



# Grad Otok – Strategija razvoja odredišta prirodne baštine

## Sadržaj

1.	PROJEKT I METODOLOGIJA .....	3
1.1.	O projektu .....	3
1.2.	Metodologija rada savjetnika.....	3
2.	SITUACIJSKA ANALIZA .....	5
2.1.	Grad Otok .....	5
2.1.1.	Opća obilježja .....	5
2.1.2.	Demografija.....	5
2.1.3.	Zemljopisna obilježja.....	6
2.1.4.	Promet i dostupnost .....	6
2.1.5.	Gospodarstvo.....	8
2.2.	Planska osnova .....	8
2.3.	Pregled ključne atrakcijske osnove za razvoj turizma .....	13
2.3.1.	Vukovarsko-srijemska županija .....	13
2.3.2.	Grad Otok.....	14
2.3.3.	Područje Spačvanskog bazena .....	16
2.3.4.	Projekt „Vrata Spačvanskog bazena“ .....	16
3.	TURIZAM .....	20
3.1.	Vukovarsko-srijemska županija .....	20
3.1.1.	Ponuda .....	20
3.1.2.	Potražnja .....	20
3.2.	Područje Spačvanskog bazena .....	21
3.3.	Turizam u zaštićenim područjima .....	21
3.3.1.	Kopački Rit i Lonjsko Polje.....	23
3.4.	Relevantni globalni trendovi .....	26
3.5.	Definicija, smjernice i indikatori održivog turizma .....	28
3.5.1.	Definicija i obilježja održivog turizma.....	28
3.5.2.	Smjernice za održivi razvoj turizma.....	30
3.5.3.	Indikatori održivog turizma .....	30
3.6.	Zaključak situacijske i tržišne analize .....	32
4.	STRATEŠKI OKVIR RAZVOJA TURIZMA ODREDIŠTA PRIRODNE BAŠTINE .....	34
4.1.	SWOT analiza i strateška uporišta grada Otoka za dalji razvoj turizma .....	34
4.2.	Vizija, vodeće strategije i ciljevi razvoja turizma .....	35
4.3.	Tržišno pozicioniranje i proizvodi.....	36
5.	OPERATIVNI OKVIR RAZVOJA TURIZMA .....	38
5.1.	Uvod .....	38
5.2.	Ključni projekti .....	38
5.2.1.	Uvod .....	38
5.2.2.	Organizacija destinacije i podizanje kapaciteta .....	38
5.2.3.	Projekti podizanja turističke atraktivnosti .....	41
5.2.4.	Projekti izgradnje smještajnih kapaciteta .....	44
5.2.5.	Projekti turističke infrastrukture .....	49
6.	AKCIJSKI PLAN TURISTIČKOG RAZVOJA .....	56
6.1.	Uvod i opis aktivnosti .....	56
6.2.	Tablični prikaz akcijskog plana .....	58

# 1. PROJEKT I METODOLOGIJA

## 1.1. O projektu

Grad Otok je u ožujku 2019. pokrenuo otvoreni postupak javne nabave za uslugama izrade stručnih podloga u vezi s kreiranjem i prezentacijom edukacijskih i interpretativnih sadržaja za posjetitelje te strategije razvoja prirodne baštine, komunikacijske strategije i studije i akcijskog plana upravljanja posjetiteljima:

- Grupa 1 - Izrada stručnih podloga u vezi s kreiranjem i prezentacijom edukacijskih i interpretacijskih sadržaja "Povijest i značaj Posebnog rezervata šumske vegetacije Lože"
- Grupa 2 - Izrada strategije razvoja odredišta prirodne baštine
- Grupa 3 - Izrada marketinške i komunikacijske strategije
- Grupa 4 - Izrada studije i akcijskog plana upravljanja posjetiteljima.

gdje je poduzeće **Hotelsko destinacijsko poduzeće d.o.o.** iz Zagreba odabrano kao ekonomski najpovoljniji ponuditelj za grupe 2, 3 i 4.

Riječ je o komponentama projekta „Vrata Spačvanskog bazena“ pokrenutog 2016. godine koji je financiran od strane EU, a podrazumijeva snažniju turističku valorizaciju područja Spačvanskog bazena. Prema dostavljenoj projektnoj dokumentaciji glavne komponente projekta su:

- Analiza sektora eko-turizma i osmišljavanju dugoročne strategije poslovnog razvoja odredišta prirodne baštine;
- Uspostava posjetiteljske infrastrukture (priprema projektne dokumentacije, gradnja centra za posjetitelje, opremanje multimedijalne dvorane, postavljanje putokaza s AR tehnologijom, postavljanje info ploča, uređenje igrališta);
- Otvaranje smještajnih i ugostiteljskih kapaciteta u Centru;
- Organizacija edukativnih sadržaja (programi i radionice o zaštiti prirode, upoznavanje biljnih i životinjskih vrsta, snalaženje u prirodi u školama na otvorenom);
- Organizacija posjetiteljskih sadržaja (nabava plovila za prijevoz posjetitelja, nabava opreme za istraživanje i promatranje prirode, uspostava vodenih i biciklističkih ruta s pripadajućom opremom);
- Promocija odredišta.

Prema opisu projektnog zadatka, ciljevi izrade strategije razvoja odredišta prirodne baštine su sljedeći:

- Objektivirati današnju poziciju i potencijale grada Otoka;
- Definirati srednjoročnu strategiju razvoja destinacije koja postavlja željenu viziju i rješenja prema glavnim razvojnim područjima;
- Prioritizirati aktivnosti potrebne za ostvarenje postavljene strategije.

Na izradi ovog projekta sudjelovali su dr.sc. Branko Bogunović (voditelj projekta), dipl.oec. Zoran Kasum, dipl.oec. Ivana Đurđić – Petrinić i dipl.oec. Ružica Herceg.

Ova strategija dovršena je 31. siječnja 2020. godine.

## 1.2. Metodologija rada savjetnika

U izvršenju projektnog zadatka HDC primijenio je standardne procedure u turističkom savjetovanju prilikom provedbe svih potrebnih koraka u istraživanju, analizi i evaluacijskim tehnikama kako bi se pripremio ovaj izvještaj. Procedure i analize koje smo primijenili u izradi studije su sljedeće:

- Obilazak područja grada Otoka, lokacija projekta „Vrata Spačvanskog bazena“ te okolnih dijelova Spačve;
- Pregled i analiza relevantne postojeće planske dokumentacije projekta „Vrata Spačvanskog bazena“, strateških razvojnih dokumenata Vukovarsko-srijemske županije i grada Otoka;

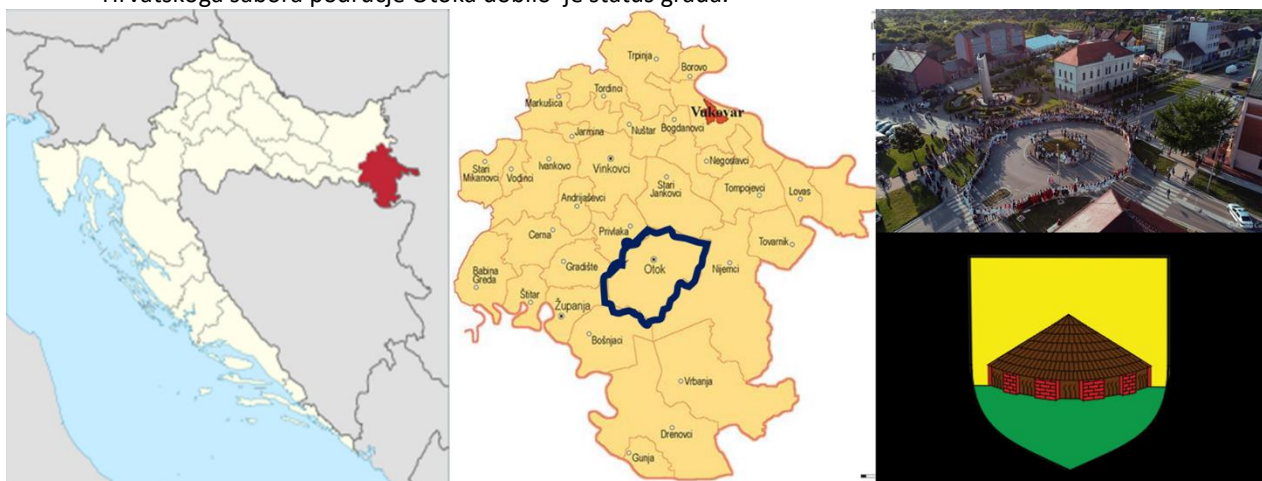
- Pregled i analiza prostornog plana grada Otoka, Plana upravljanja Spačvanskim bazenom (predloženim područjem Natura 2000) te drugim dokumentima dostavljenim od strane Javne ustanove za upravljanje zaštićenim prirodnim vrijednostima Vukovarsko-srijemske županije;
- Analiza općih podataka o Vukovarsko-srijemskoj županiji, gradu Otoku i području Spačvanskog bazena;
- Pregled i evaluacija turističkih atrakcija područja Vukovarsko-srijemske županije;
- Analiza turističke ponude i potražnje područja grada Otoka i Spačvanskog bazena;
- Pregled projekta „Vrata Spačvanskog bazena“;
- Sastanci i radionica s dionicima projekta „Vrata Spačvanskog bazena“ te ključnim dionicima grada Otoka;
- Definiranje koncepta, kriterija i indikatora održivog razvoja turizma;
- Izrada strateških uporišta, vodećih strategija, vizije i ciljeve razvoja turizma grada Otoka;
- Razvoj operativnog okvira razvoja destinacije što uključuje iskustveno prioritetne projekte;
- Izrada akcijskog plana implementacije Strategije.

## 2. SITUACIJSKA ANALIZA

### 2.1. Grad Otok

#### 2.1.1. Opća obilježja

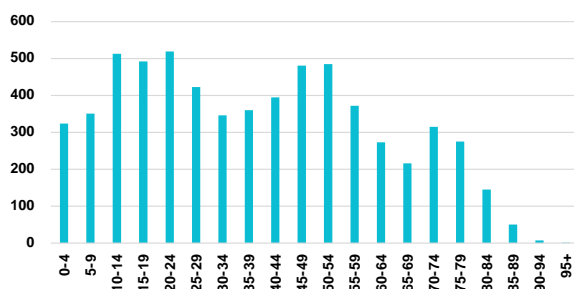
- Otok, grad i središte gradskoga upravnog područja, u Vukovarsko-srijemskoj županiji, u Srijemu, 25km južno od Vukovara, 24 km jugoistočno od Vinkovaca i 22 km sjeveroistočno od Županje. Smješten je uz cestu i željezničku prugu Vinkovci–Gunja–Brčko (BiH). Pristupna točka na autocestu A3 kod čvorišta Spačva nalazi se 11km od Grada.
- Leži na Istočno hrvatskoj ravnici u bosutoj Posavini na 90 m nadmorske visine, a prostire se na površini od 136,15 km<sup>2</sup>;
- Grad Otok jedna je od pet jedinica lokalne samouprave u Vukovarsko-srijemskoj županiji sa statusom grada. Otok je 1993. godine drugi put u povijesti stekao status općine, a 2006. godine odlukom Hrvatskoga sabora područje Otoka dobilo je status grada.



Izvor: [www.googlemaps.com](http://www.googlemaps.com), [www.otok.hr](http://www.otok.hr)

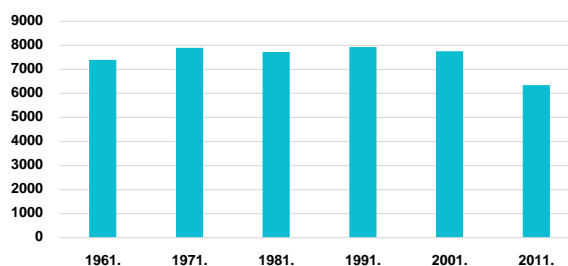
#### 2.1.2. Demografija

Otok - stanovništvo po starosti u 2011.



Izvor: [www.dzs.hr](http://www.dzs.hr)

Otok - kretanje stanovništva 1961.-2011.



Izvor: Naselja i stanovništvo Republike Hrvatske 1857. – 2001., [www.dzs.hr](http://www.dzs.hr); Popis stanovništva, kućanstava i stanova 2011., [www.dzs.hr](http://www.dzs.hr)

- Sukladno podacima zadnjeg popisa stanovništva u 2011. na administrativnom području Grada Otoka živjelo je 6.343 stanovnika (3,63% od ukupnog broja stanovnika Vukovarsko-srijemske županije);
- Gustoća naseljenosti iznosila je 46,59 stanovnika na km<sup>2</sup> i svrstava grad Otok u nešto rjeđe naseljeno područje u odnosu na nacionalni prosjek (Hrvatska gustoća naseljenosti 75,71 st/ km<sup>2</sup>, županijski prosjek 73,15 st/ km<sup>2</sup>);

- U odnosu na popis iz 2001. godine broj stanovnika smanjio se za 18,2%, dok se u odnosu na 1961. broj stanovnika smanjivao po prosječnoj godišnjoj stopi od 3%;
- U dobnoj strukturi stanovništva Otoka, najzastupljenije su osobe stare između 20 i 59 godina, tj. zrele dobi (53,30% stanovništva), dok je udio mladog stanovništva (0-19 godina) nešto veći (26,5% od ukupnog broja stanovnika) od udjela starog stanovništva (60 i više godina) koji čini 20,2% ukupnog broja stanovnika Otoka;
- Ovo ukupnu demografsku sliku čini povoljnijom od županijske, gdje je gotovo četvrtina stanovništva starija od 60 godina, zrelog stanovništva je nešto manje, a mladih je 22,5%;
- Promatrajući starosnu strukturu grada Otoka prema intervalima od 4 godine, vidljivo je da su najučestalije dobne skupine od 20 do 24 godine (8,18% stanovništva) te od 10 do 14 godina (8,09% stanovništva), pri čemu je većina žena stara između 10 i 14 godina, dok je većina muškaraca stara između 20 i 24 godine;
- Za usporedbu, u Županiji su najčešće dobne grupe 50-54 i 55-59 godina s udjelima od 7,33% i 7,35%.

### 2.1.3. Zemljopisna obilježja

- Otok zauzima položaj u središnjem dijelu bosutske nizine koja obuhvaća južni posavski dio istočne granice Hrvatske, a prostire se na površini od 136,15 km<sup>2</sup>;
- Riječ je o prostornoj cjelini koja je na sjeveru omeđena rubovima đakovačkog i vukovarskog prapornog ravnjaka, na jugu rijekom Savom, dok su zapadna i istočna granica određene pejzažnim razlikama rubova nizina prema susjednim krajevima;
- Radi se o području sa specifičnim ravničarskim reljefom te vrlo malim visinskim razlikama koje dodatno naglašavaju pretežno panonska obilježja i izraziti nizinski karakter tog područja;
- Sjevernu granicu grada Otoka predstavlja vodotok Bosuta čije je korito paralelno s tokom rijeke Save. Za južni su dio otočkog područja, prema zavali Spačve, karakteristična izrazita šumsko močvarna obilježja;
- Zbog geografskog smještaja u užem dijelu panonskog prostora te otvorenosti i nizinskog karaktera prostora, područje grada Otoka u klimatskom se smislu odlikuje kontinentalnošću - ljeta su sunčana i vruća, dok su zime hladne i snježne. Srednja godišnja temperatura iznosi 10,7°C, a amplituda srednjih mjesečnih temperatura iznosi 22,5°C;
- Prosječna godišnja količina padalina je relativno niska i ravnomjerno raspoređena po mjesecima. Mjeseci s najviše padalina su svibanj i lipanj, dok je veljača mjesec s najmanje padalina;
- Zbog činjenice da u vegetacijskom razdoblju godine padne oko 60% ukupne godišnje količine padalina, godišnji raspored padalina pogoduje usjevima;
- Na području grada Otoka najučestaliji su vjetrovi sjeverozapadnog smjera, a učestali su i vjetrovi jugoistočnog i jugozapadnog smjera.

### 2.1.4. Promet i dostupnost

#### CESTOVNA POVEZANOST

- Područjem grada Otoka prolazi državna cesta DC537 Otok-Slavkovci, tri županijske ceste i jedna lokalna cesta koje povezuju Otok sa okolnim područjima;
- Otok je preko Privlake povezan s Vinkovcima, dok je preko Vrbanje, Drenovaca i Gunje povezan s distriktom Brčko, BiH. Cestovni pravci povezuju Otok s općinom Nijemci, Slakovcima u općini Stari Jankovci te na zapadu do državne ceste Vinkovci – Županja;
- Grad Otok ima izravni izlaz na autocestu Zagreb –Beograd koji je udaljen svega 11 km od središta Otoka;
- U nastavku tabela pregleda udaljenosti Otoka do pojedinih gradova:

### CESTOVNA UDALJENOST LOKACIJE

GRAD	POPULACIJA	UDALJENOST	VRJEME VOŽNJE
Osijek, Hrvatska	107.784	61,7 km	1h 09 min
Zagreb, Hrvatska	792.875	278 km	2h 48 min
Slavonski Brod, Hrvatska	59.507	89,2 km	1h 06 min
Vukovar, Hrvatska	28.016	25 km	0h 25 min
Vinkovci, Hrvatska	35.375	22,5 km	0h 24 min
Beograd, Srbija	1.659.440	143 km	1h 31 min
Novi Sad, Srbija	289.128	126 km	1h 44 min
Sarajevo, BIH	275.524	222 km	4h 09 min
Ljubljana, Slovenija	279.631	416 km	4h 03 min

Izvor: [www.viamischelin.com](http://www.viamischelin.com)

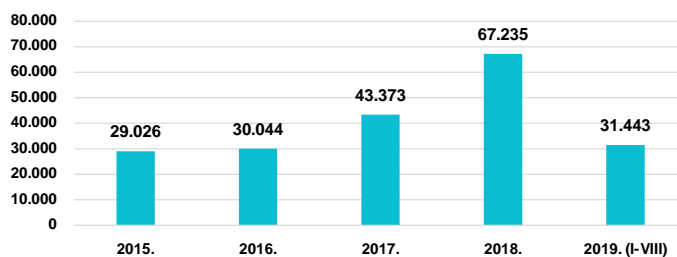
### ŽELJEZNIČKA POVEZANOST

- Područjem grada prolazi pruga Vinkovci – Drenovci – državna granica s BiH (R105) – Brčko;
- Sjeverno od Otoka prolazi magistralna željeznička pruga Zagreb – Tovarnik, dio važnog X. europskog željezničkog koridora;
- Zapadno od grada prolazi pruga Vinkovci-Županja.

### ZRAČNA POVEZANOST

- Najbliža zračna luka Osijek udaljena je 50-ak kilometara od Otoka, na državnoj cesti D2 Osijek - Vukovar i omogućava prihvat i otpremu putničkih i cargo zrakoplova te manjih zrakoplova za poslovna putovanja.
- Putnička zgrada površine 1.500 m<sup>2</sup> omogućuje protok od 200 do 400 putnika na sat, odnosno od 100.000 do 150.000 putnika godišnje. Stajanka za zrakoplove je površine 27.000 m<sup>2</sup> na kojoj se može istodobno parkirati četiri zrakoplova srednjeg doleta kapaciteta do 189 sjedala;
- Zračna luka Osijek redovito je povezana sa svim većim lukama u Hrvatskoj (Split, Dubrovnik, Zagreb, Rijeka);
- U ljetnome redu letenja u 2019.godini u međunarodnom prometu s prijevoznikom Eurowings ugovorena su dva leta svaki tjedan za Stuttgart i dva za Koeln, dok u zimskom redu letenja su navedene samo domaće destinacije;
- U 2018. zračna luka Osijek imala je 67.235 putnika odnosno 55% više u odnosu na 2017. godinu. Od 2015. godine promet putnika raste po prosječnoj godišnjoj stopi od 2%;
- Realno je za očekivati rast domaćeg redovitog putničkog prometa zbog visoke popunjenosti ovih linija, kao i velikog interesa putnika. No, procjenjuje se da Zračna luka danas dominantno servisira stanovništvo Slavonije, Sjeverne Bosne i Hercegovine i Zapadne Srbije na privremenom radu u europskim zemljama, a manjim je dijelom u funkciji turizma.

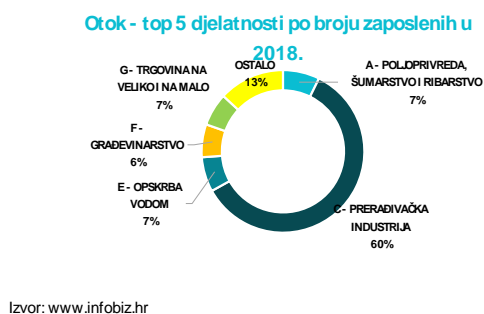
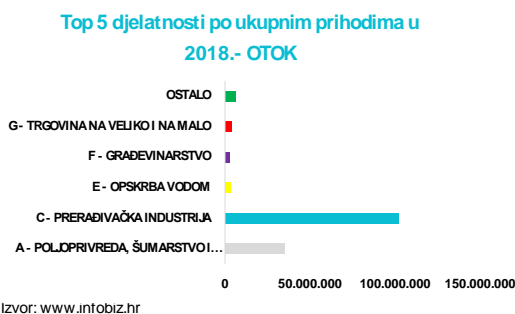
Zračna luka Osijek - promet putnika  
2015.-2019.



