



Co-funded by  
the European Union

# Projekt MIST

Empowering Micro Destinations for Sustainable Tourism



# PRIRUČNIK



# KRATKI OPIS PROJEKTA

AKRONIM  
NASLOV

**MIST**  
Empowering Micro Destinations for Sustainable Tourism

PROGRAM FINANCIRANJA  
TRAJANJE

ERASMUS+, Ključna aktivnost 2, Mala razmjera  
Siječanj 2024. – Prosinac 2024.

OPĆI CILJ

Opći cilj projekta MIST je doprinijeti razvoju razmjene znanja i jačanju kapaciteta među dionicima u turizmu diljem Europe.

SPECIFIČNI CILJEVI

Specifični ciljevi su:

1. Promicati provedbu strategija održivog turizma u mikro-destinacijama koje donose koristi i posjetiteljima i lokalnim zajednicama.
2. Povećati razumijevanje i vještine vezane uz razvoj održivih mikro-destinacija za donositelje odluka i planere. Te vještine uključuju interdisciplinarno razumijevanje utjecaja odluka i politika donesenih u pojedinim dijelovima mikro-destinacije na održivi turizam u cjelini.
3. Povećati svijest o pristupima temeljenim na zajednici za oblikovanje prostora i razvoj mikro-destinacija, području u kojem se znanje i istraživanja iz akademske zajednice rijetko susreću sa stvarnošću.

AKTIVNOSTI

- Prikupljanje i usporedna analiza dobrih praksi.
- Transnacionalni seminar za promicanje održivog i odgovornog razvoja mikro-destinacija.
- Priručnik s praksama za poticanje održivog i odgovornog razvoja mikro-destinacija.

VODEĆI PARTNER  
PARTNERI

Visit Halland (Švedska)  
SERN (Švedska), SveDest (Švedska), Turistički informativni ured regije Liepāja (Latvija), Turistička zajednica Kvarnera (Hrvatska)

WEB STRANICA

<https://mist-project.eu/>

**VISITHALLAND.COM**

*Coastal Living*

*Liepāja*

SVENSK  
DESTINATIONS  
UTVECKLING

TURISTIČKA ZAJEDNICA  
KVARNERA  
Raznolikost je lijepa

**SERN**

# SADRŽAJ

O projektu MIST	str. 4
Partneri projekta MIST	str. 5
• Regija Halland, Svedska	str. 5
• Regija Kvarner, Hrvatska	str. 6
• Liepāja, Latvija	str. 6
• SERN and Borgotaro, Italija	str. 7
Uvod	str. 9
Aktivnost 1 - Fokus grupe i GAP analiza	str. 9
I. Sažetak fokus grupa	str. 9
II. Sažetak Gap analize	str. 10
III. Ključni uvidi i rezultati iz Aktivnosti 1 projekta MIST	str. 11
• Regija Halland	str. 11
• Regija Kvarner	str. 12
• Liepāja	str. 13
• Borgotaro	str. 14
IV. Opći uvidi na razini projekata	str. 15
Aktivnost 2 - Transnacionalni seminar	str. 16
Područja intervencija i prikupljanje dobrih praksi	str. 17
Najbolje prakse	str. 18
• Regija Halland	str. 18
• Regija Kvarner	str. 22
• Liepāja	str. 33
• Borgotaro	str. 36
Identifikacija ključnih područja potreba za održivim razvojem	str. 41
Zaključci	str. 42
Prilog 1 - Izvještaji s lokalnih radionica MIST po partnerima	str. 43

Financirano sredstvima Europske unije. Izneseni stavovi i mišljenja su stavovi i mišljenja autora i ne moraju se podudarati sa stavovima i mišljenjima Europske unije ili Europske izvršne agencije za obrazovanje i kulturu (EACEA). Ni Europska unija ni EACEA ne mogu se smatrati odgovornima za njih. [Project number: 2023-2-SE01-KA210-VET-000181128]



# O PROJEKTU MIST

S obzirom na sve veću dostupnost putovanja, pojava mikro-destinacija postala je sve očitija. Mikro-destinacije su manja, manje poznata mjesta s posebnim turističkim privlačnostima koja posjetiteljima nude jedinstvene kulturne, prirodne i povijesne atrakcije koje često kontrastiraju s glavnim turističkim destinacijama. Mikro-destinacije stoga imaju značajan potencijal za razvoj i održavanje lokalnog turizma. Međutim, one su također osjetljive na negativne utjecaje turizma, jer ograničeni resursi i znanje mogu ometati napore u stvaranju održivih turističkih strategija. Bez pažljivog planiranja, mikro-destinacije se često suočavaju s izazovima poput hiper-sezonalnosti, oscilacija između prekomjernog i nedovoljno turističkog prometa, degradacije okoliša i komodifikacije kulture.

Glavni cilj projekta bio je smanjiti razlike u znanju o održivom turizmu koristeći stručnost i resurse raznolike skupine partnera, uključujući općine, turističke organizacije, članove zajednice, akademsku zajednicu, lokalne vlasti i dionike iz javnog sektora, kako bi se stvorio okvir održivog razvoja specifično za mikro-destinacije. Regija Halland bila je vodeći partner, a ostali partneri su Svensk Destinationsutveckling AB, SIA Liepājas Reģiona Tūrisma Informācijas Birojs, SERN (Sweden Emilia Romagna Network) i Turistička zajednica Primorsko-goranske županije.

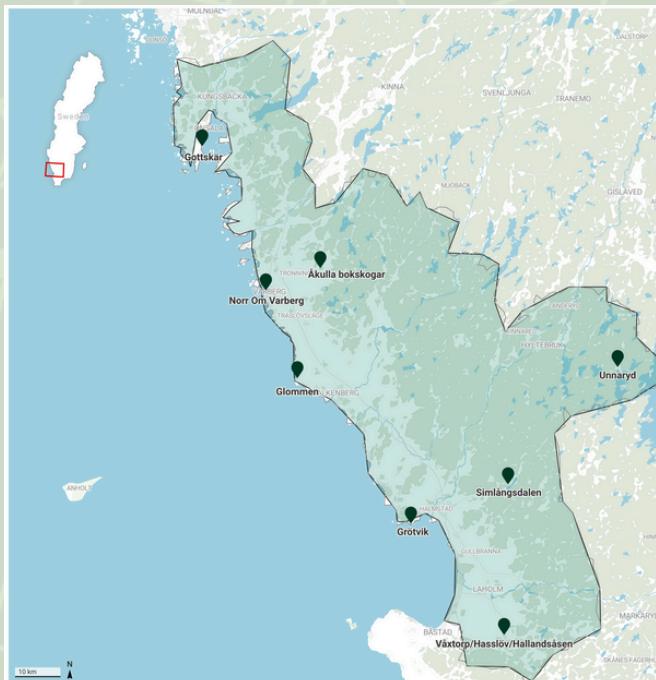
Suradnički napori među tim partnerima kulminirali su izradom priručnika koji okuplja najbolje prakse identificirane kroz niz aktivnosti, poput usporedne analize uspješnih strategija i održavanja transnacionalnog seminara u Švedskoj. Ovaj resurs dizajniran je kako bi podržao strategije održivog razvoja za mikro-destinacije, predstavljajući učinkovite pristupe za rješavanje uobičajenih izazova poput upravljanja sezonskim fluktuacijama, promicanja kulturne integriteta i zaštite lokalnog okoliša.

# PARTNERI PROJEKTA MIST

## Regija Halland, Svedska

Visit Halland je turistički odjel Regije Halland. Halland je županija smještena na južnoj zapadnoj obali Švedske. Ima šest općina i približno 350.000 stanovnika. Halland kao destinacija poznat je po svojoj prekrasnoj obali s manjim priobalnim gradovima, što u kombinaciji s unutrašnjosti nudi raznovrsna iskustva u malom području. Radimo u bliskoj suradnji s općinama i tvrtkama u Hallandu kako bismo razvili turističku industriju u regiji. Rad Hallanda ima jasnu međunarodnu usmjerenost i prvenstveno se provodi u područjima marketinga, analize, razvoja kompetencija i razvoja destinacija. Njegova vizija je razviti Halland u održivu destinaciju s pristupačnim i atraktivnim iskustvima za posjetitelje tijekom cijele godine. Cilj je da Halland održivo udvostruči broj međunarodnih posjetitelja do 2030. godine i da bude stalno među pet najposjećenijih regija u Švedskoj.

Sudjelujuće mikro-destinacije u projektu su:

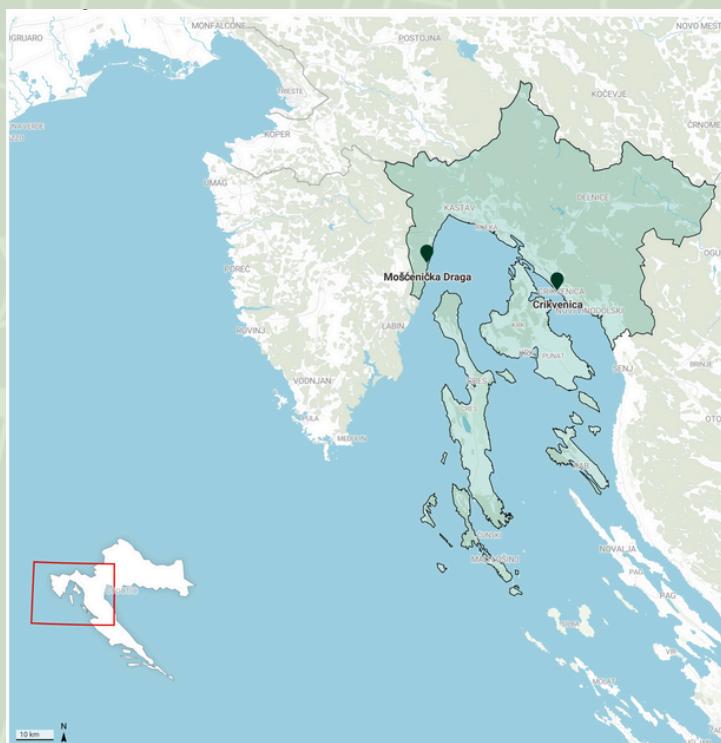


- Mikro-destinacije Våxtorp/Hasslöv/Hallandsåsen, smještena u unutrašnjosti južnog Hallanda.
- Mikro-destinacija Grötvik, smještena na obali južnog Hallanda.
- Mikro-destinacija Simlångsdalen, smještena u unutrašnjosti južnog Hallanda.
- Mikro-destinacija Unnaryd, smještena u unutrašnjosti srednjeg Hallanda.
- Mikro-destinacija Glommen, smještena na obali srednjeg Hallanda.

- Mikro-destinacija Åkulla bokskogar, smještena u unutrašnjosti srednjeg Hallanda.
- Mikro-destinacija NorrOmVarberg, smještena u unutrašnjosti sjevernog Hallanda.
- Mikro-destinacija Gottskär, smještena na obali sjevernog Hallanda.

## 📍 **Regija Kvarner, Hrvatska**

Turistička zajednica Kvarnera je turistički odjel Regije Kvarner u Hrvatskoj. Regija Kvarner, koja broji približno 300.000 stanovnika, očarava svojom obalnom ljepotom, šarmantnim otocima poput Krka i Lošinja, te nacionalnim parkovima poput Risnjaka. Poznata po povijesnim gradovima poput Rijeke i Opatije, regija nudi bogatu kulturnu baštinu i austrougarsku arhitekturu. Turisti uživaju u netaknutim plažama, jedrenju, planinarenju i wellness turizmu. Regija je također gastronomski raj, sa svježom morskom hranom, maslinovim uljem i lokalnim vinima. Mješavina mediteranske šarmantnosti i alpskih utjecaja Kvarner čini savršenim odredištem za opuštanje i avanturu. Aktivnosti Turističke zajednice Kvarnera primarno su usmjerene na unapređenje općih uvjeta boravka turista u regiji, promicanje turističkog proizvoda Kvarnerske regije, podizanje svijesti o značaju ekonomskih, društvenih i drugih učinaka turizma, kao i o potrebi i važnosti očuvanja i unapređenja svih elemenata turističkog proizvoda, s naglaskom na zaštitu okoliša.

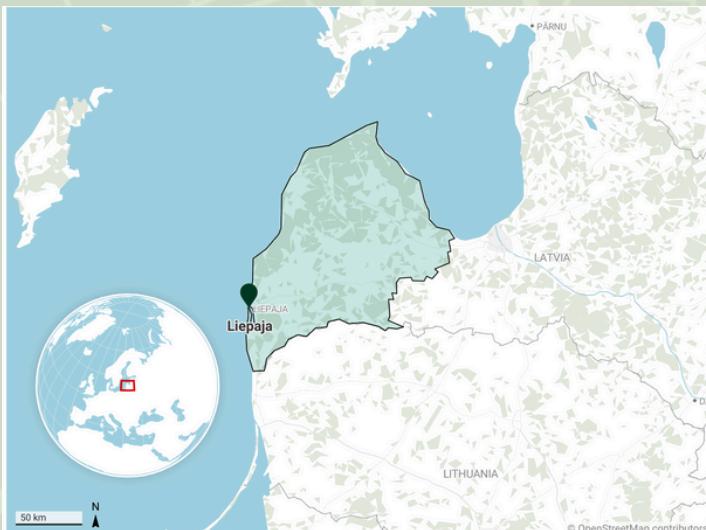


Mošćenička Draga i Crikvenica su dvije odabранe mikro-destinacije smještene u Kvarnerskoj regiji. Mošćenička Draga je malo, šarmantno priobalno naselje s oko 1.500 stanovnika, poznato po svojim šljunčanim plažama i bogatoj ribarskoj tradiciji. Crikvenica je grad s približno 10.000 stanovnika, bogate povijesti, poznat po pješčanim plažama, zdravstvenom turizmu i aktivnostima prilagođenim obiteljima. Obje destinacije ističu prirodnu ljepotu regije i kulturnu baštinu.

## 📍 **Liepāja, Latvija**

Liepāja je treći najveći grad u Latviji i deseti najveći u baltičkim državama. Otprilike 70.000 ljudi naziva Liepāju svojim domom, mjestom studija i rada. Grad je postao moderan s globalnim pogledom na svijet, ali istovremeno zadržava udobnost i atmosferu tipičnu za manji grad.

Liepāja je omiljena turistička destinacija koja mnoge privlači jedinstvenim atrakcijama. Očarava posjetitelje gradskim središtem bogatim kulturnim i arhitektonskim blagom, a ujedno mami svojom prostranom plažom na kojoj posjetitelji uživaju u suncu i morskim radostima,



neobično finom bijelom pijesku. Unatoč svojoj kompaktnoj veličini, grad nudi sve što je potrebno za potpuni i nezaboravan odmor.

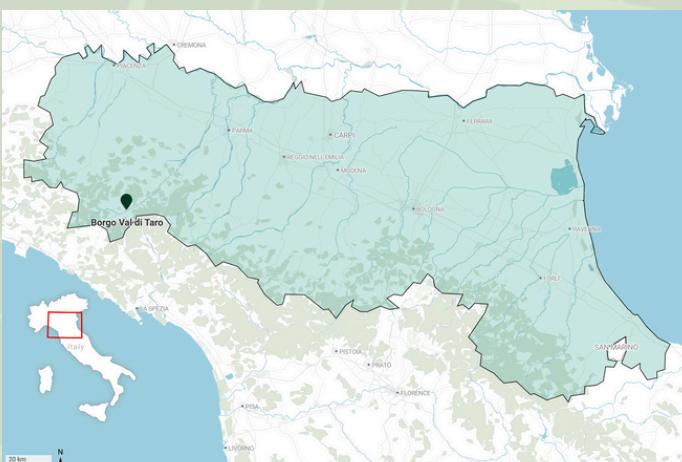
Liepāja ima bogatu kulturnu, umjetničku i sportsku povijest. Tijekom cijele godine održavaju se raznovrsna događanja za svačiji ukus – od izložbi lokalnih umjetnika do nastupa međunarodno priznatih izvođača, od koncerata klasične glazbe do

velikih festivalskih događanja na plaži, od amaterskih sportskih natjecanja do svjetskih prvenstava.

## **SERN i Borgotaro, Italija**

Sweden Emilia Romagna Network (SERN) je neprofitna organizacija švedskih i talijanskih dionika osnovana 2005. godine s ciljem jačanja suradnje između Italije i Švedske na osi sjever-jug. Okuplja više od 60 članova, uglavnom lokalnih i regionalnih javnih subjekata, koji surađuju na stvaranju digitaliziranih, zelenih i održivih te uključivih zajednica.

SERN je višerazinska mreža jer njegove aktivnosti obuhvaćaju različita područja politike i uključuju različite razine vlasti, kao i različite vrste dionika (javne i privatne organizacije), poput obrazovnih institucija, zadruga i nevladinih organizacija. Tijekom godina, SERN je stekao bogato iskustvo u radu na održivom turizmu, uspješno provodeći projekte usmjerene na povećanje atraktivnosti i konkurentnosti europskih općina u području turizma.



