje upravljanja turizmom** – obuhvaća programe upravljanja prostorom i ljudskim kapitalom kao ključnim razvojnim resursima Rivijere te uspostavom horizontalno i vertikalno integrirane organizacijske strukture upravljanja destinacijom u svrhu optimiziranja javnih i privatnih investicijskih aktivnosti odnosno planiranja, provedbe i kontrole provođenja ove Strategije.

Programi su također diferencirani u odnosu na vremensku dinamiku izvođenja:

- **Programi najvišeg prioriteta** – obuhvaća programe čija je realizacija temeljna pretpostavka dugoročno održivog rasta i razvoja turizma na Rivijeri.
- **Programi visokog prioriteta** – obuhvaća programe čija je realizacija također nužna za dugoročno održiv rast i razvoj turizma na Rivijeri, ali koje je moguće, ovisno o raspoloživosti financijskih, ljudskih i/ili organizacijskih resursa odgoditi na neko vrijeme.
- **Važni programi** – obuhvaća programe čija će realizacija bitno pridonijeti dugoročno održivom rastu i razvoju turizma na Rivijeri.

Slika 7.1. Programi razvoja turizma Crikveničko-vinodolske rivijere 2019.-2029.

Razvojni programi	19.	20.	21.	22.	23.	24.	25.-29.
Unapređenje iskustva							
1. Unapređenje uređenja plaža							
2. Unapređenje uređenja pješačke obalne šetnice							
3. Rivijera rekreacije							
4. Rivijera zdravlja							
5. Turistička valorizacija agro-zona i OPG-ova							
6. Razvoj multifunkcionalnog tematskog zabavnog parka							
7. Interpretacija prostora							
Unapređenje ugostiteljske ponude							
8. Unapređenje gastronomske ponude							
9. Unapređenje i specijalizacija smještajne ponude							
Unapređenje upravljanja turizmom							
10. Turistički nosivi kapacitet Crikveničko-vinodolske rivijere							
11. Razvoj ljudskih potencijala							
12. Razvoj destinacijskog upravljanja							

Legenda: — Programi najvišeg prioriteta; — Programi visokog prioriteta;
— Važni programi

Izvor: Institut za turizam

Financiranje navedenih programa u velikoj mjeri ovisit će o uspješnosti povlačenja sredstava iz fondova Ministarstva turizma (npr. *Program razvoja javne turističke infrastrukture*) te iz drugih nacionalnih fondova i strukturnih fondova EU (npr. *Promocija poduzetništva*; *Izgradnja i opremanje proizvodnih kapaciteta MSP*; *Potpora razvoju malih poljoprivrednih gospodarstava*; *Jačanje izvrsnosti i privlačnosti strukovnog obrazovanja i osposobljavanja u sektoru turizma i ugostiteljstva*).

Predloženi programi detaljnije se razrađuju u nastavku točke.

¹⁸ Vidjeti točku 2.5. ovog dokumenta

Program 1: Unapređenje uređenja plaža

Područje

Unapređenje iskustva

Cilj

Uspostava i uređenje sustava tematiziranih plaža Rivijere

Prioritet

Program najvišeg prioriteta

Opis

Duga i razvedena obala s blizu 60 prirodnih i uređenih (20+39) plaža jedna je od 'snaga' Crikveničko-vinodolske rivijere. Štoviše, ovom Strategijom predložen tržišni identitet Rivijere kao 'dinamične destinacije rekreacije i zdravlja', odnosno vrijednosna propozicija ljetnog opuštaćeg odmora koja ističe pozicioniranje Rivijere kao 'destinacije najzabavnijih plaža na Jadranu', izravno počivaju na rekreacijskom i zabavnom potencijalu plaža. Plaže su u srži prepoznatljivosti, atraktivnosti i konkurentnosti Rivijere. Istovremeno, osim nekoliko iznimaka, njihova današnja visoka opterećenost, nedovoljna kvaliteta uređenja i nezadovoljavajući režimi upravljanja pretežito kroz koncesijska odobrenja u suprotnosti su s potencijalom i značajem koji bi trebale imati.

Uloga plaža kao jedne od najvažnijih, ili čak najvažnije, turističke atrakcije Rivijere, u funkciji većine turističkih proizvoda, nalaže pro-aktivnost jedinica lokalne samouprave u njihovom uređenju, održavanju i upravljanju. U tom smislu, polazeći od zakonskih odredbi o podijeli plaža na 'prirodne' i 'uređene', o 'općoj' i 'posebnoj' uporabi pomorskog dobra i uloji županije u provođenju postupka te davanja koncesija za plaže¹⁹, a imajući na umu planove gradova Crikvenice i Novog Vinodolskog za uređenje dijela plaža u vremenskom horizontu ove Strategije i, konkretno, već započet proces planiranja uređenja plaža²⁰, nameće se potreba integralnog sagledavanja i konceptualiziranja sustava plaža Rivijere. Naime, planiranju uređenja i upravljanja plažama nužno je pristupiti iz perspektive cjeline kao bi se razvijao sustav međusobno diferenciranih plaža poštujući premise nosivog kapaciteta prostora te također proizvodnu strukturu i tržišni identitet Rivijere. Stoga je u vitalnom interesu gradova Crikvenice i Novog Vinodolskog da

pristupe izradi zajedničkog Akcijskog plana uređenja i upravljanja plažama Rivijere.

U skladu s odrednicama o uređenju plaža predviđenih prostornim planovima²¹ te konzultirajući *Regionalni program uređenja i upravljanja morskim plažama na području PGŽ*²², Akcijski plan bitno detaljnije razrađuje:

- Model upravljanja – određivanje plaža za koje se preferira koncesija, onih sa koncesijskim odobrenjem i koje ostaju dio pomorskog dobra opće uporabe prema setu kriterija poput, primjerice, 'sadržaji u zaleđu plaže' (npr. smještajni objekt, urbano središte), 'značaj za percepciju destinacije', 'veličina', 'lokacija'.
- Tematizaciju(e) plaže – tema nužno komplementira sadržaje u zaleđu plaže, a gledajući sustav plaža u cjelini važno je da se tematizacijom podržava raznolikost plaža odnosno tržišni identitet 'dinamične rivijere rekreacije i zdravlja' te ujedno i pozicioniranje 'destinacije najzabavnijih plaža na Jadranu'. Stoga se posebno ističu 'plaže sa sportskim i rekreacijskim sadržajima', 'ronilačke plaže', 'adrenalinske plaže', plaže sa sadržajima zdravlja poput wellnessa, 'plaže za pse', ali i 'plaže za obitelji s djecom'. Istu plažu moguće je zonirati u više tema. U suradnji s hotelskim kućama poželjno je i tematiziranje plaža uz njihove objekte. Konačno, lokalne samouprave također predviđaju plažu(e) gdje će biti usmjereni jednodnevni posjetitelji na organiziranim autobusnim izletima uz njihovo adekvatno opremanje i uređenje.
- Kapacitet plaže – polazi iz prirodnih obilježja plaže, mogućnosti proširenja (ne narušavajući prirodne vrijednosti) i standarda prostora po kupcu.
- Koncept oblikovanja – polazi se od minimalnih standarda predviđenih za pojedine teme, no rukovodi se konceptom 'dizajna iskustava' kako bi se kroz projektiranje plaže te kroz 'nad-standard' ili dodatne sadržaje i naročito kroz dodatne usluge razvila visoko atraktivna 'doživljajna' plažna ponuda.
- Hodogram realizacije – postavlja se vremenski tijek izvršenja plana.

Akcijski plan ključan je alat lokalne samouprave u uređenju i upravljanju plažama. Predstavlja stručnu podlogu i input lokalne zajednice u (1) postupku davanja koncesija, (2) postavljanju uvjeta pri izdavanju koncesijskih odobrenja, (3) raspisivanju projektnih zadataka za izradu idejnih rješenja i druge dokumentacije. Akcijski plan je spona između vizije i strategije razvoja turizma i pretežito tehničkih i upravnih postupaka kojima se regulira uređenje i upravljanje plažama. Kao takav, osnažuje lokalnu samoupravu i lokalnu zajednicu u upravljanju svojim najvažnijim i ujedno najosjetljivijim prostornim resursom.

Nositelj

Koordinacija gradova Crikvenica i Novi Vinodolski

¹⁹ Zakon o pomorskom dobru i morskim lukama, NN 158/2003, NN 56/2016; Zakon o koncesijama, NN 69/2017; Pravilnik o vrstama morskih plaža, NN 50/1995

²⁰ Npr. plaže Grabrova i Podvorska (Grda Crikvenica), Bribirska obala (Grad Novi Vinodolski)

²¹ PPUG Crikvenica, SN PGŽ 25/07; PPUG Novi Vinodolski, SN PGŽ 55/06 s ispravcima

²² Magaš, D. et al (2015), Regionalni program uređenja i upravljanja morskim plažama na području Primorsko-goranske županije, FMTU, Sveučilište u Rijeci

Ostali dionici

- Koordinacija TZ-a gradova Crikvenica i Novi Vinodolski
- JU Zavod za prostorno uređenje PGŽ
- Turistička poduzeća i ostali zainteresirani gospodarstvenici
- Predstavnici civilnog društva
- Lokalno stanovništvo
- Interdisciplinarni specijalistički tim (turizam, projektiranje maritimnog pojasa, arhitektura, krajobrazna arhitektura, građevina, promet)

Očekivani učinci

- Zaštita plažnog prostora u skladu s prihvatnim kapacitetom
- Povećanje prepoznatljivosti i atraktivnosti Rivijere
- Unapređenje kvalitete ponude i zadovoljstva boravkom na Rivijeri
- Unapređenje uređenja mjesta i kvalitete života lokalnog stanovništva

Izvori financiranja

- Gradovi Crikvenica i Novi Vinodolski
- TZ gradova Crikvenica i Novi Vinodolski
- Ministarstvo turizma
- Nacionalni i EU fondovi

Troškovi realizacije

- Izrada Akcijskog plana uređenja i upravljanja plažama Rivijere: 250.000 Kn
- Projektna dokumentacija: Ovisno o fazi/projektu
- Realizacija programa: Ovisno o fazi/projektu

Aktivnosti i terminski plan (po godinama)	19.	20.	21.	22.	23.	24.	25.-29.
Uspostava razvojnog tima s internim i eksternim ekspertima							
Verifikacija pristupa i sadržaja Akcijskog plana							
Izrada Akcijskog plana							
Javno predstavljanje i verifikacija Akcijskog plana							
Prihvatanje Akcijskog plana							
Realizacija programa predviđenog Akcijskim planom							

Referentni primjeri elemenata uređenja plaža

Gradske i hotelske plaže, Azurna i Ligurska obala (www.pinterest.com)



Plaža Mulini, Rovinj (www.arhitekt.hr)



Montažne plažne intervencije (www.pinterest.com)



Detalji plažne opreme (www.pinterest.com)



Program 2: Unapređenje uređenja pješačke obalne šetnice

Područje

Unapređenje iskustva

Cilj

Uspostava i uređenje dizajnirane obalne pješačke šetnice duž Rivijere

Prioritet

Promenade u obalnim središtima – najviši prioritet

Obalne šetnice – visoki prioritet

Staze kroz prirodu – visoki prioritet

Opis

Obalne šetnice – *lungomare* – zasigurno su jedan od najistaknutijih i najčešće korištenih sadržaja u primorskim mjestima te integralni dio svakodnevnice lokalnog stanovništva i gostiju. Kao takve, svojim uređenjem izravno pridonose iskustvu boravka gostiju i percepciji atraktivnosti destinacije, odnosno kvaliteti života lokalnih ljudi. Prema tipologiji, obalne šetnice najčešće variraju od jednostavnih staza kroz prirodne dijelove obale s malim ili bez oblikovnih intervencija, preko uređenih šetališta u urbanim dijelovima naselja ili turističkim kompleksima do visoko uređenih promenade u obalnim središtima, s tipično paralelnim potezima šetališta, parkovne površine, ugostiteljskih sadržaja i prometnice. Potonje se posebno poistovjećuju s pojmom 'rivijere' predstavljajući sadržaj koji na rivijeri 'mora biti'.