Izvor: <http://www.osijek-airport.hr/>

### 2.1.5. Gospodarstvo

- Na području Otoka posluje 52 trgovačka društva i zapošljavaju 260 djelatnika;
- Prema službenim podacima FINA-e, prerađivačka industrija je najsnažnija grana u gradu Otoku po prihodima i zaposlenima, a slijede je poljoprivreda i trgovina;
- Prerađivačka industrija najviše se odnosi na preradu drveta, s obzirom da 60% ukupnih prihoda ostvaruje drvna industrija Bjelin Otok d.o.o.
- 6 od 10 vodećih poduzetnika po prihodu su vezani uz poljoprivredu (poljoprivredne zadruge i OPG-ovi);



#### TOP 10 PODUZEĆA PO OSTVARENIM PRIHODIMA U 2018. - OTOK

PODUZEĆE	UKUPAN PRIHOD	UDIJO
BJELIN OTOK D.O.O., drvna industrija	86.445.459 kn	60,33%
KOMLETINQ poljoprivredna zadruga	10.136.898 kn	7,07%
BERTIĆ, obrt za poljodjelstvo, trgovinu i usluge	5.458.984 kn	3,81%
VLADO FERBEŽAR - OPG FERBEŽAR VLADO	5.206.541 kn	3,63%
VRANJEVO d.o.o. za komunalne djelatnosti	3.260.849 kn	2,28%
OTOK Opća poljoprivredna zadruga	3.110.444 kn	2,17%
OPG MARTIN SKOKIĆ	3.076.681 kn	2,15%
DRAGO LOVRIĆ, DVANOVIĆ OPG	2.474.365 kn	1,73%
DRVOINTEGRA d.o.o. za proizvodnju, usluge i trgovinu	2.432.264 kn	1,70%
VARZIĆ GRADNJA d.o.o. za graditeljstvo, trgovinu i usluge	2.426.249 kn	1,69%

Izvor: www.infobiz.hr

- Prema „Studiji izvodljivosti s analizom troškova i koristi za projekt „Vrata spačvanskog bazena – izgradnja i opremanje bioekološko-edukacijskog centra Virovi“, nezaposlenost na području Grada je u lipnju 2015. iznosila gotovo 50% u odnosu na županijskih 28%. Ista studija navodi da je većina nezaposlenih srednje stručne spreme, a da od preostalih ima više nezaposlenih s višim nego nižim stručnim spremama;
- No, prema podacima Ministarstva regionalnog razvoja i fondova EU koji se koriste za izračun indeksa razvijenosti jedinica lokalne samouprave u razdoblju 2014. – 2016, prosječna nezaposlenost na području Grada iznosila je 27,6%;
- Ovdje treba napomenuti i da je broj nezaposlenih na području Županije u značajnom padu u razdoblju nakon 2016. godine kao kombinacija veće zaposlenosti i demografskog odljeva;
- Kako nema dostupnih podataka iz javnih izvora o zaposlenosti na lokalnoj razini, može se procijeniti da se nezaposlenost kreće na razini između 20 i 30%.

## 2.2. Planska osnova

Plansku osnovu za razradu predmetnog projekta čine sljedeći dokumenti:

- Strategija razvoja turizma Vukovarsko–srijemske županije 2015-2020. godine;



- Brendiranje Vukovarsko-srijemske županije kao prepoznatljive turističke destinacije (2018.);
- Strateški razvojni program grada Otoka 2016. – 2020. godine;
- Prostorni plan grada Otoka.

## STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA VUKOVARSKO–SRIJEMSKJE ŽUPANIJE 2015-2020. GODINE

Dokument postavlja sljedeće elemente razvojne vizije turizma Županije:

- Prepoznatljiva destinacija (autohtono slavonsko – srijemski novi imidž);
- Destinacija dinamičnog turističkog razvoja (smještaj, ostala ponuda, poljoprivredni proizvodi);
- Cjelogodišnje poslovanje;
- Ponuda raznolikih sadržaja i događaja prilagođenih ciljanim skupinama (ljubiteljima prirode, aktivnog odmora, rekreativcima, gurmanima, vikendašima, lovcima i ribolovcima, i drugima);
- Cijela županija će "disati" turistički po uzoru na razvijene ruralne regije Italije i Francuske, Istre, Slovenije;
- Održivi i uravnotežen razvoj;
- Odgovorno društveno ponašanje (ljudi, prostor).

Nastavno na gornje elemente vizije, Strategija postavlja sljedeće ključne ciljeve razvoja:

- Dinamičan, kvalitetan i organiziran razvoj turizma na cijelom prostoru županije (razvojno opredjeljenje);
- Turizam u funkciji razvoja ruralnog prostora županije (sinergijski efekti);
- Poboljšanje standarda života (individualnog i društvenog);
- Formiranje turističke ponude na osnovama održivog razvoja i ekologije;
- Usklađeni razvoj turizma s poljoprivrednim i ostalim djelatnostima te ukupnim društvenim razvojem,
- Turistički će proizvod biti formiran na bazi autohtonosti i tradicije područja;
- Definiranje razvojnog programa i ponude;
- Poboljšanje postojeće ponude, kreiranje nove ponude;
- Sustavno podizanje znanja (globalno) i pojedinačno (djelatnici).

Vizija podrazumijeva i sljedeći model razvoja:

- Smještajni kapaciteti – godišnji rast o 250 smještajnih jedinica;
- Ugostiteljska ponuda – specijalizacija i autohtonost;
- Turistička ponuda – intenziviran razvoj (jako naglašena);
- Novi proizvodi – intenzivan razvoj;
- Okruženje – usklađeni razvoj (to znači intenzivan);
- Struktura gostiju ciljanog tržišta (marketing);
- Popunjenost kapaciteta 80 dana godišnje.

Strategija posebno ističe model razvoja ruralnog turizma:

- Rast popunjenosti kapaciteta od 10% godišnje (cilj je ostvarenje godišnjeg popunjavanja kapaciteta 80 dana);
- Rast osobne potrošnje 8-10% godišnje;
- Rast turističkog prometa 15% godišnje;
- Zaposlenost (izravna i neizravna) na godišnjoj razini 100 – 150 novih radnih mjesta;
- Naglašena uloga turizma u razvoju ruralnog prostora, posebno poljoprivrede.

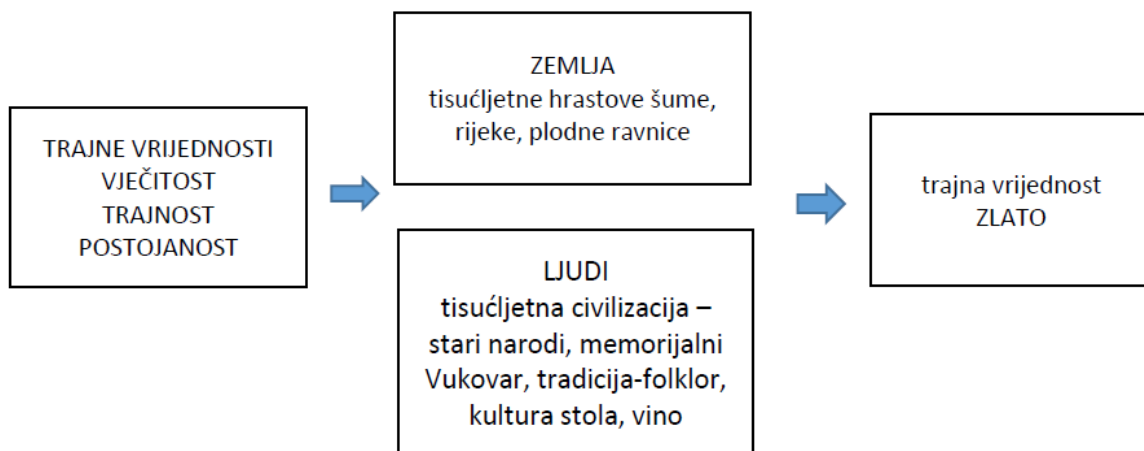
Strategijom se dodatno predviđaju turističke investicije u planskom razdoblju od 260 milijuna EUR. Strategija predviđa i razvoj vrlo velikog broja turističkih proizvoda, dok se za područje Spačve sugerira koncept botaničkog vrta.

## BRENDIRANJE VUKOVARSKO-SRIJEMSKJE ŽUPANIJE KAO PREPOZNATLJIVE TURISTIČKE DESTINACIJE (2018.)

Brend koncept postavljen studijom izdvaja sljedeće atribute jedinstvenosti Županije:

- Vučedolska i Sopotska kultura;
- Memorijalna područja vezana uz Domovinski rat;
- Šokački način života;
- Iločki podrumi i traminac;
- Manifestacije – Vinkovačke jeseni;
- Spačvanska šume slavonskog hrasta lužnjaka;
- Riječni krizing i vožnja brodom – Dunav, Sava i Bosut.

Nastavno na prepoznate atribute jedinstvenosti, dalje se grafički postavlja sljedeća srž brend koncepta uz zlato kao predloženi glavni motiv:



*Srž brend koncepta Vukovarsko-srijemske županije prema studiji Brendiranje Vukovarsko-srijemske županije kao prepoznatljive turističke destinacije, Institut za turizam, Zagreb (2018.);*

## STRATEŠKI RAZVOJNI PROGRAM GRADA OTOKA 2016. – 2020. GODINE

Dokument postavlja sljedeću viziju grada Otoka 2020. godine:

*„ Grad Otok mirna je i prosperitetna sredina u kojoj su ljudi na prvom mjestu. Učinkovitijim će se korištenjem prirodnih potencijala i razvojem poduzetništva zaposliti lokalno stanovništvo te stvoriti preduvjeti za razvoj sredine u kojoj će lokalno stanovništvo moći ugodno živjeti, zadovoljiti sve svoje potrebe te realizirati sve svoje potencijale.“*

Program se razrađuje prema sljedećim strateškim ciljevima:

1. Razviti učinkovito i konkurentno gospodarstvo;
2. Jačati demografsku stabilnost te povećati konkurentnost lokalnog stanovništva na tržištu rada;
3. Učiniti prometnu i komunalnu infrastrukturu dostupnu svima te razviti društvene sadržaje u naseljima;
4. Zaštititi i staviti u funkciju prirodnu i kulturnu baštinu.

Pod prvim strateški ciljem (Razviti učinkovito i konkurentno gospodarstvo), nalazi se prioritet 1.3. Razvoj turizma i jačanje turističke ponude sa sljedećim mjerama i sadržajem:

- 1.3.1. Poboljšanje turističke valorizacije prirodne i kulturne baštine
  - informiranje lokalnog stanovništva o mogućnostima turističke valorizacije prirodnih i kulturnih vrijednosti;
  - poticanje korištenja očuvane prirode i prirodne baštine za razvoj novih turističkih sadržaja;

- poticanje korištenja materijalne i nematerijalne kulturne baštine za razvoj novih turističkih sadržaja;
- oživljavanje tradicionalnih obrta i uprizorenje starih narodnih običaja u turističke svrhe;
- razvoj višednevnih turističkih manifestacija temeljenih na kulturnoj baštini Srijema i otočkog područja;
- razvoj posebnih oblika turizma temeljenih na prirodnoj i kulturnoj baštini (lovni turizam, cikloturizam, kulturni turizam, eno-gastro turizam,...).
- 1.3.2. Osvremenjivanje turističke ponude
  - poticanje poboljšanja kvalitete postojećih te izgradnje novih smještajnih kapaciteta;
  - potpomaganje ugostitelja prilikom izgradnje novih i unapređenja postojećih ugostiteljskih objekata;
  - primjereno označavanje turističkih atrakcija;
  - izgradnja infrastrukture potrebne za razvoj specifičnih oblika turizma.
- 1.3.3. Izgradnja imidža uspješne destinacije ruralnog turizma
  - anketiranje posjetitelja i utvrđivanje sadašnjeg imidža turističke ponude grada Otoka;
  - izrada marketinškog plana turističke odredišta;
  - prezentacija lokalne turističke ponude i specifičnosti ovog područja na specijaliziranim turističkim sajmovima u zemlji i inozemstvu;
  - udruživanje sa susjednim turističkim odredištima radi zajedničkog nastupa i ponude komplementarnih turističkih proizvoda na turističkom tržištu;
  - osmišljavanje prepoznatljivih lokalnih suvenira;
  - korištenje suvremenih informacijskih i komunikacijskih tehnologija za promociju lokalne turističke ponude i turističke destinacije.

U implementaciji navedenih mjera, Plan predviđa upravne odjele grada Otoka i Otočku razvojnu agenciju, uz oslanjanje na partnerstva s TZ VSŽ, susjednim jedinicama lokalne samouprave te lokalne poduzetnike. Od dodatnih prioriteta koji su od važnosti za opredjeljenja turističkog razvoja izdvajaju se:

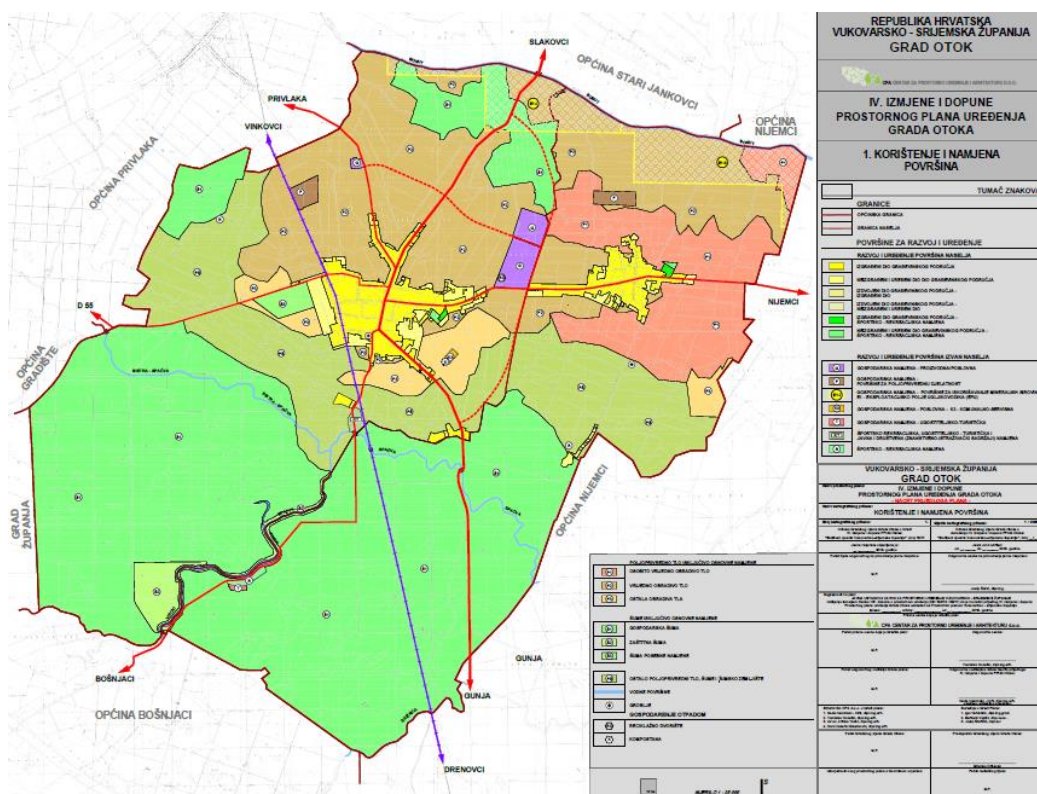
- 1.2.1. Poticanje stanovništva na bavljenje poljoprivredom;
- 1.2.2. Osvremenjivanje poljoprivredne proizvodnje;
- 1.2.3. Jačanje konkurentnosti lokalnih poljoprivrednih proizvoda;
- 1.2.4. Poticanje suradnje (poljoprivrednika) s drugim gospodarskim granama;
- 4.2.1. Očuvanje kulturnog naslijeđa i oživljavanje narodnih običaja;
- 4.2.2. Poticanje kreativnosti i kulturnog stvaralaštva.

## PROSTORNI PLAN GRADA OTOKA

U odredbama za provođenje tekstualnog dijela PP Otok, sljedeće su uvjeti dani za OPG koji se žele baviti agroturizmom:

- Vrste turističkih i ugostiteljskih objekata na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu mogu biti:
  - ugostiteljski objekti: vinotočje/kušaonica, izletište;
  - ugostiteljski objekti s uslugom smještaja: soba, apartman i ruralna kuća za odmor, kamp i kamp odmorište.
- Na OPG-u je moguće pružati i dodatne usluge u vidu raznih rekreativnih aktivnosti, npr.:
  - sudjelovanje u raznim poljoprivrednim aktivnostima koje su vezane uz seljačko gospodarstvo (berba voća i povrća, ubiranje ljetine i slično);
  - lov i ribolov, vožnja kočijom, čamcem, biciklom, jahanje, pješačenje i slične aktivnosti;
  - provođenje programa radionica vezanih za poljoprivredu, tradicijske obrte i slično;
  - organiziranje izleta, prezentacija prirodnih i kulturnih vrijednosti, posjeti etnodbirkama i slično.
- Izdvojenim lokalitetima športsko rekreacijske namjene izvan građevinskog područja (lovačka kuća "Lovakovica" i ribički dom na kčbr. 2010/1 k.o. Komletinci) omogućava se gradnja građevina za pružanje ugostiteljskih usluga, usluga smještaja i ostalih usluga u kojem slučaju ukupna bruto površina građevina može biti najviše 500,0 m<sup>2</sup>;

- Omogućena je gradnja građevina u funkciji agroturizma izvan građevinskog područja. Građevine u funkciji agroturizma horizontalnim i vertikalnim gabaritima, oblikovanjem pročelja i krovništva, te građevinskim materijalima moraju biti izgrađene i uređene u skladu s krajolikom i tradicionalnim načinom gradnje;
- Gradnja građevina u funkciji agroturizma također je omogućena i u izdvojenom dijelu građevinskog područja naselja Komletinci;
- Prostorni plan cjelokupno područje Spačve obuhvaćeno teritorijalnim obuhvatom grada klasificira kao športsko-rekreativnu namjenu, dok je na istom području u okolini projekta Bioekološko-edukacijskog centra nalazi i jedina turistička zona.



Plan namjene površina grada otoka, PP grad Otok, CPA Zagreb, 2018.

## 2.3. Pregled ključne atrakcijske osnove za razvoj turizma

### 2.3.1. Vukovarsko-srijemska županija

#### KULTURNI I POVIJESNI TURIZAM

**ARHEOLOŠKA NALAZIŠTA** - Arheološki lokalitet Vučedol, Kolijevka Europe - Vinkovci - cijeli grad arheološki zaštićena zona A odnosno B, ukupne površine 600ha.

**SREDNJOVJEKOVNE CRKVE I SVETIŠTA** - Srednjovjekovna jezgra Iloka, Dvorac Odescalchi, Crkva sv. Ivana Kapistrana, Ilok Crkva sv. Ilije na Meraji, Vinkovci, Crkva sv. Petra i Pavla - Šaregrad, itd.

**GRADSKE ZNAMENITOSTI** - Gradske znamenitosti Vukovara, Vukovarski Vodotoranj, Dvorac Eitz, Rodna kuća Lavolsava Ružičke, Čardak u Županji, Barokna jezgra Vinkovaca

**MUZEJI I USTANOVE** - Gradski muzej Vinkovci, Ovčara i groblje branitelja, Muzejski prostor – mjesto sjećanja, Spomen dom hrvatskih branitelja Vukovar, Memorijalni muzej Domovinskog rata, Muzej vučedolske kulture, Rodna kuća Ivana Kozarca, Zavičajni muzej Stjepan Gruber u Županji



Izvor: HD Consulting na osnovi podataka TZ Vukovarsko srijemske županije

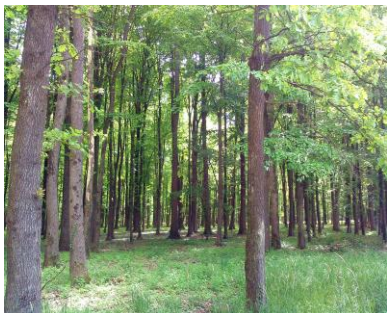
#### PRIRODNE ATRAKCIJE

**SPAČVA** - najveća cjelovita šuma hrasta lužnjaka u Hrvatskoj, površina: 40.000 hektara.

**KUNJEVCI** - uzgajalište divljači

**ADRENALINSKI PARK U CERNI** - Park se nalazi u vlasništvu obitelji Rimac iz Cerne, investicija oko milijun kuna; zoo, dva jezera s deset tona šarana u kojima je moguće i pecanje, viseći most, fitness sprave za vježbanje na otvorenome, tereni na otvorenome, prostor za paintball, prostor za stolni nogomet, itd.

**CENTAR ZA PROMATRANJE PTICA NIJEMCI** - preko 100 vrsta ptica, sufinanciran od strane Europske unije i povezan s biciklističkom stazom Srijem



Izvor: HD Consulting na osnovi podataka TZ Vukovarsko srijemske županije

## OSTALE ATRAKCIJE

**BICIKLISTIČKE RUTE** - *Biciklistička ruta Srijem* povezuje južno područje Vukovarsko-srijemske županije sa sjeveroistočnim dijelom, a nadovezuje se na postojeću međunarodnu Dunavsku biciklističku rutu koja je dio puta Eurovelo 6.

*Biciklistička ruta Srijem* povezuje južno područje Vukovarsko-srijemske županije sa sjeveroistočnim dijelom, a nadovezuje se na postojeću međunarodnu Dunavsku biciklističku rutu koja je dio puta Eurovelo 6.

**AKTIVNOSTI NA VODI** - kupališta, ribolov, brodovi na vodi

**LOV** - Spačva i Kunjevci

**MANIFESTACIJE** - Šokačko sijelo, DORF, Otočko proljeće, Dan grada Vukovara, Vubass Oper Air Festival, MEĐUNARODNA DUNAVSKA REGATA, Vukovar Film Festival, Vinkovačke jeseni, Dan sjećanja na žrtve Vukovara, Borova naselja, ovčare, itd.

**ETNO** - zaštićena nematerijalnih kulturnih dobara - Bečarac, priprema tradicijskog slavonskog kulena/ kulina, tradicijski obrt za preradu vune i izradu odjevnih predmeta, tradicijski obrt izrade slavonsko-srijemskih šokačkih šešira Stanka Ištokovića iz Ivankova, tradicijski obrt izrade slavonsko-srijemskih suknarskih odjevnih predmeta Stjepana Belića iz Antina (Vinkovci), umijeća izgradnje i sviranja gajdi i duda u istočnoj središnjoj Hrvatskoj, umijeće izrade slavonskog kožnog prsluka, itd.

**TEMATSKÉ RUTE** - Idemo u Srijem, Iločka vinska cesta, Cesta Zlatne niti, itd.



Izvor: HD Consulting na osnovi podataka TZ Vukovarsko srijemske županije

### 2.3.2. Grad Otok

#### PRIRODNA BAŠTINA

**VIROVI** - značajni krajobraz zaštićen od 1999. godine, području dijela vodotoka istoimene rječice koje ima značajke močvare. Njihov središnji dio je bez vegetacije, dok se u priobalnom dijelu javlja močvarna vegetacija koju okružuju šume hrasta lužnjaka. Zbog velike su vodene površine i bujne vegetacije Virovi stanište za mnoštvo različitih kukaca, riba, ptica i sisavaca. Stanište je crne slavonske svinje - autohtone hrvatske pasmine svinje.

**LOŽE** - rezervat šume hrasta lužnjaka u neposrednoj blizini Virova, smješten u Spačvanskom bazenu na površini većoj od 100 hektara.

Taj je rezervat stare slavonske hrastove šume pod zaštitom od 1975. godine. U rezervatu je najzastupljeniji hrast lužnjak, a od ostale s vegetacije još prisutni grab, klen, poljski jasen, vez, žestilj i nizinski brijest. Rezervat je namijenjen znanstvenim istraživanjima i edukaciji, a u njemu je postavljena trajna ploha u okviru UNESCO-ovog programa „Čovjek i biosfera“.