U ovom projektu, SERN je odlučio usmjeriti pažnju na mikro-destinaciju Općine Borgotaro, koja je ujedno i pridruženi partner projekta MIST. Sudjelovanje Općine Borgotaro u projektu MIST ključno je jer omogućuje preispitivanje i refleksiju o utjecaju turizma na razini mikro-destinacije, ističući prednosti područja kako bi se očuvao...

i ojačao njihov potencijal te identificirale ključne poteškoće i moguća rješenja potrebna za dinamično i pravovremeno prilagođavanje turističkom sektoru u skladu s novim zahtjevima tržišta.

Općina Borgo Val di Taro, koja broji 6.783 stanovnika, ponosi se brojnim značajnim resursima koji su tijekom godina postali sve važniji u turističkim prioritetima. Gastronomска baština od iznimne važnosti uklopljena je u još širi i relevantniji promotivni kontekst, kao što je teritorij pokrajine Parma.

Riječ je o „sporom“ području, geografski smještenom na granici triju iznimno privlačnih regija – Ligurije, Toskane i Emilije Romagne. Zahvaljujući svom zemljopisnom položaju te teritoriju duboko ukorijenjenom u prirodu i bioraznolikost, Općina je oduvijek pokazivala snažnu orientaciju prema turizmu.

Poseban status nosi IGP-certificirani vrganj, koji je glavni gospodarski i turistički pokretač regije. Zahvaljujući njemu, svake godine u Borgotaru se održava Sajam vrganja, međunarodno poznat događaj i vodeći sajam u tom sektoru.

# UVOD

Turizam je jedna od najbrže rastućih industrija na svijetu i važan izvor prihoda i zapošljavanja, a usko je povezan sa socijalnim, ekonomskim i okolišnim blagostanjem mnogih zemalja. Svjetska turistička organizacija (UNWTO) definira održivi turizam kao „turizam koji u potpunosti uzima u obzir njegove trenutne i buduće ekonomske, socijalne i okolišne utjecaje, zadovoljavajući potrebe posjetitelja, industrije, okoliša i domaćinskih zajednica“. Mikro-destinacije – manji dijelovi većih destinacija – odgovaraju ovoj definiciji UNWTO-a, ali rijetko se uklapaju u lokalnu upravljačku strukturu destinacije. UNWTO-ova interpretacija ciljeva u kontekstu turizma usmjerena je na nacionalnu razinu, no upravo na razini mikro-destinacija utjecaji turizma pojavljuju se najhitnije za lokalnu zajednicu. Pozitivni i negativni učinci turizma nalaze se u ravnoteži, a dok god ta ravnoteža nije uključena u upravljačku strukturu, lokalni problemi će se pojavljivati i ostati nezaobilazni.

Napori za održivost na mikro razini imaju izravan utjecaj na život u lokalnim zajednicama i mogu imati pozitivan ili negativan utjecaj na mnoge globalne ciljeve održivosti. Turizam može donijeti prilike za ekonomske i kulturne razmjene, ali također može biti izvor ekonomskog stresa, slabljenja lokalne zajednice i štetnih učinaka na okoliš.

Ako zamislite turizam kao vagu na kojoj stavljate velike utege sa svake strane kako biste uravnotežili regionalni turizam, vaga je na mikro razini puno manja, a utezi – kapacitet mikro-destinacije – moraju se pažljivije balansirati. S druge strane, turizam može pomoći u isticanju lokalnih običaja, jačanju lokalnih prehrambenih sustava i otpornosti ako se izazovi mikro-destinacija mogu identificirati i riješiti kroz lokalne upravljačke sustave.

## Aktivnost 1 – Radionice fokus grupa s lokalnim dionicima i analiza nedostataka

### I. SAŽETAK SASTANAKA FOKUS GRUPA

Prva aktivnost predviđena projektom MIST bila je provedba lokalnih radionica fokus grupa s ključnim dionicima lokalnog turističkog ekosustava.

Glavni cilj sastanaka fokus grupa održanih na lokalnoj razini bio je identificirati, uz pomoć lokalnih dionika, izazove s kojima se svaka mikro-destinacija suočava u području održivog razvoja turizma. Osim toga, sastanak fokus grupa bio je ključan kao mjerilo najboljih praksi za održivi razvoj već uspostavljenih i novih mikro-destinacija među sudjelujućim članovima.

Kroz ovaj proces prikupljene su i identificirane prakse koje su najprikladnije za prilagodbu drugim europskim okruženjima i koje bi kasnije mogle biti uključene u konačni priručnik.

Sastanci fokus grupa održani su ljeti, između srpnja i rujna 2024., uživo ili online, kao i kroz pojedinačne intervjuje s lokalnim dionicima, prema preferencijama partnera.

Tijekom sastanka fokus grupa, svaki partner nastojao je pružiti odgovore na sljedeća s pitanja, koja je osmislio Svedest:

1. *Što je najbolje u vašoj mikro-destinaciji?*
2. *Kako turizam utječe na svakodnevni život u vašoj mikro-destinaciji?*
3. *Koji su neki od izazova s kojima se suočavate u svojoj mikro-destinaciji?*
4. *Opišite rješenje za izazov na koje ste ponosni.*

Rezultati dobiveni od strane lokalnih fokus grupa objedinjeni su i navedeni u Aneksu broj 1 ovog priručnika.

## II. SAŽETAK GAP ANALIZE

Kroz dubinsku analizu, projektni partneri su identificirali specifične praznine u znanju, neispunjene potrebe i potencijalna područja za poboljšanje za svaku mikro-destinaciju. Ova evaluacija pruža temelj za prilagođene prakse koje imaju za cilj zatvaranje tih praznina, osiguravajući da svaki partner može maksimalno povećati svoj utjecaj i pridonijeti ukupnom uspjehu projekta. Rješavanjem tih praznina, partneri su željeli stvoriti koherentan pristup koji potiče rast, suradnju i postizanje zajedničkih ciljeva unutar MIST mreže.

Vrsta dionika podložnih analizi praznina provedene u okviru MIST projekta uključuju Regionalne entitete koji često pružaju opće politike, financiranje i međugradsku koordinaciju za inicijative održivog turizma; Općine koje su izravno odgovorne za lokalnu infrastrukturu, angažman zajednice i integraciju turizma u općinske usluge; te Organizacije za upravljanje destinacijama (DMO) koje se fokusiraju na upravljanje destinacijama, marketing, razvoj brenda, strategiju turizma i izgradnju odnosa, često radeći u bliskoj suradnji s lokalnim poduzetnicima i zajednicama.

Svaki od gore spomenutih dionika suočava se s različitim prazninama u trenutnim praksama i strategijama održivog turizma. Naime, Regije se suočavaju s ograničenom dosljednošću politika među općinama, što dovodi do fragmentiranih strategija za održivi turizam.

Potrebni su im koordinirani okviri koji podržavaju održive prakse među općinama, uz prikupljanje podataka koji će informirati politike.

S druge strane, općine se bore s usklađivanjem različitih odjela i balansiranjem turizma s lokalnim potrebama. Potrebna im je obuka o utjecajima održivog turizma i metodama integriranja turizma u općinske planove razvoja, a da se pritom ne ugrozi kvaliteta života za stanovnike.

Na kraju, Menadžment destinacijskih organizacija (DMO) imaju ograničene resurse za podršku svim aspektima održivog turizma, osobito na mikro razini, posebno u marketingu i angažmanu dionika. Potrebna im je podrška u angažmanu zajednice i financiranju za izgradnju kapaciteta za internu promociju i razvoj održivih turističkih praksi, uz upravljanje nosivošću mikro-destinacija.

### III. KLJUČNI UVIDI I REZULTATI IZ AKTIVNOSTI I PROJEKTA MIST

Sljedeći odlomci predstavljaju ključne uvide i usporedbe proizašle iz analize nedostataka i lokalnih radionica fokusnih grupa za svakog projektnog partnera.

#### REGIJA HALLAND

##### Ključni uvidi

Halland naglašava razvoj mikro-destinacija kroz dugoročne, temeljne inicijative. Izazovi uključuju percepciju turizma kao sektora niskog prioriteta te koordinaciju među odjelima unutar općina. Poticanje održivog, zajednički usmjerenog turizma i usklađivanje regionalnih uloga s lokalnom autonomijom također su prioriteti.

Stoga su za **Halland** identificirani sljedeći nedostaci:

- **Nizak prioritet turizma u općinskim planovima** – Turizam se često doživljava kao sekundarni sektor u općinskom planiranju, s naglaskom na druge razvojne prioritete. To rezultira nedovoljnom dugoročnom investicijom i raspodjelom resursa, ograničavajući rast turizma i njegov potencijalni ekonomski utjecaj na regiju. Ovo je posebno izraženo u mikro-destinacijama, gdje je općinama teško opravdati posvećivanje posebne pažnje određenim područjima svog teritorija.
- **Interna komunikacija i koordinacija** – Halland se suočava s izazovima u usklađivanju različitih općinskih odjela u pogledu turističkih ciljeva. Sukobljeni prioriteti ili nedostatak međusektorske suradnje mogu odgoditi ili otežati provedbu inicijativa održivog turizma, smanjujući učinkovitost napora u stvaranju koherentne turističke strategije.
- **Izazovi u prikazivanju vrijednosti turizma** – Halland se suočava s poteškoćama u prenošenju vrijednosti turizma stanovnicima i lokalnim donosiocima odluka, što dovodi do ograničene podrške zajednice i percepcije da turizam nije nužan. Bez prihvatanja od strane zajednice, inicijative za održivi turizam mogu ostati bez potrebne društvene osnove za dugoročni uspjeh.

- **Dugoročna podrška temeljnom turizmu:** Mnogi turistički projekti u Hallandu financiraju se kratkoročno, što nije u skladu s dugoročnim potrebama mikro-destinacija. Inicijative temeljene na lokalnoj zajednici zahtijevaju dosljednu, postupnu podršku, a nedostatak stabilnog financiranja prekida kontinuitet tih projekata, ograničavajući njihov potencijal za doprinos održivom razvoju.

### Jedinstvene značajke mikro-destinacija u Hallandu

Halland ima regionalni pristup u kojem je podrška mikro-destinacijama ograničena na definiranje njihovih identiteta i pomoć u povezivanju s posjetiteljima koji traže autentičnost.

### Sličnosti s ostalim partnerima

Problemi s održivošću, uključivanjem zajednice i nedostatkom dugoročnih resursa za razvoj mikro-destinacija.

## REGIJA KVARNER

### Ključni uvidi

Prenapučenost tijekom vrhunca sezone, ekološki utjecaji i "apartmanizacija" (pretvaranje stambenih jedinica u turističke najmove) predstavljaju glavne izazove. Neki gradovi suočavaju se s problemima ograničenog uključivanja dionika i provedbe strategija. Uspješne održive prakse uključuju smanjenje otpada i inicijative za ekološki prihvatljiv prijevoz.

Stoga su za **Kvarner** identificirani sljedeći nedostaci:

- **Prenapučenost tijekom vrhunca sezone:** Veliki priljev posjetitelja tijekom ljetne sezone preoptereće lokalnu infrastrukturu, što dovodi do zagruženja, prekomjerne potrošnje resursa i pritiska na javne usluge poput upravljanja otpadom i opskrbe vodom. To negativno utječe na kvalitetu života stanovnika i smanjuje doživljaj posjetitelja, povećavajući rizik od loše percepcije destinacije.
- **Upravljanje ekološkim utjecajem:** Kvarner se suočava s izazovima u očuvanju okoliša pogođenog turizmom, posebno u osjetljivim prirodnim područjima. Problemi uključuju onečišćenje, gubitak biološke raznolikosti i oštećenje krajolika. Ograničeni resursi i mјere zaštite otežavaju ublažavanje ovih negativnih utjecaja, ugrožavajući održivost prirodnih atrakcija koje privlače posjetitelje.
- **"Apartmanizacija" stambenih jedinica:** Mnogi stambeni prostori pretvaraju se u kratkoročne najmove, smanjujući dostupnost pristupačnog stanovanja za lokalno stanovništvo. Ovaj trend također narušava koheziju zajednice i stvara sukobe između stanovnika i turističkih operatera, jer se lokalno stanovništvo može osjećati istisnuto zbog priljeva turista.

- **Koordinacija među općinama:** Svaki grad i općina u Kvarneru imaju vlastiti pristup upravljanju turizmom, što rezultira fragmentiranim razvojem i neujednačenim doživljajem posjetitelja. Bez usklađene strategije, napori za održivi razvoj su manje učinkoviti i mogu dovesti do propuštenih prilika za regionalnu sinergiju.

### Jedinstvene značajke mikro destinacija u Kvarneru

Fokus na projekte održivosti poput zero-waste inicijativa i e-mobilnosti te očuvanje lokalne kulture unatoč pritiscima turizma.

### Sličnosti s ostalim partnerima

Izazovi u upravljanju velikim brojem posjetitelja, održivom turizmu i koordinaciji između dionika.

## LIEPĀJA

### Ključni uvidi

Dionici cijene snažnu kulturnu scenu i živahnu atmosferu. Glavni izazovi uključuju sezonalnost, koordinaciju među turističkim pružateljima usluga i održivi prijevoz. Također, problem predstavlja neregulirano tržište iznajmljivanja apartmana. Dionici su naglasili potrebu za kohezivnim turističkim paketima i jedinstvenim pristupom kako bi se povećala privlačnost izvan glavne sezone.

Stoga su za Liepāju identificirani sljedeći nedostaci:

- **Ovisnost o sezonalnosti:** Destinacija uvelike ovisi o ljetnom turizmu, što dovodi do niskog broja posjetitelja tijekom jeseni, zime i proljeća. To uzrokuje ekonomsku nestabilnost i ograničava mogućnosti zapošljavanja tijekom cijele godine, budući da mnogi turistički poslovi ne mogu održati poslovanje izvan sezone.
- **Fragmentirana suradnja dionika:** Turistički operateri i kulturne institucije u Liepāji često djeluju neovisno, bez jedinstvenog pristupa razvoju turizma. Ovaj nedostatak smanjuje učinkovitost promocije destinacije i ograničava mogućnost stvaranja koordiniranih iskustava koja bi mogla privući i zadržati veći broj posjetitelja.
- **Neregulirano tržište smještaja:** Porast neformalnog iznajmljivanja apartmana (npr. putem Airbnb) stvara nelojalnu konkureniju licenciranim pružateljima smještaja, otežavajući provedbu standarda kvalitete i regulatornih zahtjeva. Ovaj neregulirani sektor također utječe na pristupačnost stanovanja za lokalno stanovništvo, uzrokujući napetosti između lokalaca i turista.
- **Održive mogućnosti prijevoza:** Liepāja ima ograničene opcije održivog prijevoza (poput ekološki prihvatljivog javnog prijevoza), što otežava dostupnost posjetiteljima koji preferiraju niskougljične alternative. Ovaj nedostatak ne samo da smanjuje dostupnost, već i ograničava privlačnost destinacije ekološki osviještenim putnicima.

## Jedinstvene značajke mikro-destinacije Liepāja

Raznolika kulturna ponuda i spoj povijesne i moderne urbane arhitekture. Sezonalnost i fragmentirana suradnja među dionicima predstavljaju specifične izazove.

### Sličnosti s ostalim partnerima

Problemi sa sezonalnošću, prijevozom i želja za povećanjem turističke privlačnosti izvan glavne sezone.

## BORGOTARO

### Ključni uvidi

Ova mikro destinacija suočava se sa sezonskim i „prolaznim” turizmom, posebno kod turista koji dolaze zbog branja gljiva. Ključni ciljevi uključuju diverzifikaciju turističke ponude tijekom cijele godine i poboljšanje suradnje među lokalnim operaterima. Naglasak je na korištenju lokalnih kulturnih i prirodnih resursa, poput stvaranja Ekomuzeja, kako bi se povećala angažiranost posjetitelja.

Stoga su za **Borgotaro** identificirani sljedeći nedostaci:

- **Sezonski „prolazni” turizam:** Borgotaro privlači turiste uglavnom tijekom sezone branja gljiva, često na kratke, jednodnevne posjete. Ovakav prolazni turizam ograničava ekonomske koristi za lokalne poslovne subjekte, budući da posjetitelji ne ostaju dovoljno dugo da bi se angažirali u drugim atrakcijama ili uslugama, čime se smanjuje ukupni prihod destinacije.
- **Suradnja s lokalnim operaterima:** Nedostatak partnerstava i mreža među turističkim operaterima, lokalnim poduzećima i općinom otežava stvaranje cjelovitog doživljaja za posjetitelje. Ovaj nedostatak ograničava potencijal turizma da pruži koherentnu i privlačnu ponudu koja bi potaknula duže boravke i ponovne posjete.
- **Nedovoljno iskorišteni kulturni resursi:** Borgotaro posjeduje vrijedne kulturne i prirodne resurse (poput bioraznolikosti i lokalne baštine), ali oni nisu u potpunosti integrirani u turističku ponudu. Ograničena promocija i korištenje ovih resursa znači da destinacija propušta prilike za diverzifikaciju atrakcija i privlačenje šire publike.
- **Ograničena digitalna prisutnost:** Nedostatna ulaganja u digitalni marketing i promociju smanjuju vidljivost destinacije među potencijalnim posjetiteljima, posebno za izvansezonske i jedinstvene doživljaje. Ovaj nedostatak digitalne angažiranosti smanjuje konkurentnost destinacije na turističkom tržištu i ograničava svijest o tome što Borgotaro može ponuditi osim sezonskih atrakcija.

