



Republika Hrvatska
Ministarstvo turizma

AKCIJSKI PLAN RAZVOJA ZELENOG TURIZMA

institutzaturizam 

Zagreb, srpanj 2016.

Projekt:	<i>AKCIJSKI PLAN RAZVOJA ZELENOG TURIZMA</i>
Naručitelj:	Ministarstvo turizma Zagreb, Prisavlje 14
Izvršitelj:	Institut za turizam, Zagreb, Vrhovec 5
Autori:	Dr. sc. Hrvoje Carić i Mr.sc. Ognjen Škunca
Dokument:	Akcijnski plan razvoja zelenog turizma završni izvještaj
Mjesto i datum:	Zagreb, srpanj 2016.

SADRŽAJ

1	UVOD.....	1
1.1.	Obuhvat i struktura.....	1
1.2.	Kontekst i ciljevi	2
1.3.	Metodološki okvir	3
1.4.	Provedba	4
2	OKOLIŠNA ODRŽIVOST TURIZMA.....	5
2.1.	Polazišta	5
2.1.1	Izazov okolišne održivosti turizma	5
2.1.2	Svjetski trendovi okolišne održivosti turizma.....	8
2.1.3	EU trendovi okolišne održivosti turizma.....	10
2.1.4	Trendovi okolišne održivosti turizma u RH	13
2.1.5	Ocjene i smjernice iz Strategije razvoja turizma u RH do 2020. godine	18
2.1.6	Institucionalni okvir i ključni sudionici u kreiranju i provedbi Akcijskog plana ...	21
2.2.	Razvojni problemi i potrebe, ključni faktori uspjeha	22
2.3.	Vizija i ciljevi.....	25
2.4.	Programi i mjere za unapređenje okolišne održivosti turizma u RH	26
3	TURISTIČKO VREDNOVANJE PRIRODNE BAŠTINE	39
3.1.	Polazišta	39
3.1.1	Prirodna baština i turizam.....	39
3.1.2	Svjetski trendovi turističkog vrednovanja prirodne baštine.....	42
3.1.3	EU trendovi turističkog vrednovanja prirodne baštine	45
3.1.4	Trendovi turističkog vrednovanja prirodne baštine u RH.....	46
3.1.5	Ocjene i smjernice iz Strategije razvoja turizma u RH do 2020. godine	53
3.1.6	Institucionalni okvir i ključni sudionici u kreiranju i provedbi Akcijskog plana ...	55
3.2	Razvojni problemi i potrebe, ključni faktori uspjeha	56
3.3	Vizija i ciljevi.....	60
3.4.	Programi i mjere za unapređenje turističkog vrednovanja prirodne baštine RH	61
4	LITERATURA.....	78

1 UVOD

1.1. OBUHVAT I STRUKTURA

Termin „**Zeleni turizam**“, koji se koristi u ovom Akcijskom planu, ne podrazumijeva posebnu vrstu turizma, već **horizontalnu temu relevantnu za sve vrste turizma**. Ona s jedne strane obuhvaća podteme zaštite i očuvanja okoliša, a s druge strane turističke podteme vrednovanja prirode i okoliša¹.

Tematski obuhvat prve podteme su sve aktivnosti kojima se izbjegava, smanjuje i kompenzira pritisak turizma na okoliš, s ciljem osiguranja njegove okolišne održivosti. No, okolišna održivost samo je jedna od dimenzija održivosti. Npr., globalni kriteriji za održivi turizam (Global Sustainable Tourism Criteria - GSTC, 2013), osim teme smanjenja negativnih utjecaja na okoliš, uključuju još i: a) učinkovito planiranje za održivi razvoj turizma; b) maksimiziranje društvenih i ekonomskih dobiti za lokalnu zajednicu; c) unapređivanje kulturne baštine. Poštujući činjenicu da su sve navedene dimenzije važne te u značajnoj mjeri međuovisne, u ovom Akcijskom planu, radi postizanja fokusa i njegove operativnosti, a i jer su druge dimenzije održivosti detaljnije obuhvaćene drugim Akcijskim planovima, ograničili smo se na mjere/aktivnosti za smanjenje utjecaja turizma na okoliš (smanjenja okolišnog otiska od turizma), odnosno za postizanje održivosti turizma.

Druga podtema obuhvaća aktivnosti turističkog vrednovanja prirodne baštine u svim njezinim pojavnostima i u različitim kontekstima (unutar zaštićenih područja, kao važnog elementa tradicijskog ruralnog krajobraza, kao elementa urbanog krajolika, itd.), uz prepoznavanje da je prirodna baština ključni faktor atraktivnosti hrvatskog turizma.

Akcijski plan obuhvaća uži skup prioriternih tema koje su određene na temelju analize stanja u Republici Hrvatskoj i Europskoj Uniji te kroz participativni proces analize mogućnosti, zapreka i potreba u kojem su sudjelovali predstavnici svih najznačajnijih dionika vezanih na temu „zelenog turizma“.

Obje spomenute podteme bave se okolišem i prirodom, stoga je relativno uobičajeno² njihovo združivanje pod širi termin zelenog turizma³. Međutim, one su i dovoljno različite (u smislu fokusa, glavnih nositelja, aktivnosti, relevantnih institucionalnih okvira, programa i inicijativa) da ih prilikom izrade akcijskog plana, a u cilju postizanja veće jasnoće i operativnosti, valja razmatrati kao dvije zasebne teme. Na ovaj način im se pristupa i u ovom Akcijskom planu koji se sastoji od dva samostojeća dijela, od kojih se svaki fokusira na jednu od dviju podtema. S obzirom da se radi o horizontalnim temama, postoje i preklapanja⁴ koja su prepoznata i uvažena u svakom od dijelova.

¹ Pri tome, kad se govori o aspektu zaštite više se naglašava okoliš (*environment*), dok se u kontekstu turističkog vrednovanja više naglašava priroda, odnosno prirodna baština (*Natural heritage*).

² Npr. The International Ecotourism Society (TIES), globalna mreža suradnje na razvoju ekoturizma s članovima iz preko 90 zemalja, svake godine organizira Ecotourism and Sustainable Tourism Conference (ESTC) koja združuje obje teme.

³ Sam termin „zeleni turizam“ nije još dobio sveopće prihvaćenu definiciju unutar stručnog diskursa, no relativno standardno ga se koristi na način na koji se koristi i u ovom Akcijskom planu: kao paradigmu promišljanja, planiranja i upravljanja sektorom turizma koja je svjesnija i više uvažava očuvani i integrirani okoliš i prirodu kao ključne elemente održivosti i konkurentnosti.

⁴ Npr. prepoznavanje i izbjegavanje negativnih utjecaja na okoliš posebno je značajno kad se radi o turističkim aktivnostima vezanim uz posebno vrijednu prirodnu baštinu. Ili u smjeru baštine, aktivno osvješćivanje i turističko vrednovanje prirodne baštine jedna je od najučinkovitijih mjera i u smanjivanju negativnog utjecaja turističkih aktivnosti na okoliš, jer djeluje preventivno kroz osvješćivanje i educiranje.

Vežano uz horizontalnost „zelene“ teme, te činjenicu da je na gornji način definirana „zelenost“ jedno od glavnih poželjnih svojstava i ključnih pretpostavki za uspjeh svih vrsta turističke ponude, a „ozelenjivanje“ turizma je jedan od trenutno i dugoročno najznačajnijih globalnih trendova u sektoru, treba naglasiti da su aktivnosti određene ovim Akcijskim planom relevantne, a često i ključne za uspješnost u ostvarenju vizija iz Akcijskih planova za razne druge vrste turizma prepoznate Strategijom razvoja turizma RH do 2020.

1.2. KONTEKST I CILJEVI

Akcijski plan predstavlja korak u operacionalizaciji Strategije razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. te drugih strateških dokumenata u dijelu u kojem su oni relevantni za temu ozelenjivanja turizma (uključujući zaštitu okoliša i prirode, ruralni razvoj i kulturu). Taj korak znači daljnju razradu strateških odrednica u kontekstu trenutnog stanja i trendova u svijetu, u Europskoj Uniji i Republici Hrvatskoj, kao i planova, potreba i djelovanja glavnih dionika.

Ovaj Akcijski plan predstavlja iskorak u sljedeću fazu u kojoj će, kroz sustavnu i koordiniranu proaktivnost i suradnju svih dionika, „zeleno“ dijelom postajati „novo normalno“, a dijelom dodana vrijednost u novom brendiranju, tržišnom pozicioniranju i kompetitivnosti destinacija.

Priprema akcijskog plana poslužila je kao okvir za detaljniju participativnu analizu stanja, problema, mogućnosti i potreba, koordinaciju i umrežavanje svih relevantnih dionika te suosmišljanje konkretnih prioritarnih mjera s definiranim nositeljima, suradnicima, izvorima financiranja, vremenskom dinamikom i modusima provedbe, što će stvoriti poticajno okruženje te pomoći dionicima u turizmu da unaprijede svoje djelovanje u razdoblju do 2020. godine.

S obzirom na trenutno stanje po pitanju održivosti u turizmu Republike Hrvatske, što ga karakterizira ne više toliko izostanak, koliko brzo rastući broj individualnih inicijativa, jedan od osnovnih izazova Akcijskog plana je poslužiti kao okvir za uvođenje više sustavnosti i koordinacije koja će omogućiti sinergiju, učinkovitije djelovanje i trajnije efekte pokretanih inicijativa. U tom smislu, ovaj Akcijski plan nije „zamjena“ za planove u području zaštite prirode i okoliša, energetske učinkovitosti i sl., već njegova razrada za turizam⁵ te okvir za osvješćivanje, mobiliziranje, okupljanje i koordinaciju dionika u turizmu oko okolišnih tema, odnosno dionika u zaštiti okoliša i prirode oko turističkih tema.

Namjera Plana je služiti i kao dodatni katalizator za korištenje raspoloživih sredstava iz Europskih strukturnih i investicijskih (ESI) fondova⁶, te Programa Unije⁷, u kojima je tema „ozelenjivanja“ vrlo zastupljena. Od 11 ESI tematskih ciljeva⁸, čak se tri izravno bave zelenim temama (TC 4, 5, 6), a i

⁵ Uspostava „zelene infrastrukture“ na svim prostornim razinama ostaje prvenstveno u djelokrugu zaštite prirode, ali turizam, kao jedan od glavnih korisnika unaprijeđene zelene infrastrukture u nekom području, ima izraziti interes da bude jedan od aktivnijih te da, ne čekajući da se proces pokrene u „glavnom i odgovornom“ sektoru, sam aktivno počne raditi na sustavnom unapređenju zelene infrastrukture. Slično, u području energetske učinkovitosti, koja osim pozitivnih učinaka na okoliš donosi i izravne uštede u poslovanju te podizanju kvalitete, turizam ne treba čekati da ga pokrene „glavni i odgovorni sektor“, već se organizirati i biti jedan od predvodnika.

⁶ Europski strukturni i investicijski fondovi (ESI) uključuju pet fondova: Europski fond za regionalni razvoj (EFRR), Kohezijski fond (KF), Europski socijalni fond (ESF), Europski poljoprivredni fond za ruralni razvoj (EPFRR) i Europski fond za pomorstvo i ribarstvo (EFPR), za koje je EK definirala zajedničku regulativu s 11 tematskih ciljeva, u okviru kojih svaka država članica odabire investicijske prioritete i definira svoje specifične ciljeve koje detaljno definira u Sporazumu o partnerstvu.

⁷ Uključujući npr. LIFE program za okoliš i klimatske aktivnosti, Obzor 2020, COSME program za konkurentnost poduzeća i malih i srednjih poduzeća, EaSI program za zapošljavanje i socijalne inovacije, Creative Europe, Erasmus+ i druge kroz koje se provode zajedničke EU politike i kojima upravljaju tijela EK (ili direktno ili delegirano / decentralizirano).

⁸ 1. Jačanje istraživanja, tehnološkog razvoja i inovacija; 2. Poboljšanje pristupa, korištenja i kvalitete IKT-a; 3. Poboljšanje konkurentnosti malih i srednjih poduzeća, poljoprivrednog sektora (za EPFRR) te pomorskog i ribarskog sektora (za EFPR); 4. Potpora prelasku na gospodarstvo s malim udjelom ugljika u svim sektorima; 5. Promicanje prilagodbe na klimatske promjene, prevencije i upravljanje rizikom; 6. Očuvanje i zaštita okoliša te promicanje učinkovitosti resursa; 7. Promicanje održiva prometa i uklanjanje uskih grla u ključnim mrežnim infrastrukturama; 8. Promicanje održivog i kvalitetnog zapošljavanja i potpore mobilnosti radne snage; 9. Promicanje društvene

tematski cilj konkurentnosti (TC) bavi se njome neizravno, budući da okolišna učinkovitost već i u današnjim tržišnim uvjetima vrlo često direktno doprinosi konkurentnosti.

Konačno, kako je turizam izrazito dinamičan, tako i njegovo ozelenjivanje nije jednokratna zadaća nego trajni proces. Svrha ovog akcijskog plana je temu "zelenoga" i "ozelenjivanja" sustavno integrirati u planiranje i upravljanje razvojem turizma u RH. To će se učiniti definiranjem programa i mjera kojima se uspostavljaju i pokreću procesi za trajno praćenje, mjerenje i unapređivanje "zelenosti" turizma, na svim razinama, od pojedinačnog ponuditelja ugostiteljsko-turističkih usluga, preko destinacije i pojedinih vrsta turističke ponude, pa sve do nacionalne razine.

1.3. METODOLOŠKI OKVIR

Akcijski plan svoja polazišta i glavne smjernice crpi iz odabira najznačajnijih relevantnih nacionalnih, europskih i međunarodnih strateških dokumenata, studija i projekata u kojima je artikulirana relevantna praksa. Odabir je rađen na temelju kriterija prihvaćenosti pojedinog materijala u praksi, posebno u okviru EU te u okviru zemalja koje su ili lideri u nekoj temi, ili su stanjem i kontekstom usporedive s Republikom Hrvatskom.

Tako dobivena polazišta i smjernice su potom kroz široki participativni proces stavljeni u kontekst stanja, trendova, potreba i mogućnosti u RH, a s ciljem identificiranja razvojnih prioriteta u RH u oba promatrana područja.

Kroz format dubinskih intervjua, fokus grupa i radionica uključeno je preko cca. 70 ključnih dionika iz javnog, privatnog i civilnog sektora, od nacionalne do lokalne razine. Pokrivene su sve regije u RH, i to podjednako u fazi analize, kao i u fazi formuliranja ciljeva i mjera. Svi ključni dionici iz turizma pozvani su na uključivanje te davanje doprinosa procesu izrade svojim komentarima i sugestijama. Svi prikupljeni komentari i sugestije uvaženi su u procesu pripreme konačne verzije Akcijskog plana: ili su prihvaćeni, ili neprihvaćeni uz obrazloženje.

Mjere predložene Akcijskim planom grupirane su u Programe kojima se adresira problemska cjelina, odnosno mjere imaju zajednički strateški cilj i zajedničku grupu ključnih partnera u provedbi.

Mjere unutar programa pokrivaju, prema utvrđenim potrebama, razne tipove mjera iz „standardnog paketa razvojnih mjera“ koji uključuje:

- osiguravanje vodstva s vizijom te koordinaciju i olakšavanje provođenja mjera;
- umrežavanje te poticanje suradnje i partnerstva;
- osvještavanje, edukaciju / trening, osiguravanje materijala za samoedukaciju (smjernice, upute), uspostavu platformi za razmjenu iskustava i promociju najbolje prakse;
- standardizaciju i certificiranje, promociju;
- izradu planova, praćenje i ocjenjivanje provedbe, adaptivno upravljanje;
- financijsku potporu, tehničku potporu;
- donošenje zakonskih mjera, uspostavu informacijske baze, istraživanje i dr.

S ciljem postizanja učinkovitosti Akcijskog plana, među programima i mjerama određeni su oni prioritetni u predstojećem razdoblju do 2020.

1.4. PROVEDBA

Strategija razvoja turizma RH do 2020., vezano uz upravljanje procesima provedbe strategije, ističe kako efikasno provođenje Strategije podrazumijeva znatno čvršću formalnu suradnju među ministarstvima, te se zato kao posebno savjetodavno tijelo Ministarstva turizma konstituira **Međuministarsko stručno vijeće za turizam** koje, osim visokih dužnosnika Ministarstva turizma, u svojstvu stalnih članova sačinjavaju visoki državni dužnosnici (razina zamjenika ministra) svih drugih relevantnih ministarstava (i po potrebi drugih institucija). „**Osnovni zadatak Međuministarskog stručnog vijeća je rasprava i usuglašavanje prijedloga godišnjih akcijskih planova⁹ provedbe Strategije razvoja turizma RH do 2020. (utvrđivanje mjera i nositelja) te praćenje izvršenja dogovorenih mjera prema pojedinim nositeljima.**“

Vezano uz praćenje provedbe i učinaka, predviđeno je da se „na godišnjoj razini prate utjecaji turizma na gospodarstvo, okoliš i društvo (u cjelini i na lokalnim razinama), ali ne samo kao posljedice realizacije pojedinih mjera/projekata Strategije razvoja turizma RH do 2020., nego i turizma općenito. Takvo nadgledanje ostvaruje se aktivnošću niza drugih institucija u Hrvatskoj, a poželjno je njegovo unapređenje ne samo u smislu boljih (potpunijih) informacija nego i pravovremene raspoloživosti takvih podataka. Ministarstvo turizma trebalo bi jednom godišnje prikupiti takve informacije i predložiti ih integralno Međuministarskom stručnom vijeću i široj javnosti u cjelini. U svrhu nadgledanja učinaka Strategije razvoja turizma RH do 2020. (i turizma općenito) nužno je definirati pokazatelje koji se prate te referentna polazišta od kojih se kreće u razvoj, i to za svaku od tri skupine pokazatelja: gospodarstvo, okoliš i društvo.

U smislu razrade načina provedbe Strategije i Akcijskog plana razvoja turizma RH do 2020. predviđeno je formiranje **Radnih grupa za provedbu akcijskih planova**, odnosno pokretanje učinkovite provedbe kao trajnog procesa kontinuiranog praćenja i unapređivanja stanja, trendova i učinaka. Stoga će se i Akcijski plan razvoja zelenog turizma provoditi na adaptivan način koji će uzeti u obzir promjene prilika razvojnog okruženja te prepoznavati i nagrađivati interes, inicijativu i izvrsnost. Ministarstvo turizma će uspostaviti Radnu grupu za provedbu ovog Akcijskog plana koja će izraditi operativne planove provedbe na godišnjoj razini te, krajem tekuće godine, izvješće o učinkovitosti same provedbe.

Za uspješnost provedbe je nužna suradnja vertikale i horizontalna koordiniranost kako bi se osigurala razmjena informacija i koordinirana provedba mjera i aktivnosti.

Detaljnije određenje mjera, na način da se precizno odrede i formalno potvrde odgovorni nositelji, rokovi, izvori i dinamika financiranja, predstoji kroz djelovanje Radne grupe za provedbu akcijskog plana, u okviru redovne pripreme Godišnjeg plana rada za sljedeću godinu te Izvješća o stanju, trendovima i učincima provedbe Akcijskog plana razvoja zelenog turizma.

⁹ Godišnje akcijske planove donosi Vlada Republike Hrvatske na prijedlog Ministarstva turizma

2 OKOLIŠNA ODRŽIVOST TURIZMA

2.1. POLAZIŠTA

2.1.1 Izazov okolišne održivosti turizma

Turizam je značajan i jedna od brže rastućih ekonomskih aktivnosti, s nizom drugih pozitivnih razvojnih učinaka

Gledano ekonomski, turizam:

- globalno generira oko 5% BDP-a i stvara oko 8% radnih mjesta (UNEP&UNWTO, 2012.);
- u EU s oko 5% direktnog doprinosa BDP-u i zapošljavanju radne snage¹⁰ trenutno predstavlja treću najznačajniju ekonomsku aktivnost sa značajnim potencijalom za daljnji rast i zapošljavanje (EC, 2010.);
- u RH 10,4% izravnog udjela u BDP-u s ukupnim učinkom od 14,3% (Institut za turizam, 2014.) predstavlja najvitalniju gospodarsku granu sa značajnim potencijalom za rast i razvoj jačim uključivanjem relevantnih aktivnosti domaćeg gospodarstva.

Osim toga, turizam generira i niz drugih pozitivnih razvojnih učinaka, uključujući:

- priliku za razvoj područja na gospodarskoj periferiji – posebno u ruralnim, obalnim, otočnim i planinskim područjima – te doprinos regionalnoj koheziji;
- doprinos osvještavanju vrijednosti te potrebi zaštite i vrednovanja prirodne i kulturne baštine;
- doprinos osobnom i društvenom rastu kroz upoznavanje drugih krajeva i kultura;
- doprinos pozitivnom baštinjenju vlastitog identiteta i identiteta regija.

Turizam može generirati značajne pritiske na okoliš.

Najznačajniji pritisak na okoliš generira putovanje u i iz destinacije, odnosno transport turista i uz njega vezane emisije stakleničkih plinova i drugih onečišćujućih tvari u zrak, vode i more. Procjenjuje se da turizam na globalnoj razini doprinosi ukupnim svjetskim emisijama stakleničkih plinova s oko 5%, od čega oko 40% pripada avionskom prometu, 30% automobilskom prometu i 20% turističkom smještaju (UNWTO&UNEP, 2008).

Neregulirani rast turističkih kapaciteta veliki je potrošač najatraktivnijeg i najvrednijeg prostora, stvara fokusirane pritiske na resurse i funkcije okoliša te stvara probleme u logistici komunalnih usluga i estetski devastira krajobraz. Opće poznati primjeri pretjerane izgrađenosti obalne crte mogu se naći u brojnim razvijenim turističkim destinacijama masovnog turizma Mediterana, a u zadnjih desetak godina i u sve više slučajeva razvoja turizma na obali RH.

¹⁰ 10% u BDP-u EU i 12% u radnim mjestima ako se pribroje i sve vezane djelatnosti.

Veliki je potrošač ograničenih osnovnih resursa (npr. vode u obalnim područjima i otocima) te generator otpada i otpadnih voda, i to često u najvrednijim i najosjetljivijim područjima. Turizam je, osim toga, najznačajniji izvor morskog otpada koji završava u europskim morima i na europskim plažama¹¹. Sezonalnost turizma dodatno potencira problem, jer okoliš trpi kad komunalna infrastruktura koja je kapacitirana prema broju stalnih stanovnika nije u stanju servisirati višestruko veći broj turista na vrhu sezone. Sezonalnost turizma onemogućava dovoljno veliku kapacitiranost infrastrukture zaštite okoliša (npr. pročištači otpadnih voda, upravljanje otpadom i sl.).

Turizam i okoliš u složenom su odnosu međusobnog utjecaja i međuovisnosti

S jedne strane, zdrav i atraktivan okoliš spada među osnovne resurse za većinu vrsta turizma, pa je njegovo očuvanje jedan od osnovnih preduvjeta njihove kompetitivnosti i održivosti. Štoviše, turizam, ako se njime primjereno upravlja, može predstavljati gospodarsku aktivnost koja je u postojećoj ekonomiji jedan od najodrživijih načina korištenja nekog prirodnog resursa. On, naime, ima mogućnosti očuvanu prirodu i okoliš upotrijebiti kao ekonomsku vrijednost, te na taj način ima izravan interes u očuvanju i uvećavanju te vrijednosti¹².

S druge strane, neupitno je da turizam može i značajno negativno utjecati na okoliš. Čak i oblici turizma s prefiksom "eko", čija je glavna ponuda neki oblik omogućavanja kontakta s prirodom, samim svojim postojanjem u nekom prostoru remete, pa čak i degradiraju ekosustave. To se događa zbog privlačenja i koncentriranja turista na nekom posebno atraktivnom prostoru, što za posljedicu ima sve uobičajene aspekte pritiska: otpad, otpadne vode, emisije plinova, buke, svjetla i sl. Uz navedeno, povećanjem potražnje povećava se infrastruktura, ali i utjecaj na lokalni način života, strukturu i kulturni identitet lokalne zajednice, te strukturu gospodarske osnove, najčešće u smjeru zapuštanja tradicionalnih djelatnosti kojima su nastali i o kojima ovise tradicijski kulturni krajobrazi. Bez informiranog upravljanja vrlo je izvjestan scenarij autodestruktivnog, neodrživog „razvoja“ u kojem neregulirani rast aktivnosti postupno „zaguši“ i „uništi“ atrakcijsku, tj. resursnu osnovu.

Uvažavanje nosivog kapaciteta kao rješenje izazova okolišne održivosti turizma

Ključni koncept u planiranju održivog turizma je koncept nosivog kapaciteta koji se u slučaju turizma uvriježeno definira kao maksimalni broj turističkih korisnika koji istodobno posjećuju turističko mjesto bez neprihvatljivih poremećaja prostorno-fizičkog, biološkog, ekonomskog, društveno-socijalnog i kulturnog okoliša, kao i bez neprihvatljivog smanjenja kvalitete zadovoljstva posjetitelja. Žarište diskursa nosivog kapaciteta je u jasnom, po mogućnosti kvantificiranom određivanju granice navedene neprihvatljivosti¹³.

Okolišna održivost = profitabilnost i konkurentnost

Da „ozelenjivanje“ nije prolazna moda, nego rastući dugoročni trend, sugeriraju i:

¹¹ Issue Paper to the "International Conference on Prevention and Management of Marine Litter in European Seas" (2013)

¹² Ako je na turističkom tržištu moguće prodati promatranje ptica, ekskurzije posebno atraktivnim krajolicima i sl., onda nema potrebe da se ti resursi opterećuju drugim djelatnostima, koje bi inače bile nužne za osiguravanje egzistencije lokalnog stanovništva, a koje često imaju veći negativan utjecaj na okoliš.

¹³ U određenim situacijama najkritičnija su fizičko-ekološka ograničenja zbog kojih ekosustav ne može podnijeti veći pritisak bez vlastite degradacije. Ovi faktori u vezi su i s postojećom infrastrukturom, jer ovisno o tehnologiji koja se koristi, a usprkos istom broju posjetitelja, varira pritisak na okoliš (npr. postojanje ili nepostojanje sustava za pročišćavanje otpadnih voda, osigurano ili neosigurano zbrinjavanje otpada, i sl.). U nekim drugim situacijama ograničenje može predstavljati i sposobnost lokalne zajednice za prihvaćanje utjecaja izvana bez pojave niza nepovoljnih posljedica, od poremećaja društvenih odnosa, do destruktivnog djelovanja na lokalnu kulturu, identitet i sl. U vezi s ovim je i pitanje distribucije troška i koristi od turističke djelatnosti.

- objektivno mjerljive činjenice o rastućoj globalnoj krizi okoliša (klima, onečišćenja, otpad, resursi, gubitak bioraznolikosti, ...) i nužnosti zaokreta prema „zelenijem“ gospodarstvu i u sklopu njega, zelenijem turizmu,
- rezultati ispitivanja javnog mnijenja među dionicima u turizmu i turistima. Prema ispitivanjima u Njemačkoj, 28% turista želi putovati okolišno održivo i društveno odgovorno, a 86% turističkih destinacija očekuje da će održivost destinacije biti sve značajniji faktor u njihovoj kompetitivnosti (Hamele, 2015).

I unutar turizma sve je raširenije shvaćanje sljedećih triju jednostavnih i neupitnih razloga za nastojanje u smjeru ozelenjivanja njihove turističke ponude:

- očuvani okoliš od egzistencijalnog je značaja za turističku aktivnost;
- gosti zahtijevaju očuvani okoliš i trud na njegovom postizanju, stoga su tvrtke koje se više trude u tom smjeru tržišno atraktivnije;
- mjere koje doprinose okolišnoj održivosti doprinose i racionalnosti poslovanja odnosno profitabilnosti;

Gledano iz pozicije potencijalnog investitora u turizam, izvjesno je da, s obzirom na trendove rastuće brige za okoliš, viših obaveznih okolišnih standardâ, sve većeg segmenta tržišta koje zahtijeva zelene proizvode¹⁴, rastućih cijena energenata i resursa, kao sve naprednijih i jeftinijih zelenih tehnologija, ulaganje u turizam koji nije zelen postaje vrlo rizično.

„Zeleni“ turistički razvoj zapošljava više i bolje od „ne-zelene“ alternative

Zeleni turistički razvoj na više načina doprinosi zapošljavanju. Prvo, on stvara dodatno tržište za sve ponuditelje zelenih tehnologija i usluga (od gospodarenja otpadom do tehnologija za energetske učinkovitost, zeleno planiranje i upravljanje, zelenu gradnju i dr.).

Drugo, u svom nastojanju da se prihod poveća na temelju više ponuđene kvalitete i dodatne ponude koja produžuje sezonu, a ne kroz fizički rast, stvara radna mjesta potrebna za dodatne turističke usluge. Takva radna mjesta vezana su ili izravno uz turističku ponudu (specijalizirane turističke agencije, turističko vođenje), ili su potrebna za stvaranje okruženja u kojem je takva dodatna turistička ponuda i kvaliteta moguća (kreativna industrija, kulturna industrija, zelena gradnja, eko dizajn, permakultura, održiva mobilnost, i sl.).

Okolišna održivost ograničava s ciljem informiranog i inteligentnog usmjeravanja, a ne zaustavljanja razvoja

Često se, zbog svojih poruka o potrebi uvođenja ograničenja radi očuvanja okoliša, tema zelenog turizma pogrešno percipira, a ponekad i promovira kao proturazvojna, odnosno razvojno ograničavajuća. Potpunije i točnije viđenje jest ono koje uviđa i uzima u obzir da su promovirana ograničenja u funkciji ne zaustavljanja, već usmjeravanja razvoja u smjeru koji dugoročno osigurava najbolje učinke za okoliš, za turizam kao aktivnost, za lokalnu zajednicu i turiste, za investitore i za poduzetnike.

Nadalje, okolišna održivost izravno doprinosi ključnim ciljevima turističke politike: smanjenju sezonalnosti i povećanju prihoda po gostu. Konkretnije, produženje sezone smanjuje imperativ

¹⁴ Procjenjuje se da više od trećine turista preferira zelene turističke proizvode i spremna ih je platiti od 20 % do 40 % više. U literaturi se standardno govori o prelasku s masovnog turizma poznatog po kratici „3S“ (od eng. termina Sea, Sand, Sun / more, pijesak, sunce) na „3E“ turizam (od eng. termina Entertainment, Excitement, Education / zabava, uzbuđenje, edukacija) ili „4L“ turizam (od eng. termina Landscape, Leisure, Learning and Limit / krajolik, odmor, učenje, granica).

maksimiziranja broja turista tijekom kratke sezone, kao i svih popratnih negativnih okolišnih učinaka. Povećanje prihoda po gostu zahtijeva kvalitetu ponude, što podrazumijeva visoke okolišne standarde i očuvanost te usmjerava prema razvoju bogate i raznolike turističke ponude u destinaciji i njenoj široj okolini, a ne prema rastu fizičkog prometa kroz gomilanje kapaciteta što smanjuju atraktivnost, vrijednost i konkurentnost destinacije.

2.1.2 Svjetski trendovi okolišne održivosti turizma

Održivost je jedna od glavnih razvojnih tema u turizmu

Upozoravajuće iskustvo degradiranih turističkih destinacija, kao i rastuća opća svijest o okolišnoj krizi (definirana u javnom diskursu kao klimatske promjene, uništavanje bioraznolikosti i onečišćenja), te uz nju vezana rastuća senzibiliziranost gosta za utjecaj njegovog turističkog putovanja na okoliš, učinile su da je briga i nastojanje oko unapređenja okolišne održivosti, odnosno „zelenosti“ turističkih proizvoda, jedan od najznačajnijih globalnih trendova u turizmu (CREST, 2015).

Zeleni turizam može biti jedan od predvodnika u potrebnoj tranziciji prema zelenom gospodarstvu

UN studija (UNEP&UNWTO, 2012) pokazuje da je moguć scenarij u kojem su rast turizma, zaštita okoliša i društveno blagostanje međusobno podupirući, a ne suprotstavljeni ciljevi, odnosno da je „ozelenjivanje“, što uključuje u prvom redu efikasnost u potrošnji vode i energije, smanjivanje emisija stakleničkih plinova, smanjenje količina i bolje upravljanje otpadom, zaštitu i očuvanje prirodne i kulturne baštine te jačanje veza s lokalnom zajednicom, moguće u svim vrstama turističkih proizvoda. Osim pozitivnih učinaka na okoliš (procijenjenih na 18% ušteda u potrošnji električne energije, 44% u potrošnji vode i 52% smanjenja u emisiji stakleničkih plinova, u odnosu prema temeljnom scenariju u kojem se sve radi kao i dosad), takav, održiviji turizam, istovremeno je kompetitivniji, raste brže za 3-7%, bolji je za investitore, stvara više boljih radnih mjesta i doprinosi zadovoljstvu lokalne zajednice.

