



STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA GRADA

# Supetra

ZA RAZDOBLJE OD 2016. DO 2020. GODINE



## OSNOVNE INFORMACIJE O PROJEKTU

NAZIV PROJEKTA	Strategija razvoja turizma grada Supetra za razdoblje od 2016. do 2020. godine
NARUČITELJ	Grad Supetar Vlačica br. 5 21400 Supetar
NOSITELJ PROJEKTNIH AKTIVNOSTI	Institut za turizam Vrhovec 5 10000 Zagreb
ČLANOVI RADNOG TIMA	Dr. sc. Damir Krešić – voditelj projekta Dr. sc. Ivo Kunst Dr. sc. Izidora Marković Katarina Miličević, MBA
POČETAK PROJEKTNIH AKTIVNOSTI	25. ožujak 2015. godine
PLANIRANO TRAJANJE PROJEKTA	120 kalendarskih dana
PLANIRANI DATUM ZAVRŠETKA PROJEKTA	25. srpnja 2015. godine

## SADRŽAJ

8	1. UVOD
10	1.1. Ciljevi projekta
11	1.2. Metode izrade projekta
13	1.3. Pristup izradi projekta
14	2. ANALIZA POSTOJEĆEG STANJA
15	2.1. Geografska, prostorna, prometna i infrastrukturna obilježja prostora
21	2.2. Obilježja turističke potražnje i ponude
26	2.3. Analiza i valorizacija turističke resursne osnove
33	2.3.1. Klasifikacija s obzirom na značaj
34	2.4. Pregled glavnih trendova na turističkom tržištu
35	2.5. Analiza interesnih skupina
37	2.6. Prostorno planska osnova turističkog razvoja
40	3. SWOT ANALIZA
42	3.1. Prednosti i nedostaci turističkog razvoja
44	3.2. Prilike i prijetnje turističkog razvoja
46	4. STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA
47	4.1. Vizija turističkog razvoja
47	4.2. Strateške odrednice razvoja turizma
49	4.3. Ciljevi razvoja turizma
50	5. STRATEGIJA DESTINACIJSKOG MARKETINGA
55	5.1. Atributi tržišnog pozicioniranja
57	5.2. Ciljna tržišta
60	5.3. Proizvodni portfelj
63	5.4. Komunikacijske aktivnosti
66	6. GLAVNI RAZVOJNI PROJEKTI
69	6.1. Stvaranje socijalno poticajnog razvojnog okruženja (javni sektor)
70	6.2. Poboljšanje javne komunalne infrastrukture (javni sektor)
71	6.3. Ulaganja u unaprjeđenje smještajne i ostale turističke ponude (privatni sektor)
72	6.4. Unaprjeđenje turističkog proizvoda destinacije
73	6.5. Unaprjeđenje promocije destinacije
75	6.6. Ostali projekti – podizanje kvalitete ljudskih potencijala
74	7. AKCIJSKI PLAN S DINAMIČKIM PLANOM AKTIVNOSTI
120	8. UPUTE ZA PROVEDBU I MONITORING STRATEGIJE
122	9. ZAKLJUČCI I PREPORUKE



## POPIS TABLICA

12	<b>Tablica 1.</b> Projektne aktivnosti na izradi Strategije razvoja turizma grada Supetra
16	<b>Tablica 2.</b> Promjena broja stanovnika otoka Brača i grada Supetra (1991., 2001. i 2011. godina)
24	<b>Tablica 3.</b> Turistički promet prema emitivnim tržištima u 2014. godini
26	<b>Tablica 4.</b> Geološka atrakcijska osnova grada Supetra s obzirom značaj
27	<b>Tablica 5.</b> Klima kao atrakcijska osnova grada Supetra s obzirom značaj
27	<b>Tablica 6.</b> Vode kao atrakcijska osnova grada Supetra s obzirom značaj
28	<b>Tablica 7.</b> Prirodna baština kao atrakcijska osnova grada Supetra s obzirom značaj
28	<b>Tablica 8.</b> Biljni i životinjski svijet kao atrakcijska osnova grada Supetra s obzirom značaj
29	<b>Tablica 9.</b> Kulturno-povijesna baština kao atrakcijska osnova grada Supetra s obzirom značaj
30	<b>Tablica 10.</b> Kultura života i rada kao atrakcijska osnova grada Supetra s obzirom značaj
30	<b>Tablica 11.</b> Poznate osobe i događaji kao atrakcijska osnova grada Supetra s obzirom značaj
31	<b>Tablica 12.</b> Manifestacije kao atrakcijska osnova grada Supetra s obzirom značaj
31	<b>Tablica 13.</b> Turističke staze, putevi i ceste kao atrakcijska osnova grada Supetra s obzirom značaj
32	<b>Tablica 14.</b> Kulturne ustanove kao atrakcijska osnova grada Supetra s obzirom značaj
33	<b>Tablica 15.</b> Atrakcije grada Supetra od nacionalnog i regionalnog značaja
38	<b>Tablica 16.</b> Zone ugostiteljsko-turističke namjene izvan GNP-a
42	<b>Tablica 17.</b> Prednosti grada Supetra kao turističke destinacije
43	<b>Tablica 18.</b> Nedostatci grada Supetra kao turističke destinacije
44	<b>Tablica 19.</b> Prilike za razvoj turizma u gradu Supetru
45	<b>Tablica 20.</b> Prijetnje za razvoj turizma u gradu Supetru
51	<b>Tablica 21.</b> Sažetak ciljeva i projekcija učinaka Strategije razvoja turizma na području grada Supetra do 2020. godine
51	<b>Tablica 22.</b> Aktivnosti koje su preduvjet za postizanje ciljeva
53	<b>Tablica 23.</b> Turističke razvojne zone grada Supetra
55	<b>Tablica 24.</b> Ključni atributi pozicioniranja grada Supetra
57	<b>Tablica 25.</b> Ciljna geografska tržišta
58	<b>Tablica 26.</b> Ciljna demografska tržišta
59	<b>Tablica 27.</b> Ciljna tržišta prema motivima dolaska
64	<b>Tablica 28.</b> Promotivne aktivnosti
65	<b>Tablica 29.</b> Prijedlog promotivnih materijala medija
69	<b>Tablica 30.</b> Projekti u funkciji uspostave poticajnog društveno-ekonomskog okruženja
70	<b>Tablica 31.</b> Projekti unaprjeđenja javne komunalne infrastrukture
72	<b>Tablica 32.</b> Razvojno-investicijski projekti privatnog sektora
72	<b>Tablica 33.</b> Program obogaćivanja turističkog lanca vrijednosti
73	<b>Tablica 34.</b> Programi u funkciji unaprjeđenja tržišne pozicije grada
118	<b>Tablica 35.</b> Akcijski plan razvoja turizma grada Supetra



## POPIS SLIKA

- 13 : **Slika 1.** Pristup izradi Strategije razvoja turizma grada Supetra
- 15 : **Slika 2.** Prostorni položaj grada Supetra i topografska karta Grada
- 17 : **Slika 3.** Starosna struktura grada Supetra
- 19 : **Slika 4.** Cestovne prometnice na području grada Supetra i otoka Brača
- 21 : **Slika 5.** Noćenja po naseljima u 2013. godini
- 21 : **Slika 6.** Broj noćenja u razdoblju od 2005. do 2014. godine s trendom
- 22 : **Slika 7.** Mjesečna distribucija noćenja u 2014. godini
- 25 : **Slika 8.** Struktura smještajnih kapaciteta u 2013. godini
- 25 : **Slika 9.** Prosječna godišnja iskorištenost smještajnih kapaciteta
- 37 : **Slika 10.** Namjena površina utvrđena PPUG-om Supetar
- 54 : **Slika 11.** Turističke zone i centri razvoja turizma grada Supetra
- 68 : **Slika 12.** Područja podizanja konkurentnosti turizma grada Supetra
- 119 : **Slika 13.** Pregled projekata prema prioritetima i dužini trajanja

## POPIS SKRAĆENICA

<b>B&amp;B</b>	Smještajni objekti koji nude i uslugu doručka (Bed and Breakfast)
<b>BRICS</b>	Brazil, Rusija, Indija, Kina, Južna Afrika
<b>CBA</b>	Analiza troškova i koristi (Cost-Benefit Analysis)
<b>CMS</b>	Računalni sustav za upravljanje digitalnim sadržajem (Content Management System)
<b>DMK</b>	Destinacijska menadžment kompanija
<b>DZZP</b>	Državni zavod za zaštitu prirode
<b>DZS</b>	Državni zavod za statistiku
<b>GCC</b>	Gulf Cooperation Council (Bahrein, Kuvajt, Oman, Katar, Saudijska Arabija, Ujedinjeni Arapski Emirati)
<b>GNP</b>	Granice naseljenog područja
<b>HAMAG</b>	Hrvatska agencija za malo gospodarstvo
<b>HBOR</b>	Hrvatska banka za obnovu i razvoj
<b>HGK</b>	Hrvatska gospodarska komora
<b>HOK</b>	Hrvatska obrtnička komora
<b>JLS</b>	Jedinica lokalne samouprave (općina ili grad)
<b>kV</b>	Kilovolt (mjerna jedinica za električni napon)
<b>LAG</b>	Lokalna akcijska grupa
<b>MINT</b>	Ministarstvo turizma RH
<b>MVA</b>	Megavolt amper (mjerna jedinica za instaliranu snagu elektrane)
<b>NN</b>	Narodne novine
<b>OPG</b>	Obiteljska poljoprivredna gospodarstva
<b>PDB</b>	Prosječna dužina boravka turista u destinaciji
<b>PPUG</b>	Prostorni plan uređenja grada
<b>PR</b>	Odnosi s javnošću (Public Relations)
<b>RERA SD</b>	Regionalna razvoja agencija Splitsko-dalmatinske županije
<b>SDŽ</b>	Splitsko-dalmatinska županija
<b>SEO</b>	Optimizacija za Internet pretraživače (Search Engine Optimization)
<b>SWOT</b>	Prednosti, nedostaci, prilike, prijetnje (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats)
<b>TZ</b>	Turistička zajednica
<b>UGC</b>	Korisnički generirani sadržaji (User Generated Content)

*STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA  
GRADA SUPETRA ZA RAZDOBLJE  
OD 2016. DO 2020. GODINE*







## UVOD



Grad Supetar smješten je na sjevernoj strani otoka Brača te s površinom od 30,28 km<sup>2</sup> (7,67% ukupne površine otoka Brača) spada među površinski manje jedinice lokalne samouprave (JLS) na otoku, ali istodobno predstavlja gospodarsko, administrativno i kulturno središte otoka Brača. Na području koje administrativno pripada gradu Supetru nalaze se četiri naseljena mjesta, i to naselja Supetar, Splitska, Mirca i Škrip koja, prema zadnjem popisu stanovništva iz 2011. godine, broje 4.074 stanovnika što, nakon Malog Lošinja, grad Supetar čini drugim najnaseljenijim otočkim gradom u Hrvatskoj. Turizam na području grada Supetra tradicionalno predstavlja jednu od najvažnijih gospodarskih aktivnosti, a osnovicu turističkog razvoja grada Supetra predstavlja bogata i izrazito diversificirana turistička resursna osnova koju u najvećoj mjeri sačinjavaju kvalitetni prirodni resursi te bogata i izrazito vrijedna kulturno-povijesna baština. Osim kvalitetnih prirodnih resursa i bogate kulturno-povijesne baštine, na suvremenom turističkom tržištu postoje i brojni kvantitativni i kvalitativni trendovi koji ukazuju na visoki potencijal razvoja grada Supetra da postane vodeća turistička destinacija na otoku Braču, ali i jedna od vodećih otočkih turističkih destinacija u Hrvatskoj.

Navedeni trendovi uključuju: (1) starenje stanovništva na glavnim emitivnim tržištima, (2) porast diskretnog dijela dohotka te povećanu turističku potrošnju, (3) porast broja međunarodnih turističkih dolazaka i noćenja, (4) potrebu za dokoličarskom edukacijom (5) želju za upoznavanjem drugih kultura i običaja (6) povećanu brigu za okoliš i zdravlje turista i sl. Slijedom toga može se reći da suvremeni turisti putuju češće (nekoliko puta godišnje), da njihova putovanja traju nešto kraće ali istovremeno oni i više troše, imaju potrebu da se tijekom turističkog putovanja educiraju i informiraju o kulturi života i rada kroz intenzivan kontakt s lo-

kalnim stanovništvom, zanima ih kultura i povijest destinacije u kojoj borave, brinu se o svome zdravlju te žele boraviti u vrijednom i ekološki očuvanom prirodnom ambijentu. Stoga je moguće zaključiti da turistička resursna osnova grada Supetra, kao i glavni trendovi na suvremenom turističkom tržištu, pružaju dobre preduvjete da grad Supetar kroz razvoj novih i inoviranje postojećih turističkih proizvoda, udovolji visokim standardima suvremenog turističkog tržišta, pod pretpostavkom sustavnog i planskog turističkog razvoja.

Porast interesa za Supetrom kao turističkom destinacijom jasno je vidljiv i iz službenih podataka Državnog zavoda za statistiku prema kojima je službeno registrirani turistički promet u gradu Supetru u zadnjih deset godina (2005.-2014.) kontinuirano rastao. U zadnjem desetljeću broj noćenja turista se povećao za 36,5%, sa 359,6 tisuća noćenja 2005. godine na 490,9 tisuća noćenja 2014. godine, te 2014. godina ujedno predstavlja i najuspješniju turističku godinu u zadnjem desetljeću. U istom razdoblju se broju dolazaka u Splitsko-dalmatinskoj županiji povećao za 51% pa se može zaključiti da je, prema kriteriju rasta turističkog prometa, grad Supetar znatno ispod županijskog prosjeka.

Tijekom 2014. godine najvažnija inozemna tržišta bila su Njemačka (17% noćenja), Francuska (10% noćenja) i Mađarska (9% noćenja) dok značajan dio turističke potražnje otpada i na nova i udaljena tržišta, kao što su Norveška (5,5% noćenja) i Švedska (5,4% noćenja). Potrebno je spomenuti i da je grad Supetar tijekom 2014. godine sudjelovao s oko 40% u ukupno ostvarenom broju noćenja na otoku Braču što ga, uz općinu Bol, čini najvažnijim turističkim odredištem na otoku Braču. Zabilježeni porast turističke potražnje u gradu Supetru nije popraćen očekivanim porastom turističke ponude jer je broj ležajeva u promatranom razdoblju ostao skoro isti (oko 5 tisuća), ali je potrebno naglasiti da se kvaliteta smještajnih kapaciteta u promatranom razdoblju znatno povećala. Struktura smještajnih kapaciteta u Supetru je tipična za hrvatske primorske destinacije u kojima dominira turistički proizvod „mora i sunca“ gdje oko 58% raspoloživih kreveta otpada na privatne smještajne kapacitete a oko 30% na hotele i slične vrste smještajnih kapaciteta (kolektivni smještajni kapaciteti). Prosječna dužina boravka turista u Supetru tijekom 2014. godine iznosila je 7,5 dana što je znatno iznad hrvatskog prosjeka koji iznosi 5,2 dana.

Konačno, trenutni stupanj turističkog razvoja grada Supetra karakterizira i izražena sezonalnost,



s obzirom da je većina turističke potražnje skoncentrirana na nekoliko ljetnih mjeseci. Primjerice, tijekom 2014. godine oko 73% svih noćenja registrirano je u razdoblju lipanj-kolovoz.

Sukladno svemu navedenom može se zaključiti da grad Supetar kao turističku destinaciju, usprkos kontinuiranom porastu broja dolazaka i noćenja u zadnjih deset godina, ipak karakteriziraju određeni problemi.

To se u prvom redu odnosi na:

- Izraženu sezonalnost turističke potražnje
- Veliki pritisak na plažni prostor te turističku i komunalnu infrastrukturu u razdoblju vršne turističke sezone
- Nedovoljno valoriziranu turističku resursnu osnovu u zaleđu Grada
- Neravnomjeran turistički razvoj na cijelom području Grada Supetra
- Nedostatak novih i inovativnih turističkih proizvoda
- Nedovoljnu prepoznatljivost/diferenciranost destinacije u odnosu na neposredno konkurentsko okruženje
- Opasnost od devastacije vrijednih prirodnih resursa a osobito prostora.

Ispravljanje ovih nedostataka predstavlja nužan preduvjet za postizanje planskog i sustavnog odnosno stabilnog i dugoročno održivog rasta i razvoja grada Supetra kao tržišno konkurentne, prepoznatljive i poželjne turističke destinacije.

Slijedom svega navedenoga Grad Supetar je od Instituta za turizam iz Zagreba u ožujku 2015. godine naručio izradu dokumenta pod nazivom „Strategija razvoja turizma grada Supetra za razdoblje od 2015. do 2020. godine“.

Glavni cilj Strategije je ispravljanje prethodno navedenih nedostataka koji u ovome trenutku predstavljaju ograničavajuće faktore budućeg turističkog razvoja grada Supetra.. Uopćeno govoreći, Strategija teži zadovoljenju potreba suvremenog turističkog tržišta uz istodobno očuvanju lokalne zajednice i naslijeđenih vrijednosti kroz maksimalno uvažavanje načela održivog razvoja turizma. Konačno, Strategijom definirani okvir budućeg razvoja turizma bio bi podloga za djelovanje svih interesnih skupina uključenih u turistički razvoj.

Detaljan opis ciljeva, metoda izrade i pristupa izradi Strategije nalazi se u poglavljima koja slijede.

## 1.1. Ciljevi projekta

Sukladno opisu projektnog zadatka te istodobno uvažavajući načela suvremenog turističkog planiranja, glavni ciljevi izrade Strategije razvoja turizma grada Supetra za razdoblje od 2015. do 2020. godine definirani su na slijedeći način:

- Definiranje nove vizije razvoja turizma na području grada Supetra
- Definiranje strateških odrednica i mjerljivih ciljeva turističkog razvoja
- Uspostava cjelovitog destinacijskog lanca vrijednosti i podizanje kvalitete turističkog destinacijskog proizvoda
- Unaprjeđenje postojećih te oblikovanje i razvoj novih i inovativnih turističkih proizvoda;
- Stvaranje pretpostavki za uspješno tržišno (re)pozicioniranje grada Supetra
- Definiranje osnovnih promocijskih aktivnosti s naglaskom na „online“ aktivnosti i brendiranje te
- Definiranje glavnih razvojnih projekata i akcijskog plana njihove provedbe.

Glavni cilj dokumenta je osigurati planski, sustavan, uravnotežen i dugoročno održiv razvoj turizma na području grada Supetra u idućih pet godina. Osim toga, jedan od važnih ciljeva projekta je osigurati ravnomjeran razvoj turizma na cijelom području grada Supetra te potaknuti socio-demografsku i ekonomsku revitalizaciju ruralnog područja grada, osobito onih područja koja raspolažu s vrijednom kulturno-povijesnom baštinom, kao što su područja naselja Škrip i Gornja Mirca.

Osim toga, važan cilj Strategije je i podizanje kvalitete turističkog proizvoda na području grada Supetra, smanjenje sezonalnosti turističke potražnje te definiranje osnovnih marketinških smjernica. Kako bi ovaj dokument bio što operativnijeg karaktera, poseban naglasak biti će stavljen na definiranje većeg broja projektnih prijedloga, kako s područja javnog tako i s područja privatnog sektora.

Projektne prijedloge potrebno je definirati u skladu sa S.M.A.R.T. principima, odnosno na takav način da oni budu konkretni („Specific“), mjerljivi („Measurable“), ostvarivi s jasno definiranim odgovornostima za provođenje („Achievable/Assignable“), realni („Realistic“) i vremenski definirani („Time-related“). Kako bi se to postiglo, svi projektni prijedlozi imati će jasno definirane ciljeve, nositelje projektnih aktivnosti, provedbene prioritete, izvore financiranja te razdoblje provedbe. Prilikom definiranja pro-

jektnih prijedloga potrebno je voditi računa o njihovom ravnomjernom prostornom rasporedu kako bi se osigurao što je moguće uravnoteženiji turistički razvoj grada Supetra.

Sukladno postavljenim ciljevima navedeni dokument će, po svome završetku, predstavljati cjeloviti koncepcijski okvir i operativni program djelovanja svih dionika turističkog razvoja grada Supetra. U njemu će biti ugrađeni svi bitni elementi turističke politike te će, kao takav služiti za donošenje razvojnih tj. strateških odluka ali i poslovnih odluka, koje su kratkoročnog i operativnog karaktera.

Osim toga, Strategija razvoja turizma grada Supetra bi, po svome završetku, predstavljala i važan izvor informacija za potencijalne investitore koji su zainteresirani za ulaganje u razvoj turizma na području Grada. Konačno, Strategija će predstavljati važan planski dokument koji će biti temelj za definiranje (opis) i prijavu projektnih prijedloga s područja turizma za financiranje iz EU fondova.

## 1.2. Metode izrade projekta

Za izradu Strategije razvoja turizma grada Supetra koristiti će se uobičajeni metodološki postupak koji se koristi za izradu planskih dokumenata s područja turizma, a uključuje cijeli niz istraživačkih, analitičkih i interpretativnih postupaka, kao što su obilazak terena, identifikacija i valorizacija turističke resursne osnove, SWOT analiza, radionice i intervjui s ključnim dionicima turističkog razvoja i sl.

Metodologija izrade Strategije biti će maksimalno orijentirana prema provedbenim rješenjima, a neke od ključnih metodoloških postavki su:

1. Primjena suvremenih principa konzultativnog/učesničkog planiranja koji podrazumijevaju intenzivnu suradnju s lokalnom zajednicom i uključenost svih interesnih skupina u proces planiranja turističkog razvoja. Učesničko planiranje podrazumijeva organizaciju određenog broja radnih sastanaka, radionica i prezentacija koje za cilj imaju razmjenu mišljenja, raspravu i dogovor svih dionika turističkog razvoja s ciljem postizanje konsenzusa oko važnih razvojnih pitanja.

Konkretno, na izradi Strategije razvoja turizma grada Supetra održane su tri strateške radionice s glavnim dionicima turističkog razvoja na kojima su usuglašeni stavovi dionika vezani za: (1) značaj turističkih resursa i atrakcija s kojima grad Supetar raspolaže, (2) viziju razvoja turizma, (3) ciljeve raz-

voja turizma i (4) glavne razvojne projekte koji su u funkciji ostvarenja prethodno definirane vizije.

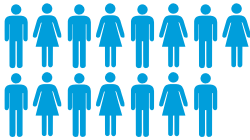
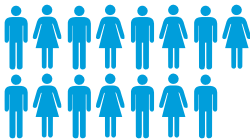
2. Analiza od pojedinačnog prema općem (tzv. „bottom-up“ pristup), što predstavlja metodološki pristup koji implicira sagledavanje svih pojedinačnih razvojnih mogućnosti i/ili već započetih projekata te njihovo uvezivanje i stavljanje u funkciju postizanja novodefiniranih ciljeva turističkog razvoja. Pridržavanje ove metodološke odrednice osobito je važno kod planiranja turističkog razvoja onih destinacija koje, poput grada Supetra, imaju dugu turističku tradiciju jer omogućuje integraciju postojećih aktivnosti u novi plan razvoja turizma.

3. Razvoj provedbenih instrumenata, mehanizama i institucionalnih tijela zaduženih za provedbu aktivnosti koje su predviđene planom. Ovdje se ponajprije misli na zajednički rad na razvoju i definiranju realno provedivih implementacijskih instrumenata i mehanizama te prijedlog institucionalnih tijela pri gradu Supetru koja bi bila zadužena za provedbu rješenja koja će se definirati u studiji. Zajednički rad je platforma za provedu predloženih riješena te olakšava i ubrzava provedbene faze.

Projektne aktivnosti koje su provedene na izradi Strategije razvoja turizma grada Supetra, kao i njihov opis, prikazane su tablicom 1.2.1.



TABLICA 1. Projektne aktivnosti na izradi Strategije razvoja turizma grada Supetra

<p><b>Obilazak terena</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Predstavljanje projekta</li> <li>• Upoznavanje terena, analiza i valorizacija turističke resursne osnove grada Supetra</li> <li>• Razgovor s predstavnicima JLS i predstavnicama TZ grada Supetra</li> <li>• Identifikacija ključnih dionika turističkog razvoja grada Supetra i ostalih osoba važnih u kontekstu turističkog razvoja destinacije</li> </ul>	<p>BROJ SUDIONIKA</p> <p>8 </p>
<p><b>Prva strateška radionica</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analiza postojećeg stanja - geografska, prostorna, prometna i infrastrukturna obilježja prostora, turistička ponuda i potražnja, analiza i valorizacija turističke resursne osnove</li> <li>• SWOT analiza</li> </ul>	<p>BROJ SUDIONIKA</p> <p>15 </p>
<p><b>Druga strateška radionica</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vizija razvoja turizma</li> <li>• Odrednice upravljanja turizmom</li> <li>• Ciljevi turističkog razvoja</li> <li>• Turistički proizvodi</li> <li>• Prijedlog turističkih zona</li> <li>• Prijedlog turističkih projekata</li> </ul>	<p>BROJ SUDIONIKA</p> <p>15 </p>
<p><b>Treća strateška radionica</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mogućnosti razvoja kulturnog turizma na području grada Supetra</li> <li>• Odrednice upravljanja kulturnim turizmom</li> <li>• Turistički resursi i atrakcije s područja kulturnog turizma</li> <li>• Primjeri dobre prakse s područja kulturnog turizma</li> <li>• Turistički proizvodi s područja kulturnog turizma</li> </ul>	<p>BROJ SUDIONIKA</p> <p>15 </p>
<p><b>Prezentacija finalnog dokumenta</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Predstavljanje projekta</li> <li>• Upoznavanje terena, analiza i valorizacija turističke resursne osnove grada Supetra</li> <li>• Razgovor s predstavnicima JLS i predstavnicama TZ grada Supetra</li> <li>• Identifikacija ključnih dionika turističkog razvoja grada Supetra i ostalih osoba važnih u kontekstu turističkog razvoja destinacije</li> </ul>	<p>BROJ SUDIONIKA</p> <p>30 </p>

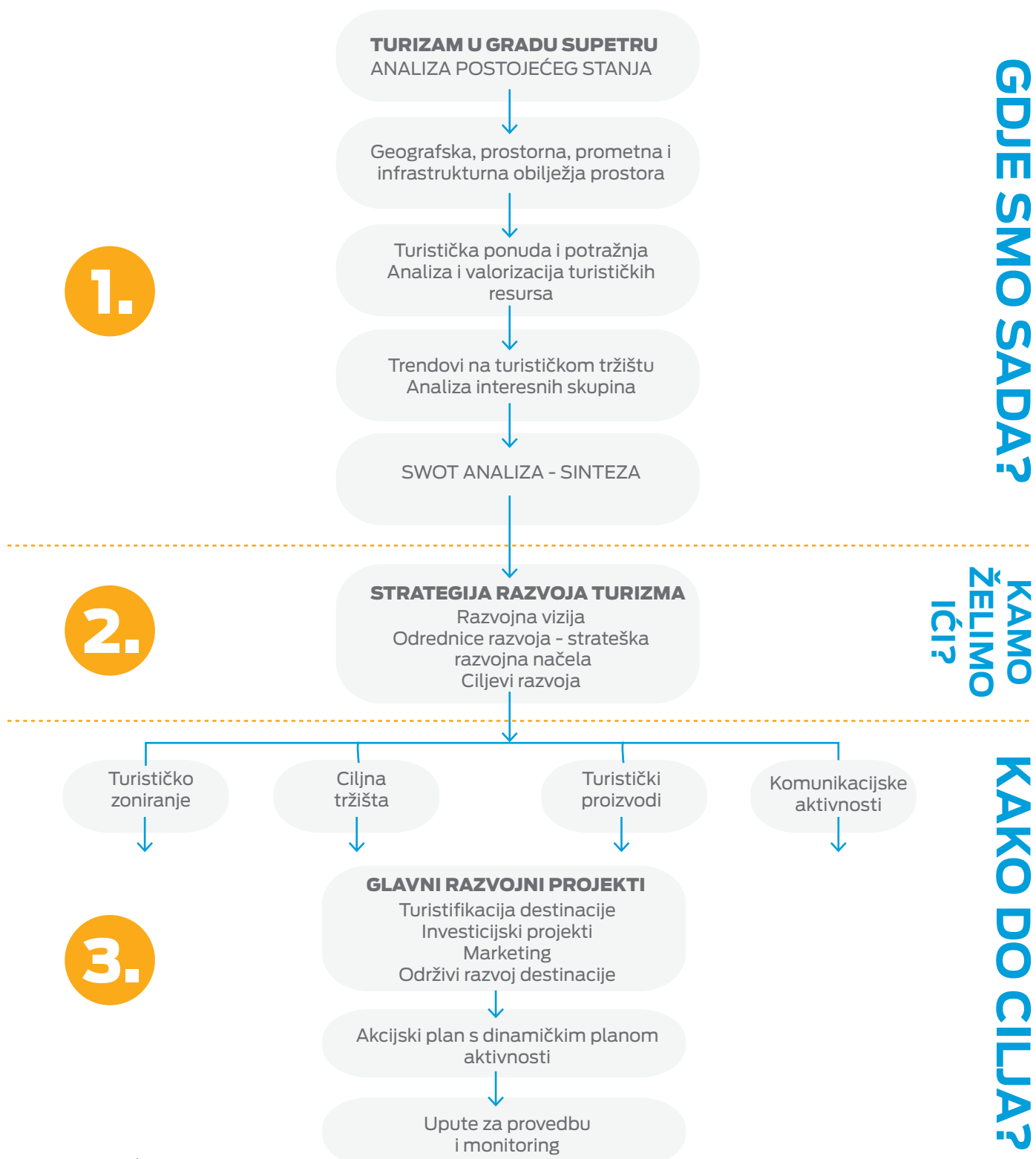
Izvor: Autori studije.



### 1.3. Pristup izradi projekta

Polazeći od opisa projektnog zadatka te prethodno definirane metodologije izrade projekta, pristup izradi projekta prikazan je slikom 1.3.1.

SLIKA 1. Pristup izradi Strategije razvoja turizma grada Supetra





## ANALIZA POSTOJEĆEG STANJA

## 2.1. Geografska, prostorna, prometna i infrastrukturna obilježja prostora

### Geografski položaj, reljef i klima

Otok Brač je najveći srednjodalmatinski otok, dug oko 40 km, a širok prosječno 10 - 12 km. S ukupnom površinom od 395 km<sup>2</sup> Brač je najveći otok Dalmacije i treći najveći otok Jadranskog mora. Nalazi se na zemljopisnoj širini 43° 15' – 43° 24' i zemljopisnoj dužini 16° 24' – 16° 54'.

Otok je eliptičnog oblika, prostire se u smjeru istok-zapad. Ukupna dužina obale otoka Brača iznosi 175 km, a odlikuje se razvedenošću s brojnim dubokim i privlačnim uvalama, posebice u sjeveroistočnom i jugozapadnom dijelu otoka. Od kopna je odijeljen Bračkim kanalom (širine 6 – 13 km, a najveće dubine 78 m), na zapadu ga od otoka Šolte odvajaju Splitska vrata, a prema jugu ga od otoka Hvara dijeli Hvarski kanal (dubine 92 m).

SLIKA 2. Prostorni položaj grada Supetra i topografska karta Grada



Izvor: Autori studije

Najveće naselje otoka Brača kao prostorne cjeline je grad Supetar koji je mikroregionalno središte, s pripadajućim nodalnim funkcijama. Grad je smješten na sjevernoj strani Brača i prostire se na 30,28 km<sup>2</sup>, kopnene površine, time zauzimajući 7,67% ukupne površine otoka Brača. Grad s južne strane graniči s općinom Nerežišća, sa zapadne s općinom Postira, s istočne s općinom Milna, te sa

sjeverne morske strane s općinom Dugi rat i Podstrana.

Cijeli otok Brač, pa tako i područje grada Supetra odlikuje krški reljef koji je posljedica geološke građe koja je u najvećoj mjeri određena vapnencima i dolomitima kredne starosti, s manjim uslojcima sedimentnih stijena kvartarne starosti (posljedica paleotoka rijeke Cetine). Temeljni i najveći tektonski oblik je glavna antiklinala koja se proteže od istočnog do zapadnog dijela Brača.

Zbog asimetričnog oblika južna strana se strana odlikuje strmim i jako strmim nagibima koji se pružaju od najvišeg vrha (Vidova gora 778 m) do mora i sjeverna prema moru blago nagnuta strana (Plan razvoja grada Supetra, 2015).

Klima je tipična mediteranska koju karakteriziraju blage zime i vruća ljeta. Zimi temperatura rijetko pada ispod 0°C, dok ljeti rijetko premašuje 35°C. Prema Kappenovoj klasifikaciji klima otoka Brača

se može uvrstiti u Csa tip klime čija je značajka da se temperatura najhladnijeg mjeseca kreće između -3°C i +18°C s najmanje tri puta toliko oborina u najkišnijem mjesecu zime, koliko ima najsušniji mjesec ljeta i da je srednja temperatura najtoplijeg mjeseca veća od 22°C. (Plan razvoja grada Supetra, 2015). Padaline su, kao što je to slučaj i na čitavoj našoj obali, nejednako raspoređene tokom godine, tj. najviše su u kasnu jesen i zimu s izrazitim nedostatkom u ljetnom periodu. Ljetne suše su u kombinaciji s visokim temperaturama, redovita pojava. Broj vedrih dana je najviši u ljetnom periodu, a oblačnih u zimskom, dok su vedri dani ipak puno češći kroz godinu nego oblačni. Ljeti gotovo svakodnevno puše maestral, a u večernjim satima burin, ugodni vjetar s bračkih brda, a učestali

vjetrovi su i jugo i bura.

More je na području cijelog otoka Brača iznimno bistro. Zimske temperature mora se spuštaju do 11-14°C, a u ljetnim mjesecima dostižu 24-24,5°C. Salinitet je kao i na čitavoj Jadranskoj obali visok i kreće se između 37 i 38‰. Prema istoku i na sjevernoj strani otoka more je nešto hladnije nego na južnoj i zapadnoj strani pod utjecajem brojnih pod-

morskih izvora. U Bračkom i Hvarskom kanalu uočljive su jake morske struje.

Biljni svijet otoka Brača razvio se na različitim vrstama tla: na kamenjaru, na crnici i smeđem tlu, plitkom sloju humusa nad stijenama, na crvenici većinom u dolinama ili ponikvama (Plan razvoja grada Supetra, 2015. Brač, kao i ostali srednjodalmatinski otoci, pripada mediteranskoj vegetacijskoj zoni (zona euromediteranske zimzelene vegetacijske jedinice, razreda Quercetea ilicis).

### Demografska obilježja

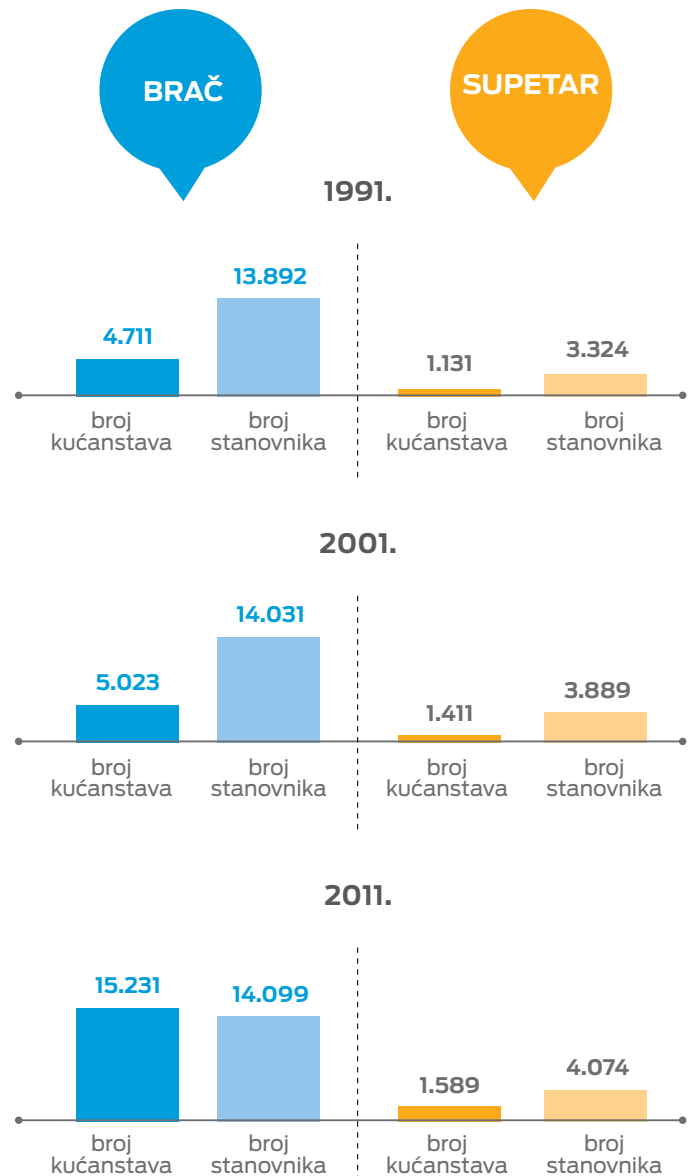
Stanovništvo je temeljni čimbenik društvenog, gospodarskog, kulturnog života te razvitka svakog društva, a posebice lokalne zajednice. Također, stanovništvo daje krajnji smisao gospodarskim procesima, jer je svrha i cilj gospodarskog razvoja upravo blagostanje pripadnika lokalne zajednice u kojoj se taj razvoj ostvaruje. Upravo zato sva razmatranja o daljnjem turističkom razvoju moraju uključivati i stanovništvo kao njegovu bitnu odrednicu.