Obalna šetališta i parkovno uređene promenade dio su urbanističkog nasljeđa Crikvenice i Novog Vinodolskog te je u lokalnoj zajednici prisutna težnja za njihovom boljom valorizacijom i, štoviše, za uspostavom uređene obalne pješačke šetnice uzduž većeg dijela Rivijere. Naime, u današnjem stanju, gradske urbane promenade (Strossmayerovo šetalište, Šetalište F. Tuđmana) zahtijevaju obnovu, tek dio šetališta uz more, usprkos njihovom nazivu, uistinu je namijenjen pješacima (npr. dulji potezi su Hotel Katarina-središte Selca-uvala Slana, Obala Petra Krešimira IV) te su to većim dijelom *de facto* obalne ceste koje pješaci dijele s automobilima, vlakovima ili biciklistima i koje, bez obzira na, primjerice, režime jednosmjernog prometa, nisu ugodne za šetnju, dok na prirodnim dijelovima obale šetnice uglavnom nisu ni uspostavljene.

Početak projektiranja obnove i uređenja gradskih promenade (Strossmayerovo šetalište, Šetalište F. Tuđmana), kao središnjih, ali malih dijelova obalnog *lungomare*-a, koincidira s izradom ove Strategije, a promišljanje i planiranje cjelovite šetnice tek predstoji. Polazeći od pretpostavke da bi ukupna obalna šetnica, u svojstvu bitnog faktora uređenosti mjesta i primarne turističke atrakcije, trebala povezati veći dio urbaniziranog područja Rivijere obuhvaćajući stoga potez od Jadrana do Povila te imajući na umu duljinu i kompleksnost takvog zahvata, nužno se nameće potreba faznog planiranja i izvođenja. Kada je riječ o planiranju zahvata, logičan slijed koraka uključuje inicijalno integralno promišljanje kroz Prostorno-programsku studiju u kojoj se prepoznaju i propituju: potrebe za različitim tipologijama šetnice, ovisno o lokaciji, konfiguraciji terena i raspoloživosti prostora; različite mogućnosti oblikovanja u odnosu na estetiku, sigurnost i financijske pretpostavke; prometna uska grla i mogućnosti regulacije prometa; faze planiranja i izvođenja, itd. Prostorna studija, kao svojevrsni 'istraživački' dokument, prethodi te je uporište za izradu daljnje dokumentacije, koja prema pravilima struke uključuje projektne zadatke, proces od idejnog do izvedbenog planiranja, procjene utjecaja na okoliš, usklađivanje prostornih planova i sl., a koja će se izrađivati kroz (dulje) vrijeme.

Kao jedna od najvažnijih atrakcija Crikveničko-vinodolske rivijere, pješačka obalna šetnica, izvedena, s obzirom na različite prostore kroz koje prolazi, prema različitim tipologijama obuhvaćajući jednostavne staze, šetališta i središnje promenade, mora podržavati identitet destinacije kao 'dinamične rivijere rekreacije i zdravlja'. Dakako da je šetnica uz more kao mjesto hodanja, vjerojatno i nordijskog hodanja ili trčanja,²³ odnosno i vožnje bicikla tamo gdje prostor dopušta paralelnu, ali odvojenu biciklističku stazu, po 'logici stvari' i dinamično mjesto kretanja i kao takva mjesto rekreacije i mjesto zdravlja. No, povrh te elementarne interpretacije, a i ovdje se rukovodeći konceptom 'dizajna iskustva', destinacijski tržišni identitet valja prenijeti, primjerice, i kroz: a) oblikovanje, unoseći dinamiku kroz različita konstrukcijska rješenja i materijale; b) opremanje različitim dodatnim sadržajima poput odmorišta, vidikovaca, vježbališta, ugostiteljskih punktova i sl. koji trasu čine zanimljivijom; c) tematiziranje kada se šetnica nadovezuje na temu plaže koju 'dodiruje'. Kao promišljena, dizajnirana i među najdužima na Jadranu, obalna šetnica donosi Crikveničko-vinodolskoj rivijeri prepoznatljiv sadržaj visoke dodane vrijednosti.

Nositelj

Koordinacija gradova Crikvenica i Novi Vinodolski

Ostali dionici

- Koordinacija TZ-a gradova Crikvenica i Novi Vinodolski
- JU Zavod za prostorno uređenje PGŽ

²³ Šetnica bi trebala biti namijenjena primarno pješacima

- Konzervatorski odjel Ministarstva kulture u Rijeci
- Turistiĉka poduzeća, ostali gospodarstvenici u 'doticaju' sa šetnicom
- Predstavnici civilnog društva
- Lokalno stanovništvo
- Interdisciplinarni specijalistiĉki tim (turizam, projektiranje maritimnog pojasa, arhitektura, krajobrazna arhitektura, graĊevina, promet)

Oĉekivani uĉinci

- Povećanje prepoznatljivosti i atraktivnosti Rivijere
- UnapreĊenje kvalitete ponude i zadovoljstva boravkom na Rivijeri
- UnapreĊenje ureĊenja mjesta i kvalitete života lokalnog stanovništva

Izvori financiranja

- Gradovi Crikvenica i Novi Vinodolski
- TZ gradova Crikvenica i Novi Vinodolski
- Ministarstvo turizma
- Nacionalni i EU fondovi

Troškovi realizacije

- Izrada Prostorno-programске studije i Akcijskog plana: 300.000 Kn
- Projektna dokumentacija: Ovisno o fazi/zahvatu
- Realizacija programa: Ovisno o fazi/projektu

Aktivnosti i terminski plan (po godinama)

	19.	20.	21.	22.	23.	24.	25.-29.
Uspostava razvojnog tima s internim i eksternim ekspertima							
Izrada Prostorno-programске studije							
Javno predstavljanje i verifikacija Prostorno-programске studije							
Prihvaaanje Prostorno-programске studije							
Izrada Akcijskog plana ureĊenja							
Realizacija programa predviĊenog Akcijskim planom							

Referentni primjeri tipova i elemenata ureĊenja obalnih šetnica

Gradska promenada, Cannes i Sanremo (www.justfrance.org; www.italymagazine.com)



Obalna šetnica, Rovinj, Šibenik, Opatija (www.archdaily.com; www.daz.hr; www.vikendplaner.info)



Šetnica Kanalom Sv. Ante, Šibenik (www.daz.hr; www.slobodnadalmacija.hr)



Mogućnosti trasiranja uz samu obalu i detalji ureĊenja (www.pinterest.com)



Program 3: Rivijera rekreacije

Područje

Unapređenje iskustva

Cilj

Jačanje specijalističke turističke ponude rekreacije i sporta

Prioritet

Program visokog prioriteta

Opis

Crikveničko-vinodolska rivijera ističe se već danas s konkurentnom ponudom tematiziranih planinarskih i biciklističkih staza, novim marinama i solidnom ronilačkom infrastrukturuom, sportskim terenima, specifičnom adrenalinskom ponudom, kao i s nekoliko maratona, prije svega 108 godina starog plivačkog maratona Šilo-Crikvenica. Rekreacija je i lokalno podržano buduće razvojno usmjerenje, kako u funkciji turizma tako i lokalne zajednice, a što je iskazano kroz 10-tak sportsko-rekreacijskih zona predviđenih prostornim planovima kao i planiranim novim projektima koji uključuju sportske dvorane i zatvoreni bazen.

Daljnji razvoj sportsko-rekreacijske ponude izravno operacionalizira tržišni identitet destinacije kao 'dinamične rivijere rekreacije i zdravlja' te je u funkciji nekoliko predviđenih turističkih proizvoda, uključujući CVR *Outdoor*, CVR Sport, CVR Dječji programi, ali i CVR *Relax*. Ističe se nekoliko paralelnih smjerova razvoja:

- **Unapređenje sustava staza i šetnica** – uz predviđene nove projekte poput šetnice Crikvenica-Tribalj, obuhvaća prije svega osuvremenjivanje postojećeg sustava planinarskih i biciklističkih staza. Riječ je o aktivnostima poput mogućeg uređenja novih 'kapilarnih' staza kao spojeva između glavnih trasa, o uređivanju odmorišta i vidikovaca među kojima bi nekoliko svojim oblikovanjem trebali postati atrakcije te o odabiru tema, lokacija i postavljanju interpretacijskih sadržaja (Program 7).
- **Razvoj Rekreacijskog centra Tribalj** – ponuda paraglajdinga i zmajarenja te slatkovodnog ribolova na Tribaljskom jezeru čine Tribalj specifičnim rekreacijskim mjestom na Rivijeri, pri čemu ovuda također prolazi nekoliko planinarskih i biciklističkih staza te se u mjestu nalazi i nogometno igralište. Prema prostorno-planskoj dokumentaciji, uz postojeće igralište locirana je još jedna nova rekreacijska zona također predviđena kao igralište za nogomet,²⁴

dok je uz samo Tribaljsko jezero planiran kamp (T3, 4,7 ha, do 700 ležajeva).²⁵ Lokalna samouprava izrazito podržava sportsko-rekreacijski turizam kao razvojnu šansu mjesta i, specifično, razvoj nogometa. S obzirom na rečeno, a imajući na umu potencijal Triblja da zauzme poziciju središnje sportsko-rekreacijske točke Rivijere, uviđa se prilika za proširenjem ponude sportsko-rekreacijskih sadržaja i usluga kao i za bolju valorizaciju prostora.

Predvidivi sadržaji mogu uključivati: nogometno igralište(a), višenamjensko igralište (npr. košarka, odbojka, badminton); dječje sportsko igralište; tereni za tenis, streličarstvo, frizbi, hokej na travi, kriket, bočalište, bazen; uz šetnicu oko jezera dodana staza za trčanje, brzo i nordijsko hodanje, koturaljke, na nekoliko lokacija postavljene sprave za fitnes na otvorenom; vježbalište za golf; sportsko penjanje; igralište za pse s istrčavalištem; žičara.

Predvidive usluge mogu uključivati: 'škole', treninge, vođene ture (npr. hodanje, biciklizam); nogometni kamp i pripreme; *boot-camp*; sportski kamp za djecu; *bicycle*, *walkers*, *hikers*, *pet-friendly* smještaj u hotelima, kampu i obiteljskom smještaju u mjestu i okolici; ugostiteljska ponuda (naročito domaća, zdrava hrana); trgovačka ponuda (naročito sportski rekviziti, energetska hrana i piće); mogućnost manjih popravaka sportske opreme.

Mogućnosti diversifikacije sportsko-rekreacijske ponude nalažu bolju valorizaciju prostora, odnosno poželjno 'primicanje' sportsko-rekreacijskih sadržaja Tribaljskom jezeru i uz njega planiranom kampu koji logično i jesu primjerene fokalne točke ukupnog rekreacijskog područja Tribalj. U tom smislu, potrebno je propitivanje mogućnosti otvaranja dodatnih rekreacijskih zona uz Tribaljsko jezero i/ili postojeći kamp uz paralelno programiranje sportsko-rekreacijskih sadržaja, parkirališta i ugostiteljske ponude.

- **Valorizacija i razvoj rekreacijske zone Breze** – prema prostorno-planskoj dokumentaciji, vrlo velika R zona 'Breze' zamišljena je kao centar zimskih sportova.²⁶ U svijetlu klimatskih promjena uslijed kojih skijališta na bitno većim nadmorskim visinama postaju upitna, uputno je ponovno valorizirati ovaj prostor imajući u vidu druge oblike rekreacije koji bi pridonijeli ukupno inovativnoj rekreacijskoj ponudi Rivijere (npr. konjički centar s ponudom jahanja, jahaćih tura, 'škole'; trening i pripreme za adrenalinske sportove i sl.).
- **Valorizacija i razvoj rekreacijske zone Bahalin** – prema prostorno-planskoj dokumentaciji, u ovoj R zoni uz samo naselje Novi Vinodolski predviđeni su zatvorena sportska dvorana, nogometno i polivalentno igralište, pri čemu je dodatno potrebno provjeriti mogućnosti multifunkcionalnog korištenja zone (npr. uz sportske sadržaje, korištenje i za festivale, sajmove, zabavu i sl.).
- **Valorizacija i organizacija nove sportsko-rekreacijske manifestacije** – osmišljavanje ili dovođenje nove, suvremene i specifične sportsko-

²⁴ Otežavajuću okolnost predstavlja činjenica da je između dvije rekreacijske zone, odnosno između postojećeg i novo planiranog nogometnog igrališta, smješteno mjesno groblje.

²⁵ PPU Vinodolske općine i UPU naselja Tribalj – UPU 2, www.zavod.pgj.hr

²⁶ PPUG Novi Vinodolski, SN PGŽ 55/06 s daljnjim ispravcima

rekreacijske manifestacije na Rivijeru, i to naročito u domeni maratona, može bitno osnažiti njezinu željenu poziciju kao 'dinamične destinacije rekreacije i zdravlja', odnosno 'destinacije maratona'.