Budući da zelene prakse u turizmu imaju pozitivan učinak informiranja i osvješćivanja posjetitelja o važnosti i direktno iskustvo mogućnosti okolišno odgovornijih odabira i postupanja, zeleni turizam može odigrati važnu ulogu jednog od predvodnika u tranziciji prema zelenoj ekonomiji.

Glavni instrumenti i mjere za „ozelenjivanje“ turizma uključuju:

- prepoznavanje i uvažavanje aspekta okolišne održivosti u razvojnim planovima u turizmu, na svim razinama, od nacionalne do lokalne razine turističke destinacije; planove koji uvažavaju nosivi kapacitet zoniranjem aktivnosti u prostoru i vremenu te tako štite atrakcijsku osnovu, odnosno ne dopuštaju turističke aktivnosti koje degradiraju resursnu osnovu područja;

Ključne teme i područja ozelenjivanja turizma

- planiranje održivog razvoja i održivo upravljanje destinacijom,
- zaštita, održivo korištenje i upravljanje okolišem te prirodnom i kulturnom baštinom;
- klimatske promjene – energetska i resursna učinkovitost;
- održivi transport i putovanje;
- turizam i održiva proizvodnja i potrošnja (održivi lanci nabave kojima zeleni turizam razvija tržište za druge zelene proizvode koji se kroz njega plasiraju konačnom potrošaču);
- horizontalne teme edukacije, treninga, umrežavanja; uvođenje standardâ kvalitete, certificiranje, marketing.

- ulaganje javnog sektora u javna dobra koja čine infrastrukturu za zeleni turizam, uključujući zaštitu i održivo upravljanje prirodnom i kulturnom baštinom, bolje gospodarenje otpadom, javni prijevoz, gospodarenje vodom i sl.;
- stvaranje okruženja koje potiče i podržava investicije u zelene turističke proizvode i ozelenjivanje postojećih turističkih proizvoda što uključuje porezne olakšice i poticaje za zelene investicije; integralnu tehničku, financijsku, marketinšku i administrativnu potporu malim i srednjim poduzetnicima; omogućavanje umrežavanja; edukaciju; omogućavanje uvođenja i osiguravanje vjerodostojnosti okolišnih standarda;
- ulaganje privatnog sektora u ozelenjivanje turističkih proizvoda kroz ulaganja u zelena tehnološka rješenja, uvođenje procesa i procedura kojima se smanjuju pritisci na okoliš;
- praćenje „održivosti“ turističkog razvoja korištenjem nekog od razvijenih standardâ i indikatora održivosti turizma na svim razinama pružatelja usluga u turizmu, od nacionalne razine, preko razine destinacije do razine pojedinog subjekta;
- aktivno i adaptivno upravljanje procesima „ozelenjivanja“ integriranim korištenjem svih navedenih mjera, a na temelju informacije dobivene kroz uspostavljen sustav praćenja održivosti;
- osvješćivanje turista o načinima na koje oni mogu doprinijeti održivijem i kvalitetnijem turizmu, od kojeg koristi imaju i oni i prirodna i kulturna baština i zajednica koju posjećuju i koja ih ugošćuje.

Održivo je i etično

Održivost turizma, uključujući i okolišnu održivost, važna je sastavnica i Globalnog etičkog koda u turizmu (GCET – Global Code of Ethics in Tourism) UNWTO-a prihvaćenog na Generalnoj skupštini UN-a 2001.god. Naglasak je stavljen na odgovornost dionika za ostvarivanje potencijala za pozitivne učinke turizma (razvoj lokalne ekonomije, upoznavanje među nacijama, itd), odnosno minimiziranje njegovih negativnih učinaka (na okoliš, zajednice, kulturu, itd). U tijeku je inicijativa da se GCET transformira u Međunarodnu konvenciju o etičkom turizmu što je najviša razina međunarodnog pravnog instrumenta i čime se potvrđuje prepoznavanje važnosti ove teme.

Smjernice i instrumenti za zeleni razvoj turizma „sa svjetske razine“

UNWTO je koordinirao ili podržao izradu većeg broja smjernica za razvoj održivog turizma, među kojima je naročito spominjan i korišten *Vodič za razvoj održivog turizma za lokalnu upravu* (UNWTO, 1998), koji uključuje pojašnjenje koncepata, načela i tehnika za planiranje i razvoj održivog turizma, uključujući i upravljanje okolišnim i socioekonomskim utjecajima turizma na lokalnoj razini. Sadrži i primjere najbolje prakse održivog turizma u različitim uvjetima i stadijima razvijenosti destinacije.

Drugi vrlo važan doprinos UNWTO-a sustavnom radu na održivijem turizmu su kriteriji i indikatori Globalnog vijeća za održivi turizam za hotele i turooperatore (GSTC, 2013a) te za destinacije (GSTC, 2013b). Cilj je ponuditi sustav kriterija i indikatora za održivi turizam koji će na jedinstven način definirati koncept i pritom biti globalno prepoznatljiv i upotrebljiv. Prilikom izrade uzelo se u obzir preko 60 prethodno razvijenih kriterija i indikatora za certificiranje održivosti u turizmu, uključujući i UNWTO Indikatore održivog razvoja za turističku destinaciju (UNWTO, 2004), koji su razvijeni na temelju iskustava u primjeni indikatora održivog razvoja od ranih 1990-ih. Široki konzultativni proces uključio je preko 80.000 dionika u turizmu te naknadno uzeo u obzir preko 1500 sugestija i komentara. Sustav se i dalje ažurira na temelju prikupljenih sugestija i iskustava u primjeni. GSTC kriteriji i indikatori se koriste kao osnova za izvještavanje o održivosti destinacije u okviru GSTR¹⁵, prije svega prema potencijalnim posjetiteljima kojima se tako omogućuje da svojim odabirom i sami potiču „ozelenjivanje“ sektora.

¹⁵ Global Sustainable Tourism Review je procedura za ocjenu i izvještavanje o održivosti destinacije u sklopu Green destination inicijative koju je 2014., na međunarodnom sajmu u Berlinu, zajedno pokrenulo nekoliko vodećih mreža destinacija održivog turizma uključujući i

2.1.3 EU trendovi okolišne održivosti turizma

Ozelenjivanje turizma visoko je među prioritetima EU politika razvoja turizma

U EU turizam ima stratešku važnost, što je prepoznato i njegovim uključivanjem u Europsku razvojnu strategiju (*Lisbon Treaty*, article 195), gdje se nalaže da EU podržava, nadopunjuje i koordinira napore zemalja članica u području razvoja održivog i kompetitivnog turizma, kako je to specificirano u sektorskim politikama EU.

Među četiri aktualna razvojna prioriteta, identificirana u Komunikaciji Europske komisije iz 2010. pod naslovom „Europa, svjetska turistička destinacija br.1 – novi politički okvir za turizam u Europi“ (EC, 2010), nalazi se i „promoviranje razvoja održivog, odgovornog, visoko-kvalitetnog turizma“, te „utvrđivanje imidža Europe kao skupa održivih, visoko-kvalitetnih destinacija“.

Naglašena je važnost održivosti za kompetitivnost, odnosno „kompetitivnost Europske turističke industrije u bliskoj (je) vezi s njenom održivošću, jer je kvaliteta turističkih destinacija snažno uvjetovana njezinim prirodnim i kulturnim okolišem te njezinom integriranošću u lokalnu zajednicu“.

Među strukturnim izazovima koje treba integrirati u turističke razvojne politike naglašene su klimatske promjene, ograničene količine pitke vode i pritisci na bioraznolikost. Drugim riječima, treba razvijati turizam koji racionalno koristi pitku vodu tamo gdje postoje rizici od suša, smanjuje emisiju stakleničkih plinova i okolišni otisak svojih aktivnosti na okoliš i ekosustave.

Utvrđene prioritetne aktivnosti, njih 21 uključuju i:

- integriranje prirodne baštine u turističke razvojne strategije;
- razvoj sustava indikatora za održivo upravljanje destinacijom, a potom i certificiranje i marketing održivih destinacija;
- kampanje osvješćivanja europskih turista o važnosti njihovih odabira održivih turističkih proizvoda;
- omogućavanje identificiranja rizika za turizam od klimatskih promjena, a da bi se smanjio rizik od investicija koje se nikad neće vratiti te utvrdile mogućnosti razvoja alternativnih turističkih proizvoda“;
- formuliranje Povelje o održivom i odgovornom turizmu te uspostava Europske nagrade za tvrtke i destinacije koje je na najbolji način otjelovljuju;
- pripremu strategije za održivi obalni i uz more vezani turizam.

Inicijativa oko pripreme i usvajanja Europske povelje o održivom i odgovornom turizmu¹⁶ sugerira postojanje razumijevanja i volje za dodatni napor u smjeru ozelenjivanja turizma u EU.

EU nudi i značajnu potporu razvoju održivog turizma kroz financiranje iz raznih EU fondova. Izvori i mogućnosti financiranja u višegodišnjem financijskom okviru 2014-2020. opisani su u vodiču *Guide on EU Funding for the Tourism Sector* (EC, 2014.). Smjernice daju preglednu i relativno lako dostupnu informaciju (i poveznice na izvore detaljnijih informacija) vezano uz vrste aktivnosti koje se mogu kandidirati za EU sufinanciranje, vrstu i razinu financiranja, tko se može kandidirati, kako i kada. Uključeni su i primjeri tipičnih uspješno prijavljenih projekata. Zbog svoje raznolikosti, razne vrste

EDEN (European Destination of Excellence; vidi na <http://greendestinations.info/about-us-introduction/>), s ciljem uspostave globalno raširenog i prepoznatljivog brenda za „zelene“ destinacije.

¹⁶ Vidjeti više na http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/sustainable-tourism/charter/index_en.htm

aktivnosti vezane uz razvoj turizma podržane su u okviru praktički svih EU fondova¹⁷. Smjernice sadrže preglednu tablicu koja omogućuje brzo orijentiranje s obzirom na vrstu aktivnosti, tip prijavitelja i geografsko područje.

Smjernice, standardi i drugi elementi uspostavljenog okvira za ozelenjivanje EU turizma

Unutar EU, od 1987. do danas, razvijeno je čak 80¹⁸ različitih sustava standarda, kriterija i indikatora za ocjenjivanje, praćenje i usmjeravanje, odnosno certificiranje održivosti turističkih sadržaja na razini destinacije i na razini pojedinog pružatelja ugostiteljsko-turističkih usluga. Među njima, prema kriteriju raširenosti te snage mreža institucija koje ih podržavaju, vrijedi posebno istaknuti dva – ETIS i „EU Ecolabel“.

Kao pomoć turističkim destinacijama u praćenju, mjerenju i sustavnom radu na unapređenju svoje održivosti, Europska komisija (EK) je razvila ETIS¹⁹ – Europski sustav indikatora za održive turističke destinacije. Sustav je osmišljen na način da ga, slijedeći pripremljene smjernice, može koristiti svaka destinacija, bez posebnog prethodnog znanja i treninga, a uključuje 27 osnovnih i 40 dodatnih indikatora strukturiranih u 4 glavne teme i 22 kriterija (vidi Tablica 1) (EU, 2013).

Tablica 1. Poglavlja i kriteriji prema ETIS sustavu certificiranja održivosti turističkih destinacija

A. Upravljanje destinacijom	A.1 Javna politika održivog turizma (strategija, akcijski plan, nadzor) A.2 Menadžment održivog turizma u tvrtkama A.3 Zadovoljstvo posjetitelja A.4 Informiranje i komuniciranje s posjetiteljima
B. Ekonomsko vrednovanje	B.1 Financijske i količinske vrijednosti turističkog prometa B.2 Postignuća turističkih poduzeća B.3 Kvantitativni i kvalitativni pokazatelji zapošljavanja B.4 Sigurnost i zdravlje B.5 Lanac vrijednosti u turizmu
C. Sociološki i kulturološki utjecaji	C.1 Utjecaji na lokalnu zajednicu C.2 Ravnopravnost spolova C.3 Osobe s invaliditetom (prepreke i dostupnost) C.4 Zaštita i unapređenje kulturne baštine te lokalnih identiteta i vrijednosti
D. Utjecaji na okoliš	D.1 Smanjenje utjecaja transporta na okoliš D.2 Klimatske promjene D.3 Gospodarenje otpadom D.4 Obrada otpadnih voda D.5 Gospodarenje vodom

¹⁷ Uključujući: European regional development fund; Cohesion fund; European social fund; European Agricultural fund for Rural Development; European Maritime and Fisheries Fund; Life; Horizon 2020; COSME; Creative Europe Programme; Erasmus+; Employment and Social Fund

¹⁸ U svijetu ih je preko 170 (vidi <http://destinet.eu/who-who/market-solutions/certificates>).

¹⁹ European Tourism Indicator System (ETIS) for Sustainable Destinations (vidi više na http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/sustainable-tourism/indicators/index_en.htm).

D.6 Potrošnja energije
D.7 Očuvanje i korištenje krajobraza i biološke raznolikosti
D.8 Upravljanje onečišćenjima bukom i svjetlom
D.9 Kvaliteta vode za kupanje

Izvor: http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/sustainable-tourism/indicators/index_en.htm

Ključno je za ETIS da je zamišljen kao proces koji se provodi unutar destinacije i „u vlasništvu“ je partnera koji dijele odgovornost i zajedno odlučuju o njezinom razvoju.

Kao pomoć u sustavnom radu i certificiranju okolišne održivosti na razini pojedinačnog pružatelja ugostiteljsko-turističkih usluga, razvijena su mjerila za znak zaštite okoliša Europske unije „EU Ecolabel“ i to za turističke usluge smještaja i za usluge kampa²⁰.

Radi se o sustavima kriterija i indikatora sličnih onima koje je nedavno razvilo Globalno vijeće za održivi turizam (GSTC, 2013a) i (GSTC, 2013b), ali prilagođenije kontekstu EU i razini razvijenosti turističke ponude.

Svaka vrsta organizacije uključene u sustav turizma može uvesti sustav EMAS u svoje poslovanje i na taj način unaprijediti i potvrditi svoju okolišnu izvrsnost. Svrha ovog i gore navedenih potvrda i certifikata je smanjiti okolišni otisak organizacije i to pokazati javnosti odnosno turistima.

Veliki broj različitih standarda održivosti doprinio je činjenici da certificiranje „zelenosti“ u zadnjih dvadesetak godina nije zaživjelo koliko je moglo, da je postojao manji broj kredibilnih i tržišno prepoznatih sustava. Procjenjuje se da trenutno postoji 80 certifikata zaštite okoliša i održivosti u Europi s oko 15.000 dodijeljenih oznaka/certifikata turističkim operaterima i destinacijama (Hamele, 2015).. Kao realni cilj, s obzirom na sve izraženiji interes među dionicima te uz pretpostavku pokretanja šire i intenzivnije akcije ozelenjivanja, a na temelju svih postojećih alata i preporuka, postavlja se cilj od 10% tržišnog udjela (trenutno je oko 1%) certificiranog održivog turizma do 2025.

Kroz razne programe i projekte podržane od strane EU razvijen je veći broj smjernica i drugih alata za razvoj održivog turizma, među kojima se svojim značajem i kredibilnošću ističu dvije.

DESTINET (Knowledge Networking Portal for Sustainable and Responsible Tourism / mreža znanja za održivi i odgovorni turizam) je svojevrsno referentno mjesto za održivi turizam u Europi. Snagu i održivost inicijative sugerira i činjenica da je DestiNet formalno registriran kao UN partnerstvo za održivi razvoj koje uključuje ECOTRANS europsku mrežu eksperata i organizacija aktivnih u području održivog turizma, Europsku agenciju za okoliš (EEA), Program Ujedinjenih naroda za okoliš (UNEP), te Svjetsku turističku organizaciju (UNWTO). DestiNet je podržala i Europska Komisija projektom FAST-LAIN 2011-2012 koji je za cilj imao uspostavu Mreže znanja za održivi i kompetitivni Europski turizam na lokalnoj, regionalnoj, nacionalnoj i međunarodnoj razini. DestiNet je također platforma u okviru koje je uspostavljena Europska Ekoturistička mreža (EEN – European Ecotourism Network).

EDEN (European Destination of Excellence) je projekt koji je EK pokrenula u skladu sa smjericama turističke politike EU, s ciljem promoviranja modela održivog turističkog razvoja na način da proglašava i promovira europske turističke destinacije koje prednjače u inovativnosti i kvaliteti kojom implementiraju načela i praksu održivog turizma.

Održivost turizma u EU praksi: „trendovi pozitivni, tempo spor“

Ocjena trenutnog stanja u Komunikaciji (EC, 2010) konstatira da je većina standardnih ciljeva i mjera vezanih uz održivost turizma, uključujući odgovorno korištenje prirodnih resursa, uzimanje u obzir

²⁰ <http://www.mzoip.hr/hr/okolis/eko-oznake.html> i <http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/eu-ecolabel-for-businesses.html>

okolišnih utjecaja turističkih aktivnosti (proizvodnja otpada, pritisci na vode, bioraznolikost, tlo i dr.), korištenje „čiste“ energije, zaštitu baštine i očuvanje prirodnog i kulturnog integriteta destinacije, kvalitetu i održivost radnih mjesta, učinke na lokalnu ekonomiju i brigu za gosta, ugrađena u razvojne turističke strategije na nacionalnim i regionalnim razinama, no da se iste još uvijek premalo provode u stvarnosti.

Slična ocjena dana je i u sklopu nedavne rasprave na Odboru za promet i turizam Europskog parlamenta²¹, gdje je kao odgovor na pitanje „Je li održivi turizam trend u EU?“, odnosno postoji li među dionicima u turizmu rastuća AIDA²², sugerirano sljedeće: „trend nije nov; koncept održivog i odgovornog turizma je u međuvremenu postao široko prihvaćen među svim dionicima²³; trendovi su pozitivni, ali tempo promjena je spor“ (Hamele, 2015).

Ključni faktori uspjeha za ozelenjivanje sektora

Kao najdjelotvorniji pristupi ističu se

- „pokretanje akcija ozelenjivanje na lokalnoj razini ... odnosno osiguravanje učinkovite upravljačke strukture lokalno, strukture koja daje okvir za udruživanje resursa i učinkovitu suradnju lokalne uprave, turističkih operatera i civilnog sektora“; te
- „osiguravanje potpore, standarda, smjernica i platforme za razmjenu iskustava na nacionalnoj i EU razini“.

Kao trenutnu prepreku koju treba riješiti kroz kreativne pristupe (npr. kroz razne inicijative Društvenih inovacija) ističe se ograničeno javno financiranje upravljanja destinacijama.

2.1.4 Trendovi okolišne održivosti turizma u RH

Važnost prepoznata, ciljevi postavljeni, inicijative se pokreću, ali sustavni rad tek predstoji

Uvidom u trendove primjene okolišne održivosti u RH može se zaključiti sljedeće:

- kao relativno razvijena turistička destinacija slijedi svjetske i EU trendove, pa često i sudjeluje u pilot projektima kojima se testiraju novi alati i prakse;
- slično kao i u EU kontekstu, i u RH je okolišna održivost turizma u visokoj mjeri prepoznata među prioritetima u strategijama i planovima, no
- stvarnost podosta zaostaje:
 - s nepotpunom integriranošću u razvojne planove,
 - s još uvijek skromnim udjelom u ukupnoj i raznolikoj ponudi,
 - s još uvijek neuspostavljenim poticajnim i podržavajućim okruženjem sa svim standardnim elementima (informiranje, osvješćivanje, educiranje, tehnička pomoć, financijske potpore, umrežavanje, promocija, itd.); ali
- s jasnim trendom brzo rastućeg broja zelenih inicijativa, projekata i programa.

Inicijative, programi, projekti navedeni u nastavku su najznačajniji u smislu njihove aktualnosti i primjenjivosti u RH.

²¹ Committee on Transport and Tourism (TRAN) of The European Parliament

²² AIDA = akronim od Attention, Interest, Decision, Action

²³ Uključujući javnu upravu na svim razinama, destinacije, privatni sektor – turističke operatere, turiste – potrošače, akademsku zajednicu, organizacije nevladinog sektora.

Održivost kao prepoznati imperativ razvoja turizma u strateškim dokumentima

Sve strategije turizma, od onih prvih iz 1990ih²⁴, naglašavaju da turistički razvoj mora biti održiv. S druge strane, strateški dokumenti zaštite okoliša, još uvijek aktualni Nacionalni plan djelovanja za okoliš (NN 46/02) te Strategija održivog razvoja (NN 30/09)²⁵, kao i druge integralne razvojne strategije i programi (npr. Strategija prostornog uređenja RH iz 1997, odnosno upravo donesena Strategija prostornog razvoja Republike Hrvatske), prepoznaju okolišnu odgovornost i održivost razvoja turizma kao imperativ, te svaki iz svog kuta gledanja daju vrlo sveobuhvatne i detaljne smjernice i mjere za usmjeravanje razvoja u željenom smjeru. Konkretnije, Nacionalni plan djelovanja za okoliš, vezano uz postizanje okolišne održivosti u turizmu, specificira tri cilja:

C1) zaštita svih resursnih potencijala i njihovo što potpunije vrednovanje;

C2) uravnotežen razvoj osmišljen na načelu održivosti;

C3) turizam preuzima veću ulogu u podizanju kakvoće neposrednog okoliša.

Osim ovih ciljeva navodi i 36 mjera od kojih su za ovaj dokument najrelevantnije: ustanovljenje kompletne turističke resursne osnove; ustanovljenje i poštivanje nosivih kapaciteta za pojedine turističke aktivnosti / destinacije; planiranje koje prepoznaje i čuva resursnu osnovu, sanira devastirani prostor, a čuva netaknuti; razvoj održivog prometa kao važne pretpostavke okolišno održivog turizma; podizanje energetske i resursne učinkovitosti; gospodarenje otpadom; uspostavu stalne državne komisije za održivi turizam; osvještavanje svih dionika u turizmu o važnosti i mogućnostima za očuvanje okoliša; te uvođenje koordinacije turističke zaštite okoliša u cjelokupnoj turističkoj destinaciji..

Ciljevi samo djelomično ostvareni prema nedavnim službenim ocjenama

Tablica 2 daje sažetu ocjenu ispunjenosti ciljeva iz Nacionalnog plana prema zadnjem Izvješću o stanju okoliša u RH (AZO, 2014.). Okvirna ocjena je da se ciljevi ostvaruju djelomično, u smislu da se vezano uz sve ciljeve ponešto radi, ali većina ključnih mjera koje zahtijevaju sustavan pristup (npr. katastar turističkih atrakcija, procjene nosivih kapaciteta, praćenje pritisaka na okoliš, planovi razvoja turizma) nije ispunjena.

Tablica 2. Ocjena o ispunjenosti ciljeva vezanih za turizam postavljenih u Nacionalnom planu djelovanja za okoliš

CILJEVI	OCJENA ISPUNJENOSTI
Zaštita svih resursnih potencijala i njihovo što potpunije vrednovanje	Ne postoji jedinstveni i cjeloviti katastar i atlas turističkih atrakcija države, a nije ustanovljen ni prihvatni kapacitet najvažnijih i osjetljivih turističkih destinacija. Upravljanje razvojem turizma (destinacije) i zaštita resursnih potencijala kompleksno je i zahtijeva multidisciplinarn pristup koji nije u cijelosti osiguran.
Uravnotežen razvoj osmišljen na načelu	Potiče se provođenje mjera kroz projekte i aktivnosti za održivi i uravnoteženi razvoj turizma, no za sada uglavnom na lokalnoj (županijskoj i gradskoj) razini. Nedostaju podaci o opterećenjima koje turizam ima na kakvoću neposrednog

²⁴ Razvojna strategija hrvatskog turizma iz 1993., te Konceptija dugoročnog razvitka hrvatskog turizma iz 1998.

²⁵ NN 30/09 Mjera 17.: Razvijati turizam u skladu s kriterijima gradnje, prostornim planovima i prihvatnim kapacitetom te učinkovita prilagodba ograničenjima i mogućnostima koje pružaju zaštićena područja, s ciljem da se očuvaju biološke raznolikosti, prirodne i kulturne baštine.

održivosti	okoliša, a nužni su za ostvarivanje ovog cilja.
Veća uloga turizma u podizanju kakvoće neposrednog okoliša	Projekti i aktivnosti unapređenja i obnove zapuštenih dijelova turističkih destinacija te komunalne infrastrukture, za čiju su inicijativu i provedbu nadležne lokalne uprave, ograničeno se i sporadično provode, a na nekim turističkim destinacijama s iznimnim uspjehom. Izostao je koordinirani i međusektorski interdisciplinarni pristup pod vodstvom resornog ministarstva.

Izvor: Izvješće o stanju okoliša (AZO, 2014.).

Uz ocjene u tablici 2., u Izvješću se među okolišnim izazovima turizma u RH ističe nepromijenjena nepovoljna prostorna i sezonska raspodjela turista:

- s čak 96% od ukupnog turističkog prometa u primorskim županijama tijekom glavne ljetne turističke sezone, što „osjetno opterećuje komunalnu infrastrukturu, a time i sastavnice okoliša“;
- s brzo rastućim brojem posjetitelja u zaštićenim područjima, što predstavlja rizik od preopterećenosti prostora i okoliša²⁶.

Propisane mjere za unapređenje ovog aspekta okolišne održivosti su s jedne strane uvažavanje nosivog kapaciteta i ograničavanje daljnjeg fizičkog rasta aktivnosti u najopterećenijim područjima, odnosno razvoj turističke ponude izvan glavne ljetne sezone i u trenutno manje turistički razvijenim područjima s druge strane, čime će se istovremeno pomoći razvoju tih područja i odteretiti trenutno opterećena područja.

Isto preporuča i Gospodarska komisija Ujedinjenih Naroda za Europu (UNECE) Ocjenom provedbe zaštite okoliša (EPR) za Hrvatsku (UNECE, 2014.) u zaključcima vezanim za turizam (Preporuka 3). Isto izvješće nadalje prepoznaje i veliki potencijal za daljnji razvoj, pa čak i fizički rast nautičkog turizma, no istovremeno upozorava na važnost da se tim rastom upravlja na način koji će spriječiti neprihvatljive utjecaje na okoliš i ekosustave (Preporuka 2).

Konačno, kao problem naglašava nepostojanje potpune i utemeljene informacije o okolišnim pritiscima turizma te preporuča (Preporuka 1) uspostavu kontinuiranog i sustavnog praćenja i ocjenjivanja pritiska od turizma kao zajedničku aktivnost Ministarstva turizma, Ministarstva zaštite okoliša i prirode, Instituta za turizam i Državnog zavoda za statistiku.

Jača promocija, prisutnost i prepoznatost teme održivosti

Ministarstvo turizma je 2012. godine pokrenulo portal „Održivi turizam Hrvatska“ (<http://www.odrzivi.turizam.hr>), na kojem i dalje skuplja i organizira relevantne informacije o održivom turizmu: od prenošenja novosti, preko primjera dobre prakse, do baze znanja i resursa²⁷.

Značaj teme u RH, kao i prisutnost Hrvatske među njezinim promicateljima u EU kontekstu potvrđuje i održavanje Prve europske međuparlamentarne konferencije „Izazovi održivog turizma: promocija kulturne baštine i zaštita okoliša“ 2014. godine u našoj zemlji.

Vrlo značajna inicijativa je i nedavno (2015.) uvrštenje „Nagrade za održivi turizam“ među Godišnje hrvatske turističke nagrade koje dodjeljuju Ministarstvo turizma, HTZ i HGK. Nagrada se dodjeljuje kao

²⁶ Najveće opterećenje kroz godinu trpi NP Krka (6.228 posjetitelja/km²), slijedi NP Brijuni (4.443 posjetitelja/km²), pa onda NP Plitvička jezera (3.905 posjetitelja/km²), kojeg u apsolutnom iznosu posjeti najveći broj gostiju (gotovo 1,2 milijuna gostiju u 2014.).

²⁷ Inicijativa je rezultat suradnje s ECOTRANS-om (strukovnom udrugom koja administrira prethodno spomenuti europski *hub* (središnje mjesto) za održivi turizam), u sklopu projekta FAST-LAIN (Further Action on Sustainable Tourism - Learning Area Innovation Networks),

„priznanje pojedincu, udruzi, tvrtki ili lokalnoj zajednici za iznimno postignuće na području brige za okoliš“. I sama procedura nominiranja, ocjenjivanja i odabira najuspješnijih kandidata prema kojoj kandidate nominiraju profesionalni djelatnici u turizmu, a kandidati pripremaju prezentacije koje su potom svima dostupne na www.hrvatska.hr (portalu HTZ-a), garantira da će se o temi „održivosti“ diskutirati u širokom krugu destinacija.

Sustavni rad na održivosti: standardi i certifikati za održivi / zeleni turizam u RH

Ministarstvo zaštite okoliša i prirode je 2011. uspostavilo znak okolišne izvrsnosti „Prijatelj okoliša“ za hotele i kampove čija su mjerila usklađena s mjerilima za znak zaštite okoliša Europske unije „EU Ecolabel“. U okviru pilota, 10 hotela i 5 kampova je 2011. godine dobilo certifikat „Prijatelj okoliša“. Već 2013. godine mjerila su dopunjena, a Ministarstvo turizma je uputilo poziv hotelima i kampovima u RH da se u još većem broju pridruže inicijativi. Otkad je članica EU, Hrvatska provodi program dodjele znaka zaštite okoliša „EU Ecolabel“, koji je namijenjen svim proizvodima i uslugama koji se stavljaju na tržište EU. Kako bi se potaknuli hrvatski proizvođači i pružatelji usluga turističkog smještaja, FZOEU je 2015. godine odaslao javni poziv za sufinanciranje izrade elaborata za „EU Ecolabel“ o usklađenosti s mjerilima. Mjerila za hotele i kampove za „EU Ecolabel“ sadrže parametre vezane za okoliš (potrošnja resursa, energije, bioraznolikost, gospodarenje otpadom i kemikalijama) te društvene parametre kako bi se ostvarila suradnja s lokalnom zajednicom.

Kao dio inicijative uvođenje znaka „Prijatelj okoliša“ za hotele i kampove te pilot certificiranja u 2011., razvijena je i web stranica s primjerima dobre prakse, koja je bila zamišljena kao instrument za olakšavanje razmjene iskustava, davanje podataka i promociju raznih tehnoloških rješenja za održivi turizam. Stranica nije zaživjela nakon kraja projekta u okviru kojeg je inicirana, no uz zainteresiranog nositelja, stranica tog tipa neupitno je vrlo koristan instrument promocije i olakšavanja postupka unapređivanja okolišne održivosti turističkih operatera. HGK je iskazala interes za ulogu nositelja i/ili podupiratelja edukacije, certificiranja i promocije zelenog turizma u suradnji s vanjskim udrugama, kako bi se na taj način promovirale tvrtke koje su ponuditelji tehnoloških rješenja za održivi turizam te proaktivne članice u turizmu.

Udruga poslodavaca u hotelijerstvu Hrvatske (UPUHH) vrlo aktivno promovira certifikat o održivom poslovanju „Sustainable hotel certificate by UPUHH“, koji je 2013. razvila uz potporu Ministarstva turizma. U nekoj od tri razine certifikata (*basic, advanced, superior*), tijekom 2014. godine 21 hotel je dobio certifikat, a tijekom 2015., njih još 20. Plan je da do kraja 2018. zeleno poslovanje integriraju i certificiraju sve članice UPUHH-a, kojih je skoro 200 i čine oko 80% u hotelijerstvu Hrvatske. Također planiraju i širenje inicijative na druge vrste turističke ponude (kampovi, nautički turizam i drugo).

Udruga obiteljskih i malih hotela (OMH) je uz potporu Ministarstva turizma razvila certifikacijsku shemu za održivi turizam „Eco Hoteli“, koja slijedi strukturu mjerila za znak „EU Ecolabel“, ali je pojednostavljena s ciljem učinkovitije primjene u malim i obiteljskim hotelima.

Udruga „Lijepa naša“ već niz godina dodjeljuje u Hrvatskoj certifikat „Plava zastava“ za plaže i marine. U 2015. godini certifikat je dobilo 99 plaža i 20 marina.

Udruga hrvatskih putničkih agencija (UHPA) je u sklopu EU projekta Transfer inovacija, od 2013. certificirala 13 turističkih agencija i stotinjak managera prema Travellife Partner modelu. „Zeleno“ certificiranje turističkih agencija je značajno zbog jačanja poveznica na tržištu.