## Jedinstvene značajke mikro-destinacije u Borgotaru

Specifičan fokus na „turizam branja gljiva” i strategije za njegovu pretvorbu u noćenja. Nedavni napredak u međuopćinskoj suradnji i organizacija festivala.

### Sličnosti s drugim partnerima

Izazovi sezonalnosti, potreba za suradnjom među dionicima i fokus na održive turističke prakse.

## IV. OPĆI UVIDI NA RAZINI PROJEKATA

### SLIČNOSTI MEĐU PARTNERIMA

- **Sezonalnost:** Sve destinacije suočavaju se s izazovima izvansezonskog turizma i potrebne su strategije za privlačenje posjetitelja tijekom cijele godine.
- **Održive prakse:** Zajednički fokus na održivosti, uključujući smanjenje negativnih utjecaja na okoliš i promicanje ekološki prihvatljivog transporta.
- **Suradnja:** Naglasak na koordinaciji među dionicima i dijeljenju znanja između regija.
- **Kulturni identitet i lokalna angažiranost:** Partneri se slažu u važnosti očuvanja i promicanja lokalne kulture kako bi poboljšali iskustva posjetitelja.

### JEDINSTVENI IZAZOVI

- **Apartmantizacija u Kvarneru i Liepaji:** Pretvaranje stambenih objekata u turističke svrhe specifičan je problem u ovim regijama, što utječe na dostupnost i cijenu stambenog prostora za lokalne stanovnike.
- **Specifične vrste turizma:** Jedinstvene vrste turizma u svim mikrodestinacijama, čak i unutar iste regije, nude različite izazove i prilike za povezivanje turizma s razvojem mjesta.

### SAŽETAK ZAJEDNIČKIH PRAZNINA MEĐU PARTNERIMA

Ovaj odjeljak sažima zajedničke praznine identificirane među partnerima, naglašavajući ključna područja gdje je potrebna poboljšana suradnja i unapređenja kako bi se postigli zajednički ciljevi.

- **Sezonalnost:** Svaki partner suočava se s turizmom koncentriranim u sezoni, što dovodi do ekonomske nestabilnosti i neiskorištenosti lokalnih resursa izvan vršnih perioda. Ova praznina utječe na održivost radnih mjeseta, usluga i poslovanja u svakoj destinaciji.
- **Nosivost:** Bez odgovarajućih mjera za zaštitu prirodnih resursa i upravljanje socijalnim i ekološkim utjecajima turizma, partneri se suočavaju s rizikom uništavanja svojih jedinstvenih malih resursa poput lokalne kulture i bioraznolikosti, koji su često ključni za njihov turistički privlačnost.
- **Koordinacija dionika:** Fragmentirana suradnja među dionicima ograničava potencijal za integrirani razvoj destinacije. Praznine u koordinaciji otežavaju stvaranje koherentnih turističkih iskustava i održivih praksi.
- **Integracija zajednice:** Angažiranje i uključivanje lokalnih zajednica u planiranje turizma često je ograničeno. Ova praznina utječe na učinke na lokalnu zajednicu i može dovesti do negativnih reakcija, smanjujući dugoročnu održivost turizma.
- **Marketing i brendiranje:** Nedostatni marketinški resursi i fragmentirani napor u brendiranju otežavaju mikrodestinacijama da se istaknu, osobito u konkurenciji s većim destinacijama. Ograničena digitalna prisutnost i jasnoća brenda smanjuju njihovu sposobnost privlačenja različitih segmenata posjetitelja, ali i smanjuju rizike od premašivanja nosivosti ako su previše uspješne.

## Aktivnost 2 – Transnacionalni seminar

Od 15. do 17. listopada Visit Halland bio je domaćin transnacionalnog seminara u Halmstadu. Druga od dvije aktivnosti u MIST projektu. Trodnevni seminar imao je za cilj promicanje održivog i odgovornog razvoja mikro-destinacija kroz prezentacije, diskusije i razmjenu znanja, stručnosti i iskustava među partnerskim organizacijama. Sudionici su bili svi partneri projekta, a to su SERN, SveDest, Turistički informativni ured regije Liepaja, Turistička zajednica Kvarnera i Visit Halland, vodeći partner projekta i domaćin seminara. Dodatno, skupina predstavnika lokalne švedske mikro-destinacije u regiji Halland sudjelovala je na sastanku i predstavila svoje prakse za održiv razvoj svoje mikro-destinacije.

Tijekom dvodnevne radionice u Švedskoj, partneri su podijelili uvide i naučena iskustva iz prethodnih radionica i diskusija. Sudionici su istraživali faktore uspjeha i izazove u razvoju destinacija kroz fokusirane dijaloge. Održana je i posebna radionica o mikro-destinacijama i razvoju mjesta kako bi se produbilo razumijevanje i potaknula razmjena znanja. Sudionici su aktivno razmjenjivali iskustva i najbolje prakse, što je omogućilo suradnju i jačanje strategija za održivi razvoj mjesta.

S ovim uvidima iz Aktivnosti 1, analize praznina i diskusije među partnerima, najperspektivniji smjerovi za trodnevni seminar u Hallandu bili su sljedeći:

- **Mapping i izgradnja mreže:** Omogućiti suradnički prostor za partnere da podijele uvide o zajedničkim problemima, što će pomoći svakome da razumije praznine i učinkovita rješenja.
- **Podaci vođeni uvidima za turizam:** Razmisliti o prikupljanju podataka o obrascima posjetitelja, osobito izvan sezone, kako bi se informirale strategije i mjerili uspjesi te podijeliti ovi uvidi.
- **Razmjena dobrih praksi:** Prezentacije svih partnera koje će dati više uvida u postavke mikro-destinacija i uživljavanje u izazove. Sličnosti i jedinstvene karakteristike omogućit će partnerima da reflektiraju vlastiti rad kroz uvid u rad drugih.

### Područja intervencije i prikupljanje dobrih praksi od MIST partnera

Na temelju uvida iz radionice u Hallandu, partneri su identificirali barem deset područja intervencije u kojima dionici unutar mikro-destinacija trebaju ciljanu podršku. Ova područja predstavljaju ključne aspekte održivog razvoja, učinkovito upravljanje i angažman zajednice koji su od vitalne važnosti za uspjeh.

Rješavanje ovih potreba neće samo ojačati kapacitete pojedinih dionika, već će također unaprijediti ukupnu otpornost i privlačnost mikro-destinacija.

Glavna područja intervencije koja su identificirana su sljedeća:

**1**

### **UPRAVLJANJE MIKRO-DESTINACIJOM**

Načini upravljanja na mikro razini i interakcije s dionicima na razini gdje modeli upravljanja nisu primjenjivi.

**2**

### **UPRAVLJANJE SEZONALNOŠĆU**

Strategije za privlačenje turista tijekom cijele godine, smanjujući ovisnost o vršnim sezonomama.

**3**

### **ANGAŽMAN ZAJEDNICE**

Povećana uključenost lokalnih zajednica u donošenje odluka kako bi se očuvala kulturna autentičnost i potaknula lokalna podrška.

**4**

### **SURADNJA DIONIKA**

Poboljšana koordinacija među lokalnim dionicima kako bi se ujedinile turističke strategije i ponude.

**5**

### **ODRŽIVI PRIJEVOZ**

Razvoj ekološki prihvatljivih prijevoznih opcija za rješavanje izazova posljednje milje, smanjenje ugljičnog otiska i poboljšanje pristupačnosti.

**6**

### **SMANJENJE UTJECAJA NA OKOLIŠ**

Provedba mjera upravljanja otpadom, očuvanja vode i kontrole onečišćenja.

**7**

### **FINANCIRANJE I RESURSI**

Finansijska podrška i resursi za provedbu održivih turističkih praksi, posebno u ruralnim ili manjim destinacijama.

**8**

### **DIVERSIFIKACIJA TURIZMA**

Proširenje turističke ponude izvan aktivnosti visoke potražnje kako bi se uključile kulturne i izvansezonske atrakcije.

**9**

### **POVEĆANJE ZNANJA I KAPACITETA KROZ EDUKACIJU I OSPOSOBLJAVANJE.**

Edukacija dionika o održivim turističkim praksama i strateškom planiranju.

**10**

### **DIGITALNI MARKETING I BRENDIRANJE**

Pomoć u brendiranju, digitalnoj angažiranosti i promociji mikro-destinacija na konkurentnom tržištu.

## Identifikacija i opis najmanje 2 dobre prakse po partneru.

Svaki partner je demonstrirao učinkovite prakse koje su usklađene s ciljevima održivog turizma i mogu se povezati s gore spomenutim područjima intervencija. U sljedećem odjeljku nalazi se detaljan opis tih praksi, uključujući vrijeme, resurse, sudionike i rezultate za svaku praksu. Osim toga, partneri nastoje objasniti njihov potencijal za replikaciju.



### ANGAŽMAN NA TEMELJU ZAJEDNICE KAO KLJUČNI FAKTOR USPJEHA

Uspješne mikro-destinacije temelje se na angažmanu lokalnih zajednica, gdje lokalni dionici rade na zajedničkim ciljevima.

4 SURADNJA DIONIKA

#### Opis prakse

Otkrili smo da najuspješnije mikro-destinacije uspijevaju zahvaljujući aktivnom sudjelovanju i predanosti lokalne zajednice. Uključivanjem lokalnih dionika kao što su stanovnici, poduzeća i organizacije i usklađivanjem njihovih napora prema zajedničkim ciljevima, ove destinacije stvaraju snažnu osnovu za održivi rast i razvoj. Ovaj suradnički pristup osigurava da svi imaju ulaganje u uspjeh destinacije, potičući osjećaj vlasništva i ponosa unutar zajednice.

#### Potrebno vrijeme

Vrijeme potrebno za provedbu ove prakse uvelike varira, ovisno o trenutnoj uključenosti zajednice i suradnji u mikro-destinaciji. U projektu smo otkrili da neke mikro-destinacije već učinkovito surađuju, radeći prema zajedničkoj viziji i ciljevima, što znači da za provedbu ove prakse nije potrebno dodatno vrijeme. Međutim, druge mikro-destinacije nemaju jedinstvenu viziju niti snažan okvir suradnje, što zahtijeva osnovni rad na uspostavi tih elemenata. Ovisno o sastavu dionika i uvjetima za angažman u mikro-destinaciji, ovo može trajati od 6 mjeseci do godinu dana.

Važan prvi korak bio bi ocijeniti trenutačno stanje uključenosti zajednice, identificirati ključne dionike i razumjeti njihove potrebe u mikro-destinaciji. Drugi korak u provedbi prakse bio bi pokretanje radionica za uspostavu zajedničkih ciljeva i ciljeva za mikro-destinaciju.



## Potrebni resursi

Opet, ovisno o prirodi mikro-destinacije, potrebni su različiti resursi. Za mikro-destinacije koje nemaju zajedničku viziju, ciljeve i okvire suradnje, potrebni su različiti resursi, kako ljudski, tako i finansijski, uz ulaganje vremena i znanja.



## Dionici uključeni u implementaciju prakse

Lokalni dionici u mikro-destinaciji, općine, voditelji projekta i moderatori. Ovisno o trenutnom sustavu destinacije, regionalni DMO-ovi također mogu biti uključeni.



## Rezultati / Utjecaj prakse

Najvažniji rezultati prakse su:

- Jači odnosi i povjerenje među lokalnim dionicima.
- Ujedinjen osjećaj svrhe i ponosa prema mikro-destinaciji.
- Povećana spremnost za zajednički rad na zajedničkim izazovima i prilikama.



## Potencijal za repliciranje

Praksa ima veliki potencijal za repliciranje u drugim destinacijama.

# PODRŠKA ZAJEDNICE ZA MIKRO-DESTINACIJE

Podrška općina za turističke projekte koje pokreće lokalna zajednica, bez prekomjernog nadzora, uz dovoljno finansijske potpore.

3

V ANGAŽMAN ZAJEDNICE



## Opis prakse

Otkrili smo da uspješan način na koji naše općine mogu podržati lokalno vođene turističke projekte, kao što je razvoj mikro-destinacija, uključuje pružanje nužne, ali ograničene potpore/financiranja, kako bi se izbjegla pretjerana kontrola ili intervencija. Ovaj pristup postiže ravnotežu, nudeći dovoljno finansijskih resursa i logističke pomoći kako bi se omogućilo lokalnim dionicima da oblikuju vlastiti razvoj turizma. Uloga općine je olakšati i poticati lokalne napore, pružajući smjernice i ograničena sredstva kada je to potrebno, ali dopuštajući zajednici da bude vođa u stvaranju autentičnih, održivih turističkih iskustava koja su u skladu s lokalnim vrijednostima i potrebama.



## Potrebno vrijeme

Vrijeme potrebno ovisi o trenutnom stanju suradnje između općinskih vlasti i lokalnih zajednica, kao i o stupnju spremnosti unutar općine da usvoji takav pristup. U Hallandu to varira značajno između različitih općina.

Ako trenutno ne postoji suradnja, prvi korak bi prirodno bio uspostaviti tu suradnju. Kada suradnja bude uspostavljena, sljedeći korak bio bi procijeniti potrebe za finansijskom podrškom mikro-destinacijama. Nakon toga, ako već ne postoji, treba stvoriti sustav općinske finansijske podrške, uključujući jasne smjernice za financiranje. Za uspješnu implementaciju prakse, važno će biti poduzeti korake za povećanje znanja o održivom financiranju mikro-destinacija, uključujući alternativne modele financiranja. To znanje bit će ključno za stvaranje održivog finansijskog razvoja u mikro-destinacijama, osiguravajući da one ne budu ovisne o finansijskoj podršci općina.

### Potrebni resursi

Potrebno je različite resurse, kako ljudske i finansijske, tako i vremenski angažman i znanje.

### Dionici uključeni u implementaciju prakse

Mikro-destinacije, općine, regionalne organizacije za razvoj turizma (DMO).

### Rezultati / Utjecaj prakse

Rezultat implementacije podrške temeljenoj na lokalnoj zajednici za mikro-destinacije je održiviji i otporniji turistički ekosustav, u kojem lokalne zajednice imaju moć oblikovati vlastiti razvoj. Pružanjem odgovarajuće razine finansijske podrške i smjernica, bez prekomjerne kontrole, općine pomažu u stvaranju osjećaja vlasništva među lokalnim dionicima. To dovodi do kohezivnije, suradničke zajednice s zajedničkom vizijom turizma koja odražava lokalne vrijednosti i prioritete. S vremenom mikro-destinacije postaju manje ovisne o financiranju općina jer usvajaju alternativne, održive modele financiranja, osiguravajući svoju dugoročnu održivost.

### Potencijal za repliciranje

Praksa ima visok potencijal za repliciranje u drugim destinacijama.

## SURADNJA IZMEĐU ODJELA

Načini rada s mikro-destinacijom dizajnirani za poboljšanje suradnje i usklađivanja među općinskim odjelima radi podrške mikro-destinacijama.

 UPRAVLJANJE MIKRO-  
DESTINACIJOM

### Opis prakse

Jedan od naših ključnih uvida iz projekta bio je značaj suradnje među različitim odjelima. To znači stvaranje strukturiranih načina suradnje kako bi se poboljšala komunikacija i koordinacija unutar općinskih odjela i s regionalnim partnerima, sve u cilju potpore mikro-destinacijama. Zajedničkim radom, dionici mogu kreirati ujedinjenu strategiju koja će pomoći mikro-destinacijama da rastu i napreduju na održiv način.



Dijeljenjem resursa, znanja i stručnosti, ove grupe mogu koordinirati napore i osigurati da lokalne turističke inicijative budu integrirane u šиру regionalnu i općinsku politiku. Ovaj suradnički okvir pomaže u pojednostavljivanju donošenja odluka, povećanju utjecaja i osiguravanju da se potrebe mikro-destinacija u potpunosti adresiraju, od planiranja infrastrukture do angažmana zajednice i marketinga.



### Potrebno vrijeme

Vrijeme potrebno za implementaciju suradnje među odjelima u Hallandu značajno će se razlikovati od općine do općine. Većina općina već ima neku vrstu suradnje, iako ne u vezi s mikro-destinacijama. Za implementaciju ovog pristupa, prvi korak bio bi osigurati angažman relevantnih odjela i regionalnih dionika, osiguravajući da razvoj mikro-destinacija bude prioritet u cijeloj općini i regiji. Za to bi trebalo uspostaviti mrežu relevantnih dionika. Iz ove mreže trebalo bi se stvoriti zajednička vizija i ciljevi. To bi uključivalo organiziranje sastanaka i radionica s dionicima, što može biti dugotrajan proces. Nakon što se stvori zajednička vizija, važno je definirati uloge i odgovornosti svakog dionika. Naravno, neki odjeli bi bili više uključeni od drugih.



### Potrebni resursi

Potrebna su različita sredstva, kako ljudska i finansijska, tako i ulaganje vremena i znanja.