Realizacija programa 'Rivijera rekreacije' pretpostavlja, polazeći od kriterija financijske i ekonomske opravdanosti, unapređenje prometne infrastrukture u cilju dodatnog boljeg povezivanja obale i zaleđa kroz unapređenje cestovne infrastrukture i javnog prijevoza uključujući i žičaru. Posebna se važnost pridaje osiguranju prijevoza bicikala u javnom putničkom prometu.

Nositelj

Koordinacija JLS Crikveničko-vinodolske rivijere

Ostali dionici

- Koordinacija TZ-a Crikveničko-vinodolske rivijere
- JU Zavod za prostorno uređenje PGŽ
- HEP/ HEP-Proizvodnja
- LAG Vinodol
- Lokalni sportsko-rekreacijski klubovi
- Interdisciplinarni specijalistički tim (turizam, specijalisti u trasiranju planinarskih staza, specijalisti u projektiranju sportskih kompleksa, urbanizam, krajobrazna arhitektura, arhitektura)

Očekivani učinci

- Unapređenje sportsko-rekreacijske ponude na Rivijeri
- Povećanje prepoznatljivosti i atraktivnosti Rivijere
- Unapređenje kvalitete ponude i zadovoljstva boravkom na Rivijeri
- Povećanje prosječnih dnevnih izdataka turista
- Unapređenje kvalitete života lokalnog stanovništva

Izvori financiranja

- Koordinacija JLS Crikveničko-vinodolske rivijere
- Koordinacija TZ-a Crikveničko-vinodolske rivijere
- Ministarstvo turizma
- Donacije: HEP/HEP Proizvodnja, Nacionalni sportski savezi
- Nacionalni i EU fondovi

Troškovi realizacije

- Izrada koncepta i projektne dokumentacije uređenja staza: 120.000 Kn
- Realizacija projekta: Ovisno o projektu uređenja i fazama
- Izrada Studije najboljeg korištenja Rekreativnog centra Tribalj: 150.000 Kn
- Izrada *Cost-benefit* učinaka Rekreativnog centra Tribalj: 150.000 Kn
- Izrada projektne dokumentacije i priprema projekta (prostorno-plansko usklađivanje, dozvole i sl.) Rekreativni centar Tribalj: 150.000 Kn
- Realizacija projekta: Ovisno o projektu uređenja i fazama izvođenja
- Izrada Studije najboljeg korištenja Rekreativnih zona Breze i Bahalin: 75.000 Kn + 100.000 Kn

- Izrada *Cost-benefit* učinaka Rekreativnih zona Breze i Bahalin: 2x100.000 Kn
- Izrada projektne dokumentacije i priprema projekta (prostorno-plansko usklađivanje, dozvole i sl.) Rekreativnih zona Breze i Bahalin: 2x100.000 Kn
- Realizacija projekta: Ovisno o projektu uređenja i fazama izvođenja
- Evaluacija mogućih alternativnih sportskih manifestacija i tržišna provjera koncepta 'destinacije maratona': 75.000 Kn
- Projektiranje i izgradnja dodatne infrastrukture: Ovisno o manifestaciji
- Organizacija manifestacije: 250.000 Kn (godišnje)

Aktivnosti i terminski plan (po godinama)	19.	20.	21.	22.	23.	24.	25.-29.
Uspostava razvojnog tima s internim i eksternim ekspertima							
Izrada koncepta i projektne dokumentacije uređenja staza							
Realizacija projekta uređenja staza							
Izrada Studije najboljeg korištenja Rekreativnog centra Tribalj							
Izrada Studije financijske održivosti Rekreativnog centra Tribalj							
Usklađivanje prostorno-planske dokumentacije							
Razrada poslovno-upravljačkog modela (pod uvjetom javno-privatnog partnerstva)							
Priprema projekta (dokumentacija, dozvole, financiranje)							
Realizacija projekta Rekreativnog centra Tribalj							
Izrada Studije najboljeg korištenja Rekreativnih zona Breze i Bahalin							
Izrada Studije financijske održivosti Rekreativnih zona Breze i Bahalin							
Razrada poslovno-upravljačkog modela (pod uvjetom javno-privatnog partnerstva)							
Priprema projekta (dokumentacija, dozvole, financiranje)							
Realizacija projekta Rekreativnih zona Breze i Bahalin							
Razrada i provjera koncepta 'destinacije maratona'							
Projektiranje i izgradnja dodatne infrastrukture (ukoliko potrebno)							
Organizacija manifestacije (1. godina)							

Program 4: Rivijera zdravlja

Područje

Unapređenje iskustva

Cilj

Jačanje specijalističke zdravstveno-turističke ponude

Prioritet

Program visokog prioriteta

Opis

Crikveničko-vinodolska rivijera tradicionalno se povezuje sa zdravstvenim turizmom, a 'zdravlje' je i u samoj srži njezine buduće razvojne vizije i tržišnog identiteta kao 'dinamične rivijere rekreacije i zdravlja' te, štoviše, 'najbolje jadranske destinacije za fizikalnu rehabilitaciju u prirodno ljekovitom okruženju'.

Daljnje profiliranje Rivijere kao destinacije zdravlja najviše će dakako ovisiti o razvojnim usmjerenjima lokalno prisutnih ili i nekih novih medicinskih i lječilišnih ustanova, te mjere u kojoj će ponuditi programe koji valoriziraju njihovu ekspertizu i jedinstvena prirodna obilježja lokacije, a ujedno su atraktivni na međunarodnom zdravstveno-turističkom tržištu (npr. domene fizikalne medicine, sportske medicine, liječenja respiratornih tegoba, talasoterapije, rehabilitacije, baromedicine i stomatologije).²⁷ Svakako se ovdje posebno izdvajaju Thalassotherapia-Crikvenica, s već iskazanom namjerom snažnog 'okretanja' i ka medicinskom wellness-u u sklopu vlastitog lječilišnog hotela, kao i Poliklinika Terme Selce kako u odnosu na najavljenju suradnju s Jadranom d.d., tako i u odnosu na razvoj projekta EU CERTEH. Potonjim se planira uspostava EU Centra Zdravstvenog turizma Crikvenica za obrazovanje, istraživanje i obuku. Centar se temelji na *triple helix* modelu, obuhvaćajući obrazovne i znanstvene institucije, proizvođače i lokalnu upravu s ciljem stvaranja novih proizvoda medicinskog turizma i medicinskog wellnessa za suzbijanje 'suvremenih' bolesti radne populacije i pretile djece koristeći pogodnosti lokalne mikroklimе.²⁸

Sigurno je da bi profiliranju 'Rivijere zdravlja' također pridonijela i daljnja specijalizacija hotelskih kuća ka sofisticiranijoj wellness ponudi (npr. medicinski ili holistički wellness, talasoterapija, spa). Uz Novi Spa Hotels & Resort tu se potencijalno nameću i komplementaran potezi na središnjem i na sjevernom

dijelu Rivijere gdje se, grupirani oko 'zone Terme Selce', odnosno oko 'zone Thalassotherapi-je' kao referentnih medicinskih točaka, nalazi nekoliko značajnih hotelskih zona. Riječ je o hotelu Katarina u Selcima, zatim u Crikvenici o prestižnom hotelu Kvarner Palace, koji i najavljuje bitno proširenje postojećeg wellness-a, ali i o velikim kompleksima Omorika-Ad Turres i Kačjak. Pri tome, potreba repozicioniranja Kačjaka, a s obzirom na njegovu u prirodu uronjenu lokaciju koja se također nadovezuje na buduću agro-zonu (Program 5), otvara mogućnost propitivanja značajnije orijentacije ili i potencijalne specijalizacije ovog kompleksa za zdravstveni turizam.

S obzirom da konkurentnost 'Rivijere zdravlja' nadalje ovisi i o mjeri u kojoj cijela destinacija podržava i odražava taj tržišni identitet²⁹, elementi proširenog proizvoda na destinacijskoj razini nužno uključuju i:

- Bogatu rekreacijsku ponudu koja omogućuje kretanje i sve oblike fizičke aktivnosti, a posebice šetnice i staze uz more te ponudu uređenih plaža i, specifično, 'plaže sa sportskim i rekreacijskim sadržajima' (Programi 1, 2 i 3);
- Gastronomsku ponudu u kojoj su zastupljeni i 'zdravi meniji', pri čemu dodanu vrijednost predstavljaju oni bazirani na lokalno i/ili ekološki uzgojenim namirnicama (Program 8);
- Smještajnu ponudu u kojoj se vodi računa o 'zdravoj' ili 'zelenoj praksi', pri čemu odgovarajuće marke kvalitete iza kojih stoji meritoran sustav standarda predstavljaju dodanu vrijednost (Program 9);
- Trgovačku ponudu u kojoj su zastupljeni 'zdravi' pripravnici i hrana bazirani na prirodnim ljekovitim činiteljima i zdravim namirnicama (npr. aromatična ulja, ljekovita blata, džemovi, med), pri čemu lokalni/regionalni uzgoj i prerada predstavljaju dodanu vrijednost (Program 5);
- Interpretaciju prostora u koju su uključene teme poput lječilišne tradicije, lokalnih ljekovitih činitelja i kako ih koristiti 'na licu mjesta' (Program 7).

Povrh navedenog, ovaj Program specifično obuhvaća daljnja poželjna obilježja zdravstveno-turističkih destinacija:

- Uspostavljanje Registra kvalitete prirodnih ljekovitih činitelja Crikveničko-vinodolske rivijere radi sustavnog, znanstveno utemeljenog praćenja i dokumentiranja podataka o svojstvima klime, mora, zraka i bioraznolikosti;
- Uspostavljanje destinacijskih 'zelenih standarda', obuhvaćajući upravljanje otpadom, pročišćavanje otpadnih voda i sekundarno korištenje vode, energetske učinkovitost, 'zelenu praksu' u turističkim i u javnim objektima, promet i sl. Može biti u funkciji dobivanja odgovarajuće marke kvalitete;

²⁷ Vidjeti Točku 6.1. Turistički proizvodi Crikveničko-vinodolske rivijere

²⁸ Izvori: (1) Thalassotherapia- Crikvenica (2018), *Studija ekonomske izvodljivosti projekta za period 2018.-2030.*, Deloitte; (2) Dopis Poliklinike Terme Selce upućen Gradu Crikvenica, 29.1.2019.

²⁹ Navedeni elementi proizvoda na destinacijskoj razini mogu biti posebno značajni u anticipaciji moguće buduće specijalizacije destinacija, bilo kroz tržišne sustave certificiranja i marke, kroz nacionalne pravilnike (nor. Pravilnik o lječilišnim mjestima) ili oboje.

- Unapređenje kvalitete boravka za osobe s invaliditetom, uključujući unapređenje dostupnosti sadržaja i informacija;
- Kontinuiran rad na unapređenju u hitnim slučajevima lako dostupne opće medicinske skrbi u destinaciji i regiji, uključujući za strane državljane;
- Daljnji rad na unapređenju ugleda destinacije kao 'Rivijere zdravlja', uključivo kroz članstva u priznatim udruženjima i brendovima, ali i kroz daljnje jačanje relevantnosti CIHT-a i pozicioniranje ovog skupa kao vodeće jadranske konferencije o zdravstvenom turizmu i sl.