Grad Supetar ima 4.074 stanovnika, po čemu je najveća jedinica lokalne samouprave otoka Brača. Grad ima četiri naselja: naselje Supetar s 3.213 stanovnikom, naselje Mirca s 321 stanovnika, naselje Splitska s 368 stanovnika i naselje Škrip s 172 stanovnika.

Prema popisu stanovnika u zadnjih 40 godina grad Supetar ima stalni porast broja stanovnika. Prosječna gustoća nastanjenosti otoka Brača je 34 stanovnika na km<sup>2</sup> i po tom indikatoru Supetar je najgušće nastanjena JLS na otoku Braču sa gustoćom naseljenosti od 136 stanovnika na km<sup>2</sup>, a time je i iznad županijskog prosjeka od preko 100 stanovnika na km<sup>2</sup>.

U razdoblju od 1991. do 2011. godine ukupan broj stanovnika otoka Brača povećao se za 161 osobu, odnosno 1,16%, dok se je broj stanovnika najviše je porastao u gradu Supetru, i to za 23,22% u 2011. u odnosu na 1991. godinu.

TABLICA 2. Promjena broja stanovnika otoka Brača i grada Supetra (1991., 2001. i 2011. godina)



Izvor: Popis stanovništva RH 1991., 2001. i 2011. godine.

Upravo razvoj turističke djelatnosti utjecao je na poboljšanje perspektive zapošljavanja kao i na mogućnost dopunske zarade u domaćinstvu, ali isto tako i na poboljšanje infrastrukturnih i ostalih uvjeta življenja koje je turizam donio, što je u konačnici rezultiralo porastom stanovništva. Osim što je razvoj turističke djelatnosti utjecao na ostanak domaćeg stanovništva, također je došlo i do porasta potražnje za radnom snagom što je pak uvjetovalo i velik imigracijski val koji je dodatno izmijenio populacijsku sliku mjesta.

Prema popisima stanovništva iz 2001. i 2011. godine, vidljiv je porast od 4,75% u ukupnom broju stanovništva za naselje Supetar. Porast od 4,90% u ukupnom broju stanovnika je zabilježen i za naselje Mirca. Promatrana situacija u naselju Škrip i Splitska je obratna od one u naseljima Mirca i Supetar.

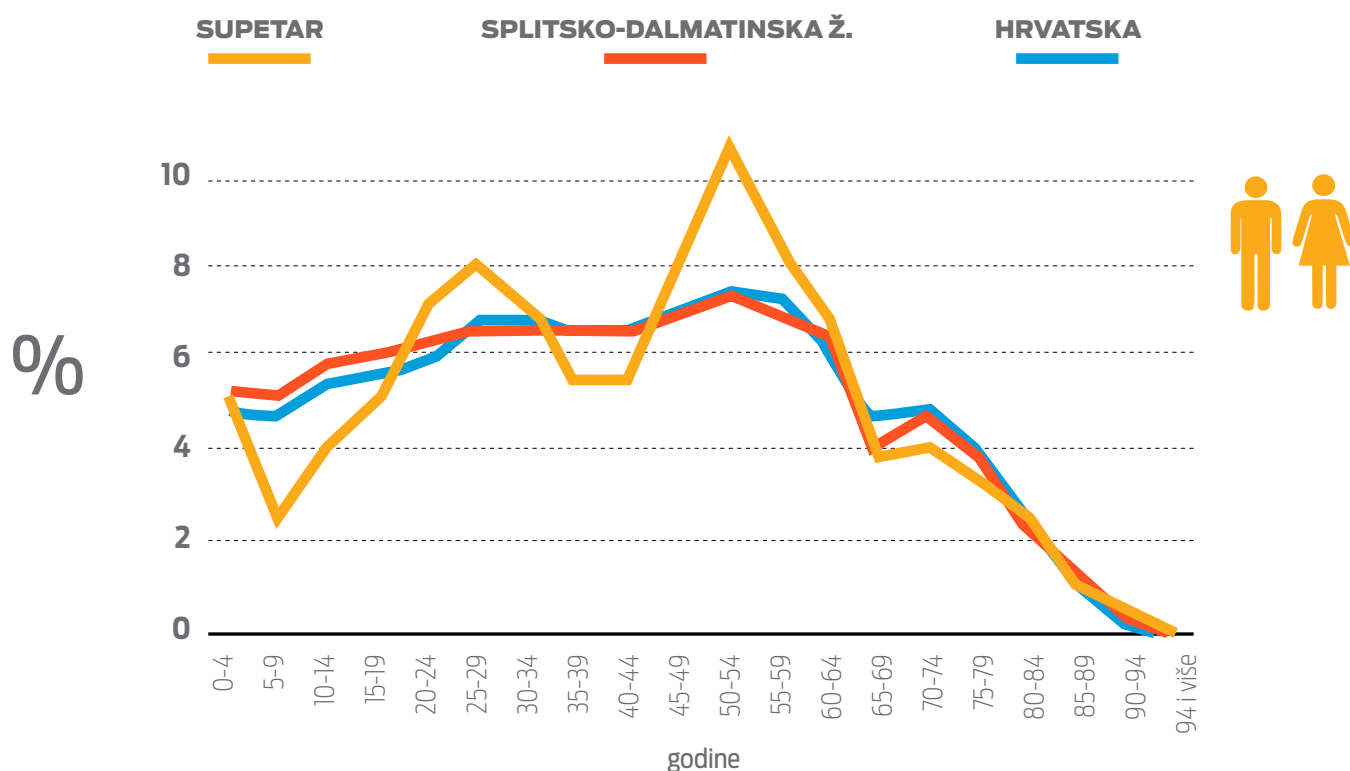
Zabilježen je pad od 7,52% u ukupnom broji stanovnika u naselju Škrip i pad od 3,41% u ukupnom broji stanovnika u naselju Splitska (Plan razvoja grada Supetra, 2015). Bez obzira na malu udaljenost naselja ipak se stanovništvo Škripa iseljava i nastanjuje bilo u Supetru ili negdje drugdje izvan

Grada i otoka. Razlozi tome nisu prvenstveno ekonomski, već nalazimo da su više razlozi u uvjetima življenja i socijalnoj i ekonomskoj nesigurnosti.

Analiza stanovništva prema glavnim dobnim skupinama pokazuje neke opće karakteristike u regiji i na otoku tj. da su podaci gotovo slični. Kako u regiji tako i na otoku Braču, starosna struktura stanovništva je prilično nepovoljna uslijed iseljavanja stanovnika radne i fertile dobi.

Osim toga postoji tendencija useljavanja umirovljenika na otok čime se značajno iskrivljuje slika o biološkoj strukturi stanovnika na otoku. Prema indeksu starenja stanovništva na otoku koji iznosi 182,58, prethodna se analiza potvrđuje po kojoj sve više raste udio starog stanovništva. Na području Grada prema popisu iz 2001. godine broj stanovnika mlađih od 60 godina iznosio je 2.999 stanovnika, a na popisu iz 2011. godine zabilježeno je 2.930 stanovnika mlađih od 60 godina. Sve je veći udio starijeg stanovništva od 60 (60-75 godina), odnosno veću prosječnu starost za 7,06%, a slijedom toga povećava se indeks starenja <sup>1</sup> i koeficijent starosti <sup>2</sup> (Plan razvoja grada Supetra, 2015).

SLIKA 3. Starosna struktura grada Supetra



Izvor: Popis stanovništva RH, 2011.

U gradu Supetru u 2011. godini bilo je 1.589 kućanstava i 1.588 stambenih jedinica. Na razini grada Supetra broj kućanstava se povećao za 184 ili za 13,09%, dok je broj stambenih jedinica porastao za 1.498 ili za 50,10% (na razini RH zabilježen je porast od 20%). Od ukupnog broja stambenih jedinica 62,72% ih je za stalno stanovanje (Plan razvoja grada Supetra, 2015). Prema podacima iz 2011. godine u gradu Supetru ima 4.488 stanova, od čega ih je 1.066 namijenjeno za odmor i rekreaciju (vikendice), te još 600 za iznajmljivanje turistima.

Među stanovništvom Supetra dominira stanovništvo s završenom srednjom školom. Srednju stručnu spremu ima ukupno 1.764 stanovnika (54,3%, prosjek otoka 44,43%). Visoko obrazovano stanovništvo čini svega 12% od ukupnog broja stanovnika (prosjek Brača je 10%). Ono što ohrabruje je činjenica da ipak među mlađim stanovništvom počinje prevladavati broj onih sa visokim obrazovanjem naspram onih sa osnovnoškolskim, uz naravno dominaciju onih sa srednjoškolskim obrazovanjem što zasigurno ide u prilog daljnjem razvoju Grada.

Ekonomski neaktivnih osoba je 1.795, od čega je 1.054 umirovljenih osoba, 211 osoba koje se bave obavezama u kućanstvu, a 306 učenika ili studenata. Broj ostalih neaktivnih osoba je 224. Visok udio neaktivnih osoba, posebice umirovljenika može u budućnosti predstavljati problem za ukupan ali osobito turistički razvoj grada Supetra.

### Infrastrukturalna obilježja – vodoopskrba

Vodovod Brač d.o.o. je jedino poduzeće koje upravlja vodoopskrbnim sustavom na otoku Braču. U vlasništvu je grada Supetra i 7 bračkih općina. Vodoopskrbni sustav otoka i grada riješen je unutar regionalnog sustava „Omiš – Brač – Hvar – Šolta“.

Primarni izvor pitke vode za otok Brač je rijeka Cetina, a prihvatno vodno tijelo je „Zagrad“ smješteno u Omišu. Vodoopskrbni sustav otoka Brača sastoji se od 3 glavne cjeline, odnosno podsustava: istok, zapad i jug. Sve vode koje dotječu s kopna akumuliraju se u vodospremi „Brač“.

Iz vodospreme Brač polaze tri glavna magistralna cjevovoda (PPUG Supetar, 2009). Postojeće vodospreme sustava na području grada su :

- Splitska
- Supetar 1
- Supetar 2
- Žedno Drage
- Škrip

U blizini mjesta Postira, nalazi se vodoopskrbna centrala koja distribuira vodu lokalnim vodovodom prema svim mjestima na otoku. Ovaj je vodovod tipični sezonski vodovod s velikim neravnomjernostima u potrošnji vode tijekom godine - omjer ljetne i zimske potrošnje nerijetko iznosi i do 1:10.

### Infrastrukturalna obilježja - Odvodnja

Sustav kanalizacije i zbrinjavanja otpada je veliki problem svih srednjodalmatinskih otoka pa tako i Brača. Većina otpadnih voda i fekalija završava ravno u moru, najčešće u samim lukama ili nedaleko od njih, a nerijetko i u blizini samih kupališta. Ovo predstavlja ogromni minus u pogledu turističke prezentacije i općenite infrastrukturne organizacije vodovodno kanalizacijskog sustava na otoku. Na otoku Braču kompletno izgrađen kanalizacijski sustav ima samo naselje Supetar.

Javno poduzeće Vodovod Brač trenutno upravlja sustavima odvodnje u gradu Supetru. Postojeći sustav za odvodnju otpadnih voda grada Supetra se sastoji od glavnih kolektora profila 300 i 350 mm i sekundarnih kolektora kojima se otpadne vode dovode do CS „Supetar I“ (locirane na obali), odakle se otpadne vode bez pred tretmana ispuštaju podmorskim ispustom (ukupne duljine podmorskog dijela 907 m) u more na dubinu od 25 m u površinske vode. Dakle, na području naselja Supetar ne postoji konačan sustav odvodnje oborinskih voda nego samo parcijalno izgrađeni manji sustavi koji se vežu na postojeće oborinske kanale (Plan razvoja grada Supetra, 2015).

### Infrastrukturalna obilježja - Otpad

U Supetru postoji odlagalište komunalnog otpada „Kupinovica“ na kojemu se otpad odlaže već tridesetak godina, a bez posebno uređenog samog deponija i njegovog okolnog prostora. Uz to u funkciji Grada je i deponij komunalnog otpada „Milovica“. Za ovu je lokaciju izrađena Studija utjecaja na okolicu te je utvrđena i organizacija same lokacije. Procijenilo se da bi lokacija mogla zadovoljiti potrebe grada Supetra za narednih petnaestak godina. Grad Supetar fokusiran je na sanaciju postojećeg deponija uz otvaranje privremene kontrolirane plohe za odlaganje smeća i oformljivanje reciklažnog dvorišta u kontekstu potreba zelenih otoka (Plan razvoja grada Supetra, 2015). Osnovni cilj programa jest redukcija, i odvajanje otpada s ciljem recikliranja

<sup>1</sup> Indeks starenja je postotni udio osoba starih <sup>60</sup> i više godina prema stanovništvu mlađem od <sup>20</sup> godina.

<sup>2</sup> Koeficijent starosti je postotni udio osoba starih <sup>60</sup> i više godina u ukupnom stanovništvu



ja i smanjenja ukupne mase otpada. S tim ciljem pokrenut je i projekt "Zeleni Brač" koji je financijski podržan od strane Fonda za zaštitu okoliša i energetske učinkovitost a misija mu je edukacija stanovništva o važnosti razdvajanja otpada. Cjeloviti sustav gospodarenja otpadom trebao bi zaživjeti izgradnjom pretovarne stanice i Centra za gospodarenje otpadom Lečevica, a planira se nabaviti i komunalna oprema u vrijednosti 2,3 milijuna kuna koju će sa 60% sufinancirati Fond za zaštitu okoliša i energetske učinkovitost.

### Infrastrukturalna obilježja - Električna energije

Sva električna energija koja se koristi na otoku Braču dolazi s kopna. Brač ne raspolaže s vlastitim kapacitetima za proizvodnju električne energije poput hidro i termoelektrana ili akumulacijskih jezera. Otok posjeduje nekoliko trafostanica i elektrana koje distribuiraju električnu energiju po otoku.

Područje Grada Supetra napaja se električnom energijom iz trafostanice TS 35/10 kV Postira (instalirane snage 2x8MVA), dok rezervno napajanje može imati i iz smjera trafostanice TS 35/10 kV Milna (instalirane snage 2x4MVA). Naselja Splitska, Supetar i Mirca napajaju se kabelskom podzemnom mrežom naponskog nivoa 10 (20)kV (PPUG Supetar, 2009). S obzirom na 2.600 sati insolacije na području otoka Brača, značajan potencijal ima proizvodnja energije putem solarnih kolektora, ali i mogućnost klimatizacije (i grijanja) uz pomoć termalnih pumpi položenih u more. U tom smjeru idu postojeći projekti javne rasvjete.

### Infrastrukturalna obilježja - Plinska mreža

U gradu nema plinske mreže ali zgrade mogu koristiti plin pomoću plinskog spremnika, koji se treba smjestiti na vlastitoj čestici ukoliko to smještaj spremnika i propisi dozvoljavaju (Plan razvoja grada Supetra, 2015).

### Infrastrukturalna obilježja - Obilježja prometne infrastrukture

Promet kao jedna od komplementarnih djelatnosti od vitalne je važnosti za razvoj gospodarskih djelatnosti na otoku Braču. Prometna povezanost uključuje pomorski, cestovni i u novije vrijeme zračni promet na otoku. S obzirom da je Supetar smješten na otoku, prometno povezivanje s kopnom odnosno s nacionalnom mrežom putova izuzetno važno kako za turizam tako i za gospodarstvo u cjelini. Supetar je povezan s otočnim naseljima relativno dobrim cestama. Brač ima oko 150 km dobre ceste koje međusobno povezuju sva naselja i sve prirodne i kulturne spomeničke predjele. Glavni administrativni, gospodarski i prometni centar, grad Supetar je mjesto iz kojeg se granaju ceste prema ostalim većim i dalje manjim centrima i mjestima na otoku. Osnovni smjerovi regionalnih cesta idu prema krajnjim mjestima otoka Brača, a to su: Milna, Bol i Sumartin, te na svom putu obuhvaćaju i čitav niz manjih mjesta i turističkih centara granajući se na još manje lokalne ceste. Glavni autobusni kolodvor nalazi se u Supetru, odakle kreću svi autobusi za pojedina veća mjesta i naselja.

SLIKA 4. Cestovne prometnice na području grada Supetra i otoka Brača



Izvor: Autori studije.

U Gradu od postojeće cestovne infrastrukture postoje dvije državne ceste (D):

- D-113: Supetar – Neržišća – Sumartin (trajektna luka), duljine 39,76 km
- D-114: Milna – Sutivan – Supetar (D113), duljine 14,49 km

Osim navedene državne ceste u Gradu još postoje tri županijske ceste (Ž):

- Ž-6160: T.L. Kaktus – Ž6118
- Ž-6161: Supetar (D113) – Postira – Pučišća (Ž6193)
- Ž-6189: Škrip – Nerežišća (D113) (PPUG, 2009)

Dužina nerazvrstanih cesta za područje Supetra iznosi 33,46 km, u Mircima 11,10 dok Splitska bilježi 9,64 i Škrip 3,88 km. Osnovnu uličnu mrežu grada karakterizira nedovoljna propusna moć u vremenima vršnog opterećenja (posebno u sezoni) čime je umanjena učinkovitost prometa u cjelini. Na području grada Supetra postoji ukupno 138 parkirnih mjesta, no s obzirom na velik broj vozila u sezoni koja obitavaju na području grada, nastaje veliki problem parkiranja van parkirališta, a čime se blokira promet u ulicama koje gravitiraju prema trajektnoj luci što dodatno otežava sigurno prometovanje gradom. Trajektni i brodski promet je najsvjetlija točka prometne organizacije otoka.

Trajektni promet je dobro riješen i reguliran da čak i u vrijeme izvan turističke sezone ima najmanje pet polazaka i dolazaka trajekta iz Splita. Inače, za vrijeme ljetnih mjeseci i velikih turističkih gužvi zna biti i po dvadesetak dolazaka i polazaka trajekata dnevno. Većina pomorskog prometa za otok Brač odvija se upravo kroz Supetar u kojem je smještena luka za javni promet državnog i županijskog značaja te se povezanost otoka s kopnom najvećim dijelom i realizira upravo preko luke Supetar odakle cestovne radijalne veze idu po cijelom otoku.

Na području Grada morska luka otvorena za javni promet državnog i županijskog značaja je luka Supetar. Morske luke otvorene za javni promet lokalnog značaja su luke Mirca i Splitska.

U okviru Grada nalaze se i luke posebne namjene:

- Športska luka Supetar
- Športska luka Splitska
- Športska luka Mirca

Promatrajući prometno-geografsku situaciju prostora Grada u odnosu prema središnjem dijelu Države i gradu Zagrebu te prema središnjem di-

jelu Splitsko-dalmatinske županije i gradu Splitu, položaj Grada nešto je povoljniji od ostatka otoka Brača. Naselje Supetar, zbog trajektne veze Split–Supetar praktično predstavlja „vrata“ otoka Brača. Međutim, veza se često pokazuje nesigurnom, bilo zbog nevremena ili zbog ljetnih turističkih prometnih zastoja odnosno zbog velikog priljeva motoriziranih gostiju. Ovaj se problem odražava u životu kako otoka Brača tako i svih ostalih otoka koji su u sličnoj nepovoljnoj situaciji. Sveukupno, na području Supetarske luke raspolaže se sa 250 komunalnih vezova i 25 vezova za komercijalne svrhe, Splitska ima 40 komunalnih vezova i 15 komercijalnih vezova, a Mirca raspolažu s 25 komunalnih vezova. (Plan razvoja grada Supetra, 2015).



Zračna luka Brač osnovana je 1993. godine i ujedno je najmlađa zračna luka za komercijalni promet u Hrvatskoj. Svake godine od tada ovaj aerodrom ostvaruje uzastopni rast prometa. Zbog relativno male sletne piste, ovaj aerodrom može primiti zrakoplove kapaciteta do 100 putnika, što podrazumijeva male i srednje velike avione.

U Zračnoj luci Brač u 2014. godine odvijalo se 90 domaćih i inozemnih operacija zrakoplova Croatia Airlines uz 3.853 putnika. Austrian Airlines broji 110 operacija te 5.346 putnika. Zračna luka Brač je zacijelo novi izazov razvoja uopće, a posebno turizma ne samo naselja Supetar već i cijelog otoka Brača. Značaj zračne luke još ni izdaleka nije valoriziran, te ima potencijal za značajniji, posebice regionalni razvoj.

U kontekstu javne infrastrukture, još je važno za istaknuti i upravne i središnje funkcije grada Supetra, koje su važne za razvoj cijelog otoka Brača:

- Općinski sud u Supetru
- Prekršajni sud u Supetru
- Ured državne uprave u Splitsko-dalmatinskoj županiji, Ispostava Supetar, Splitsko-dalmatinska županija: Upravni odjel SDŽ za prostorno uređenje, Upravni odjel SDŽ za socijalnu pomoć
- Porezna uprava, Ispostava Supetar
- Državna geodetska uprava, Ured za katastar, Ispostava Supetar
- Policijska postaja Brač
- Sezonska ispostava policijske postaje Supetar

## 2.2. Obilježja turističke potražnje i ponude

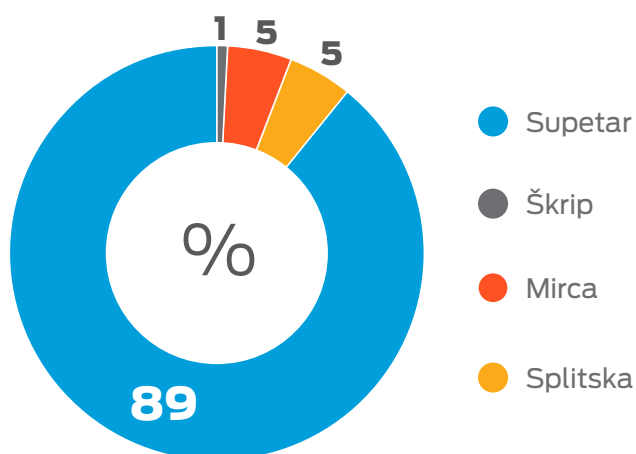
Prema službenim podacima TZ grada Supetra, tijekom 2014. godine je na području koje administrativno pokriva grad Supetar zabilježeno 490,9 tisuća turističkih noćenja i oko 65,2 tisuće dolazaka turista u komercijalnom smještaju, što predstavlja porast od 4,2% u odnosu na 2013. godinu.

Promatrano prema naseljima, tijekom 2013. je najveći broj noćenja ostvaren na području naselja Supetar (89%) dok je udio ostalih naseljenih mjesta (Mirca – 5%, Splitska – 5% i Škrip – 1%) u ukupno ostvarenom turističkom prometu neznatan (slika 5), te je za pretpostaviti da se to nije značajno promijenilo niti tijekom 2014. godine.

U zadnjih deset godina turistički promet na području grada Supetra je značajno varirao (slika 6) te se u promatranom razdoblju, prema pokazateljima fizičkog turističkog prometa, kao najuspješnija može ocijeniti zadnja 2014. godina, kada je na području grada Supetra zabilježeno 490,9 tisuća turističkih noćenja i 65,2 tisuće dolazaka turista.

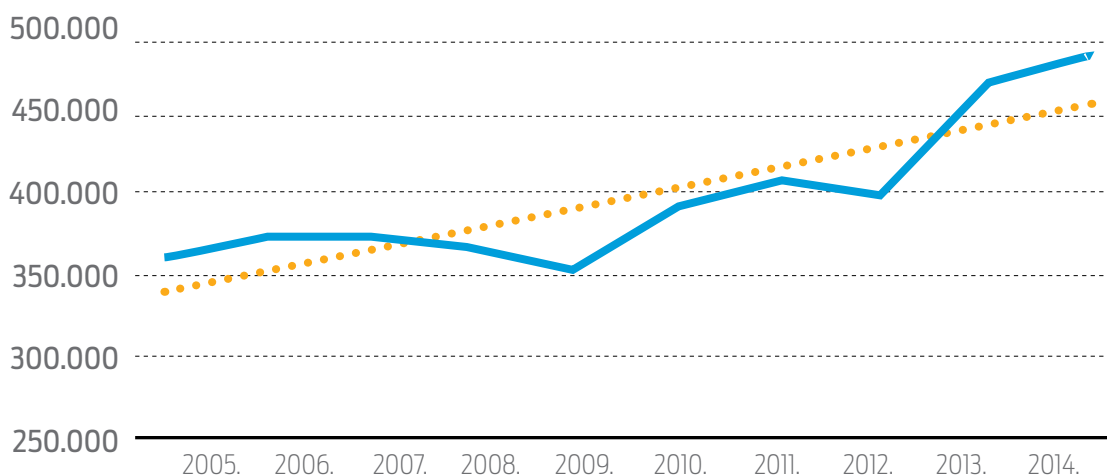
Sveukupno, u zadnjih deset godina turistički promet na području grada Supetra porastao je za oko 36,5%. U istom tom razdoblju (od 2005. do 2014. godine) broj noćenja turista u Splitsko-dalmatinskoj je porastao za 51%.

SLIKA 5. Noćenja po naseljima u 2013. godini



Izvor: Državni zavod za statistiku.

SLIKA 6. Broj noćenja u razdoblju od 2015. do 2014. godine s trendom



Izvor: TZG Supetra, Državni zavod za statistiku.



Tijekom 2014. godine, grad Supetar je sudjelovao s oko 4% u ukupnom broju noćenja na području Splitsko-dalmatinske županije te s oko 40% u ukupno ostvarenom broju noćenja na području otoka Brača.

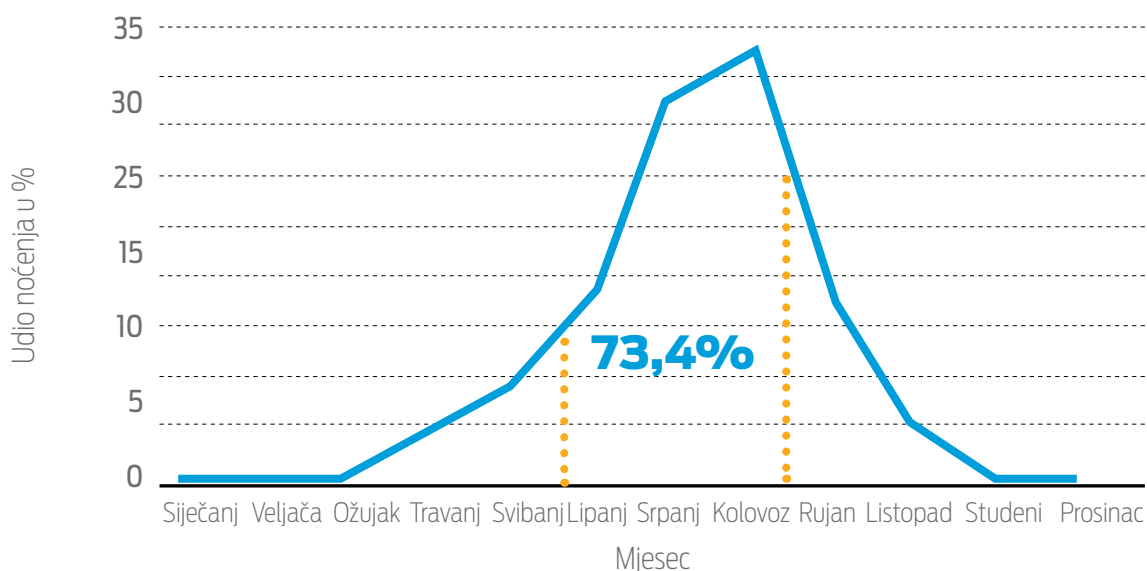
S obzirom da je stopa rasta turističkog prometa na području grada Supetra u zadnjih deset godina ispod županijskog prosjeka, može se zaključiti da su turistički resursi i atrakcije grada Supetra trenutno suboptimalno tržišno valorizirani, odnosno da trenutno dosegnuti stupanj turističkog razvoja Grada nije na onoj razini na kojoj bi realno mogao biti.

Stoga je glavni cilj Strategije definiranje planskog, sustavnog, uravnoteženog i dugoročno održivog turističkog razvoja Grada, koji bi kroz definiranje nove razvojne vizije, inoviranje postojećih i osmišljavanje novih turističkih proizvoda te kroz definiranje određenog broja razvojnih projekata s područja turizma, potaknuo i unaprijedio turistički razvoj Grada.

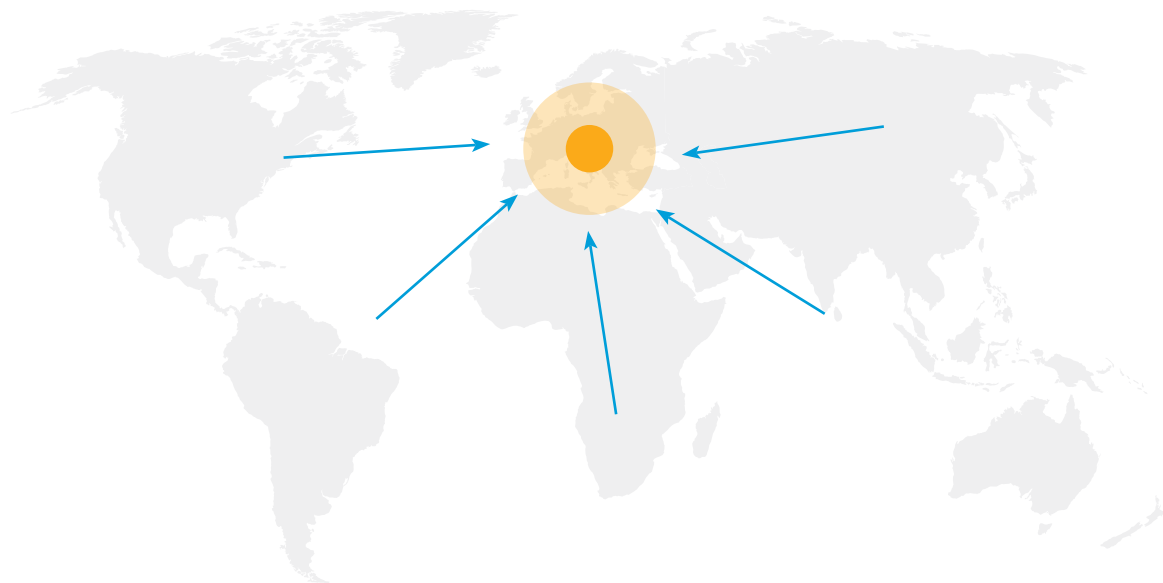
Jedno od važnih obilježja turističkog prometa na području grada Supetra je i izražena sezonalnost turističke potražnje. Prema podacima TZ grada Supetra, tijekom 2014. godine je oko 73% ukupnog broja noćenja zabilježeno tijekom tri ljetna mjeseca (lipanj-kolovoz), dok je udio noćenja u predsezoni (siječanj-svibanj) iznosio oko 10% a udio noćenja postsezoni iznosio je oko 17%. (slika 7).

Ovako izražena sezonalnost prvenstveno je posljedica nepovoljne strukture smještajnih kapaciteta u gradu Supetru u kojima dominira privatni smještaj, kojega karakterizira niska kvaliteta te posljedično i nizak stupanj iskorištenosti smještajnih kapaciteta. Analiza turističkog prometa za grad Supetar prema emitivnim tržištima pokazuje da su, tijekom 2014. godine u gradu Supetru najveći broj noćenja ostvarili turisti iz Njemačke (13,5% noćenja) te turisti iz Francuske (9,9% noćenja), Mađarske (8,4% noćenja), Poljske (7,7% noćenja) te Slovenije (7,6% noćenja).

SLIKA 7. Mjesečna distribucija noćenja u 2014.



Izvor: TZG Supetra.



Domaći turisti su, tijekom 2014. godine, sudjelovali s oko 7% u ukupno ostvarenom broju noćenja na području grada Supetra. Potrebno je naglasiti relativno veliki udio iz turista iz sjevernoeuropskih zemalja odnosno iz Norveške (5,5% noćenja) i Švedske (5,4% noćenja). Prosječna dužina boravka turista na području grada Supetra iznosi 7,5 dana, pri čemu najduže borave turisti iz Rusije (17 dana). S obzirom na vrlo visoku prosječnu dužinu boravka, može se zaključiti da rusko tržište, uz tržišta Švedske i Norveške, predstavlja jedno od najvažnijih novih emitivnih tržišta te potencijalno može biti važan generator turističke potražnje na području grada Supetra.

Tijekom 2014. godine turisti iz Rusije sudjelovali su s oko 2,5% u ukupno ostvarenom turističkom prometu na području grada Supetra. Tablica 3. pokazuje strukturu turističkog prometa u gradu Supetru za 25 najvažnijih emitivnih tržišta tijekom 2014. godine. Tijekom 2014. godine oko 62% noćenja je ostvareno u hotelskom smještaju, oko 27% noćenja u privatnom smještaju dok je oko 11% noćenja ostvareno u ostalim vrstama smještajnih kapaciteta.

Nešto više od polovice turista (52%) na područje grada Supetra dolazi organizirano dok njih oko 48% svoje turističko putovanje organizira samostalno. Pri tome prosječna dužina boravka turista koji dolaze organizirano iznosi 7,9 dana i nešto je viša od prosječne dužine boravka turista koji dolaze samostalno (7,6 dana).

Prema službenim podacima Državnog zavoda za statistiku, tijekom 2013. godine je na području grada Supetra registriran 4.981 stalni ležaj od čega većina u privatnom smještaju (58%), potom u turističkim naseljima (13%), hotelima (11%) te turističkim apartmanima (6%). Slika 8 prikazuje strukturu smještajnih kapaciteta na području grada Supetra.



TABLICA 3. Turistički promet prema emitivnim tržištima u 2014.

	<b>BROJ NOĆENJA</b>	<b>%</b>	<b>BROJ TURISTA</b>	<b>%</b>	<b>PDB</b>
Njemačka	82.423	16,79	8.832	13,54	9,3
Francuska	48.572	9,89	6.416	9,83	7,6
Mađarska	41.223	8,40	5.996	9,19	6,9
Poljska	37.991	7,74	4.522	6,93	8,4
Slovenija	37.255	7,59	4.908	7,52	7,6
Hrvatska	34.758	7,08	6.976	10,69	5,0
Norveška	26.916	5,48	3.266	5,01	8,2
Švedska	26.555	5,41	3.812	5,84	7,0
Slovačka	21.134	4,31	2.669	4,09	7,9
V. Britanija	19.155	3,90	2.925	4,48	6,5
Austrija	17.316	3,53	2.635	4,04	6,6
Češka	14.010	2,85	1.718	2,63	8,2
Rusija	13.210	2,69	772	1,18	17,1
Italija	12.422	2,53	1.665	2,55	7,5
BiH	10.447	2,13	1.333	2,04	7,8
Belgija	7.017	1,43	855	1,31	8,2
Finska	6.658	1,36	910	1,39	7,3
Srbija	6.516	1,33	658	1,01	9,9
Švicarska	5.899	1,20	925	1,42	6,4
Nizozemska	3.256	0,66	467	0,72	7,0
Ukrajina	3.151	0,64	344	0,53	9,2
SAD	2.930	0,60	515	0,79	5,7
Danska	1.978	0,40	279	0,43	7,1
Rumunjska	1.469	0,30	222	0,34	6,6
Kanada	1.078	0,22	203	0,31	5,3
Ostalo	7.565	1,54	1.423	2,18	5,3
	<b>ukupno: 490.904</b>		<b>ukupno: 65.246</b>		<b>ukupno: 7,5</b>

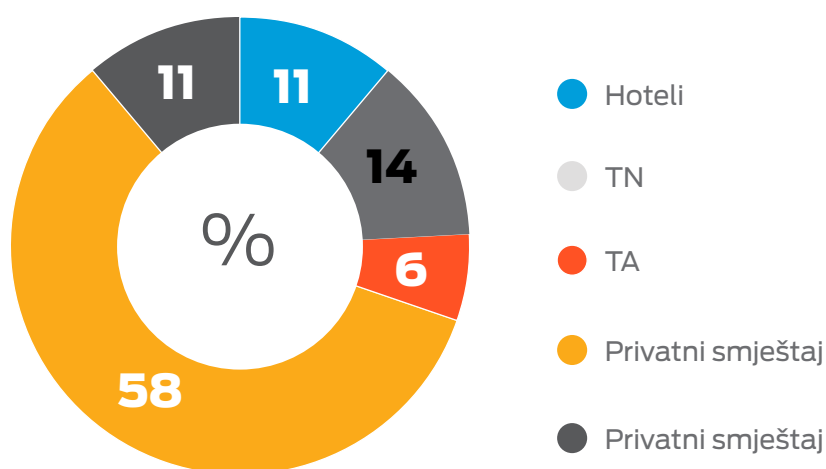
Izvor: TZ grada Supetra, Državni zavod za statistiku.