### Dionici uključeni u implementaciju prakse

Različiti odjeli općina i regionalni dionici.



### Ishodi / Utjecaj prakse

Stvaranje dobre suradnje između općinskih odjela i regionalnih dionika ključno je za uspješan i održiv razvoj mikro-destinacija. Time se ne samo osigurava usklađenost svih aspekata destinacije i usmjerenost prema zajedničkim ciljevima, što omogućuje jedinstven, koordiniran i učinkovit pristup razvoju mikro-destinacija, već i omogućuje rješavanje svih potreba mikro-destinacije – od infrastrukture do marketinga i svega između.



### Potencijal za repliciranje

Ovisno o sustavu dionika, praksa se može ponoviti. Međutim, ako se sustav dionika značajno razlikuje od onoga u Hallandu, možda će biti potreban drugačiji pristup.

## CENTAR IZVRSNOSTI: EKOMUZEJ MOŠĆENIČKA DRAGA

Načini rada s mikro-destinacijom osmišljeni za poboljšanje suradnje i usklađivanja među općinskim odjelima za podršku mikro-destinacijama.

- 2<sup>v</sup> UPRAVLJANJE SEZONALNOŠĆU**
- 3<sup>v</sup> ANGAŽMAN ZAJEDNICE**
- 8<sup>v</sup> DIVERSIFIKACIJA TURIZMA**
- 9<sup>v</sup> IZGRADNJA ZNANJA I KAPACITETA**

### Opis prakse

Ekomuzej Mošćenička Draga, osnovan 2012. godine, predstavlja primjer održivog razvoja u mikro-destinacijama kroz očuvanje i promociju pomorske baštine. Aktivnosti Ekomuzeja naglašavaju uključivanje lokalne zajednice, čime se stvara zajednički osjećaj vlasništva i sudjelovanja u održivim turističkim praksama. Ova uključenost osigurava da razvoj bude usklađen s potrebama zajednice, čime se povećava otpornost i atraktivnost Mošćeničke Drage kao turističke destinacije.

Ključne aktivnosti uključuju radionice o tradicionalnom ribolovu i brodogradnji, godišnji Festival i regatu tradicionalnih jedrenjaka te interaktivne obrazovne programe za sve uzraste. Ove inicijative ne samo da privlače posjetitelje, već također angažiraju stanovništvo, jačajući povezanost zajednice s njezinom baštinom.

Održivi pristup Ekomuzeja podržan je njegovim sudjelovanjem u brojnim projektima financiranim iz EU sredstava, koja pružaju potrebnu finansijsku potporu za implementaciju svojih inicijativa. Ova sredstva omogućuju razvoj resursa i programa koji adresiraju uobičajene izazove s kojima se suočavaju manja odredišta, poput upravljanja sezonskim fluktuacijama, promicanja kulturne integriteta i zaštite lokalnog okoliša. Članstvo u Udrudi mediteranskih pomorskih muzeja (AMMM) te nagrade poput SKAL International Sustainable Tourism Award 2016. i Destination of Sustainable Cultural Tourism Awards 2022. potvrđuju njegovu učinkovitost i utjecaj.

Očuvanjem kako materijalne, tako i nematerijalne kulturne baštine, Ekomuzej osigurava prijenos znanja na mlade generacije, promičući održivi turistički model koji integrira obrazovanje, tradiciju i očuvanje okoliša. Kroz ove zajedničke napore, Mošćenička Draga pokazuje kako mala ruralna odredišta mogu postići održivi rast, koristeći lokalne resurse i uključivanje zajednice za stvaranje uravnoteženog i prosperitetnog mikro-destinacija.



## Potrebno vrijeme

1. Početno planiranje (6 mjeseci): Formirati partnerstva, osigurati financiranje (npr. EU bespovratna sredstva) i definirati ciljeve i aktivnosti.
2. Angažman zajednice (3 mjeseca): Organizirati informativne sesije za uključivanje lokalnih dionika i poticanje podrške zajednice.
3. Faza razvoja (12 mjeseci): Uspostaviti infrastrukturu za radionice, obrazovne programe i izložbe.
4. Pilot programi (6 mjeseci): Pokrenuti početne radionice i događanja kako bi se testirali i usavršili pristupi.
5. Potpuna implementacija (neprekinuto): Redovito organizirati događanja, radionice i aktivnosti očuvanja baštine uz praćenje rezultata.



## Potrebni resursi

- Financijski: EU sredstva za projekte, potpore lokalnih vlasti.
- Ljudski resursi: Stručnjaci za baštinu, edukatori, lokalni obrtnici, koordinatori događanja i volonteri.
- Materijali: Materijali za izradu tradicionalnih brodova, obrazovna oprema, marketinški resursi.
- Objekti: Prostori za radionice, događanja i skladištenje/izložbe artefakata.
- Tehnološki resursi: Audio-vizualna oprema za prezentacije, online promotivni alati i sustavi za digitalno arhiviranje.



## Dionici uključeni u provedbu prakse

- Lokalna uprava i općine: Pružaju podršku i usklađuju politike.
- Osoblje Ekomuzeja: Upravlju operacijama, razvijaju programe i nadgledaju događanja.
- Lokalna zajednica: Sudjeluje u radionicama, dijeli znanje i volontira.
- Obrazovne institucije: Suradnja na obrazovnim programima.
- EU i regionalne kulturne organizacije: Pružaju finansijsku i tehničku podršku.
- Udruge (npr. AMMM): Omogućuju umrežavanje i razmjenu znanja.



## Ishodi / Utjecaj prakse

- Očuvanje kulture: Obnovljen interes za pomorske i tradicijske prakse.
- Uključenost zajednice: Povećan ponos i sudjelovanje u lokalnoj baštini.
- Ekonomski rast: Povećan turizam i povezani prihodi.
- Obrazovne koristi: Prijenos znanja na mlađe generacije i turiste.
- Nagrade i priznanja: Višestruka priznanja koja potvrđuju uspjeh Ekomuzeja.



## Potencijal za replikaciju

Ova praksa ima značajan potencijal za replikaciju u drugim ruralnim i obalnim mikro-destinacijama. Ključni čimbenici uspjeha uključuju osiguravanje početnog financiranja, poticanje uključivanja zajednice i korištenje lokalnih tradicija. Integracija kulturne edukacije i održivog turizma u okviru Ekomuzeja može poslužiti kao model za druge regije koje nastoje uskladiti očuvanje baštine s gospodarskim razvojem.



## ZERO WASTE PROJECT (OTOK KRK)

Uspješne inicijative za smanjenje otpada postavljaju standard za održivi turizam.

6 ✓ SMANJENJE UTJECAJA  
NA OKOLIS

### Opis prakse

Otok Krk na Kvarneru postigao je značajan uspjeh kao prvi Zero Waste otok u Hrvatskoj i drugi u svijetu, priznanje koje mu je dodijelio Zero Waste Europe. Ovo postignuće rezultat je dugogodišnje predane suradnje sedam jedinica lokalne samouprave na otoku. Kroz provedbu inovativnih strategija gospodarenja otpadom i prijelaz na kružno gospodarstvo, Krk se etablirao kao predvodnik održivog razvoja za mikro-destinacije.

Zero Waste inicijativa otoka Krka rješava uobičajene izazove mikro-destinacija, poput sezonskih oscilacija broja stanovnika, promicanjem učinkovitih praksi smanjenja i gospodarenja otpadom. Otok je postigao stopu odvajanja otpada od 58 %, smanjio miješani otpad za 22 % po stanovniku u usporedbi s nacionalnim prosjekom te uložio u ključnu infrastrukturu, uključujući sortirnicu, kompostanu i sedam reciklažnih dvorišta. Ovi napori značajno su smanjili negativan utjecaj turizma na okoliš, osiguravajući visoku kvalitetu života za stanovnike i potičući kulturu održivosti među posjetiteljima.

Ključni dio inicijative je angažman zajednice. Kroz edukativne kampanje i aktivno sudjelovanje u gospodarenju otpadom, stanovnici Krka i lokalne tvrtke usvojili su održive prakse. Nedavna istraživanja potvrđuju visoku razinu zadovoljstva stanovnika, što naglašava uspjeh inicijative u poboljšanju kvalitete života i zaštiti lokalnog okoliša.

Ova inovativna praksa pokazuje kako mikro-destinacije mogu uskladiti turizam, dobrobit zajednice i očuvanje okoliša. Zero Waste put Krka svjedoči o snazi lokalnog djelovanja u postizanju globalnih ciljeva održivosti.



## Potrebno vrijeme

### 1. Procjena i planiranje (1-2 godine):

- Provesti početne analize proizvodnje i gospodarenja otpadom.
- Razviti Zero Waste strategiju, uključujući planiranje infrastrukture i angažman zajednice.

### 2. Razvoj infrastrukture (2-3 godine):

- Izgraditi objekte poput sortirница, kompostana i reciklažnih dvorišta.
- Uspostaviti sustave prikupljanja odvojenog otpada.

### 3. Angažman zajednice i edukacija (kontinuirano):

- Provoditi edukativne kampanje za stanovnike i turiste kako bi se promoviralo odvajanje i smanjenje otpada.
- Redovito informirati i uključivati zajednicu u donošenje odluka.

### 4. Provjeda i praćenje (kontinuirano):

- Pokrenuti sustave prikupljanja i gospodarenja otpadom.
- Neprestano pratiti tokove otpada, stope odvajanja i povratne informacije zajednice.
- Prilagođavati strategije temeljem prikupljenih podataka i rezultata.



## Potrebni resursi

- Financijski resursi: EU fondovi, lokalne subvencije i sponzorstva.
- Ljudski resursi: Kvalificirano osoblje za operacije gospodarenja otpadom, koordinatori zajednice koji će voditi edukaciju i širenje, stručnjaci za okoliš koji će voditi strateško planiranje.
- Tehnički resursi: vozila i oprema za skupljanje otpada, digitalni sustavi za praćenje i izvješćivanje podataka o otpadu, resursi za obnovljive i ekološki prihvatljive alternative (npr. vrećice za kompostiranje).



## Dionici uključeni u provedbu prakse

- Jedinstvene lokalne samouprave: Sedam općina na Krku surađivalo je na implementaciji i upravljanju strategijom Zero Waste.
- Komunalno poduzeće: Ponikve Eko Otok Krk d.o.o. imalo je ključnu ulogu u razvoju infrastrukture i operacijama gospodarenja otpadom.
- Lokalna zajednica: Stanovnici i poduzeća aktivno su sudjelovali u odvojenom prikupljanju i smanjenju otpada.
- Nevladine organizacije: Organizacije poput Zelene akcije pružile su stratešku podršku i stručnost.
- Turistički sektor: Lokalna turistička društva i poduzeća uskladila su prakse s načelima održivog turizma.
- Međunarodne organizacije: Zero Waste Europe i Mission Zero Academy (MiZA) podržali su certifikaciju i usavršavanje strategije.



## Rezultati / Utjecaj prakse

### 1. Smanjenje utjecaja na okoliš:

- 58% of waste is separated for recycling.
- Mješoviti otpad po osobi je 22% niži od nacionalnog prosjeka.

### 2. Održivi turizam:

- Pozicioniranje Krka kao modela odgovornog turizma, privlačeći ekološki osviještene posjetitelje.

### 3. Povećana kvaliteta života:

- Residents report high satisfaction levels due to cleaner surroundings and participatory governance.

### 4. Prepoznavanje:

- Krk je stekao međunarodno priznanje za svoja postignuća.



## Potencijal za replikaciju

Inicijativa Zero Waste na Krku pokazuje snažnu mogućnost repliciranja u drugim mikro-destinacijama zbog sljedećih faktora:

- Skalabilni okvir: Pristup se može prilagoditi različitim veličinama i kapacitetima lokalnih zajednica.
- Jasna strategija i smjernice: Organizacije poput Zero Waste Europe pružaju resurse i stručnost zajednicama koje žele replicirati ovaj model.
- Pristup usmjeren na zajednicu: Model naglašava aktivno sudjelovanje, potičući lokalnu odgovornost i održive prakse.
- Integracija turizma: Strategija se uskladjuje s principima održivog turizma, što je relevantno za destinacije sa sezonskim fluktuacijama.

Međutim, uspješna replikacija zahtijeva prilagodbu strategija lokalnim kontekstima, uključujući upravljačke strukture, kulturne dinamike i dostupne resurse. Inicijativa nudi robustan okvir za druge regije koje žele unaprijediti svoje ciljeve održivosti, temeljen na suradnji, podacima i uključivosti.



## VIRTUALNI MUZEJ ARCA ADRIATICA

Nudi virtualnu turu koja ističe pomorsku baštinu Italije i Hrvatske, unapređujući promociju kulturne i prirodne baštine.

10<sup>th</sup> DIGITALNI MARKETING I  
BRENDIRANJE

2<sup>nd</sup> UPRAVLJANJE  
SEZONALNOSCU

### Opis prakse

Virtualni muzej Arca Adriatica predstavlja inovativan pristup očuvanju i promociji maritimne baštine Jadrana putem digitalnih alata i prekogranične suradnje između hrvatskih i talijanskih partnera. Razvijen u okviru EU projekta Arca Adriatica, muzej prikazuje bogatu maritimnu baštinu, a istovremeno se bavi uobičajenim izazovima s kojima se susreću mikro-destinacije, poput sezonskih fluktuacija turizma i potrebe za očuvanjem kulture.

Muzej pruža imerzivnu virtualnu turu maritimnom baštinom Jadrana, obuhvaćajući različite kategorije poput pomorske arhitekture, navigacijskih alata, kulturnih i povijesnih artefakata, memorijalnih mjesta i podvodne baštine. Korištenjem najnovije tehnologije, muzej nudi globalnu pristupačnost putem interneta i mobilnih aplikacija, a istovremeno služi kao resurs za multimedijalne prikaze u interpretacijskim centrima.

Virtualni muzej Arca Adriatica podržava održivi turizam smanjujući ekološki utjecaj fizičkog turizma, dok promovira kulturni integritet. Njegov digitalni format osigurava očuvanje pomorske baštine bez potrebe za infrastrukturom koja troši resurse. Ističući lokalne priče i tradicije, jača identitet mikro-destinacija i potiče održivo angažiranje s kulturnom baštinom.

Virtualni muzej djeluje kao digitalna vrata, privlačeći kulturno značajljive turiste i nudeći platformu za angažman tijekom cijele godine. Integracijom mobilnih aplikacija i online alata, projekt osigurava kontinuiranu promociju i vidljivost, jačajući kulturnu privlačnost destinacije.

Virtualni muzej Arca Adriatica je uzoran model kako digitalna inovacija može pokrenuti održivi razvoj mikro-destinacija, štiteći kulturnu baštinu, dok angažira globalnu publiku.

## Potrebno vrijeme

### 1. Planiranje i suradnja (1-2 godine):

- Identificirati ključne dionike i partnere preko granica.
- Razviti strateški okvir za katalogizaciju, digitalizaciju i strukturu muzeja.

### 2. Prikupljanje podataka i katalogizacija (1 godina):

- Mjeriti, zabilježiti i katalogizirati artefakte pomorske baštine.
- Provoditi terenski rad za dokumentiranje kulturnih elemenata na kopnu i pod vodom.

### 3. Razvoj digitalne infrastrukture (1-2 godine):

- Nabaviti i instalirati potrebnu tehničku opremu.
- Dizajnirati i programirati virtualnu platformu, uključujući mobilne aplikacije i korisničku bazu podataka.

### 4. Kreiranje sadržaja i učitavanje (6 mjeseci):

- Digitalizirati artefakte i kreirati interaktivan sadržaj za muzej.
- Uključiti multimedijalne značajke za imerzivna iskustva.

### 5. Testiranje i lansiranje (3-6 mjeseci):

- Provoditi tehničko testiranje platforme.
- Pokrenuti virtualni muzej uz marketinšku kampanju za osiguranje vidljivosti.

## Potrebni resursi

- Financijski resursi: EU financiranje projekata
- Tehnički resursi: Visokokvalitetna digitalna oprema za snimanje (npr. skeneri, kamere, alati za snimanje pod vodom), programerski alati za izradu baza podataka i razvoj aplikacija, poslužitelji i oblak za pohranu opsežnog kataloga muzeja.

- Ljudski resursi: Koordinatori projekta i stručnjaci za baštinu za katalogizaciju i planiranje, IT stručnjaci za dizajn platforme, održavanje i razvoj aplikacija, lokalni dionici, uključujući povjesničare, obrtnike i članove zajednice, za prikupljanje podataka i pripovijedanje priča.

## Dionici uključeni u provedbu prakse

- Vodeće institucije: Hrvatski i talijanski projektni partneri.
- Zajednica i lokalni dionici: Lokalni stanovnici i stručnjaci pridonijeli su artefaktima, pričama i kulturnim uvidima.
- Technical Teams: Programmers and digital content creators for the virtual platform.
- Prekogranična suradnja: Partneri iz Hrvatske i Italije surađivali su kako bi osigurali sveobuhvatnu reprezentaciju pomorske baštine.
- Obrazovne institucije: Škole i sveučilišta doprinijeli su istraživanjem i sudjelovali u pilot-testiranju platforme.