Konačno, s obzirom na izrazito veliki udio „malih iznajmljivača“ u strukturi smještajnih kapaciteta u turizmu RH (preko 60.000 registriranih), izrazito je vrijedna inicijativa Eko Partner (<http://www.eko-partner.hr/>) koja je u fokusu imala upravo ozelenjivanje njihove turističke djelatnosti. Inicijativu su, u okviru projekta „Razvoj programa okolišno odgovornog upravljanja malim turističkim objektima u Hrvatskoj“, financiranog kroz EU PHARE 2006. program i sufinanciranog od Ministarstva turizma,

provodile zelene udruge Sunce i Zelena Istra s pilotima na području Istre i Dalmacije. U sklopu projekta je razvijen paket materijala kojim se educira iznajmljivače o jednostavnim promjenama kojima mogu značajno unaprijediti svoju održivost.

Trenutno nema inicijativa vezanih uz certificiranje „održivih destinacija“, no i u tom području je RH sudjelovala u pripremi dviju prethodno spomenutih certifikacijskih shema: pilot studije provedene su za otoke Ugljan i Pašman 2001. godine u sklopu aktivnosti UNWTO-a *Indicators of Sustainability for Tourism Destinations* koja je jedan od izvora za GCST indikatore, te u sklopu *European tourism indicator system: for Sustainable Management at Destination Level* (ETIS) u kojem je, među dvjestotinjak europskih destinacija sudjelovalo i pet destinacija iz Hrvatske (Crikvenica, Mali Lošinj, Split, Sinj i Slavonski Brod).

Hrvatska od 2006/2007. aktivno sudjeluje u EU inicijativi izbora Europske destinacije izvrsnosti (EDEN). Praksa značajno varira među destinacijama, ali ima i dosta dobrih primjera, koji su prepoznati kao međunarodni primjeri najbolje prakse. Npr. grad Mali Lošinj i njegova TZ su 2012. dobili „Skål International Sustainable Development in Tourism Award“, koju dodjeljuje Skål International organizacija u suradnji s UNWTO-om. Činjenica da je Mali Lošinj dobar primjer suradnje dionika iz raznih sektora na lokalnoj razini (lokalna uprava, TZ, Institut Plavi svijet, lokalni pružatelji turističko-ugostiteljskih usluga...) potvrda je prethodno naglašene teze o uspješnoj suradnji svih dionika na lokalnoj razini kao ključnom faktoru za uspjeh u razvoju održive, kvalitetne i kompetitivne turističke destinacije.

Inicijativa uspostave i jačanja sustava destinacijskih menadžment organizacija (DMO): ključna pretpostavka za sustavni rad na razvoju održivog turizma

Završena je javna rasprava te je u pripremi tekst prijedloga Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma koji bi trebao omogućiti legislativni okvir transformacije turističkih zajednica u destinacijske menadžment organizacije (MINT, 2014): „DMO će se definirati kao organizacija koja okuplja dionike javnog, privatnog i civilnog sektora u cilju strateškog i operativnog upravljanja destinacijom i ostvarenja zajedničke, prethodno usuglašene, vizije. Poslovna misija takvog DMO-a će biti razvoj i promocija destinacije kroz koordiniranje i upravljanje ključnim aktivnostima turističkog razvoja kao što su planiranje, marketing, financiranje, donošenje i provedba odluka kao i razvoj turističkih proizvoda u destinaciji“. Planirani iskorak ključan je za sustavni rad na razvoju održivog turizma, jer bez sustava učinkovitog upravljanja razvojem, nije moguć nikakav planirani razvoj, a posebno ne održivi razvoj, koji zahtijeva dogovor dionika oko zajedničke vizije razvoja kompetitivne destinacije i prihvaćanje ograničenja na aktivnosti koje moguće vode kratkoročnoj dobiti nekih, ali dugoročno nanose štetu kompetitivnosti i održivosti svih. Za potrebe ovog akcijskog plana će se koristiti termin DMO koji označava sadašnji sustav TZ i njihovu transformaciju kako je gore opisana.

Financijske potpore ozelenjivanju turizma

Sve se više i sustavnije financijski podupiru projekti ozelenjivanja turističke ponude. Nedavni primjer javnog poziva Fonda za zaštitu okoliša i energetske učinkovitost za neposredno financiranje projekata obnovljivih izvora energije u turizmu (za FN kolektore, toplinske sunčane kolektore i sl.) ili Javni poziv Zelena linija za financiranje prometala na električni pogon unutar NP i PP, dobro ilustriraju trend u kojem se:

- financiranje „ozelenjivanja“ provodi kroz međusektorsku suradnju turizma i okoliša, te u kojem se
- financiranje ne provodi za opću temu „projekata koji doprinose zaštiti okoliša u turizmu“, već se raspoloživa sredstva usmjeravaju na planski definirane prioritetne teme.

Korisnici iz turizma mogu aplicirati i na niz programa sufinanciranja FZOEU koji se ne odnose isključivo na turizam (npr. program uvođenja sustava ekološkog upravljanja i neovisnog ocjenjivanja - EMAS, certificiranje prema normi HR EN ISO 14001:2009 za upravljanje okolišem, dodjela znaka zaštite okoliša „EU Ecolabel“, program ozelenjivanja prometa uvođenjem električnih i hibridnih vozila, kroz koji turistički operateri mogu učiniti svoj vozni park na destinaciji i održivijim i atraktivnijim).

U proteklih desetak godina financijski je podržan veliki broj projekata kroz koje su se realizirale vrijedne pilot aktivnosti. Uz već spominjanu potporu razvoju raznih zelenih certifikata to su i projekt razvoj „zelene“ energije i održivog upravljanja u turističkim kampovima.

U proteklih desetak godina kroz EU fondove je financiran i velik broj prekograničnih projekata u kojima je sudjelovala većina županija (više njih i u većem broju projekata). Svi projekti su uvijek, sukladno kriterijima natječaja, imali jaki naglasak na održivost razvijane turističke ponude.

2.1.5 Ocjene i smjernice iz Strategije razvoja turizma u RH do 2020. godine

Strategija razvoja turizma u RH do 2020. godine (RH, 2013.) prepoznaje strateški značaj održivosti turizma te se u nastavku teksta prenose ključne spoznaje ovog dokumenta relevantne za ovaj akcijski plan.

Tranzicija prema zelenijem i održivijem neizbježni je dugoročni globalni trend

U analizi globalnog razvojnog konteksta i prilika za Hrvatsku u sklopu šest dimenzija globalnih kvalitativnih mega-trendova²⁸, prepoznati su svi osnovni trendovi – pokretači procesa „ozelenjivanja“ u turizmu:

- a) u kontekstu društvenog okruženja prepoznata je “tranzicija prema post-materijalističkim društvenim vrijednostima ekonomije doživljaja“ te pojava „novog turista“ koji je „kupac životnih iskustava, doživljaja i priča, fizički i intelektualno aktivan, želi biti sudionikom težeći putovanjima koja će pridonijeti njegovu osobnom razvoju“;
- b) u kontekstu pravnog okruženja „usprkos značajnim procesima deregulacije, turističko privređivanje obilježit će također sve veća regulacija i sve izraženija konvergencija u zakonodavstvu i u uobičajenoj poslovnoj praksi ...osobito izraženo u ... uvođenju standarda i certifikata kojima se reguliraju kvaliteta ...“
- c) u kontekstu okoliša „problematika okoliša i okolišna odgovornost među najaktualnijim su izazovima budućnosti. Kao djelatnost koja istovremeno počiva na kvaliteti okoliša i koja na njega intenzivno djeluje, turizam će se bitno intenzivnije priklanjati primjeni okolišno odgovornih, 'zelenih' koncepata na razini pojedinih pružatelja usluga i cijelih destinacija. Integralno upravljanje obalnim područjem, u kojem je turizam važan gospodarski sektor, predstavlja okvir za uravnoteženi razvoj obalnog područja te poticaj razvoju održivog turizma koji teži očuvanju obalnih ekosustava i krajobraza te prirodnih i kulturnih resursa“.

²⁸ Političko okruženje; Gospodarsko okruženje; Društveno okruženje; Pravno okruženje; Okoliš; Tehnologija

Kratki pregled globalnih trendova okolišne/ekološke odgovornosti

- ekološka odgovornost i 'zelena' praksa kao sve važnije teme, odnosno rastuća osjetljivost kupaca za etička pitanja, posebice vezana uz utjecaj putovanja na okoliš i lokalne društvene zajednice koja će pridonijeti daljnjem jačanju 'odgovornosti' u turističkoj ponudi;
- sve izraženije potrebe potrošača za aktivnim i zdravim u sprezi s okolišno odgovornim odmorom, te
- ekološka odgovornost destinacija i ponuđača usluga kao faktor koji doprinosi poželjnosti u očima potrošača-turista.

Atraktivna i očuvana prirodna baština konkurentska su prednost turizma RH – nastojanje oko očuvanja i održivosti ključ je za osiguranje njezine kompetitivnosti

Već u dijelu Strategije koji se odnosi na analize ponuda i atrakcija, te turističke infrastrukture, konstatira se kako „Hrvatska pripada zemljama koje privlače posjetitelje više odlikama svoga prirodnog prostora i bogatstvom kulturno-povijesne baštine nego kvalitetom, raspoloživošću i/ili raznovrsnošću novostvorenih turističkih atrakcija“, iz čega jasno proizlazi egzistencijalni značaj očuvanja prirodne baštine za održivost i kompetitivnost RH turizma.

I analiza konkurentske pozicije RH ističe kako „... ljepota krajolika i ekološka očuvanost elementi su ponude u kojima Hrvatska ima prednost u odnosu na konkurente.“. S druge strane, upozorava i ističe prioritet očuvanja i održivosti: „... lako ekološka očuvanost predstavlja element ponude u kojem naši posjetitelji ocjenjuju boljim od konkurencije, prednost Hrvatske u odnosu na Španjolsku, Francusku i Grčku ... postupno se smanjuje. U tom smislu, važno je naglasiti da se razvoj turizma u nas treba i dalje temeljiti na unapređenju zaštite okoliša, očuvanju kvalitete prirodnih resursa te odgovornom i održivom upravljanju razvojem sadržaja turističke ponude“.

Među razvojnim ograničenjima hrvatskog turizma, istaknuti su i

- „nedovoljna raspoloživost analiza nosivog kapaciteta okoliša za turističke aktivnosti kao alata za planiranje i upravljanje prostorom na principu održivog razvitka i ekosustavnog pristupa“, te
- „nedovoljno korištenje strateških planova razvoja turizma kao stručne podloge u procesu izrade prostornih planova, a u svrhu racionalnog korištenja raspoloživog turističkog prostora“.

U analizi tržišne prilike za Hrvatsku u razdoblju do 2020., među 5 ključnih strategija uključeno je i

- „zauzimanje okolišno odgovorne pozicije“, odnosno „proaktivan odnos prema očuvanju prostora, bioraznolikosti, prirodnih i društvenih resursa“, te
- „implementacija 'zelenih' koncepata na svim organizacijskim i razinama poslovanja“ koja „otvara mogućnosti istinskog održivog razvoja turizma te sukladnog tržišnog pozicioniranja“.

Sukladno takvoj analizi trendova i razvojnih prilika, među deset razvojnih načela istaknuti su:

- „ekološki odgovoran razvoj“, koji podrazumijeva: „primjenu suvremenih tehničko-tehnoloških rješenja u gradnji i opremanju (npr. smanjenje toplinskih gubitaka, energetske učinkoviti sustavi grijanja/hlađenja, korištenje obnovljivih izvora energije), racionalnost u korištenju raspoloživog prostora, poštivanje odrednica nosivog kapaciteta destinacije i mikrolokacije projekta, kao i mogućnosti priključenja na postojeće infrastrukturne sustave ... rješenja koja vode niskougličnom

razvoju Hrvatske i ... mjere Strategije zaštite morskog okoliša u cilju njegovog očuvanja i trajne zaštite“.

- „inovirani tržišni nastup“, što uključuje „uspostavu imidža zemlje koja nudi ‘više od ljeta i više od sunca i mora’, *rebranding* Hrvatske temeljen na interpretiranju središnjeg identiteta Hrvatske kao ‘zemlje ljepote i ispunjenosti’, odnosno identitetskim i vrijednosnim obilježjima kao što su raznolikost, sadržajnost, autentičnost, očuvanost okoliša, bogatstvo vode te dobre hrane i vina, gostoljubivost i ljepota“.

Neučinkovit model upravljanja: značajno ograničenje za održivi razvoj turizma u RH

Održivi razvoj turizma pretpostavlja postojanje učinkovitih modela strateškog planiranja, upravljanja i donošenja odluka koji uključuju veliki broj dionika o čijim aktivnostima ovisi održivost i uspješnost razvijanog turizma. U tom smislu, za ocjenu trenutnog stanja u RH, značajne su ocjene koje Strategija daje vezano uz postojeće modele upravljanja:

- „na nacionalnoj razini ne postoji međuresorno tijelo s jasnom misijom provođenja turističke strategije te donošenja i provođenja operativnih mjera;
- neučinkovit model upravljanja destinacijama koji deklarativno uključuje velik broj subjekata, ali bez jasnih prava i odgovornosti;
- jedinice iz sustava turističkih zajednica (županijske i lokalne turističke zajednice) jedina su zakonski uređena potpora sustavu upravljanja turizmom, no njihova misija je u praksi pretežno orijentirana na marketing i sporedne djelatnosti, a tek manjim dijelom na razvoj proizvoda. Znatno broj turističkih zajednica ima oskudne materijalne i ljudske potencijale te posljedičnu nisku funkcionalnu aktivnost;
- postoji nedostatak usklađenih strateških dokumenata. Odluke se u znatnom broju slučajeva donose ovisno o individualnim stavovima općinskih, gradskih ili županijskih vlasti ili pod utjecajem različitih zainteresiranih skupina.“

Smjernice za zeleniju RH turističku ponudu

U dijelu detaljne razrade, vezano uz razvoj pojedinih proizvoda (“sunca i mora”, nautičkog, zdravstvenog, golf, ciklo, ruralnog, pustolovnog, eko i omladinskog turizma), svuda se naglašava važnost integrirane okolišne održivosti, odnosno navode se formulacije u smislu:

- „primjene novih tehnologija i ekoloških standardâ u zaštiti okoliša“,
- „izrada studija nosivog kapaciteta ...“, „uzimanje u obzir dopustivog opterećenja prostora i vrijednost ambijentalnih značajki prostora“,
- „uspostavljanje mjerila ‘Prijatelj okoliša’ ...“, „uspostavljanje sustava minimalnih standardâ ... uključujući standarde ... okolišno odgovornog ‘zelenog’ poslovanja“,
- „uvođenje područja ograničenja ... u posebno osjetljivim dijelovima ... sukladno procjeni utjecaja na okoliš i nosivom kapacitetu“; ;
- (važnost) „kvalitete (koja) se ogleda u vrhunski projektiranim i okolišno odgovornim (sadržajima) ... u skladu s prirodnim okruženjem ... (koja je) prepoznatljiv i diferencirajući atribut nove ... ponude u Hrvatskoj“,
- „... preferiranje devastiranih područja, ograničavanje gradnje u zaštićenim i prostorima s ograničenom dostupnosti vode, ograničavanje invazivnih zahvata u prostor i pejzaž ...“, „...razvoj ... s visokom razinom ‘osjećaja za lokalno mjesto’, ‘atmosfere’, ugone i okolišne odgovornosti“; „...poštujući i/ili interpretirajući elemente tradicionalnog lokalnog graditeljstva i uređenja okoliša“;
- „daljnji razvoj okolišno odgovorne ili ‘zelene’ rekreacijske infrastrukture ...“

I kod smjernica za unapređenje smještajne ponude (za hotele, male obiteljske hotele, ploveće male hotele), naglašava se „eko orijentacija ... u cilju osiguranja održivog i međunarodno konkurentnog razvoja, ali i energetski učinkovitog poslovanja, ... a podrazumijeva implementaciju sustava okolišno odgovorne prakse na svim razinama, kako tijekom gradnje, tako i tijekom operativnog poslovanja“.

Strategija također, na temelju iskustava drugih zemalja, prepoznaje veliku priliku za razvojni iskorak koju predstavljaju raspoloživi EU fondovi.

2.1.6 Institucionalni okvir i ključni sudionici u kreiranju i provedbi Akcijskog plana

Kako je turizam izrazito višedimenzionalan fenomen, njegov razvoj zahtijeva uključivanje svih relevantnih područja i disciplina te integralni multidisciplinarni i multisektorski pristup. Konkretno, za temu okolišne održivosti najznačajniji su:

- turizam i svi dionici vezani za turizam – od ministarstva, lokalne i područne (regionalne) samouprave te relevantnih javnih ustanova, preko institucija u čijem je djelokrugu upravljanje destinacijom, svih vrsta pružatelja ugostiteljsko-turističkih usluga, njihovih cehovskih i strukovnih udruga (npr. UPUHH, UHPA, Udruga OMH, KUH, HGK zajednice, ...), akademskih institucija koje istražuju turizam (IZT i svi fakulteti), raznih relevantnih organizacija civilnog društva (ponajviše trenutno zelene udruge), do samih potrošača/turista;
- zaštita okoliša i prirode (Ministarstvo zaštite okoliša i prirode, Fond za zaštitu okoliša i energetsku učinkovitost, AZO i DZZP su uredbom iz lipnja 2015. objedinjeni u HAZOP - Hrvatska agencija za okoliš i prirodu), prostorno planiranje (Ministarstvo, županije, gradovi i općine);
- a potom i institucije zadužene za malo i srednje poduzetništvo, ruralni razvoj (Ministarstvo poljoprivrede) i drugo.

Iskustva primjera najbolje prakse sugeriraju da su ključni faktori za uspjeh:

- uspješno motiviranje, mobiliziranje, organiziranje, umrežavanje, suradnja, vođenje i adaptivno upravljanje što je moguće potpunijeg skupa relevantnih dionika na lokalnoj razini, gdje se aktivnosti provode;
- osiguravanje zakonskog okvira, potpore (savjetodavne, financijske, političke), koordinacije i platforme za prikupljanje podataka i informacija te razmjenu iskustava s nacionalne razine;
- transparentnost i prohodnost sustava koja osigurava djelotvorno i učinkovito identificiranje i rješavanje problema koji se uočavaju tijekom provedbe.

Uvažavajući rečenu važnost uspješnog organiziranja u planiranju i upravljanju na lokalnoj razini, za uspjeh u provedbi planiranih mjera od izrazite važnosti je planirana uspostava i jačanje kapaciteta sustava regionalnih i destinacijskih menadžment organizacija. S obzirom na važnost teme „održivosti“ turističkog razvoja, te njenu prepoznatost kao temeljnog razvojnog načela u svim strateškim dokumentima, sustavni rad na praćenju, mjerenju, planiranju i upravljanju održivošću destinacije svakako treba biti visoko na listi prioriteta uspostavljanog sustava.

2.2. RAZVOJNI PROBLEMI I POTREBE, KLJUČNI FAKTORI USPJEHA

Tablica 3. i 4. sumiraju prednosti i prepreke ozelenjivanju turizma, kako ih vide ključni dionici. Ocjene i komentari dionika, kad se sažmu, u najvećem opsegu potvrđuju prikaze stanja iz prethodnog poglavlja:

- globalni mega-trendovi ukazuju na to da je ekološka održivost postala sastavni dio kako potražnje, tako i poslovne prakse;
- prostor za unapređenja koja se zasnivaju na ekološkoj i ekonomskoj učinkovitosti je vrlo velik;
- smjernice i standardni za „ozelenjivanje“ turizma su dostupne i primjenjive;
- postoje primjeri dobre prakse i predvodnici koji dokazuju provedivost i smislenost „ozelenjivanja“
- financiranje aktivnosti „ozelenjivanja“ su dostupne.

Međutim:

- u turizmu ne postoji dovoljna osviještenost i informiranost o navedenim mogućnostima;
- ne postoji uspostavljen učinkoviti model planiranja i upravljanja razvojem destinacija;
- nedostaje vodstvo te omogućavanje pravovremene i prikladne potpore i koordinacije.

Tablica 3. Prednosti u ozelenjivanju turizma koje su identificirali ključni dionici

<p>POTENCIJAL ZA UNAPREĐENJE I RASTUĆA POTRAŽNJA</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ velike mogućnost stvaranja energetski i okolišno održivih sustava, kao što to već ukazuju postojeći primjeri (npr. Krk kao model održivog gospodarenja otpadom, vodom i energijom; autonomna rješenja poput UNDP energetskih projekata Zadar i elektrifikacija ruralnih krajeva) ▪ velike mogućnosti ugradnje solarne tehnologije u objektima i ostvarivanja značajnih ušteda na području grijanja i hlađenja te korištenja geotermalnih izvora ▪ velika neiskorištena mogućnost plasiranja lokalno i ekološki proizvedene hrane kao dodatnog elementa turističke ponude, koji doprinosi konkurentnosti i kvaliteti ponude te održivosti sektora (npr. OPG-ovi, zadruge i sl.) ▪ demonstrirane financijske uštede u poslovanju kroz ozelenjivanje (uštede na energentima, vodi) ▪ turisti su sve osjetljiviji i zahtijevaju višu okolišnu kvalitetu destinacije i ponude (npr. gosti koji dolaze iz EU zemalja s razvijenim sustavom odvojenog prikupljanja otpada, nepostojanje takve infrastrukture u destinaciji smatraju prisilnom regresijom u okolišno neodgovorno i neetično ponašanje).
<p>KAPACITET, ZNANJE I ISKUSTVO</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ sustavi zaštite okoliša na nacionalnoj razini planirano se unapređuju zadnjih desetak godina (posebno u područjima upravljanja otpadom i izgradnje kanalizacijskih sustava) ▪ postoji duga tradicija projekata i metodologija koji se zasnivaju na kombiniranju financijskih ušteda i smanjenja utjecaja na okoliš (Čistija proizvodnja, ekološka učinkovitost, primjena ISO 14001, te primjena certifikata udruga standarda ISO II) ▪ standardizacija (prije svega tradicija kategorizacije) ima dugu primjenu te je kvalitetno primijenjena u ugostiteljskim objektima ▪ državni certifikati poput Oznaka kvalitete „Q“ za hotele te Prijatelj okoliša za hotele i kampove su razvijeni uz ograničenu primjenu u praksi

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Europska komisija ima razvijene certifikate: EMAS, „EU Ecolabel“ i ETIS (pilot faza)
DOSTUPNE FINACIJSKE POTPORE	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fond za razvoj turizma je u prethodnim mjerama financijski podupirao projekte energetske učinkovitosti i unapređenja upravljanja okolišem ▪ Financiranje smanjenja ekološkog otiska u ugostiteljskim objektima dostupno kroz FZOEU²⁹, i Ministarstvo graditeljstva³⁰ te postoji trend povećanog interesa

Tablica 4. Problemi i zapreke u ozelenjivanju turizma koje su identificirali ključni dionici

NISKA TRENUTNA OKOLIŠNA UČINKOVITOST SEKTORA	<ul style="list-style-type: none"> ▪ nedostatak podataka koji su nužni za mjerenje opterećenja na okoliš iz sektora turizma. ▪ postojeći značajan sezonski pritisak turizma, posebno izražen u ljetnim mjesecima (otpad, otpadne vode, emisije u zrak, buka, svjetlost) ▪ nedovoljna primjena zelenih tehnologija u hotelima, kampovima, privatnom smještaju, marinama, čak i u segmentima s relativno brzim povratom investicije (npr. solarni toplinski sustavi za pripremu tople vode) ▪ stanje starijih objekata traži investiranje u energetske održivost (ovojnica, stolariju i rekuperatore topline, itd.)
NEUSPOSTAVLJEN SUSTAV ZAŠTITE OKOLIŠA	<ul style="list-style-type: none"> ▪ sustavi upravljanja otpadom na županijskoj i lokalnoj razini još uvijek ne funkcioniraju na razini normi EU (naročito u uvjetima kada tijekom turističke sezone nije moguće kvalitetno servisirati potrebe razdvajanja i zbrinjavanja) ▪ strateška procjena utjecaja na okoliš nema standardiziranu primjenu te na taj način ne ostvaruje u potpunosti svoju svrhu ▪ slaba promocija okolišno odgovornih praksi i postojećeg znaka zaštite okoliša „Prijatelj okoliša“ ▪ sustavni problemi za dobivanje dozvola za ugradnju PV uređaja za proizvodnju struje ograničavaju širu primjenu ▪ nejasni rizici zaštite okoliša za turizam (rizici od morskih havarija, lošeg upravljanja otpadom, klimatskih promjena, emisija iz transporta, i sl.)
NEDOVOLJNO SUSTAVAN PRISTUP	<ul style="list-style-type: none"> ▪ nepostojanje komunikacije s tržištem predvodnika primjene zelene prakse u turizmu (npr. certificirani hoteli i kampovi, ponuđači zelenih proizvoda i usluga, ekoturističke agencije i izleti, i sl.) ▪ nepostojanje sustavnog informiranja i educiranja o mogućnostima unapređenja okolišne učinkovitosti, te posljedično nedovoljna upoznatost turističkih subjekata s modalitetima energetske učinkovitosti, obnovljivim izvorima energije i redukcijom otpada. ▪ nepostojeća sustavna potpora u pripremi i provedbi projekata ozelenjivanja – „tehnički servis za sektor s tehničkim rješenjima“ ▪ nesustavni pristup promocije državnih certifikata (kod ugostiteljskih objekata te kod turista) znatno umanjuje njihovu primjenu ▪ iako su promovirani strateški ciljevi koji doprinose okolišnoj održivosti (npr. rast prihoda na temelju produženja sezone i povećanja prihoda po gostu, a ne

²⁹ Vladin Program obnove nestambenih komercijalnih zgrada; javni pozivi programa obnove komercijalnih nestambenih zgrada i korištenja OIE u ugostiteljskim objektima

<https://vlada.gov.hr/UserDocsImages//Sjednice/2014/178%20sjednica%20Vlade//178%20-%203.pdf>

³⁰ <http://www.fzoeu.hr/hrv/pdf/P%20OIE%202015%20u%20turizmu.pdf>

	kroz povećanje fizičkog prometa), u stvarnosti se rast prihoda i dalje temelji više na povećanju fizičkog prometa nego na preferirani način.
--	--

Ključni faktori uspjeha

Ključni faktori uspjeha koji uzimaju u obzir i navedene mogućnosti i prepreke te svjetska i EU iskustva i smjernice, uključuju sve standardne elemente poticajnog i podržavajućeg okvira za pozitivnu razvojnu promjenu:

- praćenje, mjerenje i unapređenje okolišne održivosti turizma;
- informiranje i osvješćivanje dionika o neizbježnosti, mogućnostima i koristima integriranja održivih praksi u poslovanje u turizmu;
- razmjenu iskustava i znanja kroz uspostavu platformi i umrežavanje;
- potporu zelenom certificiranju u turizmu – važno i kao tržišni instrument i kao okvir za sustavni rad na stalnom ozelenjivanju poslovanja;
- promociju zelene turističke ponude;
- poticanje ozelenjivanja na razini turističke destinacije (ograničeno javno financiranje upravljanja destinacijama potrebno je riješiti kroz umrežavanje, partnerstva i društvene inovacije);
- koordiniranu i dobro usmjerenu potporu procesima planiranja i provedbe projekata ozelenjivanja s nacionalne razine.

2.3. VIZIJA I CILJEVI

VIZIJA:

HRVATSKI TURIZAM PRIMJENJUJE NAJBOLJU SVJETSKU PRAKSU ZAŠTITE OKOLIŠA I ODRŽIVOG UPRAVLJANJA TURIZMOM.

Hrvatska je predvodnica održivog turizma u EU! Do 2020. je ostvaren vidljivi pomak ozelenjivanja turizma te se pozicionirala na međunarodnim tržištima kao održiva turistička destinacija očuvane i atraktivne prirodne i kulturne baštine, gdje je vrhunski doživljaj dostupan svakome.

U skladu s navedenom vizijom ovaj akcijski plan želi osigurati da se načelo održivosti konkretno, dugoročno i kontinuirano integrira u sektor, odnosno da se na održivosti turizma RH radi sustavno, meritorno i mjerljivo na svim razinama (od nacionalne, preko razine destinacija do pojedinačnih pružatelja ugostiteljsko-turističkih usluga), te da održivost postane jasno vidljiva i krajnjem korisniku.

CILJEVI:

- C1: Kontinuirano i sustavno unapređenje okolišne održivosti turizma u RH
- C2: Unaprijediti okolišnu održivost turizma na razini turističkih destinacija (sve najznačajnije turističke destinacije u Hrvatskoj certificirati kao destinacije koje razvijaju održivi turizam).
- C3: Unaprijediti okolišnu održivost turizma na razini ugostiteljsko turističkog pružatelja usluga (svi najznačajniji pružatelji ugostiteljsko turističkih usluga certificirani su kao okolišno odgovorna poduzeća)
- C4: Hrvatska svom turističkom brendu uspješno valja dodati atribut destinacije predvodnice održivog turizma

2.4. PROGRAMI I MJERE ZA UNAPREĐENJE OKOLIŠNE ODRŽIVOSTI TURIZMA U RH

Programi su strukturirani na način da se svakim programom osigurava postizanje jednog od definiranih specifičnih ciljeva, no oni tek u sinergiji osiguravaju postizanje glavnog cilja. Taj cilj je jačanje kapaciteta i pokretanje sustavnog i proaktivnog rada na promicanju održivosti turizma na svim razinama – od nacionalne razine, preko destinacija, do pojedinačnog pružatelja ugostiteljsko-turističkih usluga. U definiranju programa i mjera nastojalo se pokrenuti procese koji su istovremeno i sveobuhvatni i fokusirani na nekoliko logičnih operativnih cjelina i prioriteta. Tablica 5. daje sumarni prikaz programa i mjera za unapređenje okolišne održivosti turizma u RH. Programi su u izravnom suodnosu s ciljevima pa je tako npr. cilj C1 vezan za Program P1 i mjere P1.1. i td.