Prosječna godišnja stopa iskorištenosti smještajnih kapaciteta na području grada Supetra, na razini svih vrsta smještajnih kapaciteta iznosi 23%, što je nešto iznad nacionalnog prosjeka (21%), prosjeka Splitsko-dalmatinske županije (19,4%) te prosjeka otoka Brača (21%).

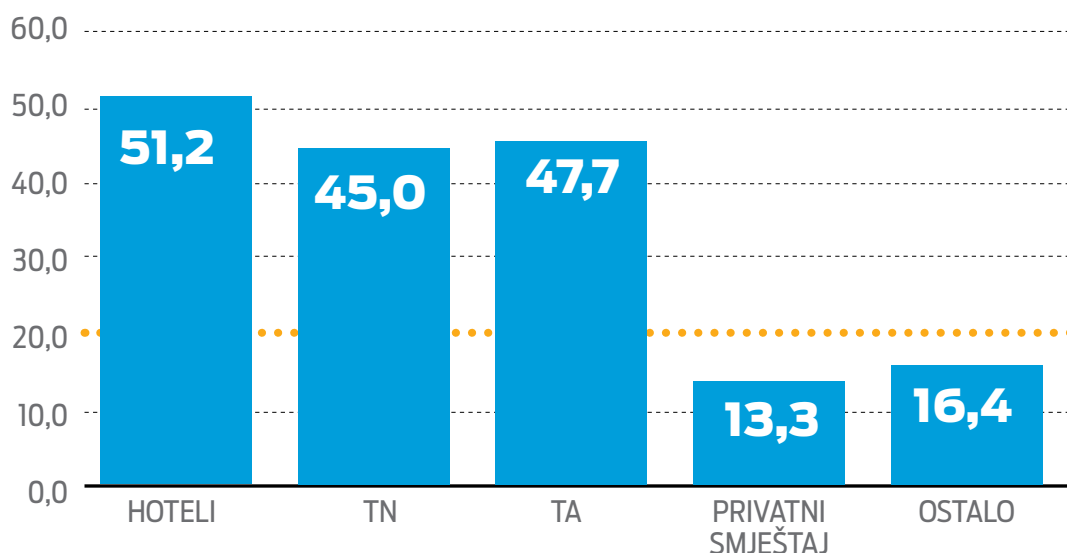
Promatrano prema pojedinim vrstama smještajnih kapaciteta, prosječna godišnja iskorištenost je najveća u hotelskom smještaju (51,2%), potom u turističkim apartmanima (47,7%), u turističkim naseljima (45%) dok prosječna godišnja stopa iskorištenosti u privatnom smještaju iznosi tek 13% (slika 9).

SLIKA 8. Struktura smještajnih kapaciteta u 2013. godini



Izvor: Državni zavod za statistiku.

SLIKA 9. Prosječna godišnja iskorištenost smještajnih kapaciteta



Izvor: Državni zavod za statistiku.

### 2.3. Analiza i valorizacija turističke resursne osnove

Dugoročni razvoj turizma određene turističke destinacije u najvećoj mjeri je predodređen njenim temeljnim resursima – potencijalnim i realnim turističkim atrakcijama.

Resursna osnova nekog područja čini skup turističkih atrakcija i infrastrukture koja je neophodna za razvoj nekog potencijalnog turističkog područja.

Upravo struktura i intenzitet privlačnosti atrakcija određuju moguću strukturu turističkog destinacijskog proizvoda i njegov mogući imidž na turističkom tržištu.

**Za potrebe klasifikacije u ovoj studiji, turističke atrakcije klasificirat će se prema metodologiji koju je razvio dr.sc. Eduard Kušen (2002, 2010).<sup>3</sup>**

Riječ je o funkcionalnoj klasifikaciji koja sve turističke atrakcije dijeli na: geološke značajke prostora, klimu, vodu, biljni svijet, životinjski svijet, zaštićenu prirodnu baštinu, zaštićenu kulturno-povijesnu baštinu, kulturu života i rada, znamenite osobe i povijesne događaje, manifestacije, kulturne i vjerske ustanove, prirodna lječilišta, sportsko-rekreacijske građevine i terene, turističke staze, putove i ceste.

#### Prirodna baština – geološke značajke prostora

Geološke karakteristike područja formiraju vidljive oblike reljefa na površini Zemlje, kao i u podzemlju (reljef, otoci, obale mora, jezera i rijeka, špilje), koji mogu zadovoljiti motive odmora i oporavka te sportske rekreacije dok pojedini geološki oblikovni, paleontološki i arheološki zanimljivi dijelovi mogu biti proglašeni zaštićenima i predstavljati se kao dijelovi zaštićene prirodne baštine.



TABLICA 4. Geološka atrakcijska osnova grada Supetra s obzirom na značaj

Tipovi atrakcija	Atrakcija	Značaj
Geološke značajke prostora	Plaže (25 plaža: Gabrova, Mali bok, Zastup, Lučice, Babin laz, Malačnica, Obala Malačnica - Prva vala, Prva vala, Obala Prva vala - Vrilo, Vrilo, Akapulko, Vlačica, Putna, Zazunić (Mala luka-Mutnik), Mutnik, Mutnik - Mirca i Gumaca, uvala Vela Luka i uvala Banj)	R
	Bitumen - Na više se mjesta našao (a negdje i kraće vrijeme iskorištavao) u bračkom vapnencu i bitumen (asfalt), primjerice kod Mirca, Škripa i Splitske	R
	Brački kamen - bijeli, krupnozrni kalkarenit s kršjem rudista	N
	Uvale (Supetar, Banj, Vela i Mala Luka, Babin Laz)	R
	Krški oblici reljefa (škrape, vrtače, ponikve) – Trolokve	R
	Kamenolom u Škripu	N

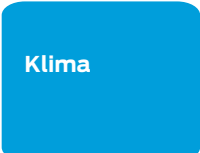
Izvor: Autori studije.

<sup>3</sup> Kušen, E. (2002). Turistička atrakcijska osnova, Zagreb: Institut za turizam  
 Kušen, E. (2010). A system of tourism attractions, Tourism, 58(4), 409-424.

## Klima

Klima određene turističke destinacije ponekad odlučujuće određuje osnovne značajke njezinog turističkog proizvoda. U skladu s tim, blaga mediteranska klima predstavlja iznimno važan resurs Grada Supetra, na kojem je baziran i cijeli proizvod ljetnog odmorišnog turizma.

TABLICA 5. *Klima kao atrakcijska osnova grada Supetra s obzirom značaj*

Tipovi atrakcija	Atrakcija	Značaj
	Mediterska klima	R
	Jugo	R
	Bura	R


Izvor: Autori studije.

## Vode

Voda je u svim oblicima značajna vrsta turističke atrakcije. Zbog toga se na vodi temelji veliki broj oblika turizma, od odmorišnih oblika, do brojnih aktivnih oblika poput jedrenja, kajakinga, ronjenja i drugih. More na području Supetra je iznimne

kvalitete što omogućava njegovo korištenje, kao medija za kupanje (kada mu je temperatura 20°C i više), kao prirodni ljekoviti činitelj (inhalacija morskog aerosola) i kao nautički medij (plovidba, jedrenje, veslanje, sidrenje).

TABLICA 6. *Vode kao atrakcijska osnova grada Supetra s obzirom značaj*

Tipovi atrakcija	Atrakcija	Značaj
	Jadransko more	N
	Trolokve	R
	Prihode povrh Miraca	L

Izvor: Autori studije.

## Prirodna baština (zaštićena područja)

Prirodno naslijeđe u svojoj raznolikosti i posebnosti predstavlja bogatstvo čovječanstva. Upravo prirodna i kulturna baština su jedan je od ključnih elemenata za prepoznavanje, definiranje i afirmaciju kulturnih identiteta te zajedno čine ukupnu prostornu baštinu. Upravo iz tog razloga ju je potrebno zaštititi

od svake daljnje devastacije i degradacije temeljnih vrijednosti. Na području grada Supetra nema zaštićenih područja u nacionalnim kategorijama zaštite, no zato se cijelo područje nalazi u sklopu NATURA područja.

TABLICA 7. Prirodna baština kao atrakcijska osnova grada Supetra s obzirom značaj

Tipovi atrakcija	Atrakcija	Značaj
Prirodna baština	Međunarodno važnog područja za ptice EU: šifra HR1000036 - Srednjodalmatinski otoci i Pelješac	L
	Područje važno za divlje svojte i stanišne tipove - točkasti lokalitet šifra HR2000172 - Tanki ratac špilja.	L

Izvor: Autori studije.

### Biljni i životinjski svijet

Biljni svijet predstavlja osnovicu za razvoj ruralnog i eko turizma, ali i ima veliku ulogu u krajobraznom oblikovanju prostora, te estetskom dojmu destinacije. Na području Grada Supetra isprepliću se

raznolike biljne zajednice koje ponajviše doprinose mozaiku ruralnog prostora i njegovoj atraktivnosti, s naglaskom na vazdazelene šume i mediteranski vrt kao važnu atrakciju u vidu urbanog okoliša.

TABLICA 8. Biljni i životinjski svijet kao atrakcijska osnova grada Supetra s obzirom značaj

Tipovi atrakcija	Atrakcija	Značaj
Biljni i životinjski svijet	Šuma alepskog bora (Pinus halepensis)	L
	Česmina (Quercus ilex)	L
	Šume dalmatinskog crnog bora (Pinus dalmatica)	L
	Termofilni hrast, zajedno s bijelim grabom (Carpinus orientalis)	L
	Dub (Quercus virgiliana)	L
	Parkovi (Park Porat, Park ispred zgrade Narodne knjižnice, Park Ratac, Park na lokaciji Vlačica, Park na lokaciji Vlačica ispred zgrade Gradske uprave, Park na lokaciji Vlačica kod Caffè bara „Ben Quick“, Park na lokaciji Vrdolca, Park na lokaciji Glavica i Park na lokaciji Rotor, Zjog, Riva, Park ispred Đardina)	L
	Ljekovito i začinsko bilje (rogač (Ceratonia siliqua), agava (Agave Americana), kapar (Capparis rupestris), kaktus (Opuntia ficus indica), šipak (Punica granatum), žuka ili brnistra (Spartium junceum), ružmarin (Rosmarinus officinalis), kupina (Robus ulmifolius), drača (paliurus acculeatus), smilje (Helichrysum italicum), kadulja (Salvia officinalis), kamilica (Matricaria chamomila), buhač (Scrysanthemum cinerariae folium))	R

Izvor: Autori studije.

TABLICA 9. *Kulturno-povijesna baština kao atrakcijska osnova grada Supetra s obzirom značaj*

Tipovi atrakcija	Atrakcija	Naselje	Značaj
Kulturno-povijesna baština	Crkva Uznesenja Marijina	Spliska	L
	Kaštel Cerineo	Spliska	L
	Ruševina crkve sv. Jadre	Spliska	L
	Crkva Navještenja Marijina	Supetar	R
	Crkva sv. Luke	Supetar	L
	Crkva sv. Martina	Supetar	L
	Crkva sv. Roka	Supetar	L
	Groblje s crkvom sv. Nikole	Supetar	R
	Kuća časnih sestara	Supetar	L
	Kuća Dujmović	Supetar	L
	Kuća Fadić	Supetar	L
	Kuća s reljefom glave čovjeka	Supetar	L
	Kuća Vitaić	Supetar	L
	Kula sat - Leroj	Supetar	R
	Kulturno-povijesna cjelina grada Supetra	Supetar	N
	Mauzolej obitelji Petrinović	Supetar	R
	Podni mozaik	Supetar	R
	Sklop kuća Rendić	Supetar	L
	Zgrada Lučke ispostave	Supetar	L
	Zgrada osnovne škole	Supetar	L
	Arheološko nalazište	Škrip	R
	Crkva sv. Duha na groblju	Škrip	L
	Crkva sv. Ivana Krstitelja	Škrip	L
	Crkva sv. Jelene	Škrip	L
	Kaštel Cerineo	Škrip	L
	Kaštel Radojković	Škrip	R
	Kompleks Nikolić-Krstulović	Škrip	R
	Ruralna cjelina naselja Škripa	Škrip	N
	Oltarna pala "Sveta konverzacija" iz crkve Blažene Djevice Marije	Spliska	L
	Brod bracara „Roditelj“	Supetar	L
	Klavir (pianoforte)	Supetar	L
	Orgulje u crkvi Navještenja Marijina	Supetar	L
	Pokretni predmeti i umjetnine u crkvi Navještenja Marijina, župskoj kući i župskom uredu	Supetar	L
	Zbirka amfora i keramičkog posuđa	Supetar	R
	Četiri oltarne pale	Škrip	L
	Etnografska zbirka obitelji Cukrov	Škrip	L
	Muzejska građa Centra za kulturu Brač - Muzej otoka Brača	Škrip	R
	Oltar sv. Nikole i oltar sv. Roka iz crkve sv. Jelene	Škrip	L
	Orgulje u crkvi sv. Jelene Križarice	Škrip	L
	Stolni klavir (Tafelklavier)	Škrip	L
Groblje u Mircima	Mirca	L	
Antički kamenolom između Splitske i Škripa	Škrip	N	

Izvor: Autori studije.

## Kultura života i rada

S obzirom na općenitu diferencijaciju otoka Brača kao prostora obrade kamena i Supetar bi se trebao diferencirati u skladu s time od sličnih otočkih mjesta, pri čemu klesarstvo ima značajan potencijal kao faktor diferencijacije i edukativni element ponude, te kao poveznica za cijeli Otok.



TABLICA 10. *Kultura života i rada kao atrakcijska osnova grada Supetra s obzirom značaj*

Tipovi atrakcija	Atrakcija	Značaj
Kultura života i rada	Gastronomija	N
	Klasko pjevanje	N
	Kameno klesarstvo	N
	Ribarstvo	L
	Legende (Sv. Jelena, sv. Rok, Priska)	R

Izvor: Autori studije.

## Povijesne osobe i događaji

Na području grada Supetra djelovao je značajan broj umjetnika, osobito kipara (zbog Bračkog mramora), te njihova ostavština predstavlja zanimljiv turistički resurs. Ističe se Ivan Rendić, prvi moderni hrvatski kipar čiji je opus vidljiv na supetarskom groblju u brojnim nadgrobnim spomenicima, a iza sebe je ostavio bogati fundus skulptura odlikovanih majstorskim realizmom poput Dječaka, ulomka s velikoga reljefa Gorupove grobnice na Rijeci i velikim reljefom Oplakivanje (Pieta).

Između ostalog zanimljivo je da su i dva hrvatska velikana Ivo Vojnović i Tin Ujević dio svojih života proživjeli u Supetru, koji je imao i utjecaj na njihovo stvaralaštvo.

Zbog velikog broja supetarskih umjetnika, ali i značajnih hrvatskih umjetnika (pisaca, slikara i kipara) koji su neko vrijeme živjeli na području Grada, možemo reći da ukupnost njihovog djelovanja može ocijeniti značajnim na nacionalnoj razini.

TABLICA 11. *Poznate osobe i događaji kao atrakcijska osnova grada Supetra s obzirom značaj*

Tipovi atrakcija	Atrakcija	Značaj
Poznate osobe i događaji	Ivan Rendić	N
	Toma Rosandić	R
	Feliks Tironi	R
	Marko Vušković	L
	Kuzma Beović	L
	Ranko Marinković	N
	Ivo Vojnović	N
	Tin Ujević	N
	Supetarski umjetnici, živući	N

Izvor: Autori studije.



## Manifestacije

Manifestacije kao sredstvo privlačenja turista u destinaciju imaju vrlo visok značaj na području naselja Supetar. Njihova najveća koncentracija je u samom Supetru, no s tendencijom povećanja bro-

ja manifestacija i u okolnim mjestima. Također, vrijeme održavanja svih manifestacija je od svibnja do listopada.

TABLICA 12. Manifestacije kao atrakcijska osnova grada Supetra s obzirom značaj

Tipovi atrakcija	Atrakcija	Značaj
Manifestacije	Supetarsko lito	R
	Međunarodni kulinarski fest. „biser mora“	N
	Smorta otočkog folklor	R
	Falši pir	R
	Gitaristički vikend	R
	Supetar super film festival	R
	Dani varoša	L
	Supetarski ljetni karneval	R
	Vo'i'sa – dani urbane glazbe	R
	Tradicionalna izložba u mutnim kalama	L
	Brač film festival	R
	Festival čakavske riči „Štefe Pulišelić“	R
	Međunarodni brački ljetni karneval	R
	Festival dalmatinskih otočkih klapa	R
	Svjetsko prvenstvo u udičarenju s broda	R

Izvor: Autori studije.

## Turističke staze, putevi i ceste

Nadogradnja atrakcija i sadržaja, te njihovo povezivanje tematskim putevima, jedno je od dosadašnji usmjerenja turističkog razvoja zaleđa grada Supetra. U tom vidu osobito se ističe temats-

ka staza „Herkules“, koja povezuje prirodnu i kulturnu baštinu. Od šireg značaja su i biciklističke staze koje tvore cjelinu s biciklističkim stazama ostalih općina otoka Brača.

TABLICA 13. Turističke staze, putevi i ceste kao atrakcijska osnova grada Supetra s obzirom značaj

Tipovi atrakcija	Atrakcija	Značaj
Turističke staze, putevi i ceste	Tematska staza „Herkules“	R
	Pješačka i gourmet staza „Dolčevita“	R
	Kulturni đir „Dan s Randićem“	R
	Pješačka staza „Maslinovi puti“	R
	Biciklističke staze	R

Izvor: Autori studije.

## Kulturne ustanove

Škripski zavičajni muzej smješten je u staroj zgradi u kojoj se nalazi rimski mauzolej, a u dvorištu ostaci ilirskih zidina. Arheološku zbirku muzeja čini više od 700 predmeta s pretpovijesnih nalazišta u Škripu i Donjem Humcu te s rimskih i starokršćanskih

lokaliteta, etnografska zbirka od 400 predmeta predstavljena je u posebnim tematskim cjelinama, a kulturno-povijesna zbirka sadrži pedesetak predmeta (Plan razvoja grada Supetra, 2015).

TABLICA 14. *Kulturne ustanove kao atrakcijska osnova grada Supetra s obzirom značaj*

Tipovi atrakcija	Atrakcija	Značaj
Kulturne ustanove	Muzej uja	R
	Muzej otoka Brača	R

Izvor: Autori studije.

### 2.3.1. Klasifikacija s obzirom na značaj

S obzirom na bogatstvo i raznovrsnost kulturnih i prirodnih atrakcija, možemo reći da je cijelo gradsko područje Supetra, ali i njegovog neposrednog okruženja od nacionalnog značaja u kontekstu atraktivnosti materijalne i nematerijalne kulturne baštine. No s obzirom na značaj pojedinih atrakcija, najvažnije su izdvojene kao atrakcije nacionalnog i

regionalnog značaja. Izdvojeno je čak 16 atrakcija nacionalnog značaja, koje u budućnosti moraju biti žarišne točke razvoja ponude Supetra.

Od važnosti za daljnji razvoj Grada jest i 41 atrakcija regionalnog značaja, za koje je presudna integracija u tematizirane turističke proizvode.

TABLICA 15. Atrakcije grada Supetra od nacionalnog i regionalnog značaja

NACIONALNE ATRAKCIJE	REGIONALNE ATRAKCIJE
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Brački kamen</li> <li>• Kamenolom u Škripu</li> <li>• Jadransko more</li> <li>• Kameno klesarstvo</li> <li>• Kulturno-povijesna cjelina grada Supetra</li> <li>• Antički kamenolom između Splitske i Škripa</li> <li>• Ruralna cjelina naselja Škrip</li> <li>• Gastronomija</li> <li>• Klapsko pjevanje</li> <li>• Ivan Rendić</li> <li>• Ranko Marinković</li> <li>• Ivo Vojnović</li> <li>• Tin Ujević</li> <li>• Supetarski umjetnici</li> <li>• Međunarodni kulinarski fest. „biser mora“</li> <li>• Supetar super film festival</li> <li>• Muzej otoka Brača</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Plaže</li> <li>• Bitumen</li> <li>• Uvale</li> <li>• Krški oblici reljefa</li> <li>• Mediteranska klima</li> <li>• Bura</li> <li>• Jugo</li> <li>• Trolokve</li> <li>• Ljekovito i začinsko bilje</li> <li>• Crkva Navještenja Marijina</li> <li>• Groblje s crkvom sv. Nikole</li> <li>• Kula sat – Leroy</li> <li>• Mauzolej obitelji Petrinović</li> <li>• Podni mozaik</li> <li>• Arheološko nalazište</li> <li>• Kaštel Radojković</li> <li>• Kompleks Nikolić-Krstulović</li> <li>• Zbirka amfora i keramičkog posuđa</li> <li>• Muzejska građa Centra za kulturu Brač - Muzej otoka Brača</li> <li>• Legende (Sv. Jelena, sv. Rok, Priska)</li> <li>• Toma Rosandić</li> <li>• Feliks Tironi</li> <li>• Supetarsko lito</li> <li>• Smorta otočkog folklor</li> <li>• Falši pir</li> <li>• Gitaristički vikend</li> <li>• Supetarski ljetni karneval</li> <li>• Vo'i'sa – dani urbane glazbe</li> <li>• Brač film festival</li> <li>• Festival čakavske riči „Štefe Pulišelić“</li> <li>• Međunarodni brački ljetni karneval</li> <li>• Festival dalmatinskih otočkih klapa</li> <li>• Svjetsko prvenstvo u udičarenju s broda</li> <li>• Tematska staza „Herkules“</li> <li>• Pješačka i gourmet staza „Dolčevita“</li> <li>• Kulturni đir „Dan s Randićem“</li> <li>• Pješačka staza „Maslinovi puti“</li> <li>• Biciklističke staze</li> <li>• Škripski zavičajni muzej</li> <li>• Muzej otoka Brača</li> <li>• Muzej uja u Škripu</li> <li>• Supetar Super film festival</li> </ul>

Izvor: Autori studije.



## 2.4. Pregled glavnih trendova na turističkom tržištu

Promjene u različitim sferama suvremenog društva uvelike utječu na turistička kretanja. Stoga je sustavno praćenje i analiziranje kvantitativnih i kvalitativnih trendova u turizmu neophodno za kvalitetno planiranje razvoja turizma destinacije. Iako se promjene na turističkom tržištu događaju svakodnevno, trendove razvoja je moguće identificirati tek nakon proteka određenog vremena. Analiza navedenih promjena i trendova pomaže destinaciji kritički sagledati vlastiti položaj na turističkom tržištu kako bi se mogla što bolje prilagoditi promjenama i nositi s konkurencijom.

### Analiza kvantitativnih trendova

Usprkos ekonomski kriznim godinama, broj međunarodnih turističkih dolazaka kontinuirano raste te je u 2014. godini iznosio rekordnih 1,1 milijardu, što je prema izvještaju Svjetske turističke organizacije 4,7% više u odnosu na 2013. godinu. Sve svjetske regije bilježe pozitivan rast, a Svijet do kraja godine očekuje rast međunarodnih turističkih dolazaka od 3-4% što će svakako pridonijeti oporavku ekonomija mnogih država. Prema dugoročnim prognozama Svjetske turističke organizacije, predviđa se daljnji rast i oko 1,6 milijardi međunarodnih turističkih dolazaka u 2020. godini. Vodeće svjetske receptivne destinacije po broju inozemnih dolazaka u 2013. godini su Francuska, SAD, Španjolska, Kina i Italija, a iste zemlje bilježe ujedno i najveće prihode od turizma. Ukupni prihodi od turizma u 2014. godini procijenjeni su na 1,3 bilijuna eura, što je u prosjeku 3,5 milijarde eura dnevno, a turizam u ukupnom svjetskom izvozu dobara i usluga svrstavan na četvrto mjesto. Za mnoge zemlje u razvoju to je jedan od glavnih izvora deviznih prihoda. Prema procjenama Svjetske turističke organizacije, doprinos turizma u odnosu na gospodarske aktivnosti u svijetu je oko 5%. Stoga sve veći broj destinacija ulaže u razvoj turizma, pretvarajući tako suvremeni turizam u ključni faktor socio-ekonomskog razvoja kroz stvaranje novih tvrtki, radnih mjesta, te razvoj infrastrukture.

Europa je i dalje najposjećenija regija u kojoj se odvija nešto više od polovice (51,7% u 2014. godini) svjetskog turističkog prometa, što potvrđuje njezin status najzrelije svjetske turističke regije. Prema podacima Svjetske turističke organizacije, u Europi je 2014. godine ostvareno 588 milijuna međunarodnih turističkih dolazaka. Od toga je gotovo 40% dolazaka ostvareno na Mediteranu, 30% u Zapadnoj

Europi, 20% u Srednjoj i Istočnoj Europi, a tek 10% u Sjevernoj Europi. Destinacije u kojima je ostvareno najviše međunarodnih turističkih dolazaka su Francuska, Španjolska, Italija, Njemačka i Turska.

### Analiza kvalitativnih trendova

Globalni turistički trendovi s kojima se suočavaju gotovo sve zemlje svijeta su pod utjecajem brojnih gospodarskih i društvenih kretanja, kao i tehnoloških dostignuća koja svakodnevno mijenjaju želje i potrebe suvremenog turističkog potrošača. Brzi gospodarski rast Azije oblikuje nova jaka tržišta poput BRICS i GCC zemalja koje utječu na promjene turističke ponude i potražnje. Rast potrošačke moći novih tržišta utječe na povećani broj i odmorišnih i poslovnih putovanja. Aktivni odmor, težnja za cjelokupnim doživljajem i kvalitetom, individualna organizacija putovanja, inovativni oblici turističkih sadržaja te vrijednost za novac, glavne su promjene navika u putovanjima suvremenih turista. S obzirom na starenje, povećanu brigu o zdravlju i sve veću educiranost ljudi, turisti postaju sve zahtjevniji. Putuju češće, ali kraće, okreću se specifičnim oblicima turizma i potrazi za novim doživljajima. Turističko putovanje postaje doživljaj, prilika za učenje i ulaganje „u sebe“. Na turističkom tržištu se sve više cijene autohtone i izvorne vrijednosti, stoga raste popularnost interakcije s lokalnim stanovništvom i upoznavanja drugačijeg stila života. Brendiranje je postalo jedno od glavnih marketinških alata, a sve s ciljem komuniciranja jedinstvenih obilježja destinacije, hotela, agencija i drugih pružatelja usluga u turizmu.

Svakodnevno povećanje broja turističkih destinacija jedno je od glavnih obilježja ponude u turizmu. Intenzivna konkurencija među turističkim destinacijama transformirala je turističko tržište iz tzv. tržišta masovnog turizma u tržište specifičnih ili posebnih interesa. To podrazumijeva turističke aktivnosti kojima se bave turisti čiji je izbor destinacije za odmor u najvećoj mjeri motiviran njihovim specifičnim interesima i kod kojih je stupanj zadovoljstva turističkim proizvodima i uslugama u najvećoj mjeri određen kvalitetom iskustva kojeg dožive u destinaciji. Destinacije nastoje biti konkurentne, razvijaju nove proizvode i usluge, a sve s ciljem stvaranja prepoznatljivih turističkih brendova. Dolazi do horizontalnih i vertikalnih integracija subjekata na turističkom tržištu čime se stvaraju „moćni“ turistički koncerni koji su u mogućnosti pružiti cjelokupnu turističku uslugu iz samo jednog izvora. To utječe i na povezivanje geografski bliskih destinacija na način da nude povezane proizvode smanjujući tako sve prisutniju mogućnost supstitucije jedne destinaci-

je drugom. Važan trend danas čine i promjene u svijesti potrošača o važnosti očuvanja prirode i svega što nas okružuje. Ljudi postaju ekološki svjesni, traže ekološku ravnotežu, okrenutost prema zdravlju, netaknutu prirodu, zdravu hranu, boravak na otvorenom i laganu rekreaciju. Sve se više govori o eko hotelima, eko proizvodima i svemu onome što uključuje prirodno, izvorno i istinsko.

Motivi koji pokreću turiste se konstantno mijenjaju, povećan je osjećaj za kvalitetom putovanja, bilo da se radi o kvaliteti smještaja, prijevoza ili kvaliteti cjelokupnog doživljaja. Destinacije moraju biti zanimljive, nuditi nešto novo i drugačije, naročito, jer je glavni motiv gotovo više od polovice međunarodnih turističkih putovanja još uvijek odmor i rekreacija (51%). Uz sveprisutan dugoročni trend porasta korištenja zračnog prijevoza (55% međunarodnih turističkih dolazaka), znatan broj europskih turista se ipak odlučuje za odmor u svojoj zemlji ili u susjednim destinacijama koje su im dostupne cestovnim prijevozom. Najvažniji motiv putovanja među Europljanima su „sunce i more“ pri čemu dolazi do napuštanja tradicionalnih odredišta poput Španjolske i Portugala, a sve više ih zamjenjuju destinacije Srednje i Jugoistočne Europe. Iako i dalje tradicionalno „sunce i more“ destinacija, na Mediteranu su vidljivi pokušaji razvoja turizma specijalnih interesa poput kulturnog, gradskog, nautičkog, vjerskog, zdravstvenog, omladinskog, sportskog i ruralnog turizma.

Konačno, pojava Interneta i ubrzani razvoj informacijskih i komunikacijskih tehnologija imali su veliki utjecaj na suvremeno turističko poslovanje, osobito na poslovanje malih i srednjih poduzeća kakvih je na području grada Supetra najviše. ICT je mali i srednjim poduzećima s područja turizma omogućio da se, pod relativno ravnopravnim uvjetima, na svjetskom turističkom tržištu natječu sa velikim poduzećima, omogućio im je veću fleksibilnost u formiranju proizvoda i cijena, te visok stupanj interakcije u promotivnim aktivnostima. Internet je omogućio i potpuno nove, globalne i virtualne prodajno-komunikacijske kanale pružajući značajne mogućnosti informiranja, promocije i prodaje proizvoda turističke destinacije što ujedno mijenja, ali i olakšava marketinške i upravljačke procese u destinaciji.

Analiza kvantitativnih i kvalitativnih trendova na međunarodnom turističkom tržištu otkriva brojne trendove koji idu u prilog planiranom turističkom razvoju grada Supetra. Od kvantitativnih trendova je potrebno izdvojiti činjenicu da turizam, usprkos globalnoj ekonomskoj krizi, ostaje jedna od

najvažnijih gospodarskih aktivnosti u svijetu te da je broj međunarodnih turističkih dolazaka u kontinuiranom porastu. Osim toga, važno je izvoditi da je Europa i dalje najvažnija svjetska turistička emisivna i receptivna regija. Kada je riječ o kvalitativnim trendovima koji su od interesa za razvoj turizma na području grada Supetra, onda je važno istaknuti da „novi“ turisti, osim klasičnog ljetnog odmorišnog turizma zasnovanog na „moru i suncu“ sve više traže dodatne sadržaje zasnovane na upoznavanju lokalne kulture, tradicije i običaja kroz intenzivnu interakciju s lokalnim stanovništvom. Osim toga, suvremeni turisti žele sudjelovati u aktivnostima tzv. „dokoličarske edukacije“, sve im je važnija briga za zdravlje i ekološka osviještenost destinacije, oni žele boraviti u visokovrijednom prirodnom ambijentu, žele zdravu i organski uzgojenu hranu a kultura postaje sve važniji motiv dolaska. Grad Supetar, zahvaljujući kvalitetnoj i diversificiranoj turističkoj resursnoj osnovi, može razviti cijeli niz turističkih proizvoda koji će svojom kvalitetom uspjeti udovoljiti visokim standardima međunarodnog turističkog tržišta.

## 2.5. Analiza interesnih skupina

Razvoj turizma na području grada Supetra uz iskazani poduzetnički interes privatnog sektora, mora se temeljiti i na potpori javnog sektora turističkom razvoju te uvažavati potrebu dugoročne zaštite i očuvanja vrijednih prirodnih resursa (u prvom redu prostora) kao i bogate kulturno-povijesne baštine. Stoga bi se razvoj turizma trebao temeljiti na intenzivnoj suradnji ali i jasnoj podjeli uloga i odgovornosti između nositelja izvršne vlasti kao zastupnika javnog interesa, privatnih poduzetnika i ostalih interesnih skupina s područja turizma. Dok je privatni sektor odgovoran za ponudu proizvoda i usluga (smještaj, ugostiteljstvo, prijevoz i dr.), javni sektor je odgovoran za cijeli niz aspekta koji destinaciju mogu činiti manje ili više privlačnom (uređenje, rasvjeta, parkovi, infrastruktura i dr.). Osim toga, javni sektor ima veliku odgovornost u stvaranju platforme za održivi razvoj kroz stvaranja općih, ali i konkretnih preduvjeta i mjera za razvoj turizma. Zbog toga je u svakoj destinaciji potrebno uspostaviti dobru komunikaciju te koordinaciju između različitih interesnih skupina važnih za razvoj turizma. Interesnu skupinu čini svaka grupa ili pojedinac koji ima utjecaj na razvoj turizma ili razvoj turizma ima utjecaj na njih. Nemaju sve interesne skupine jednaku ulogu ili značaj u razvoju turizma, ali je za one koji definiraju mjere turističke politike na lokalnoj razini izuzetno važno identificirati konkretne interesne skupine kao i poznavati njihove interese.

Interesne skupine važne u kontekstu razvoja turiz-

ma na području grada Supetra najgrublje je moguće podijeliti na:

- Javni sektor
- Privatni sektor
- Lokalno stanovništvo/udruge građana
- Turiste.

Kao što je prethodno navedeno, javni sektor i privatni sektor u najvećoj mjeri definiraju kako intenzitet tako i smjer turističkog razvoja destinacije i potrebno je sagledati koji to predstavnici ovih sektora koji imaju izravnu ulogu u prihvaćanju i nošenju odgovornosti za realizaciju projekata koji su potrebni za podizanje kvalitete turističke ponude grada Supetra. Lokalno stanovništvo po svojoj je prirodi vrlo heterogeno jer njegova sklonost prema turizmu ovisi o nizu faktora poput toga jesu li zaposleni u turizmu, kakve koristi ili štete nosi taj razvoj za njih, jesu li mjestom stanovanja izloženi turističkim kretanjima i sl. Kako se 'lokalni stil života' i upoznavanje 'domaćeg' danas posebno cijeni važno je da lokalno stanovništvo prihvaća i podržava zamišljeni turistički razvoj. Osim toga, stavovi lokalnog stanovništva prema turističkom razvoju su osobito važni i u svijetlu činjenice da se, bez potpore lokalnog stanovništva, turizam ne može na primjeren način razvijati. I konačno turisti, iako nisu izravno uključeni u razvoj turističke ponude, ipak predstavljaju važnu interesnu skupinu te je izuzetno važno poznavati njihove sklonosti i preferencije kako bi se ponuda uskladila s očekivanjima i zahtjevima tržišta. Temeljem obilaska terena, razgovora s predstavnicima javne vlasti kao i direktorom TZ grada Supetra, te temeljem inputa dobivenih na strateškim radionicama, definirane su slijedeće interesne skupine koje su važne za planirani turistički razvoj grada Supetra.

### **Grad Supetar (JLS)**

Grad Supetar jedinica je lokalne samouprave koju sačinjavaju Gradsko vijeće kao predstavničko tijelo, Gradonačelnica kao izvršno tijelo, sve službe i 5 odsjeka. Ingerencije Grada uključuju poslove uređenja mjesta, prostorno i urbanističko planiranje, komunalne djelatnosti, zaštitu okoliša, poticanje poduzetništva kroz posebne programe, obrazovanje i informiranje javnosti.

### **TZ grada Supetra**

TZ grada Supetra rukovodi poslovima turističke promocije destinacije, radi na uslugama pružanja informacija, sudjeluje u organizaciji manifestacija te je jedan od aktera u planiranju turističkog razvoja Grada.