## Rezultati / Utjecaj prakse

### 1.Očuvanje kulture:

- Štiti pomorsku baštinu stvaranjem digitalnog arhiva dostupnog širom svijeta.

### 2.Obrazovne mogućnosti:

- Nudi interaktivni alat za učenje studentima, istraživačima i entuzijastima.

### 3.Turizam i brendiranje:

- Promovira mikro-destinacije u jadranskoj regiji, privlačeći cjelogodišnje virtualne posjetitelje.
- Jača identitet i atraktivnost lokalnih zajednica na globalnom tržištu.

### 4.Uključivanje zajednice:

- Angažira lokalne stanovnike u pričanju priča i očuvanju baštine, potičući ponos i odgovornost.

### 5.Eколоške prednosti:

- Smanjuje ekološki otisak fizičkog turizma nudeći virtualne alternative.

## Potencijal za replikaciju

Virtualni muzej Arca Adriatica lako je primjenjiv u drugim regijama ili destinacijama koje žele očuvati i promovirati svoju kulturnu baštinu. Ključni čimbenici koji doprinose njegovoj mogućnosti repliciranja uključuju:

### 1.Prilagodljiv okvir:

- Digitalna platforma može se prilagoditi različitim vrstama baštine, poput povijesnih znamenitosti, narodnih tradicija ili ekološke zaštite.

### 2.Ispлатива promocija:

- Virtualni muzej može privući globalnu publiku bez potrebe za opsežnom fizičkom infrastrukturom.

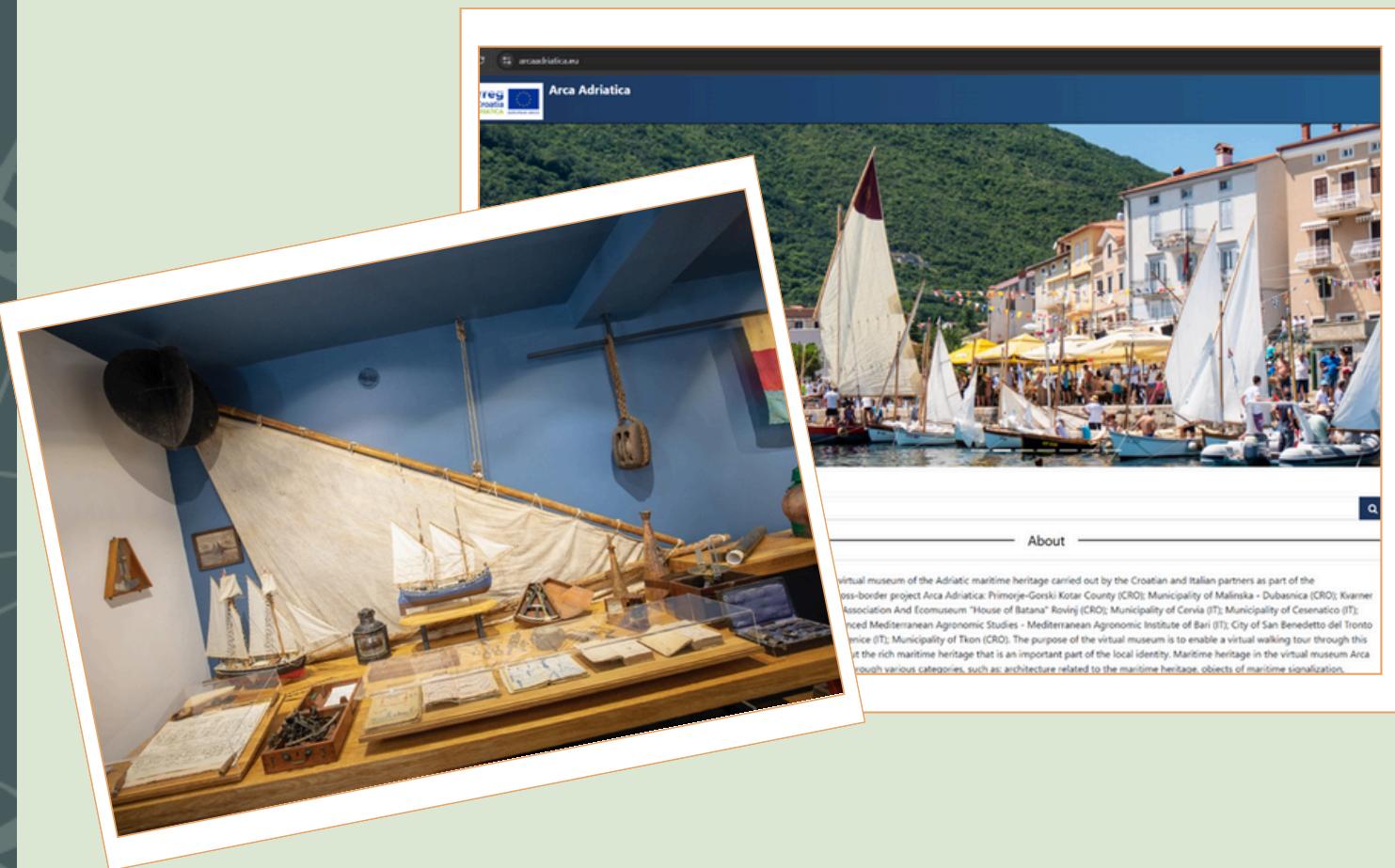
### 3.Skalabilna tehnologija:

- Alati i metode korišteni za katalogizaciju i digitalizaciju mogu se primijeniti i na druge destinacije sa sličnim temama baštine.

#### 4. Model prekogranične suradnje:

- Projekt pokazuje vrijednost partnerstava između regija, potičući razmjenu znanja i međusobnu promociju.

Uz odgovarajuće financiranje i uključivanje dionika, pristup Arca Adriatica može poslužiti kao model za mikro-destinacije širom svijeta u zaštiti njihove baštine, dok istovremeno potiče održivi turizam i angažman zajednice.



### OTOK MALI LOŠINJ - PRIČA O 100 NAJBOLJIH ODRŽIVIH PRAKSI

Nudi virtualni obilazak koji ističe pomorsku baštinu Italije i Hrvatske, poboljšavajući promociju kulturne i prirodne baštine.

9<sup>V</sup> IZGRADNJA ZNANJA I KAPACITETA

#### Opis prakse

Priznanje Malog Lošinja kao dijela "Green Destinations Top 100 Stories 2024" slavi njegov inovativni i održivi pristup rješavanju okolišnih izazova uz poticanje razvoja mikro-destinacije. Kroz projekt „Novi pogled na lošinjsko podmorje“ Instituta Plavi svijet, destinacija spaja edukaciju, tehnologiju i angažman zajednice kako bi promovirala održivi turizam i očuvanje okoliša.

Projekt naglašava očuvanje morskog ekosustava Lošinja, doma za zaštićene vrste poput delfina i druge ugrožene morske faune. Integriranjem naprednih tehnologija poput proširene stvarnosti (AR) i virtualne stvarnosti (VR), podiže svijest o okolišnim prijetnjama poput podvodnog zagađenja bukom i njegovom utjecaju na morske organizme. Interaktivni elementi, uključujući obrazovne materijale s QR kodovima (Scan the Island) i VR iskustva, omogućuju korisnicima da razumiju krhkost morskog ekosustava i važnost njegovog očuvanja.

Dodatno, inicijativa uvodi ekološki prihvatljivu infrastrukturu, poput novih informativnih ploča koje šire znanje o morskoj bioraznolikosti i održivim praksama. Ove mjere usklađuju se s ciljevima upravljanja otpadom, očuvanja vode i kontrole zagađenja, doprinoseći širem strateškom okviru za zaštitu okoliša.

Lošinj je postao vodeći primjer održive mikro-destinacije. Sudjelovanje u Green Destinations Top 100 Stories od 2016. godine naglašava njegovu predanost odgovornom upravljanju destinacijom. Projekt "Nova perspektiva na lošinjski podvodni svijet" dodatno jača ovu reputaciju čineći destinaciju atraktivnom tijekom cijele godine, a ne samo tijekom turističke sezone. Integracija AR i VR tehnologije nudi moderan, interaktivan način za angažiranje posjetitelja, dodajući dubinu njihovom iskustvu i promičući duže boravke.



## Potrebno vrijeme

1. Planiranje i suradnja (6–12 mjeseci):

- Angažirati dionike, definirati ciljeve projekta i osigurati financiranje.
- Razviti partnerstva s organizacijama za zaštitu okoliša i turizam.

2. Razvoj digitalnih alata i infrastrukture (1–2 godine):

- Dizajnirati i implementirati AR i VR iskustva, uključujući modul Scan the Island i akustične VR prikaze.
- Instalirati informativne ploče i izraditi obrazovne materijale.

3. Angažman zajednice i obrazovanje (6–12 mjeseci):

- Provesti radionice i edukativne sesije za lokalne dionike.
- Obrazovati stanovnike i turističke operatere o očuvanju morskog okoliša.

4. Testiranje i lansiranje (6–12 mjeseci):

- Testirati digitalne alate i iskustva.
- Organizirati javne događaje kako bi se projekt predstavio lokalnim stanovnicima i posjetiteljima.

5. Kontinuirano praćenje i promocija (stalno):

- Praćenje utjecaja na okoliš i angažmana posjetitelja.
- Promovirati projekt putem globalnih platformi poput Green Destinations Top 100 Stories.



## Potrebni resursi

- Financijski resursi: Financiranje EU projekata, lokalni vladini potpisi i sponzorstva.
- Tehnički resursi: Visokokvalitetna digitalna snimanja i programerski alati za imerzivna iskustva, infrastruktura za QR kod sustave, virtualne prikaze i informativne ploče.

- Ljudski resursi: Morski biolozi i stručnjaci za očuvanje mora za kreiranje sadržaja, tehnološki stručnjaci za razvoj i održavanje digitalnih alata, edukatori za obuku lokalnih sudionika.
- Fizički resursi: Prostorije za održavanje radionica, kao što je Obrazovni centar za more Lošinj, oprema za praćenje podvodnih okruženja i snimanje akustičnih podataka.

## Dionici uključeni u provedbu prakse

- Glavni dionici: Blue World Institute, kao vodeća organizacija za projekt, Turistička zajednica Lošinja za promociju i brendiranje.
- Lokalna zajednica i turistički operateri: Stanovnici i poslovni subjekti aktivno uključeni u inicijative očuvanja mora.
- Tehnički i dizajnerski timovi: Razvijači AR/VR modula i edukativnog sadržaja.
- Ekološke organizacije: Partneri i savjetnici koji doprinose očuvanju biološke raznolikosti.
- Globalne platforme za priznanje: Organizacije poput Green Destinations.

## Rezultati / Utjecaj prakse

### 1. Očuvanje okoliša:

- Povećana svijest o pomorskoj biološkoj raznolikosti i prijetnjama poput podvodnog zagađenja bukom.
- Poduzeti aktivni koraci za zaštitu staništa ugroženih vrsta, uključujući delfine.

### 2. Razvoj zajednice:

- Jača angažman lokalnog stanovništva u održivom turizmu i naporima za očuvanje.
- Povećana lokalna ponos i znanje o morskom okolišu.

### 3. Turizam i brendiranje:

- Usmjeravanje Mali Lošinja kao lidera održivog turizma i inovacija.
- Cjelogodišnja privlačnost za ekološki osviještene putnike i digitalne turiste.

### 4. Obrazovanje i svijest:

- Napredni alati za edukaciju budućih generacija o morskim ekosustavima.
- Pristup edukativnom sadržaju za globalnu publiku putem QR kodova i VR platformi.

## Potencijal za replikaciju

Uspjeh projekta "Nova perspektiva na podvodni svijet Lošinja" pokazuje njegov snažan potencijal za replikaciju u drugim mikro-destinacijama. Ključni elementi koji ga čine prilagodljivim uključuju:

1. Skalabilna digitalna rješenja: AR i VR tehnologije mogu se prilagoditi za prikazivanje drugih prirodnih ili kulturnih baština.

2. Pristup temeljen na zajednici: Obuka i angažiranje lokalnih dionika osiguravaju dugoročni učinak i podršku zajednice.

3. Obrazovanje kao stup održivosti: Fokus na obrazovanje stvara trajnu vrijednost kako za lokalno stanovništvo, tako i za posjetitelje.

4. Okvir globalnog priznanja: Sudjelovanje u inicijativama poput Green Destinations Top 100 Stories motivira druge destinacije da usvoje slične strategije.

Kombiniranjem tehnoloških inovacija, angažmana zajednice i očuvanja okoliša, projekt nudi model koji se može replicirati za održivi turizam i razvoj mikro-destinacija.



## TURIZAM TEMELJEN NA DOGAĐANJIMA: PLATFORMA ZA DIGITALNI KALENDAR DOGAĐANJA

Koordinacija između lokalnih kulturnih objekata i turističkih ureda za stvaranje raznolikog kulturnog programa tijekom cijele godine.

2 UPRAVLJANJE SEZONALNOŠĆU

4 SURADNJA DIONIKA

### Opis prakse

S obzirom na širok raspon događanja izvan sezone, općina je odlučila ponuditi svim organizatorima događanja jedinstvenu platformu na kojoj, prilikom predstavljanja svog događanja, općina može dodatno oglašavati to događanje na svojim komunikacijskim kanalima. Na taj način postignuto je da turistički informativni centar, kulturne i sportske uprave imaju praktičan alat za dobivanje informacija o događanjima koja se održavaju u gradu i organizatorima tih događanja, uz besplatne mogućnosti oglašavanja.

## Potrevno vrijeme

Oprilike 3 mjeseca za razvoj programiranja i dizajna.

## Potrebni resursi

5 000 € i osoblje za administraciju.

## Dionici uključeni u provedbu prakse

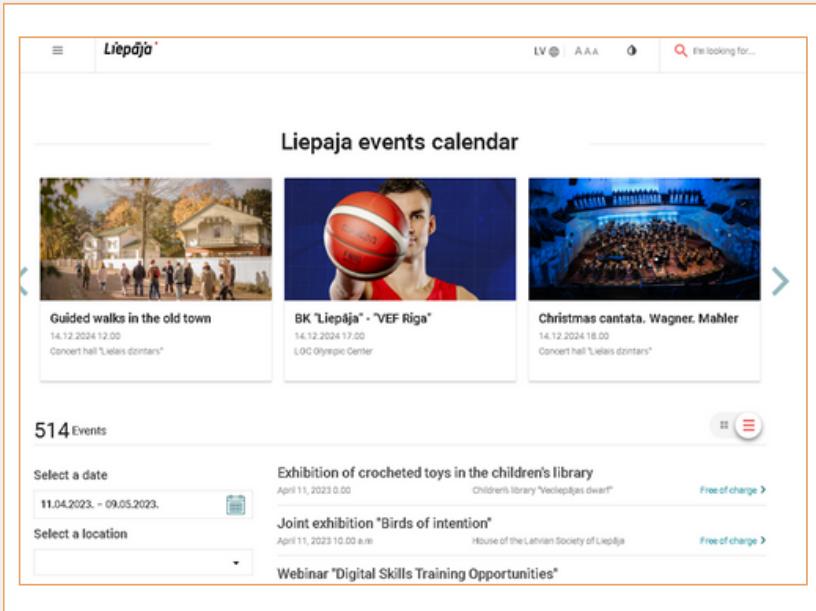
Općina, nakon što je platforma bila gotova – organizatori događanja koji unose sva svoja događanja.

## Rezultati / Utjecaj prakse

Jedan jedinstveni alat za promociju svih događanja.

## Potencijal za replikaciju

U našem gradu nije potrebna još jedna slična platforma, ali se nadamo da će slični alati biti razvijeni na regionalnoj i nacionalnoj razini, kako bismo imali marketinški alat za širu regiju kad god bude potrebno u međunarodnim prezentacijama destinacija širom svijeta.



Liepāja events calendar

Guided walks in the old town  
14.12.2024 12.00  
Concert hall "Liepāja dzintars"

BK "Liepāja" - "VEF Riga"  
14.12.2024 17.00  
LIGO Olympic Center

Christmas cantata. Wagner. Mahler  
14.12.2024 18.00  
Concert hall "Liepāja dzintars"

514 Events

Select a date: 11.04.2023. - 09.05.2023. 

Select a location:

Exhibition of crocheted toys in the children's library  
April 11, 2023 0.00 Children's library "Vecleipāja dvaris" Free of charge >

Joint exhibition "Birds of intention"  
April 11, 2023 10.00 a.m. House of the Latvian Society of Liepāja Free of charge >

Webinar "Digital Skills Training Opportunities"



Christmas concert program

The contemporary Latvian a cappella group "Latvian Voices" and the virtuoso guitarist Kaspars Zemītis invite you to the Christmas concert program "SNOW", which is both a wintry play on words and a sincere intention of the artists to give the most beautiful musical performance to their listeners.

*Human voices, lietonaire and guitar sounds come together in this program.*

## POKLON KARTICA GRADA LIEPĀJA

Implementacija jedne poklon kartice za sve proizvode i usluge turističkih poduzetnika.