Tablica 5. Programi i mjere za unapređenje okolišne održivosti turizma u RH

PROGRAM	MJERE
P1. Kontinuirano i sustavno unapređenje okolišne održivosti turizma u RH	<ol style="list-style-type: none"> 1. Oformiti Radnu grupu za provođenje Akcijskog plana (str. 27.) 2. Razvoj portala www.odrzivi.turizam.hr kao središnje platforme za osvještavanje, motiviranje, informiranje, komunikaciju, edukaciju, razmjenu iskustava, viđenja, znanja, umrežavanje, pružanje savjetodavne pomoći, promociju najbolje prakse i smjernica za održivi turizam (str. 28) 3. Poticanje, pružanje tehničke pomoći i koordinacija rada DMO-a te cehovskih udruga na praćenju, mjerenju i unapređenju održivosti turizma na razini turističkih destinacija i raznih segmenata turističke ponude (str. 29)
P2. Unapređenje okolišne održivosti turizma na razini turističkih destinacija	<ol style="list-style-type: none"> 1. Uspostava i jačanje kapaciteta DMO-a za poticanje, potporu, planiranje, koordiniranje i upravljanje održivim razvojem destinacije (str. 30) 2. Pilot projekt praćenja, mjerenja, upravljanja i certificiranja održivosti destinacije u skladu s postojećim sustavima praćenja održivosti destinacije (str. 31) 3. Diseminacija prakse certificiranja održivosti destinacija (str. 32) 4. Unapređenje zelene infrastrukture unutar destinacije (str. 33) 5. Odterećivanje najopterećenijih destinacija i odredišta (str. 33)
P3. Unapređenje okolišne održivosti turizma na razini pojedinog ugostiteljsko turističkog pružatelja usluga	<ol style="list-style-type: none"> 1. Standardiziranje i certificiranje održivosti pojedinačnih ponuditelja ugostiteljsko-turističkih usluga (str. 34) 2. Uspostava B2B platforme za promoviranje rješenja u unapređenju okolišne učinkovitosti i održivosti u turizmu (str. 34) 3. Programi sufinanciranja projekata unapređenja upravljanja okolišem (i učinkovitosti korištenja resursa) na razini pojedinačnih pružatelja ugostiteljsko-turističkih usluga (str. 35) 4. Ozelenjivanje malih iznajmljivača (str. 36)
P4. Unapređenje imidža Hrvatske kao destinacije održivog turizma	<ol style="list-style-type: none"> 1. Integracija aspekta održivosti u imidž Hrvatske na međunarodnim predstavljajima i na web stranicama HTZ-a (str. 37) 2. Nacionalni web portal za promociju održivih turističkih destinacija i certificiranih zelenih individualnih pružatelja ugostiteljsko-turističkih usluga (str. 38)

Mjera P1.1.	Oformiti Radnu grupu za provođenje Akcijskog plana
Opis	<p>Formirati Radnu grupu za provođenje Akcijskog plana, te pokrenuti trajni proces kontinuiranog praćenja i unapređivanja stanja, trendova i učinaka – u skladu sa smjericama Strategije razvoja turizma.</p> <p>Zadaće Radne grupe za provedbu plana uključuju u prvom redu redovitu godišnju:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ pripremu, analizu i usvajanje zaključaka o Izvješću o stanju, trendovima i učincima provedbe plana razvoja zelenog turizma; ▪ po potrebi ažuriranje Akcijskog plana mjerama (dopunama / izmjenama) kojima će ga se prilagoditi promijenjenim i novim okolnostima, potrebama i mogućnostima; ▪ pripremu Godišnjeg plana rada, kojim će se detaljno odrediti aktivnosti, odgovorni nositelji, suradnici, rokovi, izvori i dinamika financiranja za sljedeću godinu. <p>Posebnu pozornost treba posvetiti aktivnostima identifikacije svih relevantnih podataka i istraživanja koje tematiziraju pitanja zaštite okoliša i turizma, vodeći računa o ključnim aspektima rizika zaštite okoliša i turizma, kao što su klimatske promjene, upravljanje otpadom i otpadnim vodama, održiva gradnja, obnovljivi izvori energije i sl.</p> <p>Za uspješnost provedbe presudna je suradnja između više razine koja osigurava poticajno i podržavajuće okruženje, te niže razine, gdje se mjere provode i koja plasira informacije potrebne za kvalitetne ocjene stanja, trendova, problema i mogućnosti.</p> <p>Akcijski plan treba provoditi na adaptivan način koji će uzeti u obzir promjene prilika razvojnog okruženja te prepoznavati i nagrađivati interes, inicijativu i izvrsnost.</p> <p>Ovom mjerom provodi se i „okolišni dio“ obveza određenih Strategijom, vezano uz praćenje provedbe i učinaka, gdje je predviđeno da se „na godišnjoj razini prate utjecaji turizma na gospodarstvo, okoliš i društvo (u cjelini i na lokalnim razinama), ali ne samo kao posljedice realizacije pojedinih mjera/projekata Strategije razvoja turizma RH do 2020., nego i turizma uopće“, a za koordinaciju i provedbu mjere zaduženo je MINT. Prema preporuci iz Izvješća o stanju okoliša u RH, 2014., a kako bi postalo moguće realno procijeniti razinu utjecaja turizma na okoliš te omogućiti izradu smjernica i mjera za smanjivanja opterećenja, uspostaviti sustav praćenja opterećenja okoliša koji svoje osnove nalazi u NLP.</p>
Rezultat	Adaptivno upravljani proces kontinuiranog unapređenja okolišne održivosti sektora; sve jasnija „slika stanja, problema, mogućnosti“, sve jača umreženost i partnerstvo dionika, te na njima temeljena rastuća sposobnost djelotvornog i učinkovitog djelovanja.
Dionici	MINT (Ministarstvo turizma) / svi drugi glavni dionici identificirani ovim Akcijskim planom
Razdoblje	2016., trajno
Financiranje	MINT

Mjera P1.2.	Razvoj portala odrzivi.turizam.hr kao središnje platforme za osvješćivanje, motiviranje, informiranje, komunikaciju, edukaciju, razmjenu iskustava, umrežavanje, promociju najbolje prakse i smjernica za održivi turizam
Opis	<p>Portal s velikim brojem primjera dobre prakse koji pokrivaju sve aspekte održivosti turizma relevantne za različite dionike u turizmu – od razine planera, preko DMO-a do pojedinačnih pružatelja ugostiteljsko turističkih usluga različitih tipova – izrazito je učinkovit instrument za promociju, osvješćivanje, motiviranje i informiranje dionika u turizmu RH o važnosti, mogućnostima i koristima aktivnog rada na unapređenju održivosti.</p> <p>Preko portala se mogu staviti na raspolaganje brojni korisni materijali: analitički dokumenti kao što je Turizam u brojkama, sažeci relevantnih istraživanja (npr. TOMAS Nacionalni parkovi i sl.), smjernice, upute ili „kuharice“ koje najčešće ne zahtijevaju puno predznanja i specijalističkih treninga, već samo zainteresiranost i motiviranost. Na taj način portal postaje djelotvoran instrument edukacije i jačanja kapaciteta unutar sektora.</p> <p>U sklopu stranice se može ugraditi i mogućnost za interaktivnu diskusiju, upozoravanje na uočene probleme i uska grla iz prakse. Vrlo je važno sadržaj na stranici strukturirati na način da je usmjeren na različite grupe korisnika: npr. hotele (velike / male), kampove, male iznajmljivače, DMO, turističke agencije, <i>charter</i> kompanije, ugostitelje i dr.</p> <p>Nakon što se stranica napuni dovoljnom količinom kvalitetnog sadržaja, treba provesti kampanju promocije stranice kojom će se ciljano publiku / korisnike informirati o njenom postojanju. Portal se treba razviti na već postojećoj domeni Ministarstva turizma.</p>
Rezultat	Uspostavljen i funkcionalan portal (npr. 3000 posjeta u prvoj godini nakon promotivne kampanje)
Dionici	MINT / ponuditelji raznih tehnologija i dizajna kojim se unapređuje okolišna učinkovitost, HGK, svi dionici u turizmu svojim priložima / komentarima / pitanjima
Razdoblje	2016., trajno
Financiranje	MINT

Mjera P.1.3.	Poticanje, pružanje tehničke pomoći i koordinacija radu RMO-a, DMO-a i cehovskih udruga na praćenju, mjerenju i unapređenju održivosti turizma na razini turističkih destinacija i raznih segmenata turističke ponude
Opis	<p>Nacionalna razina treba aktivno poticati, informirati, motivirati niže razine na pokretanje inicijativa u smjeru unapređenja održivosti.</p> <p>Ona također treba pružati aktivnu potporu u provedbi promoviranih inovacija. U početnim fazama uvođenja novih tema i praksi, provode se pilot aktivnosti s najzainteresiranijim i najnaprednijim destinacijama. U sljedećoj fazi praksa se postupno širi i na ostale.</p> <p>Osim potpore, nacionalna razina ima važnu ulogu u osiguravanju razmjene iskustava i znanja među dionicima s nižih razina.</p> <p>Nacionalna razina kroz suradnju s nižim razinama prikuplja i informacije potrebne za stvaranje cjelovite slike o stanju i trendovima održivosti turizma na razini države.</p>
Rezultat	Osiguran poticaj i potpora provedbi inicijativa u smjeru unapređenja održivosti turizma na razini destinacija i unutar pojedinih segmenata turističke ponude
Dionici	MINT, DMO, cehovske udruge raznih segmenata turističke ponude
Razdoblje	2016., trajno
Financiranje	MINT, EU Fondovi 2014.-2020.

Mjera P2.1.	Uspostava i jačanje kapaciteta DMO-a za poticanje, potporu, planiranje, koordiniranje i upravljanje održivim razvojem destinacije
Opis	<p>Uspostava funkcionalnih Destinacijskih menedžment organizacija (DMO) nužna je pretpostavka i institucionalni okvir neophodan za uspostavu partnerstva unutar destinacije te učinkovito planiranje i upravljanje razvojem destinacije, a naročito njezinim održivim razvojem. Naime, dugoročna održivost zahtijeva da se svi dionici odreknu razvojnih opcija kojima maksimiziraju vlastitu kratkoročnu dobit na račun degradacije resursa i negativnog utjecaja na interese drugih, a to je moguće samo ukoliko se unutar destinacije uspostavi partnerstvo i postigne dogovor oko dugoročne vizije u okviru koje svi vide svoj dugoročno održivi interes zadovoljen.</p> <p>Nadalje, institucionalna razina destinacije ključna je za diseminaciju prakse održivosti izvan relativno uskog kruga „pionira održivosti“ na širi krug dionika kojima treba jači poticaj i potpora, a kojih ima previše i predaleko su da bi ih se moglo uspješno dohvatiti s nacionalne razine.</p> <p>Očito je uspostava funkcionalnih DMO-a prioritetna mjera i pretpostavka za bilo kakav ozbiljniji iskorak u smjeru održivosti, a jedan od prvih kapaciteta koji unutar njih treba razviti je onaj za praćenje, mjerenje i unapređivanje održivosti destinacije. To će postupno uključivati sve više praksi kojima se doprinosi održivosti, uključujući: određivanje i uvažavanje nosivog kapaciteta destinacije; identifikaciju i aktivno upravljanje (s ciljem zaštite i održivog korištenja) atrakcijske osnove; praćenje, mjerenje i izvještavanje o pritiscima na okoliš od turističkih aktivnosti; sustavan rad na smanjivanju negativnih utjecaja. Sustavi poput ETIS-a daju okvir i smjer za napredak u rečenom smjeru s dodanom vrijednosti u jačanju partnerskih odnosa.</p>
Rezultat	<p>Uspostavljen funkcionalan sustav DMO-a kao institucionalni okvir neophodan za uspostavu partnerstva unutar destinacije i učinkovito planiranje i upravljanje razvojem destinacije.</p> <p>Osiguran trajan poticaj i potpora pojedinačnim pružateljima ugostiteljsko-turističkih usluga unutar destinacije za njihova nastojanja u smjeru unapređenja održivosti.</p>
Dionici	MINT, HTZ, DMO, svi drugi relevantni dionici koji će surađivati u okviru radne skupine dionika unutar destinacije
Razdoblje	2017., trajno.
Financiranja	MINT, HTZ, DMO, JR/LS

Mjera P2.2.	Pilot projekt praćenja, mjerenja, upravljanja i certificiranja održivosti destinaciji u skladu s postojećim sustavima praćenja održivosti destinacije
Opis	<p>Uvođenje praćenja, mjerenja, upravljanja i certificiranja održivosti destinacije u skladu s ETIS i GCST shemama te Nacionalnom listom pokazatelja, osigurava uspostavljanje cjelovitog okvira i instrumenta za trajan sustavni rad na unapređenju održivosti destinacije.</p> <p>Preporuka je analizirati razlike i potom odabrati optimum koji zadovoljava formalne zahtjeve navedenih sustava.</p> <p>Pilot projekt bi u prvoj godini obuhvatio barem po jednu destinaciju u svakoj obalnoj županiji i nekoliko destinacija u kontinentalnoj Hrvatskoj. Logični odabir su destinacije koje njihovi klasteri kandidiraju za godišnju Nagradu za održivi turizam HTZ / HGK / Ministarstva.</p> <p>S obzirom da su i ETIS, GCST i NLP sustavi zamišljeni tako da ih dionici u sklopu destinacije mogu jednostavno koristiti, provedba mjere će zahtijevati i povezivanje s postojećim statistikama i analitikama.</p> <p>Ključna dimenzija obaju shema je upravo to da ih, uz minimalnu pomoć, provode sami dionici unutar destinacije, organizirani u radne skupine. Ovo ima više važnih pozitivnih učinaka: nepostojanje eventualne prepreke u nedostatku sredstava; veće „vlasništvo“ nad premisama i rezultatima procesa; ojačani vlastiti kapaciteti i samopouzdanje dionika; ojačano partnerstvo među dionicima unutar destinacije i slaganje oko zajedničke vizije razvoja.</p> <p>Vrlo je važno istaknuti da je potrebno realno ocijeniti i u planovima razvoja uzeti u obzir različito početno stanje i potencijale različitih destinacija u smislu njihove ciljne održivosti. Okvirmo je moguće destinacije podijeliti u dvije kategorije: 1) one koje zadovoljavaju minimalne kriterije održivosti koji osiguravaju da se destinacija ne degradira zbog okolišne neodrživosti (tu spadaju gusto urbanizirana područja kakva je npr. rivijera Split-Omiš); 2) "viša razina", koja omogućuje da se "zelenost" destinacije koristi kao snažna marketinška komponenta (tu spadaju područja s još uvijek visoko očuvanim prirodnim i kulturnim krajobrazima, kakva su npr. otočne destinacije ili Natura područja, ...). U planovima će se ta ocjena reflektirati u viziji razvoja destinacije, odnosno tipu destinacije prema vrsti turističke ponude, a potom i donekle različitim skupovima pravila / razvojnih ograničenja, mjera i ciljeva.</p>
Rezultat	Definirana metodologija i procedura kojom se zadovoljavaju zahtjevi i za i prema ETISu, GCSTu, i NLPu; 15 destinacija uspješno savladale zadanu metodologiju.
Dionici	MINT / 15-20 destinacija kandidata
Razdoblje	2017.
Financiranje	MINT, HTZ, DMO, JLS

Mjera P2.3.	Uspostava certifikata za održivost destinacije i diseminacija prakse certificiranja održivosti destinacija
Opis	<p>Nakon provedbe pilot projekta, a na temelju iskustava stečenih u projektu osmisliti mjerila, pokazatelje i proceduru za certificiranje održivosti destinacija koje će omogućiti upravljanje procesima održivog turizma prema načelima kontinuiranog unapređenja i meritornosti. Izraditi marketinški plan koji će uključivati procese komuniciranja unutar (npr. portal www.odrzivi.turizam.hr) i izvan RH (npr. uz pomoć predstavništava HTZ-a na značajnim emitivnim tržištima).</p> <p>Cilj je do 2018. napraviti toliko velik iskorak u certificiranju da ga se može koristiti kao dokaz dosljednosti i kredibiliteta u međunarodnoj promociji Hrvatske.</p>
Rezultat	<p>a) prva faza: certificiranje 10 destinacija koje trenutno prednjače prema kriteriju održivosti i kvalitete;</p> <p>b) druga faza: drugih 10 destinacija, prema interesu i potencijalu za profiliranje u smjeru tržišno prepoznatljive „zelene destinacije“</p> <p>c) treća faza: na osnovi iskustva iz prethodnih faza napraviti plan kontinuiranog unapređenja na certifikata, provedbe i diseminacije</p>
Dionici	MINT, HGK, HTZ, DMO
Razdoblje	prva faza: 2017-2018.; druga faza: 2019-2020.
Financiranje	DMO, HTZ, MINT

Mjera P2.4.	Unapređenje zelene infrastrukture unutar destinacije
Opis	<p>TZ (budući DMO) u suradnji sa svim identificiranim partnerima (zelene udruge i sl.), kao predstavnik turizma u određenom području, lobira za unapređenje zelene infrastrukture, jer turizam od toga ima izravnu korist.</p> <p>Revizija prostornih planova s ciljem identificiranja potencijalnih projekata unapređenja zelene infrastrukture (npr. šetnice uz rijeku / potok; hortikulturno uređenje i oplemenjivanje prostora).</p> <p>Izrada plana provedbe prema kojem se svake godine napravi konkretno unapređenje.</p> <p>Aktivnost se može organizirati kao zajednička aktivnost velikog broja dionika (škole, građani, udruge, sponzori iz privatnog sektora s financijskih i u naturi sudjelovanjem), kao volonterska aktivnost uz neki od međunarodnih dana vezanih uz okoliš ili bioraznolikost, ili uz dan mjesta. Na taj način financiranje više nije problem, a učinak je još i veći, jer se okolišno osvještava veći broj dionika i stvara pozitivna atmosfera u društvu.</p>
Rezultat	Postupno unapređivana zelena infrastruktura; Jačanje partnerstva unutar destinacije; Jačanje osjećaja zajedništva unutar zajednice zbog uspješno provedenih pozitivnih projekata
Dionici	Lokalne TZ (DMO), JLS, NVU, građani; smjernice i primjere dobre prakse može osigurati MINT, MZOIP – Uprava za prirodu, AZO - DZZP
Razdoblje	2016., trajno
Financiranje	DMO, JLS, sponzori, volontiranje, EU Fondovi 2014.-2020.

Mjera 2.5.	Odterećivanje najopterećenijih destinacija i odredišta
Opis	<p>Temeljna praksa neodrživog turizma je uvođenje istih ili sličnih sadržaja i kapaciteta na već saturirane lokacije u razdoblju glavne sezone. Ovo „dodavanje više istog“ stvara privid razvoja i povećava gravitaciju pritiska na sastavnice okoliša te na kvalitetu života lokalnih zajednica. Stvarna dodana vrijednost destinacijama leži u poticanju razvoja na prostornim i vremenskim periferijama s nerealiziranim potencijalima održivog turizma, a kako bi se pritisak rasporedio na širi prostor i/ili na razdoblja izvan glavne sezone.</p> <p>Hrvatska u ovoj metodi ima značajan potencijal, jer je cijelo područje u zaleđu obalnog područja, koje trpi najveći pritisak tijekom glavne ljetne sezone, idealna destinacija za ruralni, eko, kulturno-tradicijski i meki pustolovni turizam. Razvoj tih vrsta turističke ponude donijet će dodatnu atraktivnu ponudu onoj na rivijeri tijekom ljeta, kao i produženje sezone, jer je idealna sezona za razne vrste „meke“ pustolovne turističke ponude u tom području proljeće i jesen.</p>
Rezultat	Smanjeni pritisci i obogaćena ponuda u opterećenom obalnom području. Dodatni pokretač razvoja u ruralnim područjima u zaleđu rivijere te kontinentalnog dijela RH. Razvijene vrste turističke ponude koje jačaju brend hrvatskog turizma
Dionici	MINT, HTZ, DMO / svi zainteresirani dionici
Razdoblje	2016., trajno
Financiranje	EU Fondovi 2014.-2020.

Mjera P3.1.	Standardiziranje i certificiranje održivosti pojedinačnih ponuditelja ugostiteljsko-turističkih usluga
Opis	<p>Promovirati uvođenje dobrovoljnog sustava upravljanja okolišem i neovisnog ocjenjivanja (tzv. sustav EMAS - Eco-management and audit scheme) u organizacije</p> <p>Osigurati financijsku potporu FZOEU (bilo iz vlastitih sredstava, bilo iz OPKK PO3 sredstava) za njihovo uvođenje. Analizirati posebnosti na hrvatskom turističkom tržištu kako bi se utvrdila potreba za razvojem specijaliziranih certifikata zaštite okoliša i održivosti sektora koji nisu obuhvaćeni nekim certifikacijskim programom, kao što su npr. obiteljski smještaj, nautički turizam (<i>charter</i> kompanije, marine), posebni oblici turizma (ronjenje, promatranje divljih životinja) i sl. Obuhvatiti: prakse EU, turističku potražnju i trendove na emitivnim tržištima.</p> <p>Predložiti i razviti standarde i certifikate u skladu s gore navedenim, koji će također (a) biti kao dokaz za potrebe promocije RH kao turistički održive; (b) preuzeti vodstvo u praksi održivog certificiranja u EU.</p>
Rezultat	Jasan i usklađen okvir za certificiranje održivosti u RH, prepoznatljiv na međunarodnim tržištima
Dionici	Ministarstvo zaštite okoliša i prirode / MINT, HGK, nositelji i promotori inicijativa postojećih znakova, certifikata i nagrada (UPUHH, OMH, UHPA, ...), udruge civilnog društva, drugi dionici u turizmu i predstavnici njihovih cehovskih udruga
Razdoblje	2016. trajno
Financiranje	FZOEU, HGK

Mjera P3.2.	Uspostava B2B platforme za promoviranje rješenja u unapređenju okolišne učinkovitosti i održivosti u turizmu
Opis	<p>Uspostaviti platformu za poslovnu suradnju (tzv. <i>business to business</i>) kroz koju će se promovirati rješenja za unapređenje okolišne učinkovitosti i održivosti u turizmu te pomoći dogovaranju konkretne poslovne suradnje na obostranu korist.</p> <p>Središnji dio platforme bi bila WEB stranica na tragu inicijative zeleniturizam.hr, zelenaenergija.hr, i zelenajavnanaabava.hr.</p> <p>Popunjavat će je ponuditelji održivih tehnoloških rješenja primjerima svoje ponude: primjeri konkretne primjene s informacijom o ulaganjima, učincima, prikladnosti ovisno o specifičnim uvjetima i dr..</p> <p>Vjerodostojnost osigurava HGK angažiranjem nezavisnih procjenitelja sadržaja ponuđenog za postavljanje na stranicu za pojedine teme. Ti bi ocjenjivači i procjenitelji trebali biti osobe iz strukovnih udruga.</p> <p>Platformom će se promovirati znak zaštite okoliša „EU Ecolabel“ i sustav EMAS.</p> <p>Platformom će se promovirati i drugi certifikati koji potiču održivi razvoj i zaštitu okoliša (npr. „Izvorno hrvatsko“, „Hrvatska kvaliteta“, „Otočni proizvod“, „Eko certificirana hrana“, proizvodi „Prijatelj okoliša“ i sl.), budući da oni čine logični dio lanca nabave za zelene ponuditelje ugostiteljsko-turističkih usluga.</p> <p>Strukturirati ponuđena rješenja prema mjerilima za „EU Ecolabel“ (upravljanje otpadom, energetska učinkovitost, obnovljivi izvori energije, ušteda potrošnje vode i smanjenje onečišćenja vode, i dr.)</p>
Rezultat	Uspostavljena platforma okuplja sve značajnije ponuđače tehnoloških rješenja za unapređenje okolišne učinkovitosti u turizmu
Dionici	HGK, javno privatno partnerstvo
Razdoblje	2017., trajno
Financiranje	HGK, oglašivači

Mjera P3.3.	Osmišljavanje i provedba Programa sufinanciranja projekata unapređenja okolišne učinkovitosti u turističkim objektima
Opis	<p>Prezentirati ovo sufinanciranje kao ciljano, razvojno usmjereno reinvestiranje sredstava koje turizam kroz davanja (koja su nešto viša nego kod konkurencije) uplaćuje u proračun. Svaki program treba biti proveden u partnerstvu s korisnicima – uspješno iskorištenje raspoloživih sredstava u EU fondovima zajednički je izazov. Stoga je potrebno:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ dovoljno rano najaviti vrstu investicija koja će se sufinancirati u sljedećem razdoblju, tako da ima dovoljno vremena da se zainteresiraju potencijalni korisnici i pripreme potencijalni projekti; ▪ provesti promotivnu kampanju s cehovskim udrugama, s ciljem informiranja i educiranja o mogućnostima unapređenja vlastite okolišne održivosti; ▪ osigurati tehničku pomoć u pripremi projekata na kompetitivnoj osnovi; prednost imaju kandidati koji sami pokazuju najveći interes i proaktivnost. <p>Potencijalne teme s najvećim učincima uključuju:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ kolektore za zagrijavanje vode u hotelima i kampovima; ▪ ugradnju rješenja za racionalizaciju potrošnje vode; ▪ digitalno upravljanje rasvjetom; ▪ uvođenje jednostavnih organizacijskih promjena i uputa za goste, kojima se racionalizira potrošnja resursa i smanjuje „ekološki otisak“; ▪ infrastrukturu za prikupljanje otpada (posebno u priobalnom području i plažama, s ciljem smanjenja generiranja morskog otpada) odnosno infrastrukturu za primarnu reciklažu, tj. odvojeno sakupljanje pojedinih vrsta otpada ; ▪ projekte rekonstrukcije i hortikulturnog uređenja kojim se smanjuje potreba za rashlađivanjem prostora u ljetnim mjesecima; ▪ projekte hortikulturnog uređenja okoliša na destinaciji autohtonim biljem – sufinanciranje projekta uređenja od strane ovlaštenih krajobraznih arhitekata prema prethodno izrađenim smjernicama; ▪ promocija i sufinanciranje uvođenja sustava upravljanja okolišem u poslovanje organizacija te u proizvodnju i ponudu/usluge (EMAS, ISO, „EU Ecolabel“).; ▪ poticanje nabave ekološki certificirane i/ili lokalno proizvedene hrane; ▪ poticanje uključivanje tvrtki u aktivnosti zaštite okoliša lokalne zajednice i promociji biroaznolikosti / prirodne baštine. <p>Pokretanje procesa certificiranja za prijavitelja treba biti ili obavezan uvjet ili kriterij za dodatne bodove u procesu dodjele sredstava.</p>
Rezultat	Unaprijeđena okolišna održivost / učinkovitost pružatelja ugostiteljsko-turističkih usluga; Maksimalno iskorištenje raspoloživih sredstava u EU fondovima
Dionici	Zajedno definiraju MINT i FZOEU
Razdoblje	trajno.
Financiranja	EU Fondovi 2014.-2020.; MINT; FZOEU

Mjera P3.4.	Ozelenjivanje malih iznajmljivača
Opis	<p>Mali iznajmljivači su vrlo značajan i vrlo specifičan segment turizma RH.³¹ Manje su profesionalizirani pa im postojeći sustavi upravljanja okolišem i certifikacijske sheme razvijene za veće poslovne subjekte (npr. EMAS i „EU Ecolabel“) nisu prikladni kao alat. Rješenje za izazov brojnosti je delegiranje zadaća poticanja i potpore inicijativa ozelenjivanja na što nižu razinu, što bliže dionicima, odnosno na razinu lokalnih destinacija i njihovih DMO-a. Rješenje za izazov specifičnih izazova i potreba je prilagođavanje postojećih alata za korištenje u specifičnim uvjetima malih iznajmljivača. Dobar primjer je spominjana inicijativa Eko partner.</p> <p>Konkretnije, aktivnosti u okviru ove mjere uključuju:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Pokretanje sustavnog rada DMO-a na informiranju, poticanju, podupiranju malih iznajmljivača unutar svoje destinacije na unapređenju njihove okolišne održivosti. Okvir za tu aktivnost će biti aktivnost DMO-a na praćenju, mjeranju i unapređivanju održivosti na razini destinacije (prema npr. ETIS ili GCST shemi /smjernicama). Takva aktivnost pomoći će malim iznajmljivačima da uvedu prakse i tehnološka unapređenja u svoje poslovanje koja mogu provesti sami, a pomoći će im i da učinkovitije koriste razne mogućnosti koje se otvaraju s nacionalne razine (npr. prijave na natječaje FZOEU, odnosno ESI fondova - u prvom redu OPKK PO 4, PO 3). Važan partner DMO-u u provedbi rečenih aktivnosti trebaju biti „zelene“ udruge i drugi dionici koji u tome nalaze svoj interes. ▪ Izrada informativno-edukativnih materijala – „smjernica“ za unapređenje održivosti svoje turističke ponude ▪ Na web portalu www.odrzivi.turizam.hr treba uspostaviti posebni dio prilagođen interesima i potrebama „velike kategorije malih iznajmljivača“. ▪ Poticanje udruživanja individualnih iznajmljivača (integralni, difuzni hoteli, zadruge); zajednički rad na unapređenju okolišne učinkovitosti svoje turističke ponude; zajedničko prijavljivanje na EU fondove; integracija minimalnih standarda okolišne održivosti za registriranje integriranih i difuznih hotela
Rezultat	Unaprijeđena okolišna učinkovitost među malim iznajmljivačima koji čine 50% turizma u RH
Dionici	DMO, Regionalne razvojne agencije, HGK (Zajednica malih iznajmljivača), MINT / zelene NVU, svi drugi zainteresirani
Razdoblje	2016., trajno
Financiranje	DMO, MINT, EU Fondovi 2014.-2020.

³¹ Kategorija smještaja „kućanstva / obiteljski smještaj“ čini oko 50% ukupnih smještajnih kapaciteta hrvatskog turizma, a i dalje je najbrže rastući segment smještaja prema podacima koje koristi Strategija, u 2011. godini, udijeli u ukupnom smještaju za obiteljski smještaj, hotele, kampove i ostale kolektivne kapacitete bili su 49%, 13%, 25%, 13%; a trendovi rasta/pada u razdoblju od 2001. do 2011. bili su redom: 46%, 19%, 12%, -3%. Osim toga, njihovi okolišni izazovi i moguća rješenja, a i kapaciteti za njihovu primjenu bitno su drugačiji u odnosu na veće smještajne cjeline (hotele i kampove) prema kojima su se uglavnom razvijale smjernice, standardi i certifikacijske sheme za okolišnu održivost u turizmu. Mali iznajmljivači su prostorno raspršeniji, brojni (preko 60.000), s prosječnim kapacitetom od 7 kreveta po domaćinstvu.

Mjera P4.1.	Integracija aspekta održivosti u imidž i novi <i>brand</i> Hrvatske na međunarodnim predstavljajima i na web stranicama HTZ-a
Opis	<p>Uključivanje održivosti u brend i njezino posebno promoviranje značajan su instrument:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ za realizaciju više tržišne atraktivnosti koju zelene destinacije i turistička ponuda imaju na tržištu; ▪ kao dodatni poticaj onima koji se još nisu pridružili inicijativi ozelenjivanja, jer gube privlačnost i tržišni udio kao „nezelene“ destinacije / ponuda, na tržištu koje prepoznaje i promovira „zelenost“ kao kvalitetu. <p>Radi se o ključnoj mjeri, jer se upravo njome ostvaruje obećanje da će tržište prepoznati i nagraditi njihov trud i ulaganja kroz bolju posjećenost i spremnost da se plati viša cijena za dodatnu kvalitetu. Bez kvalitetne promocije i <i>brandinga</i> potencijalne prednosti potrošaču ostaju nevidljive. Da se radi o značajnoj mjeri govori i činjenica da je jedna od osnovnih pritužbi „zelenih pionira“ u turizmu da njihove destinacije (od lokalnih do nacionalne) čine premalo na promociji „zelenosti“ kao prepoznatljive, kredibilne, dodatne kvalitete ponude.</p> <p>Ključno je osigurati kredibilnost promovirane poruke, jer suprotna praksa ima dvostruko negativne učinke: 1) ruši kredibilitet cjelokupne destinacije; 2) demotivira one destinacije i ponuditelje koji doista razvijaju i nude zelenu, održivu turističku ponudu. Kredibilnost će se osigurati kroz uvođenje standarda i certificiranja održivosti. Pod uvjetom da se druge mjere predviđene planom budu izvršavale planiranim tempom, već od 2018., biti će moguće uključiti održivost i zelenost destinacije u promociju, na način koji će biti i kredibilan i imati težinu.</p> <p>Ovom mjerom se stvara okvir za promociju održivosti u okviru okvirnog predstavljanja Hrvatske kao destinacije.</p>
Rezultat	Hrvatska prepoznata kao moderna, okolišno svjesna destinacija održivog turizma.
Dionici	HTZ, DMO, certificirane zelene destinacije i ponuditelji
Razdoblje	2017., trajno
Financiranje	HTZ

Mjera P4.2.	Web portal za promociju održivih turističkih destinacija i certificiranih zelenih individualnih pružatelja ugostiteljsko-turističkih usluga, kao dio jedinstvenog nacionalnog portala
Opis	<p>Za razliku od prethodne mjere kojom se uspostavlja okvir za promoviranje održivosti Hrvatske kao destinacije, ovom mjerom se stvaraju pretpostavke za promoviranje destinacija i ponuditelja koji certificirano prednjače u svojoj održivosti.</p> <p>U osnovi, tek se provedbom ove mjere omogućava željena pozitivna diskriminacija destinacija i pojedinih ponuditelja ugostiteljsko-turističkih sadržaja koji prednjače u „zelenosti“ svoje ponude.</p> <p>Voditi računa da ovaj portal bude u sinergiji ili vezan za postojeći portal održivi-turizam.hr te B2B portal iz mjere P.3.2.</p>
Rezultat	<p>Promocija „zelenih“ predvodnika.</p> <p>„Nezeleni“ dionici u hrvatskom turizmu imaju dodatni poticaj da ozelene svoju ponudu, jer u protivnome zaostaju u tržišnoj utakmici.</p>
Dionici	HTZ, DMO, certificirane zelene destinacije i ponuditelji
Razdoblje	2018., trajno
Financiranje	HTZ

3 TURISTIČKO VREDNOVANJE PRIRODNE BAŠTINE

3.1. POLAZIŠTA

3.1.1 Prirodna baština i turizam

Sinergija prirodne baštine i turizma

Prirodna baština i turizam u bliskoj su vezi od samih početaka razvoja turizma. Aktualni trend povećane osjetljivosti suvremenog turista za pitanja okoliša tu vezu dodatno potencira.