### **TZ Splitsko-dalmatinske županije**

TZ Splitsko-dalmatinske županije bavi se promocijom, razvojem proizvoda i pružanjem informacija o području cijele županije. Provodi niz projekata i promotivnih aktivnostima u kojima promovira grad Supetar.

### **Privatni sektor**

Svpetrvs hoteli d.d. predstavljaju najznačajnijeg dionika turističkog razvoja grada Supetra iz domene privatnog sektora. U sastavu poduzeća posluje Hotel Osam u centru Supetra, Waterman resort, te Waterman Beach Village koji raspolaže s 45 bungalova visoke kvalitete. Stalnim povećanjem kvalitete smještaja i proširenjem dodatnih sadržaja imaju značajan utjecaj na razvoj turizma, te važnu ulogu u upravljanju destinacijom. Osim toga, drugi značaj dionik s područja privatnog sektora je poduzeće Velaris d.o.o. u čijem sastavu se nalazi hotel Amor, Villa Vela Luka te paviljoni Vlačica i Vrilo. Uz navedeno, poduzeće Velaris širi svoje poslovanje na uzgoj ekološke hrane i domaćih proizvoda te, uz Svpetrvs hotele, predstavljaju važnog dionika turističkog razvoja grada Supetra. Osim dva navedena poduzeća, na području grada Supetra postoji i određeni broj manjih obiteljskih hotela (npr. aparthotel Bračka Perla, hotel Villa Adriatica, Villa Gumonca i sl.) koji također predstavljaju važne dionike turističkog razvoja Grada.

### **Kulturne udruge**

U Gradu djeluju brojni dionici iz područja kulture koji svojim angažmanom mogu dati značajan doprinos turističkom razvoju Grada. To su prije svega Muzej otoka Brača, Galerija „Ivan Rendić“, kulturne udruge - Muška klapa „Vala“, ženske klape „Alegrija“ i „Pupe“, folklorno društvo „Ciciljona“, Tamburaški sastav „Supetar“, Amatersko kazalište „Bracera – Supetar“ i karnevalska udruga „Monade“.

### **LAG Brač**

Konačno, kao posebno značajnu udrugu u kontekstu sveukupnog, pa tako i turističkog razvoja grada Supetra, potrebno je istaknuti LAG Brač, koji predstavlja partnerstvo javnog, privatnog i civilnog sektora s ciljem osiguranja održivog razvoja otoka Brača.



## 2.6. Prostorno planska osnova turističkog razvoja

Prilikom promišljanja koncepcije dugoročnog turističkog razvoja grada Supetra u obzir treba uzeti prethodno napravljene i usvojene prostorno planske dokumente kojima je turistički razvoj jedan od sekundarnih ciljeva. Prostorni plan uređenja Grada Supetra na snazi je od travnja 2009. godine te je u tijeku je izrada izmjena i dopuna Prostornog plana Grada. Predviđena je gradnja smještajnih objekata kapaciteta do 80 kreveta, ugostiteljskih objekata i drugih pratećih sadržaja.

Prema prostornom planu Grada Supetra u okviru postojećeg pristaništa planira se izgradnja lučice za manje turističke brodice, a u blizini lokacije nalazilo bi se nekoliko ugostiteljskih objekata, restorana, kafića te trgovina.

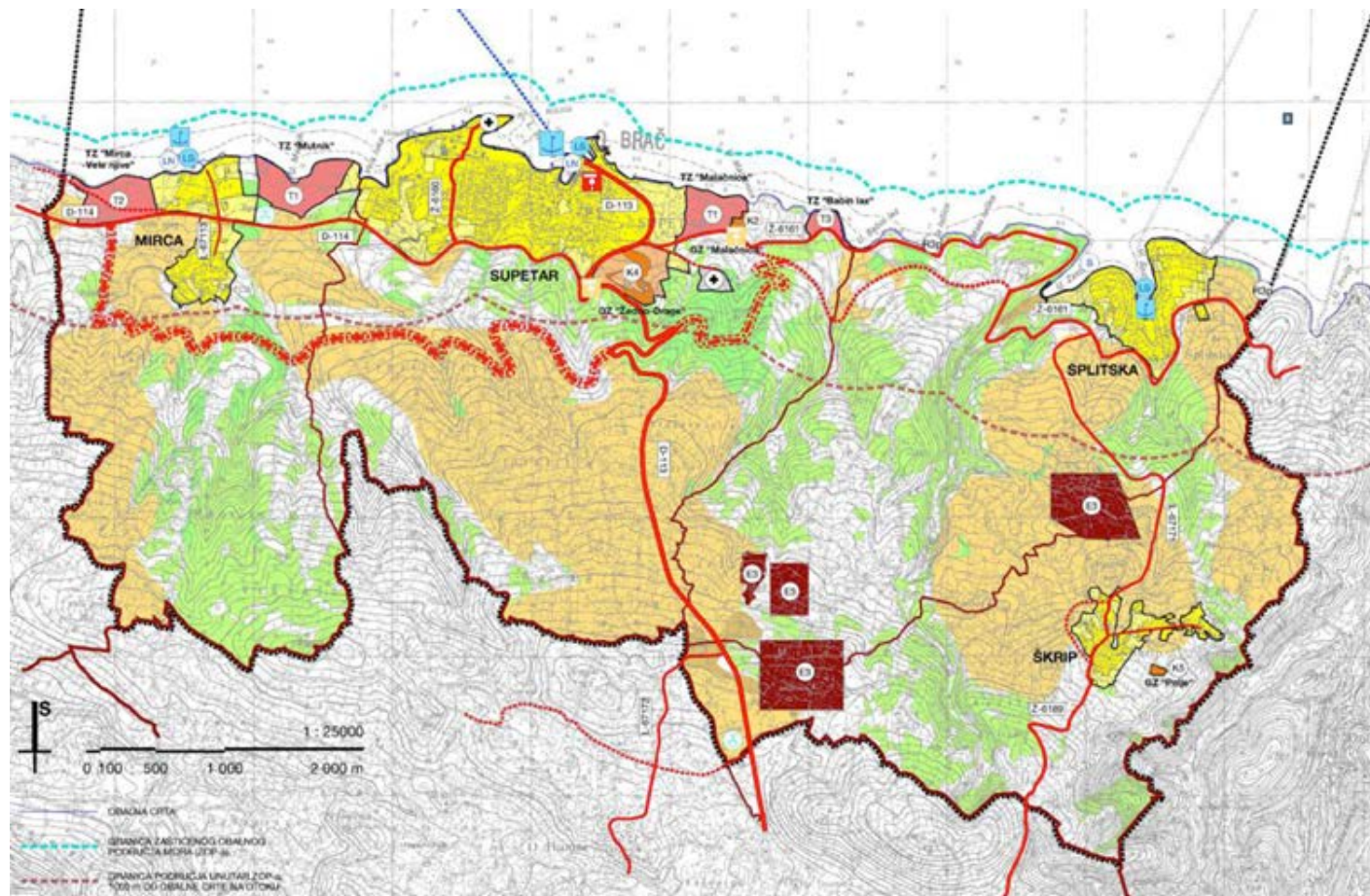
Planom su utvrđene 4 planirane turističke zone u izdvojenim građevinskim područjima Grada Supetra, ukupne planirane površine 49,2 ha, maxi-

malnog kapaciteta 2.550 kreveta, te 3 zone unutar naselja.

Za sadržaje ugostiteljsko-turističke namjene odgovarajuće se primjenjuju i utvrđuju uvjeti i mjere za uređenje zaštićenog obalnog područja mora u svrhu njegove zaštite svrhovitog, održivog i gospodarski učinkovitog korištenja propisane Prostornim planom Splitsko-dalmatinske županije (Službeni glasnik SDŽ 2013/09).

Planom su utvrđena i područja pogodna za razvoj turizma u području naselja, te su tako planirane sljedeće turističke i rekreacijske zone:

SLIKA 10. Namjena površina utvrđena PPUG-om Supetar



Izvor: PPUG Supetar, 2009.

## NASELJE SUPETAR

- TL „Banj – Vela luka“ - hoteli (T1) / turističko naselje (T2) – 28,837ha
- Sportska igrališta (R2) – „Veli plac“
- Uređene plaže (R3) – „Acapulco – Vrilo – Gustirna luka“

## NASELJE SPLITSKA

- TL „Zastup“ - hotel (T1) – 2,311ha
- Sportsko-rekreacijski centar (R1) - SRC „Spičina punta“
- Sportska igrališta (R2) – „Punta“
- Uređene plaže (R3) – „Mali bok“ i – „Zastup“

## NASELJE MIRCA

- Sportsko-rekreacijski centar (R1) – SRC „Ravan“

## NASELJE ŠKRIP

- TL „Humčac“ - turističko naselje (T2) – 0,657ha
- Sportska igrališta (R2) – „Njiva“.

TABLICA 16. Zone ugostiteljsko-turističke namjene izvan GNP-a

Naselje	Naziv	Max. površina (ha)	Max. kapacitet	Vrsta
MIRCA	Mirca-Vele Njive	15,30	800	T2
	Mutnik	17,30	750	T1
SUPETAR	Babin laz	4,60	400	T3
	Malačnica	12,00	600	T1

Izvor: PPŽ Splitsko-dalmatinske županije 2009; PPUG Supetar, 2009.

Iz navedenog proizlazi da je na području grada Supetra ukupno planirana površina od 31,8ha područja ugostiteljsko-turističke namjene unutar građevinskog područja naselja, te 49,2ha u izdvojenom području naselja, što ukupno čini 81ha predviđen za turističku izgradnju. Prema prostornom planu grada Supetra iz 2009. godine ukupno je izgrađeno 23,05 ha na području TL „Banj-Vela luka

(prema prijedlogu izmjena PPUG iz 2015 godine površina navedene zone se smanjuje na 27,452 ha, te preimenuje u TL „Banj-Salbunje-Vela luka“).





## 3. SWOT ANALIZA

# SWOT

SWOT analizom su objektivno sagledane sve relevantne prednosti i nedostaci grada Supetra, kao destinacije u kojoj je „sunce i more“ dominantan oblik turizma, a koja ima preduvjete za razvoj još nekoliko atraktivnih oblika turizma. Analizom su sagledane i prilike i prijetnje iz okruženja koje mogu utjecati na budući razvoj turizma grada Supetra te je ista napravljena temeljem:

- Neposrednih zapažanja i brojnih informacija prikupljenih tijekom obilaska terena te mišljenja ekspertnog tima
- Analize resursne osnove grada Supetra
- Odgovora prikupljenih na radionici s dionicima turističkog razvoja grada Supetra
- Aktualnih turističkih tržišnih trendova i saznanja o tržišnim prilikama i prijetnjama u Hrvatskoj.

Važnost SWOT analize je u tome što iz definiranih prednosti, nedostataka i tržišnih prilika proizlaze mogući smjerovi unapređenja postojećih i razvoja novih turističkih proizvoda te se na temelju istih definira vizija turističkog razvoja projektnog područja kao i glavni razvojni projekti. Elementi SWOT analize su detaljno analizirani pomoću sljedeće četiri varijable:

- Resursi i atrakcije
- Ljudski potencijali
- Infrastruktura
- Upravljanje i marketing

---

<sup>1</sup> SWOT označava akronim od Strengths, Weaknesses, Opportunities i Threats (prednosti, nedostaci, prilike i prijetnje)


### 3.1. Prednosti i nedostaci

Na osnovi detaljno provedene SWOT analize, nedvojbeno je da grad Supetar ima sve pretpostavke za, osim „sunca i mora“, razvoj više oblika turističke ponude temeljene na kulturnoj-povijesnoj baštini, nezagađenom okolišu i očuvanoj prirodi koja obiluje mediteranskom vegetacijom. U tom kontekstu svakako valja istaknuti očuvane povijesne cjeline u staroj gradskoj jezgri i naselju Škrip, Muzej otoka Brača u Škripu i brojne površine prekrivene borovom šumom. Gledano iz perspektive ljudskih potencijala, važnu prednost predstavlja vrijedno i gostoljubivo stanovništvo čiji broj konstantno raste i koje ima tradiciju u pružanja usluga u turizmu. Osim toga, grad Supetar je drugi najveći otočki grad i manje regionalno središte odlično povezano s gradom

Splitom putem čestih trajektnih linija Jadrolinije, a sve to pridonosi zadržavanju građana Supetra na otoku Braču. U prilog kvalitetnom razvoju turizma idu i dobro razvijeni vitalni infrastrukturni sustavi (telekomunikacijski, energetska i vodno gospodarski sustav) te kvalitetan hotelski smještaj koji ima godišnju popunjenost od 51,2% što je iznad prosjeka Hrvatske.

Značajnu podršku razvoju turizma grada Supetra daje javni sektor, prvenstveno kroz aktivnosti Turističke zajednice grada Supetra i gradske uprave što se očituje i kroz prepoznavanje važnosti i potrebe za izradu planske dokumentacije kao bitnog preduvjeta za daljnji razvoj turizma.

TABLICA 17. Prednosti grada Supetra kao turističke destinacije

PROMATRANA OBILJEŽJA	SWOT	PREDNOSTI
RESURSI I ATRAKCIJE		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Očuvana priroda i nezagađen okoliš</li> <li>• Vrijedne biljne vrste (borovi, ljekovito bilje)</li> <li>• Čisto more</li> <li>• Razvedena i lijepa obala</li> <li>• Bogata kulturno-povijesna baština</li> <li>• Očuvane povijesne cjeline u staroj gradskoj jezgri i naselju Škrip</li> </ul>
LJUDSKI POTENCIJALI		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vrijedno i gostoljubivo stanovništvo</li> <li>• Tradicija pružanja usluga u turizmu</li> <li>• Tradicija obrtništva i malog poduzetništva</li> <li>• Konstantan rast broja stanovnika</li> <li>• Drugi najveći naseljeni otočki grad</li> </ul>
INFRA/SUPRA STRUKTURA		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Supetar predstavlja manje regionalno središte</li> <li>• Prometna povezanost</li> <li>• Dobro razvijeni vitalni infrastrukturni sustavi</li> <li>• Kvalitetan hotelski smještaj</li> </ul>
UPRAVLJANJE I MARKETING		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Podrška javnog sektora u razvoju turizma</li> <li>• Kvalitetni promotivni materijali i karte</li> <li>• Aktivnosti TZ grada Supetra</li> <li>• Postojanje LAG-a Brač</li> </ul>

Izvor: Autori studije.



Iako grad Supetar ima niz kvalitetnih prednosti potrebnih za daljnji razvoj turizma, vidljivi su i određeni nedostaci koje je potrebno otkloniti ili minimalizirati kako bi razvoj turizma bio što je moguće uspješniji. Nedostatke koji se odnose na resurse i atrakcije, poput nedovoljne valoriziranosti kulturno-povijesne baštine, ruralnog dijela Supetra i manifestacija, moguće je otkloniti u relativno kratkom roku te isto ne traži visoka ulaganja. S druge strane, neprimjerene sadržaje na šetnici treba minimalizirati, a manjak zabavnih sadržaja pretvoriti u prednost razvojem novih sadržaja koji mogu upotpuniti cjelokupnu turističku ponudu. Nedostatke koji se odnose na ljudski potencijal, poput nedovoljne razine suradnje među dionicima turističkog razvoja, a posljedično i

ne funkcioniranja grada kao jedinstvenog turističkog entiteta, te nedovoljnog interesa manjih lokalnih poduzetnika za cjelogodišnje poslovanje, biti će znatno teže otkloniti nego nedostatke vezane za resurse i atrakcije. Kako bi se navedeni nedostaci otklonili, potrebna su značajna ulaganja u aktivnosti internog marketinga. Značajni su i infrastrukturni nedostaci, prvenstveno nedostaje kvalitetna turistička suprastruktura na plažama, parkirni prostor i nerazvijeni sadržaji za nautičare. Udio privatnog smještaja je visok, a ugostiteljska ponuda tipizirana. Kako bi se navedeni infrastrukturni nedostaci otklonili, potrebna su značajna vremenska i materijalna ulaganja što je detaljnije navedeno u šestom poglavlju – Glavni razvojni projekti.

TABLICA 18. Nedostatci grada Supetra kao turističke destinacije

PROMATRANA OBILJEŽJA	SWOT	NEDOSTACI
<b>RESURSI I ATRAKCIJE</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nedovoljna valoriziranost kulturno-povijesne baštine i manifestacija</li> <li>• Neuređenost i neujednačen izgled stare gradske jezgre</li> <li>• Neprimjerena uređenost šetnice – vizualno zagađenje brojnim neprimjerenim sadržajima</li> <li>• Nedovoljno valoriziran ruralni dio grada Supetra</li> <li>• Manjak zabavnih sadržaja</li> </ul>
<b>LJUDSKI POTENCIJALI</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nedovoljna razina suradnje među dionicima turističkog razvoja</li> <li>• Nedostatak suradnje između hotelskog i privatnog smještaja</li> <li>• Nedovoljan interes manjih lokalnih poduzetnika za cjelogodišnje poslovanje</li> </ul>
<b>INFRA/SUPRA STRUKTURA</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nedostatak kvalitetne turističke suprastrukture, prvenstveno na plažama</li> <li>• Niska iskorištenost smještajnih kapaciteta</li> <li>• Visok udio privatnog smještaja</li> <li>• Tipizirana ugostiteljska ponuda</li> <li>• Slaba izgrađenost i održavanje sekundarne putne mreže</li> <li>• Nedostatak parkiranog prostora</li> <li>• Nerazvijeni sadržaji za nautičare</li> <li>• Neadekvatan sustav odvodnje i pročišćavanja otpadnih i oborinskih voda</li> <li>• Nedostatak "incoming" agencija</li> </ul>
<b>UPRAVLJANJE I MARKETING</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Visoka sezonalnost</li> <li>• Nedovoljna prepoznatljivost</li> <li>• Nepostojanje internog marketinga</li> <li>• Nedovoljno razumijevanje procesa strateškog upravljanja destinacijom</li> <li>• Grad ne funkcionira kao jedinstven turistički entitet</li> </ul>

Izvor: Autori studije.

### 3.2. Prilike i prijetnje

Porast svijesti o aktivnom i zdravom načinu života treba promatrati kao važnu priliku za razvoj turizma grada Supetra i u skladu s tim razvijati nove turističke proizvode koji dugoročno mogu smanjiti sezonalnost. Za razvoj novih proizvoda prilagođenih potrebama različitih ciljnih skupina potrebno je ulagati u razvoj ljudskih potencijala u turizmu pri čemu je moguće dobiti sufinanciranje kroz programe Ministarstva turizma i Europske Unije.

Unaprjeđenje postojećih i razvoj novih turističkih proizvoda moguće je i kroz udruživanje iznajmljivača i drugih poslovnih subjekata koji se bave uslužnim

djelatnostima, prvenstveno ugostitelja i turističkih agencija. Time bi se dio ponude, poput smještajnih objekata uređenih u tradicionalnom stilu, ali i pripremljanje tradicionalnih jela, mogao ujednačiti s ciljem postizanja jedinstvenog imidža grada Supetra.

Uz navedeno, priliku za razvoj i unaprjeđenje turizma predstavlja i mogućnost proširenja suradnje gradske TZ s ostalim otočkim turističkim zajednicama. Budući da otok Brač nema krovnu turističku zajednicu, treba razmisliti o inicijativi udruženog razvoja proizvoda, koje grad Supetar, kao otočno središte, može i treba biti pokretač i nositelj.

TABLICA19. Prilike za razvoj turizma u gradu Supetru

PROMATRANA OBILJEŽJA	SWOT	PRILIKE
RESURSI I ATRAKCIJE		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Porast svijesti o značaju aktivnog i zdravog načina života</li> <li>• Blizina grada Splita</li> </ul>
LJUDSKI POTENCIJALI		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Programi Ministarstva turizma za jačanje konkurentnosti ljudskih potencijala u turizmu</li> <li>• EU programi cjeloživotnog obrazovanja</li> </ul>
INFRA/SUPRA STRUKTURA		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Udruživanje iznajmljivača</li> <li>• Blizina Zračne luke Brač</li> <li>• Interes nisko tarifnih avio kompanija za zračnu luku</li> <li>• Klustersko udruživanje</li> </ul>
UPRAVLJANJE I MARKETING		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mogućnost proširenja suradnje gradske TZ s ostalim otočkim turističkim zajednicama</li> <li>• Mogućnost korištenja međunarodnih izvora financiranja (EU fondovi)</li> <li>• Dugoročno povoljna kretanja na strani potražnje</li> </ul>

Izvor: Autori studije.



Jedna od glavnih prijetnji dugoročno održivom razvoju turizam grada Supetra je narušavanje vizualne vrijednosti krajolika prekomjernom izgradnjom. Vizura grada treba biti u skladu s očuvanom prirodom stoga svako narušavanje prijeti ukupnom dojmju, a samim time i razvoju turizma. Osim navedenog, postoje i drugi faktori koji mogu ugroziti napore u razvoju turizma grada Supetra. Tu se prvenstveno

misli na ugrožavanje kulturno-povijesnih nalazišta i cjelina, npr. cjeline Trolokve na koju bi se mogla proširiti poslovna zona.

Treba paziti i na slaba ulaganja u razvoj suvremenih obrazovnih programa čiji izostanak dugoročno može utjecati na kvalitetu turističkih proizvoda i njihovu promociju prema stranim i domaćim turistima.



TABLICA 20. *Prijetnje za razvoj turizma u gradu Supetru*

PROMATRANA OBILJEŽJA	SWOT	PRIJETNJE
<b>RESURSI I ATRAKCIJE</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Narušavanje vizualne vrijednosti krajolika prekomjernom izgradnjom</li> <li>• Degradacija plaža pretjeranim korištenjem</li> <li>• Zagađenje mora ispustima i ostala onečišćenja</li> <li>• Ugrožavanje kulturno-povijesnih nalazišta i cjelina izgradnjom</li> </ul>
<b>LJUDSKI POTENCIJALI</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nedostatak suvremenih obrazovnih programa (npr. cjeloživotno obrazovanje, kratki tečajevi, praktična orijentacija)</li> </ul>
<b>INFRA/SUPRA STRUKTURA</b>		-
<b>UPRAVLJANJE I MARKETING</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nepostojanje krovne turističke zajednice otoka Brača</li> <li>• Nerazumijevanje potreba novog turista</li> </ul>

Izvor: Autori studije.



## STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA

#### 4.1. Vizija turističkog razvoja

Vizija turističkog razvoja grada Supetra predstavlja temeljnu stratešku odrednicu turističkog razvoja Grada u planskom razdoblju Strategije (do 2020. godine). Ona predstavlja sliku željene turističke budućnosti grada Supetra i daje odgovore na pitanja kakva destinacija grad Supetar u budućnosti želi biti i kako će to postati. Vizija predstavlja ideju vodilju i inspirativnu sliku za sve dionike razvoja turizma. Stoga je vrlo važno da se svi dionici turističkog razvoja slože oko vizije, da je prihvate i da je svojim djelovanjem i aktivnostima podupiru te da teže k njenoj realizaciji.

U suradnji s glavnim razvojnim dionicima, na strateškoj radionici održanoj dana 27.05.2015. definirana je vizija razvoja turizma grada Supetra oko koje su se usuglasili svi razvojni dionici koji su sudjelovali na radionici. Vizija razvoja turizma grada Supetra glasi:

**„U 2020. godini grad Supetar je vodeća turistička destinacija na otoku Braču i jedna od vodećih otočkih destinacija na Jadranu, orijentirana ponajviše prema gostima koji traže autentični otočki doživljaj i nova iskustva kroz interakciju s domaćinima. Konkurentnost i prepoznatljivost grada Supetra temelji se na odgovornom upravljanju turističkim razvojem, zasnovanom na uravnoteženom korištenju prostora, raznovrsnosti turističkog doživljaja i visokoj kvaliteti usluge. Kroz učinkovitu i kontinuiranu suradnju javnog i privatnog sektora turistički razvoj Supetra odvija se na dobrobit lokalne zajednice, turista i poduzetnika.“**

Stav je svih dionika da je ovako formulirana vizije istovremeno i dovoljno ambiciozna ali i realno ostvariva te da se njome komuniciraju sva najvažnija strateška opredjeljenja razvoja turizma na području grada Supetra, u što spada održivost, autentičnost, visoka kvaliteta turističkog proizvoda, prostorna uravnoteženost turističkog razvoja te suradnja javnog i privatnog sektora.

Bogatstvo sadržaja turističke ponude povijesne jezgre grada Supetra, kao i ambijentalne značajke naselja Škrip i Gornja Mirca, kvalitetni prirodni resursi, bogata kulturno-povijesna baština, očuvan okoliš te srdačno i gostoljubivo stanovništvo pružaju dobre preduvjete za ostvarenje vizije. Posebno treba naglasiti da vizija promiče razvoj turističkog proizvoda koji će za turiste prvenstveno imati emocionalnu (neopipljivu) vrijednost, dok će njegove funkcionalne (opipljive) značajke, iako ne manje važne, ipak biti u drugom planu. Turistički proizvod

koji turistima u prvom redu isporučuje emocionalnu vrijednost (sreću, zadovoljstvo, oduševljenje, uzbuđenje i sl.) postaje sve važniji na suvremenom turističkom tržištu jer emocije predstavljaju važan (ako ne i najvažniji) faktor odabira destinacije za odmor.

Osim toga, emotivne značajke turističkog proizvoda konkurentne destinacije teško mogu kopirati te one postaju jedan od najvažnijih faktora diferencijacije destinacija na sve zasićenijem turističkom tržištu. Konačno, važno je naglasiti da vizija naglašava potrebu da se turistički razvoj Grada odvija na međusobnu korist svih razvojnih dionika jer je to jedna od najvažnijih pretpostavki postizanja definirane vizije.

#### 4.2. Strateške odrednice razvoja turizma

Strateške odrednice razvoja turizma definiraju se na temelju vizije turističkog razvoja zbog potrebe da se relativno složena i najčešće apstraktno formulirana vizija raščlani na veći broj konkretnih strateških usmjerenja. U slučaju destinacije Supetar, strateške odrednice razvoja turizma, sukladno definiranoj viziji, naglašavaju potrebu da se pri promišljanju budućeg turističkog razvoja maksimalno uvažavaju načela održivog razvoja te da se naglasak stavi na autentičnost turističkog doživljaja, kvalitetu turističkog proizvoda i ravnomjeran razvoj turizma na cijelom području grada Supetra. Temeljem informacija prikupljenih na radionici s dionicima turističkog razvoja, strateške odrednice razvoja turizma na područje grada Supetra u planskom razdoblju Strategije formulirane su na slijedeći način:

- Ekološka održivost – naglašava potrebu za odgovornim korištenjem svih prirodnih resursa, a osobito prostora kao najvrjednijeg turističkog resursa. S obzirom da razvoj turizma najčešće rezultira određenim intervencijama u prostor, turistički razvoj grada Supetra treba se temeljiti na prostorno minimalno invazivnim projektima, kako bi se smanjila opasnost od moguće degradacije prostora i posljedičnog smanjenja njegove ambijentalne i rentne vrijednosti. S druge strane, za projekte koji potencijalno mogu rezultirati bilo kakvom degradacijom prostora ili ekološkim onečišćenjima, potrebno je izraditi sve zakonom propisane studije utjecaja kako bi se mogla donijeti maksimalno informirana odluka o prednostima i nedostacima takvih projekata. Također bi bilo uputno pridržavati se smjernica nosivog kapaciteta, kako za plažni prostor tako i za povijesnu jezgru grada Supetra, te za sve druge lokalitete koji su tijekom vršne sezone izloženi visokom turističkom pritisku.

- **Ekonomska održivost** – implicira potrebu da svi strateški razvojni projekti s područja turizma na području grada Supetra, neovisno da li se radi o projektima s područja javnog ili privatnog sektora, kroz izradu projektne dokumentacije trebaju nedvosmisleno dokazati svoju financijsku isplativost i/ili društveno-ekonomsku opravdanost. Stoga bi za svaki projekt s područja javnog sektora prije početka provedbe trebalo napraviti analizu troškova i koristit (tzv. „cost-benefit analizu“) dok bi za projekte s područja privatnog sektora trebalo izraditi studiju isplativosti ulaganja (tzv. „feasibility study“).

- **Društvena održivost** – ističe potrebu da se razvoj turizma na području grada Supetra odvija na način koji je neškodljiv pa je posljedično i prihvatljiv lokalnom stanovništvu. Stoga je vrlo važno da postojeća turistička aktivnost kao i planirani turistički razvoj ne uzrokuje poteškoće u obavljanju svakodnevnih aktivnosti lokalnih žitelja u destinaciji. Pozitivan stav lokalnog stanovništva kao i njegov aktivan angažman u turističkom razvoju moguće je postići uključivanjem lokalnih žitelja u proces donošenja odluka o svim važnim razvojnim pitanjima s područja turizma. Podrška lokalne zajednice planiranom turističkom razvoju jedan je od ključnih faktora uspjeha provođenja Strategije.

- **Orijentiranost na kvalitetu**, a ne kvantitetu – predstavlja strateško opredjeljenje koje implicira da razvojni projekti s područja turizma budu manje orijentirani na povećanje fizičkih pokazatelja turističkog prometa (broj dolazaka i noćenja turista) odnosno da u većoj mjeri budu usmjereni na podizanje kvalitete svih pojedinačnih sastavnica turističkog destinacijskog proizvoda. Tu je u prvom redu potrebno istaknuti potrebu za povećanjem kvalitete i raznolikost objekata hrane i pića kao i potrebu za podizanjem/ujednačavanjem kvalitete privatnog smještaja, koji na području grada Supetra sudjeluje s oko 58% u ukupnoj strukturi smještajnih kapaciteta. Osim toga potrebno je podići i kvalitetu javne turističke infrastrukture, osobito opremljenost i uređenost plaža te supetarske šetnice.

- **Razvoj turizma na cijelom području grada Supetra** – trenutno stanje turističkog razvoja grada Supetra karakterizira izrazita prostorna neuravnoteženost. S jedne strane postoji veliki pritisak turističke potražnje na uski obalni pojas dok je, s druge strane, veći dio zaleđa grada Supetra, bez obzira na kvalitetnu resursnu osnovu, tek djelomično turistički i tržišno valoriziran. Stoga je jedno od glavnih strateških opredjeljenja ravnomjerniji prostorni razvoj turizma, što se može postići stvaranjem atraktivnih turističkih sadržaja u zaleđu JLS-a (nas-

elje Škrip, Gornja Mirca, tematske i poučne staze i sl.) te odvlačenjem dijela turističke potražnje iz uskog obalnog pojasa. Osim što bi se rasteretio obalni pojas, razvoj novih i kvalitetnih sadržaja turističke ponude u zaleđu Grada značajno bi pridonio podizanju kvalitete sveukupne turističke ponude te je direktno korelirano s prethodno opisanim strateškim ciljem.

- **Fazni pristup provođenja Strategije** – vrlo je bitna strateška odrednica budući da jedan dio predloženih aktivnosti zahtijeva značajna financijska i vremenska ulaganja. Ovo se osobito odnosi na jedan dio aktivnosti s područja javnog sektora kojima je cilj otklanjanje određenih nedostataka s područja turističke suprastrukture, kao što je uređenje i opremanje plažnog prostora, neprimjerena uređenost supetarske šetnice nerazvijenost sadržaja za nautičare i sl. Kada je riječ o privatnom sektoru, primjena faznog pristupa u turističkom planiranju značajno bi smanjila rizik od donošenja loših investicijskih odluka, za što postoji realna opasnost s obzirom na pojačanu konkurenciju na međunarodnom turističkom tržištu. Stoga je za sve Strategijom predviđene aktivnosti potrebno definirati prioritarnost provedbe temeljem: (1) trenutnog stupnja njihove tržišne spremnosti, (2) visine predvidivih financijskih ulaganja i (3) njihovog značaja za planirani turistički razvoj grada Supetra.

- **„Less is more“ koncept** – podrazumijeva primjenu minimalističke filozofije odnosno izbjegavanje pretjerane ornamentacije i korištenja dekorativnih elemenata u graditeljskom izričaju, uređenju javnih površina te uređenju interijera smještajnih i ugostiteljskih objekata kao i svih drugih objekata namijenjenih smještaju i boravku turista. S obzirom da su elementi ambijentalnosti prostora i autentičnosti doživljaja definirani kao ključni elementi razvojne vizije, pretjerano korištenje dekorativnih elemenata u najširem smislu riječi, je potrebno izbjegavati. Osim toga, ovoga koncepta se treba pridržavati i prilikom osmišljavanja novih sadržaja turističke ponude tako da glavne značajke turističkih proizvoda budu sasvim jasne, da su jasno definirana ciljna tržišta kojima su namijenjeni kao i način na koji ti proizvodi mogu zadovoljiti želje i potrebe turista koji posjećuju grad Supetar, ali i cijeli otok Brač.

- **Suradnja dionika turističkog razvoja** – kvalitetan destinacijski menadžment te visoka razina suradnje različitih interesnih skupina s područja turizma, koje često puta mogu imati suprotstavljene ciljeve, predstavlja jedan od temeljnih preduvjeta kvalitetnog razvoja bilo koje turističke destinacije, pa tako i grada Supetra. Analizom postojećeg



stanja (poglavlje 2.5.) utvrđeno je da na području grada Supetra postoji sedam najvažnijih interesnih skupina te se može reći da podizanje stupnja njihove suradnje na višu razinu s ciljem usuglašavanja stavova glede najvažnijih razvojnih pitanja, predstavlja ključan preduvjet uspostavljanja cjelovitog destinacijskog lanca vrijednosti te važan preduvjet ostvarenja većine ciljeva koji su definirani ovom Strategijom.

- Bolja turistička valorizacija ruralnog dijela grada Supetra – jedna je od strateških odrednica koja je usko povezana s potrebom ravnomjernijeg razvoja turizma na cijelom području grada Supetra. Ključni preduvjet privlačenja većeg broja turista na turistički neaktivna područja Grada je razvoj novih i kvalitetnih sadržaja turističke ponude u njegovom ruralnom dijelu, ponajviše kroz aktiviranje vrijedne a nedovoljno valorizirane resursne osnove. Zbog činjenice da znatan dio resursa na ruralnom području Grada nije priveden turističkoj svrsi, dolazi do suboptimalnog korištenja prostora koje se manifestira kroz veliki turistički pritisak na uski obalni pojas tijekom vršne turističke sezone.

- Podizanje kvalitete života lokalnog stanovništva – predstavlja krajnji i najvažniji cilj razvoja turizma u bilo kojoj destinaciji, pa tako i u gradu Supetru. Turistički razvoj Grada trebao bi rezultirati koristima, ne samo za manji broj privatnih poduzetnika, nego za širu društvenu zajednicu. Pozitivne eksternalije turističkog razvoja mogu se manifestirati kroz: (1) poticanje gospodarskog razvoja na lokalnoj razini i otvaranje novih radnih mjesta, (2) ostvarenje dodatnih prihoda od turizma za one žitelje kojima turizam nije osnovna djelatnost, (3) povećane razine proračunskih prihoda JLS-a koje generira turizam (npr. porez na dohodak, na potrošnju, na kuće za odmor, na korištenje javnih površina i sl.), a što se može iskoristiti za (4) podizanje kvalitete javnih infrastrukturnih objekata (komunalna infrastruktura, prometna povezanost, šport i rekreacija i sl.) čija je namjena zadovoljavanje potreba kako turista tako i lokalnog stanovništva.

### 4.3. Ciljevi razvoja turizma

Temeljem prethodno definirane vizije turističkog razvoja grada Supetra i strateških odrednica razvoja turizma, definirani su konkretni i u većem dijelu mjerljivi ciljevi razvoja turizma grada Supetra u planskom razdoblju Strategije (do 2020. godine). Ti ciljevi su:

- Povećanje ukupnog turističkog prometa po godišnjoj stopi od 3-5%. S obzirom da je tijekom

2014. godine na području grada Supetra zabilježeno oko 490 tisuća noćenja, do 2020. godine bi broj noćenja trebao premašiti 600 tisuća, a poželjno dosegnuti 650 tisuća noćenja. Planirano povećanje jednim dijelom valja povezivati i s turističkim razvojem i aktiviranjem ruralnog zaleđa Grada.

- Smanjenje sezonalnosti turističke potražnje s 73,5% na 60% tijekom vršne turističke sezone (razdoblje lipanj-kolovoz). Tijekom 2014. godine je na području grada Supetra u predsezoni (siječanj-svibanj) i postsezoni (rujan-prosinac) ukupno ostvareno oko 130,3 tisuća noćenja odnosno oko 26,5% od ukupnog broja noćenja. Cilj Strategije je da se udio noćenja izvan glavne turističke sezone podigne sa 26,5% na 40% te da on u 2020. godini iznosi između 235 i 260 tisuća noćenja.