4 SURADNJA DIONIKA

### Opis prakse

Budući da je Turistički informativni centar Liepāje općinska tvrtka, Državni ured za reviziju Latvije, Vijeće za tržišno natjecanje i Ured za suzbijanje korupcijskih kaznenih djela ne dopuštaju isticanje i promidžbu jedne tvrtke u odnosu na ostale. Promovirati se mogu isključivo svi zajedno. Kako bi se pronašlo rješenje za jedinstvenu prodaju turističkih poduzeća te istaknuli najbolji proizvodi svake tvrtke na zakonit način, stvorena je poklon kartica Liepāja. Poduzetnici sami odlučuju hoće li sudjelovati u programu, a preporučuju se samo one tvrtke koje žele biti uključene u poklon karticu.

### Potrebno vrijeme

1 mjesec.

### Potrebni resursi

5000 € za izradu dizajna kartica i njihovo tiskanje.

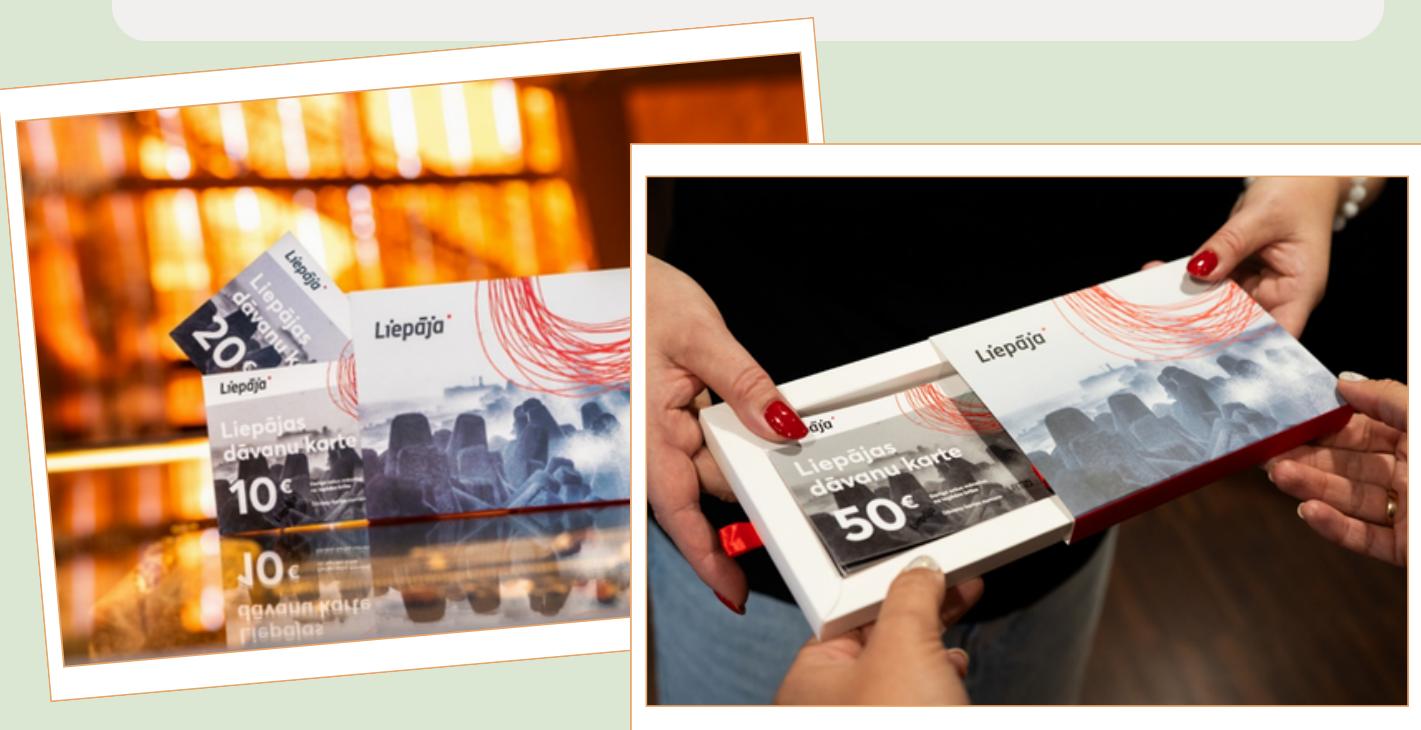
Dionici uključeni u provedbu prakse: općina i više od 100 turističkih poduzetnika.

### Rezultati / Utjecaj prakse

Ovo je postao najpopularniji poklon za sve prigode, ne samo u Liepāji, već i u cijeloj Latviji, jer je bila jedinstvena ideja.

### Potencijal za replikaciju

Ne iz lokalne perspektive, ali je već repliciran u drugom regionalnom gradu.



# Borgotaro

## KORIŠTENJE JEDINSTVENOG LOKALNOG PROIZVODA ZA JAČANJE TURISTIČKE PONUDE - UPRAVLJANJE VRGANJIMA I POVEZANE AKTIVNOSTI

Predstavljanje lokalne bioraznolikosti i baštine, poput vrganja, kako bi se potaknuli duži boravci posjetitelja.

1 UPRAVLJANJE MIKRO-DESTINACIJOM

3 ANGAŽMAN ZAJEDNICE

4 SURADNJA DIONIKA

### Opis prakse

Upravljanje vrganjem iz Borgotara predstavlja glavni resurs i ekonomski/turistički pokretač doline Borgo Val di Taro, a šire, cijele doline. Poznata diljem Italije, ta je područja proizvodila, vrednovala, obrađivala i nudila ovaj proizvod već stotinama godina. Od 1996. godine uživa u priznanju oznake I.G.P., jedina gljiva u Europi i svijetu koja ima ovu važnu certifikaciju. To je dovelo do značajnog porasta turista zainteresiranih za gastronomiju, istraživanje i berbu proizvoda. Sakupljači mogu posjetiti dolinu, kupiti dnevnu kartu u bilo kojem kafiću/restoranu ili trgovackom objektu koja omogućuje berbu. Upravljanje i izdavanje ulaznica povjereno je Comunalie, odnosno "kolektivnim domenama", čija su vlasništva neotuđiva i nedjeljiva; ta velika zemljišta zajednički koriste zakonski vlasnici. U rujnu se izvještava da je kupljeno i distribuirano oko 16.000 karata na tom području.

### Potrebno vrijeme

Dobivanje certifikacije nije kvantificirano. To je sigurno dugoročan projekt. Čak i sama privlačnost aparata za sakupljanje i pristup područjima na kojima se to odvija rezultat je usmene predaje koja potiče još od 1606. godine.

### Potrebni resursi

Nepristrano tijelo koje može upravljati, administrirati i regulirati P.G.I. specifikaciju je zaštitni i verificirajući konzorcij. Suradnja s administracijama i tijelima za provedbu zakona za provjere i moguće sankcije za nepravilnosti i štetno ponašanje.

### Dionici uključeni u provedbu prakse

Općine Alta Valtaro, Consorzio di tutela Fungo Porcino I.G.P., Comunalie, Unija općina, Regija Emilia Romagna, Provincija Parma, Strada del Fungo Porcino.

### Rezultati / Utjecaj prakse

Utjecaj ove prakse ključan je za društvenu i ekonomsku strukturu Borgotara. Ona predstavlja glavni ekonomski resurs doline. Većinu turista u tom području privlači upravo ovaj fenomen, uz koji je mudro razvijena ponuda usmjerena na aktivnosti na otvorenom i prirodne aktivnosti.

## Potencijal za replikaciju

Fenomen je repliciran s drugim resursima, iako svakako ne može biti replicirana praksa u kratkom roku. Dodatna vrijednost ove atraktivnosti upravo je u samoj kvaliteti proizvoda, ali i u svim vještinama koje je stanovništvo steklo i razvilo kroz stoljeća iskustva u vrlo bliskom kontaktu s tim specifičnim resursom.



## TEČAJEVI ZA EKOLOŠKE I PLANINARSKE VODIČE (AIGAE TEČAJEVI)

Tečajevi za ekološke i planinarske vodiče (AIGAE tečajevi): VET tečajevi za razvoj vještina lokalnih vodiča u pričanju priča o hrani i biološkoj raznolikosti Borgotara.

1 UPRAVLJANJE MIKRO-DESTINACIJOM

2 UPRAVLJANJE SEZONALNOSCU

4 SURADNJA DIONIKA

8 DIVERSIFIKACIJA TURIZMA

9 IZGRADNJA ZNANJA I KAPACITETA

### Opis prakse

Jedan od najzanimljivijih aspekata, koji je doveo do konkretnih učinaka na posjećenost područja Valtaro, osobito izvan razdoblja kada dolazi do fenomena prekomjernog turizma, jesu tečajevi koje organizira organizacija Forma Futuro. Borgotarska ispostava, naime, već godinama organizira tečajeve koji se uglavnom odnose na svijet vanjskih aktivnosti (tečajevi iz mikologije, ekološki vodiči, vodiči za ture i vodiči za ture hrane i vina). Cilj ovih tečajeva je uvesti kompetentne stručnjake u područje koji mogu na stručan način pričati o povijesti tog područja. Pružajući kvalitetne usluge, ciljaju se podjednako kvalitetna publika. Geolozi, stručnjaci za prvu pomoć, biolozi i profesionalci iz svijeta hrane i vina smjenjuju se s mnogim drugim vodećim osobama u svojim područjima kako bi ponudili što potpuniji i kvalitetniji paket. To je vrlo konkretna strategija za redistribuciju turističkog pristupa izbjegavajući vršne periode prekomjernog turizma, diferencirajući različite ponude prema osobnoj sklonosti svakog pojedinog vodiča, pod zajedničkim nazivnikom vještina, kvalifikacija i pravih informacija za osviještenog i ciljano usmijerenog turista. Neosporna kvaliteta ponuđenih tečajeva omogućila je, unutar nekoliko godina, stjecanje nacionalnog

odjeka. Trenutno se svake godine pokreću približno dva tečaja za svaku „disciplinu“, s brojem polaznika koji nikada nije manji od 20/25. Podaci o porijeklu polaznika ukazuju na široku prisutnost iz cijele zemlje. Veća je posjećenost iz središnje i južne Italije, paradoksalno veća nego lokalna potražnja. Kvaliteta i ozbiljnost ponude također je potvrđena vodećom ulogom institucije u suradnji s regijom Emilia-Romagna na stvaranju i specijalizaciji vodiča za ture s perspektive hrane i vina. Ovaj projekt je poslužilo kao „model“ i lider tečajeva u tom sektoru. Važno je naglasiti kako je ova stvarnost u harmoniji s turističkom ponudom i lokalnom komunikacijskom markom. Kontinuirani dijalozi i suradnje s, primjerice, cestom gljiva, kao i sa svim drugim realnostima koje djeluju u vanjskom sektoru i sektoru hrane i vina, izvrstan su primjer korisne i učinkovite suradnje.

## Potrebno vrijeme

Tečaj za ekološke vodiče traje 4-5 mjeseci. Nastava se održava online jednom ili dvaput tjedno, a svaka lekcija traje 3 sata. Otprilike jednom ili dvaput mjesečno održavaju se nastave uživo i terenske nastave od devet ujutro do šest navečer.

Tečaj za vodiče turičara ima manje sati i kraće trajanje, ali način održavanja predavanja i sastanaka ostaje isti.

## Potrebni resursi

Entitet dodjeljuje različite nastave profesionalcima koji su postigli izvrsnost u svojim područjima. Primarno, resursi na koje se oslanjaju su upravo tutori i predavači. Nakon toga, na scenu stupa mreža kontakata i suradnje između entiteta kao što su, kako je već spomenuto, gljivarska staza, mlječna industrija i turistička usluga Sigeric. Ovo se radi kako bi se budući vodiči educirali o izvrsnim realnostima tog područja, s ciljem umrežavanja i dijaloga svih relevantnih realnosti unutar turističkog aparata.

## Dionici uključeni u provedbu prakse

The actors involved in curating the course are the training institution, the Emilia Romagna Region, the economic entities and activities involved (e.g., Borgotaro Cheese Factory, Sigeric Tourist Guides, Porcino Mushroom Museum, etc.) and to a lesser extent the municipalities.

## Rezultati / Utjecaj prakse

Utjecaj nije zanemariv. Prvo, tečajevi svaka tri do četiri mjeseca privlače grupe od najmanje 25 ljudi (često započne nekoliko grupa) koji tijekom tog razdoblja dolaze u to područje. Drugo, lokalno se educiraju osobe koje će vjerojatno i djelovati na tom području. Vještine koje se podučavaju, poput gastronomije i enologije, prepoznavanja biljaka i grmlja, orientacije, prve pomoći i prepoznavanja stijena, omogućuju iznimno kvalitetnu turističku ponudu. Time se privlači srednje-visoka ciljana publika koja je uvijek usmjerena na izvrsnost turističke ponude.



## Potencijal za replikaciju

Moguće je organizirati tečajeve za osposobljavanje vodiča za okoliš i planinarenje s posebnim naglaskom na lokalni ekosustav, uključujući njegovu floru i faunu. Time bi se omogućile nove prilike za zapošljavanje stanovnicima kroz valorizaciju i promociju okolišne, povijesne i kulturne baštine mikro-destinacije.



## MEDUOPĆINSKA SURADNJA ZA DOGADANJA: TAROCENOROCK FESTIVAL

Festivali poput TAROCENOROCK-a, koji udružuju resurse više općina kako bi privukli posjetitelje tijekom cijele godine.

2 UPRAVLJANJE SEZONALNOŠĆU

8 DIVERSIFIKACIJA TURIZMA



### Opis prakse

Općina Borgotaro smatra se glavnim središtem doline Valtaro. Zbog toga su komunikacija i povezanost sa susjednim općinama stalne i sve intenzivnije. Jedan od najuspješnijih i najfunkcionalnijih primjera suradnje među susjednim općinama je festival TAROCENOROCK. Ovaj događaj, koji je započeo 2022. godine, prati sve veći interes, uključenost i posjećenost. Iz godine u godinu ulažu se napori kako bi se uključile i druge općine te susjedna područja.

Ovaj festival dio je ljetnog kulturnog ciklusa 'Musica in Castello' s besplatnim ulazom, koji je pokrenut 2003. godine s ciljem promicanja glazbe, umjetnosti, kulture, kazališta, komedije i plesa u općinama domaćinima. Integrirana komunikacija omogućuje čak i mikro-lokacijama značajnu vidljivost u cijeloj regiji koju festival obuhvaća.

### **Potrebno vrijeme**

U razdoblju od veljače do ožujka općine, umjetničko vodstvo i svi uključeni dionici sastaju se kako bi definirali proračun, odabrali umjetnike i sastavili skladan i zajednički program.

U konkretnom slučaju Valtara, treba dodati i humanitarni cilj: zahvaljujući pomoći lokalne vatrogasne postrojbe, koja se obvezuje pružiti konkretnu podršku tijekom različitih večeri, ostvareno je nekoliko donacija vatrogascima i lokalnoj postaji.

Dodatni pozitivan aspekt je i prijedlog za stvaranje Instagram stranice posvećene različitim večerima, umjetnicima i njihovoj promociji, kako bi se događaji i cijeli program maksimalno promovirali. Time bi se dodatno povećala vidljivost, sudjelovanje i interes za festival.

### **Potrebni resursi**

Do danas festival uključuje i općine susjedne doline Val Ceno, što je znak da događaj, a općenito i suradnja između općina, uspješno funkcioniра i raste.

Bardi, Compiano, Borgo Val di Taro i Bedonia – to su općine koje sudjeluju, s ciljem srednjoročne i dugoročne suradnje te koordiniranog planiranja.

Aktivnost se financira sredstvima uključenih općina te prihodima ostvarenim organizacijom prošlogodišnjeg festivala.

### **Dionici uključeni u provedbu prakse**

U organizaciju su uključeni vijećnici, umjetnička direkcija te svi operateri i tehničari zaduženi za logistiku.

U nekim slučajevima, vijećnici izravno surađuju s gradonačelnicima i policijskim snagama.

### **Rezultati / Utjecaj prakse**

Ekonomski učinak je značajan. Večeri tijekom postojećih događanja privlače velik broj posjetitelja, uglavnom ciljanu i kvalitetnu publiku. Prateće djelatnosti, poput barova i restorana, imaju koristi od povećanog priljeva posjetitelja.

### **Potencijal za replikaciju**

Potencijal za replikaciju je vrlo visok jer se ova metodologija suradnje može primjeniti na svaku vrstu događanja. Faktor uspjeha ove inicijative je uska suradnja sa susjednim općinama, za što je ključan dubok dijalog.



## Identifikacija ključnih područja potreba za održivim razvojem u mikro-destinacijama

Projekt je identificirao nekoliko ključnih područja za napredovanje održivog razvoja u mikro-destinacijama:

- **Balansiranje rasta s nosivošću:** Provođenje održivih praksi koje sprječavaju društvenu i okolišnu degradaciju zbog turističkih aktivnosti.
- **Turizam vođen zajednicom:** Stvaranje prilika za lokalne stanovnike da sudjeluju u turističkim aktivnostima, jačajući kulturni identitet.
- **Unapređenje infrastrukture:** Ulaganje u gospodarenje otpadom, transport i stanovanje kako bi se turistima osigurao održiv boravak bez opterećenja lokalnih resursa.
- **Upravljanje sezonalnošću:** Praćenje i upravljanje turizmom kako bi se spriječio prekomjerni turizam i opterećenje resursa tijekom mjeseci velike intenzivnosti.
- **Podrška opcijama turizma s niskim utjecajem:** Promocija ekoturizma, kulturnog turizma i wellness turizma kao alternativa visokim utjecajem aktivnostima.