Prirodna baština je sadržana u ključnim elementima atrakcijske osnove: rekreacijska, estetska, duhovna i edukativna vrijednost ekosustava su „usluge ekosustava“ u turizmu. Sinergija turizma i prirodne baštine može doprinijeti ciljevima očuvanja prirodne baštine:

- Turizam stvara prihod koji se dijelom može koristiti u financiranju aktivnosti očuvanja prirodne baštine.
- Turističke aktivnosti utemeljene na interpretaciji prirodne baštine osvježuju i educiraju gosta o njezinoj vrijednosti i važnosti njezina očuvanja. Isto tako, i lokalno stanovništvo postaje svjesnije vrijednosti koju baštini.
- Turizam stvara ekonomske prilike koje su nadopuna ili alternativa drugim načinima korištenja prirodne baštine kao prirodnih resursa i sirovine (šumarstvo, prenamjena u poljoprivredno zemljište, rudarstvo, ribarstvo i dr.).

Uže i šire značenje pojma „prirodna baština“ u kontekstu turizma: zaštićena područja, tradicijski prirodni i kulturni krajobrazi, zelena infrastruktura

Pojam „prirodna baština“ važno je ne shvaćati u užem smislu turističke atrakcije – koja uključuje samo jedinstvene, posebno vrijedne i najčešće u današnje vrijeme i formalno zaštićene i posebno upravljane dijelove prirode. Naime, veliki dio atraktivne prirodne baštine nalazi se izvan granica formalno zaštićenih dijelova prirode. Prirodna baština, odnosno priroda, prožima područje u kojima se događa turizam i u cijelom području čini važan dio kvalitete, atraktivnosti, zadovoljstva boravka i razloga odabira destinacije.

Autohtona vegetacija, njezina svježina, mirisi, hlad, pjev ptica kojima je stanište, boje i doživljaj stabla u cvatu ili plodova – sve to čini dio doživljaja. Tradicijske vrste i pasmine dio su cjeline i autentičnosti s jedne strane gastronomske ponude te s druge neizostavni dio, a često i uvjet za očuvanje tradicionalnog poljoprivrednog kulturnog krajobraza, koji je ključni element prepoznatljivosti i identiteta destinacije.

Potpunije razumijevanje prirodne baštine u okviru koncepta za destinaciju tipičnih mozaika prirodnih i kulturnih krajobraza, nužno je kako bi se spomenuti mozaici zaštitili i očuvali. Oni su trenutno

zanemareni jer ih se tek nedavno počelo prepoznavati i štiti kroz kategoriju kulturnog krajobraza. Osim toga su i ugroženi zato što sastavni dio tradicionalnog načina života koji s promjenom načina života i ekonomskih okolnosti, bez aktivnosti na njegovom očuvanju vrlo brzo nestaje.

Još širi koncept kojim se obuhvaća priroda ili prirodna baština kao značajan element našeg okoliša, a koji je i dalje relevantan kao resursna osnova za turizam, jest tzv. „zelena infrastruktura“ koju Zakon o zaštiti prirode (NN 80/2013) definira kao „multifunkcionalnu mrežu zaštićenih i ostalih prirodnih te čovjekovim djelovanjem stvorenih područja i krajobraza visoke ekološke i okolišne vrijednosti koja unapređuju usluge ekosustava“. Primjer zelene infrastrukture na lokalnoj razini su parkovi, drvoredi, očuvana obalna vegetacija uz vodotok, i sl. Višestruke koristi se manifestiraju kroz razne „usluge ekosustava“, kao što su regulacija mikroklimе, pročišćavanje zraka, zadržavanje oborina i umanjeње pritiska na odvodnju i kanalizaciju, sprječavanje erozije, rekreacijska vrijednost prostora i ugodnost boravka, itd³².

Strategija zelene infrastrukture (EC, 2013) naglašava kako zelena infrastruktura služi „i prirodi i ljudima“: osim što je dobra za zdravlje ekosustava, u usporedbi sa svojom „sivom“ alternativom (betoniranje zelenih površina) donosi uštede, stvara radna mjesta i općenito doprinosi kvaliteti i održivom razvoju zajednice.

Veća privlačnost prostora za rekreaciju i turizam ističe se kao jedna od izravnih koristi zelene infrastrukture, zbog čega bi turizam trebao zagovarati njezinu široku i kvalitetnu primjenu. Uspostava zelene infrastrukture važna je mjera kako u očuvanim destinacijama, tako i u onim degradiranim, gdje je obnova zelene infrastrukture jedna od najefikasnijih mjera za „ozdravljenje“ i podizanje kvalitete i atraktivnosti destinacije.

Institucionalni okviri za upravljanje prirodnom baštinom s aspekta zelene infrastrukture

Prema kriteriju institucionalnog okvira za upravljanje prirodnom baštinom u nekom području praktično je razlikovati sljedeća tri slučaja:

1. prirodna baština institucionalno zaštićena u okviru zaštićenog dijela prirode (u statusu nacionalnog parka, parka prirode, regionalnog parka, i sl.) kojom upravlja posebno osnovana javna ustanova³³;
2. prirodna baština institucionalno zaštićena kao zaštićeni dio prirode (Natura 2000), ali bez javne ustanove koja je kapacitirana za samostalno upravljanje njezinom zaštitom i turističkim vrednovanjem;
3. vrijedna prirodna baština koja nije posebno zaštićena, ali čini dio kulturnog krajobraza, identiteta i turističke atraktivnosti nekog područja, posebno (zaštićene i nezaštićene) stare sorte i pasmine kao važan dio tradicijskog ruralnog života u nekom području.

Uloga zelene infrastrukture je nadopunjavanje gore navedenih postupaka zaštite prirode u smjeru unapređenja zdravlja, multifunkcionalnosti te otpornosti ekosustava. Stoga se i osmišljava na svim razinama od međunarodne, preko nacionalne, do lokalne. Na višim razinama se njome tipično bavi sektor zaštite prirode u okviru brige o ekološkoj mreži, zaštićenim područjima te važnim zelenim koridorima izvan ekološke mreže, dok se na lokalnoj razini, izvan zaštićenih područja, njome bavi sektor

³² Jedno zdravo drvo ima rashlađujući efekt kao deset klima uređaja; odnosno filtrira NO₂ i čestice koje emitira automobil vozeći 10000km; vrijednost nekretnine raste 5% ako ima pogled na park; 10% s pogledom na otvoreni prostor; 15% s pogledom na jezero, rijeku; ljudi se osjećaju zdravije u okolišu s više zelenila; pogled na zelenilo u okolici bolnice dokazano smanjuje boravak u bolnici i tako stvara uštedu; djeca više borave na otvorenom i zdravije odrastaju ako imaju zelenu plohu u blizini mjesta stanovanja (<https://vimeo.com/38736492>; podaci korišteni u kampanji Nizozemske vlade)

³³ JUUZPV - Javna ustanova za upravljanje zaštićenim prirodnim vrijednostima su uspostavljene na razini županija i predstavljaju zadnji dodatak sustavu upravljanja zaštićenim područjima. Također za pojedina posebno vrijedna područja, lokalne zajednice mogu formirati pojedine lokalne JU za upravljanje, kao što je to već uspostavljeno za: Rezervat Lokrum, Park šuma Marjan, JU Kamenjak, JU Rakovica, Pećinski park Grabovača i Arboretum Trsteno.

prostornog planiranja, kao jednim od značajnih aspekata prakse dobrog prostornog razvoja: očuvanja prostora i zdravlja, robusnosti i funkcionalnosti ekosustava.

Vrste turističke ponude vezane za prirodnu baštinu

Prirodna baština važan je dio doživljaja i turističke atrakcije u svim vrstama turističkih proizvoda, ali u različitim vrstama turizma ona je više ili manje u fokusu, a varira i način na koji ju se koristi u okviru turističkog proizvoda. Neke od vrsta turizma u kojima prirodna baština ima središnju ili vrlo značajnu ulogu uključuju:

- Ekoturizam, kojeg UNWTO definira³⁴ kao „1) sve vrste turizma bazirane na prirodnoj baštini, u kojima je glavna motivacija turista promatranje i uživanje u doživljaju prirode i tradicijskog načina života dominantnog u prirodnim područjima; 2) onaj koji uključuju edukativne i interpretativne sadržaje; 3) onaj koji u pravilu (ali ne nužno) organiziraju specijalizirane putničke agencije za male grupe turista, a pružatelji turističkih usluga na destinaciji su najčešće mali poslovni subjekti u lokalnom vlasništvu; 4) onaj koji minimizira negativan utjecaj na prirodni i sociokulturalni okoliš; 5) onaj koji podržava očuvanje prirodne baštine na kojoj se temelji na način da financira lokalnu zajednicu ili instituciju koja provodi aktivnosti važne za očuvanje te stvara priliku za alternativni način zarade u lokalnoj zajednici. Ujedno potiče osvješćivanje važnosti očuvanja i među turistima i u lokalnoj zajednici“
(sdt.unwto.org/en/content/ecotourism-and-protected-areas).
- Razne marketinški dobro definirane tipove ponuda kao što su promatranje ptica (*bird-watching*), promatranje (gledanje, ali i slušanje) raznih vrsta životinja (*wildlife watching / viewing*) (npr. dupini, leptiri, već spomenute ptice, ribe).
- Razne vrste „pustolovnog“ turizma (*adventure*) ili boravka na otvorenom (*outdoor*), uključujući šetnju, bicikliranje, planinarenje, kajakarenje, ronjenje i nautički turizam, gdje promatranje prirode nije u fokusu, ali je ključni element doživljaja, uz neku od rečenih fizičkih aktivnosti.
- Razne vrste turizma u ruralnom području gdje su tradicijski poljoprivredni i okolni prirodni krajobraz ključni elementi doživljaja.

Uz to, ovisno o načinu na koji se prirodna baština koristi, u okviru turističkog proizvoda razlikujemo tzv. „meku“ i „tvrde“ aktivnosti u gore navedenim tipovima turizma gdje:

- „meka“ podrazumijeva „ležerniji, manje posvećen pristup aktivnosti i prirodnoj atrakciji te želju da je se doživi uz neku osnovnu razinu komfora“, a nasuprot tome

Izazovi uspješnog vrednovanja prirodne baštine u turizmu:

1. vještina interpretacije prirodne baštine s ciljem da je se približi turistima te osmišljavanje i organizacija turističke ponude utemeljene na interpretiranoj prirodnoj baštini;
2. upravljanje tim turističkim aktivnostima na način da one nemaju negativnih utjecaja na prirodnu baštinu.

³⁴ Izvorna (iz 1990.), kraća i također standardna definicija koju koristi Međunarodno ekoturističko društvo (The International Ecotourism Society – ECTS – www.ecotourism.org) glasi: „Ekoturizam je odgovorno putovanje u prirodna područja koja čuvaju okoliš i doprinose dobrobiti lokalnih ljudi“.

- „tvrda“ podrazumijeva specijalistički interes i posvećenu aktivnost³⁵ te želju / spremnost da se boravak na otvorenom / u divljini doživi bez komfora.“ (UNWTO/UNEP/IUCN, 2002).

Ove definicije pokazuju da neki oblici „meke“ turističke ponude ekoturizma vrlo često čine dio u većini turističkih paketa, bez obzira na motivaciju putovanja.

Sve navedene vrste turizma:

- spadaju među najbrže rastuće vrste turizma, a s obzirom na trendove u širem društveno-ekonomsko-kulturno-okolišnom kontekstu taj trend će se zadržati ili još rasti³⁶;
- spadaju među vrste turizma koje nemaju izražen problem sezonalnosti, odnosno kojima se sezona ne preklapa s glavnim sezonom turizma sunca i mora³⁷;
- spadaju među vrste turizma koje – suprotno relativno raširenom stereotipu – privlači turiste s platežnom moći i spremnošću na potrošnju višom od one kod prosječnog turista u masovnim oblicima turizma. Oni su kupci „proizvoda s pričom“, koji znače mogućnost za razvoj lokalne ekonomije, jer u takvoj proizvodnji ne dolazi u obzir jeftina uvozna roba. Ova činjenica je posebno značajna za održivi razvoj ruralnih područja. Oni također rado svoj doživljaj u prirodi kombiniraju i s ponudom kulturnog turizma.

U pregledu trendova u svijetu, EU i RH u nastavku su dane poveznice na smjernice i najbolju praksu vezano uz teme interpretacije i upravljanja prirodnom baštinom u turizmu.

3.1.2 Svjetski trendovi turističkog vrednovanja prirodne baštine

Doživljaj prirode sve je važniji dio turističke atrakcije

Prethodno spomenute vrste turizma u kojima je doživljaj prirode značajan dio „proizvoda“ su najbrže rastući segment turizma, a prema predviđanjima, takav trend će se zadržati u sljedećem razdoblju (CREST, 2015).

Izrazito vrijedna prirodna baština prepoznata je u okviru UNESCO Svjetske baštine (World Heritage Sites)³⁸ i postaje sve značajniji turistički faktor privlačnosti te se uključuje u sve veći broj turističkih itinerera, pogotovo u slučaju dalekih putovanja. Trenutno je kao Svjetska prirodna baština prepoznato oko 200 područja (oko 750 ih je prepoznato u kategoriji Svjetske kulturne baštine).

Preko 20 godina iskustva u sustavnom razvoju turizma temeljenog na prirodnoj baštini

UNWTO se kontinuirano bavi temom ekoturizma od ranih 1990-ih, kad je izdao *Smjernice za održivi razvoj i upravljanje turizmom u nacionalnim parkovima i zaštićenim područjima*, čije je drugo izdanje (UNWTO/UNEP/IUCN, 2002) dio najznačajnije literature za temu planiranja i upravljanja turizmom u

³⁵ Jedna vrsta je i tzv. „Citizens Science“ gdje građani, koje vode stručne osobe, sudjeluju u provedbi pravih znanstveno vrijednih istraživanja, opažanja i praćenja stanja prirode i okoliša (vidi npr. inicijativu Europske agencije za okoliš <http://www.eea.europa.eu/themes/biodiversity/biodiversity-monitoring-through-citizen-science/what-is-it>)

³⁶ Npr. procjenjuje se da su razni meki i tvrdi oblici pustolovnog turizma uključeni u oko 25% međunarodnih putovanja, s trenutnim rastom od 10-20% i predviđanjima da će do 2050. biti dio svakog drugog putovanja ([Adventure tourism development index - 2011 report](http://www.vitalwaveconsulting.com/pdf/2012/ATDI%202011%20Report.pdf))

³⁷ Idealna sezona za razne vidove pustolovnog turizma (ciklo, trekning, rafting, kajakarenje, i dr.) je proljeće i/lili jesen, a ne ljetni mjeseci kad su temperature previsoke.

³⁸ Proglašena prema UNESCO Konvenciji o zaštiti svjetske kulturne i prirodne baštine iz 1972.

zaštićenim područjima. Uz *Smjernice*, UNWTO je 2002. godine (Međunarodna godina turizma) izdao i dvije kompilacije primjera dobre prakse u ekoturizmu (UNWTO, 2002a) (UNWTO, 2002b).

IUCN (International Union for Conservation of Nature) kroz svoju WCPA (World Commission on Protected Areas) mrežu ekspertize vezano uz zaštićena područja, odnosno uz program *Poslovanje i bioraznolikost* („Business and Biodiversity“) radi u sljedeća dva osnovna smjera: prvi predstavlja integriranje brige o bioraznolikosti u razvoj i funkcioniranje hotela i resorta, dok drugi radi na jačanju kapaciteta institucija zaduženih za upravljanje zaštićenim područjima, za osmišljavanje i upravljanje ekoturističkim aktivnostima.

Vezano uz obje te teme, IUCN je objavio smjernice (IUCN 2015 IUCN 2013., IUCN and Kuoni 2012.) u koje je integrirao i svo iskustvo provedbe *Smjernica* iz 1992/2002. tijekom zadnjih dvadesetak godina. Među osnovnim zaključcima *Smjernica za održivost: turizam i upravljanje posjetiteljima zaštićenih područja* (IUCN, 2015.) nalaze se sljedeće upute:

- ponovno se naglašava kako „povećanje broja posjetitelja zaštićenim područjima može biti učinkovit alat njihove zaštite i razvoja zajednice koja živi u okolnom području, pod uvjetom da su uspostavljeni funkcionalni sustavi upravljanja ... jer, za razliku od drugih industrija i ljudskih aktivnosti ... turizam osvještava vrijednost i važnost očuvanja prirodne baštine, te generira prihode potrebne i za financiranje aktivnosti očuvanja ... (i za) razvoj lokalne ekonomije i zajednice“;
- upozorava se na uočeni trend gdje „pad broja posjetitelja uzrokuje pad političke potpore i financiranje sustava zaštite“ (uočeno npr. u Kanadi, SAD-u i Japanu);
- kao ključni faktor uspjeha za održivi razvoj turizma u područjima vrijedne prirodne baštine ističu se učinkovita suradnja institucija koje upravljaju područjem s lokalnom zajednicom, privatnim sektorom i vlastima u planiranju i provedbi aktivnosti. Cilj suradnje je osiguranje dugoročne potpore, postizanje interesne sinergije i maksimalno pozitivnih učinaka te stalno osvještavanje i jačanje razumijevanja prioriteta i poslovnih kapaciteta svih uključenih.

WCPA u svojoj ocjeni stanja s razvojem turizma vezanog uz zaštićena područja prirodne baštine, pohvaljuje značajan napredak u znanju i praksi na razini pojedinog zaštićenog područja, ali i naglašava važnost razvoja nacionalnih politika turističkog vrednovanja prirodne baštine. Izrada ovog Akcijskog plana slijedi tu IUCN preporuku.

Među brojnom literaturom za razvoj eko-turističke ponude vrijedi navesti i UNDP&USAID vodič iz 2004. (UNDP&USAID, 2004.) koji ukratko pokriva oba potrebna dijela ekspertize za uspješan razvoj ekoturističke ponude. Prema tom vodiču potrebno je:

- planiranje razvoja i upravljanja ekoturističkom ponudom, što uključuje: zoniranje područja, planiranje i dizajniranje posjetiteljskih punktova i kretanja, planiranje posjetiteljske infrastrukture slijedeći načela održivog dizajna, osmišljavanje sustava naplate usluga, praćenje i upravljanje mogućim neželjenim utjecajima turističke djelatnosti, osmišljavanje interpretacije baštine kao osnove turističke ponude i izgradnja kapaciteta za kvalitetnu interpretaciju;
- poslovno planiranje ekoturističke djelatnosti, što uključuje: studiju izvedivosti, analizu tržišta (okruženja), marketinški plan, financijske projekcije, partnerstvo s turističkim agencijama, izradu poslovnog plana.

UNESCO je u svom višedesetljetnom nastojanju da se kroz razvoj turizma doprinese prepoznavanju, uvažavanju i očuvanju svjetske baštine, akumulirana iskustva formulirao u raznim smjernicama³⁹. UNESCO program *Svjetska baština i održivi turizam* promovira novi pristup upravljanju u kojem se potpunije integriraju nastojanja oko očuvanja i turističkog vrednovanja baštine kroz međusektorski dijalog i suradnju dionika na razini destinacije (UNESCO & WHC, 2013.).

³⁹ Vidi na <http://whc.unesco.org/en/tourism>

3.1.3 EU trendovi turističkog vrednovanja prirodne baštine

Europa – razvijeno tržište turizma temeljenog na prirodnoj baštini

Europa je glavno emitivno tržište za sve vrste turizma vezanog uz prirodnu baštinu (eko, pustolovni, ciklo, seoski, i dr. razne kombinacije s drugim vrstama). UNWTO je 2002., u kontekstu UN godine ekoturizma, pripremio seriju studija tržišta koje su među sedam glavnih emitivnih tržišta⁴⁰ uvrstili i UK, Francusku, Njemačku, Italiju te Španjolsku.

S druge strane, Europa također prednjači i u sustavnoj zaštiti svoje prirodne baštine, kao i u njezinom sustavnom turističkom vrednovanju.

Natura 2000: okvir za zaštitu prirodne baštine u EU

Ekološka mreža Natura 2000 koja uključuje oko 18% kopnenog teritorija EU, a uključuje i značajne površine u moru, glavni je okvir kroz koji se u EU štiti prirodna baština, odnosno bioraznolikost, vrste i ekosustavi.

Koncept ekološke mreže nadgradio je koncept klasičnih zaštićenih područja, nakon što se uvidjelo da se zdravlje ekosustava ne može očuvati na način da se strogo štiti relativno mali dio teritorija⁴¹ jer je za očuvanje ključnih staništa i vrsta koje na njima obitavaju nužno štiti veće područje, a ujedno očuvati određene ljudske djelatnosti koje predstavljaju nužan preduvjet za očuvanje bioraznolikosti. Temeljna se bioraznolikost, naime, gubi kroz procese prirodne sukcesije. U skladu s tim uvidima, ekološka mreža obuhvaća puno šire područje, ali u skladu s motom Natura 2000 mreže: „za prirodu i za ljude“. To konkretno znači:

- dopušteno je sve osim onoga što ugrožava ciljeve očuvanja u nekom području;
- naročito se potiče sve što doprinosi ciljevima očuvanja;
- da se kroz poticanje razvoja ekološki održivih aktivnosti lokalna zajednica kompenzira za nametnuta razvojna ograničenja.

Turizam – Natura 2000 partner u zaštiti prirode

Turizam utemeljen na prirodnoj baštini značajni je partner u zaštiti prirode u okviru Natura 2000 mreže, zbog više puta isticane sinergije turizma i prirodne baštine.

- S jedne strane, formalna zaštita posebno vrijednih područja prirodne baštine unutar Natura 2000 mreže „čuva ih“ i „rezervira“ za turističke aktivnosti koje se organiziraju na način koji nije u koliziji s ciljevima očuvanja, tako da ni turizam nije u koliziji s drugim sektorima, kao što je to ponekad slučaj u područjima gdje ne postoje instrumenti zaštite.
- S druge strane, razvijeni turizam donosi prihod potreban i za aktivnosti očuvanja i za život lokalnih zajednica, koje zbog očuvanja vrijednih područja moraju prihvatiti razvojna ograničenja kojih izvan Natura 2000 nema.

Štoviše, EU kroz svoje fondove aktivno potiče iskorištavanje te sinergije kroz sufinanciranje projekata razvoja turizma u Natura 2000 područjima. *Smjernice* (Pröbstl & Prutsch, 2010.) s 26 primjera iz cijele EU ilustriraju kako se kroz suradnju turizma i zaštite prirode mogu istovremeno postizati ekološki i

⁴⁰ Preostala dva „neeuropska“ emitivna tržišta su SAD i Kanada.

⁴¹ Npr., do 1980tih, tek je 2% površine centralne Europe bilo zaštićen unutar nekog područja, iako tradicija zaštite područja seže još u 19 st. (Pröbstl & Prutsch, 2010.)

ekonomski razvojni ciljevi. Pouka vidljiva u svim primjerima jest da je uspješna komunikacija te uključivanje i participacija svih zainteresiranih dionika ključna za osmišljavanje održivih i prihvatljivih turističkih aktivnosti, a time i za uspješnu integraciju Natura 2000 u lokalnoj zajednici.

Europska povelja za održivi turizam u zaštićenim područjima: preko 20 godina akumuliranog iskustva i znanja u razvoju turizma u i oko zaštićenih područja

Vezano uz temu razvoja održivog turizma unutar zaštićenih područja, najveće iskustvo i znanje okupljeno je unutar EUROPARC federacije, „mreže za Europsku prirodnu i kulturnu baštinu“, osnovane 1973., a koja trenutno okuplja preko 400 partnerskih institucija u 36 zemalja (www.europarc.org)⁴². Među njima se nalaze najuglednije međunarodne i nacionalne udruge za zaštitu prirode, brojne vladine agencije i ustanove javnog sektora, akademske ustanove i dr. Kao odgovor na uočene izazove rastućeg pritiska od turizma unutar zaštićenih područja, EUROPARC 1993. izdaje svoje prve smjernice za razvoj održivog turizma u zaštićenim područjima pod naslovom *Voljeti ih do smrti*, koji sugerira opasnost od neodrživog i nereguliranog razvoja aktivnosti u vrijednim i atraktivnim, a time i najposjećenijim područjima (EUROPARC, 2001.). Iz te inicijative u sljedećim godinama (od 1995. do 2000.), kroz široki participativni proces koji je uključivao predstavnike zaštićenih područja, turizma i njihove partnere iz cijele Europe, nastala je *Europska povelja za održivi turizam u zaštićenim područjima*⁴³ (EUROPARC, 2000.).

Europska povelja za održivi turizam u zaštićenim područjima (ECST) je praktični alat za zaštićena područja, odnosno za sve u njemu relevantne dionike te za upravljanje razvojem održivog turizma. Osnova povelje je partnerski rad svih relevantnih dionika na pripremi, a potom i provedbi zajedničke strategije i akcijskog plana razvoja turizma. I strategije i planovi formuliraju prioritete na temelju detaljne analize i u skladu s principima održivog turizma⁴⁴. Cilj svih planiranih i provedenih aktivnosti je zaštita prirodne i kulturne baštine te kontinuirani razvoj turizma u zaštićenom području u smjeru koji koristi i okolišu i lokalnoj zajednici i lokalnim poduzetnicima i gostima.

Povelja se dodjeljuje kad ocjenjivač potvrdi adekvatnost primjene načela te se obnavlja svakih 5 godina, uz uvjet dokazivanja ostvarivanja planiranih ciljeva. Certificirati se mogu i pružatelji usluga i druge organizacije unutar zaštićenog područja.

ECST podržavaju UN-ove agencija za razvoj turizma i zaštitu okoliša UNWTO-a i UNEP-a.

3.1.4 Trendovi turističkog vrednovanja prirodne baštine u RH

Iznimno vrijedna, raznolika, još uvijek u značajnoj mjeri očuvana prirodna baština Hrvatske jest glavna komparativna prednost naše zemlje

⁴² Iz RH su članovi: NP Krka, PP Lonjsko polje, NP Plitvička jezera, PP Vransko jezero, NP Komati, PP Medvednica.

⁴³ European Charter for Sustainable Tourism in Protected Areas (ECST).

⁴⁴ U skladu s tim, deset osnovnih načela promoviranih poveljom su: 1) Uključivanje svih zainteresiranih za turizam u i oko područja u njegov razvoj i upravljanje; 2) Priprema i provedba strategije i akcijskog plana razvoja održivog turizma u području; 3) Zaštita i unapređenje prirodne i kulturne baštine unutar područja, za turizam i kroz turizam, i kroz sprječavanje pretjeranog razvoja turizma; 4) Osiguravanje posjetiteljima visokokvalitetnog doživljaja u svim aspektima posjeta; 5) Uspješno komuniciranje posjetiteljima posebnih vrijednosti i kvaliteta područja; 6) Poticanje posebnih turističkih proizvoda koji omogućavaju otkrivanje i doživljaj područja; 7) Podizanje znanja o području i održivom turizmu među svima uključenima u turizam; 8) Osiguravanje postojane kvalitete života lokalne zajednice; 9) Povećavanje dobiti od turizma za lokalnu ekonomiju; 10) praćenje i upravljanje tijekom posjetitelja na način da se minimizira negativan utjecaj.

Format akcijskog plana ne daje prostor ni za nabranje, a još manje za opisivanje iznimnog bogatstva prirodne baštine Hrvatske⁴⁵, no kao indikator komparativne prednosti koju Hrvatska kao turistička destinacija ima u svojoj bogatoj prirodnoj baštini može poslužiti činjenica da se, po gotovo svim kriterijima bogatstva i raznolikosti prirodne baštine, Hrvatska nalazi među prve tri zemlje u Europi. (Ozimec, 2014.).

Hrvatska: „park Europe“

1. Velika površina

Preko četiristo zaštićenih područja prirode koji zauzimaju gotovo 9% ukupne površine (12,25% kopna i 1,94% teritorijalnog mora),

36,53% teritorija se nalazi unutar područja EU Natura 2000 ekološke mreže što je otprilike dvostruko više od EU28 prosjeka.

2. Izrazita raznolikost

Rijetke zemlje u Europi imaju više od dvije biogeografske regije, a Hrvatska ih ima čak četiri! U Hrvatskoj se na relativno maloj površini prepoznaje čak šesnaest različitih krajobraznih tipova, treća je u Europi po broju biljnih vrsta po jedinici površine, treća na Mediteranu po broju vrsta morskih riba, itd. (Ozimec, 2014.)

3. Tradicija upravljanja zaštitom prirode

Osam NP, jedanaest PP i dva regionalna parka. Prvi proglašeni NP u Hrvatskoj su NP Plitvička jezera i NP Paklenica 1949. godine, a prva proglašena morska zaštićena područja su NP Mljet 1960. i NP Kornati 1980.

O važnosti prirodne baštine kao resursa za turizam najbolje govori i činjenica da je upravo ona jedan od glavnih motiva dolaska u Hrvatsku (Institut za turizam, 2015.) pa stoga ne čudi što HTZ koristi upravo prirodu kao ključni element turističkog brenda (vidi web portal HTZ-a <http://croatia.hr/hr-HR/Otkrij-Hrvatsku/Priroda>). U javnosti je relativno prisutna svijest o očuvanoj prirodi kao jednom od najvrjednijih resursa Hrvatske i velikoj prilici za gospodarski razvoj (otprilike dvije trećine ispitanika prema istraživanju stavova građana provedenom 2013. godine⁴⁶). Atraktivnost prirodne baštine Hrvatske, posebno u kontekstu njezinog turističkog vrednovanja, potvrđuje i prepoznavanje većeg broja lokaliteta na listama međunarodno vrijednih područja:

- U Hrvatskoj je trenutno samo područje Nacionalni park (NP) Plitvička jezera prepoznato kao UNESCO Svjetska prirodna baština, uz još šest područja prepoznatih kao Svjetska kulturna baština⁴⁷, među kojima je i Starigradsko polje koje posjeduje prirodnu baštinu u smislu kulturnog krajobraza;
- U okviru programa Čovjek i biosfera (engl. *Man and Biosphere*) UNESCO je proglasio rezervatima biosfere dva područja – Planina Velebit (od 1977.) i Regionalni park Mura-Drava-Dunav (od 2012.);

⁴⁵ Nadahnut prikaz može se naći u poglavlju o Ekološkom turizmu, u nedavno pripremljenom „najvećem katalogu na svijetu“ *Neodoljiva Hrvatska* (Matić i sur., 2014.)

⁴⁶ Ministar Zmajlović, 24.04.2014, predstavljajući jedinstvenog vizualnog identiteta Parkovi Hrvatske, <http://www.mzoip.hr/hr/ministarstvo/vijesti/ministar-zmajlovic-predstavio-jedinstveni-vizualni-identitet-zastite-prirode-parkovi-hrvatske.html>

⁴⁷ To su bazilika u Poreču, katedrala u Šibeniku, gradske jezgre Dubrovnika i Trogira, Dioklecijanova palača, Starigradsko polje na Hvaru

- Pet područja: Kopački rit, Lonjsko polje / Mokro polje / Kraplje dol, Delta Neretve, Vransko jezero i Crna mlaka prepoznata su kao Međunarodno vrijedna močvarna područja prema Ramsar konvenciji;
- PP Papuk dio je Europske mreže Geoparkova.

U tijeku su procesi daljnjeg predstavljanja i uključivanja vrijedne prirodne baštine Hrvatske na međunarodne liste vrijedne baštine:

- a) Na radnoj listi UNESCO Svjetske baštine je još pet područja: Kornati i Telašćica, Velebit, Lonjsko polje, Mali Ston s Malostonskim poljem i Malostonskim zaljevom te Primoštenski vinogradi, koja imaju potencijal biti globalno prepoznati kao iznimni kulturni krajobrazi nastali skladnim suživotom čovjeka i njegovog prirodnog krajolika.
- b) Strategija i akcijski plan zaštite biološke i krajobrazne raznolikosti RH (NN143/08) predviđa vrednovanje područja Ličkog polja i Ogulinsko-plašćanskog područja za upis u Ramsarska močvarna područja (u procesu je donošenje nove Strategije koja analizira zastupljenost hrvatskih zaštićenih područja na međunarodnoj razini);
- c) ista strategija predviđa i stručno vrednovanje područja NP Mljet, NP Kornati, Park prirode (PP) Telašćica i PP Lastovsko otočje kao SPA područja u okviru Barcelonske konvencije o zaštiti morskog okoliša i obalnog područja Sredozemlja.

Indikator značaja prirodne baštine za turizam Hrvatske je činjenica da zaštićena područja bilježe stalni rast posjeta, s trenutno skoro tri milijuna posjetitelja godišnje⁴⁸, s trendom godišnjeg rasta u razdoblju 2009-2013. koji je varirao između 100.000 i 200.000 gostiju.