- Od projiciranog povećanja turističkog prometa od 100-130 tisuća noćenja u izvansezonskom razdoblju, oko 50 tisuća noćenja bi otpadalo na privatni smještaj a oko 70-80 tisuća na kolektivne smještajne kapacitete. Pod pretpostavkom da neće doći do značajnog povećanja broja smještajnih kapaciteta u privatnom smještaju, prosječna iskorištenost privatnih smještajnih kapaciteta povećala bi se za 8-9% i iznosila bi oko 22%. S druge strane, prosječna godišnja iskorištenost hotelskog smještaja povećala bi se za oko 4-5% te bi iznosila oko 55%<sup>4</sup>. Stoga se može zaključiti da bi u sklopu aktivnosti usmjerenih na produženje turističke sezone nešto veću ulogu ali i korist trebao imati privatni smještaj, s obzirom na trenutno vrlo kratko razdoblje poslovanja (48 dana) odnosno nizak stupanj iskorištenosti smještajnih kapaciteta (13%).

- Razvoj novih i kvalitetnih sadržaja turističke ponude u zaleđu grada Supetra, odnosno kontrolirana „turistifikacija“ toga područja, osobito naselja Škrip i Gornja Mirca, ali i ostalih turistički neaktivnih područja Grada koja imaju potencijal za razvoj turizma. Ovaj cilj je moguće postići razvojem kvalitetnih sadržaja turističke ponude u zaleđu Grada, prvenstveno turističkih proizvoda koji se temelje na vrijednom i očuvanom prirodnom ambijentu, kulturno-povijesnoj baštini i kulturi života i rada. Ovdje posebno treba naglasiti mogućnosti za razvoj kvalitetnog obiteljskog smještaja, OPG-ova, razvoja organske poljoprivrede, tematskih i poučnih staza te turističkih sadržaja za aktivni odmor.

- Bolji poslovni pokazatelji hotelskog sektora – veći stupanj iskorištenosti smještajnih kapaciteta na godišnjoj razini, veći prihod po dostupnoj sobi (RevPAR) i sl. Trenutni stupanj iskorištenosti svih smještajnih kapaciteta na području grada Supe-

tra, na godišnjoj razini iznosi oko 23%, pri čemu je iskorištenost hotelskog smještaja oko 51%, a privatnog smještaja tek 13%. Stoga je ovaj cilj, slično kao i cilj produženja turističke sezone, više usmjeren na privatni, a manje na hotelski smještaj. S druge strane, dnevni RevPAR hotela kategorije 4\* i 5\* je u Hrvatskoj tijekom 2014. godine iznosio 48 EUR i bio je za 25% niži od mediteranskog prosjeka. Hotelska poduzeća na području grada Supetra trebala bi u 2020. godini ostvarivati dnevni RevPAR koji je na razini ili blago iznad prosjeka mediteranskih zemalja te znatno iznad nacionalnog prosjeka.

- Veća prosječna dnevna potrošnja turista u destinaciji – prema podacima TOMAS ljeta 2014., istraživanja o stavovima i potrošnji turista u hrvatskim primorskim destinacijama, tijekom 2014. godine prosječni dnevni izdaci turista na području Splitsko-dalmatinske županije iznosili su 69,64 EUR. Iako ne raspoložemo podacima o prosječnoj dnevnoj potrošnji turista na otoku Braču ili na području grada Supetra, za pretpostaviti je da je ona bar na razini županijskog prosjeka. Ipak, s ciljem postavljanja realno mjerljivih ciljeva, može se reći da bi prosječni dnevni izdaci turista na području grada Supetra u 2020. godini trebali iznositi najmanje 80-85 EUR, čega bi oko 40% otpadalo na smještaj, 15% na ugostiteljske usluge i ostatak na ostale turističke sadržaje. Slijedom prethodno iznesenih procjena, ukupni prihod od turizma grada Supetra bi u 2020.

UKUPNI PRIHOD  
OD TURIZMA GRADA SUPETRA

**48-55 mil. eura**

procjena za 2020. godinu



godini trebali iznositi između 48 i 55 milijuna EUR. Ispunjenje prethodno postavljenih kvantitativnih razvojnih ciljeva pretpostavlja i provođenje cijelog niza aktivnosti, među kojima su najznačajnije sljedeće:

- Provedba aktivnosti internog marketinga s ciljem podizanja svijesti lokalnog stanovništva o mogućim širim društvenim koristima turističkog razvoja grada Supetra. Kao što je prethodno navedeno, potpora lokalnih žitelja planiranom turističkom razvoju predstavlja jednu od najvažnijih preduvjeta za postizanje ciljeva koji su definirani Strategijom. Stoga su aktivnosti edukacije i internog marketinga vrlo važne u kako bi lokalno stanovništvo shvatilo sve moguće koristi kojima turistički razvoj može rezultirati odnosno kako bi shvatilo koja je njihova uloga u planiranom turističkom razvoju grada Supetra.
- Podizanje tržišne poželjnosti i prepoznatljivosti grada Supetra na turističkom tržištu - odnosi se na potrebu diferencijacije grada Supetra i njegove turističke ponude u odnosu na neposredno konkurentsko okruženje (druge destinacije na otoku Braču, destinacije na ostalim srednjodalmatinskim otocima te destinacije na obalnom području srednje Dalmacije – Šibenik, Split, Makarska rivijera)
- Razvoj novih i inovativnih turističkih proizvoda na cijelom području Grada – predstavlja važan cilj Strategije i neposredno je povezan s potrebom ravnomjernijeg turističkog razvoja cijelog područja grada Supetra odnosno odvlačenjem jednog dijela turističke potražnje iz obalnog područja u zaleđe grada Supetra s ciljem rasterećenja turističkog pritiska sa žarišnih mjesta turističke potražnje prema turistički manje aktivnim područjima grada Supetra.
- Zaštita prostora, prirode, kulturno-povijesne baštine i drugih vrijednih turističkih resursa od moguće degradacije – također predstavlja važan cilj Strategije zbog činjenice da prekomjerno „trošenje“ postojećih turističkih resursa u budućnosti može znatno oslabiti tržišnu poziciju grada Supetra na turističkom tržištu.

<sup>4</sup> Kod procjene prosječne godišnje popunjenosti kolektivnih smještajnih kapaciteta u obzir su uzeti planovi Svpetrvs hotela d.d. o izgradnji novog hotela – Sunwing Scandinavia Club sa cca. 350 ležajeva, planovi za proširenje Waterman Beach Village-a te planovi poduzeća Velaris d.o.o. obnovi i preuređenju depandansi „Vrilo“ i „Vlačica“ u kategoriju 4\* (cca. 75 soba).

TABLICA 21. Sažetak ciljeva i projekcija učinaka Strategije razvoja turizma na području grada Supetra do 2020. godine

CILJ	Turistički pokazatelji u 2020. godini
<b>Povećanje ukupnog turističkog prometa po godišnjoj stopi od 3%-5%</b>	<p>Porast broja noćenja za 33% u odnosu na 2014.</p> <p>600-650 tisuća noćenja godišnje. Tržišni mix nepromijenjen s blagim porastom turista s novih, udaljenih tržišta (skandinavske zemlje, Rusija i sl.)</p>
<b>Smanjenje sezonalnosti turističke potražnje sa 73,5% na 60%</b>	<p>Povećanje broja noćenja za 100-130 tisuća u izvansezonskom razdoblju</p> <p>Privatni smještaj: +50 tisuća noćenja</p> <p>Kolektivni smještajni kapaciteti: +70-80 tisuća noćenja</p> <p>Godišnja popunjenost privatnog smještaja: 22%</p> <p>Godišnja popunjenost kolektivnog smještaja: 55%</p>
<b>Razvoj novih i kvalitetnih sadržaja turističke ponude u zaleđu grada Supetra</b>	<p>Kvalitetan obiteljski smještaj</p> <p>OPG-ovi</p> <p>Razvoj organske poljoprivrede</p> <p>Tematske i poučne staze</p> <p>Turistički sadržaji za aktivni odmor</p>
<b>Bolji poslovni pokazatelji hotelskog sektora</b>	<p>Podizanje godišnje stope iskorištenosti smještajnih kapaciteta s 51 % na 55 %</p> <p>Podizanje prihoda po raspoloživoj sobi – RevPAR iznad nacionalnog prosjeka i u razini s prosjekom mediteranskih destinacija</p>
<b>Veća prosječna dnevna potrošnja turista u destinaciji</b>	<p>Prosječna dnevna potrošnja turista: 80-85 EUR</p> <p>Ukupni godišnji prihodi od turizma: 48-55 mil. EUR</p>

Izvor: Autori studije.

TABLICA 22. Aktivnosti koje su preduvjet za postizanje ciljeva

<b>Provedba aktivnosti internog marketinga</b>	<p>Lokalno stanovništvo razumije ekonomske i društvene koristi turističkog razvoja</p> <p>Lokalno stanovništvo je aktivno uključeno u proces donošenja odluka</p> <p>Lokalno stanovništvo podržava razvoj turizma i sve ciljeve koji su definirani budućim planskim dokumentima</p>
<b>Podizanje prepoznatljivosti grada Supetra</b>	<p>Grad Supetar je prepoznatljiva i poželjna turistička destinacija</p> <p>Zahvaljujući novostečenoj tržišnoj poziciji grad Supetar može naplatiti premijsku cijenu za svoj turistički destinacijski proizvod (prosječna dnevna potrošnja 80-85 EUR)</p>
<b>Zaštita turističkih resursa od moguće degradacije</b>	<p>Turizam se razvija na način koji je neškodljiv za prostor, okoliš kao i za sve ostale vrijedne turističke resurse</p> <p>Turističkim resursima se gospodari na odgovoran i održiv način – za sve projekte se izrađuju studije utjecaja na okoliš, studije troškova i koristi (CBA), studije isplativosti ulaganja („feasibility“) i sl.</p>

Izvor: Autori studije.



## STRATEGIJA DESTINACIJSKOG MARKETINGA

Premda područje grada Supetra čini u apsolutnim razmjerima tek manji dio otoka Brača, diverzitet re-sursno-atraksijske osnove (koja predstavlja temelj za splet turističkih proizvoda), krajobraza, te različita spremnost pojedinih atrakcija za daljnji turistički razvoj uvjetovala je nužnost podjele područja na 4 zone razvoja, sa sljedećim temama:

**Zona 1:** Naselje Supetar – mjesto susreta, vrata Brača, manifestacije, kultura, zabava

**Zona 2:** Naselje Splitska – obiteljski smještaj visoke kvalitete, individualizirana ponuda ambijentalnosti

**Zona 3:** Naselje Donja Mirca – obiteljski smještaj visoke kvalitete

**Zona 4:** Ruralni prostor- aktivnosti u ruralnom prostoru, bijeg od gužve na obali, psihofizička rekuperacija.

Važno je za istaknuti da cjeline ne znače „strogu“ podjelu proizvoda i aktivnosti. One su sadržajno i tematski različite, ali izrazito komplementarne te upravo kroz međusobnu nadopunu omogućuju jedinstveni doživljajni sustav te jačaju Supetar kao cjelinu, što je i jedan od ciljeva ove Strategije. U skladu s navedenim su u tablici 23. navedeni osnovni proizvodi, atrakcije, obilježja ugostiteljskih objekata i sadržaji nužni za razvoj pojedinih zona.



TABLICA 23. Turističke razvojne zone grada Supetra

zona	zona 1	zona 2	zona 3	zona 4
<b>Proizvodi</b>	Sunce i more Kultura Obitelj	Sunce i more Obitelj Sport i rekreacija	Sunce i more Obitelj Sport i rekreacija	Kultura života i rada Sport i rekreacija Zdravi život
<b>Ključne atrakcije</b>	Plaže, umjetnici Supetra, Ivan Rendić, kulturno-povijesna cjelina Supetra, manifestacije	Plaže Crkva Uznesenja Marijina	Plaže	Antički kamenolom između Splitske i Škripa, Škripski zavičajni muzej, tematske staze, Kaštel Radojković
<b>Smještaj</b>	Tematski hoteli Boutique hoteli Privatni smještaj	Boutique hoteli Privatni smještaj Kamp	Privatni smještaj	OPG-ovi, obiteljski pansioni, eko kampovi
<b>Hrana i piće</b>	Tematski restorani Caffe i slastičarne Urbani bistroi	Autentični restorani s mediteranskom kuhinjom	„Tapasi“ Slastičarne	OPG-ovi Tematski restorani
<b>Ostali sadržaji i usluge</b>	„Visitor centar“ Trgovačka ponuda i suveniri Tematski vođeni razgledi (kultura, umjetnici)	Tematizirani itinereri (ribarstvo, klape, obrada kamena)	Tematizirani itinereri (ribarstvo, klape)	Info punktovi Tematizirani itinereri (masline, vinogradi, obrada kamena, geologija)

Izvor: Autori studije.



## PRIMARNI EPICENTAR


 SUPETAR

## SEKUNDARNI EPICENTRI

ŠKRIP

 GORNJA  
MIRCA

## TERCIJARNI EPICENTRI

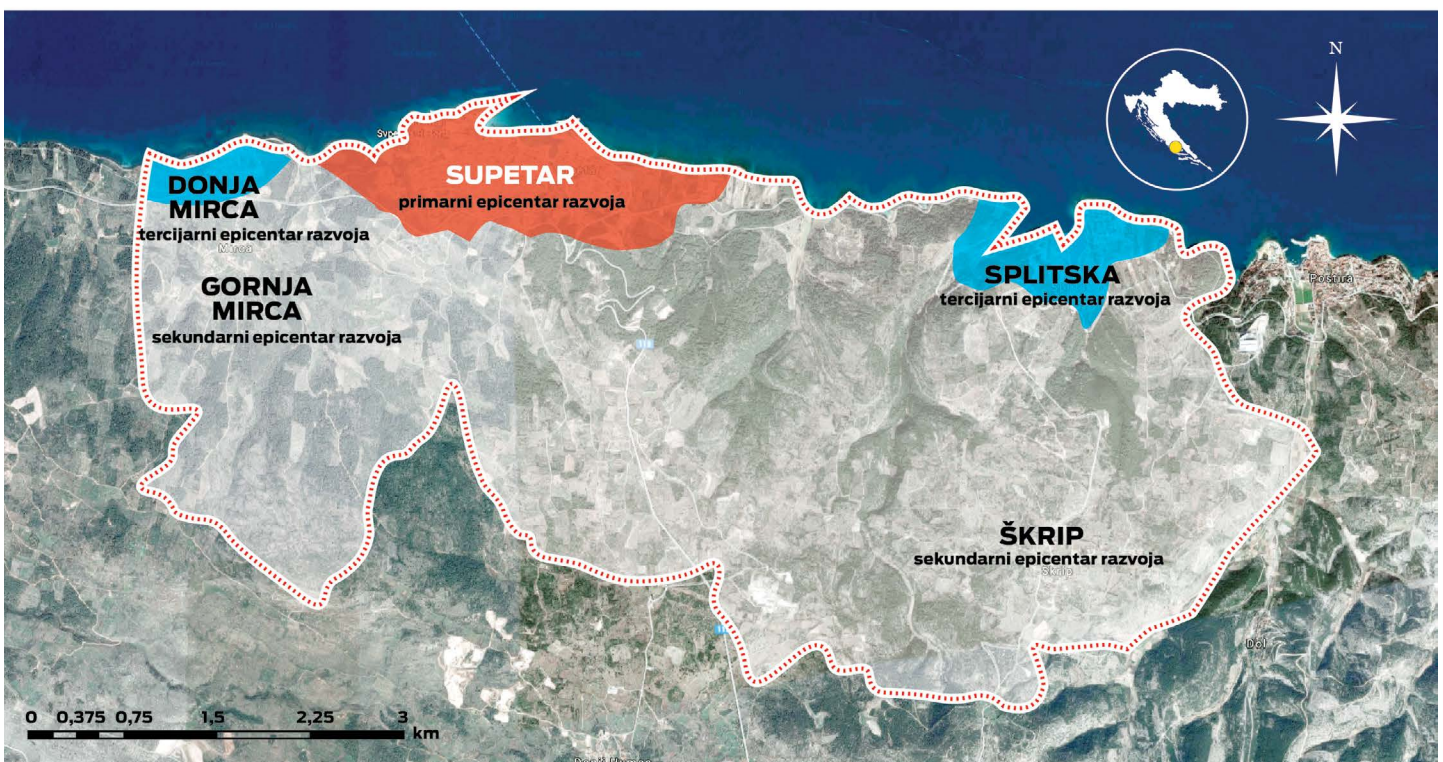
SPLITSKA

 DONJA  
MIRCA

Navedene zone razvoja imaju s obzirom na stupanj razvijenosti i resursnu osnovu različitu bazu postojećih, ali i potencijalni turističkih proizvoda. Upravo stoga potrebno je definirati mogućnosti za daljnji razvoj proizvoda u svakoj zoni, s osobitim naglaskom na povezivanje pojedinačnih proizvoda u strukturiranu turističku ponudu destinacije Supetar.

U skladu s time utvrđene su i tri razine epicentara razvoja, čiji je cilj jačanje turističkih funkcija u vidu okupljanja turista, pri čemu najveću važnost ima primarni epicentar razvoja - naselje Supetar, zatim sekundarni epicentri, Škrip i Gornja Mirca, te u konačnici Splitska i Donja Mirca kao tercijarni epicentri razvoja.

SLIKA 11. Turističke zone i centri razvoja turizma grada Supetra



Izvor: Autori studije.



## 5.1. Atributi tržišnog pozicioniranja

Marketinške aktivnosti bi se trebale temeljiti na pozicioniranju grada Supetra čiji je cilj istaknuti sve posebnosti i vrijednosti koje čine ponudu i identitet destinacije, a relevantne su ciljnim skupinama turista. Definiranu izjavu o pozicioniranju treba jasno prenijeti svim dionicima razvoja turizma Supetra koji bi trebali razumjeti pozicioniranje i koristiti ga kao temelj pri donošenju odluka bitnih za razvoj turizma te elemente definirane pozicioniranju konstantno komunicirati definiranim ciljnim skupinama. Pri tome se ne smije zanemariti da je lako izgubiti stečene pozicije te je stoga nužno održavati i

podizati razinu kvalitete usluge kako bi se olakšalo provođenje marketinških aktivnosti. Na temelju analize resursne osnove, SWOT analize i radionica s dionicima razvoja turizma, moguće je izdvojiti nekoliko elemenata diferencijacije koji su temelj za definiranje najvažnijih atributa pozicioniranja grada Supetra kao poželjne turističke destinacije što je prikazano u tablici u nastavku. Iz toga proizlazi nekoliko izjava o pozicioniranju koje trebaju biti kratke, jasne i nedvosmislene kako bi ih svi dionici razvoja turizma razumjeli s ciljem lakše komunikacije prema ciljnim tržištima.

TABLICA 24. Ključni atributi pozicioniranja grada Supetra

ATRIBUTI POZICIONIRANJA		
<p><b>POSEBNOST PRIRODNOG OKOLIŠA</b></p> <p>Očuvan okoliš</p> <p>Vegetacija karakteristična za mediteransko podneblje Borove šume</p> <p>Čisto more i lijepe plaže</p>	<p><b>KULTURNO-POVIJESNA BAŠTINA</b></p> <p>Očuvane povijesne cjeline u centru grada i naselju Škrip koje upućuju na bogatu prošlost grada Supetra</p> <p>Muzej otoka Brača čiji eksponati posjetiteljima približavaju bogatu kulturu života i rada otočana</p> <p>Kamenolom Rasohe iz kojeg se vadio kamen za izgradnju Dioklecijanove palače</p>	<p><b>KULTURA ŽIVOTA I RADA</b></p> <p>Jedinstvena cjelina naselja Gornja Mirca koje oslikava kulturu života i rada starih otočana</p> <p>Očuvana tradicionalna jela kao živa poveznica s antičkim vremenima, najpoznatije jelo je brački vitalac</p> <p>Drugi najveći otočki grad u Hrvatskoj, najbolje povezan s kopnom, grad umjetnika</p>

## IZJAVE O POZICIONIRANJU

Destinacija za aktivan odmor u očuvanom prirodnom ambijentu

Atraktivna destinacija za ljetni odmor s bogatom kulturno-povijesnom baštinom

Centralno mjesto otoka Brača koje je očuvalo kulturno-povijesno naslijeđe

„Vrata“ otoka Brača

Mjesto susreta

Destinacija koja živi tradicionalni Mediteran





## VIZUALNI IDENTITET

Uz navedene atribute pozicioniranja, pozornost treba posvetiti i vizualnom identitetu grada Supetra. Zbog spoja mora i kamena treba koristiti intenzivnu plavu i bijelu boju. Bilo bi poželjno da turistički znak sadrži elemente mora i kamenih vizura.





Uz navedene atribute pozicioniranja, pozornost treba posvetiti i vizualnom identitetu grada Supetra. Zbog spoja mora i kamena treba koristiti intenzivnu plavu i bijelu boju. Bilo bi poželjno da turistički znak sadrži stilizirane elemente mora i kamenih vizura. Ovako definiran vizualni identitet trebalo bi primijeniti na sve komunikacijske elemente grada Supetra, s ciljem unaprijeđena

prepoznatljivosti i imidža destinacije. Budući da se ovdje radi o kreativno zahtjevnom poslu, predložimo angažiranje stručnjaka s područja grafičkog dizajna koji bi, temeljem atributa pozicioniranja i prethodno navedenih smjernica, mogli ponuditi kreativna rješenja vezana za fizičke elemente brenda grada Supetra (logo, slogan, vrsta fonta i sl.).

## 5.2. Ciljna tržišta

Pri definiranju ciljnih tržišta za grad Supetar, u obzir treba uzeti činjenicu da suvremeno turističko tržište zahtjeva konstantno prilagođavanje potrebama i željama potencijalnih turista. Odabir ciljnih tržišta ovisi o resursima grada Supetra i definiranim ciljevima razvoja turizma.

Sukladno tome, strategija ciljnih tržišta se prvenstveno odnosi na veću penetraciju s novim turističkim proizvodima na tradicionalno najjača geografska tržišta te intenzivnije privlačenje pojedinih demografskih i motivima definiranih tržišta. U nastavku su predložena i opisana ciljna geografska, demografska i motivima definirana tržišta – domaći tur-

isti, turisti iz Zapadne, Sjeverne, Srednje i Istočne Europe, zatim obitelji s djecom i stariji parovi koji putuju bez djece, te ljetni odmorišni turisti, sportski rekreativci i kulturni kreativci.



TABLICA 25. *Ciljna geografska tržišta*

### DOMAĆI TURISTI

Prosječna dob domaćih turista je 37 godina što ih u prosjeku čini mlađim od turista koji dolaze s drugih emitivnih tržišta. Najčešće su visoko obrazovani, a na putovanje većinom odlaze s članovima obitelji. Glavni motivi dolaska domaćih gostiju su pasivni odmor i opuštanje, zabava, uživanje u jelu i piću te nova iskustva i doživljaji. O destinaciji se najčešće informiraju na temelju preporuka rodbine i prijatelja te putem interneta. U destinaciji najčešće borave između 4 i 7 dana i u prosjeku troše 50 eura dnevno.

### ZAPADNA EUROPA

Turisti iz Zapadne Europe su u prosjeku stariji od domaćih turista te ih se može definirati kao generaciju „baby boomer-a“ (rođeni od 1943. do 1960.). Kao i domaći turisti, najčešće su visoko obrazovani te dolaze s članovima obitelji, dok su izuzetak turisti iz Velike Britanije koji najčešće dolaze s partnerom. Glavni motivi dolaska turista iz Zapadne Europe su pasivni odmor i opuštanje, zabava, nova iskustva i doživljaji te upoznavanje prirodnih ljepota. Preporuke rodbine i prijatelja, prethodni boravak i internet su najvažniji izvori informacija za ovo ciljno tržište. Kao i domaći turisti, u destinaciji najčešće borave između 4 i 7 dana, ali u prosjeku troše gotovo duplo više, tj. 93 eura dnevno.

### SJEVERNA EUROPA

Turisti iz Sjeverne Europe u prosjeku imaju 41 godinu te su uz Britance najobrazovaniji turisti koji posjećuju Hrvatsku. Najčešće dolaze samo s partnerom, a glavni motivi dolaska su im pasivni odmor i opuštanje, zabava, nova iskustva i doživljaji, dok je natprosječan broj njih motiviran eno-gastronomskim doživljajima. O destinaciji se najčešće informiraju preporukama rodbine i prijatelja te internetom, a u odnosu na druga geografska ciljna tržišta, važan izvor informacija su im brošure, oglasi i plakati. U prosjeku u destinaciji borave između 4 i 7 dana, a znatan dio njih u destinaciji boravi između 15 i 21 dan. Prosječno troše 115 eura dnevno.

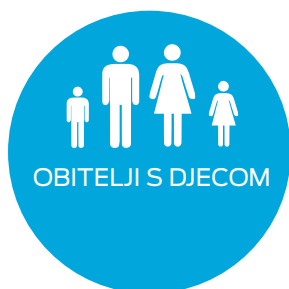
## SREDNJA I ISTOČNA EUROPA

Turisti iz Srednje i Istočne Europe u prosjeku imaju 40 godina, a u Hrvatsku ih najviše dolazi u dobi između 30 do 49 godina, tzv. generacija X (rođeni od 1961. do 1980.). To su većinom turisti sa završenom srednjom školom i fakultetom. Najčešće dolaze s članovima obitelji, a glavni motivi dolaska su im pasivni odmor i opuštanje, zabava, nova iskustva i doživljaji. O destinaciji se najčešće informiraju na temelju prijašnjeg boravka i preporuka rodbine i prijatelja, a važan izvor informacija su im i članci u tiskovinama te komunikacijske poruke putem televizije ili radija. U prosjeku u destinaciji borave između 4 i 7 dana, a znatan dio njih u destinaciji boravi između 8 i 10 dana. U prosjeku troše 53 eura dnevno.

Izvor: TOMAS Ljeto 2014. – Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj, Institut za turizam, Zagreb.



TABLICA 26. Ciljna demografska tržišta



Ovu ciljnu skupinu najčešće predstavljaju mlade obitelji s djecom u dobi do 16 godina. Najčešće su to visokoobrazovani turisti, srednjih i viših primanja. Uz „sunce i more“ traže aktivnosti na vodi, uživanje u očuvanom prirodnom ambijentu. Osim toga, traže dodatne sadržaje poput tradicionalnih aktivnosti i zabavnih sadržaja.



Ova ciljna skupina predstavlja trenutno najveći tržišni segment. To su visokoobrazovani turisti, dobrih primanja u dobi od 40 do 65 godina. Putuju nekoliko puta godišnje, dobri su potrošači, vode brigu o zdravoj prehrani i zdravom načinu života te očekuju kvalitetan smještaj i kvalitetnu gastronomsku ponudu. Nisu više vezani za potrebe svoje djece te stoga imaju osigurana financijska sredstva za putovanje. Žele ugoditi sebi, aktivni su, traže intelektualno stimulativna putovanja (upoznavanje novih kultura i sl.).



Izvor: Autori studije.

TABLICA 27. Ciljna tržišta prema motivima dolaska



### LJETNI ODMORIŠNI TURISTI

Glavni motiv dolaska ovih turista je pasivni odmor i opuštanje tj. „sunce i more“. Najvažnija im je kvalitetna ponuda osnovnog turističkog proizvoda u što spadaju kvalitetne plaže i čisto more, povoljni klimatski uvjeti, kvalitetan smještaj i primjerena gastronomska ponuda. Najviše ih zanimaju dodatni sadržaji na plažama poput ugostiteljskih objekata i sadržaja za sport i rekreaciju. S obzirom na njihov relativno pasivan stila odmora, za pretpostaviti je da su njihovi prosječni dnevni izdaci nešto manji od izdataka drugih aktivnijih ciljnih tržišta.



### SORTSKI REKREATIVCI

Jedna od glavnih karakteristika ove ciljne skupine je ta da ju čine prvenstveno muškarci, dok su žene manje zastupljene. Najčešće su to turisti u dobi od 25 do 45 godina, zaposleni, viših primanja. Na odmoru traže dodatne sadržaje poput biciklizma, daskanja na vodi i drugih oblika avanturizma nižeg intenziteta. Važna im je kvaliteta smještaja i raznolikost kvalitetnih sportskih sadržaja.



### KULTURNI KREATIVCI

Ovu ciljnu skupinu prvenstveno karakterizira briga i očuvanje okoliša te stoga preferiraju destinacije čija se turistička ponuda temelji na nezagađenom okolišu i očuvanoj prirodi. U potrazi su za ljudima i mjestima koji su kulturno različiti, vole upoznavati drugačije, novo i autentično te ih zanima kultura života i rada destinacija koje posjećuju. Ne troše prekomjerno te teže samoostvarenju i duhovnosti.

Izvor: Autori studije.

Osim navedenih potencijalnih ciljnih tržišta, grad Supetar ima potencijala za razvoj proizvoda namijenjenih novim, udaljenim tržištima koji u Hrvatskoj sudjeluju s tek 3,2 % u ukupnom broju noćenja. Radi se o gostima iz zemalja BRICS-a , SAD i Kanade te zemalja Arapskog poluotoka. Ova tržišta trenut-

no čine jednu polovinu svjetskog stanovništva, a karakterizira ih postojanje dobrostojećeg srednjeg sloja koji na putovanjima troši i po nekoliko puta više od prosječnog turista koji posjećuje Hrvatsku.

### 5.3. Proizvodni portfelj

Pri razvoju turističkih proizvoda na području grada Supetra glavni naglasak treba biti na dodatnim aktivnostima, tj. proširenju već postojećih turističkih proizvoda s ciljem:

Produženja turističke sezone  
 Podizanja kvalitete cjelokupne turističke ponude  
 Podizanja stupnja zadovoljstva turista.

Da bi se to postiglo, potrebna su određena ulaganja u turističku infrastrukturu i suprastrukturu što je detaljnije opisano u projektnim prijedlozima u po-

glavljima šest i sedam. Pri razvoju novih proizvoda treba voditi računa i o tome da su turisti dobro informirani i da posebno cijene ono što je drugačije i originalno.

Zbog toga, svaki turistički proizvod treba pričati svoju priču i biti formiran kao istinski doživljaj. Sukladno navedenom, u nastavku se daje opis turističkih proizvoda grada Supetra koji uključuje obilježja proizvoda i moguće modalitete proizvoda te smjernice za razvoj proizvoda od kojih su najvažnije razrađene u poglavlju Glavni razvojni projekti.



## SUNCE I MORE

### OBILJEŽJA PROIZVODA

Potražnja za ljetnim odmorišnim turističkim proizvodom, kojeg karakterizira odmor motiviran kupanjem i sunčanjem, će i dalje rasti. Prema predviđanjima Svjetske turističke organizacije, turizam na Mediteranu će sporije rasti, ali dugoročne prognoze i dalje govore o zadržavanju ove regije kao leaderske svjetske odmorišne destinacije. U tom kontekst, grad Supetar treba i dalje razvijati ovu vrstu turističke ponude uz naglasak na proširenje turističkog proizvoda, podizanja njegove kvalitete i stvaranja dodatne vrijednosti za turiste.

### MOGUĆI MODALITETI

- Tematske plaže (obitelj i djeca, rekreacija)
- 
- Aktivnosti na vodi (vožnja kajakom, zabavne aktivnosti za djecu)

### SMJERNICE ZA RAZVOJ PROIZVODA

Tematizacija plaža  
 Uređenje i opremanje plaža sadržajima za sport i rekreaciju te sanitarnim sadržajima  
 Unapređenje ugostiteljske ponude na plažama  
 Praćenje kvalitete mora  
 Organizacija čuvarske službe





## KULTURA

### OBILJEŽJA PROIZVODA

Kulturni turizam obuhvaća kulturne aktivnosti i doživljaje koji privlače turiste u neku destinaciju i obogaćuju njihov boravak u destinaciji. Proizvodi kulturnog turizma omogućuju posjetiteljima upoznavanje životnog stila lokalnog stanovništva, kulturne i povijesne baštine, ali i svega onoga što daje identitet i karakter određenoj destinaciji. Prema podacima Svjetske turističke organizacije, više od polovice međunarodnih turističkih putovanja uključuje komponentu kulturnog turizma. Ovaj oblik turizma preferiraju visokoobrazovani turisti koji imaju iznadprosječna primanja. Traže dulja putovanja, očekuju kvalitetan smještaj i rado kupuju različite proizvode tijekom putovanja. Najčešće su to turisti u dobi od 45 do 60 godina, a značajan je i porast mlađih turista koje zanima kulturno-povijesna baština te kultura života i rada.

### MOGUĆI MODALITETI

- Kulturno-povijesna baština
- Kultura života i rada
- Poznate osobe – supetarski umjetnici
- Manifestacije
- Obilazak zanimljivih geoloških lokaliteta

### SMJERNICE ZA RAZVOJ PROIZVODA

- Uređenje povijesne jezgre grada Supetra
- Razvoj sadržaja turističke ponude povezanih s kulturom života i rada u naseljima Škrip i Gornja Mirca
- Označavanje i interpretacija atrakcija s područja kulturnog turizma
- Povezivanja atrakcija kulturnog turizma u poučne staze i tematske rute
- Osnivanje difuznog hotela u povijesnoj gradskoj jezgri i/ili u naselju Splitska
- Izrada promotivnih materijala vezanih za kulturni turizam



## SPORT I REKREACIJA

### OBILJEŽJA PROIZVODA

Sport i rekreacija nižeg intenziteta podrazumijeva manje fizičke napore, aktivnosti poput boravka i šetnje u prirodi, trčanja, promatranja biljnog i životinjskog svijeta, biciklizma te manje zahtjevnih aktivnosti na vodi. Za ovaj proizvod se najčešće odlučuju visokoobrazovani turisti srednje i više platežne moći, u dobi od 25 do 45 godina. Odlučuju se za duži boravak u destinaciji, naročito ukoliko destinacija nudi sadržaje koje odgovaraju njihovim preferencijama.

### MOGUĆI MODALITETI

- Trčanje
- Biciklizam
- Hodanje/pješačenje

### SMJERNICE ZA RAZVOJ PROIZVODA

- Označavanje i uređenje staza za biciklizam i trčanje
- Povezivanje staza na području grada Supetra sa stazama koje se nalaze na ostatku otoka Brača
- Razvijanje pratećih usluga kao što su servisi za bicikle i odmorišta uz biciklističke staze
- Organiziranje pokretnih ugostiteljskih objekta koji nude zdrave obroke i za čiju pripremu koriste lokalne proizvode
- Organiziranje pokretnih sanitarnih čvorova



## OBITELJ

### OBILJEŽJA PROIZVODA

Turistički proizvod namijenjen obiteljima s djecom u centar stavlja potrebe cijele obitelji. Trendovi ukazuju na sve veću potražnju za destinacijama koje svoju ponudu prvenstveno temelje na elementima ponude bitnim za odmor obitelji, kao što su „family-friendly“ objekti i sadržaji. Jednako tako, trend obuhvaća razvoj proizvoda koji mogu biti jednako zanimljivi djeci i odraslima, poput „wildlife“ tura, zanimljive interpretacije povijesno-kulturne baštine.

### MOGUĆI MODALITETI

- „Family friendly“ smještajni i ugostiteljski objekti
- „Child friendly“ ture

### SMJERNICE ZA RAZVOJ PROIZVODA

- Prilagođavanje smještajnih i ugostiteljskih objekata potrebama obitelji s djecom, npr. prilagodba ponude u smještajnim objektima specifičnim potrebama djece, organizacija čuvanja djece, ponuda dodatnih sadržaja za zabavu djece, prilagodba gastro ponude dječjim potrebama
- Organizacija događanja prilagođenih djeci
- Izrada poučnih itinerera s područja kulturnog turizma namijenjenih djeci, naročito onoj školskog uzrasta



## ZDRAVI ODMOR

### OBILJEŽJA PROIZVODA

Zdravi odmor obuhvaća boravak u očuvanom prirodnom okolišu, prehranu baziranu na organski uzgojenim, domaćim proizvodima, energetski učinkovite smještajne objekte izgrađene od prirodnih materijala u autohtonom graditeljskom izričaju i bavljenje rekreativnim aktivnostima nižeg intenziteta. Sve veći broj turista se odlučuje na destinacije koje nude zdravi odmor, a sve kako bi i dok su na odmoru mogli živjeti stilom života koji žive u mjestima svog boravka.