Izvor: HD Consulting na osnovi podataka <http://www.ora.hr/>

## KULTURNA DOBRA

**SUVARA** - nepokretno kulturno dobro

**TRADICIJSKA KUĆA S OKUCNICOM** - nepokretno kulturno dobro  
kult. dobro

**PROLJETNI GODIŠNJI OPHOD "FILIPOVČICE"** - namaterijalno kulturno dobro

**INVENTAR CRKVE SVETOG ANTUNA PADOVANSKOG** - pokretno kulturno dobro - zbirka

**ARHEOLOŠKO NALAZISTE "VIRGRAD"** - nepokretno kulturno dobro

**GROBLJANSKA KAPELA** - nepokretno kulturno dobro

**ARHEOLOŠKO NALAZISTE GRADINA** - nepokretno

**POGREBNA ZAPREZNA KOLA** - pokretno kulturno

**ZBIRKA ETNOGRAFSKIH I KULTURNO-POVIJESNIH PREDMETA JOSIPA BAŠIĆA** - pokretno kulturno dobro



Otočka Suvara



Staze arheološkog nalazišta Virgrad



KUD Filipovčice

Izvor: HD Consulting na osnovi podataka <http://www.ora.hr/>

### 2.3.3. Područje Spačvanskog bazena

- Spačvanski bazen najveći je cjeloviti kompleks nizinskih hrastovih šuma u Hrvatskoj i Europi. Nalazi se u Vukovarsko-srijemskoj županiji na površini od 42.992 ha;
- Šire područje okruženja Spačvanskog bazena obuhvaćaju jedinice lokalne samouprave Vinkovci, Županja, Otok, Andrijaševci, Bošnjaci, Drenovci, Gradište, Nijemci, Privlaka i Gunja s ukupno 85.000 stanovnika što čini nešto manje od polovine stanovništva Vukovarsko-srijemske županije;
- Područje Spačvanskog bazena dio je ekološke mreže Natura 2000 te obuhvaća dio prostrane Panonske nizine u najnižem dijelu Posavine. Područje se nalazi u najistočnijem, kontinentalnom dijelu Hrvatske, uz granicu s Republikom Srbijom;
- Reljef terena vrlo je ravan s nadmorskim visinama od 79 do 87m, s depresijama i naborima (koje se kreću od zapada prema istoku) oblikovanim od starih meandara rijeka koje zadržavaju različite količine podzemnih i sezonskih poplavnih voda;
- Na području Spačvanskog bazena klima je umjereno kontinentalna s prosječnom godišnjom temperaturom od 10-12 °C, hladnim zimama i toplim do vrućim ljetima. Godišnja količina padalina relativno je mala i iznosi u prosjeku 720 mm, a godišnja je raspodjela razmjerno jednolika s nešto sušim zimama;
- Područje Spačvanskog bazena nalazi se na poplavnom području rijeke Save te ima visoke razine podzemnih voda. Pored toga, ima još i važan priljev površinskih voda;
- Glavni vodeni tok je rijeka Spačva (dužina 40 km), koja teče kroz središte područja. Unutar sliva Spačve nalaze se dva pod-sliva rijeke: Spačva s pritocima Brežnica, Koritanj, Ljubanj, Virovi, Rabra i Drenova i Studva, sa Smogvom i Smogvicom od kojih se obje ulijevaju u rijeku Bosut.

### 2.3.4. Projekt „Vrata Spačvanskog bazena“

Grad Otok je započeo s provedbom projekata usmjerenih na izgradnju turističke infrastrukture i jačanje lokalne turističke ponude među kojima se ističe projekt uređenja poučnih staza Virovi i Lože koji je dovršen tijekom 2016. godine. Na te inicijative nastavlja se projekt „Vrata Spačvanskog bazena“ sa razvojem dodatne turističke infrastrukture i sadržaja interpretacije.



*Poučne staze Virovi i Lože*



Prema dostavljenoj projektnoj dokumentaciji, sadržaj projekta „Vrata Spačvanskog bazena“ je sljedeći:

### 1. Izgradnja i opremanje Bioekološko edukacijskog centar „Virovi“

- Bioekološko edukacijski centar „Virovi“ nalazit će se na području „Virovi“ na dodirnom području s područjem posebnog rezervata „Lože“;
- Centar će biti u funkciji nadzora, istraživačkog i znanstvenog rada, edukacije i promocije zaštite prirode i biološke raznolikosti te turističko-ugostiteljske djelatnosti;
- Riječ je o građevini na tri etaže (prizemlje, kat i potkrovlje) tlocrtno površine 598,30 m<sup>2</sup> u kojoj će biti smješteni turistički, edukacijski i ugostiteljski sadržaji koji će svim ciljanim skupinama omogućiti prezentaciju prirodne baštine Spačvanskih šuma na neposredan, ali i intrigantan multimedijalan način;
- Horizontalni i vertikalni gabariti građevine, oblikovanje fasada i krovništa te korišteni građevinski materijal bit će u skladu s tradicijskom gradnjom i krajolikom, a sama građevina bit će izvedena na način da udovoljava relevantnim standardima u pogledu toplinske zaštite, zaštite od vlage te zaštite od buke;
- Prilaz u zgradu i komunikacija unutar nje bit će prilagođeni osobama s invaliditetom, a prilaz na kat bit će moguć i pomoću dizala;
- Centar će se napajati električnom energijom pomoću dva agregata s motorima prilagođenim za pogon na ukapljeni naftni plin, a sva proizvedena električna energija koristit će se isključivo za vlastitu potrošnju;
- Za grijanje centra i pripremu potrošne tople vode kao osnovni izvor topline predviđen je kotao na pelete sa spremnikom peleta i transporterom, kao i zidni plinski kondenzacijski uređaj;
- Opskrba vodom izvršit će se pomoću arteškog bunara koju će zagrijavati energija solarnih kolektora;
- Funkcionalno građevina će biti podijeljena na:
  - Zajedničke prostore;
  - Prostore u funkciji nadzora, istraživačkog i znanstvenog rada te edukacije i promocije zaštite prirode i biološke raznolikosti;
  - Smještajne jedinice;
  - Restoran;
  - Kuhinju;
  - Interpretacijski sadržaji smješteni su u multimedijalnoj dvorani te uključuju interaktivni i multimedijalni koncept predstavljanja prirodne baštine spačvanskih šuma, a opremit će se izložbenim eksponatima, pametnim stolovima te audio-vizualnom opremom namijenjenom uzrastima različitih ciljanih skupina;
  - Projektom multimedije posjetitelju će se omogućiti jedinstveno doživljajno iskustvo lokacije – od osnovnog informiranja do interakcije sa edukativnim i zabavnim sadržajima kroz jedinstveni koncept pod nazivom „Očima prirode“ koji će biti:
    - Multimedijalan – video, slika, zvuk, tekst, animacije, proširena stvarnost;
    - Interaktivan – korisnik sam upravlja sadržajima
    - Taktilan – osjetilno sučelje (dodir prstom, dlanom, rukom, prisustvom/senzorski, pokretom);
    - Mobilan – sadržaji prate korisnika na prostoru većem od 5 km kroz stvarnu prirodu;
    - Integriran – prostor, sadržaji i usluge povezani su u jedan doživljaj;
- Prostor dvorane bit će podijeljen na četiri zone u kojima se isprepliću interakcijski, relaksacijski, edukativni i zabavni sadržaji:
  - TACTILE WALL – prostorna integracija taktalnog sučelja kojim upravlja korisnik; projekcija na zid uključuje interaktivni video s doživljajem Spačvanske šume kroz četiri godišnja doba panoramskom slikom od 360 stupnjeva te kroz oči tri različite životinje: orla štekavca preletom, jelena hodom kroz šumu, štuke plivanjem kroz vodu;
  - SMART CORNER – aplikacija na taktinom stolu koja služi 'enciklopedijskom' predstavljanju informacija o životinjskom i biljnom svijetu Loža i Virova; po povratku s poučnih staza na temelju sadržaja iz tableta (snimljenih životinja, biljaka i prirode) postaje dio personalizirane edukacije u obliku interaktivne slikovnice/kviza koji se može podijeliti s drugim korisnicima na društvenim mrežama. Osim navedenog imat će i funkciju knjige dojmova;

- KIDS MOTION CORNER – kinetička aplikacija sa zabavnim sadržajem za djecu do 14 godina projicirana na odvojenu poziciju na zidu za do dva igrača; igra se odvija u obliku utrke a može se birati između leta orla i hoda jelena uz zabavne i poučne opise svake životinje;
- LOUNGE/ KONFERENCIJSKI DIO – modularan prostor za odmor i druženje koji se po potrebi pretvara u konferencijski prostor za odvijanje znanstvenih skupova, edukativnih prezentacija, team buildinga i sl.
- Dodatni element prostornog doživljaja bit će pokretom aktivirani senzori za produkciju ambijentalnog zvuka i sound shower-a (zvukovi životinja, šume, kiše...) za stvaranje prigodne atmosfere. Broj istovremenih korisnika interaktivnih i taktilnih sadržaja u multimedijskoj dvorani je 14 aktivnih i 11 pasivnih;
- Smještajni prostor sastojat će se od prijemnog prostora recepcije i ureda recepcije, 15 smještajnih jedinica kapaciteta 62 kreveta, spremišta sobarice, praonice rublja te sanitarno-garderobnog čvora za osoblje;
- Smještajne jedinice nalazit će se na katu i potkrovlju objekta Bioekološko edukacijskog centra. Sobe će biti kapaciteta od 2 do 7 kreveta, opremljene u skladu s ciljanim skupinama posjetitelja;
- Ugostiteljski prostor - restoran će se nalaziti u prizemlju s kapacitetom od 56 sjedećih mjesta, te natkrivene terase zatvorene staklenom stijenom kapaciteta od 36 sjedećih mjesta;
- U restoranu će se gostima posluživati tradicijska jela specifična za Istočnu Slavoniju koja će se nabavljati dijelom od lokalnih proizvođača hrane kako bi se potakla lokalna gospodarska aktivnost. U restoranu će se moći kušati slavonski kulin, kobasice, čvarci i slanina lokalnih proizvođača, fiš paprikaš i druge delicije od mesa, ribe i povrća;
- Suvenirnica će se nalaziti u prizemlju Centra i imat će u ponudi primarno tradicijske rukotvorine lokalnih obrtnika i udruga, kao što su prepoznatljivi šokački zlatovez, replike ogrlica sa zlatnicima, ukrasi za kosu, magneti od drveta i slično, a moći će se kupiti i daleko poznati slavonski kulen, kobasice, slanina i čvarci;
- U okviru krajobraznog uređenja i opremanja obalnog prostora uz Centar uredit će se i dječje igralište i igralište za djecu s teškoćama u razvoju opremljeno vrtuljkom, ljuljačkama, toboganom s kulom, dvostrukim klackalicama te penjalicom s mrežom;
- U potkrovlju objekta nalazit će se wellness, sauna i prostor za vježbanje. Vani će se nalaziti bazen s grijanom vodom.

## 2. Ostali sadržaji za posjetitelje

- Na 30 poučnih stajališta, 4 razgledišta i 2 čeke, koristit će se AR tehnologija (augmented reality - proširena stvarnost) koja će omogućiti posjetiteljima individualno istraživanje područja putem aplikacije „Istraži, ponesi sa sobom“;
- Posjetitelji će opremu (8" tablet sa slušalicama) moći iznajmiti u Centru i ponijeti sa sobom u obilasku prirode na poučnim stazama oko Centra;
- Info edukacijske ploče bit će postavljene duž staza i predstavljat će primarne AR točke s kratkim informacijama o biljnim i životinjskim vrstama ovoga područja;
- Aplikacija ima i element igre koji se sastoji u sakupljanju što većeg broja AR sadržaja (biljaka, životinja, lišća, otisaka, gljiva u njihovom prirodno staništu), a koristit će se i za nastavu;
- U sklopu projekta također će se nabaviti električni turistički brod kapaciteta 50 osoba. Polazišna točka obilazaka tzv. Vodene staze nalazi se neposredno ispred samog objekta Bioekološko edukacijskog centra, a završna točka arheološko nalazište Virgrad. Dužina vodene plovne rute broda je 3,4 km. Ovim brodom posjetitelji bioekološkog centra vodit će se u izletničko-edukacijske obilaske područja Loža i Virova.
- Za poriv broda koristit će se elektro-propulzija, a na krovu električnog broda nalazit će se solarni paneli.
- Za potrebe manjih grupa do 12 osoba nabavit će se i jedan električni turistički čamac;
- U okviru razvoja posjetiteljskih sadržaja razvit će se i opremiti tzv. Vodene rute. Budući se Centar nalazi u neposrednoj blizini vodene površine Virova kroz projekt će se nabaviti kajaci, kanui i čamci i propisana oprema te će se osmisliti i promovirati organizirani i individualni obilazak posjetitelja tzv. vodene staze

kako bi se posjetitelji približili u osobni kontakt s vodnim površinama spačvanskih šuma i njezinim prirodnim bogatstvima

- Predviđena je nabavka bicikala i propisane opreme kojom će se posjetiteljima omogućiti doživljaj bicikliranja po osmišljenoj biciklističkoj stazi, a predviđa se i nabava tricikla za osobe treće dobi te one koji imaju poteškoća u koordinaciji na biciklu te bicikli s dječjim sjedalicama;
- Na ulazu u zgradu Bioekološko edukacijskog centra Virovi bit će postavljen sustav za evidenciju posjetitelja.

## 3. TURIZAM

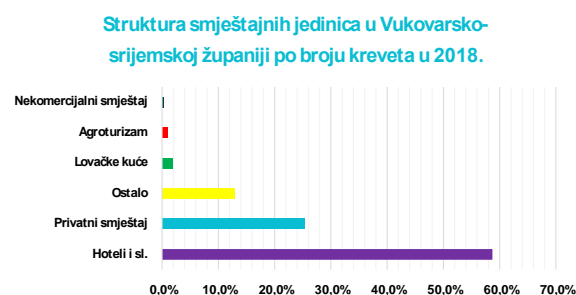
### 3.1. Vukovarsko-srijemska županija

#### 3.1.1. Ponuda

- Na području Vukovarsko-srijemske županije je u 2018. bilo 1.985 stalnih postelja s padom od 5% u odnosu na 2017. (zbog zatvaranja hotela Spačva 01.01.2018.), trend rasta trajao je od 2014. do 2016.godine (+5,7% prosječno godišnje);
- U strukturi smještaja dominiraju hoteli sa 58,7% ukupnih kapaciteta te privatni smještaj sa 25,3% ukupnih kapaciteta;



Izvor: <https://www.dzs.hr/>



Izvor: Izvješće o radu TZ Vukovarsko-srijemske županije u 2018.

#### 3.1.2. Potražnja

- Na temelju podataka dobivenih iz DZS-a u 2018. godini Vukovarsko-srijemska županija ostvarila je ukupno 80.536 dolazaka i 132.042 noćenja;
- Turistički promet je u posljednjih 6 godine rastao u prosjeku oko 12,3% godišnje u noćenjima, dok su dolasci u istom razdoblju prosječno rasli stopom od 16,5% godišnje;
- 2018. u odnosu na 2017. bilježi se pad u broju noćenja za 4,6% i dolazaka od 9,5%. Pad broja dolazaka i noćenja izravno je uzrokovan zatvaranjem objekta hotel Spačva, a koji je zatvoren s 1. siječnja 2018. godine.
- Prosječno trajanje boravka je u 2018. iznosilo oko 1,6 dana s trendom smanjenja u odnosu na 2014. kada je iznosilo 1,9 dan;
- Najveći broj noćenja u strukturi noćenja po mjestima u Županiji bilježi grad Vukovar sa 50% ukupnih noćenja županije i Vinkovci sa 36% od ukupnog broja noćenja;



Izvor: <https://www.dzs.hr/>

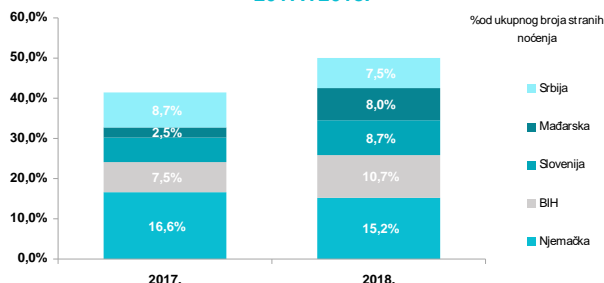


Izvor: <https://www.dzs.hr/>

- Većina gostiju koji borave u Županiji je domaće stanovništvo koje čini 83,32% ukupnih noćenja
- Vodeća inozemna tržišta su Njemačka, BiH, Slovenija i Mađarska i Srbija, te čine 50% ukupnih stranih noćenja u Vukovarsko-srijemskoj županiji

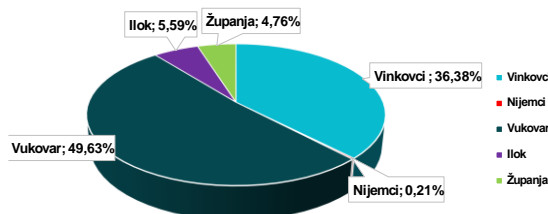
- Sezonalnost noćenja u 4 ljetna mjeseca iznosi 30,9% i nije toliko izražena kao prosjek Hrvatske (u 2018. godini 83,8%).

Vukovarsko-srijemska županija top 5 emitivnih tržišta u 2017. i 2018.



Izvor: primljeni podaci Turistička zajednica Vukovarsko-srijemske županije

Noćenja po mjestima u Vukovarsko-srijemskoj županiji u 2018.



Izvor: izvješće o radu TZ Vukovarsko-srijemske županije u 2018.

## 3.2. Područje Spačvanskog bazena

Indikatori turističke ponude i potražnje jedinica lokalne samouprave Spačvanskog bazena

	stalne postelje			noćenja			dolasci		
	2018.	2017.	2016.	2018.	2017.	2016.	2018.	2017.	2016.
Grad Vinkovci	784	832	702	45.184	45.184	39.463	24.317	24.317	22.431
Grad Županja	74	66	53	4.690	4.690	3.491	2.379	2.379	1.481
Grad Otok									
Općina Andrijaševci									
Općina Bošnjaci	22	16	7	1.723	817	1.022	512	392	371
Općina Drenovci									
Općina Gradište	4	4	36	231	72	30	130	30	11
Općina Gunja									
Općina Nijemci	5	120	120	310	8.906	7.361	165	8.409	6.331
Općina Priivaka									
Općina Vrbanja	31	31	27						
<b>Ukupno</b>	<b>920</b>	<b>1.069</b>	<b>945</b>	<b>52.138</b>	<b>59.669</b>	<b>51.367</b>	<b>27.503</b>	<b>35.527</b>	<b>30.625</b>

Izvor: DZS i TZ Vukovarsko-srijemske županije

- Jedinice lokalne samouprave Spačvanskog bazena imaju ukupnu smještajnu ponudu od oko 1.000 kreveta u kojima se ostvaruje oko 30.000 dolazaka i nešto više od 50.000 turističkih noćenja s nestabilnim trendom u posljednje dvije godine;
- Turistička ponuda i potražnja koncentrirana je prvenstveno u Vinkovcima te u Županji, dok 4 jedinice lokalne samouprave ne ostvaruju ponudu i potražnju. Dodatno općina Vrbanja ima registriranu smještajnu ponudu, ali ne i potražnju;
- Može se zaključiti da je izuzev Vinkovaca područje na samom početku turističkog razvoja.

## 3.3. Turizam u zaštićenim područjima

- Suvremeni svjetski trendovi u turizmu upućuju na rastući interes prema zaštićenim područjima, što potiče razvoj nerazvijenih prostora, a omogućava generiranje značajnih ekonomskih koristi;
- Nacionalni parkovi u svijetu sve se više orijentiraju na razvoj turističkih aktivnosti i projekata unutar svojih područja, vodeći računa o harmoniziranom razvoju turističke djelatnosti i zaštite svojih prirodnih i kulturnih resursa;

- Globalni primjeri turizma u zaštićenim područjima prirode upućuju na nastojanje upravljačkih parkovnih institucija da napretkom znanosti, sofisticacijom tehnologija i procesa te progresivnim planskim politikama i upravljačkim praksama povećaju turističku aktivnost na svojim područjima;
- U Hrvatskoj je ukupno osam nacionalnih parkova ukupne površine 979,63 km<sup>2</sup> te 11 parkova prirode ukupne površine 4.320,48 km<sup>2</sup>;
- Trećina Hrvatskog teritorija dio je najveće svjetske mreže zaštićenih područja – europske ekološke mreže Natura 2000;

### Zaštićena područja prirode u RH

	BROJ	POVRŠINA, km <sup>2</sup>	%POVRŠINE RH
Ukupno	408	7.476,19	8,49
Nacionalni park	8	979,63	1,11
Park prirode	11	4.320,48	4,91
Strogi rezervat	2	24,19	0,03
Posebni rezervat	77	400,13	0,45
Regionalni park	2	1.025,54	1,16
Park-šuma	26	29,86	0,03
Značajni krajobraz	82	1.279,10	1,45
Spomenik prirode	81	2,27	0,003
Spomenik parkovne infrastrukture	119	8,36	0,01

Izvor: Ministarstvo zaštite okoliša i energetike

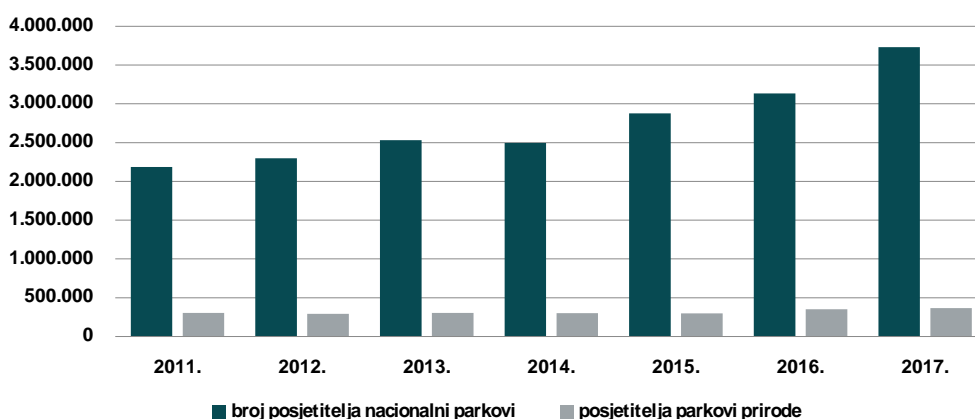
- U osam hrvatskih nacionalnih parkova prošle godine je, prema podacima Ministarstva zaštite okoliša i prirode, bilo ukupno 3.898.530 posjetitelja (+4,5% u odnosu na 2017.);
- U odnosu na 2011. godinu broj posjetitelja u nacionalnim parkovima je rastao po prosječnoj godišnjoj stopi od 9,3% dok je broj posjetitelja u parkovima prirode u istom vremenskom razdoblju rastao 3,1% prosječno godišnje;
- Najviše posjetitelja imao je nacionalni park Plitvička jezera sa 1,7 milijuna ljudi (gotovo polovina posjetitelja svih nacionalnih parkova RH) dok je najmanji broj posjetitelja bio u nacionalnom parku Risnjak;
- Sukladno infrastrukturnoj opremljenosti, smještajnim mogućnostima i sadržajima koji se nude postoje velika odstupanja u posjećenosti nacionalnih parkova;
- Nacionalni parkovi bilježe posjećenost od 96,6 % stranih turista, dok Hrvati više vole domaće parkove prirode, čija posjećenost u 2018. bilježi 80% domaćih turista.