Nositelj

Koordinacija JLS Crikveničko-vinodolske rivijere

Ostali dionici

- Koordinacija TZ-a Crikveničko-vinodolske rivijere
- Medicinske ustanove na području Rivijere
- Hotelska poduzeća na području Rivijere
- Klaster zdravstvenog turizma Kvarnera
- UO PGŽ (Zdravstvo; Zaštita okoliša; Turizam)
- Interdisciplinarni specijalistički tim (turizam, medicina, hotelijerstvo, ekologija, IT-baze podataka)

Očekivani učinci

- Unapređenje zdravstveno-turističke ponude Rivijere
- Povećanje atraktivnosti Rivijere
- Unapređenje kvalitete ponude i zadovoljstva boravkom na Rivijeri
- Povećanje prosječnih dnevnih izdataka turista
- Unapređenje kvalitete života lokalnog stanovništva

Izvori financiranja

- Koordinacija JLS Crikveničko-vinodolske rivijere
- Koordinacija TZ-a Crikveničko-vinodolske rivijere
- Primorsko-goranska županija
- Ministarstvo turizma
- Nacionalni i EU fondovi

Troškovi realizacije

- Uspostava Registra kvalitete prirodnih ljekovitih činitelja Crikveničko-vinodolske rivijere: U okviru djelatnosti službi JLS; Eksterna ekspertna pomoć: do 50.000 Kn (jednokratno); Kupnja podataka/mjerenja: do 25.000 Kn godišnje
- Uspostava destinacijskih 'zelenih standarda': U okviru djelatnosti službi JLS; Eksterna ekspertna pomoć: do 100.000 Kn (jednokratno); Kupnja podataka/mjerenja: do 25.000 godišnje; Certificiranje: 150.000 Kn
- Unapređenje mobilnosti i opće medicinske skrbi: Prema godišnjim proračunima JLS i PGŽ

- Podrška CIHT-u, članstva u međunarodnim organizacija i sl.: 50.000 Kn godišnje

Aktivnosti i terminski plan (po godinama)	19.	20.	21.	22.	23.	24.	25.-29.
Uspostava razvojnog tima s internim i eksternim ekspertima							
Razvoj destinacijske suradničke mreže dionika i koordinacija							
Razrada koncepta Registra kvalitete prirodnih ljekovitih činitelja Rivijere							
Uspostava Registra kvalitete prirodnih ljekovitih činitelja Rivijere							
Razrada koncepta destinacijskih 'zelenih standarda'							
Uspostava destinacijskih 'zelenih standarda'							
Certificiranje 'zelene destinacije'							
Razrada koncepta unapređenja mobilnosti							
Provođenje projekata unapređenja mobilnosti							
Provođenje projekata unapređenja opće medicinske skrbi							
Podrška ugledu destinacije kao 'Rivijere zdravlja'							

Program 5: Turistička valorizacija agro-zona i OPG-ova

Područje

Unapređenje iskustva

Cilj

Organizacija dojmljivih turističkih sadržaja i iskustava u novim poljoprivrednim zonama na Rivijeri

Prioritet

Važan program

Opis

Crikveničko-vinodolska rivijera u svom imenu nosi naziv 'Vinodol' koji dolazi od *Vallis vinearia* ili 'dolina vina' kako se u rimsko doba zvala Vinodolska dolina zbog količine vinograda koji su se njome prostirali (do 600 ha). Stoljećima, uz ribarstvo, dominantna gospodarska grana, poljoprivreda je danas, usprkos 100-tinjak registriranih OPG-ova, među kojima jedino vinogradarsko imanje Pavlomir okrupnjava veće površine (31 ha), na cijelom području Rivijere izrazito zanemarena. Značajan zamah u revitalizaciji poljoprivrede trebao bi biti daljnji razvoj imanja Pavlomir, ali i razvoj dviju novih agro-zona. Radi se, prvo, o potezu između Jadranova i Kačjaka, na padinama ispod Jadranske magistrale prema obali, površine 27 ha, s mogućnosti proširenja za dodatnih 30 ha, koji je tvrtka Eko-Murvica (u vlasništvu Grada Crikvenice) dobila u zakup od RH na 50 godina te, nadalje, o potezu od oko 100 ha privatne investicije, sjeverno od magistrale, na graničnom području između gradova Crikvenice i Novog Vinodolskog. U skladu s razvojnim strategijama svih JLS moguće je očekivati i daljnji razvoj OPG-ova, zadruga i udruga diljem Rivijere, a posebice u Vinodolskoj dolini.

Osim što je revitalizacija poljoprivrede iznimno važan korak u diversifikaciji gospodarske strukture Rivijere, a da se ne govori o značaju lokalno proizvedene hrane i vina za njezinu gastronomsku ponudu, agro-zone i mali OPG-ovi, s obzirom na današnje tržišne trendove u turizmu i, specifično, interes turista za 'lokalnim', 'autentičnim', 'doživljajnim' i, pogotovo, za hranom i vinom, sami za sebe imaju potencijal prerasti u jedinstvene turističke atrakcije Rivijere, također zanimljive za posjet izletnicima iz okruženja i lokalnom stanovništvu. U tom smislu, na imanju Pavlomir već se nude degustacije vina i otvorena je trgovina, u Agro-zoni

Jadranova predviđena je sala za degustacije (do 50 osoba), dok je u zoni Crikvenica-Novu planiran smještajni kapacitet u 15-tak vila u stilu 'eko-etno sela'.³⁰

No, mogućnosti daljnje turističke valorizacije kako većih agro-zona, tako i manjih OPG-ova vrlo su velike. Odgovarajući na tu priliku, turističku ponudu agro-zona poželjno je proširiti dodatnim sadržajima i, naročito, uslugama kao primjerice:

- **Sadržaji:** Ugostiteljski punkt/kušaonica, u sklopu koje su izložci lokalne poljoprivredne i eno-gastronomске tradicije i dućan; Ugostiteljski punkt na otvorenom, može se koristiti za događanja (npr. koncerte, vjenčanja); Ogledni primorski vrt; Vrt za djecu; Glavna šetnica, ukrašena različitim tipičnim aromatičnim i ukrasnim biljem s nekoliko kapilarnih staza za kretanje pješaka kroz agro-zonu; U oblikovanju se poštuje lokalna graditeljska baština i materijali, posebice suhozidi; Važno je također napomenuti da je u Agro-zoni Jadranova, s obzirom na njezinu lokaciju na sjevernom 'ulazu' na Rivijeru, poželjno locirati interpretacijski i centar za posjetitelje s temom lokalne, primorske poljoprivrede i gastronomije kao dijela mediteranske tradicije.
- **Usluge:** Kušanja (npr. vina, maslinovog ulja, meda); Malo ugostiteljstvo; Vođeni obilasci, uključujući kroz pogone (npr. vinski podrum, sušara, destilerija); Programi za studente, škole i vrtiće; Kreativne radionice (npr. kuhanje, izrada džemova, vrtlarstvo, primjena ljekovitog bilja, aromaterapija); Programi vježbanja (npr. u vinogradu, masliniku); U dizajniranju iskustava primjenjuju se principi *storytelling-a* *edutainment-a*.

Izuzetno je važno pokloniti veliku pažnju pejzažnom i arhitektonskom oblikovanju sadržaja u agro-zonama, kako bi one kao izuzetno velike cjeline, estetski oplemenjivale prostor Rivijere.

S obzirom da se Agro-zona Jadranova naslanja na turistički kompleks Kačjak, također valja promišljati različite oblike sinergija s poduzećem Jadran d.d. (npr. komplementarnost u pejzažnom oblikovanju, upravljanje turističkim poslovanjem Agro-zone, itd.). Zanimljiva je i mogućnost suradnje agro-zona, posebno u edukativnim programima, s Prirodoslovnim muzejom Rijeka u sklopu kojega djeluje Primorski botanički vrt. Suradnja agro-zona i OPG-ova s ugostiteljskim sektorom Rivijere u cjelini obuhvaća plasman kvalitetnih lokalnih poljoprivrednih proizvoda, vina i ostalih prerađevina.

Očigledan turistički potencijal agro-zona i OPG-ova opravdava izradu Programa turističke valorizacije³¹ u sklopu kojih bi se detaljnije programirali turistički sadržaji i iskustva te sagledale prostorne, oblikovne, organizacijske, kadrovske i financijske implikacije izraženije turističke orijentacije kao i potrebe za edukacijom i treningom osoblja (npr. vođenje gostiju, vođenje kušanja, meke vještine) te izrada programa za posjetitelje.

³⁰ Institut za poljoprivredu i turizam Poreč (2015), *Gospodarski program korištenja zemljišta u vlasništvu države za poljoprivrednu proizvodnju*; Obilazak terena lipanj i srpanj 2018.

³¹ Imajući u vidu različito vlasništvo, tempo i sadašnju fazu realizacije projekata, realno su predvidivi odvojeni Programi turističke valorizacije s različitim obuhvatom.

Nositelj

Koordinacija JLS i vlasnik agro-zone Crikvenica-Novi Vinodolski

Ostali dionici

- Koordinacija TZ-a Crikveniĉko-vinodolske rivijere
- Eko Murvica d.o.o.
- LAG Vinodol
- Turistiĉka poduzeća, naroĉito Jadran d.d.
- Interdisciplinarni specijalistiĉki tim (turizam, agronomija, krajobrazna arhitektura, arhitektura, muzeologija)

Oĉekivani uĉinci

- Povećanje prepoznatljivosti i atraktivnosti Rivijere
- Unapređenje kvalitete ponude i zadovoljstva boravkom na Rivijeri
- Unapređenje gastronomske ponude na Rivijeri
- Povećanje prosjeĉnih dnevnih izdataka turista
- Unapređenje uređenja mjesta i kvalitete života lokalnog stanovništva

Izvori financiranja

- Gradovi Crikvenica i Novi Vinodolski
- Vlasnik agro-zone Crikvenica-Novi Vinodolski
- TZ gradova Crikvenica i Novi Vinodolski
- Ministarstvo turizma
- Nacionalni i EU fondovi

Troškovi realizacije

- Izrada Programa turistiĉke valorizacije: 150.000 Kn
- Trening osoblja – trošak predavaĉa: 12.000 Kn (jednokratno)
- Realizacija programa: Ovisno o fazi/projektu

Aktivnosti i terminski plan (po godinama)	19.	20.	21.	22.	23.	24.	25.-29.
Uspostava razvojnog tima s internim i eksternim ekspertima							
Izrada Programa turistiĉke valorizacije, verifikacija i prihvaćanje							
Razrada poslovno-upravljaĉkog modela (pod uvjetom javno-privatnog partnerstva)							
Javno predstavljanje Programa turistiĉke valorizacije							
Realizacija Programa turistiĉke valorizacije							
Kadrovsko popunjavanje i trening osoblja							
Izrada programa za posjetitelje							

Referentni primjeri turistiĉke valorizacije poljoprivrednih i proizvodnih pogonaVinarije i kušaonice, Kabola i Kozlović, Istra (www.vinoteka.com; www.offcar.com)Uređenje vinograda i mediteranskih vrtova (www.ilocki-podrumi.hr; www.pinterest.com)

Razgledavanje pogona i degustacija, Destilerija viskija Glengoyne, Škotska (Arhiva autora)

Mogućnosti dodatne namjene (www.radio.hrt.hr; www.pinterest.com; www.ja-trgovac.com)

Program 6: Razvoj multifunkcionalnog tematskog zabavnog parka

Područje

Unapređenje iskustva

Cilj

Razvoj nove novostvorene turističke atrakcije

Prioritet

Važan program

Opis

Širenje spektra turističke ponude Crikveničko-vinodolske rivijere uspostavljanjem međunarodno relevantnog multifunkcionalnog tematskog zabavnog parka kao novostvorene atrakcije preporučeno je prostornom koncepcijom razvoja turizma (Točka 6.2.) s obzirom na visoku tržišnu atraktivnost takvog poduhvata te sposobnost pružanja dodatnog iskustva i vrijednosti boravka različitim segmentima posjetitelja ne samo s područja Rivijere već i s riječkog područja i otoka Krka.

Razvoj multifunkcionalnog tematskog zabavnog parka nalaže usporedno vrednovanje i određivanje poželjne lokacije te programiranja sadržaja. Kada je riječ o lokaciji za očekivati je njegov smještaj na turistički nešto manje atraktivnom potezu Rivijere, ali i na prostoru koji dostupnošću, morfološkim, topografskim i reljefnim obilježjima kao i orijentacijom te veličinom odgovara osnovnom pozicioniranju istodobno osiguravajući minimalni utjecaj na red i mir lokalne zajednice te na okoliš. Posebnu pozornost pri tome treba posvetiti infrastrukturnoj opremljenosti (prije svega voda) te mogućnosti i prostoru potrebnom za organizaciju prometa u mirovanju.

S aspekta održivog poslovanja samog parka, ali i tržišnog identiteta destinacije kao 'dinamične Rivijere rekreacije i zdravlja', predvidivo je njegovo pozicioniranje u smjeru multifunkcionalnog prostora koji kvalitetno povezuje različite sportsko-rekreacijske, adrenalinske, atrakcijske (npr. različite 'vožnje' i/ili edukacijske atrakcije), zabavne (npr. animacije, projekcije, show programi) te bazenske sadržaje sa sadržajima prikladnim za različita festivalska, glazbena i scenska događanja kao i bogatom ugostiteljskom i trgovačkom ponudom. Valja naglasiti da je definiranje originalne i ujedinjavajuće teme dodatna prednost pri čemu je moguće očekivati da će se park razvijati kao regionalni park površine do 20-30 ha sa sposobnošću kvalitetnog zadržavanja gostiju do 5 sati.