### MOGUĆI MODALITETI

- Šetnje i boravak u prirodi
- Priprema i konzumacija jela od domaćih proizvoda

### SMJERNICE ZA RAZVOJ PROIZVODA

- Pružanje usluga smještaja u Škripu i Gornjim Mircima
- Organizacija kontemplativnih šetnji u prekrasnom prirodnom okruženju, izoliranom od vreve svakodnevnog života
- Organizacija gastro radionica s ekološki uzgojenim domaćim proizvodima



## 5.4. Komunikacijske aktivnosti

Prethodno definirano pozicioniranje, ciljna tržišta i proizvodi su osnova marketinške strategije grada Supetra kao turističke destinacije. Međutim, suvremeni marketing naglašava važnost integriranih komunikacijskih aktivnosti jer upravo pomoću njih potencijalni turisti mogu stvoriti sliku o proizvodu i usluzi koju kupuju. Suvremene komunikacijske aktivnosti raspolažu s nizom alata putem kojih destinacija može doprijeti do ciljnih tržišta. Riječ je o klasičnim promotivnim aktivnostima kao što su oglašavanje, odnosi s javnošću, izravni marketing i unapređenje prodaje. Sve ove aktivnosti se mogu provoditi putem različitih medija, među kojima u turizmu sve značajnije postaju komunikacijske ak-

tivnosti putem mrežnih stranica i društvenih medija. Komunikacijske aktivnosti koje je potrebno poduzeti s ciljem privlačenja potencijalnih turista trebaju:

- Prenijeti osnovnu poruku pozicioniranja Supetra kao turističke destinacije
- Postići sinergijski prodajni učinak korištenjem niza ujednačenih promotivnih materijala i aktivnosti.

Kako bi se prenijela jasna poruka o Supetru kao turističkoj destinaciji savjetuje se poštivanje sljedećih komunikacijskih smjernica:

- Implementacija nekoliko bitnih promotivnih aktivnosti i
- Izrada novih promotivnih materijala .

TABLICA 28. *Promotivne aktivnosti*

AKTIVNOST	KONCEPT
<b>OGLAŠAVANJE</b>	<p>Prethodno navedena ciljna tržišta trebaju poslužiti kao temelj u kreiranju jasnih oglašivačkih poruka Supetra koje prvenstveno trebaju biti usmjerene na komuniciranje definiranog pozicioniranja. Cilj oglašavanja treba biti usmjeren na informiranje potencijalnih turista o turističkoj ponudi grada Supetra kao i promociji konkretnih turističkih proizvoda. Ovisno o sredstvima kojima TZ grada Supetra raspolaže, za aktivnosti oglašavanja se mogu koristiti različiti mediji – strane i domaće tiskovine, online oglasi u obliku banneri ili video klipova, eventualno oglašavanje putem tradicionalnih medija (televizije i radija) za ona tržišta (Srednja i Istočna Europa) na kojima su oni važan izvor informacija.</p>
<b>ODNOSI S JAVNOŠĆU</b>	<p>Aktivnosti odnosa s javnošću trebaju biti usmjerene na odnos s domaćim i stranim medijima. To može uključivati organizaciju studijskih putovanja s predstavnicima relevantnih medija u suradnji s Glavnim uredom Hrvatske turističke zajednice pri čemu bi se naglasak stavio na jedinstvene prednosti Supetra kao turističke destinacije. Zatim, formiranje zasebne „press“ sekcije na mrežnom mjestu TZ grada Supetra koja će biti namijenjena isključivo medijima, a uključivati će baze tekstova, fotografija i sve podatke bitne medijima. Posebne aktivnosti usmjerene prema medijima potrebno je organizirati prilikom promocije novih turističkih proizvoda i sadržaja, manifestacija itd.</p>
<b>IZRAVNI MARKETING</b>	<p>Izravna komunikacija s ciljnim tržištima, u svrhu očuvanja trajnih odnosa, predstavlja jednostavnu, ali vrlo efikasnu komunikacijsku aktivnost. Bilo bi poželjno, u suradnji s dionicima razvoja turizma grada Supetra, prikupljati e-mail adrese turista koji svoj odmor provode na području Grada, ali ukoliko je moguće, i e-mail adrese onih turista koji borave na ostatku otoka. Time se stvara komunikacijska baza putem koje je tijekom cijele godine moguće komunicirati nove oblike ponude, slati zanimljive informacije o kulturno-povijesnoj baštini te uključiti same turiste u kreiranje pojedinih turističkih aktivnosti (npr. natjecanje u osmišljavanju najoriginalnije komunikacijske poruke, novog turističkog proizvoda ili suvenira i sl.). S ciljem efikasnijeg provođenja aktivnosti izravnog marketinga, savjetuje se da TZ grada Supetra implementira jedan od komercijalnih CRM (engl. customer relationship management) sustava kako bi se proizvodi uspješnije prilagodili potrebama ciljnih tržišta.</p>

Izvor: Autori studije.



TABLICA 29. Prijedlog promotivnih materijala i medija

AKTIVNOST	KONCEPT
<b>IMIDŽ INFO BROŠURA</b>	<p>Brošura je jednostavan i efikasan promotivni materijal čiji je cilj prenijeti doživljaj boravka u Supetru. Iako su mnoge destinacije fokusirane na online medije, od brošure ne treba odustati jer je kroz nju moguće predstaviti cjelokupnu turističku ponudu različitim ciljnim tržištima. Proizvodi interpretirani u brošuri trebaju biti praćeni lijepim fotografijama i kratkim jasnim tekstovima. Brošura treba biti jednostavno izvedena (kvalitetan papir, tisak, uvez) te je treba prevesti na jezike glavnih emitivnih tržišta. Brošuru treba distribuirati na sajmovima, u smještajnim objektima, centrima za posjetitelje i uredu TZ grada Supetra.</p>
<b>TEMATSKJE KARTE</b>	<p>Osim što predstavljaju koristan materijal za promociju samih tematskih ruta, karte se mogu iskoristiti za promociju drugih sadržaja turističke ponude (ugostiteljski sadržaji, kulturni sadržaji i sl.) koji se nalaze u neposrednoj blizini rute ili su na neki način povezani s njom. Karte trebaju prije svega biti jednostavne, informativne i s jasno naznačenim turističkim resursima te popisom ugostiteljskih i smještajnih objekata. S jedne strane se mogu nalaziti karte biciklističkih staza, a s druge tematske i poučne staze. Karte trebaju biti u formatu koji se preklapa čime se stvara više prostora za navođenje potrebnih podataka.</p>
<b>RAZVOJ I AŽURIRANJE MREŽNOG MJESTA</b>	<p>Mrežno mjesto Turističke zajednice grada Supetra svojim sadržajem i dizajnom udovoljava zahtjevima suvremenog web dizajna. U budućnosti ga je, uz određena dizajnerska poboljšanja, u sadržajnom smislu potrebno prilagoditi novim sadržajima turističke ponude. Ono što bi još bilo korisno je napraviti optimizaciju mrežnog mjesta za Internet pretraživače (SEO), što bi osiguralo primjerenu razinu vidljivosti mrežnog mjesta na Internetu. Konačno, bilo bi potrebno osigurati kontinuirano praćenje performansi mrežnog mjesta (korištenjem „online“ dostupnih alata kao što su Google Analytics i sl.), čime bi se, kroz vrijeme, mrežno mjesto u sadržajnom, ali i funkcionalnom smislu bolje prilagodilo potrebama različitih ciljnih skupina.</p>
<b>DRUŠTVENI MEDIJI</b>	<p>Jedan od najnovijih trendova u destinacijskom marketingu jeste i intenzivna primjena korisnički generiranih sadržaja (UGC) za promociju turističkih proizvoda i usluga. UGC ima visoku promocijsku vrijednost jer predstavlja vrstu osobne preporuke koja je ujedno i najznačajniji izvor informacija turistima koji dolaze u Hrvatsku. Njihov značaj je u tome što ih turisti doživljavaju kao izrazito vjerodostojne, pa bi stoga uz postojeću Facebook stranicu trebalo izraditi i Instagram profil te ga povezivati sa službenim Instagram profilom Hrvatske turističke zajednice – @lovecroatia.</p>

Izvor: Autori studije.





## GLAVNI RAZVOJNI PROJEKTI

Projektne prijedlozi opisani u ovome poglavlju definiraju aktivnosti koje je potrebno realizirati u svrhu ostvarenja vizije razvoja turizma odnosno postizanja definiranih strateških odrednica i ciljeva turističkog razvoja. U najvećoj mjeri povezani su s otklanjanjem identificiranih slabosti i/ili nedostataka na koje je ukazala SWOT analiza (poglavlje 3. ovog dokumenta). Cilj im je da se na cijelom području grada Supetra, kroz poboljšavanje određenih elemenata (turističke) konkurentnosti, stvore temeljni preduvjeti za gospodarski rast i razvoj, ali i za povećanje kvalitete društvenog života lokalnih žitelja. Neovisno o tome što vodeću ulogu u upravljanju razvojem mora imati javni sektor, velika odgovornost leži i na privatnom, poduzetničkom, sektoru, ali i na lokalnom stanovništvu od kojeg se očekuje da se, kroz različite građanske udruge, aktivno uključi u stvaranje tzv. cjelovitog turističkog lanca vrijednosti, a time i integralnog turističkog proizvoda grada Supetra.

Kad je riječ o konkurentskim nedostacima povezanim s razvojem turizma na prostoru grada Supetra, a koji su tijekom prve strateške radionice identificirani u suradnji s lokalnim dionicima društveno-ekonomskog razvoja, odmah je potrebno naglasiti dvije bitne odrednice:

- uočeni nedostaci odnose se podjednako kako na sferu interesa javnog, tako i na sferu interesa privatnog sektora i
- uklanjanje i/ili neutraliziranje uočenih nedostataka jednim je dijelom povezano s potrebom angažiranja većih ili manjih financijskih sredstava dok je, drugim dijelom, povezano ponajviše sa stvaranjem potrebnih organizacijsko-tehničkih i/ili kadrovskih preduvjeta razvoja.

Kad je riječ o nedostacima u sferi interesa privatnog sektora (struktura smještajne ponude, kvaliteta/raznolikost gastronomske ponude, nedostatak zabavnih sadržaja, nedovoljan interes lokalnih poduzetnika za cjelogodišnje poslovanje i sl.), odmah valja naglasiti činjenicu da je njihovo rješavanje direktno povezano s pojačanom investicijskom aktivnosti domaćih i/ili stranih poduzetnika. Istodobno, riječ je o konkurentskim nedostacima čije je uklanjanje i/ili minimiziranje moguće rješavati postupno, u hodu, sukladno odrednicama prethodno definirane koncepcije turističkog razvoja, a koja se temelji kako na boljoj i potpunijoj valorizaciji resursne osnove Grada, tako i na faznom pristupu razvoju.

S druge strane, što se tiče uočenih nedostataka u domeni javnog sektora, određen broj ovih nedostataka nikako neće biti moguće riješiti u kratkom roku i bez značajnih ulaganja Grada (uređenost

šetnice i vizualni dojam sadržaja uz nju, nedostatak/kvaliteta javnih sportsko-rekreacijskih sadržaja, opremljenost plaža, nedostatak biciklističkih staza bez automobilske prometa, nedostatak tranzitnih vozova za potrebe nautičara, promet u mirovanju i sl.). Neovisno o tome, za očekivati je da će se paralelno s jačanjem poduzetničke aktivnosti na prostoru Grada, ali i kao rezultat kandidiranja određenog broja projekata iz domene današnjih infrastrukturnih „uskih grla“ za EU financiranje, današnja financijska „krvna slika“ grada Supetra bitno popraviti. Samim tim, za očekivati je i da će se postupno stvoriti potrebne pretpostavke za uklanjanje onih konkurentskih nedostataka koji zahtijevaju veći financijski angažman nositelja javne vlasti.

Konačno, radionica je ukazala i na postojanje određenog broja nedostataka u sferi djelovanja kako javnog, tako i privatnog sektora čije uklanjanje i/ili minimiziranje nije nužno povezano s velikim financijskim iznosima (nedostatak suradnje javnog i privatnog sektora na projektima od interesa za društveno-ekonomski razvoj Grada, umreženost različitih, s turizmom povezanih, gospodarskih sektora, umreženost i suradnja gospodarstva i društvenih djelatnosti, raspoloživost osoba s upravljačkim vještinama i sl.).

Štoviše, riječ je o nedostacima na koje je moguće djelovati u relativno kratkom vremenskom razdoblju, a čije bi otklanjanje znatno unaprijedilo današnji imidž i/ili konkurentnost grada Supetra na tržištu turističkih destinacija, ali i kvalitetu života lokalne populacije. Upravo ovi nedostaci predstavljaju područje na koje se valja odmah pojačano koncentrirati, odnosno na kojem već u najkraćem razdoblju valja napraviti konkretne pozitivne pomake. Sukladno tome, pojedini projektne prijedlozi u najvećoj mjeri posvećeni uklanjanju ove grupe nedostataka. U skladu s rečenim, prethodno specificirani nedostaci predstavljaju polaznu točku za definiranje pojedinačnih programa unapređenja turističke konkurentnosti grada Supetra.

Nadalje, u cilju metodološke konzistentnosti, pojedinačni su programi podizanja konkurentnosti, sukladno ciljevima razvoja Grada razvrstani u pet karakterističnih područja i to:

1. Stvaranje socijalno poticajnog razvojnog okruženja
2. Poboljšanje javne komunalne infrastrukture
3. Ulaganja u unapređenje smještajne i druge ponude privatnog sektora
4. Unapređenje turističkog proizvoda destinacije
5. Unapređenje promocije destinacije.

SLIKA 12. Područja podizanja konkurentnosti turizma grada Supetra



Izvor: Autori studije.

## 6.1. Stvaranje socijalno poticajnog razvojnog okruženja (javni sektor)

Generalno gledano, samo relativno malen broj stanovnika grada Supetra danas je aktivno uključeno u promišljanje kako o potrebi, tako i o dinamiци i/ili smjerovima poželjnog turističkog razvoja cijelog ovog područja. U takvim okolnostima, većina lokalnog stanovništva ne zna ni kakva će biti njihova uloga u tom procesu, niti da li se u njega treba aktivno uključiti. S druge strane, niska razina saznanja i/ili uključenosti lokalnog stanovništva u donošenje odluka o bitnim odrednicama poželjnog razvoja turizma na području na kojem žive najčešće rezultira nepovjerenjem, a ponekad i svojevrsnim bojkotom predloženih razvojnih aktivnosti/programa.

Da bi se takvo stanje izbjeglo, učinkovit i od strane lokalne zajednice podržavan društveno-ekonomski razvoj Grada, a što je temeljni preduvjet ostvarenja zacrtane razvojne vizije, u najvećoj je mogućoj mjeri povezan sa stvaranjem poticajnog socijalnog okruženja.

Stvaranje poticajnog razvojnog okruženja, podrazumijeva sljedeće aktivnosti:

- Osiguravanje maksimalne transparentnosti u donošenju svih razvojnih odluka od interesa za kvalitetu života i društveni standard na cijelom području Grada
- Aktivno uključivanje lokalnog stanovništva u donošenje svih razvojnih odluka od zajedničkog interesa (tzv. „community based planning“)
- Poticanje rada i uključivanje lokalnih građanskih inicijativa i/ili udruga u promišljanje, ali i implementaciju različitih programa/inicijativa od interesa za unapređivanje konkurentne pozicije Grada na tržištu turističkih destinacija
- Provođenje aktivne i kontinuirane edukacije lokalne populacije o potrebi društveno odgovornog i dugoročno održivog upravljanja razvojnim procesom kako bi se minimizirali njegovi potencijalno

negativni učinci

- Provođenje sustavne edukacije lokalne populacije o njihovoj ulozi u procesu turističkog (društveno-ekonomskog) razvoja i potrebi aktivnog sudjelovanja u svim njegovim fazama
- Stvaranje preduvjeta za ubrzano osposobljavanje potencijalnih malih i srednjih privatnih poduzetnika zainteresiranih za investiranje u različite sfere turističkog privređivanja (ne samo u izgradnju turističkih apartmana) o svim potencijalnim, s tim povezanim, rizicima i što činiti kako bi ih se učinkovito minimiziralo (mreža „one stop shop“ savjetodavnih usluga, izdavanje operativnog „how to“ poduzetničkog vodiča, suradnja s cehovskim udrugama pri HGK i HOK, suradnja s regionalnom razvojnom agencijom RERASD i sl.) i
- Osmišljavanje stimulaturnih (fiskalnih i/ili parafiskalnih) programa poticanja poduzetništva na lokalnoj razini.

Posebno valja ukazati na činjenicu da je najveći dio aktivnosti u cilju stvaranja poticajnog socijalnog okruženja moguće financirati sredstvima Europskog socijalnog fonda kroz operativni program „Učinkoviti ljudski potencijali“.

U okviru tog operativnog programa, naime, jedan od glavnih investicijskih prioriteta je i ulaganje u programe povećanja socijalne uključenosti za što je osigurano 328 milijuna eura. Upravljačko tijelo za provedbu ovog operativnog programa je Ministarstvo rada i mirovinskog sustava.

Uz sredstva Europskog socijalnog fonda, za stvaranje poticajnog socijalnog okruženja moći će se koristiti i sredstva brojnih programa koji potiču europsku teritorijalnu (međugraničnu, transnacionalnu i/ili međuregionalnu) suradnju.

Konačno, konkretni projekti koje bi grad Supetar trebao pokrenuti u cilju stvaranja poticajnog društveno-ekonomskog okruženja iskazani su u tablici 30.

TABLICA 30. Projekti u funkciji uspostave poticajnog društveno-ekonomskog okruženja

- |    |  |
|----|--|
| 1. | Poduzetnički razvojno-investicijski servis   |
| 2. | Izmjene i dopune PPUG Supetar  |
| 3. | Poticanje/uspostava poduzetničkih klastera   |
| 4. | Izdavanje priručnika za potencijalne investitore u privatnom sektoru                           |
| 5. | Poticanje autohtone poljoprivredne i ekološke proizvodnje u zaleđu Grada (Škrip, Gornja Mirca) |
| 6. | Plan internog marketinga   |



## 6.2. Poboljšanje javne komunalne infrastrukture (javni sektor)

Kvalitetna infrastruktura preduvjet je razvoja kako gospodarstva, tako i društvenih djelatnosti na nekom području. U tom smislu, dakle, da bi bio društveno-ekonomski konkurentan, kao u smislu privlačenja poduzetničkog interesa, tako i u smislu povećanja kvalitete života svojih žitelja, grad Supetar mora kontinuirano unapređivati sve, za gospodarski i društveni život, vitalne infrastrukturne sustave.

Pri tome visinu, vremensku dinamiku i prioritete ulaganja u unapređenje javne komunalne infrastrukture valja promatrati ne samo u kontekstu odrednica zacrtane razvojne vizije, strateških razvojnih ciljeva i koncepcije razvoja Grada, već i u kontekstu proračunskih mogućnosti i uspješnosti u privlačenju sredstava EU fondova/programa. Što se tiče korištenja sredstava EU fondova, za potrebe unapređenja javne komunalne infrastrukture grad Supetar moći će aplicirati ponajviše na sredstva u okviru operativnog programa iz područja konkurentnosti i kohezije. Riječ je o operativnom programu koji će se sufinancirati sredstvima iz Europskog fonda za regionalni razvoj i Kohezijskog fonda a koji, između ostalog, obuhvaća aktivnosti iz područja: (i) zaštite okoliša, (ii) promicanja učinkovitosti korištenja prirodnih resursa, (iii) promicanja održivog prometa kao i (iv) uklanjanja uskih grla na prometnoj mreži.

U sklopu ovog operativnog programa Hrvatska ima na raspolaganju oko 6,9 milijardi eura. Upravljačko tijelo za provedbu ovog operativnog programa je Ministarstvo regionalnog razvoja i europskih integracija.

Uz sredstva Europskog fonda za regionalni razvoj i Kohezijskog fonda, unapređenje javne komunalne infrastrukture moći će se financirati i iz

sredstava brojnih programa koji potiču europsku teritorijalnu (međugraničnu, transnacionalnu i/ili međuregionalnu) suradnju. Dodatno, Grad Supetar ima mogućnost sudjelovanja i korištenja sredstava iz Programa ruralnog razvoja za programsko razdoblje 2014.-2020.godine. Polazeći od identificiranih slabosti u sferi javne komunalne infrastrukture, a na koje je ukazala SWOT analiza, ključni projekti koje valja realizirati, a koji bi joj značajno podigli tržišnu prepoznatljivost i konkurentnost navedeni su u tablici 31.

TABLICA 31. *Projekti unaprjeđenja javne komunalne infrastrukture*

- |     |   |
|-----|---|
| 7.  | Uređenje šetnice od Vlačice do plaže Tri Mosta u Supetru                                      |
| 8.  | Plan upravljanja plažnim prostorom na području grada Supetra                                  |
| 9.  | Uređenja dijela obale i ljetnog privezišta na Vlačici   |
| 10. | Podizanje kvalitete usluga nautičkog turizma na postojećem dijelu obale u Supetru i Splitskoj |
| 11. | Multifunkcionalni kulturni centar u prostoru današnjeg kina Supetar                           |
| 12. | Optimiziranje cestovnog prometa i prometa u mirovanju (osobito u naselju Supetar)             |
| 13. | Praćenje kvalitete mora u luci Supetar i rubnim područjima                                    |





### 6.3. Ulaganja u unapređenje smještajne i ostale turističke ponude (privatni sektor)

Dinamiziranje poduzetničke aktivnosti kroz realizaciju cijelog niza novih, tržišno i financijski održivih, manjih ili većih poduzetničkih inicijativa predstavlja jednu od okosnica podizanja konkurentnosti turizma grada Supetra i preduvjet rasta društvenog blagostanja njegovih žitelja. U tom smislu, a vodeći računa o međusobnoj komplementarnosti razvojnih projekata, potrebno je:

- Međusobno kombinirati ključne proizvodne činitelje (kapital, rad, prostor) na način koji će, uz minimiziranje operativnih tržišnih i financijskih te ekoloških rizika, rezultirati najboljim gospodarskim učincima (oportunitetni trošak) na kratki, srednji i dugi rok
- Voditi računa o činjenici da budući turistički, ali i cijeli društveno-ekonomski razvoj Grada valja temeljiti ponajviše na intenzivnijem korištenju i/ili dinamiziranju aktivnosti na području već postojećih turističkih (građevnih) razvojnih zona, odnosno na gospodarskom aktiviranju dosad nedovoljno korištenih razvojnih potencijala u zaleđu Grada
- Razvoj svakog od novih razvojnih projekata temeljiti isključivo na njihovom autonomnom tržišno-finanicijskom potencijalu i unaprijed osiguranim ulaganjima privatnih investitora (jasna financijska konstrukcija), pri čemu se uloga nositelja javne vlasti svodi samo na izdavanje potrebnih dozvola.

U skladu s navedenim, turistička investicijska strategija, koju bi grad Supetar trebao poticati i provoditi u planskom razdoblju Strategije, bila bi maksimalno usmjerena na:

- Restrukturiranje, rehabilitiranje i podizanje kvalitete već postojećih objekata turističke ponude u užem i širem smislu (podizanje kategorije, tržišno repositioniranje, primjenu međunarodnih poslovno-operativnih standarda). To se ne odnosi samo na hotelske objekte, već i na brojne smještajne kapacitete u vlasništvu lokalnog stanovništva. Posebno valja naglasiti da bi aktiviranje postojeće smještajne ponude, u pravilu, trebalo imati prioritet u odnosu na tzv. „greenfield“ ulaganja
- Razvoj nove smještajne ponude na principima ekološke održivosti i tematizacije sadržaja, odnosno na konceptu održivog razvoja
- Razvoj osobito onih poduzetničkih projekata koji će maksimalno koristiti potencijal postojeće resursno-atraksijske osnove Grada na način da se isti bolje, primjerenije i/ili efikasnije koriste
- Razvoj novih poduzetničkih projekata koji će imati sinergijske učinke te isticati komparativne

prednosti grada Supetra u odnosu na relevantno konkurentsko okruženje

- Razvoj novih turističkih doživljaja, odnosno proširivanje i produbljivanje postojećeg turističkog lanca vrijednosti u destinaciji, odnosno
- Razvoj novih poduzetničkih projekata koji će aktivno pridonositi (međunarodnom) imidžu Grada te koji će omogućavati stvaranje međunarodno prepoznatljivog destinacijskog brenda.

Konačno, a što se tiče mogućnosti korištenja sredstava EU fondova, za realizaciju novih turističkih razvojno-investicijskih projekata na području grada Supetra poduzetnicima će biti na raspolaganju sredstva iz Operativnog programa iz područja konkurentnosti i kohezije, a koji će se sufinancirati sredstvima iz Europskog fonda za regionalni razvoj. Pritom je za razvoj malog i srednjeg poduzetništva predviđeno gotovo milijardu eura. Upravljačko tijelo za provedbu ovog operativnog programa je Ministarstvo regionalnog razvoja i europskih integracija. Neovisno o sredstvima u okviru operativnog programa iz područja konkurentnosti i kohezije, najveći broj turističkih poduzetnika u gradu Supetru može direktno aplicirati i na EU sredstva u okviru programa COSME - Program za konkurentnost malih i srednjih poduzeća. Riječ je o programu uspostavljenom za razdoblje od 2014. do 2020. godine, a usmjerenom isključivo na povećanje konkurentnosti europskih tvrtki, smanjivanje nezaposlenosti, stvaranje poticajne poduzetničke klime te razvoj poduzetništva. Ukupni proračun programa je 2,3 milijarde eura. Potencijalni korisnici ovog programa su: (i) postojeći poduzetnici za potrebe financiranja vlastitog razvoja, konsolidaciju i/ili rast poslovanja (uključujući i sektor turizma); (ii) budući poduzetnici (uključujući mlade) za pomoć pri osnivanju/uspostavljanju tvrtki, te (iii) nacionalna, regionalna i lokalna tijela vlasti, poglavito u cilju učinkovitog reformiranja politika u kontekstu poboljšanja destinacijske konkurentne sposobnosti.

Konkretni razvojno-investicijski projekti u ingerenciji privatnog sektora na području grada Supetra, a čija bi realizacija značajno proširila/produbila destinacijski turistički lanac vrijednosti, a time i unaprijedila konkurentnost Grada na tržištu turističkih destinacija, iskazani su u tablici 21.

TABLICA 32. *Razvojno-investicijski projekti privatnog sektora*

- 14. Izgradnja novog hotelskog smještaja pokraj hotela Kaktus
- 15. Eko-etno selo Škrip
- 16. Uspostava difuznog hotela
- 17. Uspostava integralnog hotela
- 18. Obogaćivanje kvalitete gastronomske ponude i osmišljavanje markice autohtone kuhinje
- 19. Izgradnja nekoliko malih sirana



Izvor: Autori studije.

#### 6.4. Unaprjeđenje turističkog proizvoda destinacije

Polazeći od činjenice da je riječ o primorskoj i otočkoj destinaciji čija resursno-atraksijska osnova podržava ponajviše i ponajprije razvoj turizma i s njim povezanih gospodarskih aktivnosti, trajanje sezone, osobito u kontekstu poslovnih učinaka pružatelja usluga obiteljskog smještaja, ukazuju na nedovoljnu dubinu i širinu postojećeg turističkog lanca vrijednosti. Drugim riječima, s izuzetkom smještajnih objekata u sastavu Svpetrvs hotela, postojeći sustav turističkih iskustava na području Grada ne omogućava produljivanje turističkog in-

teresa u mjesecima pred i posezone. U tom smislu, potrebno je hitno poraditi na uspostavljanju novih, za tržište spremnih, turističkih proizvoda, koje resursna osnova Grada može podržati, a koji su sve popularniji na globalnom turističkom tržištu. Drugim riječima, program obogaćivanja postojećeg sustava turističkih doživljaja grada Supetra valja, u cilju sinergije i međusobne komplementarnosti, što je moguće više „naslanjati“ na lokalnu kulturu života i rada (vinogradarstvo/vinarstvo, maslinarstvo/proizvodnju maslinovog ulja, ovčarstvo/proizvodnju sira, ribarstvo i slično), ali i na orijentaciju prema tzv. „activity based“ turizmu.

 TABLICA 33. *Program obogaćivanja turističkog lanca vrijednosti*

- 20. Centar za posjetitelje Supetar – vizitacijski centar
- 21. Ambijentalno uređenje i opremanje stare jezgre naselja Supetar
- 22. Unaprjeđenje ponude kulturnog turizma baziranog na likovnoj umjetnosti
- 23. Multimedijalna galerija „Ivan Rendić“ sa suvenirnicom u području povijesne jezgre Supetra
- 24. Uređenje galerijskog prostora za ljetne izložbe u povijesnoj jezgri Supetra
- 25. Valorizacija pomorske baštine Grada Supetra kroz projekt obnove i korištenja bracerne „Roditelj“
- 26. Plan i aktivnosti unapređenja cikloturizma u suradnji s ostalim JLS (Brač)
- 27. Upravljanje kvalitetom obiteljskog smještaja
- 28. Kamenolom Splitska – tematski plan interpretacije
- 29. Rudnik bitumena Škrip “Minjera” – tematski plan interpretacije
- 30. Unapređenje postojećih tematskih staza
- 31. Dani maslinovog ulja (Škrip)
- 32. Proširenje i osuvremenjivanje Zavičajnog muzeja otoka Brača u Škripu
- 33. Promicanje tradicijske graditeljske baštine
- 34. Plan razvoja ronilačkog turizma
- 35. Hortikulturno uređenje lokaliteta Trolokve i privođenje turističkoj svrsi



Izvor: Autori studije.

## 6.5. Unaprjeđenje promocije destinacije

Glavni nositelj marketinških aktivnosti grada Supetra je njegova turistička zajednica, koja je usustavila i redovito ažurira postojeću Internet stranicu te koja je zadužena za informiranje turista o Supetru kao turističkoj destinaciji. Postojeća Internet stranica nudi niz informacija o resursno-atrakcijskoj osnovi, gastronomiji, događanjima i slično, ali i informacije o smještajnoj ponudi. Ipak, neovisno o informacijama koje se nude kroz web portal TZ grada Supetra, trenutno još uvijek nije jasno niti ciljno tržišno pozicioniranje kako Grada Supetra odnosno pojedinih njegovih naselja, niti njegov jedinstveni prodajni prijedlog. Nejasno turističko pozicioniranje grada Supetra ima za posljedicu i nedovoljno jasno pozicioniranje unutar spektra drugih turističkih destinacija Splitsko-dalmatinske županije. Drugim riječima, u cilju uspješnog diferenciranja od ostalih dijelova srednje Dalmacije, koje također karakterizira slikovitost mjesta, lijepe plaže, bogatstvo kulturnih artefakata i/ili nematerijalne baštine kao i ponuda dobre hrane, destinacija Supetar morala bi više naglašavati jedinstvenost i autentičnost turističkih doživljaja koje nudi.

Diferenciranje grada Supetra od drugih turističkih destinacija ne samo Splitsko-dalmatinske županije, već i destinacija duž cijelog priobalnog dijela hrvatske strane Jadrana, zahtijeva osmišljeno tržišno pozicioniranje u funkciji postupne izgradnje

prepoznatljivog tržišnog identiteta, a na toj osnovi, u kasnijoj fazi, možda i destinacijskog brenda. Postupna uspostava koherentnog sustava destinacijskog identiteta grada Supetra pretpostavlja ne samo sadržajno redizajniranje postojećeg web portala TZ Grada, već i sustavno provođenje dobro osmišljenih, jasno usmjerenih i učinkovitih PR kampanja, informiranje turista o različitim mogućnostima provođenja odmora u karakterističnim prostorno-tematskim klasterima/naseljima Grada, ali i izradu cjelovite strategije marketinga. Samo će na taj način biti moguće postupno transformirati postojeći imidž grada Supetra, od turistički relativno prosječno zanimljive jadranske destinacije za odmor na suncu i moru, u suvremenu, tematski i doživljajno potentnu destinaciju koja nudi sadržajan boravak točno i precizno definiranim potrošačkim segmentima. U skladu s navedenim, programi koji bi trebali unaprijediti prepoznatljivost grada Supetra na turističkom tržištu navedeni su u tablici 34.

TABLICA 34. Programi u funkciji unaprjeđenja tržišne pozicije grada

- 36. Strategija marketinga grada Supetra (naglašavanje eko-odgovorne destinacije)
- 37. Jačanje uloge turističkih posrednika i njihovo prerastanje u DMK
- 38. Redizajniranje službene web stranice TZ grada Supetra
- 39. Odnosi s javnošću (PR kampanje)
- 40. Turističke info aktivnosti
- 41. Redovito praćenje zadovoljstva boravka turista



Izvor: Autori studije.

## 6.6. Ostali projekti – podizanje kvalitete ljudskih potencijala

Sva prethodno sagledana područja/programi podizanja konkurentnosti uvelike će ovisiti o raspoloživosti i kvaliteti ljudskog potencijala na području grada Supetra. Brze i sve intenzivnije promjene u tržišno-poslovnom okruženju, sve veća diversifikacija potražnje i razvoj novih tehnologija, osobito u području e-poslovanja zahtijevaju kontinuirano učenje i stjecanje novih znanja i to kako u sferi dnevno-operativnog poslovanja, tako osobito i u sferi strateškog upravljanja razvojnim procesima bilo da je riječ o privatnom ili javnom sektoru. Samim tim, bez primjerene kvalitete ljudskog činitelja, odnosno posjedovanja suvremenih znanja i praktičnih vještina, na prostoru grada Supetra neće biti moguće ni dinamizirati poduzetničku aktivnost lokalnih žitelja, niti osigurati interes međunarodne investicijske potražnje za realizacijom novih gospodarskih projekata.

Kako sustav formalnog obrazovanja i cjeloživotnog učenja u Hrvatskoj nije u dovoljnoj mjeri prilagođen potrebama gospodarstva, kontinuirano podizanje kvalitete ljudskih potencijala jedan je ključnih razvojnih prioriteta grada Supetra, ali i cijelog otoka Brača, pri čemu ga valja shvaćati kao zajedničku odgovornost poslodavaca i nositelja javne vlasti. Pritom valja imati na umu činjenicu da je riječ o dugotrajnom procesu koji se može poticati, ali koji se ne može uvjetovati jednostranim odlukama lokalnih nositelja izvršne vlasti. Isto tako, osim ulaska u reformu obrazovnog sustava RH, riječ je o procesu za čiji je uspjeh potrebna ne samo uspostava učinkovite suradnje s etabliranim obrazovnim institucijama nacionalne/međunarodne prepoznatljivosti/kvalitete, već i povremeno angažiranje konzultanata.

Brzina i efikasnost podizanja kvalitete ljudskog potencijala na području grada Supetra u vremenu koje dolazi ovisit će ponajviše o pokretanju aktivnosti kao što su:

- Uvođenje tržišno orijentiranog sustava cjeloživotnog strukovnog obrazovanja u većim hotelsko-turističkim poduzećima, s osobitom naglaskom na menadžerski kadar
- Povezivanje sa hrvatskim obrazovnim centrima izvrsnosti
- Osiguranje stručne prakse i/ili profesionalnog usavršavanja perspektivnog kadra iz poduzetničkog sektora u vodećim gospodarskim subjektima Hrvatske/inozemstva
- Provođenje sustavne i kontinuirane edukacije zainteresiranih postojećih i/ili budućih poduzetnika, ali i djelatnika javnih institucija Grada o različitim mogućnostima EU financiranja

- Povećanje menadžerskih znanja i vještina za potrebe efikasnog upravljanja razvojem grada Supetra u skladu s najboljom svjetskom praksom.

Provedba različitih programa/inicijativa u sferi podizanja kvalitete ljudskog potencijala grada Supetra može se, u značajnoj mjeri, financirati kroz korištenje za to namijenjenih sredstava EU fondova/programa. U tom smislu, a osim sredstava Europskog fonda za regionalni razvoj i Kohezijskog fonda kroz operativni program „Konkurentnost i kohezija“, podizanje kvalitete ljudskog potencijala Grada moći će se financirati i kroz operativni program „Učinkoviti ljudski potencijali“, odnosno sredstva Europskog socijalnog fonda. Riječ je o operativnom programu u ingerenciji Ministarstva rada i mirovinskog sustava RH koji raspolaže s 1,5 milijardi eura pri čemu se glavni alokacijski prioriteti odnose na: (i) povećanje zaposlenosti i mobilnost radne snage (raspoloživa sredstva iznose 533 milijuna eura), (ii) unapređenje obrazovnog sustava i cjeloživotno učenje (raspoloživa sredstva iznose 450 milijuna eura), kao i na (iii) unapređenje administracije (raspoloživa sredstva iznose 191 milijun eura).

Uz sredstva navedenih operativnih programa i EU fondova, unapređenje kvalitete ljudskog potencijala grada Supetra bit će moguće provoditi i kroz korištenje sredstava brojnih programa koji potiču europsku teritorijalnu (međugraničnu, transnacionalnu i/ili međuregionalnu) suradnju.