## Nacionalni parkovi

	POVRŠINA	BROJ POSJETITELJA		INDEKS
	u km <sup>2</sup>	2017.	2018.	2018./2017.
Brijuni	34	169.299	171.794	101,5
Krka	109	1.284.723	1.354.802	105,5
Kornati	217	229.061	237.435	103,7
Mljet	54	140.329	145.751	103,9
Paklenica	95	140.561	144.624	102,9
Plitvička jezera	297	1.720.331	1.796.670	104,4
Risnjak	64	16.575	16.816	101,5
Sjeverni Velebit	109	22.919	30.638	133,7

Izvor: Ministarstvo zaštite okoliša i energetike

### Usporedba broja posjetitelja u NP i PP u Hrvatskoj u razdoblju 2011-2017.



Izvor: Ministarstvo zaštite okoliša i energetike

- Većina hrvatskih parkova nije dosegla svoj puni potencijal; infrastruktura za posjetitelje nije dostupna, niska je okolišna učinkovitost, a vizualni identitet je neadekvatan.

### 3.3.1. Kopački Rit i Lonjsko Polje

- Kopački Rit i Lonjsko polje kao geografski najbliži i fenomenološki najbližiji parkovi prirode području Spačvanskog bazena ukupno su u 2018. imali oko 57.500 posjetitelja;
- Oba parka prirode posjeduju iznimno očuvanu floru i faunu sa elementima tradicijskih kulturnih sadržaja;
- Kao i većina Hrvatskih parkova prirode i nacionalnih parkova potrebna su dodatna ulaganja u turističku infrastrukturu u smislu novih modernih interaktivnih sadržaja (muzeji, mogućnost online kupovine ulaznica, izleta, VR sadržaji, i sl.), online praćene ture kretanja po parkovima na više svjetskih jezika, te popratne sadržaje (kafići, restorani, suvenirnice i sl.).

## KOPAČKI RIT - PARK PRIRODE



### GLAVNE ZNAČAJKE:

**POVRŠINA:** 231 km<sup>2</sup>

smještaj između Drave i Dunava, prirodna močvara najveće površine Parka prekrivene šumama Vrbe i Hrasta proglašen parkom prirode 1967. godine

### FLORA I FAUNA:

**BILJKE:** bijela vrba, hrast lužnjak, crni šaš, vodoljub, sibirski perunika, vodeni grbak

### ŽIVOTINJE:

štekavac, dabar, vidra, jelen

### SADRŽAJ:

**CIJENA ULAZNICE:** osnovna cijena 10 kn a ovisno o programu i do 250 kuna (ovisno o vrsti izleta)

### SADRŽAJ:

prijemni centar - multimedijalni centar koji posjetiteljima kroz interaktivne sadržaje nudi nova znanja, caffe bar Lopoč

### AKTIVNOSTI:

kopneni obilazak različitih dijelova parka, uz stručno vodstvo, zimi u grijanom vlakiću, gledanje ptica, biciklizam, vožnja brodom, vožnja kanuom, hodanje, pecanje

**Trenutno je u obnovi DVORAC TIKVEŠ** - Projektom Prezentacijsko edukacijski centar Tikveš će se obnoviti, prenamijeniti i opremiti postojeći kompleks dvoraca Tikveš u Prezentacijsko-edukacijski centar s jedinstveno oblikovanim postavom kao ishodištem edukacije o prirodnim značajkama Kopačkoga rita i važnosti njegova očuvanja - planirani dovršetak: do 2021.g.

### ŠTO POSJETITI

Šetnica Bijelog Lopoča i obilazak posebnog zoološkog rezervata brodom najatraktivniji je dio turističke ponude. U Tikvešu je rezidencijalni kompleks iz 19. stoljeća i lovačka ladanjska vila, koju su izgradili Habsburgovci i koristili kao lovačko središte.

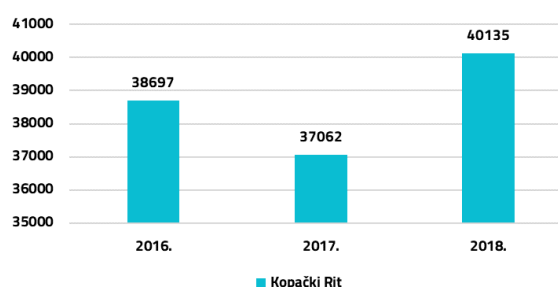
Izvor: <https://pp-kopacki-rit.hr/>

Kopački Rit-posjetitelji u 2018. po vrstama programa



Izvor: <https://pp-kopacki-rit.hr/godisnji-program/>

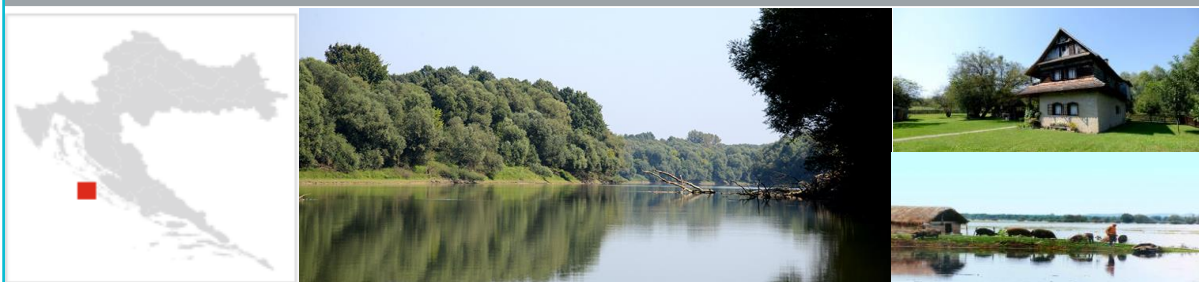
Kopački Rit - broj posjetitelja 2016.-2018.



- U 2018. godini Park prirode Kopački Rit posjetilo je 40.135 posjetitelja tj. nešto više od 3.000 posjetitelja više u odnosu na 2017. godinu;
- Broj posjetitelja iz inozemstva bio je 8.072 što čini 20 % od ukupnog broja posjetitelja;
- Najveći broj posjetitelja tradicionalno dolazi iz Mađarske, Slovenije, Njemačke, Austrije;
- Aktualni investicijski projekti: prezentacijsko-edukativni centar Tikveš, izgradnja turističkog pristaništa Sakadaš, projekt NATURAVITA - Razminiranje, obnova i zaštita šuma i šumskog zemljišta u zaštićenim i Natura 2000 područjima u dunavsko-dravskoj regiji, projekt „DANUBE parks CONNECTED“ povezuje zaštićena područja duž Dunava i aktivnostima ukida fragmentaciju krajolika i staništa, da bi se Dunav učinio glavnim ekološkim koridorom u Europi.



## LONJSKO POLJE - PARK PRIRODE



### GLAVNE ZNAČAJKE:

**POVRŠINA:** 50.650 km<sup>2</sup>

smještaj uz rijeku Savu od Siska do Stare Gradiške

proglašen parkom prirode 1990.godine

FLORA I FAUNA:

**BILJKE:** poplavne šume hrasta lužnjaka i poljskog jasena, raznorotka

**ŽIVOTINJE:**

250 vrsta ptica - roda, crna roda, štekavac, žličarka

### SADRŽAJ:

**CJENA ULAZNICE:** osnovna cijena 10 kn a ovisno o programu i do 250 kuna (ovisno o vrsti izleta)

**AKTIVNOSTI:** vođene šetnje kopnenim dijelom, gledanje ptica, biciklizam, vožnja brodom, hodanje, itd.

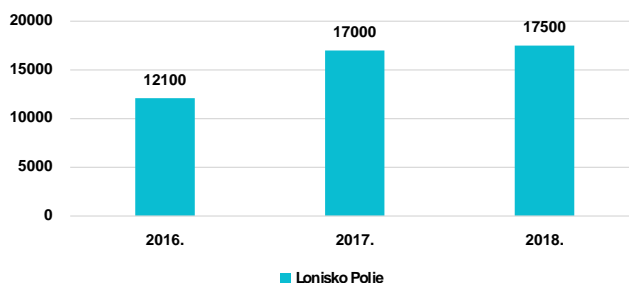
**SADRŽAJ:** OPG domaćinstva, tradicionalni ugostiteljski obrti i sl.

### ŠTO POSJETITI

Sela s tradicijskim posavskim drvenim kućama; Ōgoč - prvo proglašeno Europsko selo roda, Krapje - selo graditeljske baštine, sela: Mužilovčica, Repušnica i Osekovo.

Izvor: <http://www.pp-lonjsko-polje.hr/>

Lonjsko polje - broj posjetitelja 2016.-2018.




Izvor: <http://www.pp-lonjsko-polje.hr/>


- Park prirode Lonjsko polje ima različite kulturne i prirodne vrijednosti koje još uvijek nisu u potpunosti iskorištene i razvijene u turističke svrhe;
- Od projekata u tijeku aktualan je projekt „Prijemni centar Osekovo” - izgradnja i opremanje modernog centra za posjetitelje „Crna roda” u Osekovu te 8 vidikovaca i razvoj niza prezentacijsko-interpretativnih sadržaja (etno zbirka, signalizacija parka i dr.) – planiran završetak investicije 07/2020.


### 3.4. Relevantni globalni trendovi

- Prema Svjetskom barometru turizma (World Tourism Barometer) UNWTO (United Nations World Tourism Organisation), sljedeći su ključni kvantitativni indikatori i trendovi turizma u svijetu u 2018:

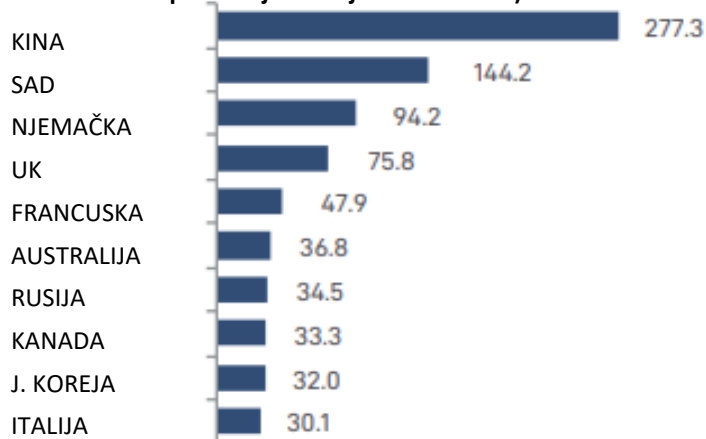
 **1,4 milijardi međunarodnih putovanja u 2018.**



 **1.700 milijardi US\$ turističkog izvoza u 2018.**

 **57% svih putovanja ostvaruje se zrakoplovom**

 **55% putovanja motivirano odmorom i rekreacijom, a 13% poslom**

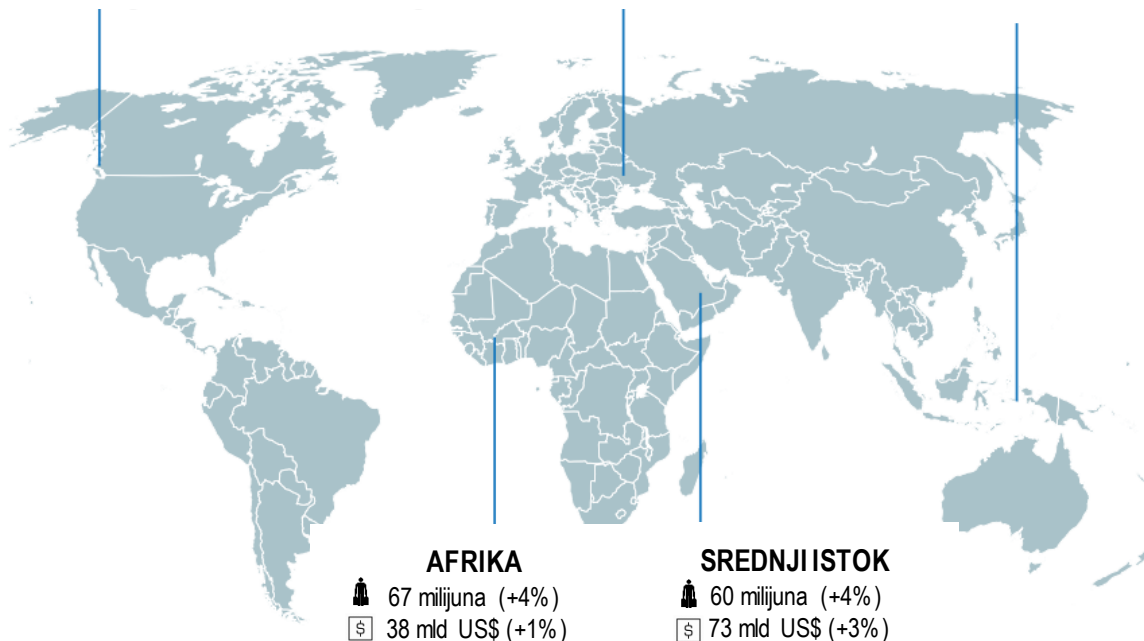
**Najveća tržišta turističke potražnje (broj međunarodnih putovanja u milijunima u 2018.)**



**AMERIKE**  
 217 milijuna (+3%)  
 333 mld US\$ (0%)

**EUROPA**  
 713 milijuna (+6%)  
 571 mld US\$ (0%)

**AZIJA I PACIFIK**  
 345 milijuna (+6%)  
 433 mld US\$ (0%)



Izvor: UNWTO, World Tourism Barometer infografika, svibanj 2018. – preveo i prilagodio HDC

Intenzivne tehnološke i demografske promjene, utjecale su i na velike kvalitativne promjene u turizmu. Prema UNWTO, Skiftu i Reksoftu, sljedeći će veliki trendovi obilježiti turizam do 2025. godine:

- **Promjene strukture i obilježja potražnje** - s krajem ove dekade dolazi do smjene generacija dominantnih potrošačkih skupina pa tako desetljećima dominantne „baby boomere“ smjenjuje skupina milenijalaca (rođenih između 1980. i 2000.), s bitno drugačijim ponašanjem i zahtjevima. Danas milenijalci ostvaruju oko jedne trećine svih putovanja Europljana. Osim toga, očekuje se povećavanje udjela urbane populacije, a kao značajna grupa potrošača pojavit će se srednja klasa mnogoljudnih, prije svega, azijskih država;
- **Doživljaji kao pokretači turističke potražnje** – Milenijalci kao sve važnija skupina potrošača primarno su fokusirani na potragu za autentičnim doživljajima tijekom putovanja, upoznavanje novih kultura i druženje s lokalnom populacijom. Budući da su tehnološki osviješteni, milenijalci ustupaju svoje osobne podatke kako bi se temeljem njih kreirala personalizirana turistička ponuda. Autentična i kreativna turistička odredišta osobito uspijevaju privući pozornost milenijalaca;
- **Prilagodba turističkih proizvoda promijenjenim zahtjevima potražnje** – Isporuka autentičnog iskustva destinacije (doživljaj destinacije iz perspektive lokalnog stanovništva), brisanje granica između poslovnih i odmorišnih putovanja te sve veća modularnost u izboru elemenata putovanja, bit će glavne promjene u turističkim proizvodima u budućem razdoblju. Avanturistički turizam i gastronomija proizvodi su s najvećim porastom potražnje u posljednje dvije godine. Kvaliteta i autentičnost gastronomije predstavljaju sve važniji dio osnovnog paketa usluga u hotelijerstvu i turizmu, a ne više samo dodanu vrijednost;
- **Ekonomija dijeljenja kao bitan faktor promjene konkurentskog okruženja** – Alternativni koncepti korištenja turističke ponude sve više jačaju, većim dijelom kao posljedica promijenjenih zahtjeva dolazećih mlađih skupina turista među kojima se ističu milenijalci. AirBnB, Uber i slične platforme ostvaruju vrlo visoke stope rasta poslovanja, a svakodnevno se pojavljuju i nove platforme na različite načine povezane s ekonomijom dijeljenja u drugim s turizmom povezanim djelatnostima. U takvim okolnostima sve je jači konkurentski pritisak na dosadašnje vodeće ponuđače turističkih usluga u većini elemenata turističkog lanca vrijednosti, posebice s obzirom na tip ponude, ali i cjenovnu razinu;
- **Raspolaganje i upravljanje korisničkim podacima** – Dostup do korisničkih podataka, kreiranje, održavanje i algoritmi korištenja profila ponašanja korisnika postaju glavni alat i ključni faktor uspjeha u turizmu. Stvaranje vlastitih baza podataka postojećih korisnika od vitalnog je značaja, jer vanjski podaci postaju sve skuplji i teže dostupni. Prilagodba europskoj regulativi zaštite osobnih podataka je nužnost za sve ponuđače turističkih usluga.

Izveštaj Trekksofta „65 travel statistics to know in 2019-2020“ sljedeći su recentni trendovi u turizmu relevantni za ovaj projekt:

- Prema podacima Booking.com 55% više putnika je spremno prednost dati destinacijama održivog turizma i putovati na održiv način, u odnosu na godinu prije. Barijere u ostvarenju takve namjere vide u nedostatnim informacijama o destinacijama, ili o nedostatnim ponudama na tržištu;
- Takve odluke uključuju smještaj – 73% putnika je zainteresirano odsjesti barem jednom u „eko“ ili „zelenom“ smještaju u idućoj godini;
- Dodatno – 70% putnika tvrdi da je veća vjerojatnost da će izabrati „ekološki prijateljski“ smještaj, neovisno o tome jesu li prethodno izjavili žele li putovati na održiv način;
- Segment tura i aktivnosti postao je prema prihodu treći u ukupnoj industriji putovanja (iza smještaja i prijevoza), a putnici ga ocjenjuju najvažnijim za samo iskustvo putovanja;
- Za obitelji koje putuju, njih 95% je izjavilo da im je prioritet zabava i sreća obitelji, vrijednost za novac je na drugom mjestu s 89%, slijede vanjske aktivnosti (85%), planiranje putovanja oko školskih praznika (85%); i smještaj destinacije blizu velikih atrakcija (85%);
- S obzirom da raste populacija onih koji rade samostalno (eng. freelance) ili od kuće, kao i djece koja ne idu u školu već ih obrazuju roditelji, raste segment obitelji koje nisu ograničene na putovanje tijekom praznika;
- Sve se veći broj putnika odlučuje na samostalna odmorišna putovanja te se suvremeni smještajni koncepti tome prilagođavaju na način da imaju posebne prostore gdje se samostalni putnici mogu međusobno družiti, zabavljati i razmjenjivati iskustva;

- 9 od 10 putnika koristi mobilne aplikacije u destinaciji pri čemu su najkorišteniji servisi mape destinacije, prometne informacije, vremenska prognoza i društvene platforme na kojima mogu provjeriti kvalitetu i komentare o lokalnoj ponudi;
- Opcije poput „aktivnosti“, „što raditi“ i „blizu mene“ na mobilnim uređajima su među putnicima rasle šest puta u posljednje dvije godine;
- 48% svih rezervacija i kupnji vezanih uz iskustvo događaja se kad su putnici već u destinaciji (dakle ne prije putovanja) što znači da je veliki značaj promotivnih aktivnosti za ponudu tijekom samog boravka;
- Iako upotreba mobilnih uređaja za sve segmente istraživanja i rezerviranja putovanja globalno raste, prema podacima Google-a tržišta EU zasad zaostaju za drugim svjetskim regijama (u dijelu rezervacija putem mobilnih uređaja). Poredak po državama (udio putnika je sljedeći):
  - Indija 87%;
  - Brazil 67%;
  - Japan 59%;
  - Južna Koreja 53%;
  - SAD 48%;
  - Velika Britanija i Australija 45%;
  - Francuska 44%.
- Prema Trekksoftu, udio ukupnih rezervacija putovanja putem mobilnih uređaja narastao je u posljednje dvije godine narastao je s 51,5% na 56,7%. S druge strane ukupan prihod rezervacija s kućnih računala pao je u istom razdoblju s 73,2% na 65,8% ukupnog prihoda putovanja;
- Prema istom izvoru, oni koji putovanje rezerviraju mobitelom sve češće rezerviraju u posljednji čas. Broj onih koji su putem mobilnih uređaja rezervirali „danas“ ili „večeras“ je u posljednje dvije godine narastao 150%, daleko više od onih koji rezerviraju putem ostalih kanala;
- Nastavno na događaje iz jeseni 2019. i govora Grete Thunberg u UN, u svijetu (posebno Sjevernoj Europi) jačaju pokreti koji se protive neekološkim putovanjima, a što prije svega podrazumijeva avioprijevoz. Za očekivati je rast lokalnih u odnosu na udaljena putovanja.