Prioriteti u upravljanju prirodnom baštinom relevantni za njezino turističko vrednovanje: Nacionalna strategija i akcijski plan zaštite prirode RH (2015.) – u izradi

U tijeku je donošenje nove Nacionalne strategije i akcijskog plana zaštite prirode RH koja u ciljevima i aktivnostima vezanima uz temu turističkog vrednovanja prirodne baštine naglasak stavlja na informiranje, educiranje i uključivanje drugih dionika u planiranje i upravljanje očuvanjem i održivim korištenjem prirode, što znači otvorenost za razvoj na prirodnoj baštini utemeljene turističke ponude (sažeti prikaz u Tablica 6).

Tablica 6. Ciljevi i mjere preuzeti iz nacrtu Nacionalne strategije i akcijskog plana zaštite prirode RH (2015.) – u izradi relevantne za turističko vrednovanje prirodne baštine

STRATEŠKI CILJEVI	SPECIFIČNI CILJEVI I AKTIVNOSTI posebno relevantni za turističko vrednovanje prirodne baštine
Povećati učinkovitost osnovnih mehanizama zaštite prirode	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Uspostaviti reprezentativnu i funkcionalnu mrežu područja (odrediti prioritete za nove kandidature na međunarodne liste kao što su UNESCO WH, UNESCO MaB, Ramsar, Geopark, UNEP Barcelonska konvencija SPAMI - <i>Specially Protected Areas of Mediterranean Importance</i> i dr.); ▪ Standardizirati upravljanje u zaštiti prirode (Razvijati integralne sustave interpretacije i upravljanja posjetiteljima u zaštićenim područjima i pojedinim dijelovima ekološke mreže); ▪ Razvijati suradničke oblike upravljanja te ojačati komunikaciju (Omogućiti drugim subjektima upravljanje zaštićenim područjima i ekološkom mrežom; Poticati komunikaciju; Osigurati sudjelovanje dionika; Poticati međunarodnu

⁴⁸ Hrvatsku godišnje posjeti nešto više od trinaest milijuna stranih gostiju.

	<p>suradnju u upravljanju zaštićenim područjima, ekološkom mrežom i strogo zaštićenim vrstama).</p>
<p>Smanjiti direktne pritiske na prirodu i poticati održivo korištenje</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Osigurati održivo korištenje prirodnih dobara i prostora kroz sektorske planske dokumente i propise; ▪ Ojačati sustav provedbe ocjene prihvatljivosti za ekološku mrežu (OPEM) (Izraditi opći priručnik i tematske priručnike/smjernice); ▪ Očuvati nefragmentiranima cjelovita prirodna područja i obnoviti najugroženija degradirana staništa (provoditi mjere očuvanja i obnove zelene infrastrukture te značajnih i karakterističnih obilježja krajobraza kroz njihovo vrednovanje i revitalizaciju).
<p>Ojačati kapacitete sustava zaštite prirode</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sustavno se konzultirati s drugim sektorima; Raditi na daljnjoj decentralizaciji; Razvijati obrazovne programe zaštite prirode; ▪ Povećati financijsku održivost sustava zaštite prirode (Unaprijediti inovativne mehanizme financiranja sektora zaštite prirode; Osnažiti financijsku održivost kroz diverzifikaciju prihoda, koordinaciju i racionalizaciju; Usmjeriti sustav zaštite prirode prema projektnom načinu financiranja iz dostupnih EU fondova).
<p>Povećati znanje i dostupnost podataka o prirodi</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Povećati znanja o stanju prirode (Cilj uključuje niz aktivnosti u okviru kojih se participatorni monitoring može organizirati kao „Citizen Science“ vrsta „tvrde“ eko-turističke ponude); ▪ Povećati dostupnost podataka o prirodi (poticati stručnu/znanstvenu, ali i širu javnost na prikupljanje inventarizacijskih podataka i unošenje podataka u ISZP; pripremiti kvalitetne informacije u formatu koji je pristupačan / razumljiv / interesantan i široj javnosti i turistima); ▪ Vrednovati i kartirati usluge ekosustava (podići razinu znanja među ostalim sektorima o uslugama ekosustava; poboljšati stanja ekosustava i njihovih usluga).
<p>Podići razinu znanja, razumijevanja i podrške javnosti za zaštitu prirode</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Unaprijediti razumijevanje i zastupljenost tema vezanih uz prirodu te njezinu zaštitu u obrazovnom sustavu i ojačati suradnju sa sektorom obrazovanja; ▪ Poticati i provoditi izvaninstitucionalnu edukaciju o zaštiti prirode (ojačati suradnju s organizacijama koje se bave prirodnim vrijednostima i zaštitom prirode; poticati razvijanje i provođenje volonterskih programa iz područja zaštite prirode); ▪ Unaprijediti informiranje javnosti u svrhu podizanja svijesti o prirodi i zaštiti prirode (osmisli komunikacijsku strategiju zaštite prirode za javnost i ostale dionike; ciljane kampanje; kroz rad javnih ustanova promovirati energetska učinkovitost, zelenu gradnju, prikupljanje i odvajanje otpada te održivi turizam); ▪ Unaprijediti sudjelovanje javnosti i dionika u donošenju odluka koje su direktno ili indirektno vezane za zaštitu prirode (poticati i omogućiti višu razinu sudjelovanja javnosti i pojedinih skupina dionika u planiranju i provedbi zaštite; ojačati komunikaciju i suradnju s lokalnim stanovništvom u zaštićenim područjima sa svrhom provođenja mjera koje poboljšavaju stanje prirode te njihovog aktivnog uključivanja u zaštitu prirode; ojačati suradnju s dionicima u svrhu učinkovitije zaštite kroz edukaciju).

Stanje i izazovi upravljanja zaštitom prirodne baštine u Hrvatskoj i njezina turističkog vrednovanja

Unatoč relativno dugoj tradiciji u upravljanju prirodnom baštinom uspostavom posebnih javnih ustanova (najstarija su NP Plitvička jezera, od 1949.), prva generacija modernih⁴⁹ planova upravljanja izrađena je relativno nedavno: od 2003. do 2007. u sklopu KEC projekta za NP Plitvička jezera, NP Risnjak, NP Paklenica, NP Sjeverni Velebit, PP Velebit⁵⁰. Planovi upravljanja se provode kroz aktivnosti koje su grupirane po ciljevima te imaju jasno definirane pokazatelje. Svi izrađeni planovi upravljanja imaju turizam obrađen u formi akcijskog plana ili cilja te obrađuju teme poput posjećivanja, promocije, predstavljanja, interpretacije i sl. Planovi se donose za razdoblje od deset godina, uz mogućnost izmjene/dopune nakon pet godina, a provode se kroz godišnje programe zaštite, očuvanja, korištenja i promicanja zaštićenog područja.

Za zaštićena područja kojima se upravlja sa županijske razine (kroz županijske javne ustanove za upravljanje zaštićenim područjima prirode) izrađena je tek nekolicina planova upravljanja za pojedinačna zaštićena područja (od njih preko 400). U dvije županije (Šibensko-kninskoj i Splitsko-dalmatinskoj) u tijeku je izrada cjelovitog plana upravljanja za sva zaštićena područja županije.

Osnovni izazovi u upravljanju turizmom ostaju i dalje:

- kako interpretacijom i promocijom privući goste na željene lokacije;
- kako pravilnim upravljanjem osigurati održivost turističkih aktivnosti i očuvanje prirodne baštine u područjima koja već bilježe (pre)veliki broj gostiju na ograničenom prostoru i u ograničenom vremenu⁵¹
- kako osigurati provedbu formalnih vizija u kojima su zaštićena područja pokretači održivog razvoja šire regije, na način da plasiraju tradicijske proizvode i usmjeravaju prema turističkoj ponudi iz okruženja (u prvom redu onim najvećim – NP i PP)⁵².

Iskoraci u sustavnom razvoju turizma temeljenog na prirodnoj baštini

Ministarstvo turizma već niz godina ima programe kroz koje financira razvoj turističke ponude putem koje će se bolje iskoristiti postojeći turistički razvojni potencijal Hrvatske, uključujući i razne vrste turizma temeljene na prirodnoj baštini. U razdoblju od 2000. do danas, kroz bespovratne potpore (u prosjeku 50.000 - 100.000 HRK) financirano je skoro 100 projekata, u ukupnom iznosu od 8,5 mil. HRK).

U tijeku je niz aktivnosti kojima se rade značajni pomaci u odgovoru na navedene izazove.

Novi iskorak u kvaliteti upravljanja zaštićenim područjima – naročito u dijelu vezanom uz planiranje razvoja i upravljanja turističkim aktivnostima, te u vezi s tim, unapređenje suradnje s lokalnom zajednicom i privatnim sektorom kroz formalno uspostavljene Savjete za održivi turizam – napravljen je kroz inicijative kandidiranja i dobivanja Europskog certifikata za održivi turizam (ECST certifikat Europarck federacije), koje su pokrenute u okviru WWF projekta Parkovi Dinarskog luka. Certifikat su u 2014. godini dobili PP Medvednica i Lonjsko polje. PP Lastovsko otočje i PP Telašćica kroz SEA Med

⁴⁹ Prethodno je režim zaštite bio definiran prvenstveno kroz prostorno-plansku dokumentaciju (Prostorne planove i Generalne urbanističke planove). Npr. za NP Plitvička jezera, koji je oduvijek najposjećeniji park, s razvijenom turističkim aktivnostima i izgrađenim značajnim smještajnim i ugostiteljskim kapacitetima, planovi su doneseni 1986. odnosno 1971. godine.

⁵⁰ Trenutno Planove upravljanja ima 14 NP i PP - proces izrade je u tijeku u NP Brijuni, NP Mljet i PP Lastovsko otočje, PP Samoborsko-Žumberačko gorje i PP Biokovo.

⁵¹ npr. NP Plitvička jezera je u 2014. posjetilo rekordnih 1,18 milijuna gostiju, od čega su drugi po brojnosti, s udjelom od preko 10%, bili gosti iz dalekog Japana. Drugi najposjećeniji je NP Krka s preko 700.000 gostiju godišnje, i stalnim trendom rasta.

⁵² Kroz provedene intervjue i fokus grupe kao područje u kojem postoji prostor za značajno unapređenje identificirana je upravo suradnja između institucija koje upravljaju područjima te pružatelja turističkih usluga iz privatnog sektora (npr. putničke agencije i voditelji grupa) ili lokalnih poduzetnika.

projekt trenutno izrađuju Planove održivog turizma koji na sličan način pokušavaju formirati iskorak kroz suradnju s lokalnim dionicima⁵³.

U tijeku je i Projekt PARCS (2014-2018.) koji, u sklopu nastojanja na jačanju institucionalne i financijske održivosti nacionalnog sustava zaštićenih područja u RH i dokidanju glavnih identificiranih slabosti sustava⁵⁴, provodi niz aktivnosti kojima se unapređuje kapacitete sustava za razvoj održive i profitabilne turističke ponude, uključujući određivanje cjenovne strategije, analizu i unapređenje postojeće turističke ponude te marketinšku strategiju.

Nedavno se značajno intenziviralo nastojanje oko pripreme i provedbe projekata unapređenja posjetiteljske infrastrukture (centri za posjetitelje, uređenje staza, signalizacija, interpretacija, vizualni identitet i dr.). Tijekom 2012. i 2013. u NP i PP je uloženo 115 milijuna HRK, u 2014. i 2015. planira se uložiti još 120 milijuna HRK. Prvi značajniji projekti⁵⁵ se počinju uspješno financirati i iz EU fondova, što je i glavni model za financiranje većine budućih projekata. Prema već postojećim razvojnim projektima (u raznim fazama dovršenosti i spremnosti za realizaciju), plan je da se iz EU fondova u programskom razdoblju 2014-2020. povuče dodatnih oko 600 milijuna HRK za unapređenje posjetiteljske infrastrukture u zaštićenim područjima Hrvatske. Implementacijom planiranog portfelja projekata, Hrvatska će u svim svojim turističkim regijama dobiti jedan ili više suvremenih i atraktivnih centara interpretacije prirodne baštine, koji će predstavljati osnovnu infrastrukturu, smjerokaz i ulaz prema različitoj vezanoj turističkoj ponudi u široj okolini.

U okviru NIP projekta⁵⁶ razvijen je zajednički vizualni identitet „Parkovi Hrvatske“, kao korak u kreiranju zajedničkog brenda. S istim dizajnerskim rukopisom izrađena su i idejna rješenja za veći broj posjetiteljsko - prezentacijskih centara, kao i sustav signalizacije i interpretacije na otvorenom.

Za veću prepoznatljivost i jačanje međunarodnog brenda relevantne su i inicijative razvoja i umrežavanja ponude održivog turizma te zajedničkog brendiranja parkova Dinarskog luka (WWF projekt koji okuplja parkove s područja osam zemalja kroz koje se protežu Dinaridi, a to su Slovenija, Hrvatska, Bosna i Hercegovina, Crna Gora, Srbija, Kosovo, Albanija i Makedonija), te njoj srodna inicijativa uspostave *Via Dinarica* po uzoru na slične postojeće „puteve“⁵⁷.

Razvoj ovakve prekogranične suradnje u unapređenju i umrežavanju turističke ponude jedan je od osnovnih smjerova kojima se s EU podupire i financira razvoj turizma u zemljama članicama.

Usvajanjem dokumenta "Velika pobjeda za Dinarski luk", osam država dinarskog područja dalo je 2014. godine i formalnu potporu WWF inicijativi, koja sa 79 nacionalnih parkova i parkova prirode osam dinarskih država koje trenutno okuplja čini jednu od najvećih mreža nacionalnih parkova, parkova prirode i zaštićenih područja u Europi i svijetu.

Kapaciteti za upravljanje zaštićenim područjima kojima se upravlja sa županijske razine (JUUZPV - Javne ustanova za upravljanje zaštićenim prirodnim vrijednostima), značajno su slabiji od onih kojima se upravlja s nacionalne razine. S obzirom na veliki broj područja i površinu ekološke mreže kojom se upravlja sa županijske razine, osnovni predviđeni model upravljanja i turističkog vrednovanja tih područja je preko koncesionara, s obaveznim praćenjem mogućih negativnih utjecaja. Ovdje valja napomenuti da trenutna praksa koncesioniranja nije u optimumu svog funkcioniranja te da ga je nužno sustavno unaprjeđivati. Ono ostaje u nadležnosti županijskih javnih ustanova za upravljanje zaštićenim dijelovima prirode, što je i inače prepoznato kao optimalan model javno-privatnog partnerstva koje,

⁵³ <http://sunce-st.org/hr/projekti/projekt-sea-med-razvoj-odrzivih-gospodarskih-aktivnosti-u-morskim-zasticenim-podrucjima>

⁵⁴ slaba koordinacija, ograničeno praćenje provedbe i odgovornost za provedbu, dupliciranje nadležnosti, troškovne neučinkovitosti, nejednaka raspodjela sredstava

⁵⁵ npr. nedavno odobren projekt izgradnje Centra za posjetitelje u NP Sjeverni Velebit (u Krasnom) koji se 95% financira iz EU fonda, a ostatak sufinancira FZOEU i sam NP.

⁵⁶ Projekt integracije u EU Natura 2000, kojeg u obliku posudbe financira Svjetska banka

⁵⁷ npr. *Via Alpina* u Alpama, koja s pet staza dugih ukupno preko 5000 km, povezuje 342 područja i turističku ponudu iz 8 zemalja (Slovenija, Italija, Austrija, Njemačka, Lihtenštajn, Švicarska, Francuska i Monako) te nudi razne trodnevne i sedmodnevne ture. Inicijativa je pokrenuta 2000.g.

ukoliko se dobro uspostavi i njime se dobro upravlja, osigurava najbolje rezultate (UNDP, 2014.). Postojeći uspješni primjeri upravljanja i koncesioniranja od strane JUUZPV mogu biti dobar primjer i za druga područja.

Izazov zaštite prirodne baštine i kulturnih krajolika izvan zaštićenih područja

Izvan zaštićenih područja, krajobrazi su zaštićeni mjerama u prostorno-planskoj dokumentaciji, no to ih u najboljem slučaju čuva od degradacije prenamjenom i izgradnjom, ali ih ne čuva od degradacije uzrokovane prirodnom sukcesijom. Planovi upravljanja zaštićenim područjima sadrže mjere kojima je cilj poticanje tradicijskih aktivnosti kojima se čuva tradicijski kulturni krajobraz.

U Hrvatskoj je od 2004. na snazi Konvencija o Europskim krajobrazima (Međunarodni ugovori NN 12/2002.), a okvir provedbe je sadržan u poljoprivredno-okolišnim mjerama u sklopu Programa ruralnog razvoja. Očuvanje tradicijskih kulturnih krajobraza se tek počinje primjenjivati u Hrvatskoj i trebalo bi se između ostalog zasnivati na prepoznavanju kulturnog krajobraza kao značajne sastavnice turističke atrakcijske osnove.

Mogućnosti očuvanja prirodne baštine koja je sastavni dio tradicijskog ruralnog područja kroz poticanje zelenog ruralnog poduzetništva, pozitivno doprinosi i javnom dobru koje predstavlja očuvana prirodna baština kao element tradicijskog ruralnog krajobraza. Mogućnosti povezivanja očuvanja baštine i poduzetništva su predstavljene u nizu aktivnosti projekta COAST koji se od 2007. do 2013. provodio na području Dalmacije.

Na nekoliko mjesta, u raznim fazama nastajanja, predstavljen je i koncept Ekomuzeja kao okvira za očuvanje, življenje, istraživanje i turističko vrednovanje prirodne i kulturne baštine nekog područja odnosno interpretativnog centra lokalne baštine. Ono što je ključno u konceptu jest da se radi o interpretativnom centru lokalne baštine u kojem ona predlaže i stvara teme i sadržaj, odlučuje o tome koji su glavni elementi baštine u identitetu / „duhu mjesta“ njihovog područja, a potom i sudjeluje u funkcioniranju ekomuzeja preuzimanjem uloge vodiča kroz pojedine elemente baštine. Ekomuzej i drugi interpretativni centri lokalne baštine se u svijetu pokazao kao idealna kombinacija mjesta okupljanja zajednice, osvješćivanja vlastite baštine, te mjesta kontakta zajednice s posjetiteljima. Najčešće se ostvaruje kao kombinacija prezentacijskog središta koje služi kao ulaz u eko područje i razne druge sadržaje. U tom centru posjetitelj kroz turističku ponudu može doživjeti i iz prve ruke iskusiti elemente baštine područja.

Aktivnosti privatnog sektora u promociji prirodne baštine

Veći broj turističkih agencija organizira i nudi razne turističke aktivnosti s naglašenim doživljajem prirode. Najviše ih nudi „meke“ oblike ponude (npr. posjete i šetnje kroz zaštićena područja, lakše forme „pustolovnih aktivnosti“ u prirodi), a tek manji broj pionira nastoji razvijati i „tvrde“ oblike ponude, za posvećenije goste sa specijalističkim interesima (npr. agencija Valtours s ponudom vođenih tura promatranja ptica).

Dio specijaliziranih turističkih agencija razvio se iz ili surađuje s udrugama posvećenim zaštiti prirode i održivom razvoju (npr. prva hrvatska ekoturistička agencija Zlatna greda d.o.o., koju je osnovala udruga Zeleni Osijek, a u međuvremenu preporučio *Lonely Planet*, *National Geographic Traveler*, i dr.; Eko centar s Cresa, razne aktivnosti udruga BIOM, Sunce, i dr.).

Sustavni rad na jačanju kapaciteta turističkih operatera za nuđenje proizvoda „turizma u prirodi“ kroz redovnu suradnju s institucijama javnog sektora zaduženim za zaštitu prirode i institucijama s iskustvom u organizaciji te vrste turističke ponude u pionirskoj je fazi. Pokazni projekt te vrste aktivnosti je projekt „Pogled u divljinu“ kojeg provodi udruga BIOM u suradnji s javnim ustanovama za zaštićena područja s područja Ličko-senjske županije, te zelena NVU Lička ekološka akcija, kroz koju će se, između ostalog,

educirati tridesetak turističkih pratitelja za turizam u prirodi. Na sličnu temu zanimljiv je i projekt udruge Sunce u partnerstvu sa Ekološkom udrugom Krka Knin i tri županijske javne ustanove (JU) koji ima za ciljeve ostvariti suradnju sektora zaštite prirode i turizma te promociju aktivnog turizma u zaštićenim i Natura 2000 područjima Dalmacije⁵⁸.

HTZ ima program potpore projektima turističkih inicijativa i proizvoda na turistički nerazvijenim područjima, između ostaloga i s ciljem „aktiviranja neiskorištenih turističkih resursa i kreiranja novih motiva dolazaka turista na turistički nerazvijena područja, posebice u razdoblju pred i posezone“, u što redovno spadaju i projekti kojima se razvijaju razne vrste turizma utemeljenog na prirodnoj baštini.

3.1.5 Ocjene i smjernice iz Strategije razvoja turizma u RH do 2020. godine

Atraktivna prirodna baština prepoznata kao iznimni, a nedovoljno iskorišteni razvojni kapital turizma Hrvatske

Strategija konstatira da

- „... Ljepota krajolika i ekološka očuvanost elementi su ponude u kojima Hrvatska ima prednost u odnosu na konkurente“
- „unatoč iznimnom bogatstvu i brojnosti tih prirodnih, povijesnih i kulturnih atrakcija, tek je njihov manji broj turistički vrednovan i uključen u ukupnu destinacijsku ponudu, zbog nedostatne turističke infrastrukture.“

U analizi globalnog razvojnog konteksta i prilika za Hrvatsku, prepoznata je pojava „novog turista“ koji je „kupac životnih iskustava, doživljaja i priča, fizički i intelektualno aktivan, želi biti sudionikom težeći putovanjima koja će pridonijeti njegovu osobnom razvoju“, a kvalitetna interpretacija prirodne baštine nudi upravo takve vrste doživljaja.

Među turističkim proizvodima s izrazitom perspektivom razvoja izdvojen je veliki broj onih koji izravno koriste prirodnu baštinu (uključujući zdravstveni, ciklo, ruralni, pustolovni, ekoturizam, itd.).

Konkretnije, prepoznat je značaj ekoturizma čiji se udio procjenjuje na 3% međunarodnih odmorišnih putovanja, sa snažnim rastom između 10%-20% godišnje, dok je istovremeno „usprkos raspoloživosti, atraktivnosti i očuvanosti prirodnih resursa, ... u Hrvatskoj još (je) uvijek izrazito slabo razvijen. Posebno brine činjenica da je ekoturizam zapostavljen čak i u većini zaštićenih prirodnih lokaliteta“.

Smjernice za bolje korištenje prirodne baštine kroz razvoj održive i kompetitivne turističke ponude

Među razvojnim načelima istaknut je i „Inovativni tržišni nastup“, što uključuje „uspostavu imidža zemlje koja nudi ‘više od ljeta i više od sunca i mora’, *rebranding* Hrvatske temeljen na interpretiranju središnjeg identiteta Hrvatske kao ‘zemlje ljepote i ispunjenosti’, odnosno identitetskim i vrijednosnim obilježjima kao što su raznolikost, sadržajnost, autentičnost, očuvanost okoliša, bogatstvo vode te dobre hrane i vina, gostoljubivost i ljepota“. Važan element u tom *rebrandingu* ima kvalitetno interpretirana prirodna baština.

Pri tome se naglašava i aspekt očuvanja, odnosno da pozornost valja usmjeriti prema procjeni nosivog kapaciteta destinacije i odredišta te utvrđivanju prihvatljivih sadržaja turističke ponude, naročito na obali i otocima. U deset ključnih proizvodnih grupa na kojima će se graditi sustav turističkih proizvoda Hrvatske do 2020. uključene su i sve već spomenute vrste turizma u kojima doživljaj prirodne baštine

⁵⁸ <http://sunce-st.org/hr/projekti/priroda-dalmacije-partnerstvo-za-odrzivo-koristenje-zasticenih-dijelova-prirode-u-dalmaciji>

ima središnje mjesto, uključujući ekoturizam, ruralni i planinski, pustolovni i sportski turizam te cikloturizam.

Razvoj svih rečenih vrsta turizma predviđen je u nekoj od tri razine intenziteta – primarni, sekundarni, odnosno tercijarni proizvod – u svim regijama RH u kojima postoje resursne pretpostavke.

Dojam je međutim da je njihov razvojni potencijal te mogući značaj i udio u ukupnom turističkom proizvodu Hrvatske, a time i cjelokupnom imidžu Hrvatske kao destinacije, i veći od onoga što se iščitava u ciljevima u Strategiji⁵⁹. Uvažavajući atraktivnost prirodne baštine Hrvatske na agregatnoj razini, te njenu iznimnu raznolikost na relativno maloj površini, što i jest jedna od osnovnih komparativnih prednosti, čini se neupitnim da je potencijal prirodne baština veći od onoga kojeg prepoznaje Strategija.

Strategija prepoznaje osnovne parametre prirodne baštine u turizmu (npr. veliki dio teritorija unutar Natura 2000 ekološke mreže, te veliki broj NP, PP i drugih zaštićenih područja) te naročito naglašava kontekst smjernica za razvoj ekoturizma kao što je prikazano u Tablici 7.

Tablica 7. Smjernice za razvoj ekoturizma u Strategiji razvoja turizma RH do 2020.

<p>Nova izgradnja</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Stvaranje kritične mase zaokruženih ekoturističkih kompleksa/resorta (eko turistička naselja, eko kampovi, pojedinačni objekti) na području i/ili u neposrednoj blizini nacionalnih parkova, parkova prirode i drugih za to prikladnih lokacija u ruralnom okruženju, otocima i/ili zaštićenim prirodnim područjima (osobito planinska područja, područja vodotokova i močvarna područja odnosno lovišta, pod uvjetom da ih obilježavaju prihvatljivi mikroklimatski uvjeti). 2. Izgradnju u nacionalnim parkovima, parkovima prirode i drugim zaštićenim područjima potrebno je usuglasiti s nadležnim Ministarstvom
<p>Prioritetne mjere razvoja</p>	<ol style="list-style-type: none"> 3. Utvrđivanje maksimalnog broja istodobnih posjetitelja te prilagodba sustava obilaska nacionalnih parkova, parkova prirode i drugih zaštićenih područja uključujući i 'dane mirovanja'; 4. Utvrđivanje prikladnih sadržaja i veličine turističko-ugostiteljske ponude u nacionalnim parkovima, parkovima prirode i drugim zaštićenim područjima; 5. Podizanje razine kvalitete postojeće smještajne i druge uslužne ponude u nacionalnim parkovima, parkovima prirode i drugim zaštićenim područjima; 6. Definiranje modela funkcioniranja komercijalnih ugostiteljsko-turističkih sadržaja u nacionalnim parkovima te ostalim zaštićenim područjima (koncesije); 7. Uspostava suvremenih centara za posjetitelje uz ključne atrakcije s informativno-edukacijskim funkcijama; 8. Zoniranje ekoturističkih područja Hrvatske s ciljem uspostavljanja mreže lokaliteta s različitim razinama zaštite, sadržajima i iskustvima; 9. Stvaranje međunarodno prepoznatljivog ekoturističkog brenda
<p>Ostale mjere razvoja</p>	<ol style="list-style-type: none"> 10. Daljnji razvoj prostorne interpretacije; 11. Klastersko udruživanje lokalnih ponuđača različitih usluga;

⁵⁹ Npr. ekoturizam je tercijaran proizvod u Istri, SDŽ i DNŽ, iako sva tri područja imaju područja izrazito pogodna za razvoj ekoturizma, te nije dostupan u Zagrebu, iako Zagreb ima PP Medvednicu. Ruralni-seoski turizam je tercijaran u ŽŽ i DNŽ, iako prva ima Ravne Kotare i Velebit, a druga Konavle, Pelješac i druga područja s izrazitim potencijalom za razvoj te vrste turističke ponude.

proizvoda	12. Daljnji razvoj okolišno odgovorne ili 'zelene' rekreacijske infrastrukture
-----------	--

Iz smjernica se može iščitati naglasak na razvoju i dizanju kvalitete smještajnih i ugostiteljskih kapaciteta (A1, A3, A5); vođenju računa o održivosti i izbjegavanju negativnog utjecaja na prirodnu baštinu (A2, A3, A4); okrupnjavanju ponude kroz umrežavanje i stvaranje međunarodnog prepoznatljivog brenda (A8, A9); osiguravanju formalnog okvira za partnerstvo s privatnim sektorom (A6). Detaljnija analiza stanja i potreba provedena u kontekstu pripreme ovog plana sugerira da i mjere navedene pod „ostale“ mjere, također zaslužuju status prioriteta, naročito A11 – Klastersko udruživanje lokalnih ponuđača različitih usluga, koja je ključna za korištenje zaštićenog područja kao pokretača razvoja u široj regiji, te A10 i A12, bez kojih nema proizvoda, tj. interpretirane prirodne baštine.

Prepoznat je i pozitivan doprinos koji razvijanje ekoturističke ponude ima na ukupni imidž Hrvatske kao destinacije, i njenu atraktivnost među prethodno opisanim zahtjevnijim „novim turistima“.

3.1.6 Institucionalni okvir i ključni sudionici u kreiranju i provedbi Akcijskog plana

Slično kao i kod teme okolišne održivosti, i turističko vrednovanje prirodne baštine izrazito je multidisciplinarni i posljedično multisektorski problem, te je za uspjeh ključno uključivanje i učinkovita suradnja dionika iz svih relevantnih sektora i disciplina te integralni multidisciplinarni i multi-sektoralni pristup. Konkretno, za temu turističkog vrednovanja prirodne baštine, najznačajniji su:

- turizam i svi dionici vezani za turizam – od ministarstva, lokalne i područne/regionalne samouprave i relevantnih javnih ustanova, preko institucija u čijem djelokrugu je upravljanje destinacijom, svih vrsta pružatelja ugostiteljsko-turističkih usluga, njihovih cehovskih i strukovnih udruga (npr. UPUHH, UHPA, Udruga OMH, KUH, HGK zajednice, ...), akademskih institucija koje istražuju turizam (relevantni instituti i fakulteti), raznih relevantnih organizacija civilnog društva (ponajviše trenutno zelene udruge), do samih potrošača/turista;
- sektor zaštite prirode: Ministarstvo, DZZP, Javne ustanove za upravljanje zaštićenim područjima: 19 ustanova na nacionalnoj razini – ustanove koje upravljaju nacionalnim parkovima i parkovima prirode; 21 ustanova na županijskoj i 6 na lokalnoj razini – javne ustanove za upravljanje prirodnim vrijednostima na području županija, odnosno gradova i općina; Fond za zaštitu okoliša i energetska učinkovitost;
- potom sektori prostornog planiranja (Ministarstvo, županije, gradovi i općine) koji su nadležni za izradu i odobravanje prostornih planova i koji su jedan od glavnih instrumenata upravljanja i zaštite prirodne baštine; sektor poljoprivrede i ruralnog razvoja (Ministarstvo poljoprivrede) pod čijom ingerencijom je održivi ruralni razvoj, dio kojega je zaštita prirodne baštine koja čini dio tradicijskog ruralnog života (tradicijske sorte, pasmine, krajobrazi)
- te na kraju strukovne udruge koje se bave tematikom zaštite prirode i okoliša, kao i akademska zajednica prirodoslovnih znanosti.

Iskustva primjera najbolje prakse sugeriraju da su ključni faktori za uspjeh:

- uspješno motiviranje, mobiliziranje, organiziranje, umrežavanje, suradnja, vođenje i adaptivno upravljanje što je moguće potpunijeg skupa relevantnih dionika na lokalnoj razini, gdje se aktivnosti provode. Naročito je važna učinkovita suradnja
 - sektora zaštite prirodne baštine i turizma,

- suradnja institucije koja je nadležna za upravljanje zaštićenim područjem s lokalnom zajednicom, organizacijama civilnog društva zainteresiranima za očuvanje i održivo korištenje prirodne baštine, te privatnim sektorom koji je nositelj lokalnog ekonomskog razvoja,
- suradnja izvan granica zaštićenih područja, s ciljem da ono postane pokretač razvoja i ulazni portal u turističku ponudu šire regije;
- osiguravanje zakonskog okvira, potpore (savjetodavne, financijske, političke), koordinacije i platforme za razmjenu iskustava s nacionalne razine;
- transparentnost i prohodnost sustava što osigurava djelotvorno i učinkovito identificiranje i rješavanje problema koji se uočavaju tijekom provedbe.

Logični glavni nositelji, pokretači i koordinatori suradnje na lokalnoj razini, vezano uz vrednovanje turističke baštine koja je formalno zaštićena u nekoj od kategorija (bilo 9 kategorija prema Zakonu o zaštiti prirode, bilo kao dio Natura 2000 ekološke mreže) su Javne ustanove za upravljanje zaštićenim područjima, one osnovane na nacionalnoj i na županijskoj razini.