## AKCIJSKI PLAN S DINAMIČKIM PLANOM AKTIVNOSTI

Temeljem provedene analize i valorizacije turističke resursne osnove (poglavlje 2.3 ovog dokumenta), provedene SWOT analize kojom su identificirane glavne prednosti, nedostatci, prilike i prijetnje za razvoj turizma na projektnom području (poglavlje 3. ovog dokumenta) te razgovora s glavnim interesnim skupinama s područja turističkog razvoja, definira-

na je jasna vizija razvoja turizma za grad Supetar, kao i četiri zone karakterističnog turističkog razvoja. Akcijskim planom definiraju se ključne aktivnosti/projekti koji bi trebali stvoriti pretpostavke za kvalitetan turistički razvoj ovoga područja odnosno za postizanje željene vizije turističkog razvoja.

# 1.

## PROJEKT BR. 1 : Poduzetnički razvojno-investicijski servis

### CILJ

Unapređenje investicijske klime i smanjivanje poduzetničkog rizika

### OPIS

Nedostatak kvalitetnih informacija za potencijalne investitore, nedostatak poduzetničkih vještina za pripremu projekata i fazu razvoja jedna su od velikih prepreka održivog razvoja malog poduzetništva u turizmu u svim dijelovima RH uključujući i grad Supetar. U tom smislu, važno je osigurati potencijalnim i postojećim poduzetnicima kvalitetnu stručnu podršku u procesu pripreme (manjih) poduzetničkih poduhvata kroz osnivanje Gospodarskog razvojno-investicijskog servisa kao „one-stop shopa“.

Razvojno-investicijski servis bio bi uspostavljen u sastavu gradskog poglavarstva s ciljem: (i) osiguravanja (besplatnih) relevantnih informacija za pripremu projekata, (ii) diseminacije informacija o mogućnostima financiranja (HBOR, EU fondovi, bespovratna sredstva različitih ministarstava RH i sl.), pravnim zahtjevima, porezima, registraciji, tržišnim trendovima i najboljim praksama u vođenju poslovanja, marketingu, financijskom kontrolingu itd., ali i (iii) osiguranja savjetodavnih usluga (seminari, radionice, „ad hoc“ konzultacije) i pomoći u pripremi dokumentacije za razvojne projekte.

### OPERACIONALIZACIJA PROJEKTA

Operacionalizacija projekta podrazumijeva uspostavu posebne organizacijske jedinice pri gradskoj upravi (predvidivo odsjek), osiguranje potrebnih financijskih sredstava za djelovanje servisa (predvidivo jedan VSS zaposlenik) kao i provođenje javnog natječaja za izbor kandidata.

#### PRIORITET

Visoki prioritet

#### NOSITELJ

Izvršna vlast grada Supetra

#### FINANCIRANJE

Gradski proračun

#### OSTALI DIONICI

Stanovnici, poduzetnici i vlasnici stanova/kuća

### RAZDOBLJE PROVEDBE

2016. | 2017. | 2018. | 2019. | 2020. | 2021. | 2022.-2025.

**2.**
**PROJEKT BR. 2 : Izmjene i dopune PPUG Supetar**
**CILJ**

Prilagodba PPUG Supetar potrebama unapređivanja turističkog lanca vrijednosti

**OPIS**

Iako postojeći PPUG Supetra pruža relativno kvalitetnu osnovu za dugoročno održivo upravljanje cjelokupnim razvojnim prostorom Grada, postoje određena područja na kojem bi se ovaj dokument mogao dodatno unaprijediti. Osim usklađivanja sa odrednicama novog Zakona o prostornom uređenju (NN 153/13), ključne moguće izmjene/dopune odnose se na:

- dopuštanje mogućnosti izgradnje objekata ruralnog turizma i/ili malih prehrambeno-preradbenih pogona u poljoprivrednom zaleđu Grada,
- dopuštanje mogućnosti izgradnje malih obiteljskih hotela (B&B pansiona) na većim zemljišnim parcelama (1 ha ili više) u privatnom vlasništvu u poljoprivrednom zaleđu (područje Škripa i G. Mirca),
- mogućnost izgradnje ljetnog privezišta i uređenja obale na Vlačici
- osiguranje prikladnog prostora/parcele za izgradnju jedne do dvije gradske garaže.

**OPERACIONALIZACIJA PROJEKTA**

Uz usklađivanje naziva/karaktera postojećih turističkih zona (izbacivanje nazivlja T1, T2 i T3) sukladno odrednicama novog Zakona o prostornom uređenju (NN 153/13), operacionalizacija projekta podrazumijeva javnu raspravu o prethodno predloženim izmjenama/dopunama te, sukladno zaključcima, pristupanje izmjeni postojećeg PPUG Supetar.

**PRIORITET**

Srednji prioritet

**NOSITELJ**

Izvršna vlast grada Supetra

**FINANCIRANJE**

Sredstva proračuna grada

**OSTALI DIONICI**

ZPU SDŽ, Lokalni poduzetnici, Lokalno stanovništvo, Udruge, Društvene djelatnosti

**RAZDOBLJE PROVEDBE**

2016. | 2017. | 2018. | 2019. | 2020. | 2021. | 2022.-2025.

**3.**

**PROJEKT BR. 3 : Poticanje/uspostava poduzetničkih klastera**

**CILJ**

Umrežavanje i povezivanje poduzetnika iz istorodnih gospodarskih aktivnosti radi jačanja konkurentnosti, podizanja kvalitete i/ili unapređenja tržišnog nastupa.

**OPIS**

U cilju dinamiziranja poduzetničke aktivnosti i naglašavanja kulture izvrsnosti, na području grada Supetra bilo bi korisno poticati stvaranje poduzetničkih klastera na proizvodno-tematskoj osnovi (klaster proizvođača vina, klaster maslinara, klaster ribara, klaster obiteljskih iznajmljivača, klaster kampova i sl.). Svrha klasterskog udruživanja je suradnja, razmjena iskustava, unapređivanje kvalitete proizvoda i/ili usluge kroz standardizaciju i/ili certifikaciju, lakši tržišni nastup, povećanje tržišne prepoznatljivosti i sl. Formirani poduzetnički klasteri na prostoru grada Supetra trebali bi se povezivati s istovrsnim klasterima na području cijelog otoka Brača, ali i šire (SDŽ, drugi otoci i sl.).

**OPERACIONALIZACIJA PROJEKTA**

Operacionalizacije projekta podrazumijeva međusobno povezivanje fizičkih i/ili pravnih osoba istovrsne poslovne orijentacije u skladu s mogućnostima koje pružaju pozitivnih zakonski propisi. U tom smislu, valja odrediti prikladnu pravnu formu povezivanja te, sukladno tome, definirati način djelovanja svakog pojedinog klastera (statut, financiranje, zastupanje i sl.).

**PRIORITET**

Srednji prioritet

**NOSITELJ**

Izvršna vlast grada Supetra

**FINANCIRANJE**

Gradski proračun

**OSTALI DIONICI**

Stanovnici, poduzetnici i udruge (udruženje obrtnika)

**RAZDOBLJE PROVEDBE**

2016. | 2017. | 2018. | 2019. | 2020. | 2021. | 2022.-2025.

**4.**
**PROJEKT BR. 4 : Izdavanje priručnika za potencijalne investitore u privatnom sektoru**
**CILJ**

Izrada priručnika za manje iskusne investitore

**OPIS**

Većina novoizgrađenih turističko-ugostiteljskih i/ili s turizmom povezanih objekata u privatnom vlasništvu ne zadovoljava ni zahtjeve struke, niti zahtjeve tržišta. Novi poduzetnički projekti u sektoru turizma morali bi primjenjivati uobičajene procedure u razvoju projekata. S tim u vezi treba naglasiti pred-investicijsku fazu, tijekom koje bi investitor trebao procijeniti tržišnu i ekonomsku održivost projektne ideje kao i investicijsku fazu, čiji bi rezultat trebao biti izgradnja turističkog objekta usklađenog s očekivanjima tržišta i s postavljenim standardima glede prostornih gabarita i kvalitete usluge. Kako bi se povećao broj uspješnih projekata u privatnom sektoru, potreban je svojevrsni praktični Priručnik koji bi vodio neiskusne investitore kroz pripremni i razvojni proces te koji bi smanjio postotak loših investicijskih odluka.

**OPERACIONALIZACIJA PROJEKTA**

Operacionalizacija projekta podrazumijeva provedbu javnog natječaj za izradu Priručnika, odabir autora, odnosno početak rada na tekstu. Nakon dovršenja i usvajanja Priručnika, potrebno je osigurati njegovu javnu prezentaciju i promociju kako bi se što je moguće veći broj malih (potencijalnih) privatnih poduzetnika upoznao s njegovim sadržajem i funkcijom.

**PRIORITET**

Niski prioritet

**NOSITELJ**

Izvršna vlast grada Supetra

**FINANCIRANJE**

Gradski proračun

**OSTALI DIONICI**

Stanovnici, poduzetnici i udruge

**RAZDOBLJE PROVEDBE**

2016. | 2017. | 2018. | 2019. | 2020. | 2021. | 2022.-2025.



## 5. PROJEKT BR. 5 : Poticanje autohtone poljoprivredne i ekološke proizvodnje u zaleđu Grada (Škrip, Gornja Mirca)

### CILJ

Revitalizacija poljoprivredne proizvodnje

### OPIS

Projekt ima za cilj potaknuti okrupnjavanje zemljišta i revitalizaciju poljoprivredne proizvodnje kako bi se bolje iskoristili raspoloživi potencijali resursno-atraktivne osnove ruralnog zaleđa grada Supetra, ali i stvorili preduvjeti za diversifikaciju turističkog interesa i unapređenje cjelokupnog vizualnog identiteta razmatranog područja.

Interes turističke potražnje za autentičnim i lokalnim, a u današnje vrijeme i ekološki uzgojenim poljoprivrednim proizvodima raste iz godine u godinu. Samim tim, postojeća i nova turistička potražnja na prostoru grada Supetra, a pod pretpostavkom kvalitetne promocije i/ili prezentacije, otvara značajne mogućnosti lokalnim proizvođačima zdrave hrane za plasman vlastite proizvodnje bilo kroz turističko-ugostiteljske objekte, bilo na kućnom pragu.

Uz uspostavu suvremenog sustava navodnjavanja, projekt podrazumijeva osiguravanje organizacijske, pravne i financijske podrške uspostavljanju svojevrsnog „klastera lokalnih poljoprivrednih proizvođača“, kao mogućnost kvalitetne prezentacije i komercijalizacije lokalno proizvedene zdrave hrane i/ili eko-proizvoda.

### OPERACIONALIZACIJA PROJEKTA

Uz osiguranje sredstava iz lokalnog/županijskog proračuna, operacionalizacija projekta podrazumijeva informiranje lokalne zajednice o svrsi i koristima aktiviranja poljoprivrednog zaleđa, organiziranje javnih tribina na temu suživota turizma i poljoprivrede, kao i ukazivanje na brojne mogućnosti za male privatne poduzetnike, posebno u kontekstu raspoloživosti različitih EU programa/fondova. U kontekstu uspješne operacionalizacije projekta osobito je važna pješačka pod nazivom „Maslinovi putevi“ koja je dužine 6 km i počinje na području mjesta Gornja Mirca, kao primjer uspješne sinergije autohtone poljoprivredne proizvodnje (maslinarstva) i turizma.

#### PRIORITET

Srednji prioritet

#### NOSITELJ

Izvršna vlast grada Supetra

#### FINANCIRANJE

- Gradski proračun
- Proračun SDŽ
- Sredstva vlade RH (Ministarstvo turizma, Ministarstvo poljoprivrede)
- EU fondovi/programi

#### OSTALI DIONICI

Lokalno stanovništvo, poljoprivredna zadruga Supetar

#### RAZDOBLJE PROVEDBE

2016. | 2017. | 2018. | 2019. | 2020. | 2021. | 2022.-2025.



# 6.

## PROJEKT BR. 6 : Plan internog marketinga

### CILJ

Podizanje svijesti lokalnih dionika društveno-gospodarskog razvoja o potrebi dugoročno održivog promišljanja/upravljanja razvojem turizma na području grada Supetra kao i njihovoj ulozi u tom procesu.

### OPIS

U kontekstu željenog unapređenja konkurentnosti grada Supetar na tržištu turističkih destinacija, vrlo je važno kontinuirano usklađivati različite, ponekad i međusobno suprotstavljene interese pojedinih aktera u procesu društveno-gospodarskog razvoja. U skladu s rečenim, projekt internog marketinga usmjereni su na:

- uspostavu klime međusobnog povjerenja i suradnje svih razvojnih dionika,
- uspostavu dijaloga i suradnje nositelja izvršne vlasti s istaknutim predstavnicima privatnog sektora, civilnih udruga, institucija javnog sektora, komunalnih poduzeća i turističke zajednice,
- osiguranje konzistentne kvalitete usluge na razini cijele destinacije i
- poučavanje kako usmenim preporukama promovirati grad Supetar, njegove programsko-prostorne turističke klastere, proizvode i/ili pojedina turistička mjesta.

Projektom se predlaže razvoj specifično ciljanih poruka za svaku od navedenih skupina odgovarajućim promotivnim i komunikacijskim alatima, ali i aktivnostima kojima će se sustavno podizati svijest o potrebi aktivnog uključivanja, međusobne suradnje i komunikacije u cilju bolje tržišne penetracije, ali i većeg zadovoljstva boravkom.

### OPERACIONALIZACIJA PROJEKTA

Operacionalizacija projekta implicira definiranje prioritetnih tema i potencijalnih korisnika/sudionika (Plan aktivnosti). Ovisno o izboru tema, potrebno je osigurati uvodne izlagače i moderatore rasprave za svaku od izabranih tema. U slučaju da je riječ o osobama koje nisu zaposlenici Grada, odnosno da je riječ o osobama koje ne žive na području Supetra, potrebno je osigurati i minimalni iznos naknade na njihov trud.

#### PRIORITET

Visoki prioritet

#### NOSITELJ

- Grad Supetar
- TZ Supetra

#### FINANCIRANJE

Gradski proračun

#### OSTALI DIONICI

TZ grada Supetra, Stanovnici, poduzetnici i udruge

#### RAZDOBLJE PROVEDBE

2016. | 2017. | 2018. | 2019. | 2020. | 2021. | 2022.-2025.

# 7.

## PROJEKT BR. 7 : Uređenje šetnice od Vlačice do plaže Tri Mosta u Supetru

### CILJ

Unapređenje destinacijskog imidža i kvalitete proizvoda kroz uspostavu nove infra i suprastrukture.

### OPIS

Komunalna opremljenost, sadržaji ponude te hortikulturno uređenje duž većeg dijela postojeće turističke šetnice u naselju Supetru sadržajno i vizualno ne odgovara turističkom potencijalu, degradiraju naselje te značajno umanjuju cjelokupni doživljaj grada Supetra kao turističke destinacije.

U tom smislu projekt se odnosi na unapređenje kvalitete postojećih sadržaja ponude duž većeg dijela šetnice, a osobito na njenom najatraktivnijem i najprometnijem dijelu od luke prema hotelu Velaris. Atraktivnost ovog prostora podrazumijeva ne samo hortikulturno uređenje, prikladnu ambijentalnu rasvjetu i odmorišta (klupe), već i uspostavu cijelog niza manjih vizualno privlačnih i prostorno dobro uklopljenih objekata hrane i pića koji bi zamijenili postojeće plastične građevine. Svi vlasnici/koncesionari postojećih neprimjerenih sadržaja ugostiteljske/trgovačke ponude na ovom potezu trebali bi dobiti primjereni rok za prilagodbu svojih objekata traženim standardima izgradnje/opremanja, pri čemu bi svi uslužni sadržaji maksimalno morali poštivati principe „zelene“ gradnje, koristiti autohtone/tradicijske građevinske materijale (kamen, drvo – izbjegavati plastiku, mesing, staklo) te svojim gabaritima biti na primjeren način uklopljeni u okoliš. S obzirom da je kipar Ivan Rendić prvi napravio projekt kupališta Banja, bilo bi dobro postaviti njegovo umjetničko djelo na mjestu koje odredi Grad Supetar.

### OPERACIONALIZACIJA PROJEKTA

Operacionalizacija projekta podrazumijeva dvije provedbene faze. U prvoj bi se fazi trebala izraditi projektna dokumentacija te provjeriti društveno-ekonomska opravdanosti izgradnje (analiza troškova i koristi), sve u cilju osiguranja EU financiranja, dok bi se u drugoj fazi prišlo osiguravanju potrebnih financijskih sredstava, zatvaranju financijske konstrukcije i izgradnji.

PRIORITET	NOSITELJ	FINANCIRANJE
Visoki prioritet	Izvršna vlast grada Supetra	<ul style="list-style-type: none"> <li>Izrada projektne dokumentacije – gradski proračun</li> <li>Izgradnja - sredstva EU fondova/ programa, bespovratna sredstva vlade RH, kreditna sredstva HBOR-a, sredstva poduzetnika</li> </ul>
OSTALI DIONICI		
TZ grada Supetra, Udruge, Poduzetnici, KD „Grad“ Supetar		

### RAZDOBLJE PROVEDBE

2016. | 2017. | 2018. | 2019. | 2020. | 2021. | 2022.-2025.

**8.**
**PROJEKT BR. 8 : Plan upravljanja plažnim prostorom na području grada Supetra**
**CILJ**

Očuvanje prirodne resursne osnove i unapređenje imidža grada Supetra kao turističke destinacije.

**OPIS**

S obzirom na sve veću koncentraciju turističke i/ili izletničke potražnje na prostoru grada Supetra, a imajući na umu i očekivani daljnji rast potražnje i planirano povećanje broja turista u Gradu u ljetnim mjesecima, za pretpostaviti je kako će se pritisak na raspoloživi plažni prostor dodatno povećavati.

Neovisno o izuzetnim prirodnim značajkama gotovo svih plaža na prostoru grada Supetra, one danas, osobito one izvan naselja, nisu tematizirane, a često nisu ni adekvatno infrastrukturno i/ili sadržajno opremljene na zadovoljavajući način (kemijski WC, košare za otpad). Isto tako, nijedna od plaža nema utvrđen maksimalni prihvatni kapacitet, uslijed čega njihovim korisnicima nije moguće osigurati ni potrebnu kvalitetu doživljaja.

U skladu s navedenim, ponajviše zbog očuvanja kvalitete doživljaja i okoliša, a sukladno odrednicama Nacionalnog programa uređenja i upravljanja morskim plažama, potrebno je odmah pristupiti izradi dokumenta koji će predložiti moguća unapređenja u upravljanju cjelokupnim plažnim prostorom Grada.

**OPERACIONALIZACIJA PROJEKTA**

Operacionalizacija projekta podrazumijeva dvije provedbene faze. U prvoj bi se fazi trebala izraditi inventarizacija plažnog prostora na području Grada u cilju utvrđivanja njegovog maksimalno prihvatljivog prihvatnog kapaciteta, a potom pristupiti tematizaciji (razvrstavanju) pojedinih plaža, utvrđivanju minimalnog standarda opremanja te režima korištenja. Druga faza odnosi se na osiguravanje potrebnih financijskih sredstava za komunalno opremanje, zatvaranje financijske konstrukcije kao i realizaciji projekta.

**PRIORITET**

Visoki prioritet

**NOSITELJ**

Izvršna vlast grada Supetra

**FINANCIRANJE**

- Izrada projektne dokumentacije - gradski proračun
- Izgradnja - bespovratna sredstva vlade RH, lokalni poduzetnici (koncesionari).

**OSTALI DIONICI**

TZ grada Supetra, Stanovnici, poduzetnici i udruge, KD „Grad“ Supetar

**RAZDOBLJE PROVEDBE**

2016. | 2017. | 2018. | 2019. | 2020. | 2021. | 2022.-2025.

9.

## PROJEKT BR. 9 : Uređenja dijela obale i ljetnog privezišta na Vlačici

### CILJ

Povećanje atraktivnosti obalnog pojasa/promenade u naselju Supetar, stvaranje novih i kvalitetnih sadržaja turističke ponude.

### OPIS

Kako je nautički turizam izrazito konkurentan turistički proizvod Hrvatske, a budući da je u vršnom dijelu sezone, u naselju Supetar izražen manjak vezova za plovila nautičara u tranzitu, nositelji izvršne vlasti grada Supetre razmatraju mogućnost izgradnje novih vezova na potezu od gradske luke prema glavnoj gradskoj plaži (zona Vlačica).

U skladu s rečenim projekt podrazumijeva: (i) optimalnu turističku valorizaciju predmetne lokacije, (ii) prijedlog vrste, veličine i strukture sadržaja te (iii) procjenu tržišne i financijske održivosti projekta. Zaključci do kojih će se doći omogućit će eventualno iniciranje postupka realizacije projekta, a što uključuje izradu projektnog zadatka, dobivanje koncesije kao i provođenje javnog natječaja za odabir investitora.

### OPERACIONALIZACIJA PROJEKTA

Operacionalizacija projekta, u prvoj fazi, odnosi se na izradu koncepta najbolje uporabe predmetne lokacije, provjeru tržišno-financijske (studija isplativosti) i/ili društveno-ekonomske opravdanosti (analiza troškova i koristi), kao i donošenje novog UPU-a uređenja ovog prostora te pripremu potrebne projektne dokumentacije (idejno rješenje, glavni projekt, izvedbeni projekt). Druga faza operacionalizacije projekta podrazumijeva zatvaranje financijske konstrukcije, provedbu natječajnog postupka, izbor najboljeg ponuđača i (faznu) izgradnju svih planiranih sadržaja.

#### PRIORITET

Niski prioritet

#### NOSITELJ

Izvršna vlast grada Supetra

#### FINANCIRANJE

- Izrada projektne dokumentacije - općinski proračun, Županijska lučka uprava, bespovratna sredstva vlade RH, sredstva EU fondova/programa,
- Izgradnja - sredstva EU fondova/programa, kreditna sredstva HBOR-a

#### OSTALI DIONICI

Županijska lučka uprava, Vlada RH (operativni programi pojedinih ministarstava), HBOR

#### RAZDOBLJE PROVEDBE

2016. | 2017. | 2018. | 2019. | 2020. | 2021. | 2022.-2025.

## 10. PROJEKT BR. 10 : Podizanje kvalitete usluga nautičkog turizma na postojećem dijelu obale u Supetru, Splitskoj i Donjim Mircima

### CILJ

Cilj projekta je povećati potrošnju jahtaša i prihoda od jahtinga, te uvoditi 'zelene' tehnologije i inovacije u razvoj ponude i upravljanje nautičkim turizmom, te ustrojiti učinkovit sustav zaštite okoliša i prirode.

### OPIS

Brojni trendovi prisutni u jahting turizmu, poput rasta kvalitete ukupne ponude u jahting turizmu; okolišno odgovornog poslovanja, odnosno razvoja 'čistih tehnologija' u lukama nautičkog turizma, inovativnih ponuda 'stay&sail' aranžmana, te rasta broja aktivnosti kojima se nautičari-jahtaši bave tijekom putovanja svjedoče o nužnosti daljnjeg razvoja usluga u naseljima Supetar, Splitska i Dona Mirca prilagođenih potražnji. Uz navedeno, nautičari troše (2012.) prosječno 100 eura na dan po osobi, od čega na se od dodatnih izdataka najviše izdvajaju ugostiteljske usluge (18 eura) i trgovina (12 eura). Stoga je iznimno bitna kvaliteta usluga u samom području nautičkih vezova, kao i njihova opremljenost infrastrukturom. Priprema javnih integralnih projekata tj. projekata razvoja luka otvorenih za javni promet i pratećih projekata komunalne infrastrukture (iskoristiti mogućnost sufinanciranja sredstvima fondova EU) jedan je od prioriteta u vidu podizanja kvalitete usluge, kao i uvođenje Obalne straže i unapređenje službe spašavanja na moru. U vidu razvoja infrastrukture iznimno je bitno poticanje razvoj mreže postaja za opskrbu plovila gorivom, kao i manjeg centara za održavanje i popravak jahti u okviru lučke uprave u Supetru. Također, nautički dio luke otvorene za javni promet nužno je primjereno opremiti priključcima za opskrbu električnom energijom i vodom te sustavom za prihvaćanje i odgovarajuće zbrinjavanje otpadnih voda (Splitskoj, tako i u Supetru i Donjim Mircima). Kao integralni dio luke možemo razmatrati i prateće objekte na obali (ugostiteljski sadržaji, trgovine, banke i druge usluge poput kozmetičara, frizera i drugo koje također treba razvijati sukladno potražnji.

### OPERACIONALIZACIJA PROJEKTA

U prvoj fazi projekta nužno je definiranje nužnih infrastrukturnih dopuna na području Supetra i Splitske (komunalni priključci, te električna energija). Zatim je nužna analiza potražnje za postajom za opskrbom gorivom i centrom za održavanje jahti. Slijedi analiza isplativosti takvog zahvata, poticanje razvoja sadržaja za jahtaše, te promocija Splitske i Supetra kao luka bogatima sadržajima za nautičare.

PRIORITET	NOSITELJ	FINANCIRANJE
Niski prioritet	Komunalno društvo „Grad“ – Supetar Lučka uprava SD Županije – Split	<ul style="list-style-type: none"> <li>EU: Operativni program EK 'Konkurentnost i kohezija 2014.-2020.', Prioritetna os 6: Zaštita okoliša i održivost resursa; Investicijski prioritet 6ii</li> <li>Ministarstvo pomorstva, prometa i infrastrukture, prometa i infrastrukture (državne lučke uprave)</li> </ul>
OSTALI DIONICI		
Ministarstvo pomorstva, prometa i infrastrukture, Grad Supetar, Splitsko-dalmatinska županija, TZ Supetar, Udruženje nautičkog turizma (marina) (HGK)		

### RAZDOBLJE PROVEDBE

2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.	2022.-2025.
-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------------

11.

## PROJEKT BR. 11 : Multifunkcionalni kulturni centar u prostoru današnjeg kina Supetar

### CILJ

Unapređenje destinacijske ponude i kvalitete života lokalnog stanovništva.

### OPIS

Na prostoru Grada Supetra danas ne postoji kvalitetan polivalentni prostor za održavanje kulturno-zabavnih događanja/programa (kino, ples, koncerti, kazališne predstave i sl.). Nedostatak adekvatnog prostora za održavanje kulturno-zabavnih događanja ne dolazi do izražaja samo tijekom ljetnih mjeseci u uvjetima pojačane koncentracije turista, već je primjetan i izvan turističke sezone (zimsko „mrtvilo“).

U želji da se postojeći nedostaci u ponudi javnih sadržaja trajno riješe na zadovoljstvo kako domaćeg stanovništva, tako i turista, projektom se predviđa izgradnja multifunkcionog kulturno-zabavnog objekta koji će stvoriti pretpostavke kako za unapređenje društvenog/kulturnog/zabavnog života na području ne samo grada Supetra, već i cijelog otoka Brača tijekom cijele godine.

### OPERACIONALIZACIJA PROJEKTA

Operacionalizacija projekta sastoji se od dvije međusobno povezane faze. Prva faza podrazumijeva pronalaženje adekvatne lokacije te izradu koncepta njene najbolje uporabe. Jedna od mogućih lokacija je prostor današnjeg kina Supetar. Svrha ove faze je definiranje svih bitnih elemenata (veličina, struktura i kvaliteta te prostorni razmještaj) poželjnih sadržaja uslužne ponude kao i provjera tržišne održivosti i financijske isplativosti željenog razvojnog koncepta. Druga faza operacionalizacije projekta odnosi se na adaptaciju planiranih sadržaja uslužne ponude.

#### PRIORITET

Srednji prioritet

#### NOSITELJ

Izvršna vlast grada Supetra

#### FINANCIRANJE

- Gradski proračun
- Proračun SDŽ
- HBOR/HAMAG
- Sredstva EU fondova/ programa
- Sredstva vlade RH (Ministarstvo kulture)

#### OSTALI DIONICI

TZ grada Supetra

#### RAZDOBLJE PROVEDBE

2016. | 2017. | 2018. | 2019. | 2020. | 2021. | 2022.-2025.



**12.**
**PROJEKT BR. 12 : Optimiziranje cestovnog prometa i prometa u mirovanju (osobito u naselju Supetar)**
**CILJ**

Unapređenje prometa na području naselja Supetar u funkciji kako povećanja sigurnosti, tako i povećanja zadovoljstva boravkom turista tijekom sezone.

**OPIS**

Postojeće stanje prometa u naselju Supetar, osobito tijekom ljetnih gužvi, ne zadovoljava potrebe ni lokalne populacije, niti turista. Razlozi za to su: (i) nedostatni tehnički elementi cesta u naselju, (ii) previsoka prometna opterećenja, (iii) nedostatak prostornog diferenciranja pješačkog i kolnog prometa, (iv) nedostatak parkirališta, kao i (v) nedostatak javnih garaža. U tom smislu, glavni cilj nositelja izvršne vlasti u Gradu mora biti smanjenje individualnog motoriziranog prometa u naselju Supetar, a što se može postići kako uvođenjem prikladnog „park & ride“ sustava (kratki rok), odnosno postupnom izgradnjom određenog broja novih parkirališta/garaža (srednji/dugi rok).

Projekt optimiranja prometnih tokova podrazumijeva tri ključna pravca djelovanja:

- Kratkoročno rasterećivanje cesta i prometa u naselju Supetar tijekom turističke sezone (bolja regulacija prometa, uvođenje „park & ride“ sustava
- Uvođenje javnog sustava najma električnih bicikla,
- Postupno povećanje propusne moći ključnih prometnica kroz njihovo proširivanje/osuvremenjivanje i/ili izgradnju obilaznica i
- Unapređenje sustava prometa u mirovanju na području naselja, ali i na mjestima najveće turističke koncentracije.

Budući da je o riječ financijski zahtjevnom projektu, u njegovom rješavanju je logično računati na povlačenje sredstava iz EU strukturnih fondova. Bez obzira na visoki financijski i vremenski intenzitet projekta, projekt je ocijenjen kao visoko prioritetan zbog velikog značaja za buduću kvalitetu turističke ponude grada Supetra.

**OPERACIONALIZACIJA PROJEKTA**

Operacionalizacija projekta podrazumijeva dvije provedbene faze. U prvoj bi se fazi trebala izraditi projektna dokumentacija te provjeriti društveno-ekonomska opravdanosti izgradnje (analiza troškova i koristi), sve u cilju osiguranja EU financiranja, dok bi se u drugoj fazi prišlo osiguravanju potrebnih financijskih sredstava, zatvaranju financijske konstrukcije i izgradnji.

PRIORITET	NOSITELJ	FINANCIRANJE
Srednji prioritet	Izvršna vlast grada Supetra	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Izrada projektne dokumentacije - općinski proračun, sredstva EU fondova/ programa</li> <li>• Izgradnja - sredstva EU fondova/ programa, bespovratna sredstva vlade RH, kreditna sredstva HBOR-a</li> </ul>
OSTALI DIONICI		
Vlada RH (operativni programi pojedinih ministarstava), HBOR		

**RAZDOBLJE PROVEDBE**

2016. | 2017. | 2018. | 2019. | 2020. | 2021. | 2022.-2025.

**13.**

## PROJEKT BR. 13 : Praćenje kvalitete mora u luci Supetar i rubnim područjima

### CILJ

Zaštita/očuvanje kvalitete mora i sprječavanje potencijalnog zagađivanja.

### OPIS

Na cijelom prostoru luke Supetar, kako zbog gustog trajektnog prometa, tako i zbog mogućnosti izgradnje novih tranzitnih vezova u zoni Vlačica, valjalo bi uspostaviti striktno ekološke standarde i pravila ponašanja u cilju očuvanja kvalitete mora i cjelokupnog eko-sustava.

U skladu s navedenim, projekt podrazumijeva redovito (najmanje svaka dva tjedna) uzorkovanje i kontrolu kvalitete i čistoće more, kako u samoj luci Supetar (najvažnije) tako i na nekoliko odabranih lokacija duž cijele obalne crte koja administrativno spada u područje grada Supetra. Uzorkovanje i kontrolu kakvoće mora na području grada Supetra trebao bi provoditi Nastavni zavod za javno zdravstvo dr. Andrija Štampar, dok bi rezultati ispitivanja trebali, kroz sustav obavještanja javnosti, biti javno dostupni kako lokalnom stanovništvu, tako i turistima

### OPERACIONALIZACIJA PROJEKTA

Operacionalizacija projekta podrazumijeva utvrđivanje područja ispitivanja odnosno točaka uzorkovanja, osiguranje izvora financiranja kroz proračun JLS-a, provođenje uzorkovanja i obavještanje javnosti o kakvoći mora.

#### PRIORITET

Srednji prioritet

#### NOSITELJ

Izvršna vlast grada Supetra

#### FINANCIRANJE

• Proračun grada Supetra

#### OSTALI DIONICI

Lučka uprava grada Supetra, SDŽ

#### RAZDOBLJE PROVEDBE

2016. | 2017. | 2018. | 2019. | 2020. | 2021. | 2022.-2025.

**14.**

## PROJEKT BR. 14 :Izgradnja novog hotelskog smještaja pokraj hotela Kaktus

### CILJ

Unapređenje strukture smještajne ponude i diversifikacija proizvoda kroz izgradnju novih objekata turističke suprastrukture.

### OPIS

Poduzeće Svpetrvs hoteli zainteresirano je za izgradnju novog hotelskog objekta visoke kategorije na parceli pokraj hotela Kaktus. Budući da je riječ o zoni koja je PPUG Supetra ionako predvidio za turističku izgradnju, a imajući na umu imidž koji je hotel Kaktus nekad imao kao i geomorfološke značajke, prostorne gabarite lokaliteta, njegovu mikrolokaciju (raspoloživost svih vitalnih infrastrukturnih sustava), kao i nedovoljan broj prvoklasnih hotelskih kapaciteta na cijelom području Grada, ovu je lokaciju potrebno razviti kao zonu visoko kvalitetne hotelske ponude (hotelski sadržaji na razini od 4\* do 5\*).

U tom smislu, projekt se odnosi na optimalno gospodarsko aktiviranje razmatrane građevinske parcele.

### OPERACIONALIZACIJA PROJEKTA

Operacionalizacija projekta sastoji se od dvije međusobno povezane faze. Prva faza podrazumijeva izradu koncepta najbolje uporabe razmatrane lokacije. Svrha ove faze je definiranje svih bitnih elemenata (veličina, struktura i kvaliteta te prostorni razmještaj) poželjnih sadržaja turističke ponude kao i provjera tržišne održivosti i financijske isplativosti željenog razvojnog koncepta. Druga faza operacionalizacije projekta odnosi se na izgradnju planiranih sadržaja turističke ponude.

#### PRIORITET

Srednji prioritet

#### NOSITELJ

Svpetrvs hoteli u suradnji s izvršnom vlasti grada Supetra

#### FINANCIRANJE

- Izrada koncepta najbolje uporabe i provjere tržišne/financijske održivosti – sredstva Svpetrvs hotela
- Realizacija projekta – Svpetrvs hoteli

#### OSTALI DIONICI

Svpetrvs hoteli, Turistički konzultanti

#### RAZDOBLJE PROVEDBE

2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.	2022.-2025.
-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------------

15.

## PROJEKT BR. 15 : Eko-etno selo Škrip

### CILJ

Unapređenje strukture smještajne ponude i diversifikacija proizvoda kroz izgradnju novih objekata turističke suprastrukture.

### OPIS

Ruralni prostor grada Supetra, a osobito područja oko naselja Škrip još je uvijek relativno slabo turistički valoriziran, a time i nedovoljno turistički korišten. Isto tako, današnjoj smještajnoj ponudi na području cijelog grada Supetra sve više nedostaje smještaj u autentičnom ambijentu ruralnog Brača. U želji da se takvo stanje promijeni nabolje, a polazeći od ambijentalnosti kako samog naselja Škrip, tako i pojedinih građevinskih objekata/sklopova u njemu, bilo bi poželjno da se cijelo naselje tržišno pozicionira kao etno-eko selo.

U skladu s rečenim, projekt se odnosi na uspostavu autentične smještajne ponude u ruralnom zaleđu čime bi se kvalitativno upotpunila i sadržajno diversificirala postojeća smještajna, ali i cjelokupna turistička ponuda Grada te stvorila nova, međunarodno prepoznatljiva, turistička atrakcija. Nadalje, realizacija ovog projekta povezana je i s potrebom očuvanja i kvalitetne prezentacije/interpretacije ruralne baštine i stoljetne kulture života i rada bračkih težaka.

Proizvod bi uključivao aktivan odmor, počevši od pomaganja u tipičnim poljoprivrednim poslovima, do raznih aktivnosti u prirodi (vožnja biciklom, planinarenje, ribolov, branje maslina, berba lavande, berba grožđa, promatranje biljnog i životinjskog svijeta itd.)..