# ZAKLJUČCI

Mikro-destinacije nisu „jedinstvena stvar“ i stoga će mnoštvo mikro-destinacija dovesti do naizgled visokog broja jedinstvenih izazova. Ovi izazovi javljaju se na mjestima gdje je razlika između upravljanja i intervencije najveća. To povećava osjećaj bespomoćnosti s perspektive mikro-destinacije i beznadnosti s perspektive upravljanja.

Ipak, dobre prakse pokazuju da se, angažiranjem lokalne zajednice iz regije i općine, ovi problemi mogu riješiti na način koji ne samo da ublažava negativne utjecaje turizma, već također jača lokalni osjećaj pripadnosti, kulturne tradicije, okoliš i životne uvjete. Ne kao efekt „prelijevanja“, već upravo u srcu toga, gdje je „prelijevanje“ nešto što turisti mogu uživati. Nešto što je apsolutno u centru razvoja mikro-destinacije, a to je da ne postoje brza rješenja. Jačanje okolišnih, društvenih i ekonomskih aspekata nekog mjesta traje ako se želi postići održivost.

Kada mikro-destinacija dosljedno prelazi svoju nosivost, vrlo je malo prostora za iskorištavanje koristi jer je cijela pažnja usmjerena na minimiziranje negativnog utjecaja. To je dodatno komplikirano činjenicom da nosivost nije objektivno verificirani broj, već nešto što je temeljeno na iskustvu lokalne zajednice. Negativni utjecaji turizma uvijek su prisutni, ali kada mikro-destinacija posluje neposredno ispod svoje nosivosti, tada je lakše također iskoristiti okolišne, društvene i ekonomske koristi, čime se poboljšava i iskustvo života u tom procesu.

Projekt je identificirao nekoliko vodećih pokazatelja koji utječu na iskustvo života, a oni se mogu uključiti u strategije i ponuditi redefiniranu i detaljniju mjeru uspjeha.

Deset identificiranih osnovnih područja intervencije pružaju regionalnim, općinskim i DMO akterima osnovu za dugoročno i kratkoročno planiranje. Rad s ovih deset osnovnih područja zahtijeva međuinstitucijsku suradnju na strateškoj, taktičkoj i operativnoj razini, ali ovisi o otvaranju mesta za glas i emergentnu prirodu mikro-destinacije.





# Aneks 1

## Izvještaji s lokalnih radionica MIST po partneru

### Halland

<b>DATUM I MJESTO</b>
"10. lipnja 2024., Falkenberg Strandbad."
<b>ODABIR DIONIKA</b>
Glavni fokus radionice bio je perspektiva mikro-destinacija. Pozvali smo predstavnike turističkih organizacija (DMO) šest općina Hallanda, koji su zatim bili zamoljeni da pozovu predstavnike svojih različitih mikro-destinacija. Na radionici je bilo predstavljenih 8 različitih mikro-destinacija, zajedno s predstavnicima DMO-a iz četiri općine.
<b>MODALITET</b>
Radionica od 2 sata s manjim grupnim diskusijama i dijeljenjem glavnih uvida u cijeloj grupi.
<b>DNEVNI RED</b>
<b>Uvod</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Kratki uvod o Visit Hallandu i projektu.</li><li>Svi se predstavljaju. Koju mikro-destinaciju predstavljaju i što je najbolje u njihovoj mikro-destinaciji?</li></ul> <b>Dio 1: Perspektiva mikro-destinacije.</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Perspektive razvoja mikro-destinacija od strane predstavnika mikro-destinacija. Što su stvari koje mi kao regionalni dionici ne smijemo zaboraviti?</li></ul> Kratka pauza za kavu. <b>Dio 2: Izazovi i prilike.</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Koji specifični izazovi postoje u vašoj mikro-destinaciji?</li><li>Koje prilike vidite u razvoju vaše mikro-destinacije?</li></ul> <b>META-ANALIZA DIONIKA</b> <ol style="list-style-type: none"><li><b>Koje metode koristimo za angažiranje dionika?</b><ul style="list-style-type: none"><li>Grupne rasprave.</li></ul></li><li><b>Koje metode koristimo za prikupljanje njihovih povratnih informacija?</b><ul style="list-style-type: none"><li>Slušanje njihovih mišljenja i rasprava, bilježenje.</li></ul></li><li><b>Koji su se problemi pojavili, a koje ste očekivali?</b><ul style="list-style-type: none"><li>Marketing i brendiranje.</li><li>Nedostatak resursa (vremena i novca).</li><li>Izazovi u suradnji. Različite perspektive o tome kako bi stvari trebale biti napravljene, različita mišljenja o razvoju lokacija.</li><li>Izazovi u kontaktu s općinom.</li></ul></li><li><b>Koji su se problemi pojavili, a koje niste očekivali?</b><ul style="list-style-type: none"><li>Ovaj put tijekom rasprava nisu se pojavila značajna iznenađenja.</li></ul></li></ol>

## UVODNA PITANJA ZA DIONIKE (PRIKUPLJANJE RAZMIŠLJANJA DIONIKA)

### 1. Što je najbolje u našoj mikro-destinaciji?

- Nismo bilježili odgovore na ovo pitanje. Služilo je više kao uvod kako bismo se međusobno upoznali.

### 2. Kako turizam utječe na svakodnevni život u našoj mikro-destinaciji?

Ovo pitanje nismo eksplicitno raspravili, no bilo je pokriveno kroz dijelove drugih rasprava, naime:

- Perspektive razvoja mikro-destinacija iz perspektive samih mikro-destinacija. Što mi kao regionalni dionici ne smijemo zaboraviti?
- S kakvim se konkretnim izazovima suočavate u svojoj mikro-destinaciji?
- Koje prilike vidite u razvoju svoje mikro-destinacije?

### 3. Sažetak: "Stvari koje ne smijemo zaboraviti"

- Uloga udruga i neprofitnih organizacija je ključna, ali se njihov tempo razvoja razlikuje od poduzeća.
- Mnogi koji sudjeluju u klasterima rade puno radno vrijeme na drugim poslovima, što im ostavlja malo vremena i energije.
- Razvoj je ponekad otežan općinskim granicama i birokracijom.
- Važno je postići ravnotežu između ekonomskog i društvenog razvoja.
- Treba očuvati jedinstvene karakteristike lokacije i kulturnu baštinu.
- Potrebni su učinkoviti marketing i korištenje postojećih mreža.
- Postoje ljudi koji se boje razvoja i ne žele promjene.
- Poštovanje za sve: Treba osigurati prostor i za male i za velike subjekte.
- Perspektiva lokalne zajednice je važna. Bitno je poticati znatiželju javnosti. Ne smijemo kao regija ili općina preuzeti kontrolu i time ugušiti kreativnost ili predanost lokalnih dionika.
- Prilikom stvaranja projekata iz općinske i regionalne perspektive koristite postojeće mreže. Što već postoji? Ne treba osnivati nove grupe bez potrebe.
- Prilagođena rješenja: Nema univerzalnog rješenja za sve mikro-destinacije. Potrebno je prilagoditi održivi razvoj specifičnim potrebama svake destinacije i pronaći rješenje koje najbolje odgovara toj zajednici.

### 4. Koji su neki od izazova s kojima se suočavate u svojoj mikro-destinaciji?

- a. Nedostatak vremena i ljudskih resursa – Teško je pronaći volontere i održati angažman. Postoji potreba za voditeljima projekata.
- b. Nedostatak finansijskih resursa – Marketing na lokalnoj i međunarodnoj razini predstavlja izazov za male subjekte.
- c. Teškoće u pronalaženju suradnje – Teško je pronaći partnere za suradnju.
- d. Produljenje sezone – Kako to postići i uključiti druge dionike?
- e. Razvoj destinacije – Odakle početi? Kome se obratiti?

### 5. Opišite rješenje nekog izazova na koje ste ponosni.

Na ovo pitanje nismo izravno raspravljali, no razgovarali smo o mogućnostima razvoja mikro-destinacija:

- Sažetak: "Mogućnosti"
- Suradnja i razmjena znanja – Povezivanje mikro-destinacija radi usklađivanja napora i zajedničkog djelovanja kada je svaka pojedinačno premala.
- Suradnja – Česti sastanci između klastera u Hallandu, uz slušanje potreba lokalnih zajednica.
- Slavljenje postignuća i zajednice – Organizacija poslovnih gala večeri za priznavanje doprinosa i stvaranje zajedničkog smjera razvoja.
- Otvorenost i prostor za nove snage (mlade).
- Stvaranjem klastera otvara se prilika za privlačenje novih poduzetnika.



## Kvarner

DATUM I MJESTO
Anketa je poslana 3. rujna 2024., nakon radionice uživo održane 12. lipnja 2024. s direktorima turističkih zajednica Regije Kvarner.
<ul style="list-style-type: none"><li>Tijekom radionice dogovoreno je koji će dionici biti uključeni u anketu.</li><li>Razlog slanja ankete i prikupljanja podataka na ovaj način jest činjenica da tijekom turističke sezone nismo mogli održati radionicu na terenu s dionicima, budući da su svi bili izuzetno zauzeti svojim radom.</li></ul>
Lokacija: Regija Kvarner, Hrvatska.
MODALITET
Izvješće se temelji na anketi provedenoj u deset lokaliteta diljem Regije Kvarner. Anketa je distribuirana elektroničkim putem, prikupljajući odgovore dionika koji predstavljaju gradove i općine Krk, Punat, Lopar, Ičići, Čavle, Lovran, Matulji, Kraljevica, Mali Lošinj i Rab.
ODABIR DIONIKA
Dionici uključeni u ovu analizu su lokalni predstavnici koji su izravno uključeni u upravljanje turizmom u svojim mikro-destinacijama (članovi lokalnih turističkih zajednica u suradnji s predstvincima Ekomuzeja Mošćenička Draga, predstavnici lokalnih restorana, organizatori pomorskih događanja s nultim otpadom te pružatelji privatnog smještaja). Ove osobe su odabrane zbog svojih uloga u nadzoru utjecaja turizma na lokalne zajednice i odgovornosti za promicanje održivih turističkih praksi.
META-ANALIZA DIONIKA
<p><b>1. Koje metode koristimo za angažman s dionicima?</b></p> <p>Primarna metoda angažmana s dionicima bila je putem elektroničkog upitnika. To je omogućilo turističkim zajednicama da reflektiraju specifične izazove i prilike unutar svojih područja. Dionici su bili pozvani da podijele svoja zapažanja o utjecajima turizma na okoliš, ekonomiju i lokalnu kulturu. Pitanja otvorenog tipa potaknula su ih da izraze svoje mišljenje o održivom razvoju i izazovima povezanim s turizmom.</p> <p><b>2. Koje metode koristimo za prikupljanje njihovih inputa?</b></p> <p>Inputi su prikupljeni putem strukturiranih upitnika, dizajniranih za prikupljanje i kvalitativnih i kvantitativnih podataka. Upitnik je uključivao devet pitanja otvorenog tipa koja pokrivaju različite aspekte turizma, uključujući njegov utjecaj na lokalnu zajednicu, izazove održivosti i prakse koje se primjenjuju za upravljanje turizmom na održiv način.</p> <p><b>3. Koji su problemi nastali koje smo očekivali?</b></p> <p>Neki od očekivanih problema koji su se pojavili uključuju:</p> <ul style="list-style-type: none"><li><b>Prepunjenost i opterećenje infrastrukture:</b> Mnogi su dionici istaknuli zabrinutost zbog visokog broja turista, osobito tijekom vrhunskih sezona, što opterećuje lokalnu infrastrukturu (npr. opskrba vodom, upravljanje otpadom i promet).</li><li><b>Degradacija okoliša:</b> Turističke zajednice Lopara i Punata istaknule su probleme ekološkog utjecaja, poput zagađenja i gubitka biološke raznolikosti, što je bilo predviđeno kao glavni problem.</li><li><b>Prekomjerna izgradnja i "apartmanizacija":</b> Nekontrolirana gradnja i pretvaranje lokalnih kuća u turističke smještaje spomenuti su kao česti problemi u većini destinacija.</li></ul>

#### 4. Koji su problemi nastali koje nismo očekivali?

Neočekivani problemi koji su se pojavili uključuju:

- Nedostatak kohezivnih strategija: Neke turističke zajednice (npr. Punat i Matulji) primjetile su da, iako postoje strateški dokumenti, često dolazi do neprovjede tih planova na učinkovit način. Nedostatak koordinacije među dionicima također se pojavio kao značajna prepreka održivom turizmu.
- Potreba za većim angažmanom lokalnih zajednica: Nekoliko turističkih zajednica, uključujući Ičići i Matulje, istaknulo je potrebu za boljim uključivanjem lokalnih zajednica u procese donošenja odluka vezane uz razvoj turizma. Izrazili su zabrinutost da lokalna populacija nije uvijek uzeta u obzir prilikom oblikovanja turističkih politika.

## Liepāja

DATUM I MJESTO
1.kolovoza, 11. rujna. Gradska vijeća Liepaje
MODALITET
Individualni intervjuvi
ODABIR DIONIKA
6 dionika su identificirani iz: a) Nacionalna razina partnera - Agencija za investicije i razvoj Latvije (vladina organizacija) b) Regionalna razina partnera – Turistička udruga Kurzeme (nevladina organizacija) c) Lokalna razina općine – Centralna administracija Liepaje (gradonačelninstvo) d) Europska prijestolnica kulture 2027. - Zaklada "Liepaja 2027." Nevladina društvena razina – Zajednica lokalnih kulturnih mjesta “Liepaja Music” (d.o.o.) e) Turistički poduzetnik – najveći hotel, 5-zvjezdasti hotelski lanac “Promenade Hotel” i “Art Hotel Roma”
META-ANALIZA DIONIKA
<b>1. 1. Koje metode koristimo za angažman dionika?</b> Redoviti sastanci za generiranje ideja i dijeljenje iskustava. <b>2. Koje metode koristimo za prikupljanje njihovih mišljenja?</b> Bilježenje svih ideja na smjernicama za strategiju održivog turističkog odredišta, sažimanje onoga što se poklapa među dionicima i onoga što se ne poklapa, te zašto. <b>3. Koji su problemi nastali koje smo očekivali?</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Sezonalnost je glavni izazov, kao i suradnja među poduzetnicima.</li><li>• Neorganizirano zakonodavstvo u vezi apartmana, što se turistima nudi na nezakonite načine.</li></ul> <b>4. Koji su problemi nastali koje nismo očekivali?</b> Ne postoji način dolaska do odredišta na održiv način, cijeli sustav prijevoza nije klimatski neutralan.
"VODEĆA PITANJA ZA DIONIKE (PRIKUPLJANJE REFLEKSIJA DIONIKA):"
<b>1. Što je najbolje u našoj mikro-destinaciji?</b> <b>2. Kako turizam utječe na svakodnevni život u našoj mikro-destinaciji?</b> <b>3. Koji su neki od izazova s kojima se suočavate u svojoj mikro-destinaciji?</b> <b>4. Opišite rješenje izazova na koje ste ponosni.</b>



**Karlis Beihmanis, projektni menadžer (pitanja klimatskih promjena i energetske učinkovitosti), Centralna uprava Liepaje.**

1. Cijenim raznolikost događanja i opciju za objedovanje, kao i mirnu atmosferu bez velikih gužvi i zagušenja.
2. Živahno okruženje potiče turiste na veće angažiranje i poboljšava njihovu udobnost i uživanje.
3. Zabrinut sam zbog utjecaja sezonalnosti i neugodnosti putovanja automobilom.
4. Uzbuđen sam zbog uvođenja usluge dijeljenja bicikala u gradu.