Valoriziranje mogućih lokacija za razvoj projekta te odabir poželjne/poželjnih lokacija pretpostavlja usporedno sagledavanje i mogućnosti alternativnog korištenja specifičnih lokacija u kontekstu sveukupnog razvojnog koncepta i prostorne organizacije turističke aktivnosti na Rivijeri. Pri tome se inicijalno kao moguće lokacije izgradnje kompleksa nameću postojeće planirane rekreacijske (R) zone (npr. u zaleđu Novog Vinodolskog) ili, uz prenamjenu, neke veće, a lokacijski manje atraktivne turističke (T) zone (npr. zona 'Panos', 22 ha), odnosno neke nove zone na obalnom potezu Rivijere koje još nisu obuhvaćene prostornim planovima (npr. Novljansko polje). Aktivnosti valoriziranja odgovarajućih zona potrebno je uskladiti s aktivnostima programa utvrđivanja turističkog nosivog kapaciteta obalnog prostora Rivijere (Program 10).

Posebno važan aspekt razvoja projekta odnosi se na provođenje svih pripremnih aktivnosti do predaje projekta investitoru, uključujući razradu poslovno-upravljačkog modela u fazi pripreme, a eventualno i poslovanja, rješavanje prostorno-planske dokumentacije, osiguranje zemljišta te privlačenje i pregovore s potencijalnim investitorima.

Nositelj

Inicijalno Koordinacija JLS Crikveničko-vinodolske rivijere; nakon odabira lokacije, JLS na čijem se području nalazi lokacija

Ostali dionici

- Koordinacija TZ-a Crikveničko-vinodolske rivijere
- JU Zavod za prostorno uređenje PGŽ
- Predstavnici civilnog društva
- Interdisciplinarni specijalistički tim (turizam, ekspert/projektant za tematske zabavne parkove, ekspert za *cost-benefit* analize, pravnik)

Očekivani učinci

- Povećanje prepoznatljivosti i atraktivnosti Rivijere
- Unapređenje kvalitete ponude i zadovoljstva boravkom na Rivijeri
- Povećanje prosječnih dnevnih izdataka turista

Izvori financiranja

- Gradovi Crikvenica i Novi Vinodolski
- TZ gradova Crikvenice i Novi Vinodolski
- Ministarstvo turizma
- Sponzorstva većih gospodarskih subjekata s područja Rivijere
- Nacionalni i EU fondovi

Troškovi realizacije do faze predaje projekta (strateškom) investitoru

- Vrednovanje i odabir odgovarajuće(ih) lokacije, razrada poslovno-upravljačkog modela, vođenje razvoja projekta, prezentacija projekta

potencijalnim investitorima u okviru djelatnosti službi jedinica lokalne samouprave, uz eksternu ekspertnu pomoć: 200.000 Kn

- Izrada studije najbolje uporabe i studije ekonomske opravdanosti, s procjenom eksternih/destinacijskih učinaka: 500.000 Kn
- Izmjena prostorno planske dokumentacije: 300.000 Kn
- Rješavanje imovinsko-vlasničkih odnosa: Ovisno o poslovno-upravljačkom modelu i vlasništvu zemlje

Aktivnosti i terminski plan (po godinama)	19.	20.	21.	22.	23.	24.	25.-29.
Uspostava razvojnog tima s internim i eksternim ekspertima							
Valoriziranje mogućih lokacija za razvoj projekta i odabir							
Izrada studije najboljeg korištenja i razrada razvojnog koncepta							
Definiranje vlasničko-poslovnog modela za razdoblje do predaje projekta investitoru							
Ocjena financijske održivosti i ekonomske opravdanosti projekta							
Ocjena <i>cost-benefit</i> učinaka projekta na razvoj Rivijere							
Donošenje odluke o pokretanju projekta (uz uvjet ekonomske/društvene održivosti)							
Usklađivanje prostorno-planske dokumentacije							
Usklađivanje imovinsko-vlasničkih odnosa							
Prezentiranje projekta potencijalnim investitorima s pripremom dokumentacije							
Odabir strateškog partnera/ investitora							
Razrada poslovno-upravljačkog modela (pod uvjetom javno-privatnog partnerstva)							
Priprema projekta (dokumentacija, dozvole, izvori financiranja)							
Realizacija projekta							

Program 7: Interpretacija prostora

Područje

Unapređenje iskustva

Cilj

Podizanje atraktivnosti turističke resursne osnove

Prioritet

Program visokog prioriteta

Opis

Interpretacija prostora je oblik komunikacije destinacije s posjetiteljima. Prostor se interpretira kroz sadržaj koji se prenosi putem različitih medija poput tabli, maketa, vodiča, mobilnih aplikacija, interpretacijskih centara i sl. Dok mediji trebaju biti izrađeni iz postojećih materijala, uklopljeni u okoliš, kreativno i atraktivno dizajnirani, ključ interpretacije je sadržaj. Dobra interpretacija ima snažnu temu, lako ju je slijediti jer je dobro organizirana, relevantna je publici i usput zabavna (tzv. TORE princip³²). Cilj je pridobiti i zainteresirati publiku, upoznati ih s temom, potaknuti razmišljanje te omogućiti stvaranje emotivne reakcije i neke osobne veze. Sadržaj je baziran na činjenicama, no u fokusu nisu činjenice, već poruka koja se komunicira kao priča kroz tzv. *storytelling*, kroz interaktivne sadržaje, kroz osjetilnu komunikaciju i sl.

Predmet turističke interpretacije mogu biti brojna i vrlo različita obilježja destinacije, od onih uobičajenih kao što su prirodne i kulturne znamenitosti do onih nematerijalnih kao što su davno nestali narodi, običaji, pojave, itd. Temeljem uvida u turističku resursnu osnovu Crikveničko-vinodolske rivijere u nastavku se prikazuju neke prilike za interpretaciju prostora:

- **Točkasta interpretacija** – prirodne znamenitosti; klima, bura, ljekovita klimatska svojstva; pogledi; prapovijesna nalazišta, antička nalazišta, starohrvatske nekropole, Frankopanski kašteli, Kotor, Vinodolski zakon, sakralna baština; šterne, perila, toševi, mlinice, tunere i ribarska tradicija; običaji, nošnje; ladanjska arhitektura i turistička tradicija, lječilišna tradicija; povijesne ličnosti; karneval; gastronomija, plava riba, škamp, tipična jela.

Vjerojatno najčešće korišteni oblici interpretacije uključivati će različite table, pri čemu je poželjno da se one različitim oblikovanjem, veličinom, materijalima i sl. međusobno razlikuju i uklapaju u prostor. Najčešće će se

postavljati uz predmet koji se interpretira ili na stazama i šetnicima u sklopu odmorišta ili vidikovaca. Poželjni su i drugi mediji te su, primjerice, moguće makete ili modeli koji u manjem mjerilu 'rekonstruiraju' predmete ili objekte te se postavljaju na ili u blizini autentične lokacije, odnosno 'trikovi' kao papirnati stolni podmetači koji 'pričaju' o lokalnoj gastronomiji ili 'znak upozorenja' gdje i kako treba udisati ljekoviti aerosol i sl.

- **Interpretacijski i centri za posjetitelje** – s obzirom da se radi o postavu posvećenom prikazu neke teme, potrebno je odabrati jednu ili više tema (za jedan ili više centara) relevantnih za lokalnu zajednicu i za posjetitelje, a koje već nisu obrađene u centrima u okolici. Moguće su teme usko povezane s lokalnom/regionalnom baštinom, ali 'univerzalne' teme (npr. 'more', 'klima' ili 'hrana'). Pri odabiru teme(a) za interpretaciju poželjno je uključiti i lokalno stanovništvo. Za interpretacijske centre važni su lokacija i objekt u koje se centar smješta, za koje je poželjno, ukoliko je to moguće, da i sami na neki način 'pripadaju' temi.

Interpretacijski centri nerijetko dijele prostor s centrima za posjetitelje te zajedno objedinjuju funkcije pružanja turističkih informacija, prodaje turističkih usluga, suvenirnice, malog ugostiteljstva i prikaza odabrane teme.

- **Mobilna aplikacija** – preko mobilne aplikacije nudi se nekoliko prijedloga samo-vođenih obilazaka Rivijere, a opisi ruta i atrakcija na njima također su izvedeni prema TORE principu te su, u biti, manjeg obima, ali komplementarni sadržaju korištenom na tablama i/ili u interpretacijskim centrima. Raspoložive mobilne aplikacije nužno je kvalitetno promovirati (npr. na Internet stranicama TZ-a i ponuđača usluga, na recepciji smještajnog objekta, u smještajnim jedinicama, na javnim mjestima i sl.), trebale bi biti besplatne i dostupne odmah po dolasku na Rivijeru.
- **Informatori i vodiči** – osoblje zaposleno na poslovima informiranja gostiju, poput informatora u Centrima za posjetitelje, TIC-evima ili u hotelima te turistički vodiči, ali i drugi turistički djelatnici u izravnom kontaktu s gostima (npr. konobari, barmeni, animatori i sl.) trebali bi biti obučeni za dojmljivo prenošenje tema, odnosno pričanje priča (*storytelling*).

Turistička interpretacija prostora Rivijere trebala bi u konačnici činiti sustav kojeg povezuju TORE princip u prikazu tema, grafički standardi, uključujući novi vizualni identitet Rivijere, edukacija i sl. Sustav se detaljno razrađuje kroz Akcijski plan.

Nositelj

Koordinacija TZ-a Crikveničko-vinodolske rivijere

³² TORE = T- *theme* (tema), O- *organization* (organizacija), R- *relevant* (relevantna), E- *enjoyable* (zabavna), Ham, S. (2013), *Interpretation: Making a Difference on Purpose*, Fulcrum

Ostali dionici

- Koordinacija JLS Crikveničko-vinodolske rivijere
- Interdisciplinarni specijalistički tim (turizam, muzeologija, kreativno pisanje, dizajn, arhitektura)

Očekivani učinci

- Unapređenje kvalitete ponude i zadovoljstva boravkom na Rivijeri
- Povećanje prosječnih dnevnih izdataka turista
- Unapređenje kvalitete života lokalnog stanovništva

Izvori financiranja

- Koordinacija JLS Crikveničko-vinodolske rivijere
- Koordinacija TZ-a Crikveničko-vinodolske rivijere
- Ministarstvo turizma
- Ministarstvo kulture
- Ministarstvo zaštite okoliša i energetike
- Nacionalni i EU fondovi

Troškovi realizacije

- Valorizacija tema i lokacija za Interpretacijske centre: 25.000 Kn
- Izrada Akcijskog plana turističke interpretacije prostora: 175.000 Kn
- Izrada grafičkih standarda: 40.000 Kn
- Treninzi i radionice: Razrada inicijalnog/novih tečajeva: 10.000 Kn; Održavanje tečaja: 2.500 Kn/predavač/dan
- Realizacija programa: Ovisno o fazi

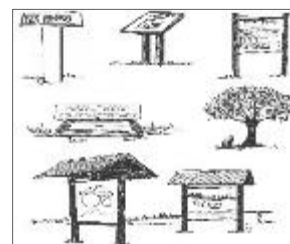
Aktivnosti i terminski plan (po godinama)	19.	20.	21.	22.	23.	24.	25.-29.
Uspostava razvojnog tima s internim i eksternim ekspertima							
Valorizacija tema i lokacija za Interpretacijske centre s odlukom							
Izrada Akcijskog plana turističke interpretacije prostora							
Izrada grafičkih standarda (za table i dr.)							
Izrada vizualnog identiteta Crikveničko-vinodolske rivijere							
Realizacija programa							
Trening informatora i vodiča							
Radionice za ostale turističke djelatnike							

Referentni primjeri interpretacije prostora

Centri za posjetitelje i info punktovi (www.kadvacorp.com; www.arcdaily.com)



Interpretacijske table (Hamm, S.; www.pinterest.com)



Komuniciranje sadržaja (www.pinterest.com; Hamm, S.)



Interpretacijski centri i ekomuzeji, Krk i Komiža (www.grad-krk.hr; www.muze.hr)



Program 8: Unapređenje gastronomske ponude

Područje

Unapređenje kvalitete ugostiteljske ponude

Cilj

Širenje i podizanje kvalitete gastronomske ponude

Prioritet

Program visokog prioriteta

Opis

Gastronomija i 'doživljaj hrane' postaju nezaobilazan i izuzetno važan element turističkog iskustva, ali i potrage za posebnosti ili čak jedinstvenosti destinacijske turističke ponude. Naime, upravo se kroz iskustvo hrane kao sinteze zabave, sudjelovanja, edukacije, ali i kulture i umjetnosti može kreirati specifično iskustvo koje se ne može doživjeti negdje drugdje. Pri tome je ključno voditi računa o tri međusobno povezana i komplementarna elementa gastronomske ponude: proizvodu, usluzi i priči, odnosno o potrebi stalnog unapređenja kvalitete i inputa koji se koriste, o autohtonosti i kreativnosti prezentacije kao i o pričama šireg konteksta koje prenose osjećaj jedinstvenosti.