### 3.5. Definicija, smjernice i indikatori održivog turizma

#### 3.5.1. Definicija i obilježja održivog turizma

- Prema najpoznatijoj i najčešće korištenoj definiciji, održivi razvoj je onaj razvoj kojim se zadovoljavaju potrebe današnjih naraštaja, a da se pritom ne ugrožava mogućnost budućih naraštaja u zadovoljavanju njihovih potreba (Izveštje „Naša zajednička budućnost“ UN-ove Komisije za okoliš i razvoj iz 1987. godine).
- Definicije održivog razvoja uključuju tri komponente: ekonomiju, okoliš i društvo. Principi održivog razvoja definirani su kroz nekoliko deklaracija, a obuhvaćaju sljedeće:
  - Uravnotežen i pravičan gospodarski razvoj koji se može održati u dužem vremenskom razdoblju;
  - Smanjenje siromaštva, kroz osnaživanje siromašnih i osiguranje njihovog boljeg pristupa neophodnim uslugama i sredstvima;
  - Sudjelovanje svih zainteresiranih strana u procesu odlučivanja (nacionalne i lokalne vlasti, organizacije civilnog društva, poslovni sektor, profesionalne organizacije, sindikati), uz promoviranje dijaloga i postizanje povjerenja kako bi se razvio društveni kapital;
  - Pažljivo upravljanje i očuvanje (u najvećoj mogućoj mjeri) neobnovljivih resursa;
  - Racionalnu/održivu upotrebu energije i prirodnih izvora (vode, zemljišta, šuma, itd.);
  - Smanjivanje otpada, učinkovito sprječavanje i kontrola zagađenja te smanjivanje na najveću moguću mjeru ekoloških rizika;
  - Unaprjeđenje sustava obrazovanja i zdravstva i poboljšanja u pogledu ravnopravnosti spolova;
  - Zaštitu kulturnih identiteta, tradicije i nasljeđa.
- Održivi turizam slijedi slična načela te Agenda 21 za turizam definira održivi turizam kao onaj koji zadovoljava potrebe današnjih turista i područja koja ih ugošćuju i istovremeno čuva i uvećava mogućnosti za budućnost;

- Ekonomske, društvene i estetske potrebe mogu biti zadovoljene uz održavanje kulturnog integriteta, suštinskih ekoloških procesa, biološke raznolikosti i sustava koji podržavaju opstanak. Prema konceptualnoj definiciji održivog turizma UNWTO-a iz 2004. godine, održivi turizam je onaj koji u potpunosti vodi računa o ekonomskim, društvenim i učincima na okoliš te ispunjava potrebe posjetitelja, industrije, okoliša i lokalne zajednice.
- Sukladno gornjoj definiciji održivi turizam mora:
  - Optimalno koristiti okolišne resurse koji čine ključni element turističkog razvoja, održavati esencijalne ekološke procese i pomoći u očuvanju prirodnog naslijeđa i biodiverziteta;
  - Poštovati sociokulturnu autentičnost lokalnih zajednica, održavati njihovo izgrađeno i živuće kulturno naslijeđe, tradicionalne vrijednosti i doprinosti međukulturnom razumijevanju i toleranciji;
  - Osigurati ekonomski i poslovno dugoročno održive operacije koje pružaju socioekonomske benefite svim dionicima koji su pravedno raspodijeljeni, uključujući stabilne prilike za zapošljavanje i zaradu, socijalne usluge lokalnim zajednicama te doprinosti smanjivanju siromaštva.
- Održivi turizam zahtijeva informirano sudjelovanje svih relevantnih dionika, ali i snažno političko vodstvo kako bi se osiguralo široko sudjelovanje i konsenzus. Dostizanje održivosti turizma je kontinuirani proces koji traži stalno praćenje učinaka te, po potrebi, uvođenje potrebnih preventivnih i/ili korektivnih mjera.

### 3.5.2. Smjernice za održivi razvoj turizma

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

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

### 3.5.3. Indikatori održivog turizma

- Europska komisija (EK) pokrenula je 2013. godine Europski sustav pokazatelja za turizam (European Tourism Indicators System, ETIS);
- Cilj inicijative je doprinijeti unapređenju održivog upravljanja odredištima na način da se dionicima u turizmu osigura jednostavan i koristan komplet alata za mjerenje i praćenje održivosti turizma;
- Osim pojašnjavanja koraka za postupno uvođenje sustava pokazatelja u turističkom odredištu, predložen je set od 27 glavnih i 40 izbornih pokazatelja koje dionici u turizmu mogu kombinirati s postojećim indikatorima ili koristiti samostalno;
- Pristup definiranju indikatora metodološki temelji se na ranijim dokumentima UNWTO-a<sup>1</sup>: indikatori su podijeljeni na osnovne i dodatne te grupirani prema područjima. U sljedećoj tablici prikazan je popis glavnih indikatora za praćenje prema područjima i kriterijima.

<sup>1</sup> Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations. A Guidebook. World Tourism Organisation, 2004.

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

<b>Utjecaj na okoliš</b>	<b>Smanjenje učinka prometa</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Postotak turista i jednodnevnih posjetitelja koji koriste različita prometna sredstva za dolazak na odredište (javna/privatna i vrsta)</li> <li>• Prosječna dužina putovanja (km) po turistima prema i od kuće ili prosječna dužina putovanja (km) od prethodnog odredišta do trenutnog odredišta</li> </ul>
	<b>Klimatske promjene</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Postotak turističkih poduzeća uključenih u programe za ublažavanje klimatskih promjena kao što su: smanjenje emisija CO<sub>2</sub>, niskoenergetski sustavi, itd., reakcije i djelovanja "prilagodbe"</li> </ul>
	<b>Gospodarenje otpadom</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Količina otpada koju proizvodi odredište (tone po stanovniku po godini ili po mjesecu)</li> <li>• Količina recikliranog otpada (postotak ili po stanovniku po godini)</li> </ul>
	<b>Obrada otpadnih voda</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Postotak otpadnih voda iz odredišta koje se obrađuju barem do sekundarne razine prije ispuštanja</li> </ul>
	<b>Gospodarenje resursima</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Potrošnja pitke vode po turističkom noćenju u usporedbi s potrošnjom vode općeg stanovništva po osobi po noći</li> </ul>
	<b>Potrošnja energije</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Potrošnja energije po turističkom noćenju u usporedbi s potrošnjom energije stanovnika po osobi po noći</li> </ul>
	<b>Zaštita okoliša i bioraznolikosti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Postotak zaštićenih područja odredišta (u km)</li> </ul>
	<b>Upravljanje svjetlošću i bukom</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Na odredištu postoje politike kojima se zahtijeva od turističkih poduzeća da svjetlosno onečišćenje i onečišćenje bukom svedu na minimum</li> </ul>
	<b>Kvaliteta vode za kupanje</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Razina onečišćenja po 100 ml (fekalni koliformi, kampilobakter)</li> </ul>

### 3.6. Zaključak situacijske i tržišne analize

- Grad Otok nalazi se u Srijemu u Vukovarsko-srijemskoj županiji udaljen oko 20km od Vinkovaca, Vukovara i Županje;
- Grad je jedna od jedinica lokalne samouprave Županije na kojoj se nalazi Spačva – jedna od najstarijih hrastovih šuma u Europi kao prirodni fenomen koji dosad nije bio turistički iskorišten;
- Područje je smješteno uz paneuropski koridor X što daje tržišni potencijal tranzitnih putnika, a jednostavan prometni pristup prednost je za razvoj turističkih sadržaja. To se posebno odnosi na poziciju budućeg projekta „Vrata Spačvanskog bazena“;
- Projekt „Vrata Spačvanskog bazena“ inicijativa je turistifikacije područja s razradom poučne šumske staze, Bioekološko-edukacijskog centra sa smještajnim kapacitetima, električnog broda te izgradnjom druge turističke infrastrukture čime se grad Otok pozicionira kao jedna od ulaznih točaka te buduće turističke zone;
- Vukovarsko-srijemska županija jedno je od bolje razvijenih turističkih područja kontinentalne Hrvatske, gdje se unutar Županija po stupnju turističkog razvoja posebno ističe Ilok, te potom Vukovar i Vinkovci;
- Područje Županije bilo je predmetom značajnih planskih inicijativa u posljednje 4 godine koje, ali se tek započinje s njihovom implementacijom;



- Karakterom panonski ruralni prostor, područje Otoka ekonomski se oslanja na poljoprivredu i preradu drveta;
- Kao i ostatku slavonske regije, demografski trendovi su negativni, ali je pad manje izražen u odnosu na ostatak regije, a stanovništvo je u prosjeku mlađe;
- Otočka suvara prepoznatljiv je znak grada, a Otočka kulenijada najpoznatiji događaj;
- Grad nema smještajnih kapaciteta i nalazi se na početku turističkog razvoja;
- Stanje posjećenosti i tržišna pozicija turistički uređenih zaštićenih područja prirode u Hrvatskoj pokazuje da postoji značajna potražnja za vodećim Nacionalnim parkovima, dok su druga zaštićena područja predmet manjeg interesa te u većoj mjeri domaćeg tržišta;
- Opremanje i regulacija takvih područja u skladu s najboljim svjetskim praksama postali su predmet snažnijih napora dionika u Hrvatskoj od ulaska u EU, te su dosad uglavnom bili usmjereni na potrebno planiranje;
- U tom smislu Hrvatska ima malo zaštićenih područja koja bi bila turistički uređena prema najboljem svjetskim praksama, što predstavlja priliku za prostor Spačvanskog bazena koji svoje uređenje temelji na suvremenim konceptima i tehnologijama;
- Od 1. siječnja 2020. godine na snagu stupa novi Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma koji strože uređuje zadatke turističkih zajednica te postavlja više kriterije za rad manjih turističkih zajednica. U skladu s novim Zakonom i tržišnim momentima (od kojih je projekt Vrata Spačvanskog bazena svakako jedan od najznačajnijih), pokrenuta je inicijativa za osnivanje turističke zajednice područja grada Otoka, općine Nijemci i općine Bošnjaci

## 4. STRATEŠKI OKVIR RAZVOJA TURIZMA ODREDIŠTA PRIRODNE BAŠTINE

### 4.1. SWOT analiza i strateška uporišta grada Otoka za dalji razvoj turizma

- SWOT analiza je alat u kojem se sažimaju snage (eng. Strengths), slabosti (eng. Weaknesses), prilike (eng. Opportunities) i prijetnje (eng. Threats) kod poslovnog poduhvata ili strateške odluke;
- Pritom se analiza prikazuje u dvodimenzionalnoj matrici gdje jedna dimenzija odvaja pozitivne (snage i prilike) od negativnih (slabosti i prijetnje) aspekata, a druga aspekte koji proizlaze iz internih prilika i odnose se na postojeće stanje (snage i slabosti) od onih vanjskih za čiji se utjecaj očekuje da će djelovati u budućnosti (prilike, prijetnje);
- Temeljem nalaza analitičkih poglavlja dokumenta, SWOT matrica grada Otoka u daljem razvoju turizma je sljedeća:

<b>SNAGE</b>	<b>SLABOSTI</b>
<p>Grad je prva formirana ulazna točka Spačvanskog bazena</p> <p>Lak prometni dostup (blizina koridora X)</p> <p>Lokalna poljoprivredna proizvodnja</p> <p>Jasan simbol grada koji ga diferencira u VSŽ (suvara)</p> <p>Obilje raspoloživog prostora za razvojne inicijative</p>	<p>Demografski trendovi</p> <p>Postojeća turistička ponuda / iskustvo u turizmu</p> <p>Tržišna prepoznatost Otoka i Spačve</p> <p>Kapacitet grada za uspostavljanjem samostalnog turističkog upravljanja</p> <p>Regionalni tržišni potencijal</p>
<b>PRILIKE</b>	<b>PRIJETNJE</b>
<p>Regionalna inicijativa u razvoju turizma (VSŽ)</p> <p>Novi nacionalni okvir regionalnog i lokalnog turističkog upravljanja (poticanje suradnji)</p> <p>Globalni turistički trendovi (porast potražnje za zaštićenim područjima i autentičnim lokalnim proizvodima)</p> <p>Visoka nezaposlenost – mogućnost alokacije rada u turističke koncepte (primarna / sekundarna aktivnost)</p>	<p>Liberalizacija vlasništva nad poljoprivrednim zemljištem – neizvjesni koncepti upotrebe</p> <p>Degradacija okoliša / nekontroliran razvoj</p> <p>Komercijalno neodrživi razvojni koncepti financirani iz javnih izvora</p> <p>Neodrživi upravljački modeli / pogoršanje dioničkih odnosa</p>

- Iz gornje matrice vidljivo je da je grad Otok u poziciji da snažnim prilikama nadvlada slabosti u situaciji malobrojnih prijetnji koje su slabijeg intenziteta i uglavnom proistječu iz mogućih planskih i upravljačkih grešaka na lokalnoj i regionalnoj razini.

Na temelju analitičke osnove i SWOT analize, moguće je postaviti sljedeća strateška uporišta budućeg razvoja koja su temelj postavljanja razvojne vizije:

- Spačvanski bazen ušao je u proces sofisticiranog i održivog turističkog razvoja putem javnih projekata te će se taj proces nastaviti u sljedećem razdoblju podižući razvojni potencijal okolnim jedinicama lokalne samouprave;
- Iako obiluje zaštićenim područjima, Hrvatska još nije uspjela isporučiti turistički koncept zaštićenog područja po uzoru na najbolje svjetske prakse (Novi Zeland, Australija, Skandinavija, Kanada). Pod pretpostavkom da će se Spačvanski bazen nadalje razvijati s početnim ambicijama kvalitete, to će ga diferencirati s mogućnosti ostvarenja boljih rezultata u odnosu na postojeća slična područja;
- Slavonija kasni za vodećim hrvatskim (Istra), a pogotovo srednjoeuropskim i mediteranskim (Toskana, Baskija, Alto Adige, Štajerska) regijama u zaštiti, promociji i podizanju vrijednosti autentične lokalne poljoprivrede i gastronomije. Slična je situacija i s razvojem ruralnog turizma koji je razvijeniji u susjednoj baranjskoj regiji. Planske inicijative i svijest lokalnog stanovništva jačaju u posljednjih 5 godina te će na području Županije i Grada u sljedećem razdoblju uslijediti prvi razvojni iskoraci koji obično donose i najveće pomake (imidž, ekonomija);
- Lokalna zajednica razmjerno je homogeno ekonomski orijentirana na poljoprivredu i preradu drveta. Postoji značajan neiskorišteni radni potencijal što u kombinaciji s urođenom gostoljubivosti u velikoj mjeri rješava demografske barijere i potrebnu radnu snagu za turistički razvoj;
- Grad Vukovar, ali u dobroj mjeri i cijelo područje Županije, su zbog nesretnih povijesnih okolnosti danas predmet posebne državne skrbi i razvojnih napora. Bude li lokalna zajednica ustrajna u formiranju kreativnih projektnih ideja i njihove implementacije, visoki su izgledi dohvaćanja sredstava iz javnih izvora.

## 4.2. Vizija, vodeće strategije i ciljevi razvoja turizma

Na temelju strateških uporišta te analizirane opće i turističke razvojne situacije predlažemo sljedeću viziju grada Otoka kao turističke destinacije 2030. godine:

*„Grad Otok je inovativna mala turistička destinacija smještena u skladnom ruralnom prostoru Zapadnog Srijema. Grad je glavna ulazna točka Spačve, zaštićenog područja prirode koje je na tržištu prepoznato po inovativnom i tehnološki naprednom konceptu turističke ponude. Lokalna zajednica razvija i individualno prilagođava turističku ponudu širokom krugu posjetitelja zainteresiranim za aktivnosti u jedinstvenom ruralnom i prirodnom okruženju, interpretaciju prirodnih fenomena i autentičnu gastronomiju visoke kvalitete. Kroz brojne suradnje i aktivno praćenje recentnih globalnih trendova, Grad razvija i promiče vrijednosti kreativnog stvaralaštva i inovacije.“*

Sljedeće su vodeće strategije u razvoju turizma grada Otoka:

1. **Grad Otok kao prva ulazna točka Spačvanskog bazena, koji ulazi u proces inteligentne turistifikacije u skladu s najboljim praksama razvoja ovakvih područja, prihvaća sva načela održivog razvoja turizma u čemu traži svoj prostor tržišne diferencijacije.** Osim sofisticiranih praksi u očuvanju okoliša, ovo podrazumijeva i prednost kvalitete u odnosu na brzinu razvoja. Grad Otok nema argumente u demografskom, lokalno poduzetničkom, niti u regionalnom tržišnom potencijalu potražnje za iniciranje kapitalnih turističkih projekata (ne računajući proces turistifikacije Spačvanskog bazena koji će se očekivano nastaviti dominantno iz javnih izvora) te je za njega ovakav pristup jedino moguć;
2. **Grad Otok lokalno inicira uspostavu mehanizama kontrole i označavanja kvalitete lokalnih proizvoda i usluga što aktivno pokreće i na regionalnoj razini.** U uvjetima tržišnih ograničenja, te posljedično sporog i održivog rasta, kvaliteta je glavni argument koji Otoku jamči jačanje pozicije na tržištu;

3. **Otok oblikuje svoju turističku ponudu za tržište budućnosti** prihvaćajući navike i potrebe generacija Y (milenijalci) i Z. Panonsku tradiciju i lokalni način života kombinira sa suvremenim turističkim tendencijama i tehnologijom na inteligentan i nenametljiv način, ostvarujući na tržištu diferenciran turistički proizvod po uzoru na najbolje svjetske prakse malih gradova koji su ulazne točke u zaštićena područja prirode;
4. **Ponuda i turističko upravljanje prilagođavaju se različitim tržišnim segmentima i nišama** razumijevajući osnovu svoje atrakcijske strukture (Spačvanski bazen) i njenog potencijalnog tržišta. Radeći na načelima kvalitete ispred volumena, Otok je spreman ugostiti i individualno prilagoditi ponudu svim zainteresiranim posjetiteljima;
5. **Razvoj i marketinške aktivnosti grade se i izvršavaju kroz brojne suradnje s županijskim tijelima i okolnim jedinicama lokalne samouprave, prvenstveno onima koji su u kontaktnoj zoni Spačvanskog bazena.** U kontekstu novog zakona o Turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, Otoku je u interesu inicirati i/ili uključiti se na dogovor na županijskoj razini oko modela turističkog upravljanja (osobito sa susjednim jedinicama lokalne samouprave) oko modela organizacije te kontinuirano surađivati na projektnoj razini.

Sljedeći su ciljevi razvoja turizma područja grada Otoka do 2030. godine:

- Dostizanje smještajne ponude od ukupno 400 kreveta u B&B, objektima ruralnog smještaja te hostelu/hotelu (200 do 2025.);
- Ostvarivanje 15.000 dolazaka i 40.000 noćenja turista (8.000 dolazaka i 15.000 noćenja do 2025.);
- Razvoj jednog događaja s više od 3.000 posjetitelja godišnje;
- Ugostiteljska ponuda od 8 restorana / OPG-a (3 do 2025.);
- Realizacija jednog ruralnog resorta na području Grada;
- Zaštita i/ili brendiranje barem jednog poljoprivrednog ili gastronomskog proizvoda s lokalnom oznakom (npr. Otočki kulen, Otočki fiš, ili sl.);
- Provedba polovine predloženih projekata i početak provedbe ostalih predloženih projekata ovim dokumentom.

### 4.3. Tržišno pozicioniranje i proizvodi

**Grad Otok se tržišno pozicionira kao inovativna mala slavonska destinacija koja svojim posjetiteljima nudi doživljaj prirodnog fenomena stare hrastove šume, te aktivno ili pasivno uživanje u idiličnom ruralnom krajoliku uz visoko kvalitetnu i autentičnu gastronomiju.**

**Razina kvalitete / cijena:** srednja s dugoročnom ambicijom prema višoj

**Ključni atributi destinacije:** ruralna, idilična, suvremena, kreativna

**Elementi diferencijacije:** inovacija, kvaliteta, gostoprimstvo

**Ciljani tržišni segmenti:** školske grupe, obitelji, touring grupe, parovi, mlađi individualni gosti (biciklisti, „backpackers“, gosti niša posebnih interesa (promatranje ptica, proučavanje prirode), lovci.

Za područje grada Otoka predlaže se razvoj sljedećih turističkih proizvoda:

1. **Kružna putovanja / ture** – uobičajeno se realiziraju kao putovanje kroz specifičnu destinaciju (obilazak), ili više njih s 2 do 7 noćenja, no u slučaju manjih destinacija/područja mogu se realizirati i kroz dnevni posjet. Dije se na individualna putovanja vlastitim vozilom i vođene ture autobusima koje zbog

parkirališnih zahtjeva imaju ograničenja za punktove tura. U slučaju destinacije Otok, najviše se može računati na uvrštavanje obilaska Spačvanskog bazena u veće vođene ture (npr. Tura Slavonije ili Tura Podunavlja) te na individualne ture Županije i/ili ukupnog područja Spačve;

2. **Posebni interesi** – podrazumijeva heterogenu skupinu tržišno manjih proizvoda koji imaju vrlo specifične i vjerne korisnike, kao npr. promatranje ptica, proučavanje arheoloških lokaliteta, poklonike ekstremnih sportova i sl. U slučaju grada Otoka siguran je razvoj proizvoda temeljen na promatranju ptica te proučavanju drugih životinjskih i biljnih fenomena u području Spačvanskog bazena. Dodatno je moguć razvoj niša povezanih sa specifičnim vanjskim aktivnostima i kreativnim stvaralaštvom za koji je potrebna i posebna turistička infrastruktura;
3. **Gastronomija** – turistički proizvod koji može biti primarni motiv dolaska posjetitelja u slučaju gastronomskih događaja (npr. Otočka kulenijada), odnosno posjeta visoko renomiranim OPG-ovima ili restoranima. Češće je sekundarni ili jedan od ravnopravnih motiva kod proizvoda kratkih odmora, ruralnog turizma, ili kružnih putovanja. Podrazumijeva mehanizme kontrole kvalitete u ukupnom lancu stvaranja gastronomske vrijednosti (od kvalitete namirnica do procedura pripremanja i posluživanja) te njihovo brendiranje. Privlači različite tržišne segmente, od kojih su parovi (mlađi, ali osobito stariji – tzv. eng. Empty nesters) s najvećom prosječnom potrošnjom;
4. **Ruralni turizam** – kao i u slučaju gastronomije može biti samostalni proizvod, ili jedan od dodatnih motiva proizvoda kratkih odmora ili kružnih putovanja. Postoje brojni tipovi ruralnog turizma, od kojih su najvažniji:
  - Agroturizam u kojem su posjetitelji smješteni na mjestu uzgajanja kultura i obično aktivno sudjeluju u procesu uzgoja, branja i proizvodnje. Najveći dio globalne ponude odnosi se na vinograde i vino, ali prisutni su i žitarice, masline, stočarstvo i izrada prerađevina, proizvodnja sira, rajčice, a kod nas i mandarine;
  - Ruralni resort u užem smislu u kojima se replicira tradicionalni seoski način života što podrazumijeva očuvanje, ili reinterpretaciju autentičnih sela, učenje običaja, folkloru i pripremu tradicionalnih jela.