**Irita Kaleja, članica uprave zajednice lokalnih kulturnih mesta "Liepaja Music", Ltd.**

- 1.** Dovoljno raznolika kulturna ponuda, koja uključuje velike koncertne dvorane i male privatne prostore koji nude akademsku, jazz, pop, rock i alternativnu glazbu. Grad se ponosi šarenim i stilistički različitim ulično-umjetničkim radovima - muralima koji omogućuju šetanje i istraživanje grada iz različitih povijesnih i suvremenih perspektiva. Naravno, tu je i plaža koja vas ljeti ne samo očarava svojom lijepom prirodom, nego i nudi uživanje u raznim kafićima. Grad je blizak spoj povijesnog i modernog. Liepaja nudi široku paletu aktivnosti na otvorenom i kulturnih izraza.
- 2.** To je siguran doprinos i rast za lokalno gospodarstvo, pokretačka snaga za poduzetnike da razvijaju, uvode nove usluge i ponude. Korisnici su kako lokalni stanovnici, tako i posjetitelji grada.
- 3.** Kako privući i zadržati turiste da ostanu u Liepaji izvan sezone, nekoliko dana. Prepostavljam da bi svako od zabavnih, ugostiteljskih, rekreacijskih i kulturnih objekata trebalo imati informativne letke, gdje turist, posjetitelj i lokalni stanovnik Liepaje mogu dobiti ažurirane i zanimljive informacije. Mi sami ne znamo sve, pa ne možemo u potpunosti informirati zainteresiranu javnost. SURADNJA! To je ključna riječ u svemu.
- 4.** Izazov je ponuditi tako širok i raznovrstan program tijekom cijele godine da ljudi žele dolaziti u Liepaju iznova i iznova i preporučiti je onima koji još nisu bili u Liepaji. To nije problem ljeti, izazovi nastaju u jesen, zimu i proljeće. Rješenje? Dovesti sve turističke operatore za isti stol, dogоворити se o stvaranju turističkih paketa i njihovo dostavi. Da, postoje rizici, to možda neće biti uvijek isplativo u početnoj fazi, ali dugoročno može imati pozitivan utjecaj. I ugostitelji i pružatelji usluga slobodnog vremena moraju moći postići dogovor. Svaki od nas ima nešto za ponuditi, ali nismo bili ujedinjeni. Možda nije bilo volje i potrebe za tim. Trenutno, po mom mišljenju, previše smo fragmentirani, kako u kulturi, tako i u svim drugim područjima. Također, treba za svako mjesto povezano s turizmom pronaći poseban, jedinstven 'grožđić' koji će iznenaditi, privući i zadržati ciljanu publiku.

**Inese Zidele, Generalna direktorica lokalnog butiknog lanca hotela s 5 zvjezdica "Promenade Hotel" i "Art Hotel Roma"**

- 1.** Mješavina turističkih proizvoda: Ljudi (koji vole svoj grad i stvaraju prilike da ga pokažu drugima), kultura (kazališta, koncertne dvorane, muzeji, galerije, kreativni prostori), sport (sve vrste sportskih aktivnosti), priroda (parkovi, plaža, jezero, prirodna kuća), arhitektura (gradska arhitektura, Carastas, molovi, tvrđave), gastronomija (širok raspon od jednostavnih do gurmanskih jela, tržnice, bazari), poslovanje (postojanje, dostupnost i razvoj poslovнog okruženja) – svi ovi elementi se međusobno nadopunjaju i mogu se povezati u različite interesne skupine, bilo za odmor, izazove, sport i poboljšanje, znanje i kreativnost.
- 2.** Turizam ima pozitivan utjecaj na život u Liepāji. Važno je ne narušiti ravnotežu između razvoja turizma i masovnog dolaska turista – željela bih održati ravnotežu tako da s veseljem dočekujemo turiste, ali da njihov dolazak ne stvara negativno iskustvo za lokalno stanovništvo.
- 3.** Najveći izazov je zimska sezona – kako privući više turista tijekom zime. Također, produktivnost ljudi koji rade u turističkom sektoru i njihov interes za rad u uslužnom sektoru predstavlja izazov, kao i neorganizirano radno zakonodavstvo.

Svake godine ove nijanse radnog zakonodavstva imaju sve veći utjecaj na poslovanje tvrtke. Neorganizirani najam apartmana u turističke svrhe stvara nelojalnu konkurenčiju. Pristup općinskim vlastima u rješavanju različitih situacija ne uzima u obzir potrebe turističkih poduzeća, već djeluje isključivo prema vlastitim pravilnicima. Globalno gledano, destinacija je sigurna – i neka tako ostane. Međutim, trenutačno postoje turisti koji se boje doći k nama.

**4.** Mislim da je najveći izazov nedovoljno iskorištavanje infrastrukture za turizam. Primjerice, aerodrom postoji, ali avioni ne lete, luka postoji, ali nije dovoljno razvijena za potrebe putnika, željeznica postoji, ali je promet sve rjeđi.

**Inta Soriņa, predsjednica upravnog odbora Zaklade „Liepaja 2027“ – Europska prijestolnica kulture 2027. godine**

1. Kvalitetna priroda, gostoljubivost i kulturna ponuda u bilo koje doba godine.
2. Ovisi o sezoni. Tijekom ljetnih praznika prisutnost gostiju je izraženija na ulicama, u restoranima i turističkim atrakcijama; u ostalim sezonomama naglašeniji su kulturni turizam i korporativni segment. S aktivnim sektorom ugostiteljstva raste mogućnost ekonomskog rasta, širenja mreže, radnog opterećenja te razvoja prometnih veza s drugim destinacijama. Turizam također može ojačati cjelokupni brand grada, privlačeći stručnjake, potencijalne stanovnike i razne partnere iz drugih industrija. No vrijedi i suprotno: s padom prometa ljudi i novca javljaju se izazovi u sektorima ugostiteljstva, prometnih veza itd.
3. Porezno opterećenje (visok PDV), nedostatak radne snage i ljudskih resursa, sezonalnost.
4. Najveći izazovi povezani su s rješavanjem problema na nacionalnoj razini: prometna povezanost, koju treba rješavati na državnoj razini – povećati željeznički i zračni promet, uspostaviti veze s Klaipedom i zračnom lukom Palanga. Također je važno ojačati suradnju s nacionalnim nositeljem marketinških kampanja – Agencijom za investicije i razvoj Latvije, kako bi se osiguralo uključivanje informacija o gradu u različite marketinške aktivnosti. Poboljšanje turističkog sektora uključuje rješenja za legalizaciju apartmana, smanjenje PDV-a u sektoru ugostiteljstva itd. Naravno, važna je i interna komunikacija – protok informacija u sektoru ugostiteljstva, komunikacija s organizatorima velikih događanja, održavanje kalendara događanja itd.

**Ingrida Smusko, predsjednica upravnog odbora Udruge za turizam Kurzeme**

1. Gradska uprava i javni sektor rade na privlačenju ljudi – ne samo za dobrobit stanovnika Liepaje, već i za privlačenje latvijskih i stranih posjetitelja – kako jednodnevnih posjetitelja (za koncert ili kazališnu predstavu navečer), tako i onih koji ostaju preko noći (kazalište navečer = muzej sljedećeg jutra). Ovo privlačenje odnosi se i na turizam i na investicije, i obrnuto. U drugim gradovima Latvije to nije nužno slučaj. Možda je Liepaja jednostavno vrlo dobra u javnim odnosima. I, naravno, postoji mnogo toga što se može iskoristiti – bilo za vidjeti ili doživjeti, kako aktivno tako i intelektualno. Usluga je također dovoljna – i u količini i u kvaliteti.
2. Po mom mišljenju, utjecaj turizma je pozitivan. A oni rijetki događaji ili periodi u kalendaru kada može doći do prekomjernog turizma – to je samo privremeno i pruža priliku poduzetnicima izvan grada da ostvare zaradu.
3. Nisam turistički poduzetnik u gradu, ali mislim da se u Liepaji kao poduzetnik ne treba "prodavati jeftino" (što je vrlo dobro) – uvijek treba održavati visoku razinu kvalitete i aktualnosti ponude. Treba biti oprezan s rutinom – u turizmu ona djeluje poput oštrog noža za poslovanje. Danas možete biti na vrhu, a sutra na dnu.
4. Liepaja je na europskoj razini mala turistička destinacija. U Latviji je ne bih tako nazvala. Izazov bi bio poboljšati prometna čvorišta – omogućiti zračnoj luci da radi punim kapacitetom, kao i luku za putnički promet. Tada bi međunarodni turizam bio u redu.



### Kristine Mickane, viša voditeljica projekta, Agencija za ulaganja i razvoj Latvije

**1.** Liepaja je vrlo prostrana destinacija s vrlo širokom i raznolikom turističkom ponudom, počevši od široke plaže sa svom infrastrukturom prilagođenom putnicima različitih dobnih skupina i potreba, nastavljajući s najopsežnijom regionalnom kulturnom ponudom (kazalište, koncertna dvorana, galerije, festivali, sportski događaji itd.).

Liepaja je prekrasna jer može ponuditi i kratke gradske odmore s kvalitetnom gastronomskom i kulturnom ponudom za kratka putovanja od nekoliko dana, temeljena na event turizmu (festivali, koncerti, predstave, sportski događaji), kao i duže odmore koji pokrivaju cijelu regiju.

**2.** Po mom mišljenju, turizam trenutno ima samo pozitivan utjecaj, jer još nije dosegao razmjere prekomjernog turizma te pozitivno utječe na gospodarstvo i zapošljavanje.

**3.** Smatram da je jedan od najvećih izazova u Liepaji uravnotežiti stopu popunjenoosti tijekom cijele godine, kao i potaknuti raznolikost turističkog tržišta kako bi se smanjio udio litavskih turista. Drugi izazov je spriječiti daljnju prodaju nekretnina u regiji, ne samo u Liepāji, stranim vlasnicima koji ih koriste samo povremeno, primjerice kao ljetne kuće, a ne pridonose stabilno i redovito lokalnom gospodarstvu, bilo kroz poreze ili zapošljavanje.

**4.** Naravno, glavni problem cijele naše regije je turistička izvansezona. Sigurno je da bi, kada bi postojalo jednostavno rješenje za to, ono već bilo provedeno. Razumljivo je da promocija turizma izvan sezone, bez infrastrukture za zimski turizam, nije lak zadatak, a kao jedino rješenje vidim da Liepaja treba nastaviti putem koji je već započela – promoviranjem razvoja kulturnog turizma.

## Borgotaro

DATUM I MJESTO
25. srpnja 2024., Općina Borgotaro
MODALITET
na licu mjesta
META-ANALIZA DIONIKA
"Odabir je proveden u suradnji s pridruženim partnerom, Općinom Borgotaro, koja je odabrala subjekte koje je smatrala najrelevantnijima s obzirom na iskustvo, poznavanje područja i interes za temu razvoja održivog turizma u Borgotaru."
META-ANALIZA DIONIKA
<b>1. Koje metode koristimo za angažiranje dionika?</b> Uključili smo dionike u specifične fokusne grupe kako bismo identificirali izazove, prilike i dinamiku iz turističkih inicijativa održanih u Borgotaru. <b>2. Koje metode koristimo za prikupljanje njihovih povratnih informacija?</b> Tijekom radionice poticali smo raspravu u grupama od po pet sudionika koristeći postere i PowerPoint prezentaciju. Sudionici su čitali pitanja prikazana na prezentaciji, započinjali raspravu među sobom te zapisivali odgovore na postere, nakon čega bi glasnogovornik grupe iznio konačni izvještaj o onome što je bilo diskutirano. <b>3. Koji su se problemi pojavili, a da smo ih očekivali?</b> Među kritičnim aspektima koji su bili predviđeni i kasnije potvrđeni tijekom sastanka istaknuti su problemi povezani s transportom, koji ne olakšava putovanja, te nedostatak zajedničkog cilja i timskog rada, koji su još uvijek u vrlo ranoj fazi razvoja. Ovaj drugi aspekt smatramo ključnim izazovom.

#### **4. Koji su se problemi pojavili, a da ih nismo očekivali?**

Među kritičnim aspektima koji su se pojavili, a nisu bili predviđeni, istaknuto je teško upravljanje ne samo kolektivom već i pojedinačnim dionicima tijekom razdoblja tzv. prekomjerne popunjenoosti (overbooking). Osim toga, tijekom rasprave se pojavio problem, ali i cilj, transformacije turizma „dođi i otiđi“, poput onog vezanog uz branje gljiva, u boravak od barem jedne noći, kako bi se aktivirao cijeli lanac ugostiteljskih i pratećih turističkih usluga.

#### **"VODEĆA PITANJA ZA DIONIKE (PRIKUPLJANJE REFLEKSIJA DIONIKA):"**

##### **1. Što je najbolje u našoj mikro-destinaciji?**

Povezanost usluga u Borgotaru bolja je nego u drugim gradovima, jer se nalazi na strateškoj lokaciji – na granici triju regija: Ligurije, Toskane i Emilije-Romagne, na kratkoj udaljenosti od Sredozemnog mora. Budući da je granično područje, prima kulturne, povijesne i kulinarske utjecaje iz sve tri regije.

U usporedbi sa susjednim općinama, prometni sustav je odličan, jer je Borgotaro jedini koji ima pristup autocesti i željezničku stanicu. Turistička ponuda povezana s planinama dostupna je svim kategorijama turista, ne samo planinskim entuzijastima. Tijekom cijele godine organiziraju se razni događaji. Proizvodnja i prodaja zaštićenih proizvoda s oznakom zemljopisnog podrijetla, poput IGP gljiva



(Borgotaro je poznat kao dom gljiva), privlači turiste iz cijele Italije, osobito tijekom sajma gljiva u Borgotaru. Također, Borgotaro je destinacija za hodočašća i vjerski turizam.

##### **2. Kako turizam utječe na svakodnevni život u našoj mikro-destinaciji?**

Turizam ima i pozitivan i negativan utjecaj na svakodnevni život u Borgotaru. Pozitivni utjecaji uključuju rast bogatstva teritorija kroz povećanje prihoda i otvaranje novih radnih mesta. Zahvaljujući turizmu, uspjelo se očuvati i unaprijediti povijesno i kulturno naslijeđe Borgotara: neiskorištene zgrade su obnovljene i prilagođene za turističke svrhe, a naselja koja su bila zanemarena ponovno su oživljena. Također, turizam je potaknuo bolju zaštitu i promociju povijesnih i kulturnih vrijednosti Borgotara. S druge strane, negativni utjecaci uključuju povećanje atmosferskog i okolišnog zagađenja, osobito tijekom turističkih sezona.

"Hit-and-run" turizam, gdje turisti posjete samo na jedan dan, bez korištenja lokalnih usluga, predstavlja problem, kao i "pljačkaški" turizam, gdje turisti dolaze samo u potragu za gljivama, bez stvarnog ekonomskog doprinosa lokalnim turističkim operaterima. Sezonalnost turizma također predstavlja izazov, jer posjetitelji dolaze uglavnom ljeti i tijekom sezone gljiva, što stvara dodatni pritisak na promet i komunalne usluge. Općina je prisiljena povećati broj usluga kako bi zadovoljila potrebe i turista i lokalnog stanovništva, što dovodi do povećanja poreza za građane. Također, zbog slabe promocije do degradacije nekretnina, a društvene mreže i influenceri ponekad daju netočne informacije potencijalnim turistima, što dodatno pogoršava situaciju.



##### **3. Koji su neki od izazova s kojima se suočavate u svojoj mikro-destinaciji?**

Protok turista je visok samo tijekom ljeta i sezone branja gljiva: izazov je privući turiste tijekom cijele godine; turistički operateri se ne umrežavaju i ne surađuju s općinskim inicijativama; slabo su usmjereni na doček turista; nema suradnje između Borgotara i drugih lokaliteta u dolini; nedostaju strateška partnerstva s privatnim sektorom; turistička lojalnost:

turist je zadovoljan i potom se vraća; povećanje smještajnih kapaciteta i turističkih aktivnosti; Moguća rješenja koja su identificirana: diversifikacija ponude: promovirati ne samo Borgotarske vrganje, koje se ubiru u jesen, već i druge vrste gljiva koje su prisutne u dolini tijekom cijele godine; premjestiti fokus s gljiva na druge elemente od turističkog interesa; sistematizirati ponudu vezanu uz izlete i upoznavanje bioraznolikosti i ekosustava doline (stvaranje Eko-muzeja) koji okuplja sve turističke informacije i usmjerava turiste; obuka turističkih operatera: stvaranje operativnih radnih stolova usmjerenih na poboljšanje turizma; veća fleksibilnost operatera, produljenje radnog vremena restorana i trgovina; stvaranje portala doline koji može prikupiti sve informacije o mjestima, aktivnostima i turističkim događanjima u dolini; organizacija događanja ne samo gastronomskih, već i povijesno-kulturnih (povijesne rekonstrukcije) koristeći srednjovjekovno naslijede Borgotara.



#### **4. Opis rješenja za izazov na koji ste ponosni.**

Tijekom posljednjih nekoliko godina, lokalne vlasti Tare doline ojačale su suradnju među općinama. To je omogućilo bolju koordinaciju između organizacije turističkog sektora i ponude: aspekt koji treba naglasiti i smatrati poželjnim početnim korakom. Dok su prethodno lokalne zajednice radile neovisno, u posljednjim godinama trend je postao gledati u budućnost s cjelokupnim pristupom. Godine 2022. rođen je Valtaro Rock Festival u tri općine, a ove godine pridružila se i općina Bardi, koja je postala TAROCENOROCK festival: festival je ugostio međunarodne goste u okviru događanja Musica in Castello, koje pokriva veliki dio regije.



EMPOWERING  
MICRO DESTINATIONS  
FOR SUSTAINABLE TOURISM

[WWW.MIST-PROJECT.EU](http://WWW.MIST-PROJECT.EU)

VISITHALLAND.COM

*Coastal Living*

*Liepāja* •

 SVENSK  
DESTINATIONS  
UTVECKLING

  
TURISTIČKA ZAJEDNICA  
KVARNERA  
Raznolikost je lijepa

  
SERN