Glavni nositelji, pokretači i koordinatori suradnje na lokalnoj razini, vezano uz inicijative i aktivnosti oko sustavne zaštite i unapređenja stanja prirodne baštine koja nije formalno pod zaštitom, a kako je uvodno naglašeno, također značajno doprinosi i kvaliteti turističke destinacije i općem stanju okoliša i ekosustava u području, su tijela lokalne i područne (regionalne) samouprave i njihove TZ kao lokalne DMO.

3.2 RAZVOJNI PROBLEMI I POTREBE, KLJUČNI FAKTORI USPJEHA

Tablica 8 i 9 sumiraju prednosti i prepreke za razvoj turističke ponude temeljene na prirodnoj baštini kako ih vide dionici u sektoru. Sumarno, ocjene dane u participativnoj analizi potvrđuju onu danu u Strategiji, te one koje proizlaze iz analize stanja i trendova iz prethodnog poglavlja.

Među temeljnim prednostima prepoznati su:

- izniman razvojni kapital i komparativna prednost koju Hrvatska ima u bogatoj, raznolikoj i očuvanoj prirodnoj baštini te još uvijek živoj kulturnoj baštini ruralnih područja,
- značajni nedavni iskoraci u tempu ulaganja u infrastrukturu za bolje turističko vrednovanje prirodne baštine, te uspješniju tržišnu promociju uz nju vezane turističke ponude.

S druge strane, među temeljnim problemima i preprekama istaknute su činjenice:

- da je iznimni postojeći potencijal u velikoj mjeri još uvijek neiskorišten;
- da se taj potencijal erodira kroz pritiske na prirodnu baštinu i još brže procese nestanka tradicijskih načina življenja u ruralnim područjima;
- nedostatka suradnje na svim relacijama i preko svih „granica“: između zaštite i razvoja; između javnog, privatnog i civilnog sektora; „preko granice zaštićenih područja“; itd., te niz problema i koji iz ovoga slijedi, uključujući u prvom redu
 - neiskorištenost poduzetničkog i inovativnog potencijala privatnog sektora, neosviještenost i neinformiranost lokalne zajednice, te posljedično turističku ponudu značajno siromašniju od one koja bi bila moguća (tradicijskih proizvodi, usluge turizma posebnih interesa, i dr.).
 - rascjepkanost i posljedično slab potencijal za promoviranje i nuđenje proizvoda;

- niz manjkavosti u postojećem obliku turističke ponude (masovnost i posljedični pritisak na baštinu; niska razina kvalitete interpretacije i općenito turističke ponude; neefikasna naplata; nerazvijena turistička i komunalna infrastruktura; veliki broj nedostatnih planova upravljanja).

Tablica 8. Hrvatske prednosti za razvoj turističke ponude temeljene na prirodnoj baštini kako su ih identificirali ključni dionici

RESURS	<ul style="list-style-type: none"> ▪ velika površina pod zaštićenim i Natura 2000 područjima ▪ izražena raznolikost krajobraza, ekosustava, staništa i živog svijeta; dominiraju prirodni i organski kulturni krajobrazi ▪ atraktivnost flore, faune i ekosustava (bio i geo raznolikost); ▪ iznimna agrobioraznolikost, kao temelj za održavanje ekosustava, atrakcijsku osnovu, proizvodnju visoko kvalitetne hrane, stvaranje prepoznatljivih vrhunskih proizvoda i očuvanje nacionalnog identiteta i prepoznatljivosti; ▪ očuvanost krajobraza, ekosustava, staništa i živog svijeta (posebno u odnosu na razvijene zemlje zapadne Europe) ▪ autentičnost ruralnih zajednica koje imaju povijest suživota s prirodom, te vrijednu materijalnu i nematerijalnu kulturnu baštinu; ▪ blizina i prometna dostupnost zaštićenih područja (autocesta, zračne luke)
PONUDA i POTRAŽNJA	<ul style="list-style-type: none"> ▪ „zeleno“ je glavni motivacijski faktor dolaska u RH ▪ blizina i dostupnost velikih emitivnih tržišta; ▪ potencijal za raznovrsne turističke ponude (proizvodi ekosustava; poljoprivredni i drugi proizvodi; interpretacija prirodne baštine, posebne usluge: jahanje, i dr.).
UPRAVLJANJE RAZVOJEM	<ul style="list-style-type: none"> ▪ visok udio Natura 2000 područjima te područjima zaštite (8 NP, 11 PP, 2 RP); ▪ zadnjih 5 do 10 godina se intenziviraju investicije u sustav zaštite prirode (projekti KEC, COAST, NIP i PARCS te drugi projekti manjeg opsega) ▪ Uprava za zaštitu prirode ima 6 „velikih“ projekata spremno i 11 u pripremi za financiranje iz strukturnih fondova EU (posjetiteljska infrastruktura i interpretacija prirodne baštine) ▪ Zakonska rješenja daju okvir koji omogućuje kvalitetnije upravljanje: npr. inicijativa Zelene javne nabave, koja je već ugrađena u RH legislativu. ▪ unaprijeđena suradnja ministarstava zaduženih za zaštitu okoliša i prirode (MZOIP) i turističku valorizaciju (MINT). Jedan od rezultata je i dogovor oko kriterija za evaluaciju projektnih prijedloga za financiranje iz ESI fondova, koji zahtijevaju suradnju lokalnih dionika iz oba sektora (konkretnije: javnih ustanova za upravljanje zaštićenim područjima i lokalnih / regionalnih turističkih zajednica kao budućih DMO-a). ▪ u tijeku je ažuriranje prostornih planova, što omogućuje da se kroz obaveznu proceduru Strateške procjene utjecaja na okoliš osigura njihovo „ozelenjivanje“ u skladu s najboljom svjetskom praksom i trendovima. ▪ jedinstveni vizualni identitet Parkovi Hrvatske⁶⁰.

⁶⁰ <http://www.mzoip.hr/hr/ministarstvo/vijesti/ministar-zmajlovic-predstavio-jedinstveni-vizualni-identitet-zastite-prirode-parkovi-hrvatske.html>

Tablica 9. Problemi i prepreke za razvoj turističke ponude temeljene na prirodnoj baštini identificirane od strane ključnih dionika

RESURS	<ul style="list-style-type: none"> ▪ negativni trendovi u očuvanju prirode i bioraznolikosti (sukcesija, nestanak pojedinih vrsta ili smanjenje areala, nestanak agrobioraznolikosti, požari ...); ▪ izmjena prirodnih i organskih kulturnih krajobraza novom gradnjom ▪ lokalno stanovništvo i turistički djelatnici općenito slabo informirani o prirodnoj baštini. ▪ većina zaštićenih područja se nalazi u zoni ruralne periferije s lošim demografskim i gospodarskim pokazateljima; ▪ nestajanje tradicijskih načina življenja u ruralnim područjima
PONUDA i POTRAŽNJA	<ul style="list-style-type: none"> ▪ masovni turizam na uskom području glavnih atrakcija/prirodnih vrijednosti; ▪ nepostojeći, nedostatni ili neuvažavani Planovi upravljanja posjetiteljima (koji uvažavaju sezonsko ovisan nosivi kapacitet zona unutar područja i dr); ▪ nezadovoljavajući sustav naplate (postoje planovi za unapređenje u tom dijelu) ▪ slaba proizvodnja i dostupnost lokalno ili regionalno proizvedenih suvenira i prehrambenih proizvoda; ▪ slaba ponuda sadržaja za posjetitelje u zaštićenim područjima s naglaskom na interpretaciju prirodne baštine. Potrebna sustavna analiza ponude i potencijala parkova da unapređuju i razvijaju interpretaciju prirodne baštine. ▪ nedovoljna ponuda izvornih suvenira i prateće ponude (lokalne i autentične ponude). ▪ nedostatna analiza emitivnih tržišta s ciljem identificiranja novih mogućnosti i niša ▪ ne postoji standardna analiza zadovoljstva posjetitelja ▪ neiskorištena poduzetnička energija, motiviranost i inovativnost privatnog sektora u osmišljavanju atraktivnih turističkih proizvoda; neiskorišten potencijal okolnih područja i lokalne zajednice za razvoj atraktivnije i šire turističke ponude, kao posljedica nepostojanja šireg funkcionalnog partnerstva za razvoj turističke ponude u širem području ▪ nepovezana, rascjepkana ponuda (svaka mikrodestinacija razvija svoje rute, signalizaciju, brošure, karte, ...) , bez definiranog standarda kvalitete, te koju je nemoguće promovirati i plasirati na specijaliziranim tržišnim nišama,
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ nesustavna (nepostojeća, zbunjujuća, nekvalitetna, nevjerodostojna ...) prezentacija i promocija turističke ponude temeljene na doživljaju prirodne baštine, na svim razinama, od nacionalne do razine destinacija ▪ slaba razvijenost turističke infrastrukture i suprastrukture: posjetiteljskih centara, smeđe signalizacije, info punktova, skloništa za „foto ture“, jednostavni smještaj u divljini; specijaliziranih vođenja; ▪ nekvalitetna i neprimjerena komunalna infrastruktura u zaštićenim područjima, te nedovoljna primjena zelene gradnje u obnovi ili izgradnji infrastrukture javnih ustanova/zaštićenih područja; ▪ nepostojeći planovi upravljanja za veliki dio prirodne baštine (posebno one koja se upravlja sa županijske razine) ▪ nedostatni programi, projekti i publikacije za edukaciju i promociju o vrijednostima prirode; ▪ nepostojanje sustavnog poticanja eko turističkih projekata na zaštićenim

<p>UPRAVLJANJE RAZVOJEM</p>	<p>područjima te programa očuvanja tradicijske poljoprivrede na zaštićenim područjima;</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ nedovoljan broj temeljnih znanstvenih i stručnih istraživanja prirode te odnosa turizma i prirode; ▪ nedostatak motivacije, volje i vremensko-ljudskih resursa za dublju međusektorsku suradnju – rizik konflikta između zaštite i razvoja; rizik od blokade razvoja i rasta frustriranosti sustavom zaštite prirode i održivog korištenja (Natura 2000) i njegove posljedične neučinkovitosti ▪ ograničeni ljudski i organizacijski kapaciteti u nadležnim upravljačkim i provedbenim tijelima ▪ općenito niska razina motivacije, volje i prakse dijaloga i suradnje: „preko granica parka“, između dionika javnog, privatnog, civilnog sektora; između sektora zaštite i razvoja. Npr. standardno obrazloženje za „neuključivanje“ lokalnih proizvoda u ponudu javnih ustanova je da one, kao obveznice Javne nabave, moraju kupovati najjeftinije ponuđene proizvode, a ti najčešće nisu lokalni. Međutim, to obrazloženje ne uvažava inicijativu poticanja Zelene javne nabave, pretpostavke za koju su već ugrađene i u RH legislativu, na način da se dopušta uzimanje u obzir ekoloških osobina proizvoda prilikom odabira ekonomski najpovoljnije ponude. Alternativno, kroz suradnju se mogu osmisliti „robne marke“ koje će se nuditi, a koje zahtijevaju proizvode proizvedene prema precizno definiranim pravilima tradicijske lokalne proizvodnje. ▪ niska razina suradnje između zaštićenih područja (neiskorištene mogućnosti da ona popularnija služe kao „ulaz i smjerokaz“ za ona manje posjećena i sl.)
------------------------------------	--

Ključni faktori uspjeha

Iz navedenih mogućnosti i prepreka, te svjetskih i EU iskustava i smjernica, mogu se formulirati sljedeći ključni faktori uspjeha:

- praćenje, mjerenje i unapređenje kvalitete i sveobuhvatnosti održivog turističkog vrednovanja prirodne baštine;
- turističko vrednovanje prirodne baštine tako da od njega svi dionici (turizam, posjetitelji, zajednica) imaju održivu korist;
- funkcionalna lokalna partnerstva između svih sektora (javnog, privatnog, civilnog), kroz koja će se u većoj mjeri mobilizirati privatni i civilni sektor, te podići kvaliteta i bogatstvo turističke ponude;
- ulaganja u razvoj neophodne turističke i komunalne infrastrukture koja će osigurati uspješnu interpretaciju baštine te njezino očuvanje od neželjenih utjecaja turizma (u trenutnim uvjetima proračunskih ograničenja, u prvom redu iz EU fondova);
- kvalitetna interpretacija turističke baštine;
- daljnji razvoj upravljačkih kapaciteta u planiranju i razvoju turizma temeljenog na prirodnoj baštini;
- standardizirana kvaliteta, umrežavanje turističkih proizvoda i promocija na ciljanim emitivnim tržištima;
- učinkovite mjere očuvanja, revitalizacije i suvremene interpretacije tradicijske kulturne baštine ruralnih područja (kroz širu promociju interpretativnih centara lokalne baštine, npr. ekomuzeja).

3.3 VIZIJA I CILJEVI

VIZIJA:

HRVATSKA JE PREDVODNICA EUROPSKOG TURIZMA PRIRODNE BAŠTINE

Hrvatska je park Europe. Predstavljena u svojem bogatstvu, posebnosti i raznolikosti, ona je nezaobilazna destinacija za sve koji „pune baterije“ prirodom s naglaskom na one koji žele sudjelovati u ponudi turizma posebnih interesa. Zaštićena prirodna baština jest pokretač održivog razvoja turizma i održivog ruralnog razvoja te prožima, urešuje i čuva prepoznatljive mirise, boje, zvukove i okuse svih turističkih destinacija.

U skladu s navedenim prepoznavanjem potencijala što ga prirodna baština ima u ukupnom brendiranju Hrvatske kao destinacije ovaj akcijski plan želi:

- postaviti okvir i inicirati učinkovite modele upravljanja za sustavni rad na očuvanju i turističkom vrednovanju prirodne baštine u svim njenim segmentima;
- razviti, umrežiti i promovirati vrhunsku turističku ponudu raznih vidova turizma posebnih interesa s doživljajem prirodne baštine kao značajnim elementom.

CILJEVI su:

- C1: Kontinuirano i sustavno unaprijeđivati turističko vrednovanje prirodne baštine u turizmu RH
- C2: Razviti turističku ponudu unutar i u okolici NP i PP.
- C3: Očuvati i turistički vrednovati zaštićenu prirodnu baštinu na regionalnoj i lokalnoj razini (izvan NP i PP).
- C4: Na razini turističkih destinacija (izvan NP i PP) osvijestiti važnost prirodne baštine, doprinijeti njenoj zaštiti i unapređenju te je primjereno staviti u funkciju unapređenja održivog turizma destinacija.
- C5: Podići konkurentnost i prepoznatljivost Hrvatske kao vrhunske destinacije za razne oblike turizma posebnih interesa s doživljajem prirodne baštine kao značajnim elementom.

3.4. PROGRAMI I MJERE ZA UNAPREĐENJE TURISTIČKOG VREDNOVANJA PRIRODNE BAŠTINE RH

Pretpostavka za uspješnu provedbu programa je pokretanje provedbe Akcijskog plana kao trajnog procesa adaptivnog upravljanja. Programi su strukturirani na način da se sa svakim programom osigurava postizanje specifičnih ciljeva. Važno je međutim naglasiti da oni tek u sinergiji osiguravaju postizanje glavnog cilja, a to je jačanje kapaciteta i pokretanje sustavnog i proaktivnog rada na svim segmentima prirodne baštine – od one zaštićene na nacionalnoj razini, do one koja čini atrakciju i resurs destinacije – te razvoj svih elemenata potrebnih za uspješno očuvanje i konačnu turističku afirmaciju prirodne baštine. Tablica 10 daje pregledni prikaz programa i mjera za unapređenje turističkog vrednovanja prirodne baštine RH. Programi direktno koreliraju s ciljevima pa je tako npr. cilj C1 vezan za Program P1 i mjere P1.1. i td.

Tablica 10. Programi i mjere za unapređenje turističkog vrednovanja prirodne baštine RH

PROGRAM	MJERE
P1. Kontinuirano i sustavno unapređenje turističkog vrednovanja prirodne baštine u turizmu RH	<ol style="list-style-type: none"> 1. Formiranje Radne grupe za provedbu Akcijskog plana (str. 63.). 2. Uspostava kataloga prirodne baštine (i veze na tradiciju / kulturu), s informacijom (narrativ, foto, video) u formatu prikladnom za korištenje u interpretaciji u turizmu (str. 64.). 3. Izrada edukativnih materijala koji će pružateljima ugostiteljsko – turističkih usluga pomoći u osmišljavanju i pružanju usluga temeljenih na prirodnoj baštini (npr. priručnik za promatranje ptica; priručnik za interpretaciju bioraznolikosti podmorja za ronilačke centre; i sl.) (str. 65.). 4. Edukativne radionice iz interpretacije prirodne baštine u turizmu za trenutne i buduće turističke pratitelje / voditelje, amatere, članove zelenih udruga. Izrada trening materijala koji omogućavaju osnovnu informaciju i barem djelomičnu samostalnu on-line edukaciju (str. 66.). 5. Nagrada za postignuća u razvoju održivog turizma temeljenog na prirodnoj baštini (str. 66.).
P2. Razvoj održive turističke ponude unutar i u okolici NP i PP	<ol style="list-style-type: none"> 1. Formiranje formalnih partnerstva s lokalnom zajednicom i dionicima iz turizma te strateško planiranje razvoja turističke ponude u i oko zaštićenog područja (str. 67.). 2. Priprema i provedba projekata razvoja turističke infrastrukture unutar parkova (posjetiteljski centri, staze, signalizacija, skloništa za promatranje prirode) (str. 67.). 3. Razvoj raznovrsnih inovativnih vidova turističke ponude turizma posebnih interesa s doživljajem prirodne baštine kao značajnim elementom (str. 68.). 4. Povezivanje ponude unutar parka s turističkom ponudom izvan parka; Plasman lokalnih tradicijskih proizvoda s pričom kroz turističku ponudu parka (str. 69.) .
P3. Očuvanje i turističko vrednovanje zaštićene prirodne baštine	<ol style="list-style-type: none"> 1. Formiranje formalnih partnerstva s lokalnom zajednicom i dionicima iz turizma te strateško planiranje razvoja turističke ponude, za sva zaštićena područja unutar županije (npr. koristeći formu Suradničkih vijeća i/ili foruma iz ECST-a) (str. 70.). 2. Priprema i provedba projekata razvoja turističke infrastrukture unutar parkova (posjetiteljski centri, staze, signalizacija, skloništa za promatranje prirode) (str.

<p>na regionalnoj i lokalnoj razini - izvan NP i PP (županijske JUUZPV)</p>	<p>71.). 3. Razvoj raznovrsnih inovativnih vidova turističke ponude u turizmu posebnih interesa s doživljajem prirodne baštine kao značajnim elementom (na područjima županijske JUUZPV) (str. 71.).</p>
<p>P4. Na razini destinacija očuvati, unaprijediti i turistički vrednovati prirodnu baštinu izvan zaštićenih područja</p>	<p>1. Osvješčivanje, očuvanje, revitalizacija i predstavljanje / interpretacija baštine (uključujući i prirodnu i kulturnu, i njihovu organsku povezanost u tradiciji ruralnih područja) kroz uspostavu interpretativnih centara lokalne baštine (str. 72.) . 2. Očuvanje i unapređenje prirodne baštine unutar destinacije: revitalizacija zelene infrastrukture, prvenstveno kroz hortikulturno uređenje autohtonim biljkama (mjera uključena i u Akcijski plan za unapređenje okolišne održivosti – vidi Mjeru P2.4.).</p>
<p>P5. Marketing i promocija prirodne baštine i na njoj temeljene turističke ponude</p>	<p>1. Stvaranje kritične mase i kvalitete ponude raznih vidova turizma posebnih interesa koja omogućava međunarodnu promociju na specijaliziranim tržištima za te vrste turizma (str. 73.). 2. Izrada portala radnog naziva „Hrvatska – park Europe“ (str. 74.). 3. Promocija na međunarodnim turističkim sajmovima i kroz organizaciju događanja visoke vidljivosti (str. 75.) . 4. Umrežavanje ponude unutar Hrvatske te sa srodnom ponudom u susjednim zemljama (str. 76.) . 5. Poticanje afirmiranja vrijedne prirodne baštine (str. 77.).</p>

Mjera P1.1.	Formiranje Radne grupe za provedbu Akcijskog plana
Opis	<p>Formirati Radnu grupu Akcijskog plana (u čijem sastavu bi trebalo uključiti ili omogućiti komunikaciju s neovisnim stručnjacima) te pokrenuti trajni proces kontinuiranog praćenja i unapređivanja stanja, trendova i učinaka u skladu sa smjernicama Strategije razvoja turizma.</p> <p>Zadaće Radne grupe za provedbu plana uključuju:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Pripremu i usvajanje Godišnjeg plana rada, kojim će se detaljno odrediti aktivnosti, odgovorni nositelji, rokovi, izvori i dinamika financiranja za sljedeću godinu; ▪ Po potrebi, ažuriranje Akcijskog plana mjerama (dopunama / izmjenama) kojima će se prilagoditi promijenjenim i novim okolnostima, potrebama i mogućnostima; ▪ Pripremu, analizu i usvajanje zaključka o Izvješću o stanju, trendovima i učincima provedbe plana razvoja zelenog turizma u segmentu koji se tiče turističkog vrednovanja prirodne baštine; ▪ Identificiranje relevantnih podataka i istraživanja koja tematiziraju pitanja zaštite prirode i turizma posebno iz područja upravljanja posjetiteljima u zaštićenim područjima, nosivog kapaciteta, istraživanja zadovoljstva posjetitelja, praksi interpretacije baštine u turizmu i sl. <p>Za uspješnost provedbe ključna je suradnja između više razine, koja osigurava poticajno i podržavajuće okruženje, te niže razine, gdje se mjere provode te s koje dolaze informacije potrebne za kvalitetne ocjene stanja, trendova, problema i mogućnosti.</p> <p>Akcijski plan treba provoditi na adaptivan način koji će uvažiti promjene prilika razvojnog okruženja, te prepoznavati i nagrađivati interes, inicijativu i izvrsnost.</p>
Rezultat	Adaptivno upravljani proces kontinuiranog unapređenja vrednovanja prirodne baštine unutar turizma; sve jasnija „slika stanja, problema, mogućnosti“, sve jača umreženost i partnerstvo dionika, te na njima temeljena rastuća sposobnost djelotvornog i učinkovitog djelovanja.
Dionici	MINT i svi drugi glavni dionici identificirani ovim Akcijskim planom
Razdoblje	2016., trajno
Financiranje	MINT

Mjera P1.2.	Uspostava „Turističkog kataloga prirodne baštine RH“
Opis	<p>Cilj ove mjere je osigurati lako dostupnu i vjerodostojnu informaciju o prirodnoj baštini RH, u formatu koji je čini lako upotrebljivom u raznim kontekstima interpretacije i turističke ponude – „Turistički katalog prirodne baštine RH“⁶¹.</p> <p>Katalog bi činio jedan element Informacijskog sustava zaštite prirode (ISZP) uspostavljen kao zasebni web servis, dostupan za korištenje bez naknade – ali uz obavezno navođenje izvora, što doprinosi i vjerodostojnosti informacije – svim dionicima u turizmu, kao i najširoj zainteresiranoj javnosti.</p> <p>Točan sadržaj kataloga, kao i format u njega uključenih stavki, detaljno će zajedno odrediti stručnjaci iz sektora zaštite prirode i sektora turističke interpretacije, uz savjetovanje sa stručnjacima iz kreativnih industrija.</p> <p>Katalog treba omogućavati pretraživanje po regiji i području kako bi bio lakši za upotrebu dionicima u turizmu, te pregled postojećih i budućih mogućih oblika posjećivanja.</p> <p>Osim prirodne baštine, katalog treba uključivati i uputnice na tradiciju – kulturu suživota čovjeka i opisane prirodne baštine – uključujući tradicijske sorte i pasmine, i najpoznatija iz njih dobivana dobra.</p> <p>Katalog bi trebao uključivati narativni, foto, video i audio materijal.</p> <p>Katalog bi trebalo trajno nadograđivati, a prioritet sadržajnog „punjenja“ će definirati stručni tim. U prvoj fazi bi se napravio pilot prototip za jednu RH turističku regiju. Potom bi se, koristeći stečena iskustva, isto apliciralo za sve druge regije u razini dovršenosti koja omogućava korištenje.</p>
Rezultat	<p>U prvoj fazi: Pilot Turistički katalog prirodne baštine za jednu turističku regiju / županiju. U drugoj fazi: Uspostavljena inicijalna (minimalna operativna) verzija turističkog kataloga prirodne baštine za cijelo područje RH. U trećoj fazi: trajno ažuriranje i dopunjavanje kataloga.</p>
Dionici	<p>MZOIP, MINT, DZZP, JUNP, JUPP, županijske JU, neovisni stručnjaci iz relevantnih područja, organizacije civilnog društva koje se bave istraživanjem i očuvanjem prirodne baštine</p>
Razdoblje	<p>Prva faza: 2017.; Druga faza: 2018.; Treća faza: 2019. - trajno</p>
Financiranje	<p>MZOIP, MINT, DZZP, EU Fondovi 2014.-2020.</p>

⁶¹ Važna sastavnica kvalitetne turističke ponude temeljene na doživljaju prirodne baštine je kvalitetna interpretacija te baštine, a važna sastavnica kvalitetne interpretacije je kvalitetna „priča“, odnosno informacija. Trenutno se u Hrvatskoj prečesto koristi informacija koja je na neki način nezadovoljavajuća bilo da je: nevjerodostojna, pretjerano štura ili opsežna, pretjerano „tehnička“ ili općenito neprilagođena i neinteresantna ciljnoj grupi, vizualno siromašna, neatraktivna, itd. Uz to, način na koji se ona generira je skup, jer se za svaku novu potrebu, informacija mora iznova tražiti i platiti.

Mjera P1.3.	Izrada edukativnih materijala koji će pružateljima ugostiteljsko – turističkih usluga pomoći u osmišljavanju i pružanju usluga temeljenih na prirodnoj baštini
Opis	<p>Kroz suradnju stručnjaka zaštite prirode / biologa – specijalista za pojedina staništa, stručnjaka za interpretaciju prirode te ponuditelja turističkih usluga raznih tipova turizma u kojima je doživljaj prirode značaja element (vidi poglavlje 3.1.1):</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ utvrditi potrebe i interes za izradu edukativnih materijala (priručnika za voditelje, vodiča za posjetitelje); ▪ izraditi materijale. <p>Na temelju preliminarne analize, potencijalni priručnici su:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ priručnik „Ne ostavljajte tragove“ kojim bi se kapaciteti turističkih vodiča (pogotovo onih vezanih za prirodu) podigli kroz znanja i vještine kojima će prevenirati i/ili smanjiti negativne tragove čovjekova boravka u prirodi. ▪ priručnik za promatranje ptica, napravljen prema standardima po kojima se takvi priručnici rade za druge svjetske destinacije, a na način da pokriva 20 - 30 najatraktivnijih lokaliteta za promatranje ptica na cijelom području RH; ▪ priručnik za interpretaciju bioraznolikosti podmorja za ronilačke centre / vodič podmorjem za turiste (pilot je već napravljen za područje ŠKŽ); ▪ Floristički priručnik s najčešćim vrstama biljaka u nekom području; ▪ Specifični priručnici (na tragu već postojećih koji tematiziraju bioraznolikost u gradovima, prepoznavanje vrste stabala, i sl.) ▪ Katalozi tradicijskih sorti i pasmina raznih područja RH. Pilot je napravljen za područje Dalmacije⁶², a potrebno je izraditi još barem 3 kataloga: Istra i Primorje, Slavonija i Baranja te kontinentalna Hrvatska. Monografije su vrijedni izvor „priča“ i ideja za „proizvode s pričom“ za sve pružatelje usluga ruralnog turizma stoga svrha mora biti i stvaranje popularne verzije za interpretaciju. ▪ Regionalni integralni prirodoslovni vodiči: npr. Prirodoslovni vodič po Istri, s opisom najvažnijih geoloških lokacija, staništa (šume, obale, špilje ...), flore, mikrobiota, faune, i sl.
Rezultat	Razvijeni priručnici / vodiči
Dionici	MINT; DZZP / MZOIP; HTZ; DMO; organizacije civilnog društva koje se bave istraživanjem i očuvanjem prirodne baštine i ruralne tradicije; razne cehovske udruge pružatelja usluga turizma posebnih interesa, putničke agencije i drugi zainteresirani
Razdoblje	2017. – trajno
Financiranje	MINT, HTZ, EU Fondovi 2014.-2020., MZOIP, FZOEU

⁶² www.hr.undp.org/content/croatia/hr/home/library/environment

Mjera P1.4.	Edukativne radionice iz interpretacije prirodne baštine u turizmu za trenutne i buduće turističke pratitelje / voditelje, zaljubljenike amatere i članove zelenih udruga. Izrada materijala koji omogućavaju osnovnu informaciju i barem djelomičnu samostalnu on-line edukaciju
Opis	<p>Kvalitetna interpretacija ključni je element kvalitetne turističke ponude koja uključuje i doživljaj prirode. Iako u RH već postoje značajni stručni kapaciteti i primjeri dobre prakse (npr. većina javnih ustanova provodi aktivnosti jačanja vlastitih kapaciteta za kvalitetnu interpretaciju prirodne baštine; pri Filozofskom fakultetu u Zagrebu održavaju se diplomski smjerovi muzeologija i upravljanje baštinom; itd.), nedostaje kvalitetna, praktično orijentirana edukacija, prilagođena potrebama turističkih vodiča koji su zainteresirani dopuniti svoje znanje i vještine u interpretiranju prirodne baštine.</p> <p>Cilj je izraditi jednostavni strukovni <i>curriculum</i> za osnovno osposobljavanje za interpretaciju prirodne baštine i ublažavanje negativnih utjecaja, te ga učiniti dostupnim kao paket/modul za samo edukaciju.</p>
Rezultat	Izrađen stručni <i>curriculum</i> , održane pilot radionice, izrađeni materijali za samostalno učenje, koji uključuju i video-materijale predavanja održanih u sklopu pilot radionice.
Dionici	MZOIP, MINT, DMO, DZZP, JUNP, JUPP, sektor obrazovanja, organizacije civilnog društva koje se bave istraživanjem i očuvanjem prirodne baštine, strukovne muzeološke udruge i stručnjaci, UHPA
Razdoblje	2017. trajno
Financiranje	EU Fondovi 2014.-2020., MZOIP, MINT, FZOEU, DZZP

Mjera P1.5.	Nagrada za postignuće u razvoju održivog turizma temeljenog na prirodnoj baštini
Opis	<p>Natječaj i nagrada su standardni instrumenti kojima se prati postojeća praksa i promovira najbolja praksa.</p> <p>Ministarstvo (MZOIP) bi trebao poticati JU na sudjelovanje u tom procesu, kao jedan od instrumenata poticanja i kontrole nad proaktivnošću i kvalitetom upravljanja JU.</p> <p>Potencijalne kategorije za nagradu: NP i PP; JUUZPV; pojedinačni pružatelj ugostiteljsko-turističkih usluga.</p>
Rezultat	Promocija najbolje prakse u turističkom vrednovanju prirodne baštine, odnosno upravljanju razvojem turizma temeljenog na prirodnoj baštini
Dionici	MZOIP, MINT, HTZ, DMO, svi dionici koji se kandidiraju
Razdoblje	2016., trajno
Financiranje	MZOIP, MINT, HTZ, DMO

Mjera P2.1.	Formiranje formalnih partnerstva s lokalnom zajednicom i dionicima iz turizma te strateško planiranje razvoja turističke ponude u i oko zaštićenog područja
Opis	Na osnovu postojeće dobre prakse u JU gdje su se formirala suradnička vijeća ili forumi (prema ECST) metodologiji – uspostaviti formalno partnerstvo radi izrade i provedbe planova održivog turizma (POT) na razini zaštićenih područja. Aktivnosti partnerstva trebaju uzeti u obzir slijedeće teme: analizu prioriteta, izrada POT-a, osiguravanje provedbe uz mjerljive pokazatelje, nosivi kapacitet, upravljanje posjetiteljima, rad na unapređenju turističkih proizvoda, smještaj, gastronomija, sport i rekreacija, očuvanje krajobraza, marketing, komunikacija i suradnja s dionicima, edukacija i interpretacija, posjetiteljska infrastruktura i sl.
Rezultat	Svi NP i PP u Hrvatskoj primjenjuju istu metodologiju za uspješni razvoj održivog turizma na svojim područjima i u okolnom ruralnom prostoru. Na taj način će se ujedno i ažurirati planovi upravljanja u vrlo važnom segmentu turizma, što je zakonska obveza svakih 10 godina. Ključno je što će se ovom aktivnošću stvoriti okvir za dokidanje trenutno glavne razvojne prepreke: pomanjkanje komunikacije i suradnje među svim dionicima koji su važni za uspješan turistički razvoj destinacije u i oko NP-ova i PP-ova. MINT, županijske i lokalne TZ trebaju sudjelovati na način da osiguravaju inpute i potporu (tehničku i financijsku) prema svojim godišnjim planovima i programima (javni pozivi i sl.)
Dionici	MINT, županijske i lokalne TZ, JUNP i JUPP uz tehničku pomoć MZOIP-a, postojeći i potencijalni zainteresirani dionici sukladno ECST metodologiji
Razdoblje	2016. i dalje
Financiranje	JUNP, JUPP, EU Fondovi 2014 - 2020.