Zajedničko svim tipovima proizvoda su ključni motivi i faktori uspjeha – spokoj, bijeg od svakodnevice i zdrav život. Grad Otok ima priliku razviti oba glavna podtipa proizvoda, pri čemu je za ruralni resort potrebno veće ulaganje, dok se agroturizam može razviti brže zbog već postojećih OPG-ova;

5. **Poticajna putovanja / incentive** – oblik poslovnih putovanja čiji su podtipovi team building putovanja i poticajna putovanja individualnim zaposlenicima. U okvirima kontinentalnog turizma Hrvatske, daleko češća je prva varijanta koja je već prepoznata u početnoj verziji projekta „Vrata Spačvanskog bazena“. Za njenu realizaciju nužna je dodatna infrastruktura u pogledu smještaja (potrebni su izdvojeni smještajni objekti hotelskog tipa, ruralnog turizma ili Bed&Breakfast), ponude hrane i pića (različiti restoranski objekti) te izgradnja poligona za različite aktivnosti.
6. **Kratki odmori** – jedna od najvećih skupina turističkih proizvoda koja podrazumijeva odmore od 2 do 5 dana, u ovom slučaju u prirodnom / ruralnom ambijentu (mada kratki odmori općenito podrazumijevaju i urbane destinacije). Najčešći gosti su parovi i obitelji, a za ovaj se oblik proizvoda posjetitelji obično odlučuju impulzivno sa željom za brzom i hitnom rehabilitacijom od svakodnevice. Destinacija se bira po skupu čimbenika (laka dostupnost, kvalitetan smještaj, aktivnosti, gastronomija) te je za njega lokalno potreban lanac turističke vrijednosti koji je dostatno snažan po svim karikama. Za grad Otok ovaj proizvod je cilj na dulji rok jer podrazumijeva kvalitetne i raznolike smještajne kapacitete te ponudu dostupnih aktivnosti koje korisnicima može osigurati zanimljiv i aktivan boravak od 3-4 dana.

## 5. OPERATIVNI OKVIR RAZVOJA TURIZMA

### 5.1. Uvod

Operativni okvir razvoja turizma podrazumijeva katalog konkretnih projekata usmjerenih na javni i privatni sektor koji se realiziraju na inicijativu grada Otoka, lokalnih poduzetnika i uz pomoć vanjskih partnera. Realizacija ovih projekata radno je intenzivan proces gdje Grad mora preuzeti ulogu inicijatora projekata što uključuje identifikaciju zainteresiranih partnera, realizaciju preduvjeta (određivanje lokacija, prilagodbu prostorno-planske dokumentacije) te poticanje i kontrolu projekata do njihovog izvršenja.

### 5.2. Ključni projekti

#### 5.2.1. Uvod

Vodeći računa o prethodno definiranim razvojnim strategijama i načelima destinacije, definiraju se sljedeći tipovi turističkih projekata:

- Organizacija destinacije i podizanje kapaciteta;
- Projekti podizanja turističke atraktivnosti;
- Projekti izgradnje turističkog smještaja;
- Projekti turističke infrastrukture.

#### 5.2.2. Organizacija destinacije i podizanje kapaciteta

##### ORGANIZACIJA I UPRAVLJANJE DESTINACIJOM GRAD OTOK

Uspostava organizacijskog modela i upravljanja destinacijom prioritetni je korak u realizaciji ove strategije, s obzirom da će ista podrazumijevati niz aktivnosti za koje moraju biti dodijeljene jasne odgovornosti. Formiranje TZ grada Otoka prethodna je inicijativa koju će u kontekstu novog zakona o turističkim zajednicama koji stupa na snagu 1. siječnja 2020. biti teško realizirati zbog strožih uvjeta za direktore turističkih zajednica, kao i odredbe da ukupni izdaci za plaće u TZ ne smiju prijeći više od 30% osnovnih prihoda TZ (onih od boravišne pristojbe i turističke članarine). Opredjeljenja u Strateškom razvojnom programu grada Otoka 2016. – 2020. idu u pravcu da upravni odjeli grada Otoka i ORA preuzmu dominantne funkcije svih grana gospodarskog razvoja pa tako i turizma, u suradnji s vanjskim partnerima, što je u ovom slučaju primarno TZ Vukovarsko-srijemske županije. Ministarstvo turizma i Glavni ured Hrvatske turističke zajednice sa stupanjem novog zakona na snagu najavljuju bitno snažnije poticaje udruživanju turističkih zajednica, kao i udruživanju turističkih zajednica s jedinicama lokalne samouprave udruživanjem istih u turističke zajednice područja, kao i udruživanje na projektima i aktivnostima (glava IV, te članci 53 i 54 novog Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma). Osim konkretnih fondova i sredstava za udružene turističke zajednice (i jedinice lokalne samouprave), najavljen je poseban fond za nerazvijena turistička područja, gdje grad Otok i okolne jedinice lokalne samouprave mogu tražiti svoju priliku s obzirom na indeks razvijenosti. Trenutno osim županijske turističke zajednice na području Županije djeluju samo TZ Vukovar, TZ Vinkovci, TZ Županje i TZ Iloka. U kontekstu situacije turističkog razvoja grada Otoka te opisanih vanjskih okolnosti, početkom 2020. godine pokrenuta je inicijativa za osnivanjem TZ područja koju bi činili grad Otok te općine Bošnjaci i Nijemci. Ovisno o rezultatu te inicijative, postoje tri mogućnosti upravljanja turizmom područja:

1. Grad Otok se uspješno udružuje u turističku zajednicu područja s općinama Nijemci i Bošnjaci. Sporazumom o udruživanju i statutom novoosnovane TZ područja definiraju se prava i obaveze. Novi Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma u članku 32 definira zadatke lokalnih

turističkih zajednica pri čemu postoji razlika u obuhvatu i mogućnostima za područja s više od milijun noćenja. Kako je Vukovarsko-srijemska županija u cijelosti još daleko od navedenog praga, ovaj kriterij na srednji rok ne može biti motiv udruživanja, već to može biti isključivo programska suglasnost i povjerenje aktera. Sinergijski učinci su neupitni, a trenutna gustoća turističke ponude i prometna povezanost nisu barijere da se područje Spačvanskog bazena radno pokrije jednom turističkom zajednicom. Međutim, dolaženje do ovakvih sporazuma je u hrvatskoj praksi (TZ Središnje Istre, TZ Baranje) bilo dugotrajno i zahtijevalo pomno upravljanje zbog mogućnosti financiranja manjih jedinica lokalne samouprave i lokalne percepcije koristi dobivenih udruživanjem. U slučaju uspješnog formiranja TZ Otok, Nijemci i Bošnjaci, za očekivati je da će njen kapacitet biti dostatan za izradu kataloga postojećih sadržaja, organizaciju događanja i razvoj proizvoda. Značajnije promotivne aktivnosti će se vršiti u suradnji s TZ Vukovarsko-srijemske županije, a razvoj kapitalnih projekata od strane ORA-e i gradskih upravnih odjela.

Sljedeće opcije upravljanja turizmom na raspolaganju su u slučaju da inicijativa osnivanja zajedničke TZ ne završi uspješno:

2. Upravni odjeli grada Otoka i ORA preuzimaju glavnu razvojnu odgovornost u turizmu, dok marketinške funkcije prepuštaju TZ Vukovarsko-srijemske županije.

Ovakav model znači kontinuitet postojeće situacije kao i poštivanje načela iz Strateškog razvojnog programa. To u osnovi znači da bi grad sa svojim tijelima i poduzećima preuzeo sve zadatke iz domene pripreme projekata, informiranja i angažmana lokalnih dionika, kao i pripreme marketinških materijala koji se dalje šalju TZ Vukovarsko-srijemske županije na konačno oblikovanje za online i offline marketinške platforme. S obzirom na obuhvat Spačvanskog bazena koji je proizvodno jedna cjelina (bez obzira na buduća iskustvena zoniranja), a osim grada Otoka obuhvaća 8 jedinica lokalne samouprave, ovo nije optimalna situacija. Međutim, ako nema već započetih pregovora oko udruživanja u ovom trenutku (prosinac 2019. godine), teško je očekivati da će se u prvih godinu dana implementacije strategije moći računati na drugačiji model.

3. Upravni odjeli grada Otoka i ORA preuzimaju glavnu razvojnu odgovornost u turizmu, ali uspostavljaju suradnju na razvojnim i marketinškim procesima u turizmu s drugim jedinicama lokalne samouprave (i njihovim turističkim zajednicama).

U ovom modelu značajno se podiže razvojna sposobnost ukupnog područja Spačvanskog bazena udruživanjem raspoloživih ljudskih i financijskih kapaciteta, kao i boljeg statusa pri kandidiranju za nacionalne i EU fondove (gdje Spačvanski bazen kao zaštićeno područje i dio mreže Natura 2000 ima povoljan status). Ovaj model također podrazumijeva pregovarački proces sa okolnim jedinicama lokalne samouprave oko prava i obaveza (uključivo one financijske) gdje treba uzeti u obzir da se može sklapati i više sporazuma oko različitih aktivnosti s različitim jedinicama lokalne samouprave. S obzirom na izloženi strateški okvir, prioritetni interes grada Otoka je ostvariti marketinšku i razvojnu suradnju s jedinicama lokalne samouprave Spačvanskog bazena na njegovom turističkom razvoju i opremanju, odnosno na razvoju ruralnog turizma i povezane poljoprivredne proizvodnje više dodane vrijednosti sa svim jedinicama lokalne samouprave u Županiji.

Treba napomenuti da je u kontekstu formalnog (TZ područja) ili neformalnog udruživanja bitna odgovornost županijske TZ koja sukladno zakonu mora biti obaviještena i odobriti sve oblike udruživanja. U kontekstu dalje razrade ovog plana pretpostavit ćemo da će se u prvih godinu dana implementacije upravljačka platforma sastojati od upravnih odjela grada Otoka, ORA-e uz pomoć županijske TZ, a da od 2021. djeluje TZ Otok-Bošnjaci-Nijemci. Konačno, predložimo sljedeće korake:

- Sastanak gradonačelnika i načelnika jedinica lokalne samouprave Spačvanskog bazena s temom buduće turističke organizacije / suradnji i usuglašavanje oko prijedloga;
- Iznošenje prijedloga na skupštini TZ VSŽ (poželjno u što širem sastavu) kako bi prijedlog dobio svoju legalnu potvrdu kroz zakonska tijela turističkog upravljanja;
- Započinjanje aktivnosti prema novom ustroju (neovisno o njegovom sadržaju).



## EDUKACIJA I PODRŠKA PODUZETNICIMA I STANOVNIŠTVU O STRATEGIJI RAZVOJA TURIZMA I POVEZANIM PRILIKAMA

### Polazište projekta

Poboljšanje konkurentne sposobnosti turističkih aktivnosti ima za preduvjet harmoničan doprinos ukupne lokalne zajednice razvojnom procesu, što je posebno važno kod destinacija na početku turističkog razvoja poput grada Otoka. Povećanje profesionalnosti i razumijevanje zaposlenika i poduzetnika u turizmu je proces koji se stiže „iz prve ruke“, ali i kroz proces obrazovanja i osposobljavanja. Uz to, profesionalizam ljudskih resursa turističkih djelatnika značajno utječe na kvalitetu imidža destinacije. Uz edukaciju turističkih djelatnika, potrebno je podići svijest lokalnog stanovništva i potaknuti posvećenost novoj strategiji razvoja turizma te podići svijest o važnosti turizma za gospodarstvo područja.

### Koncept

Iako se može reći da su ljudi na području Otoka općenito gostoljubivi, razina profesionalnosti i kvalitete pružanja usluga zahtijevat će kontinuirana poboljšanja. Ovaj edukacijski projekt predlaže i uči ključne strategije za ukupno poboljšanje kvalitete usluga turističkih djelatnika. Posvećenost i predanost lokalne zajednice turizmu je ključ zdravog i kvalitetnog razvoja turizma, jer na taj način cijela destinacija gradi sliku o sebi u mislima posjetitelja. Koncept obuhvaća:

- Organizaciju javne prezentacije za lokalno stanovništvo kao prvi korak nakon usvajanja Strategije i drugih relevantnih dokumenata - upoznati mještane o modelu, konceptu i prijedlozima za razvoj turizma Otoka, što uključuje sve ključne elemente Strategije odredišta prirodne baštine, Marketinškog plana i Plana upravljanja posjetiteljima;
- Internu kampanju kako bi se istakle nove prilike i razvojne mogućnosti u turizmu za lokalne poduzetnike i stanovništvo, kao i važnost održivog razvoja u svrhu zaštite i očuvanja prirodnih i kulturnih resursa područja (oglasne ploče na području grada, web stranice grada);
- Organizaciju „Okruglog stola“, jednom u 6-12 mjeseci s aktualnim temama u turizmu Otoka, gdje se predstavlja stanje u razvoju ključnih projekata, odnosno stanje razvoja projektnih prilika za male i srednje poduzetnike;
- Termine savjetovanja u gradu i/ili ORA-i oko projektnih mogućnosti i podrške.

### Zahtjevi projekta (prostorni, tehnički i ljudski)

Izuzev samih konkretnih programa edukacije, ovaj projekt zahtjeva koordinaciju unutar grada i TZ VSŽ kao i prostore gdje bi se mogli održavati okrugli stolovi i dani turizma. Za potrebe konkretne edukacije se angažiraju profesionalne edukacijske institucije / poduzeća specijalizirana za pojedino područje.

### 5.2.3. Projekti podizanja turističke atraktivnosti

Projekti podizanja turističke atraktivnosti prije svega imaju namjeru olakšati korisnicima prostora (gostima i stanovnicima) kretanje prostorom na informativan, zabavan i edukacijski način te dati svježiu i novu dimenziju života stanovnicima kao i potpuniji doživljaj gostima Otoka.

#### TURISTIČKA SIGNALIZACIJA

##### Polazište projekta

Na području destinacije trenutno ne postoji integrirani sustav turističke signalizacije i interpretacije, pa su stoga posjetiteljima uskraćene informacije o ključnim karakteristikama / kapacitetima, osobito u kontekstu razvoja projekta Spačvanskog bazena unutar kojeg su već postavljeni standardi signalizacije koji se odnose na informacijske table.

Ovim projektom formira se koherentan, praktičan i integrirani sustav turističke signalizacije i interpretacije, koji treba sadržati informacije na dva jezika (hrvatski-engleski). Pri turističkom označavanju i interpretaciji,

koristiti će se materijali, boje i dizajn karakteristični za ovo područje, što je izuzetno važno u zaštićenim područjima, jer nepažljivi odabir načina signalizacije i interpretacije može imati negativan efekt na vizualni aspekt, te doživljaj okruženja.

### Koncept

Sustav turističke signalizacije ključan je element u razvoju turizma svake destinacije, jer osim što pruža informacije o turističkim atrakcijama, resursima, uslugama, tematskim turama, itinerarima i slično, on gostima daje sigurnost i ulijeva povjerenje. Shodno tome, cilj ovog projekta je osmisliti, definirati, dizajnirati i organizirati homogen i koherentan sistem turističkog označavanja, koji uključuje glavne resurse područja, atrakcije i turističke usluge (hrana i piće, smještaj, aktivnosti i sl.). Sustav turističke signalizacije potrebno je kreirati prema prioritetima i lokalnim karakteristikama destinacije (mjesto koja se moraju posjetiti, odabir materijala i boja, te informacija koje se daju posjetiteljima).

Poseban zadatak je ishoditi postavljanje turističke signalizacije na magistralnim prometnicama za ključne atrakcije, a osobito po mogućnosti postaviti turističku signalizaciju za posebni rezervat Lože uz autocestu. U nacionalnim okvirima ovaj proces još nije administrativno standardiziran te stoga iziskuje dodatan napor.

### Opisi aktivnosti – sastavnica koncepta

- Kreiranje različitih razina sustava signalizacije:
  - Promocija: identifikacija i promocija resursa i atrakcija područja Otoka
  - Destinacija: identifikacija dolaska / ulaska i odlaska / izlaska iz destinacije
  - Informacije: informacije o mjestima i lokacijama (destinacija, resursi, atrakcije, karakteristike)
- Kreiranje različitih kategorija signalizacije:
  - Tematski znakovi itinerara specijalnih interesa i tura: npr. Pješačke i biciklističke staze, tura povijesnih spomenika i sl.)
  - Informativni i interpretativni paneli: kreiranje informativno-interpretativnih panela sa mapama, informacijama o turističkim atrakcijama, karakteristikama i povijesti, resursima, uslugama (sa tel. brojevima, itd.)



### Zahtjevi projekta (prostorni, tehnički i ljudski)

- Izrada projekta interpretacije u svrhu integracije različitih točaka od interesa na području Otoka;
- Izrada projekta eksterne signalizacije (sa glavnih prometnica na ulasku u destinaciju pokazujući put prema glavnim atrakcijama);
- Izrada projekta interne signalizacije (sa glavnih pristupnih pravaca tako da se označavaju glavne atrakcije i usluge);
- Uređenje lokacija i postavljanje signalizacijskih i interpretacijskih znakova, ploča i panela.

## **RAZVOJ AUTENTIČNE GASTRONOMSKE PONUDE I POVEĆANJE POVEZANE POLOPRIVREDNE PROIZVODNJE**

### Polazište projekta

Autentična gastronomska ponuda jedan je od nužnih elemenata uspješnih turističkih regija i destinacija, pri čemu su turističke regije Mediterana i Srednje Europe globalni lideri u različitim segmentima razvoja lokalne gastronomije: proizvodnji brendirane hrane (Toskana, Emilia Romagna), oblikovanju restoranske ponude i sustavima kontrole kvalitete (Baskija, Katalonija), razvoju i brendiranju lokalnih proizvoda (Štajerska, Wachau dolina, Pamplona) i konzistentnom korištenju lokalnih proizvoda za brendiranje cijele regije (Alto Adige). Pozicija i mogući rang ambicija Županije i grada Otoka u turističkom razvoju zasad nije usporediva s ovim regijama, što ne znači da nije moguće napraviti bitne pomake na ovom polju koji mogu donijeti višestruke pozitivne učinke u

razvoju ukupnog turističkog proizvoda, prepoznatljivosti Otoka i Spačvanskog bazena i lojalnosti tržišta potražnje. Županija i Grad dominantno su ruralna regija, u njoj posluje niz autentičnih malih proizvođača što čini dostatnu bazu za započinjanje gradnje tržišno prepoznatljive gastronomske prepoznatljivosti.

### Koncept

Izgradnja gastronomske autentičnosti ima snažnu projektnu podlogu u aktivnostima Ministarstva gospodarstva (gourmet projekt započet 2017. godine i usmjeren na katalogizaciju i uspostavljanje nacionalnog okvira izgradnje gastronomije više vrijednosti) te recentnih najava Ministarstva turizma. Županija i Grad, kao i buduća upravljačka struktura destinacije mogu iskoristiti ovaj trenutak pod pretpostavkom prethodnog identificiranja i okupljanja zainteresiranih lokalnih dionika. Sustav uključenih institucija javnog sektora može djelovati kao inicijator i pospješitelj procesa, kako bi postojećim i budućim subjektima privatnog sektora omogućili rast i razvoj gastronomske ponude i povezane poljoprivredne proizvodnje. Dodatan povoljni element čini liberalizacija vlasništva nad poljoprivrednim zemljištem u RH koje stupa od 1. siječnja 2020. godine, a koje će omogućiti strano vlasništvo. Ovakav razvoj podrazumijeva sljedeće korake, od kojih su početni dijelom trebali biti realizirani kroz nacionalni Gourmet projekt:

- Identifikacija i okupljanje dionika koji se bave proizvodnjom i/ili pripremom lokalne gastronomije;
- Identifikacija autentičnih lokalnih proizvoda, jela i pića;
- Razvoj i uspostava standarda pripreme, isporuke i serviranja autentičnih jela;
- Razvoj sustava kvalitete (oznake, kriteriji, procesi verifikacije);
- Edukacija lokalnog stanovništva i zainteresiranih poduzetnika o standardima lokalnih jela i sustavima kvalitete;
- Poticaji / olakšice za proizvođače uključene u lanac vrijednosti pripreme i isporuke lokalnih autentičnih proizvoda putem internog marketinga, uvođenja inovativnih modela raspolaganja zemljištem i pomoći pri aplikacijama za nacionalne i međunarodne fondove, pod uvjetom da se radi na kulturama koje Županija i/ili destinacija prepoznaju kao strateške.



### Zahtjevi projekta (prostorni, tehnički i ljudski)

Ovakav proces iznimno je komunikacijski zahtjevan i spada u radno intenzivnu kategoriju razvoja turističkih proizvoda, što podrazumijeva da su njegovi glavni nositelji djelatnici iz sustava TZ. Uspješno okončanje početnih dijelova opisanog procesa značajno pospješuje mogućnost kasnijeg turističkog brendiranja.

### Tržišni koncept

Gastronomski brendovi destinacije postaju ključni elementi komunikacijskih poruka prisutni i naglašeni na svim punktovima turističke ponude, motivi organizacije događanja, a uključenim dionicima (proizvodnja, priprema, isporuka) omogućuju postepeno podizanje vrijednosti i profitnih marži.

## 5.2.4. Projekti izgradnje smještajnih kapaciteta

### BED & BREAKFAST KONCEPT

#### Polazište projekta

Područje Otoka trenutno nema smještajnih kapaciteta, a zbog sadašnjeg stanja s turističkim proizvodom i konkurentnosti nije realno očekivati investicije u veće objekte kolektivnog smještaja. Stoga je potrebno motivirati (postojeće i one koji to razmišljaju) ponuđače smještaja u domaćinstvu da razmisle o ponudi uz smještaj i doručak (tzv. koncept engl. bed & breakfast – B&B). B&B objekti su u Europi atraktivan i rastući tip smještaja te se u posljednjih 10 godina često nalaze kao preporučeni tip smještaja za regije i destinacije u Hrvatskoj. Operativni plan razvoja cikloturizma Vukovarsko-srijemske županije iz 2017. godine sa standardima također prepoznaje potrebu razvoja ovakvih sadržaja (pod nazivom Bike and bed).

#### Koncept

Bed&breakfast koncept odnosi se na jednostavni smještajni objekt, najčešće s 5 do 10 smještajnih jedinica koji osim usluge smještaja nudi i doručak. Bed&breakfast objekti su često adaptirane obiteljske kuće u kojima živi i sam domaćin, a odlikuje ih autentičan stil i prepoznatljivi detalji u unutarnjem dizajnu, kao i ponudi hrane (doručak). Pozicioniranje, razina opremanja i cijena objekata varira od razine hostela sve do razine hotela 4\*.

#### Opisi aktivnosti – sastavnica koncepta

Koncept tipično uključuje:

- Smještajne jedinice koje su najčešće organizirane tako da nude različite opcije:
  - Krevet u višekrevetnoj sobi s dijeljenom kupaonom;
  - Samostalnu sobu s dijeljenom kupaonom;
  - Samostalnu sobu s privatnom kupaonom.
- Bogat doručak s autentičnom / prepoznatljivom ponudom (najčešće temeljenom na lokalnoj tradiciji) koji se servira u zajedničkoj kuhinji, blagovaoni, ili (rjeđe) u spavaćoj sobi;
- Kvalitetan pristup Internetu;
- Tematizacija / dizajn nisu obavezni, ali doprinose tržišnoj prepoznatljivosti, lojalnosti posjetitelja, a time i poslovnom rezultatu;
- Osnovna infrastruktura za skladištenje i održavanja bicikla;
- B&B objekti često imaju neke dodatne prepoznatljive sadržaje (npr. manji vanjski bazen, igraće konzole, kablovska tv, mogućnost kupnje lokalnih proizvoda).