Kvalitetan doživljaj gastronomije danas pretpostavlja širok skup proizvoda i usluga na destinacijskog razini. Naime, iako srž gastronomskog iskustva počiva na konzumaciji hrane i pića, prošireno iskustvo tipično uključuje i mogućnost obilaska tematskih cesta, kupnje na OPG-ima i u vinarijama, sudjelovanje na kuharskim radionicama ili gastro događanjima i sl.

Program razvoja gastronomske ponude Crikveničko-vinodolske rivijere stoga obuhvaća aktivnosti diversifikacije i unapređenja kvalitete ponude, poticanje proizvodnje hrane i vina, podizanje efikasnosti distribucije i lokalnog plasmana, te uspostavu gastronomskih putova i događanja.³³ Važan element Programa predstavlja i podizanje kvalitete gastronomske ponude u okviru smještajnih objekata (posebice hoteli i obiteljski smještaj) te prilagođavanja ponude specifičnim turističkim proizvodima kao što su primjerice zdravstveni ili *outdoor* turizam. Ključne sastavnice Programa su:

- Podizanje raznolikosti tipova ugostiteljskih objekata i kuhinja;

- Podizanje autentičnosti gastronomske ponude kroz uključivanje i domaće kuhinje u jelovnike i kroz korištenje lokalnih namirnica (npr. plava riba, vino, proizvodi šume, povrće iz vlastitih vrtova i sl.);
- Ispunjavanja kriterija te uključivanja ugostiteljskih objekata u poznate nacionalne i međunarodne gastronomske vodiče;
- Širenja ponude 'zdravih menija' kao i ponude za vegetarijance i vegane;
- Poticanje lokalne proizvodnje namirnica i vina (uz naglasak na ekološki i organski uzgoj) te vertikalne integracije u lokalne lance nabave;
- Uspostavljanja kvalitetnih gastronomskih puteva povezanih sa specifičnim proizvodom (npr. vino, masline, med) i upotpunjenih edukativnim i zabavnim komponentama (npr. kušanja, radionice kuhanja) te također uspostavljanje gastronomskih tura koje povezuju različite elemente ponude (npr. tržnice, trgovine, restorane, kušaonica i sl.);
- Unapređenja trgovačke ponude gastronomskih proizvoda, uključujući i prezentaciju i prodaju na tržnicama te na 'kućnom pragu'.

Sve to podrazumijeva i realizaciju aktivnosti usmjerenih na financijsko poticanje (npr. komunalne naknade, naknade za korištenje terasa, izravne financijske potpore, potpora i sufinanciranja iz nacionalnih i EU programa), odnosno i nefinancijsko poticanje (npr. tehnička pomoć, savjetovanje, pomoć u aplikaciji za prijavu na EU programe) gastronomske ponude.

Nositelj

Koordinacija TZ-a Crikveničko-vinodolske rivijere

Ostali dionici

- Koordinacija JLS Crikveničko-vinodolske rivijere
- Cehovska udruženja i lokalni ugostitelji
- Gospodarski subjekti uključeni u ponudu smještaja, uključujući i iznajmljivače obiteljskog smještaja i ostali poduzetnici s ponudom HiP-a
- Poljoprivrednici i vinogradari, vlasnici lokalnih agro-zona
- Interdisciplinarni specijalistički tim (turizam, menadžment gastronomije, nutricionist, chef, lokalna uprava)

Očekivani učinci

- Unapređenje kvalitete ponude i zadovoljstva boravkom na Rivijeri
- Povećanje prosječnih dnevnih izdataka turista
- Unapređenje kvalitete života lokalnog stanovništva

Izvori financiranja

- Koordinacija JLS Crikveničko-vinodolske rivijere

³³ Unapređenje sustava obrazovanja i marketinga vezanih uz gastronomiju obuhvaćeno je u Programima 11 i 12.

- Koordinacija TZ-a Crikveničko-vinodolske rivijere
- Ministarstvo turizma
- Sponzorstva većih gospodarskih subjekata s područja Rivijere
- Nacionalni i EU fondovi

Troškovi realizacije

- Programi financijskog poticanja kroz izravne poticaje (npr. inoviranje menija, proizvodnja, udruživanje, korištenje lokalnih namirnica, uređenje i sl.) ili gubitak prihoda od komunalne naknade odnosno naknade za korištenje javnih površina/terasa: 300.000 Kn godišnje
- Programi nefinancijskog poticanja (npr. edukacija, studijska putovanja, savjetovanje, tehnička pomoć): U okviru djelatnosti službi JLS-a; Eksterna ekspertna pomoć do 50.000 Kn godišnje
- Uspostava gastronomskih puteva i tura u okviru djelatnosti TZ-a i službi JLS-a
- Programi podizanja svijesti lokalnog stanovništva: 30.000 Kn godišnje

Aktivnosti i terminski plan (po godinama)	19.	20.	21.	22.	23.	24.	25.-29.
Uspostava razvojnog tima s internim i eksternim ekspertima							
Razrada destinacijske politike razvoja eno-gastro proizvoda							
Razvoj destinacijskih suradničkih mreža dionika							
Uspostava sustava i financijsko poticanje poduzetnika u ugostiteljstvu							
Uspostava sustava i nefinancijsko poticanje poduzetnika u ugostiteljstvu							
Uspostava sustava i financijsko poticanje proizvodnje i distribucije							
Uspostava sustava i nefinancijsko poticanje proizvodnje i distribucije							
Praćenje zadovoljstva posjetitelja uz diseminaciju rezultata							
Klubovi razmjene iskustava te povezivanja dionika							
Uspostava kvalitetnih gastronomskih puteva i tura							
Podizanje razine svijesti lokalnog stanovništva i poduzetnika							

Program 9: Unapređenje i specijalizacija smještajne ponude

Područje

Unapređenje kvalitete ugostiteljske ponude

Cilj

Povećanje kvalitete i diversificiranosti hotelske, kamping i ponude obiteljskog smještaja

Prioritet

Program najvišeg prioriteta

Opis

Nakon višegodišnjeg usporenog rasta hotelskog i kamping smještaja, recentna događanja vezana uz vlasničko-poslovne modele nekoliko turističkih gospodarskih subjekata Crikveničko-vinodolske rivijere, ali i značajne prostorne rezerve posebice na području Grada Novi Vinodolski i Vinodolske općine otvaraju pretpostavke za ubrzani rast i razvoj specijalizirane smještajne ponude. Istodobni, djelomično i međusobno uvjetovan, dosadašnji ubrzani rast obiteljskog smještaja pretpostavlja i poduzimanje niza aktivnosti usmjerenih na njegovo repozicioniranje. Pri tome je izuzetno važno da daljnji razvoj smještaja podržava viziju destinacije kao 'dinamične rivijere rekreacije i zdravlja' s ambicijama ka iskoracima u podizanju kvalitete i duljine poslovanja.

Hotelski smještaj. Planiranje razvoja hotelskog smještaja usklađenog s postavljenom konkurentskom vizijom turističkog razvoja Rivijere pretpostavlja djelovanje u nekoliko smjerova.³⁴ Posebno se to odnosi na:

- Uspostavljanje različitih financijskih i nefinancijskih poticaja usmjerenih na male hotelske i slične objekte kako bi se potaknuo proces podizanja kategorije te dodavanje specifičnih sadržaja (npr. bazeni, wellness i zdravstveno turistička ponuda, sportsko-rekreativni sadržaji, zabava za djecu) i primjene okolišno odgovorne prakse, odnosno tematiziranja i tržišno profiliranja objekata (npr. hoteli zdravlja, *bicycle*, *walkers*, *hikers*, *pet-friendly* smještaj, vinski i gastro hoteli i sl.);
- Osiguranje podrške *brownfield* i *greenfield* poduhvatima velikih hotelskih kuća kroz primjerice zajedničko vizioniranje razvojnih koncepata (npr. tematizirani wellness hoteli, obiteljski hoteli, *bicycle*, *walkers*, *hikers*, *pet-*

friendly i sl.), poticanje okolišno odgovorne prakse, osiguranje prostorno planske dokumentacije, podrške u uređenju i upravljanju plažama odnosno i druge turističke i komunalne infrastrukture (npr. staze i šetnice, okoliš i sl.) sukladno postavljenom programu razvoja pojedinih objekata.

Kamping. Ponudi kampinga na Rivijeri također predstoji značajan proces restrukturiranja budući da kvalitetom bitno zaostaje za relevantnom konkurencijom, čak i u bližem okruženju. Usmjeravanje razvoja kamping ponude temelji se na uspostavljanju sustava nefinancijske pomoći, uključujući stručnu pomoć u fazi planiranja i projektiranja, ishođenja dozvola, osiguranja financiranja i sl. kako bi se, osim povećanja kvalitete i kategorije, ostvarilo:

- Tržišno profiliranje i tematiziranje kampova (npr. obiteljski kampovi, *bicycle*, *walkers*, *hikers*, *pet-friendly* sheme, eko kampovi i sl.), odnosno uveli različiti inovativni oblici smještaja (npr. različito oblikovane mobilne kućice, *glamping* ponuda, 'kućice u stablu') i zajedničkih sadržaja (npr. bazenski kompleksi, wellness, adrenalin);
- Razvoj specifične kategorije ljetnih kampova za djecu i mladež usmjerenih na široku paletu usluga rekreacije i sporta, edukacije, zabave ili specifičnih tema (npr. jahanje, nogomet, strani jezici, mršavljenje i prehrana i sl.).

Obiteljski smještaj. Usmjeravanje razvoja ponude obiteljskog smještaja počiva na uspostavljanju sustava financijskih poticaja, uključujući primjerice smanjivanje komunalnih naknada za objekte povećane kvalitete, proširene ponude ili koji su uveli ekološki odgovornu procedure, poticaje za osnivanje integralnih hotela, sufinanciranje izrade projektne dokumentacije/kamata za tradicijski motivirane projekte i sl. Također počiva na sustavu nefinancijskih poticaja, poput primjerice provođenja snažnog edukacijskog programa, podrške u projektiranju, uređenju interijera i okoliša, pružanja informacija i tehničke pomoći. Program prije svega podržava:

- Podizanje kvalitete postojeće ponude kroz povećanje kvalitete smještaja, povećanje obujma pruženih usluga (npr. uspostavljanje *fully serviced apartments*, nuđenje usluga doručka ili pružanje informacija o uslugama destinacije), širenje spektra ne-smještajnih usluga (npr. bazeni, mikro wellness, igrališta za djecu i sl.), tematiziranje i tržišno profiliranje objekata;
- Interesno povezivanje različitih pružatelja usluga i formiranje integralnih ili difuznih hotela, odnosno transformaciju postojećih apartmana u vile s pratećom uslužnom ponudom (npr. hrana i piće, animacija i sl.);
- Daljnju izgradnju vila, posebice u zaleđu, pod pretpostavkom usklađivanja projekata s autentičnim ruralnim urbanizmom te s interpretacijom autentične ruralne arhitekture kako bi se zadržao identitet i 'duh mjesta'.

³⁴ Aktivnosti usmjerene na podizanje vrijednosti ljudskog kapitala i podizanje tržišne prepoznatljivosti obuhvaćene su u Programima 11 i 12.

Nositelj

Koordinacija TZ-a Crikveničko-vinodolske rivijere

Ostali dionici

- Koordinacija JLS-a Crikveničko-vinodolske rivijere
- Gospodarski subjekti uključeni u ponudu smještaja
- Cehovska udruženja
- Interdisciplinarni specijalistički tim (turizam, hotelijerstvo, lokalna uprava)

Očekivani učinci

- Unapređenje kvalitete ponude i zadovoljstva boravkom na Rivijeri
- Povećanje prosječnih dnevnih izdataka turista
- Povećanje prepoznatljivosti i atraktivnosti Rivijere

Izvori financiranja

- Koordinacija JLS-a Crikveničko-vinodolske rivijere
- Koordinacija TZ-a Crikveničko-vinodolske rivijere
- Sponzorstva većih gospodarskih subjekata s područja Rivijere
- Ministarstvo turizma
- Nacionalni i EU fondovi

Troškovi realizacije

- Programi financijskog poticanja za podizanje kvalitete obiteljskog smještaja kroz izravne poticaje (npr. sufinanciranje projektne dokumentacije, kamata, izravni poticaji za pojedine zahvate i sl.: 500.000 Kn godišnje
- Programi nefinancijskog poticanja (npr. edukacija, savjetovanje, tehnička pomoć): U okviru djelatnosti službi JLS-a; Eksterna ekspertna pomoć do 100.000 Kn godišnje
- Pomoć u usklađivanju prostorno-planske dokumentacije, organizacijska, informacijska i medijacijska pomoć: U okviru djelatnosti službi JLS-a
- Programi uređenja naselja/okoliša i javne turističke infrastrukture prema pojedinim razvojnim projekatima: Ovisno o projektu

Aktivnosti i terminski plan (po godinama) 19. 20. 21. 22. 23. 24. 25.-29.