Mjera P2.2.	Priprema i provedba projekata razvoja turističke infrastrukture unutar parkova (posjetiteljski centri, staze, signalizacija, skloništa za promatranje prirode,...)
Opis	<p>Primjerena infrastruktura potrebna je radi minimiziranja negativnih utjecaja posjetitelja na prirodnu baštinu, kao i radi njihove sigurnosti (staze, signalizacija i sl.) te za potrebe interpretacije prirodne baštine (posjetiteljski centri, skloništa i sl.)</p> <p>U tijeku je priprema ili je već pripremljen značajan broj projekata za unapređenje turističke infrastrukture unutar NP i PP-ova koji bi se trebali financirati iz OPKK PO 6. Proces pripreme projekata nastavlja se i nakon iscrpljenja raspoloživih sredstava. Infrastruktura treba biti primjer izvrsnosti održivog dizajna, kao i održivih tehnoloških rješenja (permakultura, zelena gradnja i arhitektura, energetska učinkovitost, OIE, eko sanitarije i sl.) kako bi se ostvario dvostruki cilj: prevencija onečišćenja i promocija održivih praksi u graditeljstvu. Ta rješenja su posebno pogodna za potrebe posjetiteljske infrastrukture u udaljenijim područjima koja nemaju osiguran priključak na mreže komunalne infrastrukture.</p>
Rezultat	Značajno unaprijeđena infrastruktura za posjetitelje u NP i PP-ima.
Dionici	MZOIP MINT / FZOEU, JUNP i JUPP, FZOEU, , organizacije civilnog društva koje se bave istraživanjem i očuvanjem prirodne baštine
Razdoblje	2016 - 2020.
Financiranje	EU Fondovi 2014 - 2020., FZOEU, JUNP, JUPP, MINT

Mjera P2.3.	Razvoj raznovrsnih inovativnih vidova turističke ponude turizma posebnih interesa s doživljajem prirodne baštine kao značajnim elementom (na područjima NP-a, PP-e)
Opis	<p>Snažnije uključivanje civilnog sektora uz osiguran nadzor javnog sektora ima značajan potencijal za unapređenje raznovrsnosti, inovativnosti i učinkovitosti u pružanju usluge. Kroz partnerstvo uspostavljeno između ustanova odgovornih za zaštitu i upravljanje zaštićenim područjima (NP i PP) i potencijalnih pružatelja turističkih usluga generirat će se ključni legislativni ili formalni problemi te ideje za razne vidove turističke ponude koje se mogu osmisliti i kroz suradnju s drugim europskim zaštićenim područjima i ekspertima.</p> <p>Za te ideje je važno: da ne ugrožavaju prirodnu baštinu i da se uklapaju u ukupni imidž destinacije; da su sigurne i atraktivne za posjetitelje; da ispunjavaju i po mogućnosti nadilaze sve standarde očekivane razine kvalitete doživljaja; da imaju integriranu izvrsnu interpretaciju prirodne baštine.</p> <p>U fazi implementacije projekta treba osigurati nadzor nad provedbom u skladu sa svime dogovorenim u fazi osmišljavanja.</p> <p>Važno je osigurati komplementarnost razvijane turističke ponude kako bi se osigurala cjelovitost doživljaja. Raznovrsnost je dodatna kvaliteta koju treba nastojati postići, radi izbjegavanja zagušenja, odnosno korištenje što šireg prostora i što duže sezone.</p>
Rezultat	Razvijena turistička ponuda raznih vidova turizma posebnih interesa s doživljajem prirodne baštine kao značajnim elementom, u skladu s najvišim svjetskim standardima kvalitete
Dionici	MINT, HTZ, županijske i lokalne TZ-e (DMO), JUNP, JUPP, DZZP, organizacije civilnog društva koje se bave istraživanjima i očuvanjem prirodne baštine
Razdoblje	2016., trajno
Financiranja	JUNP, JUPP, EU Fondovi 2014 - 2020., koncesionari (privatni sektor), zelene NVU s njihovim sadržajima, HTZ, MINT

Mjera P2.4.	Povezivanje ponude unutar parka s turističkom ponudom izvan parka, te plasman lokalnih tradicijskih „proizvoda s pričom“ kroz turističku ponudu parka
Opis	Zaštićena područja koja se u značajnoj mjeri financiraju i iz javnih sredstava trebaju aktivno doprinosti održivom razvoju u okolnom području. Povezivanjem ponuda u parku i izvan njega, uz osiguravanje zahtijevane razine kvalitete i tipa ponude, turistička ponuda u okolici stječe veće i kvalitetnije tržište, a zaštićeno područje izbjegava zagušenje. Plasiranje tradicijskih proizvoda podiže kvalitetu i prepoznatljivost ponude unutar parka, a stvara tržište spremno platiti višu cijenu za „proizvode s pričom“ iz tradicijske proizvodnje. Identificiranje mogućnosti povezivanja te vrsta, količina i zahtijevane kvalitete proizvoda, važne su teme koje bi se trebale diskutirati u okviru tzv. Foruma za turizam parka, koji zajednički planira razvoj turizma u parku (prema ECTS metodologiji).
Rezultat	Unapređenje kvalitete i raznovrsnosti turističke ponude parka; doprinos parka održivom razvoju okolnog područja, naročito očuvanju tradicije suživota čovjeka i prirode u regiji u kojoj je park
Dionici	Ministarstvo regionalnoga razvoja i fondova Europske unije, Ministarstvo gospodarstva, Ministarstvo poduzetništva i obrta, Ministarstvo poljoprivrede, MINT, MZOIP, županijske i lokalne TZ, JUNP, JUPP, dionici iz okolnog područja, formalna suradnička tijela (forum, savjetodavna/suradnička vijeća), HGK, Obrtnička komora, Poljoprivredno savjetodavna služba.
Razdoblje	2016., trajno
Financiranje	JUNP, JUPP, partneri iz privatnog sektora, EU Fondovi 2014 - 2020.

Mjera P3.1.	Formiranje formalnih partnerstva s lokalnom zajednicom i dionicima iz turizma te strateško planiranje razvoja turističke ponude, za sva zaštićena područja unutar županije (npr. koristeći formu Suradničkih vijeća i/ili foruma iz ECST-a)
Opis	<p>Na osnovu postojeće dobre prakse u JU gdje su se formirala suradnička vijeća ili forumi (prema ECST) metodologiji, uspostaviti formalno partnerstvo radi izrade i provedbe planova održivog turizma (POT) na razini zaštićenih područja. Aktivnosti partnerstva trebaju uzeti u obzir sljedeće teme: analizu prioriteta, izrada POT-a, osiguravanje provedbe uz mjerljive pokazatelje, nosivi kapacitet, upravljanje posjetiteljima, rad na unapređenju turističkih proizvoda, smještaj, gastronomija, sport i rekreacija, očuvanje krajobraza, marketing, komunikacija i suradnja s dionicima, edukacija i interpretacija, posjetiteljska infrastruktura i sl.</p> <p>Prioritetno će se proces provesti za dijelove prirodne baštine za koje već postoji značajan interes, odnosno za ona područja za koja se na temelju preliminarnе analize mogućnosti ocijeni da postoji izraženiji neiskorišteni potencijal za turističko vrednovanje.</p> <p>Valja napomenuti da je za pojedina posebno vrijedna područja, lokalna uprava formirala lokalne JU za upravljanje (npr. Rezervat Lokrum, Park šuma Marjan, JU Kamenjak, JU Rakovica, Pećinski park Grabovača i Arboretum Trsteno). U tim slučajevima formalna partnerstva i strateško planiranje turističke ponude treba organizirati između postojećih lokalnih JU i dionika u turizmu.</p>
Rezultat	<p>Sve županijske JUUZPV u Hrvatskoj primjenjuju istu metodologiju za uspješni razvoj održivog turizma na svojim područjima i u okolnom ruralnom prostoru, metodologiju koja je prepoznata kao najbolja europska i svjetska praksa.</p> <p>MINT, županijske i lokalne TZ trebaju sudjelovati na način da osiguravaju upute i potporu (tehničku i financijsku) prema svojim godišnjim planovima i programima (javni pozivi i sl.)</p>
Dionici	MINT, županijske i lokalne TZ, JUUZPV, lokalne JU, uz tehničku pomoć koju osigurava/sufinancira MZOIP-a / svi postojeći i potencijalni zainteresirani dionici sukladno ECST metodologiji, organizacije civilnog društva koje se bave istraživanjem i očuvanjem prirodne baštine
Razdoblje	2016. dalje.
Financiranje	JUUZPV, EU Fondovi 2014 - 2020.

Mjera P3.2.	Priprema i provedba projekata razvoja turističke infrastrukture u zaštićenim područjima (posjetiteljski centri, staze, signalizacija, skloništa za promatranje prirode ...)
Opis	Mjera istovjetna Mjeri P.2.2. (str 67.), ali za zaštićena područja NEM i Natura 2000 koja nisu NP i PP. Jedina specifičnost je što izvan NP i PP, u područjima u kojima ne postoji primjereno kapacitirana Javna ustanova, ulogu nositelja u projektima razvoja infrastrukture mogu imati i dugoročni koncesionari.
Rezultat	Značajno unaprijeđena infrastruktura za posjetitelje
Dionici	MINT, FZOEU, lokalna uprava i samouprava, županijske i lokalne TZ-e, županijske JUUZPV, lokalne JU, FZOEU, MZOIP, organizacije civilnog društva koje se bave istraživanjem i očuvanjem prirodne baštine
Razdoblje	2016. trajno
Financiranje	OPKK PO 6, FZOEU, JUNP, JUPP, MINT

Mjera P3.3.	Razvoj raznovrsnih inovativnih vidova turističke ponude turizma posebnih interesa s doživljajem prirodne baštine kao značajnim elementom (na područjima županijske JUUZPV)
Opis	Mjera istovrsna mjeri P.2.3. (str 68.) samo za zaštićena područja kojima se upravlja sa županijske razine.
Rezultat	Razvijena turistička ponuda raznih vidova turizma posebnih interesa s doživljajem prirodne baštine kao značajnim elementom, u skladu s najvišim svjetskim standardima kvalitete
Dionici	MINT, HTZ, županijske i lokalne TZ-e (DMO), županijske JUUZPV, lokalne JU, zainteresirani ponuđači turističkih usluga (moguće iz privatnog, iz civilnog i iz javnog sektora), organizacije civilnog društva koje se bave istraživanjem i očuvanjem prirodne baštine.
Razdoblje	2016., trajno
Financiranja	EU Fondovi 2014.-2020., koncesionari (privatni sektor), zelene NVU s njihovim sadržajima, HTZ, DMO, MINT

Mjera P4.1.	Osvješčivanje, očuvanje, revitalizacija i predstavljanje / interpretacija baštine (uključujući i prirodnu i kulturnu, i njihovu organsku povezanost u tradiciji ruralnih područja) kroz uspostavu interpretativnih centara lokalne baštine.
Opis	<p>Interpretativni centri lokalne baštine su u RH prisutni u formi koncepta Ekomuzeja koji se sastoji od središnjeg posjetiteljskog centra i raznih sadržaja u prostoru gdje se baština može direktno doživjeti kroz neki vid turističke ponude. Logično bi bilo da središnjim posjetiteljskim centrom operativno upravljaju, a sadržaje u prostoru nude, operativni provoditelji turističkih mjera iz područja, koji interpretaciju i sadržaje vezane uz prirodnu baštinu imaju integrirane u vlastitu turističku ponudu.</p> <p>Važno je osigurati da projekt ekomuzeja i drugih sličnih interpretativnih centara lokalne baštine pokreće dovoljno velika tradicijsko-kulturno-povijesno-identitetska cjelina (npr. otočna ili neka druga cjelina), jer veličina daje bogatstvo sadržaja, provedbene kapacitete i dovoljan broj korisnika kako bi projekt bio financijski održiv. Ovaj koncept može biti posebno interesantan za veće otoke koji nemaju na svojem području NP ili PP, a imaju iznimne prirodoslovne vrijednosti, i/ili tradiciju istraživanja (npr.: Krk, Cres, Korčula, Hvar, Brač, Rab, Vis, Ćićarija, Ivanščica, Kalnik, Dinara, Mosor, Sniježnica, Međimurje, Bednja, Podravina, Dalmatinska zagora, Zabiokovlje i dr.)</p> <p>Ključno svojstvo ekomuzeja su sadržaji u prostoru koji omogućavaju da se tradicija zajednice direktno doživi. U tom smislu, nositelj projekta može biti i postojeći zavičajni muzej, na način da u skladu s principima ekomuzeja proširi svoje sadržaje i na okolni prostor, a članovi zajednice i privatni sektor uzme u obzir kao „kustose“. Središnje mjesto ili DMO kao nositelj turističkog razvoja, treba osigurati poštivanje jasnih standarda kvalitete u interpretaciji baštine „pod znakom ekomuzeja“.</p>
Rezultat	Ekomuzeji područja kao ekonomski održivi okviri za očuvanje, osvješčivanje i revitalizaciju tradicijske baštine (uključujući i prirodnu baštinu) te njeno korištenje kao osnovne infrastrukture za organizaciju baštinskog turizma unutar područja.
Dionici	DMO područja uz podršku Ministarstva turizma, MK, MZOIP / svi dionici iz zajednice uključeni u inicijativu (brojnost je indikator uspješnosti same inicijative ekomuzeja), organizacije civilnog društva koje se bave istraživanjem i očuvanjem prirodne baštine
Razdoblje	2016. – trajno
Financiranje	EU Fondovi 2014 - 2020., DMO, MINT, FZOEU

Mjera P5.1.	Stvaranje kritične mase i kvalitete ponude raznih vidova turizma posebnih interesa koja omogućava međunarodnu promociju na specijaliziranim tržištima
Opis	<p>Mjerom treba prekinuti trenutni negativni začarani krug u kojem „bez proizvoda nema promocije, a bez promocije nema održivog proizvoda“, i pokrenuti onaj u kojem „promocija jača potražnju, a jača potražnja djeluje kao poticaj za jači razvoj ponude“⁶³.</p> <p>Za uspješnu tranziciju valja imati na umu da:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ je nužno preći „prag“ kroz stvaranje kritične mase ponude koja je dovoljno velika da ju je moguće promovirati na specijalističkim tržištima, ▪ je u stvaranju kritične mase vrijedan svaki od postojećih „pionira“ te vrste ponude, ▪ su postojeći pioniri partneri javnom sektoru u stvaranju javnog dobra (tržišnog prepoznavanja Hrvatske kao destinacije za određenu vrstu turističke ponude) koje će značajno olakšati razvoj svima ponuditeljima u sljedećoj fazi, ▪ zbog svog doprinosa u stvaranju tog javnog dobra „pioniri“ zaslužuju posebni tretman i potporu. <p>Potpore planirana kroz ovu mjeru uključuje:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ pomoć u uvođenju standarda i sustava certificiranja kvalitete za određene vrste turističke ponude posebnih interesa; ▪ pomoć u umrežavanju postojeće ponude raznih vidova turizma posebnih interesa; ▪ pomoć u razvoju ponude do zahtijevane razine kvalitete; ▪ uspostavu posebno angažiranog partnerskog odnosa i potpore u aktivnostima promocije (osiguravanje financiranja, dostupnost postojećih službenih promotivnih kanala, pomoć u koordinaciji dionika i kreiranju promotivnih sadržaja). <p>U prošlosti su postojale inicijative oko standardiziranja, certificiranja kvalitete, zajedničkog marketinga i promocije, no nikad u dovoljnom trajanju, a da bi dale željeni rezultat. U vezi s tim, važno je u ovoj prilici osigurati da se provedba mjere ne provodi kao „aktivnost ograničena u trajanju“, već da se adaptivno upravlja i vodi kao „živi proces“, prilagođavajući aktivnosti utvrđenim potrebama i okolnostima.</p>
Rezultat	Standardizirana, certificirana i umrežena turistička ponuda raznih vrsta turizma posebnih interesa koji uključuju doživljaj prirode kao značajan element, dovoljno kvalitetna, bogata i atraktivna da može Hrvatsku staviti na mapu europskih i svjetskih destinacija te vrste turizma.
Dionici	MINT, HGK / pružatelji ugostiteljsko - turističkih usluga, UHPA
Razdoblje	2016. – trajno
Financiranje	MINT, EU Fondovi 2014.-2020.

⁶³ Potencijal Hrvatske za razvoj raznih vidova turizma posebnih interesa temeljenih na prirodnoj baštini prepoznali su najutjecajniji dionici marketinškog sektora u svijetu. Međutim, iskorištenje tog potencijala zahtijeva uspješni iskorak na specijalizirana tržišta tih vrsta turizma i jačanje brenda Hrvatske kao destinacije za ovakve vrste turizma, jer u protivnom ponuditelji takve turističke ponude ostaju ograničeni na postojeće turističko tržište u RH, i osuđeni na nuđenje samo vrlo „meke“ ponude (u formi poludnevni i dnevnih izleta, ili tek iznajmljivanje opreme za rekreaciju), uglavnom tijekom glavne sezone. Trenutna razina promocije Hrvatske kao destinacije za razne vrste turizma posebnih interesa nije na zadovoljavajućoj razini. Mjera treba stvoriti okvir i pokrenuti proces sustavnog rada na unapređenju promocije kao vrlo značajnog elementa razvojnog ciklusa te vrste ponude u Hrvatskoj.

Mjera P5.2.	Izrada portala radnog naziva „Hrvatska – park Europe“
Opis	<p>Portal Hrvatska – park Europe, bit će glavni portal koji će predstavljati prirodnu baštinu i uz nju vezanu turističku ponudu:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ na razinama od nacionalne, preko regionalnih do lokalnih, ▪ povezanih tematski, po itinererima, po tržišno prepoznatim tipovima ponude posebnih interesa (ali opet na istoj stranici, pa se vidi bogatstvo i raznolikost cjeline). <p>Portal će biti dostupan kao dio središnjeg portala HTZ-a te se nadovezati na portal Parkovi Hrvatske (u izradi).</p> <p>Trenutno postoji mnoštvo pojedinačnih prikaza, ali ne i jedna cjelovita ulazna priča, koja se potom može fokusirati na detalje, gdje će „istim rukopisom“, na istoj razini kvalitete i vjerodostojnosti priča biti pričana dalje. (Kao primjer kvalitetnog – i sadržajem i formom – „krovnog“ opisa čuda prirodne baštine Hrvatske, vidi poglavlje Ekološki turizam u katalogu <i>Neodoljiva Hrvatska</i> (Matić i suradnici, 2014). Ta trenutna razmrvljenost onemogućava povezivanje i zajedničku promociju ponude, a pojedinačni lokaliteti su premali da bi se mogli promovirati kao destinacija.</p> <p>Potrebno je osigurati efikasno povezivanje s privatnim sektorom, tako da nisu u kompeticiji, nego u suradnji. Web stranice pojedinih putničkih agencija nisu zamjena niti konkurencija glavnoj promotivnoj stranici Hrvatske kao destinacije prirodnog turizma.</p>
Rezultat	Portal „Hrvatska – park Europe“
Dionici	HTZ, svi dionici identificirani planom doprinose sadržajno
Razdoblje	2017-2018., trajno ažuriranje
Financiranje	HTZ

Mjera P5.3.	Promocija na međunarodnim turističkim sajmovima i kroz organizaciju događanja visoke vidljivosti
Opis	<p>Čim za to budu zadovoljeni uvjeti u smislu formiranja kritične mase ponuđača i kvalitete ponude, nužno je promovirati se na međunarodnim sajmovima, i to u sklopu već tradicionalnih sudjelovanja Hrvatske na glavnim turističkim sajmovima, kao i na specijalističkim sajmovima na kojima se Hrvatska trenutno ne predstavlja. Posjeti specijaliziranim sajmovima zaslužuju potporu i prije nego što se steknu uvjeti za aktivno predstavljanje hrvatske ponude, jer posjeti daju uvid u stanje i trendove na svjetskom tržištu i prakse u najnaprednijim destinacijama, što je nužno u planiranju vlastitog razvoja, marketinške strategije i promocije. Važni kanal promocije i prezentacije su i organizacije atraktivnih događanja koja se odvijaju i vezana su za hrvatske prirodoslovne cjeline i fenomene a su medijski interesantni (npr. biciklistička utrka kroz Hrvatsku, pustolovne utrke Velebit Ultra Trail, 100 milja Istre, Škraping na Pašmanu i dr.). Ovom mjerom se stvara okvir za trajnu i sustavnu potporu takvih manifestacija. Također posebno treba voditi računa da se sustavno uključuju elementi prirodoslovne baštine u promidžbene materijale na osnovi Kataloga prirodne baštine.</p>
Rezultat	Hrvatska prepoznata kao destinacija na mapi svjetskih destinacija za neke vidove turizma posebnih interesa temeljene na prirodnoj baštini
Dionici	HTZ, MINT / svi ponuditelji i njihove cehovske udruge, DMO HGK
Razdoblje	2017., trajno
Financiranje	HTZ

Mjera P5.4.	Umrežavanje ponude unutar Hrvatske te sa srodnom ponudom u susjednim zemljama
Opis	<p>Prekogranično, transnacionalno umrežavanje ponude doprinosi i razvoju i većoj tržišnoj prepoznatljivosti svih uključenih destinacija. Prepoznaje to i EK koja ima poseban program kojim promovira razvoj „održivih transnacionalnih turističkih proizvoda“⁶⁴.</p> <p>Pretpostavka za uspješno uključivanje u ovaj tip projekata je razumijevanje trenutno razvijenijih destinacija, da suradnja nije protivna njihovom poslovnom interesu u smislu pomaganja razvoja buduće konkurencije, već da je riječ o strategiji kojom se povećava atraktivnost obiju destinacija, te stvara kritična masa proizvoda i usluga koje podižu konkurentnost odredišta. Stoga, bez obzira što raste udio manje atraktivnih destinacija u mreži, istovremeno raste i udio onih razvijenijih budući da će one u svakom slučaju ostati predvodnice, središnje atrakcije i centralne točke posjeta i u ovakvoj, široj i umreženoj ponudi. Umrežavanje može značajno doprinijeti i produženju sezone, budući da se umrežavaju destinacije sa sličnom, ali i komplementarnom ponudom.</p> <p>Hrvatska ima značajne mogućnosti za obostrano korisno umrežavanje raznih vrsta svoje turističke ponude u sklopu turizma posebnih interesa sa susjednim, prekograničnim područjima. Brend Dinarida, kao ekvivalent već razvijenom brendu Alpa, ili riječna područja (Mura, Drava, Dunav, Sava) imaju značajni potencijal za razvoj bogate ponude ruralnog i pustolovnog, na prirodnoj baštini temeljenog turizma.</p>
Rezultat	Razvijena tržišno atraktivna ponuda i brend šire regije kao svjetski atraktivne destinacije za razne vrste ruralnog, pustolovnog i na prirodnoj baštini temeljenog turizma. Definirani zajednički kanali promocije.
Dionici	MINT, HGK – sekcije za razne vrste turizma posebnih interesa / cehovske udruge ponuditelja turističkih usluga, DMO, JU NP, JU PP.
Razdoblje	Trajno
Financiranje	EU Fondovi 2014 - 2020.

⁶⁴ vidi http://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/offer/sustainable/transnational-products/index_en.htm

Mjera P5.5.	Poticanje afirmiranja vrijedne prirodne baštine
Opis	<p>Prepoznatost nekog područja na međunarodnim popisima vrijedne baštine doprinosi i njihovoj tržišnoj prepoznatljivosti, ali i kvaliteti upravljanja područjima, zahvaljujući mogućnostima razmjene iskustva te dodatnom i strožem nadzoru koji dolazi uz takav status. UNESCO svjetska baština iz portfelja Čovjek i biosfera predstavlja okvir djelovanja gdje se posjetiteljima treba prikazati tradicija, ali i perspektiva sinergičnog, simbiotičnog i održivog djelovanja čovjeka u nekom ekosustavu.</p> <p>Hrvatska ima značajno iskustvo i dalje aktivno radi na kandidiranju i uključivanju svoje najvrednije baštine (i prirodne i kulturne, i materijalne i nematerijalne) na UNESCO i druge međunarodne liste (vidi poglavlje 3.1.4).</p> <p>Uključivanjem ove mjere u Akcijski plan razvoja zelenog turizma želi se dodatno skrenuti pozornost na važnost tih aktivnosti te ukazati na činjenicu da je ona značajna ne samo kao aktivnost u okviru sektora zaštite i očuvanja prirode, već i unutar turizma.</p> <p>Aktivnosti će ići u smjeru ostvarivanja tješnje suradnje između MZOIP-e i MINT-a kako bi se odredila potpora postojećim i budućim nositeljima s UNESCO i sličnih popisa te bi načelno trebale obuhvatiti aktivnosti istraživanja tržišta (npr. UNESCO itinereri), analizu najbolje prakse, razvoj novih i konkurentnih proizvoda i usluga te njihovog plasmana.</p>
Rezultat	<p>Definirani kanali promocije i potencijalni turistički proizvodi i usluge.</p> <p>Podignuta kvaliteta i prepoznatljivost proizvoda i usluga koje tematiziraju baštinu.</p> <p>Nova vrijedna prirodna, kulturna i ruralna tradicijska baština uključena na popis UNESCO svjetske baštine.</p>
Dionici	MINT, MZOIP, DZZP, JUNP, JUPP / MINT, RMO, JUUZPV, MK, udruge koje se bave baštinom
Razdoblje	Trajno
Financiranje	MZOIP, FZOEU, EU Fondovi 2014 - 2020., MINT

4 LITERATURA

- CREST (Center for Responsible Travel) (2015) **The Case for Responsible Travel: Trends and Statistics 2015**, <https://ecotourism.app.box.com/s/rxiyp65744sqilmrybfk8mys3qvjbe9g>
- EC (European Commission) (2009a) **COMMISSION DECISION of 9 July 2009 establishing the ecological criteria for the award of the Community eco-label for tourist accommodation service**, <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2009:198:0057:0079:EN:PDF>
- EC (European Commission) (2009b) **COMMISSION DECISION of 9 July 2009 establishing the ecological criteria for the award of the Community eco-label for campsite service** <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2009:196:0036:0058:EN:PDF>
- EC (2013) COM (2013) 0249 final - **Green Infrastructure (GI) – Enhancing Europe's Natural Capital**, http://ec.europa.eu/environment/nature/ecosystems/index_en.htm
- EC (European Commission) (2014) **Guide on EU Funding for the Tourism Sector** http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/index_en.htm
- EU (European Union) (2013) **Europski sustav pokazatelja za turizam – Komplet alata za održiva odredišta** file:///C:/Users/Ognjen/Downloads/NB3213182HRN_002.pdf (dostupno i kao izvornik na engleskom jeziku)
- EUROPARC (2000) **European Charter for Sustainable Tourism in Protected Areas: The Charter**, <http://www.european-charter.org/become-a-charter-area/the-charter-documents/>
- EUROPARC (2001) **Loving them to death? Sustainable tourism in Europe's Nature and National Parks**, 2nd edition, http://www.federparchi.it/PDF/Loving.them.to.death_small.pdf
- GSTC (Global Sustainable Tourism Council) (2013a) **Global Sustainable Tourism Council Criteria and Suggested Performance Indicators for Hotels and Tour Operators**, <http://www.gstcouncil.org>
- GSTC (Global Sustainable Tourism Council) (2013b) **Global Sustainable Tourism Council Criteria and Suggested Performance Indicators for Destinations**, <http://www.gstcouncil.org>
- Ham, Sam H. (1992) **Environmental interpretation: A Practical Guide for People with Big Ideas and Small Budgets**, North American Press, Golden, Colorado
- Ham, Sam H. (2013) **Interpretation: making a difference on purpose**, Fulcrum Publishing, Golden, Colorado
- Hamele, Herbert (2015) **Is Sustainable Tourism a Trend in Europe? Challenges, Trends, Suggestions**, prezentacija u The European Parliament - Committee on Transport and Tourism (TRAN), Brussels, 14. Travnja
- Institut za turizam (2014), **Satelitski račun turizam RH za 2011. godinu i izračun neizravnih ukupnih učinaka turizma u RH**.
- Institut za turizam (2015). **Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj – TOMAS Ljeto 2014**.
- IUCN (2013) **Integrating Business Skills into Ecotourism Operations: A "How to" Guide for the design and implementation of a training workshop**, http://www.iucn.org/about/work/programmes/business/bbp_work/by_sector/tourism/ecotourism/learning_tools/

IUCN (2015) **Tourism and Visitor Management in Protected Areas: Guidelines for sustainability**, <http://www.iucn.org/?18618/Sustainable-tourism-in-protected-areas-can-be-critical-for-their-survival-says-new-IUCN-report>

IUCN and Kuoni (2012) **Integrating Business Skills into Ecotourism Operations**, http://www.iucn.org/about/work/programmes/business/bbp_work/by_sector/tourism/ecotourism/?uPublD=4670

Matić, S. i suradnici (2014) **Neodoljiva Hrvatska (poglavlje: Ekološki turizam**, autor: Roman Ozimec), Lux, Zagreb

Pröbstl, U. & Prutsch, A (2010) Natura 2000, **Outdoor Recreation and Tourism: A Guideline for the application of the Habitats Directive and the Birds Directive**, http://www.bfn.de/fileadmin/MDB/images/themen/sportundtourismus/Natura2000_English_web.pdf

MINT (Ministarstvo turizma RH) (2014) **Smjernice za izradu Zakona o turističkim zajednicama (po modelu DMO)**, <http://www.mint.hr/UserDocsImages/140304-smjernice-tz-dmo.pdf>

Ozimec, R. **Ekološki turizam**, poglavlje u **Neodoljiva Hrvatska**, Matić i sur., 2014.

RH (2013) **Strategija razvoja turizma RH do 2020. godine**, <http://www.mint.hr/UserDocsImages/Strategija-turizam-2020-editfinal.pdf>

UNDP&USAID (2004) **A Manual for Conservation Planners and Managers: The Business of Ecotourism Development and Management**, <https://www.cbd.int/financial/greenmarkets/g-greenecotourism-undp.pdf>

UNDP (2014) **Tourism Concessions in Protected Natural Areas: Guidelines for Managers**, http://www.undp.org/content/undp/en/home/librarypage/environment-energy/ecosystems_and_biodiversity/tourism-concessions-in-protected-Natural-areas.html

UNECE (2014) **Environmental Performance Review of Croatia (2nd Review)**, <http://www.unece.org/env/epr/publications.html>

UNEP&UNWTO (2012) **Tourism in the Green Economy – Background Report**, <http://www.unep.org/greeneconomy>

UNESCO & WHC (World Heritage Convention) (2013), **UNESCO World Heritage and Sustainable Tourism Programme – Action Plan 2013-2015**, <http://whc.unesco.org/uploads/activities/documents/activity-669-6.pdf>

UNWTO (1998) **Guide for Local Authorities on Developing Sustainable Tourism**, World Tourism Organization, Madrid, Spain

UNWTO (2002a) **Sustainable Development of Ecotourism - A Compilation of Good Practices**, <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284404780>

UNWTO (2002b) **Sustainable Development of Ecotourism - A Compilation of Good Practices in SMEs**, <http://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284406210>

UNWTO&UNEP (2008) **Climate Change and Tourism**, <http://sdt.unwto.org/sites/all/files/docpdf/climate2008.pdf>

UNWTO/UNEP/IUCN (autori: Eagles, Paul F.J., McCool, Stephen F. and Haynes, Christopher D.A.) (2002) **Sustainable Tourism in Protected Areas: Guidelines for Planning and Management**. IUCN Gland, Switzerland and Cambridge, UK.

UNWTO (2004) **Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations A Guidebook**, World Tourism Organization, Madrid, Spain

UNWTO (2015) **World Committee on Tourism Ethics proposes International Convention on Tourism Ethics**, Press Release No. 15036 reporting on 15th meeting of the World Committee on Tourism Ethics (Rovinj, Croatia, 26-27 May 2015)