#### Zahtjevi projekta (prostorni, tehnički i ljudski)

B&B su privatni smještajni objekti kojima se upravlja samostalno ili obiteljski, podjednako često kao primarni i sekundarni izvor prihoda. Dodatna mogućnost je da se prostori u vlasništvu jedinica lokalne samouprave daju u najam zainteresiranim poduzetnicima u svrhu operiranja B&B ili hostelskih objekata.

- Investicija u novoizgrađene B&B objekte po kvadratnom metru s opremanjem iznosi kao i gradnja obične kuće/stana jednake veličine;
- Prosječna cijena po noćenju uvelike ovisi o pozicioniranju i kvaliteti samog proizvoda i kreće se u rasponu od:
  - 40 EUR za krevet u spavaonicama s dijeljenom kupaonicom;
  - 100 EUR po osobi u bolje uređenim objektima gdje se spava u zasebnim većim i bolje uređenim sobama (jednokrevetnim ili dvokrevetnim) s vlastitom kupaonicom.

## EKO ETNO SELO / RURALNI RESORT

### Polazište projekta

Koncept eko-etna sela temelji se na konceptu sela, ali kao turističko naselje koje se na inovativan način formira za pružanje turističkih usluga. Prijedlog je da se na području Otoka formira barem jedno ovakvo turističko naselje u njegovoj ruralnoj (ravničarskoj) zoni, što uključuje i mogućnost da neki od postojećih ponuđača smještaja ili OPG-ova preraste prema ovom konceptu. Postojeći primjeri u kontinentalnoj Hrvatskoj (prije svega na području Baranje) pokazuju da postoji tržišni interes za konceptima koji uključuju ponudu kvalitetnih smještajnih kapaciteta s dodatnim sadržajima, istovremeno interpretirajući tradicionalan način života u ruralnom području. Ovakav razvoj omogućuje poslovanje tokom cijele godine, te diversificira i specijalizira opću turističku ponudu Otoka.

### Koncept

Ruralno eko-etno selo predlaže se ili kao novi (greenfield) projekt, ili kao nadogradnja za postojeće projekte, a sastoji se od smještajnih kapaciteta u autentičnim i/ili ruralno dizajniranim kućicama, ulaznog objekta, eventualno manjeg objekta za opuštanje (mala sauna), ugostiteljskog objekta, komercijalno-uslužnih objekata, manjeg seoskog trga i ostalih uslužnih sadržaja.

### Struktura konceptualnog prijedloga

Kategorija naselja se pretpostavlja na razini 3/4 zvjezdice, a čine ga:

- 10 - 20 ruralnih kućica za po 4 do 6 osoba,
- Svaka kućica ima svoju kuhinju i dnevni boravak u prizemlju, te spavaće sobe na katu,
- Površina svake kućice može iznositi između 50 i 80 m<sup>2</sup>,
- Ulazni / prihvatni objekt sa recepcijom u centralnom dijelu naselja, te manjim prostorom za sastanke / događaje,
- Ugostiteljski objekt – bar i restoran sa autohtonom i ekološki proizvedenom hranom i ostalim specijalitetima zdrave hrane,
- Manji seoski trg sa klupicama i cvijećem te nekim elementima zabave,
- Komercijalni sadržaj poput male trgovine / suvenirnice,
- Objekt za iznajmljivanje i spremanje rekreacijske opreme.



### Zahtjevi projekta (prostorni, tehnički i ljudski)

Eko-etno selo je privatni projekt gdje je bitno odrediti dobru potencijalnu lokaciju (ca. 2 do 5 hektara). Javni sektor ima ulogu osigurati potrebne dozvole, uključujući potrebne izmjene u prostornom planu jedinice lokalne samouprave (ako je potrebno). Projekt osmišljavanja detaljnog sadržaja potrebno je povjeriti stručnjacima za ovu vrstu atrakcije, koji često osiguravaju i vođenje projekta te mogu osigurati sve potrebne logističke resurse.

### Tržišni koncept

Projekt je namijenjen domaćem i stranom tržištu sa fokusom na obitelji (tijekom visoke sezone), parove, grupe i korporativne goste (pred i post sezona) sa glavnim motivom – aktivan ili pasivan odmor u ruralnom predjelu.

## HOSTEL I CENTAR ZA MLADE

### Polazište projekta

Aktualni Strateški razvojni program grada Otoka razvoju kulture posvećuje poseban razvojni cilj (4) s mjerama 4.2.1. Očuvanje kulturnog naslijeđa i oživljavanje narodnih običaja i 4.2.2. Poticanje kreativnosti i kulturnog stvaralaštva. Navedeni ciljevi usko su povezani s izgradnjom turističke ponude, dok destinacije prepoznate po kulturnom stvaralaštvu ostvaruju održivu konkurentsku prednost na turističkom tržištu.

### Tržišno uporište

Iako mlađi segmenti posjetitelja ne spadaju u primarne tržišne grada Otoka (ako isključimo školske grupe), projekt ima značajno utemeljenje u potrebama mlađih segmenata lokalnog stanovništva. U turističkom smislu ovakav smještajni sadržaj visoko je kompatibilan s cikloturistima mlađe i srednje dobi, odnosno posjetiteljima različitih umjetničkih radionica ili rekreativnih programa. Specifične direktne koristi su u tome što takvi proizvodi imaju visok potencijal cjelogodišnjeg poslovanja, odnosno u privlačenju mladih koji na temelju prvog iskustva mogu postati kasniji gosti po osnovama nekih drugih proizvoda s većom potrošnjom, što znači da ovakvi projekti imaju potencijal privlačenja i gradnje kasnije lojalnosti (sličnu ulogu u obalnim destinacijama ima proizvod kružnih putovanja / cruisinga).

### Koncept

Hostelski objekti uključuju raspon usluga sličan hotelima (ali u prosjeku nešto reducirani i u pravilu skromnijeg pozicioniranja), odnosno studentskih hotela (s kojima dijele pozicioniranje, ali smještajne jedinice imaju manje kreveta, a korisnici se u studentskim hotelima zadržavaju duže). Manje su razlike među objektima prisutne i u ovisnosti od lokacije (gradski, ruralni, u zaštićenim prirodnim/kulturnim područjima, itd.). U ovom slučaju riječ je složenom konceptu, jer se s hostelom treba kombinirati i centar za mlade kao sadržaj koji u isto vrijeme služi lokalnoj i regionalnoj mladeži, ali i kao dodatni izvor punjenja hostela. Posebno su izdašni, i za ovakav tip koncepta važni, vanjski prostori.

### UNUTARNJI DIO

#### *Hostelski dio*

- 20 - 40 kreveta u dvokrevetnim, četverokrevetnim i šesterokrevetnim sobama (od čega barem dvije dvokrevetne sobe za osobe s posebnim potrebama);
- Recepcija i uredski prostori;
- Šank, kuhinja i blagavaone koji uključuju jednostavnu ponudu;
- Prostor za odlaganje prtljage / bicikla;
- Multifunkcionalni lounge/kafić/prostor za aktivnosti i događanja;
- Servisne funkcije (pranje rublja, spremišta, itd.).

#### *Centar za mlade*

- Prostorije centra za mlade sa skladištima do 100 m<sup>2</sup> uključuje osnovnu opremu za video, likovne i glazbene umjetnosti.

### VANJSKI DIO

- Parking;
- Vanjski kafić;
- Pozornica za događaje;
- Prostor za vanjsku rekreaciju (yoga, tai-chi, meditacije);
- Vanjski prostori za umjetničke radionice;

Ovisno o varijantama poslovnog modela, moguća je potreba za jasnom razdiobom prostora hostela i centra za mlade. Predlaže se da hostel bude „pet friendly“, sadržava osnovnu infrastrukturu za bicikle te svoju komercijalizaciju i marketing održava u potpunosti online kanalima (web, društvene mreže, itd.).

Centar za mlade trebao bi biti povezan sa županijskim kulturnim i obrazovnim institucijama, kao i NVO.

U segmentu korištenja objekta, preporuča se „živi koncept“ prvenstveno usmjeren kreativnom stvaralaštvu budućnosti, odnosno suvremenim (pa čak i avangardnim) likovnim, glazbenim i izvedbenim umjetnostima, s obzirom da se na taj način centar (kao i Otok kao turistička destinacija) tržišno orijentiraju i promoviraju za budućnost. Šire područje obuhvata (prije svega Vinkovci) važe za jednu od kontinuirano najvitalnijih rok scena regije u posljednjih 30 godina. Posebnu potencijalnu korist čini organizacija „literarnih rezidencija“ koju bi ovakav koncept fizički omogućio, a gdje se uz različite potpore (Grad, Županija, Ministarstvo kulture, EU) omogućava mladim renomiranim piscima da kroz literarna djela nastala tijekom rezidencije promoviraju destinaciju.

U komercijalnom dijelu i u suradnjama s različitim individualnim umjetnicima i institucijama, moguća je organizacija različitih škola (glazbeni tečajevi, početne i napredne škole sviranja instrumenata, škole kreativnog pisanja, škole različitih izvedbenih umjetnosti) koje u slučaju uspješnog razvoja i s obzirom na sve veću potražnju mogu biti vrlo isplative.

Jedan od ključnih faktora uspjeha je primjeren smještaj i dizajn ovakvog objekta te se preporučaju izolirane i smirene ruralne lokacije, ili smještaj u upečatljivom dijelu samog grada Otoka.

#### Poslovni model

Sljedeće su varijante poslovnog modela:

- Javni sektor (Grad) razvija i operira ukupni projekt kao javni (uz pomoć eventualnog sufinanciranja iz javnih nacionalnih i EU izvora), a potom se centar za mlade operira od strane ORA-e, grada i/ili nekog javnog tijela na način da hostel financira djelatnosti centra za mlade;
- Javni sektor (Grad ili Županija) razvija ukupni projekt kao javni (uz pomoć eventualnog sufinanciranja iz javnih nacionalnih i EU izvora), hostel se zajedno s dijelom hrane i pića daje u najam zainteresiranom poduzetniku, dok centrom za mlade upravlja grad i/ili neko javno tijelo;
- Ukupni projekt se razvija kao javno-privatno partnerstvo s unaprijed odabranim poduzetnikom, gdje se projekt sufinancira s obzirom na buduće korišteni prostor. Poduzetnik operira hostelom, a centrom za mlade upravlja grad i/ili neko javno tijelo.

#### Očekivane performanse

- U slučaju izgradnje novog objekta (bez zemljišta) i s potrebnim unutarnjim i vanjskim uređenjem, ovakav se projekt može izvesti 800 tisuća do milijun EUR, a moguća je i konverzija i/ili dogradnja postojećeg ruralnog objekta;
- Ako je riječ o rekonstrukciji, cijena bi trebala biti i manja, ovisno o stanju građevine i infrastrukturnih sustava;
- S obzirom na broj kreveta i tržišne standarde (zauzetost kreveta 25%, prosječna prodajna cijena kreveta 20 EUR), može se očekivati godišnji prihod hostela u stabilnoj godini (uključujući prihod hrane i piće) u visini od 70 do 100 tisuća EUR;
- Gornji prihod ne uključuje dodatne prihode kao što su događaji, posebno organizirani tečajevi i radionice, odnosno drugi elementi proizvoda i usluga koji mogu biti predmet kasnijih faza planiranja;
- Procjenjujemo da je prosječna potreba za radnom snagom (koja se može rješavati angažmanom radnika ili volontera) u prosjeku 4 ljudi prema satima rada.

#### Ogledni primjeri:



Freezer Hostel & Culture Center, Island, <https://www.thefreezerhostel.com/>



Phoenix Hostel and Cultural Centre, <http://www.phxhostel.org/>



## 5.2.5. Projekti turističke infrastrukture

### TURISTIČKI INFOMATIVNI PUNKT „GRAD OTOK“

#### Polazište projekta

Provedbom projekta „Vrata Spačvanskog bazena“, kao i implementacijom rješenja zacrtanih ovom Strategijom grad Otok se pored ostalog razvija i kao ulazna točka Spačvanskog bazena. Optimalno korištenje takve pozicije podrazumijeva razvoj adekvatne turističke infrastrukture, odnosno izgradnju fizičke ulazne točke u gradu gdje se turisti dočekuju, upoznaju s lokalnom ponudom i uslugama te dobivaju sve potrebne informacije za dalje turističko istraživanje područja.

#### Tržišno uporište

Praksa susjednih, turistički konkurentnijih, zemalja ukazuje na pažljivo formuliran i izveden sustav turističkih informativnih centara. Njihovi suvremeni koncepti prerasli su informativnu funkciju i postali kombinacija informativnih, interpretacijskih, prezentacijskih i ugostiteljskih usluga za posjetitelje, osobito na ulaznim punktovima u područja s razmjerno malom gustoćom turističke ponude. S obzirom na nedostatak turističke ponude i očekivane afirmacije grada Otoka razvojem Spačve, postoji potreba za razvojem polivalentnog i pažljivo koncipiranog sadržaja ovakve vrste.

#### Koncept

Predlaže se objekt veličine 200 do 300 četvornih metara prostora sa sljedećim sadržajima:

- Informacijski dio - turistički info punkt koji se formira u suradnji TZ Vukovarsko-srijemske županije i destinacijskim menadžerom (koji će vjerojatno biti novoosnovana TZ područja Otok-Nijemci-Bošnjaci), a sadrži:
  - Policu s promotivnim materijalima turističke i povezane ponude područja;
  - Digitalni info kiosk na kojem posjetitelji sami mogu istraživati ponudu i tražiti dodatne informacije;
  - Prodavaonica lokalnih proizvoda i suvenira.
- Manji interpretacijski dio koji se bazira na motivima i pričama o otočkoj suvari, Spačvi i lokalnoj gastronomiji (prije svega kulenu) i to na način da su eksponati i prezentacija prilagođeni široj publici te jednostavni i robusni zbog jednostavnosti održavanja, s obzirom da ovo nije klasični interpretacijski objekt koji će biti stručno održavan i upravljan;
- Dvoranu za sastanke koja se koristi u svrhu primanja zainteresiranih novinara/blogera, turističkih agenata te drugih VIP gostiju Otoka i Spačve;
- Suvenirnicu u kojoj se mogu prodavati i lokalni prehrambeni proizvodi, ovisno o potrebama i dogovoru lokalnih dionika (prije svega OPG-ovi);
- Manji ugostiteljski objekt s jednostavnom ponudom pića i autentičnih lokalnih jela, koja se osim komercijalne funkcije oblikuje na način da može ugostiti prezentacije / degustacije proizvoda lokalnih proizvođača.

Predlaže se smještaj u centralnom dijelu grada Otoka, a idealno u blizini suvare koja se onda može uklopiti u interpretaciju.

#### Poslovni model

Opcije poslovnog modela ovise o dogovoru lokalnih dionika oko uspostavljanja strukture upravljanja razvojem turizma, kao i dogovoru s drugim relevantnim institucijama na klsterskoj i županijskoj razini (županijski i klsterski TZ, eventualno Županija):

- Centrom upravlja ORA. U slučaju da dođe do dogovora između lokalnih poduzetnika i općine, ovo je najučinkovitija upravljačka opcija koja osigurava integralno upravljanje ukupnim centrom, kao i uključenost lokalnih poduzetnika. U tom slučaju isti moraju biti uključeni u konačno koncipiranje i postavljanje načela upravljanja centrom;

- Centrom upravlja TZ područja (Otok-Bošnjaci-Nijemci) koji preuzima koncipiranje dijela turističkog info punkta te sadržaja i oblikovanja prodajnog centra, ali se zbog zakonskog tretmana TZ-ova u Hrvatskoj sve komercijalne funkcije moraju prebaciti na drugi subjekt;
- Centrom upravlja grad Otok koja dio funkcija daje u najam. Ovo je posljednja preporučena opcija, u slučaju da nijedna prethodna nije ostvariva.

Preporuča se prva opcija upravljanja, jer jedina osigurava direktno zastupanje lokalnih interesa, odnosno najveću odgovornost uparuje s najvećim interesom te osigurava integralno upravljanje centrom bez komadanja upravljačkih funkcija. Ovakvi centri uobičajeno rade dvokratno radnim danima uz poseban režim vikendima po potrebi, s tim da ukupno radno vrijeme ne prelazi 8 sati dnevno. Centar posluhuje jedan zaposleni, uz dodatne neformalne angažmane prema potrebi (termini najveće posjete Spačvi i događaji).

## AVANTURISTIČKI PARK

### Polazište projekta

Jedinstvena prirodna aktivnost Spačve kao hrastove šume omogućava ekološki neinvazivnog avanturističkog parka koji gradu Otoku i ukupnoj destinaciji Spačvanskog bazena otvara mogućnost razvoja zabavnog i inovativnog proizvoda koji privlači aktivne goste i proširuje ponudu cijelog područja.

### Koncept

Adrenalinski park postaje atrakcija koja gostima Otoka i okolnih jedinica lokalne samouprave pruža raznovrsne aktivnosti i zabavu u prirodnom okruženju. Moguće lokacije Parka su u dijelovima Spačve s manje strožim režimima zaštite. Dodatan kriterij je razmjerno lagan dostup, odnosno smještaj blizu magistralnih puteva.

Avanturistički park se sastoji od dva dijela - dio sa tzv. 'blagim' aktivnostima u prirodi, poput engl. *high ropes course-a*, te drugog dijela sa 'grubim aktivnostima' poput *paintball-a*, i slično.

Osim sudjelovanja u aktivnostima samostalno (sa visokom razinom zaštite gostiju), odrasli i djeca mogu u okviru parka uživati u ponudi i konceptu učenja - npr. u škola penjanja, ili škola vožnje biciklom. Nadalje, centar za iznajmljivanje opreme, te trgovina s potrebnom opremom za iznajmljivanje / prodaju je na raspolaganju u parku. Obzirom na bogatu ponudu aktivnosti, avanturistički park je također i atraktivna ponuda za organiziranje *team-building* aktivnosti za poslovne subjekte.

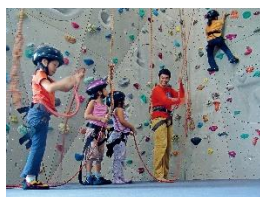
Uz standardnu ponudu aktivnosti i doživljaja, park mora sadržavati i objekt sa ponudom hrane i pića (preferencijalno lokalne ponude hrane), trgovinu sa suvenirima odnosno lokalno proizvedenih proizvoda (objekt je manji kompleks koji uključuje i gore navedenu trgovinu opreme za najam / kupnju).

### Opisi aktivnosti – sastavnica koncepta

**High ropes course** - grupiranje različitih prepreka na visini od otprilike 5 - 6 metara iznad zemlje. Korisnici ga prolaze u krugu, jednu po jednu prepreku.



**Škola penjanja** – namijenjeno prvenstveno obiteljima čija djeca prvi puta dolaze u susret s konceptom penjanja (na drvo, zid ili brdo), gdje specijalizirani programi namijenjeni specifičnim uzrastima se provode tijekom nekoliko sati i uče se elementarni pojmovi i aktivnosti penjanja.



**Paintball** – teren namijenjen paintball-u sa interesantnim i zanimljivim barijerama, raznolikim terenom smještenim u prirodnom ambijentu (preferencijalno u šumi) i mogućnosti primanja barem 12 istovremenih korisnika.



**Orijentacijske igre** – namijenjene prvenstveno *team-building* aktivnostima, sastoje se od raznih istraživačko društvenih aktivnosti – zajedničko rješavanje problema, pronalaženje objekta putem tragova i sl.



#### Struktura konceptualnog prijedloga

- Ulazni prostor sa parkingom za automobile / autobuse
- Centralni objekt / recepcija sa sastavnim dijelovima:
  - Informacijsko-prodajni pult
  - Suvenirnica
  - Bar / restoran
  - Prostor za seminare / školu / edukaciju
  - Odvojeni prostor za skladištenje opreme za najam
  - WC za goste
- Prostor za blage aktivnosti (high ropes course, orijentacijske igre, škola penjanja)
- Prostor za grube aktivnosti (paintball)

#### Zahtjevi projekta (prostorni, tehnički i ljudski)

Avanturistički park treba opremiti i voditi partner sa iskustvom u sličnim projektima odnosno subjekt treba imati dostatnu financijsku mogućnost za izvođenje ovakve razine projekta. Javni sektor ima ulogu osigurati potrebne dozvole, uključujući potrebne izmjene u prostornom planu Grada (ako je potrebno), te da se odredi / osigura zemljište od otprilike 10-tak hektara za ovakav rang afiniteta.

Projekt osmišljavanja detaljnog sadržaja se treba povjeriti stručnjacima za ovu vrstu atrakcije, koji često osiguravaju i vođenje projekta te mogu osigurati sve potrebne logističke resurse.

#### Tržišni koncept

Projekt predstavlja zabavni dio boravka na prostoru Otoka, namijenjen domaćem i stranom tržištu. Fokus je na obitelji (tijekom visoke sezone na obali), grupe i korporativne goste (pred i post sezona) sa glavnim motivom - aktivan i zabavan bijeg od gužve na obali ili urbanih cjelina.

## CENTAR NA VODI S RIBOLOVNIM PLATFORMAMA

### Polazište projekta

Vodotokovi na području Grada svojim odlikama i atraktivnošću danas privlače rekreativne i sportske ribolovce željne dobrog ulova i aktivnijeg druženja. Proizvod se danas odvija samostalnim inicijativama zainteresiranih dionika te je uz male napore u fizičkom i marketinškom razvoju proizvoda moguće polučiti razmjerno velike tržišne učinke.

### Koncept

U komunikaciji s lokalnim ribolovnim društvima potrebno je identificirati 2-3 najbolje lokacije za ribolov na području Grada koje moraju zadovoljiti kriterij mogućnosti smještaja potrebnih sadržaja, kao na primjer centrom za iznajmljivanje, kupnju i popravak opreme za ribolov i pratećim sadržajima.

Nadalje, lokacije moraju imati mogućnost aktivnog boravka pa je ovdje potrebno kreirati platforme za ribolov za ugodan i stimulativan doživljaj ribolova. Centar na vodi kao i ribolovne platforme trebaju, ako je moguće, biti pristupačne automobilom, ili biciklom. Uz platforme za ribolov na ključnim lokacijama treba se osigurati informacije o ribolovu, ribljem fondu, načinu i vremenima izlova i sl.

Dodatna ponuda može uključivati vožnju čamcem, splavarenje i slične aktivnosti na vodi.