Uspostava koordinacijskog tima za razvoj smještajne ponude							
Razrada destinacijske politike razvoja smještajne ponude							
Uspostava sustava i financijsko poticanje razvoja smještajne ponude							
Uspostava sustava i nefinancijsko poticanje razvoja smještajne ponude							
Uspostava sustava i pružanje informacijske i savjetodavne podrške							

Program 10: Turistički nosivi kapacitet Crikveničko-vinodolske rivijere

Područje

Unapređenje upravljanja turizmom

Cilj

Usklađivanje rasta turističke aktivnosti s kapacitetima lokalne zajednice

Prioritet

Program najvišeg prioriteta

Opis

Rast turističke aktivnosti na pojedinim dijelovima Rivijere postupno dostiže razmjere koji postaju opterećenje za prirodne i kulturne resurse te lokalno stanovništvo, istodobno narušavajući kvalitetu turističke ponude i ugodu boravka. Stoga se u praksi upravljanja turističkim razvojem koristi koncept održivog nosivog kapaciteta nekog područja kao 'ravnoteže' između težnje maksimiziranja turističke aktivnosti i broja posjetitelja na nekom području i potrebe minimiziranja negativnih utjecaja na prirodni i kulturni okoliš te lokalno stanovništvo. Drugim riječima, turistički nosivi kapacitet nekog područja sagledava se kao maksimalan broj ljudi koji mogu posjetiti turističku destinaciju u isto vrijeme, bez negativnih utjecaja na fizički, ekonomski i društveni okoliš, a da se isto tako ne generira neprihvatljiva razina pada kvalitete zadovoljstva gostiju.³⁵ Budući da je održiva nosivost nekog područja primjenjiva u vremenu uslijed mijenjanja sustava koji ga određuju (primjerice vodoopskrba, elektroopskrba, prometni kapaciteti, upravljanje destinacijom itd.), nosivost je važno sagledavati u rasponu koji odražava specifičnosti određenog vremenskog razdoblja. Pri tome je nosivost važno razumjeti ne samo kroz procjenu veličine kapaciteta ili broja turista već i kao odraz željene razine kvalitete ponude i tržišnog pozicioniranja nekog područja na turističkom tržištu odnosno kao nezaobilazno sredstvo u procesu planiranja rasta i razvoja turizma.

Budući da na turistički nosivi kapacitet utječu brojni čimbenici uobičajeno ga je sagledavati kroz usklađivanje turističke aktivnosti s (potencijalnim) 'uskim grlima' vezanim uz infrastrukturnu opremljenost (voda, struja, otpadne vode i sl.), društveni utjecaj, zaštitu prirodne i kulturne baštine i/ili veličine plažnog prostora,

polazeći od težnji i stavova lokalne zajednice, strategije turističkog razvoja, tržišnih trendova, razvoja tehnologije te upravljačkih sposobnosti. To podrazumijeva sagledavanje nosivog kapaciteta u kontekstu mogućih razvojnih scenarija odnosno scenario analize.

S obzirom na dostignuti stupanj razvoja turizma na Crikveničko-vinodolskoj rivijeri, procjena turističkog nosivog kapaciteta ovog područja utemeljena na prostorno-ekološkim, socio-kulturnim, političko-ekonomskim te prometno i komunalno infrastrukturnim pokazateljima postaje ključni okvir za vođenje održive turističke politike kako u segmentu nove izgradnje turističkih objekata i/ili širenja stambenih područja, tako i u odnosu na investicije u obnovu postojećih kapaciteta.

U kontekstu planiranja nove izgradnje posebnu je pozornost potrebno posvetiti planiranim zonama za turistički razvoj izvan građevinskog područja (T zone), ali i zonama prikladnim za razvoj prateće turističke infrastrukture i suprastrukture uključujući zone razvoja zabavnog parka, golfa, različitih sadržaja *outdoor* turističkih aktivnosti, rješenja prometa u mirovanju i sl. Naime, ni kriteriji ni planirane zone nisu uvijek optimalno definirani i valorizirani na što ukazuje i razina njihovog (ne)aktiviranja. Potrebno je stoga pristupiti inventarizaciji cjelokupnog turističkog raspoloživog razvojnog prostora Rivijere na temelju jasnog sustava kriterija za njihovo planiranje polazeći od ovom Strategijom uspostavljenog razvojnog koncepta i prostorne organizacije turističke aktivnosti te od izračuna nosivog kapaciteta prostora. Time će se utvrditi turističke zone s realnim ekonomskim kapacitetom za privlačenje zainteresiranih investitora u turističku aktivnost. U tom smislu, pozornost treba pridavati ne samo atraktivnosti pojedine lokacije već i njezinoj dostupnosti, infrastrukturnoj opremljenosti, vlasničkoj strukturi, realnom prihvatnom kapacitetu, razini izgrađenosti/devastiranosti odnosno preferenciji usmjeravanja gradnje prema već djelomično izgrađenim zonama te područjima narušene kvalitete kao odraza prethodne uporabe.

Nositelj

Koordinacija JLS Crikveničko-vinodolske rivijere

Ostali dionici

- Koordinacija TZ-a Crikveničko-vinodolske rivijere
- JU Zavod za prostorno uređenje PGŽ
- Predstavnici civilnog društva
- Turistička poduzeća i ostali zainteresirani gospodarstvenici
- Lokalno stanovništvo
- Interdisciplinarni specijalistički tim (turizam, prostorno planiranje, ekspert za izračun turističkog nosivog kapaciteta)

³⁵ WTO (1983), *Risks of Saturation of Tourist Carrying Capacity Overload in Holiday Destinations*, Madrid

Očekivani učinci

- Povećanje prepoznatljivosti i atraktivnosti Rivijere
- Unapređenje kvalitete ponude i zadovoljstva boravkom na Rivijeri
- Unapređenje kvalitete života lokalnog stanovništva

Izvori financiranja

- Koordinacija JLS Crikveničko-vinodolske rivijere
- Koordinacija TZ-a Crikveničko-vinodolske rivijere
- Primorsko-goranska županija
- Ministarstvo turizma
- Sponzorstva privatnog sektora

Troškovi realizacije

- Izrada Studije turističkog nosivog kapaciteta Crikveničko-vinodolske rivijere: 300.000 kn
- Izrada Studije valorizacije cjelokupnog raspoloživog turističkog razvojnog prostora Crikveničko-vinodolske rivijere: 250.000 kn
- Praćenje realizacije projekta i usklađivanje prostorno-planske dokumentacije: U okviru djelatnosti službi JLS

Aktivnosti i terminski plan (po godinama)	19.	20.	21.	22.	23.	24.	25.-29.
Uspostava koordinacijskog tima za provedbu programa							
Razrada natječaja za izradu Studije turističkog nosivog kapaciteta CVR							
Provedba natječaja i odabir najboljeg ponuđača							
Izrada Studije turističkog nosivog kapaciteta CVR							
Prihvatanje/korekcije studije i aktivnosti diseminacije/podizanja razine svijesti							
Provedba natječaja i odabir najboljeg ponuđača za valorizaciju turističkih zona							
Izrada Studije valorizacije raspoloživog turističkog razvojnog prostora CVR							
Usklađivanje prostorno planske dokumentacije na razini JLS							
Usklađivanje aktivnosti usmjeravanja razvoja turizma i kontrola realizacije							

Program 11: Razvoj ljudskih potencijala

Područje

Unapređenje upravljanja turizmom

Cilj

Unapređenje ljudskih potencijala turističkog sektora

Prioritet

Program najvišeg prioriteta

Opis

Stavovi dionika i prethodno provedene analize³⁶ ukazuju na niz razvojnih ograničenja vezanih uz ljudske potencijale u javnom i privatnom sektoru uključenom u turizam na Kvarneru u cjelini kao i specifično na Crikveničko-vinodolskoj rivijeri. Stanje uzrokovano dugogodišnjim nedovoljnim ulaganjem u razvoj i kvalitetu kadrova danas je dodatno pogoršano već kritičnim nedostatkom kadra. Uz povećanje društvenog standarda te privlačenja kadrova iz drugih regija, nužno je provođenje aktivnosti usmjerenih na kontinuirano obrazovanje zaposlenih, ali i poticanje mladih na obrazovanje za potrebe turizma te zapošljavanje na području Rivijere.

Suvremeno turističko tržište podrazumijeva stalno podizanje konkurentske sposobnosti, pri čemu se razvoj ljudskih potencijala, i to naročito iz područja suvremenih operacija, marketinga i menadžmenta, nameće kao ključna poluga podizanja efikasnosti poslovanja i inoviranja ponude. Stoga je uspostavljanje i podržavanje cjeloživotnog obrazovanja nužan faktor održivog razvoja turizma na području Rivijere pri čemu takav sustav mora uključiti postojeće i potencijalne, prije svega mikro i male, poduzetnike i njihove zaposlenike, ali i djelatnike javnog sektora izravno ili neizravno vezane uz turizam te pružatelje usluga obiteljskog smještaja.

Polazeći od načela fleksibilnosti i modularnosti, programi unapređenja stručnih znanja i vještina usmjereni su na: (i) zaposlenike na operativnim razinama, (ii) mikro, male i srednje poduzetnike, (iii) pružatelje usluga obiteljskog smještaja, (iv) djelatnike turističkih zajednica, (v) djelatnike u javnim službama, (vi)

mentore u tvrtkama koje primaju učenike i studente na praksu kao i (vii) profesore u srednjem i visokom obrazovanju za poslove turizma.

Programi podizanja razine znanja i vještina u turizmu uključuju različite tečajeve, u pojedinim slučajevima povezane i sa stručnim putovanjima, prilagođene specifičnim potrebama pojedinih dionika. Za djelatnike turističkih zajednica i javnih službi radi se o programima vezanim primjerice uz strateško planiranje i menadžment, praćenje tržišnih trendova i očekivanja gostiju, razvoj proizvoda i dizajniranje turističkih iskustava, promociju i komunikaciju, organizaciju različitih turističkih događanja, pružanje informacija, ali i upravljanje projektima, financiranje, povezivanje dionika te vođenje i kontrolu destinacijske turističke politike.

Kada je riječ o privatnim dionicima, uključujući i pružatelje usluga obiteljskog smještaja, programi podrazumijevaju organizaciju različitih tečajeva, stručnih putovanja i praksu kod renomiranih primjera dobre prakse prilagođenih specifičnim potrebama pojedinih skupina poduzetnika/zaposlenika. Programi očekivano uključuju područja u rasponu od strateškog planiranja i menadžmenta, praćenja tržišnih trendova, dizajna turističkih iskustava i *storytelling*-a do različitih operativnih funkcija (npr. regionalna gastro ponuda, kulinarske tehnike, usluživanje, organizacija i vođenje pojedinih menadžment funkcija, prihvata posjetitelja i sl.).

Istodobno, u cilju promocije i poticanja mladih s područja Rivijere u uključivanje u strukovno i visoko obrazovanje u turizmu, jedinice lokalne samouprave jačaju program stipendiranja/kreditiranja upisa u strukovna/obrtnička zanimanja te visokoškolske programe u turizmu prilagođene specifičnim potrebama portfelja turističkih proizvoda Rivijere, uključujući povećanje financijskih sredstava za dodjelu stipendija, ali i definiranje obveza korisnika te uspostavljanje sustava praćenja realizacije programa.

Uspostavljanje programa stipendiranja/kreditiranja najboljih studenata podrazumijeva i osiguranje mogućnosti pohađanja različitih profesionalnih programa na relevantnim europskim obrazovnim institucijama sa specijalističkim programima specijaliziranim za hotelijerstvo, gastronomiju odnosno različite turističke proizvode kao što je zdravstveni ili *outdoor* turizam. Stipendija može uključivati, primjerice, pohađanje profesionalnih programa (trajanje do 6 mjeseci) i/ili pohađanje jedne studijske godine.