### Opisi aktivnosti – sastavnica koncepta

Centar na vodi i/ili prostorije lokalnih ribolovnih društava trebaju sadržavati sljedeće elemente:

- Mogućnost iznajmljivanja i popravka opreme za ribolov (koji može biti i vanjska usluga ali koja je dostupna u periodima visoke potražnje);
- Informacijski kutak sa knjigama, vodičima, informacijama koje su potrebne i interesantne za ribolovce i one koji o ribolovu uče, koji dodatno pruža uslugu izdavanja dozvola za ribolov (ukoliko je potrebno);

Platforme za ribolov trebaju sadržavati sljedeće elemente:

- Platforme za ribolov sa potrebnom opremom (mjesto za sjedenje, suncobrani i sl.) koji su izgrađeni u stilu da se uklapaju u okolinu;
- Manji ugostiteljski sadržaji i sanitarne prostorije;
- Ulazni prostor i parkirni prostor;
- Ribolov brodićem s vodičem (ukoliko je primjenjivo).

Svi punktovi za ribolov moraju biti kvalitetno dizajnirani i opremljeni u skladu sa zajedničkim standardom (brend, logo, korištenje prirodnih materijala u gradnji, itd.)



### Zahtjevi projekta (prostorni, tehnički i ljudski)

Projekt se može povjeriti privatnom koncesionaru ili koncesionarima, uz strogi nadzor kvalitete, te dizajna i opremanja punktova / objekata odnosno kvalitete pružanja servisnih usluga.

Uloga suradnje javnog sektora i koncesionara je:

- Osigurati lokacije za platforme,
- Uredi prilaz platformama,
- Uredi staze uz punktove te postaviti odgovarajuću signalizaciju,
- Kvalitetno upravlja koncesijom za korištenje pojedinih resursa,
- Osigura kvalitetne operatore za prateće komercijalne sadržaje.

## Ciljno tržište

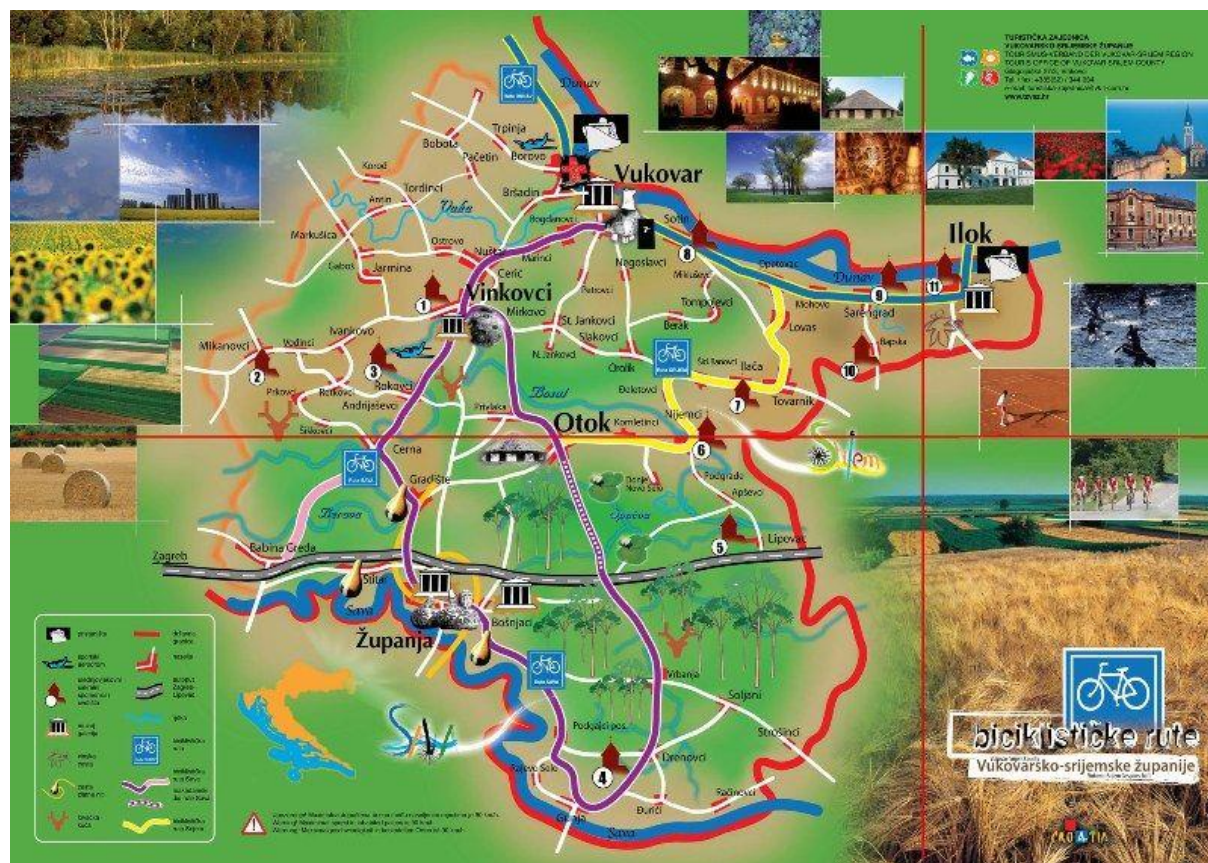
Specijalizirane grupe i pojedinci koje zanima ribolov.

## BICIKLISTIČKE I PJEŠAČKE STAZE

### Polazište projekta

Područje Spačve je sa svojim prirodnim vrijednostima orijentirano istraživanju prirode, pri čemu su mnogi atraktivni dijelovi dostupni samo pješaćenjem. Područje ima mogućnost razviti i štititi vrijednost svog prostora kroz rekreaciju u prirodi – odnosno treba se uključiti u ukupnu ponudu Županije sa proizvodima rekreacije u ruralnim prostorima i zaštićenim područjima prirode. Nadalje, ovaj proizvod nudi mogućnost povezivanja točaka od interesa na različitim lokacijama što dodatno doprinosi njegovoj atraktivnosti.

Sukladno Operativnom planu razvoja cikloturizma Vukovarsko-srijemske županije iz 2017. godine sa standardima, tri su biciklističke rute danas razvijene na području Županije - biciklističke rute Dunav i Srijem koje se obje vežu na Eurovelo 6, odnosno dionica međunarodne biciklističke rute Sava te su u tom smislu povučeni glavni magistralni pravci. U sljedećem koraku naglasak je na kapilarnom širenju staza kako bi se postepeno u što većoj mjeri funkcionalno aktivirao prostor, odnosno postojeće staze dodatno opremile i proširile pješaćkim dijelom.



Izvor: web stranice Turističke zajednice grada Županje

### Koncept

Razvoj atraktivnog koncepta biciklističkih i pješćkih ruta treba sadržavati sljedeće komponente:

- Konsolidacija sadašnjih i potencijalnih puteva, ruta i staza koji se međusobno povezuju i nadovezuju kao jedinstveni integrirani sustav. Ovu točku moguće je izvoditi putem Hrvatskih šuma i lovačkih društava koja profesionalno označavaju puteve i rute te ih geo referenciraju za digitalne i gps vodiče;
- Organiziranje punktova za odmor, točaka od interesa kao i sustava vidikovaca na različitim lokacijama, vodeći računa o blizini naseljenih mjesta i sigurnosti;
- Proizvodnja mapa, vodiča i sigurnosnih uputstava za goste Grada koji imaju namjeru pješачiti prostorom Grada.

Uz značajnu razinu postojeće infrastrukture staza, napori bi se trebali usredotočiti na grupiranje staza koje nude visoko kvalitetna iskustva ili teme (fokus gastro ili priroda), odražavaju standarde kvalitete i povećavaju korištenje (i posljedično potrošnju). Sljedeći su tematski prijedlozi:

- OPG ruta / gastro ruta,
- Ruta prirodnih fenomena,
- Najljepše ruralne kuće i B&B-evi,
- Scenografska ruta,
- Fitness ruta, itd.

#### Opisi aktivnosti – sastavnica koncepta

**Biciklističke i pješачke staze** – koncept već postojećih i otvaranje novih (uređenih i označenih) puteva različitih duljina, težina i uvjeta – namijenjenih svim uzrastima.



**Punktovi za odmor / vidikovci / točke od interesa** – koncepti raspoređenih vidikovaca i točaka za odmor biciklista / pješaka sa klupama, kantama za otpatke, nadstrešnicom i sl. Dodatno se u slučaju posebno važnih točaka od interesa postavljaju i informacijske table sa pojašnjenjem i informiranjem ljudi o konkretnoj točki od interesa.



**Mape / vodiči / sigurnosna uputstva** – obavezni dio svih pješачkih i planinarskih ruta je posjedovanje mapa za snalaženje u prostoru sa jasnim vodičima gdje ići a gdje nije preporučljivo ići odnosno koje su potencijalne opasnosti prolaskom kroz prostor.



#### Zahtjevi projekta (prostorni, tehnički i ljudski)

- Detaljna razrada projekta staza na području grada koja se vežu na Operativni plan razvoja cikloturizma Vukovarsko-srijemske županije iz 2017. godine sa standardima, što uključuje revitalizaciju postojećih kao i razvoj novih puteva / ruta sa različitim razinama zahtjevnosti za različite ciljne grupe;
- Osmisliti i definirati višednevnu rutu, koja je usko povezana za integraciju ključnih točaka od interesa (jedinstveni vidikovci, raznovrsne formacije stijena, vrela, biljna i životinjska staništa i sl.);
- Mapirane puteve potrebno označiti i postaviti odgovarajuću signalizaciju.

#### Tržišni koncept

Rute i putevi namijenjeni svim uzrastima koje interesira prolazak kroz prostor Grada.

### STAZA ZDRAVLJA

#### Polazište projekta

Grad Otok, kao jedna od ulaznih točaka Spačvanskog bazena postaje ulaz u zonu autentičnog očuvanog okoliša i aktivnosti. Uzimajući u obzir svjetski mega trend zdravlja, ponuda aktivnosti s fokusom na zdravlje diversificirat će kompletan asortiman aktivnosti stanovnika, potaknuti nove razvojne inicijative u aktivnostima te u konačnici i privući posjetitelje.

#### Koncept i sastavnice

Staza zdravlja odnosi se na stazu koja povezuje 10 točaka s ponudom aktivnosti s naglaskom na kondiciju i zdravlje. Staza s točkama aktivnosti dugačka je oko 2 km (ne treba biti pravocrtno), a na svakom mjestu nalazi se tabla s opisom i informacijama o aktivnosti, zatim svrsi i učincima na poboljšanje zdravlja.

Primjeri za daljnji razvoj zdravstveno usmjerenih aktivnosti mogu obuhvaćati kontrolne točke, staze s raznovrsnim terenima, mali vrt s florom i atraktivno uređena mjesta za kratke odmore i slično.



#### Zahtjevi projekta (prostorni, tehnički i ljudski)

- Definiranje lokacije dovoljno velike i 10 točaka orijentiranih na fitness i zdravstvene aktivnosti,
- Izrada detaljnog sadržaja svake točke aktivnosti,
- Pronaći izvođača Staze zdravlja,
- Projektiranje sustava obilježavanja.

## 6. AKCIJSKI PLAN TURISTIČKOG RAZVOJA

### 6.1. Uvod i opis aktivnosti

Akcijnski plan Strategije uključuje korake usmjerene na provedbu predloženih ključnih projekata. Dio predloženih sadržaja odnosi se na područje Spačvanskog bazena, te postoji pitanje određivanja točne odgovornosti za njihovu provedbu između Ustanove Virovi (koja prema osnivačkim aktima ima misiju upravljanja sadržajima unutar projekta Vrata Spačvanskog bazena) i drugih dionika u razvoju turizma grada Otoka. Konkretno, radi se o projektima centara na vodi s ribolovnim platformama, razvoja biciklističkih i pješačkih staza te avanturističkog parka. Kako su aktivnosti s pretežnom odgovornošću Ustanove Virovi predmet Studije i akcijskog plana upravljanja posjetiteljima za projekt Vrata Spačvanskog bazena, a detaljna specifikacija razvojnih projekata Strategije razvoja turizma određišta prirodne baštine, svi projekti su konceptualno prikazani u ovoj Strategiji, dok je razdioba koraka provedbe prema odgovornostima sljedeća:

- Akcijnski plan ove Strategije sadrži aktivnosti na provedbi centra na vodi s ribolovnim platformama s obzirom da se vodotokovi na području Grada ne nalaze samo u Spačvi, već i na sjevernoj granici područja Grada (Bosut). Iste aktivnosti s odgovarajućim rokovima vrijede i za razvoj takvih sadržaja i za područje Spačvanskog bazena, gdje je odluka lokalnih dionika hoće li se projektne aktivnosti dijeliti prema području, ili će jedna institucija (Grad Otok) provoditi istovrsne projekte, neovisno o lokaciji;
- Akcijnski plan Studije i akcijskog plana upravljanja posjetiteljima sadrže aktivnosti vezane uz projekte avanturističkog parka te pješačkih i biciklističkih staza, jer će njihova lokacija prema prijedlogu biti na području Spačvanskog bazena pa su time i razvojni procesi za te projekte primarna odgovornost Ustanove Virovi.

Akcijnski plan obuhvaća aktivnosti vezane uz sljedeće projekte i procese:

1. Usvajanje ove Strategije i ostalih planskih dokumenata od strane Gradskog vijeća grada Otoka kao prioritetni korak koji omogućava dalju komunikaciju prema stanovništvu i poduzetnicima Grada te vanjskim partnerima. Za ovaj je korak odgovoran grad Otok, a predlaže se da se on realizira najkasnije do polovine 2020. godine;
2. Početak aktivnosti internog marketinga Strategije i drugih planskih dokumenata, odnosno početak procesa edukacije lokalnog stanovništva i poduzetnika oko strateških opredjeljenja i poduzetničkih prilika. Za ovaj su korak odgovorni grad Otok i ORA, a predlaže se da se s njime započne odmah po usvajanju Strategije, odnosno do kraja trećeg kvartala 2020. godine;
3. Dogovor oko modela turističkog upravljanja područjem grada Otoka što uključuje razgovore na razini skupštine TZ Vukovarsko-srijemske županije te dogovore sa susjednim jedinicama lokalne samouprave, prije svega onih s kojima Otok dijeli područje Spačvanskog bazena. Sukladno operativnom okviru ove Strategije, rezultat provedbe ove aktivnosti mora biti jasna slika oko modela upravljanja, odgovornosti i pojedinih projektnih suradnji kojima se do kraja 2020. godine omogućavaju funkcije razvoja turističkog proizvoda i marketinga na području grada Otoka u potrebnom obimu;
4. Projekt unificiranja turističke signalizacije na području grada Otoka, odnosno njenog usklađivanja s rješenjima na županijskoj razini. Proces uključuje i komunikaciju prema poduzećima Hrvatske ceste i Hrvatske autoceste oko postavljanja signalizacije za ključne sadržaje. Odgovornost za provedbu ove aktivnosti je na budućem tijelu zaduženom za upravljanje turizmom područja (destinacijskim menadžerom), gradu Otoku i ORA-i;
5. Aktivnosti usmjerene na realizaciju projekta turističko-informativnog punkta u gradu Otoku, što uključuje:
  - a. Pronalaženje adekvatne lokacije, što je odgovornost grada Otoka i Ustanove Virovi u suradnji s drugim uključenim institucijama;
  - b. Rješavanje imovinsko-pravnih odnosa;
  - c. Izrada konceptualne studije i projekta u suradnji sa zainteresiranim lokalnim dionicima / korisnicima;
  - d. Definiranje modela financiranja izgradnje, odnosno eventualnih linija financiranja bespovratnim sredstvima ili povlaštenim linijama kreditiranja;



e. Realizaciju projekta.

Ovo je projekt najvišeg prioriteta jer legitimira Grad kao turističku destinaciju, a riječ je o javnom projektu koji se uz pretpostavku da Grad u vlasništvu ima prikladnu lokaciju / građevinu može razvijati fazno i time u prvoj inačici biti razmjerno brzo realiziran. Predlaže se da se turističko-informativni punkt u svojoj prvoj fazi formira do kraja 2021. godine;

6. U sklopu projekta razvoja autentične gastronomske ponude grada Otoka u prve dvije godine implementacije Strategije potrebno je izvršiti inicijalne korake usmjerene na identifikaciju i standardizaciju lokalne ponude:
  - a. Identifikacija i okupljanje dionika koji se bave proizvodnjom i/ili pripremom lokalne gastronomije;
  - b. Identifikacija autentičnih lokalnih proizvoda, jela i pića;
  - c. Razvoj i uspostava standarda pripreme, isporuke i serviranja autentičnih jela.

Rezultat ove aktivnosti treba biti izbor jednog, ili eventualno više, lokalnih autentičnih proizvoda / jela s kojima se dalje ide u procese kontrole kvalitete, brendiranja i zaštite. Odgovornost za ovaj proces dominantno preuzimaju ORA i grad Otok, uz podršku destinacijskog menadžmenta i uz partnerstvo s relevantnim županijskim službama i TZ VSŽ do kraja 2021. godine;
7. Priprema i realizacija projekta staze zdravlja koji je s obzirom na sadržaj i ciljani investicijski volumen moguće realizirati do kraja 2021. godine iz budžeta grada. Predlaže se projekt spojiti / nasloniti na projekt razvoja glavne pristupne točke Spačvanskog bazena. Odgovornost za ovaj proces preuzima grad Otok;
8. Aktivnosti povezane uz razvoj projekta ribolovnih centara na vodi što podrazumijeva identifikaciju optimalnih lokacija u suradnji s lokalnim ribolovnim društvima, pronalaženje mogućih načina financiranja te odgovornosti za vođenje i održavanje sadržaja. Odgovornost za ovaj proces preuzimaju ORA i grad Otok u suradnji s lokalnim ribolovnim društvima do kraja 2021. godine;
9. Inicijalna marketing kampanja destinacije „Otok – Virovi“ sukladno prijedlozima Marketinške i komunikacijske strategije. Cilj kampanje je podići svjesnost tržišta o postojanju turističke destinacije Otok, kao i komunikacija turističke ponude grada Otoka i projekta Vrata Spačvanskog bazena, odnosno onih sadržaja koji će biti dovršeni do tog časa. Stoga je važno da se do kampanje realizira barem jedan od predloženih sadržaja u samom gradu (Turističko-informativni punkt) kako bi postojale sastavnice proizvoda. Predlaže se u kampanju krenuti pred proljeće 2022. godine, a odgovornost za ovaj korak leži na destinacijskom menadžmentu (koji se sukladno aktivnosti 3 ovog akcijskog plana treba dogovoriti do kraja 2020.), a svakako se mora predvidjeti učešće ORA-e, grada Otoka i TZ VSŽ u ovom procesu;
10. Aktivnosti usmjerene na razvoj projek(a)ta Bed&breakfast na području grada Otoka što podrazumijeva:
  - a. Edukaciju potencijalno zainteresiranih poduzetnika (OPG i drugi) o konceptu projekta;
  - b. Identifikaciju mogućih lokacija za razvoj novih („greenfield“) B&B projekata;
  - c. Prema potrebi promjena prostorno-planske dokumentacije (uvođenje novih T zona);
  - d. Pregovori s potencijalnim partnerima zainteresiranim za razvoj projekata na zemljištu u vlasništvu Grada.

Gornje aktivnosti predlaže se realizirati do kraja 2022. godine s primarnom odgovornosti grada Otoka i ORA-e.

11. Aktivnosti usmjerene na razvoj projekta eko etno sela (ruralnog resorta) što podrazumijeva iste aktivnosti kao i u slučaju B&B, pri čemu je zbog mogućih vidova kategorizacije objekta izglednija potreba promjene prostornog plana grada (uvrštenje T zone). Povezane aktivnosti predlaže se realizirati do polovine 2023. godine s primarnom odgovornosti grada Otoka i ORA-e.
12. Aktivnosti usmjerene na razvoj projekta hostela i centra za mlade što podrazumijeva iste aktivnosti kao i u slučaju eko-etno sela. Dodatna komponenta je potreba komunikacije s županijskim odjelom za kulturu kako bi se pronašao model operacija i financiranja dijela koncepta vezanog uz centar za mlade . Povezane aktivnosti predlaže se realizirati do kraja 2023. godine s primarnom odgovornosti grada Otoka i ORA-e.

## 6.2. Tablični prikaz akcijskog plana

Akcijski plan Strategije razvoja turizma odredišta prirodne baštine			
Aktivnost	Odgovornost	Rok	Budžet
1. Usvajanje strategije i drugih planskih dokumenata od strane gradskog vijeća	Grad Otok	Prva polovina 2020.	Nije primjenjivo
2. Interna marketing kampanja i iniciranje procesa edukacije i savjetovanja stanovnika i poduzetnika u turizmu	Grad Otok, ORA	Do kraja trećeg kvartala 2020.	Nije primjenjivo
3. Dogovor oko budućeg okvira upravljanja turizmom na području grada Otoka	Grad Otok, okolne JLS, TZ VSŽ, VSŽ	Do kraja 2020.	Nije primjenjivo
4. Plan turističke signalizacije	Destinacijski menadžment područja, grad Otok, ORA	Polovina 2021.	Nije primjenjivo
5. Realizacija projekta turističkog informativnog punkta u gradu Otoku (prva faza)	Grad Otok	Do kraja 2021.	Ovisno o stanju lokacije / građevine, prva faza može koštati najviše do 300.000 kuna
6. Prve aktivnosti sklopu projekta razvoja autentične gastronomske ponude grada Otoka	Grad Otok, ORA, destinacijski menadžment	Do kraja 2021.	Nije primjenjivo
7. Priprema i realizacija projekta staze zdravlja	Grad Otok	Do kraja 2021.	100-200.000 kuna
8. Početne aktivnosti povezane uz razvoj projekta ribolovnih centara	ORA, grad Otok, lokalna ribolovna društva	Do kraja 2021.	Nije primjenjivo
9. Inicijalna marketing kampanja destinacije „Otok – Virovi“	Destinacijski menadžment, TZ VSŽ	Proljeće 2022.	50-100.000 kuna
10. Inicijalne aktivnosti povezane s razvojem B&B projekata	Grad Otok, ORA, destinacijski menadžment	Do kraja 2022.	Nije primjenjivo



<b>Akcijni plan Strategije razvoja turizma odredišta prirodne baštine</b>			
<b>Aktivnost</b>	<b>Odgovornost</b>	<b>Rok</b>	<b>Budžet</b>
11. Inicijalne aktivnosti povezane s razvojem projekta eko etno sela (ruralni resort)	Grad Otok, ORA, destinacijski menadžment	Prva polovina 2023.	Nije primjenjivo
12. Inicijalne aktivnosti povezane s razvojem projekta hostela i centra za mlade	Grad Otok, ORA, destinacijski menadžment	Do kraja 2023.	Nije primjenjivo