U sklopu ovog programa također se sagledavaju mogućnosti pokretanja EU Centra zdravstvenog turizma Crikvenica (EU CERTEH) kao inicijative javno-privatnog partnerstva u obrazovanju i obuci za potrebe zdravstvenog turizma. Provođi se, nadalje, evaluacija mogućnosti otvaranja ili provođenja dijela

³⁶ FMTU i Institut za turizam (2016), *Strateški plan razvoja turizma Kvarnera sa strateškim i operativnim marketing planom 2016. -- 2020. godine*, Opatija-Zagreb

obrazovnog programa neke od renomiranih domaćih ili inozemnih visokoškolskih ustanova na području Rivijere.

Nositelj

Koordinacija JLS Crikveničko-vinodolske rivijere

Ostali dionici

- Koordinacija TZ-a Crikveničko-vinodolske rivijere
- Turistička poduzeća
- Cehovska udruženja
- Obrazovne ustanove (npr. srednja škola u Crikvenici, visoko-školske ustanove s Kvarnera i šire)
- Interdisciplinarni specijalistički tim (turizam, hotelijerstvo, uprava, obrazovanje)

Očekivani učinci

- Unapređenje poduzetničkih vještina te podrške javnih institucija razvoju turizma
- Podizanje kvalitete i zapošljivosti lokalnih ljudskih potencijala
- Unapređenje kvalitete ponude i zadovoljstva boravkom na Rivijeri
- Unapređenje kvalitete života lokalnog stanovništva

Izvori financiranja

- Koordinacija JLS Crikveničko-vinodolske rivijere
- Koordinacija TZ-a Crikveničko-vinodolske rivijere
- Sponzorstva privatnog sektora
- Participacija polaznika
- Nacionalni i EU fondovi

Troškovi realizacije

Organizacija tečajeva

- Prosječno 10 dvodnevni tečajeva
- Trošak razrade 20 različitih tečajeva: 200.000 Kn
- Prosječan trošak organizacije tečajeva: 150.000 Kn (godišnje)
 - Trošak predavača: 15.000 Kn (tečaj)
 - Troškovi prostora i diseminacije informacija: U okviru postojećih proračuna JLS i TZ

Stipendije

- 10 stipendija godišnje za studente i učenike strukovnih škola, prosječan iznos stipendije po osobi 20.000 Kn (godišnje): 200.000 Kn
- 1 stipendija godišnje za edukaciju u inozemstvu: 200.000 Kn

Aktivnosti i terminski plan (po godinama) 19. 20. 21. 22. 23. 24. 25.-29.

Uspostava koordinacijskog tima za provedbu programa							
Razrada sustava i programa edukacije za male i srednje poduzetnike u turizmu							
Razrada sustava i programa edukacije za obiteljske iznajmljivače							
Razrada sustava i programa edukacije za zaposlenike u javnim službama							
Razrada sustava i programa edukacije za mentore i obrazovno osoblje							
Izbor voditelja tečajeva i predavača/trenera							
Realizacija programa edukacije malih i srednjih poduzetnika u turizmu							
Realizacija programa edukacije obiteljskih iznajmljivača							
Realizacija programa edukacije zaposlenika u javnim službama							
Realizacija programa edukacije mentora i obrazovnog osoblja							
Praćenje učinaka realizacije tečajeva							
Definiranje kriterija za dodjelu stipendija (uključujući obveze stipendista)							
Provedba natječaja za dodjelu stipendija							
Praćenje učinaka stipendiranja							
Evaluacija mogućnosti organizacije dijela programa visokoškolske ustanove na CVR							

Program 12: Razvoj destinacijskog upravljanja

Područje

Unapređenje upravljanja turizmom

Cilj

Uspostavljanje učinkovitog integriranog upravljanja turizmom na Rivijeri

Prioritet

Program najvišeg prioriteta

Opis

Uspostavljanje integriranog destinacijskog upravljanja ključna je pretpostavka provedbe ove Strategije te ostvarenja poželjnog razvoja i rasta turizma Crikveničko-vinodolske rivijere. Uz institucionalna rješenja ustroja, financiranja i nadležnosti turističkih zajednica odnosno upravnih tijela nadležnih za turizam pojedinih JLS-a koje tvore Rivijeru, ovim se programom promišlja integrirano destinacijsko upravljanje i na razini Rivijere kao cjeline.

Naime, u uvjetima suvremenog turističkog tržišta određenog visokom razinom konkurencije i brzim razvojem tehnologije, gdje kupci biraju iskustva, ali stvarno kupuju pojedinačne proizvode i usluge, pred turističke destinacije nameće se zahtjev za koordinacijom aktivnosti neovisnih gospodarskih i društvenih subjekata te 'zaokruživanju' konkurentnih turističkih proizvoda koje privatni sektor ne može sam efikasno 'isporučiti'. Jednako važan zadatak destinacijskog upravljanja je i stalno rješavanje mogućih problema vezanih uz odnos lokalnog stanovništva i turista odnosno održivost razvoja lokalne zajednice.

U tom se smislu kao središte destinacijskog upravljanja postavlja koordinacija, odnosno vertikalno i horizontalno povezivanje svih dionika koji sudjeluju u turističkoj aktivnosti. Radi se o stvaranju različitih, formalnih i neformalnih partnerstva javno-javnog, privatno-privatnog te javno-privatnog karaktera usmjerenih na kreiranje konkurentnih kompleksnih turističkih proizvoda te na održivi razvoj destinacije.

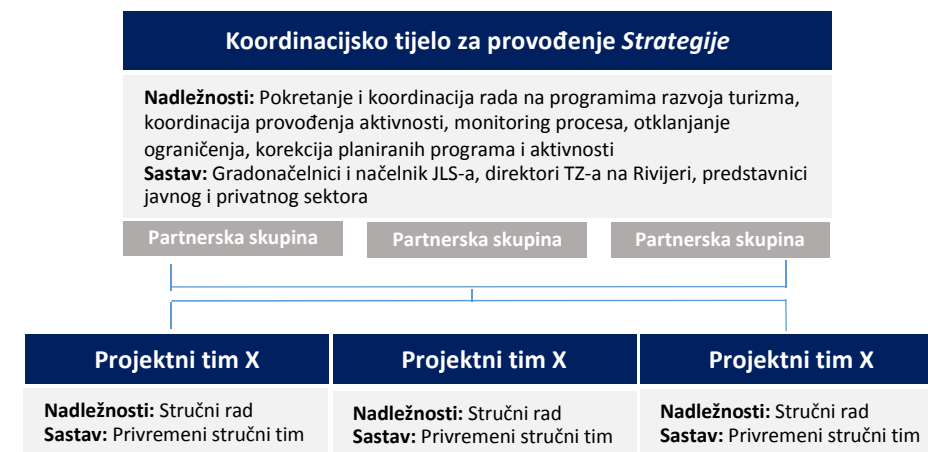
U fokusu je pri tome proces rukovođen načelima očuvanja prirodne i kulturne baštine, odrednicama turističkog nosivog kapaciteta, strateškim i operativnim planiranjem, upravljanjem kvalitetom i praćenjem zadovoljstva posjetitelja. Podrazumijeva to uspostavu odgovarajućih kontrolnih mehanizama u funkciji praćenja ostvarenja postavljenih ciljeva odnosno realizacije definiranih programa i aktivnosti, a što pak pretpostavlja definiranje i praćenje sustava pokazatelja (npr. veličina i korištenje kapaciteta, kvaliteta ponude i zadovoljstvo

kupaca, broj komercijalnih i nekomercijalnih posjeta, visina turističkih izdataka, financijski rezultati gospodarskih subjekata, zaposlenost i sl.).

Strategija razvoja turizma Crikveničko-vinodolske rivijere 2019.-2020., ostvarivši partnerske odnose ključnih razvojnih dionika, predstavlja polazni okvir za uspostavu organizacijskog modela integriranog upravljanja turističkim razvojem Rivijere koji uključuje uspostavu:

- **Koordinacijskog tijela za provođenje Strategije Razvoja turizma Crikveničko-vinodolske rivijere** kao stalnog upravljačkog tijela nadležnog za: (i) pokretanje i koordinaciju rada na planiranim programima razvoja turizma, (ii) koordinaciju provođenja aktivnosti razvoja turizma prema odjelima i službama JLS-a, odnosno predlaganje aktivnosti prema privatnom sektoru, (iii) monitoring realizacije Strategije, (iv) otklanjanje ograničenja za provedbu, (v) eventualnu korekciju planiranih programa i aktivnosti. Tijelo, po funkciji, čine gradonačelnici i načelnik JLS-a te direktori turističkih zajednica, kao i nekoliko nestalnih članova iz skupine predstavnika najvažnijih dionika razvoja turizma iz javnog i privatnog sektora na Rivijeri koji se biraju na određeni vremenski mandat. U radu se naslanja na teritorijalno i interesno osnovane partnerske skupine dionika.
- **Projektni timovi** kao privremena stručna tijela uspostavljena za rad na pojedinim programima i aktivnostima razvoja turizma. Uključuju predstavnike JLS-a, TZ-a, javnog i privatnog sektora na Rivijeri te vanjske eksperte. Projektni timovi rade prema postavljenim projektnim zadacima i odgovorni su Koordinacijskom tijelu.

Slika 7.2. Organizacijska struktura provedbe Strategije razvoja turizma Crikveničko-vinodolske rivijere 2019.-2020.



Efikasnost djelovanja postavljenog organizacijskog okvira podrazumijeva, na načelima projektne organizacije, osiguranje potrebnih financijskih sredstava za pokretanje i realizaciju pojedinih programa i aktivnosti te osiguranje adekvatnih kadrovskih potreba i znanja odnosno, u tom smislu, suradnju i integriranje raspoloživih radnih i financijskih resursa postojećeg sustava turističkih zajednica i javnih institucija na Rivijeri prema zajedničkim programima i aktivnostima. Nužan preduvjet efikasnog funkcioniranja sustava je redovna komunikacija članova Koordinacijskog tijela prema ustaljenoj dinamici te zajednička predanost osmišljavanju i realizaciji razvojnih aktivnosti u turizmu kao najvažnijoj gospodarskoj grani Crikveničko-vinodolske rivijere.

Nositelj

Koordinacija gradonačelnika i načelnika JLS-a te direktora TZ-a Crikveničko-vinodolske Rivijere

Ostali dionici

- Turistička zajednica Kvarnera
- Turističko gospodarstvo
- Cehovska udruženja
- Predstavnici civilnog društva

Očekivani učinci

- Unapređenje kvalitete ponude i zadovoljstva boravkom na Rivijeri
- Povećanje prepoznatljivosti i atraktivnosti Rivijere
- Povećanje prosječnih dnevnih izdataka turista
- Unapređenje kvalitete života i blagostanja lokalnog stanovništva

Izvori financiranja

- Koordinacija JLS Crikveničko-vinodolske Rivijere
- Koordinacija TZ-a Crikveničko-vinodolske Rivijere
- Ministarstvo turizma
- Turistička zajednica Kvarnera
- Sponzorstva privatnog sektora
- Nacionalni i EU fondovi

Troškovi realizacije

- Kadrovsko upotpunjavanje: 150.000 do 300.000 Kn (godišnje)
- Rad destinacijskih partnerskih skupina (uz eksternu ekspertnu pomoć): 50.000 Kn (godišnje)
- Programi podizanja svijesti i informiranja lokalnog stanovništva/dionika: 30.000 Kn (godišnje)
- Izrada marketinških planova: 200.000 Kn (svakih 3 do 5 godina)
- Praćenje zadovoljstva posjetitelja: 150.000 Kn (svake 2 godine)
- Uspostava baze pokazatelja performansi Rivijere: 40.000 Kn

Aktivnosti i terminski plan (po godinama)	19.	20.	21.	22.	23.	24.	25.-29.
Uspostava Koordinacijskog tijela							
Izrada godišnjih budžeta realizacije programa (s trogodišnjim horizontom)							
Podizanje svijesti/informiranje lokalnog stanovništva/dionika							
Uspostavljanje sustava pokazatelja realizacije i prikupljanja podataka							
Praćenje realizacije programa i aktivnosti							
Izrada <i>Strateškog marketing plana Rivijere</i> (u koordinaciji s TZ Kvarnera)							
Izrada <i>Operativnog plana off i online marketinških aktivnosti Rivijere</i>							
Praćenje zadovoljstva posjetitelja							
Uspostava destinacijskih partnerskih skupina							
Rad destinacijskih partnerskih skupina							
Razrada i uspostavljanje sustava financiranja realizacije programa							
Kadrovsko upotpunjavanje sustava turističkih zajednica							