### OPERACIONALIZACIJA PROJEKTA

Operacionalizacija projekta podrazumijeva detaljno sondiranje interesa potencijalnih pružatelja usluga smještaja/hrane i pića u tradicijskim ruralnim kućama, definiranje sustava doživljaja prilagođenog različitim grupama korisnika, kao i provjeru njihove financijske održivosti. Konačno, projektom valja uspostaviti i prikladan sustav poticaja privatnim poduzetnicima uključenim u program.

#### PRIORITET

Visoki prioritet

#### NOSITELJ

Izvršna vlast grada Supetra

#### FINANCIRANJE

- Gradski proračun
- Sredstva TZ grada Supetra
- Ministarstvo turizma
- Sredstva EU fondova/ programa

#### OSTALI DIONICI

TZ grada Supetra, Poduzetnici/ugostitelji

### RAZDOBLJE PROVEDBE

2016. | 2017. | 2018. | 2019. | 2020. | 2021. | 2022.-2025.

**16.**

## PROJEKT BR. 16 : Uspostava difuznog hotela (Supetar, Splitska, G. Mirca, Škrip)

### CILJ

Unapređenje strukture smještajne ponude i diversifikacija proizvoda kroz unapređenje objekata turističke infrastrukture.

### OPIS

Slikovitost starih dijelova naselja Supetar, Splitska, G. Mirca i Škrip predstavlja izuzetan potencijal za uspostavu nekoliko malih difuznih hotela ponajviše kroz prenamjenu i adaptaciju već postojećih građevina odnosno kroz objedinjavanje nekoliko povezanih građevinskih sklopova stambene namjene u starim ruralno-urbanim strukturama, koji su uređeni i opremljeni na tradicijski način.

Projekt bi značajno diversificirao, ali i sadržajno obogatio postojeću smještajnu ponudu grada Supetra, ali i omogućio interes za boravkom na području Grada osobito u vrijeme pred i posezone te na ruralnim, turistički neaktivnim područjima Grada.

Projekt bi trebao biti potpomagan i proračunskim sredstvima grada Supetra (bespovratna sredstva za potrebe provjere tržišne održivosti i financijske isplativosti), ali i kroz djelovanje Poduzetničkog razvojno-investicijskog servisa

### OPERACIONALIZACIJA PROJEKTA

Operacionalizacija projekta sastoji se od dvije međusobno povezane faze.

Prva faza podrazumijeva izradu razvojnog koncepta (idejno rješenje) za svaki pojedini objekt, kao i na provjeru njegove tržišne održivosti i financijske isplativosti.

Druga faza operacionalizacije projekta odnosi se na dovršenje projektne dokumentacije, ishođenje svih potrebnih dozvola te na izgradnju planiranih sadržaja turističke ponude.

#### PRIORITET

Srednji prioritet

#### NOSITELJ

izvršna vlast grada Supetra

#### FINANCIRANJE

- Poduzetnici
- Gradski proračun
- Proračun RH (Ministarstvo turizma)
- Sredstva EU fondova/ programa

#### OSTALI DIONICI

TZ grada Supetra

#### RAZDOBLJE PROVEDBE

2016. | 2017. | 2018. | 2019. | 2020. | 2021. | 2022.-2025.

17.

## PROJEKT BR. 17 : Uspostava integralnog hotela u naseljima Supetar, Splitska i Donja Mirca

### CILJ

Unapređenje strukture smještajne ponude i diversifikacija proizvoda.

### OPIS

Za grad Supetar, a to se odnosi na sva njegova naselja, karakteristična je rastuća ponuda obiteljskog (apartmanskog) smještaja. Riječ je o poduzetničkim poduhvatima osoba koje često nisu turistički eksperti te koji imaju relativno malo znanja potrebnog za komunikaciju s tržištem, a time i tržišno pozicioniranje i adekvatnu komercijalizaciju svojih objekata.

U cilju povećanja ekonomskih učinaka njihove poduzetničke aktivnosti (veći broj dana pune zauzetosti, veće prosječne cijene, veća profitabilnost, brži povrat uloženi sredstava), a sukladno zakonskim mogućnostima, predlaže se uspostava integralnih hotela na području pojedinih naselja grada Supetra, pri čemu bi Supetar, Splitska i Donja Mirca trebali imati najveći interes.

Uspostava integralnih hotela omogućila bi i kvalitativno ujednačavanje obiteljske apartmanske ponude te se pozitivno odrazila na imidž i konkurentnost smještajne ponude Grada.

### OPERACIONALIZACIJA PROJEKTA

Operacionalizacija projekta sastoji se od dvije međusobno povezane faze. Prva faza odnosi se utvrđivanje interesa vlasnika apartmanskih jedinica prikladne veličine, kvalitete i ambijentalnosti, odnosno na organizacijski aspekt poslovanja i provjeru njegove tržišne održivosti i financijske isplativosti. Druga faza projekta odnosi se na pripremu neophodne projektne dokumentacije te ishoda potrebnih dozvola.

#### PRIORITET

Visoki prioritet

#### NOSITELJ

TZ grada Supetra

#### FINANCIRANJE

• Gradski proračun

#### OSTALI DIONICI

Turističke agencije, Turistički konzultanti, udruge civilnog društva

### RAZDOBLJE PROVEDBE

2016. | 2017. | 2018. | 2019. | 2020. | 2021. | 2022.-2025.



**18.**

## PROJEKT BR. 18 : Obogaćivanje kvalitete gastronomske ponude i osmišljavanje markice autohtone kuhinje

### CILJ

Obogaćivanje turističke ponude i povećanje kvalitete doživljaja destinacije.

### OPIS

Eno-gastronomska ponuda na cijelom području grada Supetra svodi se uglavnom na tipizirane, nedovoljno profilirane i međusobno nediferencirane objekte u kojima se nude uglavnom ista jela po sličnim cijenama. Najčešće ih karakterizira nedovoljna prisutnost jeftinijih („pučkih“) ugostiteljskih objekata s tradicionalnom bračkom kuhinjom, nedovoljna raznovrsnost menija, odnosno naglašeno sezonsko poslovanje zbog čega u izvansezonskim mjesecima gotovo da nijedan ugostiteljski objekt ne radi.

U skladu s rečenim, a u želji da se postojeće stanje promijeni nabolje, a što bi se uvelike odrazilo kako na zadovoljstvo boravkom, tako i na posjećenost, projekt je usmjeren na otklanjanje uočenih nedostataka supetarske gastronomske ponude kako bi ona, uz slikovitost naselja, mogućnost za provođenje aktivnog odmora tijekom većeg dijela godine te kvalitetnu kulturno-zabavnu ponudu, postala jedan od zaštitnih znakova integralne destinacijske ponude. U kontekstu kreiranja imidža kvalitetne i autentične doživljajne eno-gastronomske destinacije grad Supetar, a osobito naselje Supetar, odmah bi trebao pristupiti sadržajnom profiliranju i međusobnom diferenciranju najvećeg broja ugostiteljskih objekata uz rivu, ali i uspostavi većeg broja inovativnih malih „tapas“ barova kao i ambijentalno uređenih konoba i sličnih objekata hrane i pića s ponudom isključivo tradicijskih jela otoka Brača i srednje Dalmacije.

Nadalje, od izuzetnog je značenja i adresiranje problematike sezonskog poslovanja najvećeg broja objekata hrane i pića kroz adekvatan sustav poticaja, a čime bi se povećala zainteresiranost potražnje i za boravak izvan glavne sezone. Realizacija programa uvelike će ovisiti o raspoloživosti fiskalnih prihoda grada Supetra.

### OPERACIONALIZACIJA PROJEKTA

Operacionalizacija projekta podrazumijeva aktivnu promociju od strane TZ grada Supetra, osiguranje financijskih poticaja od strane Grada, ali i međusobnu suradnju i dogovor pojedinih vlasnika ugostiteljskih objekata oko načina i rokova izvedbe projekta.

#### PRIORITET

Visoki prioritet

#### NOSITELJ

Izvršna vlast grada Supetra

#### FINANCIRANJE

• Gradski proračun

#### OSTALI DIONICI

Poduzetnici, Lokalno stanovništvo, udruge civilnog društva

#### RAZDOBLJE PROVEDBE

2016. | 2017. | 2018. | 2019. | 2020. | 2021. | 2022.-2025.

# 19.

## PROJEKT BR. 19 : Izgradnja nekoliko malih sirana

### CILJ

Obogaćivanje turističke ponude i povećanje kvalitete doživljaja destinacije.

### OPIS

Revitalizacija tradicionalne poljoprivredne aktivnosti, uz dinamiziranje turističkog privređivanja, predstavlja jedan od razvojnih prioriteta grada Supetra i to ne samo u kontekstu boljeg korištenja potencijala raspoložive resursne osnove, već i u cilju diversifikacije gospodarske strukture te povećanja zadovoljstva turističkog boravka. U tom smislu, a imajući na umu tradiciju ovčarstva na Braču, pojačana proizvodnja ovčjeg sira, a o čemu najbolje svjedoči primjer otoka Paga (općina Kolan) predstavlja gospodarsku aktivnost koja se već u kratkom vremenu i uz minimalna ulaganja može višestruko isplatiti.

U skladu s navedenim, a povezano kako s kontroliranom „turistifikacijom“ te povezivanjem poljoprivrednih proizvođača s ugostiteljima, tako i s poticanjem klasterskog povezivanja istovrsnih poljoprivrednih proizvođača, projekt se odnosi na propitivanje tržišne i ekonomske isplativosti izgradnje nekoliko malih sirana u ruralnom zaleđu Grada.

### OPERACIONALIZACIJA PROJEKTA

Izgradnja svake pojedine sirane podrazumijeva ne samo definiranje veličine i strukture sadržaja, već i provjeru njihove tržišne održivosti i financijske isplativosti. Samo pod uvjetom da je riječ o komercijalno isplativim poduzetničkim poduhvatima valja pristupiti osiguravanju financijskih sredstava i izgradnji.

PRIORITET	NOSITELJ	FINANCIRANJE
Niski prioritet	PZ Supetar	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gradski proračun</li> <li>Sredstva EU fondova/ programa</li> </ul>
OSTALI DIONICI		
Poduzetnici, Lokalno stanovništvo, izvršna vlast grada Supetra, udruga obrtnika		

### RAZDOBLJE PROVEDBE

2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.	2022.-2025.
-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------------

**20.**

## PROJEKT BR. 20 : Centar za posjetitelje Supetar – vizitacijski centar

### CILJ

Diversifikacija ponude, privlačenje novih potrošačkih segmenata te unapređenje imidža grada Supetra kao turističke destinacije.

### OPIS

Osnivanje dobro osmišljenog turističkog informacijskog sustava predstavlja bitni element destinacijske ponude koji pruža gostima dobrodošlicu, osigurava korisne informacije i orijentacijske savjete, interpretira resurse/atrakcije u destinaciji itd. U tom smislu, u cilju unapređenja imidža i prepoznatljivosti grada Supetra, ali i cijelog otoka Brača na turističkom tržištu valjalo bi što je moguće prije pristupiti izgradnji prigodno lociranog i suvremeno koncipiranog centra za posjetitelje u Supetru.

Vizitacijski centar treba biti opremljen tako da nudi raznovrsne interaktivne programe, prostoriju s audio-vidео opremom, multifunkcionalan prostor namijenjen za prezentacije i predavanja, izložbeni prostor, informacijski pult, prostor za odmor, suvenirnicu i sobu za osoblje.

Ujedno, s obzirom na činjenicu da zbog svoje prometne/trajektne povezanosti sa kopnom (Split), Supetar predstavlja svojevrsna „vrata“ Brača, novi centar za posjetitelje ne bi trebao biti samo u funkciji informiranja i/ili edukacije potencijalne potražnje o sadržajima i/ili doživljajima grada Supetra, već i cijeloga otoka Brača. Sukladno tome, njegovom bi se izgradnjom stvorili ključni preduvjeti da se cjelokupna resursno-atraktivna osnova, ali i sadržaji turističko-ugostiteljske ponude otoka učine poželjnijima i dostupnijima različitim segmentima potražnje.

### OPERACIONALIZACIJA PROJEKTA

Operacionalizacija projekta, u prvoj fazi podrazumijeva definiranje prikladne lokacije (trenutno se za potrebe vizitacijskog centra kao i za potrebe TZ grada Supetra razmatra zgrada Lučke kapetanije Split – Lučke ispostave Supetar), razradu projektne ideje, definiranje konačnog koncepta, procjenu troškova izgradnje, način zatvaranja financijske konstrukcije kao i procjenu tržišno-financijske (studija isplativosti) i/ili društveno-ekonomske održivosti (cost-benefit analiza). Druga faza projekta implicira pripremu projektnog zadatka i provedbu javnog natječaja za idejno rješenje, glavni i izvedbeni projekt, a potom i natječaja za izvođenje projekta.

#### PRIORITET

Visoki prioritet

#### NOSITELJ

Grad Supetar

#### FINANCIRANJE

- Sredstva TZ grada Supetra
- Gradski proračun
- Proračun RH
- Sredstva EU fondova/ programa

#### OSTALI DIONICI

TZ grada Supetra, Lučka kapetanija Split, Lučka ispostava Supetar

#### RAZDOBLJE PROVEDBE

2016. | 2017. | 2018. | 2019. | 2020. | 2021. | 2022.-2025.

21.

## PROJEKT BR. 21 : Ambijentalno uređenje i opremanje stare jezgre naselja Supetar

### CILJ

Osiguranje sadržajnog i poticajnog boravka/odmora.

### OPIS

Uređenost, opremljenost i ponuda sadržaja u nekom naselju sastavni je dio njegovog identiteta i imidža koji se projicira prema potencijalnim turistima i/ili posjetiteljima. Istodobno, riječ je o činiteljima koji svakodnevno pridonose kvaliteti života lokalnog stanovništva.

Sukladno navedenom, projekt ima za cilj konceptualno razraditi te predložiti strukturu javnih i/ili privatnih sadržaja koji će omogućiti tržišno pozicioniranje naselja Supetar ne samo kao središta lokalne samouprave, već i kao poželjnog „mjesto susreta“ i produženog boravka različitih korisnika, od stacionarnih turista i jednodnevnih posjetitelja, preko nautičara, do lokalnih žitelja. U tom smislu, sustav iskustava koje valja osmisliti podrazumijeva ponudu različitih sadržaja u rasponu od edukativnih do doživljajnih i zabavnih.

Projekt predstavlja trajni proces te uključuje provođenje različitih aktivnosti koje imaju za cilj definirati i sadržajno opremiti nekoliko ključnih točaka zadržavanja potencijalnih korisnika (ugostiteljski objekti, kulturno-zabavni i edukativni sadržaji, trgovci, parkovi, plaže i sl.). Osim toga, projektom bi valjalo definirati alternativne načine (tematiziranog) obilaska/doživljaja naselja i njegovih atrakcija. Posebnu pozornost valja posvetiti uređenju: (i) cijelog poteza rive s gradskom lukom, (ii) uzmorske šetnice (iii) zone najveće koncentracije objekata hrane i pića, (iv) zone kulturno-zabavnih sadržaja (muzeji, galerije, multimedijalni centar i sl.), (v) zone za predstavljanje autohtonih poljoprivrednih proizvoda, kao (vi) gradskih plaža.

### OPERACIONALIZACIJA PROJEKTA

Operacionalizacija projekta podrazumijeva detaljno snimanje i inventarizaciju raspoloživih javnih kao i nekorisćenih privatnih prostora pogodnih za smještaj novih sadržaja uslužne ponude i/ili objekata kulturno-zabavne ponude. Isto tako, projekt podrazumijeva i utvrđivanje prikladnih sadržaja na podesnim lokacijama, kako javnim, tako i privatnim, ali i definiranje načina obilaska/doživljaja naselja za različite grupe korisnika. Konačno, projekt implicira i prikladan sustav poticaja privatnim poduzetnicima uključenim u revitalizaciju pojedinih lokaliteta kao i zatvaranje financijske konstrukcije za svaki projekt javnog karaktera. Posebno su poželjna javno-privatna partnerstva.

#### PRIORITET

Visoki prioritet

#### NOSITELJ

Izvršna vlast grada Supetra

#### FINANCIRANJE

- Proračun Grada
- Sredstva lokalnog stanovništva i poduzetnika
- Eventualno (djelomično) financiranje sredstvima EU strukturnih fondova

#### OSTALI DIONICI

TZ grada Supetra, Gospodarske i društvene djelatnosti, Udruge, Stanovnici, poduzetnici i vlasnici stanova/kuća

### RAZDOBLJE PROVEDBE

2016. | 2017. | 2018. | 2019. | 2020. | 2021. | 2022.-2025.

**22.**

## PROJEKT BR. 22 : Unapređenje ponude kulturnog turizma baziranog na likovnoj umjetnosti

### CILJ

Obogaćivanje turističke ponude i povećanje kvalitete doživljaja destinacije.

### OPIS

Osnovni cilj projekta jest uspjeh kulturno-turističkog proizvoda, koji ovisi o stupnju do kojeg je u njega ugrađen doživljaj. Osmišljavanje i ugrađivanje doživljajne komponente u kulturno-turističku ponudu neophodno je kako bi se proizvod kontinuirano prilagođavao zahtjevima potražnje. Doživljaj podrazumijeva kvalitetne resurse i proizvode, infrastrukturu, personaliziranu usluga te, nadalje, kvalitetnu interpretaciju. Preduvjet za to je cjelovita i sustavno osmišljena interpretacija u koju su ugrađeni doživljaji. Sukladno tome, doživljaji na disperziranim lokalitetima moraju biti tematski povezani i pričati priču s kojom se žitelji i posjetitelji mogu poistovjetiti.

U tom vidu nužna je koncentracija proizvoda kulture oko istaknutih umjetnika koji su živjeli i radili na području Supetra (Ivan Rendić, Feliks Tironi, Toma Rosandić i drugi), te se stoga izdvajaju sljedeći projekti:

- Osmišljavanje i uređenje Multimedijalne Galerije „Ivan Rendić“ – s obzirom na bogati opus Ivana Rendića, nužna je njegova kvalitetna prezentacija u prikladno uređenom galerijskom prostoru, u kojem bi osim opusa bila interpretirana i metoda obrade kamena, kao i proces umjetničkog stvaralaštva;
- Adaptacija zgrade starog partizana u Galeriju Suvremene Supetarske Umjetnosti – uz adaptaciju, na glasak mora biti i na interpretaciji koja će omogućiti interakciju posjetitelja s izloženim umjetninama (multimedijalni sadržaji), te na mogućnosti edukacije posjetitelja i u umjetničkim školama;
- Stalni galerijski prostor za ljetne izložbe u crkvi Sv. Martina – naglasak bi bio na izlaganju radova suvremenih umjetnika, kao i radova umjetničkih škola slikarstva i kamenoklesarstva čiji bi centar okupljanja bila upravo ljetna galerija.

### OPERACIONALIZACIJA PROJEKTA

Operacionalizacija projekta, u prvoj fazi, podrazumijeva detaljnu razradu projektne ideje, definiranje sadržaja galerija i procjenu troškova. U drugoj fazi, bit će moguće pristupiti izradi projektne dokumentacije, ishođenju potrebnih dozvola i raspisivanju javnog tendera za realizaciju projekta.

PRIORITET	NOSITELJ	FINANCIRANJE
Srednji prioritet	Centar za kulturu Brač	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gradski proračun</li> <li>• Sredstva Ministarstva kulture</li> <li>• Sredstva EU fondova/ programa</li> </ul>
OSTALI DIONICI		
Grad Supetar, Upravni odjel za društvene djelatnosti SDŽ, Ministarstvo kulture		

### RAZDOBLJE PROVEDBE

2016. | 2017. | 2018. | 2019. | 2020. | 2021. | 2022.-2025.

**23.**

## PROJEKT BR. 23 : Multimedijalna galerija „Ivan Rendić“ sa suvenirnicom u području povijesne jezgre Supetra

### CILJ

Popularizacija djela kipara Bračke škole i podizanje kvalitete kulturne ponude na području grada Supetra, a naglaskom na interakciju

### OPIS

S ciljem promocije umjetnosti, s naglaskom na kiparstvo, kao i postizanja više razine razvoja kulturnog turizma na otoku Braču, u planiranju uređenja objekta nužno je voditi računa o sljedećim sadržajima i elementima:

- Informativna i jednostavna prezentacija dijela Ivana Rendića za širu publiku
- Izrada paralelne detaljne interpretacije za pasionirane kulturne turiste (poželjno putem prodajnih brošura)
- Povezivanje likova prikazanih u rendićevim djelima sa stvarnim osobama, te "pričanje" njihove priče
- Uređenje postava u kojem se posjetitelji mogu susreti s informacijama o tipovima mramora (bračkog kamena), njegovom postanku, korištenju u drugim svjetskim atrakcijama (Bijela Kuća, Teodorikov Mauzolej i dr.)
- Uređenje majstorske radionice u kojoj će se prezentirati i omogućavati samostalna obrada bračkog kamena, te oblikovanje statua od gline po uzoru na rendićeva djela
- Uvođenje tematskih itinerera koji će uključivati galeriju kao početnu točku, no povezivati će obilazak građevina izgrađenih od Bračkog kamena, kamenoloma u Škripu, kao i Pučišća
- Suvenirnica sa širokom ponudom proizvoda od bračkog kamena, replika rendićevih djela, ali i suvenira specifičnih za Brač (od maslinovog drveta, kamena, borovine i sl.)

### OPERACIONALIZACIJA PROJEKTA

Operacionalizacija projekta, u prvoj fazi, podrazumijeva detaljnu razradu projektne ideje, definiranje sadržaja galerije i procjenu troškova. U drugoj fazi projekt treba projekt kandidirati na EU fondove, kao integralnu cjelinu s uređenjem kamenoloma, kao turističke lokacije.

PRIORITET	NOSITELJ	FINANCIRANJE
Srednji prioritet	Centar za kulturu Brač	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sredstva EU fondova/ programa</li> <li>• Sredstva Ministarstva kulture</li> </ul>
OSTALI DIONICI		
Grad Supetar, Upravi odjel za društvene djelatnosti SDŽ, Ministarstvo kulture		

### RAZDOBLJE PROVEDBE

2016. | 2017. | 2018. | 2019. | 2020. | 2021. | 2022.-2025.



**24.**

## PROJEKT BR. 24 : Uređenje galerijskog prostora za ljetne izložbe u povijesnoj jezgri Supetra

### CILJ

Privlačenje novih potrošačkih segmenata te unapređenje doživljaja kulture na području grada Supetra

### OPIS

Potencijal koji se očituje u velikom broju umjetnika koji su bili aktivni na području Supetra trebao bi biti refleksija koja bi u budućnosti ponovno osigurala da Supetar postane mjesto okupljanja umjetnika, prvenstveno oko kamenoklesarstva, ali i umjetnika koji se bave suvremenim interpretacijama tradicionalnih tehnika.

Stoga bi u svrhu promocije takvog određenja Supetra i komunikacije stvorenoga prema široj turističkoj publici trebalo kao projekt urediti stalni galerijski prostor za ljetne izložbe u crkvi Sv. Martina. Naglasak bi bio na izlaganju radova suvremenih umjetnika, kao i radova umjetničkih škola slikarstva i kamenoklesarstva čiji bi centar okupljanja bila upravo ljetna galerija, no područje djelovanja bi bio cijeli otok Brač.

### OPERACIONALIZACIJA PROJEKTA

Nužno je definiranje potrebnih zahvata koji će uz minimalne troškove omogućiti korištenje crkvice sv. Martina za uređenje u glavni izložbeni prostor, potom slijedi definiranje šireg prostora u kojem bi se odvijale radionice, te privlačenje umjetnika.

#### PRIORITET

Srednji prioritet

#### NOSITELJ

Centar za kulturu Brač

#### FINANCIRANJE

- Sredstva Ministarstva kulture
- Sredstva EU fondova/programa
- Sponzorstva

#### OSTALI DIONICI

Hrvatsko udruženje likovnih umjetnika, Grad Supetar, Upravi odjel za društvene djelatnosti SDŽ, Ministarstvo kulture

### RAZDOBLJE PROVEDBE

2016. | 2017. | 2018. | 2019. | 2020. | 2021. | 2022.-2025.

## 25. PROJEKT BR. 25 : Valorizacija pomorske baštine Grada Supetra kroz projekt obnove i korištenja braceru „Roditelj“

### CILJ

Osiguranje sadržajnog i poticajnog boravka/odmora.

### OPIS

Ribarstvo i pomorska tradicija je sveprisutna tema u primorskom dijelu otoka Brača. Ona obuhvaća priču o razvoju otočke ekonomije (ribarstvo, prerada ribe, izvoz) i iskorištavanju prirodnih resursa, a temelj je i njegove gastronomske tradicije. Neovisno o činjenici da je na području grada Supetra djeluje nekoliko ribarskih obrta, njihovo kreativno povezivanje/umrežavanje s turističkim sektorom zapravo i ne postoji.

Istodobno, ribarenje je tema koja apelira širokom rasponu tržišnih segmenata, a može se oblikovati kao niz proizvoda kreativnog turizma (druženje s ribarima, odlazak na „turističko“ ribarenje, učenje o konzerviranju ribe, dan proveden s obitelji ribara, tradicionalna jela u kućama ribara i sl.) te kao tematska ruta koja objedinjuje naselja otoka Brača s izraženom ribarskom tradicijom (Milna, Postire). Osim toga, u sklopu ovoga projekta bilo bi potrebno obnoviti braceru Roditelj koja predstavlja zaštićeno kulturno dobro RH i sastavni je dio priče o pomorskoj i ribarskoj baštini grada Supetra i otoka Brača.

U skladu s navedenim, smisao ovog projekta je: (i) popularizirati ribarstvo i njegovu tradiciju kroz različite doživljaje, aktivnosti i priče te time stvoriti kritičnu masu atrakcija kako bi se tema ribarstva učinila prominentnom, (ii) generirati dodatne prihode ribarskim obiteljima, (iii) povećati mogućnost samozapošljavanja mladih, kroz nove oblike privatnog poduzetništva.

### OPERACIONALIZACIJA PROJEKTA

Operacionalizacija projekta podrazumijeva detaljnu provjeru interesa potencijalnih pružatelja usluge, definiranje sustava doživljaja prilagođenog različitim grupama korisnika, kao i provjeru njihove financijske održivosti. Konačno, projektom valja uspostaviti i prikladan sustav poticaja privatnim poduzetnicima uključenim u program.

PRIORITET	NOSITELJ	FINANCIRANJE
Niski prioritet	TZ grada Supetra	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ministarstvo turizma (npr. "Fond za razvoj turizma", dijelom stanovništvo i lokalni poduzetnici)</li> <li>Eventualno (djelomično) financiranje sredstvima EU strukturnih fondova</li> </ul>
OSTALI DIONICI		
zvršna vlast grada Supetra		

### RAZDOBLJE PROVEDBE

2016. | 2017. | 2018. | 2019. | 2020. | 2021. | 2022.-2025.

**26.**

## PROJEKT BR. 26 : Plan unapređenja cikloturizma u suradnji s ostalim JLS na otoku Braču

### CILJ

Diversifikacija ponude, privlačenje novih potrošačkih segmenata te unapređenje imidža grada Supetra kao turističke destinacije.

### OPIS

Cilj projekta je da se cijelo područje grada Supetra premreži biciklističkim stazama, a koje valja povezati i sa sustavom biciklističkih staza drugih jedinica lokalne samouprave na Braču kako bi se cijeli otok mogao kvalitetno i uspješno pozicionirati kao suvremena „lifestyle“ destinacija prikladna i za bicikliste različite vještine i/ili fizičke sposobnosti, odnosno destinacija pogodna za aktivni odmor.

Projektna ideja svodi se na valorizaciju postojeće mreže biciklističkih staza, njihovo mapiranje i unapređivanje sustava ponude na njima, ali i na trasiranje te izgradnju potpuno novih ruta koje će omogućiti stvaranje zaokružene i atraktivne mreže biciklističkih staza, podjednako privlačnih kako ambicioznijim, tako i manje ambicioznijim korisnicima.

Sastavni dio projekta predstavlja i osmišljavanje/uvođenje prepoznatljivog i funkcionalnog sustava informiranja i signalizacije, ali i izradu dobro osmišljene palete odgovarajućih informativnih materijala (karte sa svim potrebnim informacijama, uključujući i popis atrakcija duž pojedinih ruta, odnosno popis turističko-ugostiteljskih sadržaja i drugih usluga koje korisnicima stoje na raspolaganju).

Konačno, projekt uključuje i uspostavu/izgradnju potrebnih sadržaja servisno-uslužne ponude na rutama (ugostiteljski sadržaji, servisni punktovi, vidikovci, odmorišta i sl.).

### OPERACIONALIZACIJA PROJEKTA

Operacionalizacija projekta, u prvoj fazi, podrazumijeva detaljnu razradu projektne ideje, definiranje novih ruta i procjenu troškova, a eventualno i određene izmjene i dopune u PPUG Supetra. Tek potom, u drugoj fazi, bit će moguće pristupiti izradi projektne dokumentacije, ishodu potrebnih dozvola i raspisivanju javnog tendera za realizaciju projekta.

#### PRIORITET

Srednji prioritet

#### NOSITELJ

Izvršna vlast grada Supetra

#### FINANCIRANJE

- Gradski proračun
- Sredstva TZ grada Supetra
- Sredstva EU fondova/programa

#### OSTALI DIONICI

TZ grada Supetra, Ostale JLS otoka Brača, Ostale TZ otoka Brača, Privatni poduzetnici

### RAZDOBLJE PROVEDBE

2016. | 2017. | 2018. | 2019. | 2020. | 2021. | 2022.-2025.

**27.**

**PROJEKT BR. 27 : Upravljanje kvalitetom obiteljskog smještaja**

**CILJ**

Osiguranje ujednačene, standardizirane, visoko-kvalitetne i personalizirane usluge u objektima obiteljskog smještaja na području grada Supetra.

**OPIS**

U uvjetima sporog razvoja hotelske ponude, obiteljski smještaj (kuće/stanovi za iznajmljivanje, turistički apartmani, sobe) čini danas pretežiti dio raspoloživog, statistički registriranog, komercijalnog smještajnog kapaciteta grada Supetra (oko 58%). Radi se o smještaju različite kvalitativne razine i prezentabilnosti u vlasništvu osoba neujednačene osposobljenosti za pružanje turističko-ugostiteljskih usluga. Samim tim, riječ je o smještajnom kapacitetu različite konkurentne sposobnosti i različitog tržišnog potencijala.

U cilju unapređenja današnje kvalitete i/ili tržišne pozicije obiteljskog smještaja na području grada Supetra (sva četiri naselja), projektom bi trebalo definirati mjere, aktivnosti i/ili programe njegova unapređenja i standardizacije, vodeći računa o potrebi:

- uspostave sustava marki kvalitete,
- ekološki odgovornog poslovanja,
- unapređenja sustava komercijalizacije i promocije,
- podizanja razine postojećih znanja i vještina, kao i
- klasterskog organiziranja pružatelja usluga obiteljskog smještaja.

**OPERACIONALIZACIJA PROJEKTA**

Operacionalizacija projekta podrazumijeva postupanje po preporukama definiranim u Nacionalnom programu unapređenja obiteljskog smještaja i novih zakonskih rješenja u kategorizaciji objekata turističke ponude u nas (difuzni i/ili integralni hotel, B&B objekti i pansioni).

PRIORITET	NOSITELJ	FINANCIRANJE
Visoki prioritet	Izvršna vlast grada Supetra	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gradski proračun</li> <li>• Sredstva TZ grada Supetra</li> </ul>
OSTALI DIONICI		
TZ grada Supetra, Udruga/e iznajmljivača obiteljskog smještaja		

**RAZDOBLJE PROVEDBE**

2016. | 2017. | 2018. | 2019. | 2020. | 2021. | 2022.-2025.

**28.**

## PROJEKT BR. 28 : Kamenolom Splitska – tematski plan interpretacije

### CILJ

Obogaćivanje proizvoda.

### OPIS

Brački kamen je jedan od sinonima otoka Brača. kao građevni materijal poznat je danas u cijelom svijetu ponajviše zahvaljujući Bijeloj kući u Washingtonu. Neovisno o tome, na lokalnoj razini priča o bračkom kamenu i klesarstvu kao vjekovnom zanimanju žitelja Brača najbolje može dočarati priča o gradnji Dioklecijanove palače, „branju“ kamena iz kamenoloma poviše Splitske još iz rimskih vremena, njegovom „spuštanju“ do mora te transportu od Splitske do Splitske. Unatoč svojom potencijalu, turistička valorizacija bračkog kamena kao jednog od simbola otočke kulture života i rada danas ni približno ne zadovoljava. Projekt se odnosi na uspostavu kamenoloma Splitska kao jednog od ključnih mjesta na kojima će se vjerno dočaravati i sustavno pričati priča o bračkom kamenu. Da bi to bilo moguće potrebno je pristupiti izradi cjelovitog tematskog plana interpretacije, čiji su ciljevi, sljedeći:

- potaknuti bolju i slojevitiju interpretaciju tradicije „branja“ kamena na Braču,
- osigurati cjelovitu tematsku interpretaciju utemeljenu na povijesnim događanjima i s njima povezanim lokalitetima i ljudima kroz definiranje ključnih tema,
- stvoriti preduvjete za povećanje turističke potražnje i potrošnje na samom lokalitetu, odnosno u njegovom okružju,
- omogućiti relevantnim dionicima učinkovitiju alokaciju financijskih sredstava u razvoju kulturno-turističkih proizvoda odnosno definiranje specifičnih razvojnih programa i
- uvezati kamenolom Rasohe u tematsku/poučnu stazu s rudnikom Minjera, eko-etno selom Škrip, Muzejom otoka Brača te Muzejom Uja

### OPERACIONALIZACIJA PROJEKTA

Operacionalizacija projekta, u prvoj fazi, odnosi se na detaljnu razradu ideje interpretacije kamenoloma, uspostavu načina/plana obilaska, postavljanje info-ploča, poboljšavanje pristupa lokaciji te definiranje potrebnih sadržaja ponude. Druga faza odnosi se na osiguranje potrebnih sredstava i realizaciju projekta.

PRIORITET	NOSITELJ	FINANCIRANJE
Visoki prioritet	Izvršna vlast grada Supetra	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prva faza operacionalizacije - općinski proračun, sredstva ministarstva kulture, proračun grada Supetra i SDŽ</li> <li>• Druga faza operacionalizacije - sredstva EU fondova/ programa, bespovratna sredstva vlade RH (Ministarstvo kulture), Proračun SDŽ</li> </ul>
OSTALI DIONICI		
TZ grada Supetra		

### RAZDOBLJE PROVEDBE

2016. | 2017. | 2018. | 2019. | 2020. | 2021. | 2022.-2025.

## 29. PROJEKT BR. 29 : Rudnik bitumena Škrip “Minjera” – tematski plan interpretacije

### CILJ

Obogaćivanje proizvoda.

### OPIS

Rudnik bitumena – „Minjera“ nalazi se otprilike 1 km sjeverno od mjesta Škrip, a oko 2 km južno od mjesta Splitska na zemljištu u privatnom vlasništvu. Iako su se hrvatski speleolozi upoznali s ovim rudnikom još 1959. godine, do danas ne postoje točni podaci kada je rudnik otvoren, tj. kada se u njemu započelo kopati. Pretpostavlja se da je to moglo biti sredinom 18. stoljeća. Prvi pisani podaci o rudniku potječu iz 1780. godine kada je izdana prva dozvola za kopanje bitumena. Rudnik je poznat po proizvodnji pakline, koja se dobivala zagrijavanjem bitumenske stijene te odvozila u Veneciju i druge jadranske luke radi pravljenja asfalta. Koliko je ova proizvodnja tada bila važna govori podatak da je paklina iz Škripa 1855. godine izložena na međunarodnoj izložbi u Parizu te da je, među tridesetak proizvođača iz cijelog svijeta imala značajno mjesto. Kopanje je nastavljeno još dvadesetak godina, da bi 1874. bilo obustavljeno, jer se smatralo da je nalazište iscrpljeno. Unatoč svojom velikom turističkom potencijalu, turističkoj valorizaciji rudnika bitumena u Škripu do danas nije pridavana gotovo nikakva pažnja. Budući da je riječ o jednoj od izuzetno interesantnih građevina tzv. industrijskog nasljeđa, cijeli bi lokalitet i valjalo privesti turističkom korištenju. Projekt se odnosi na uređenje lokacije na način da se omogući njen organizirani posjet i obilazak. Da bi to bilo moguće potrebno je pristupiti izradi cjelovitog tematskog plana interpretacije, čiji su ciljevi, sljedeći:

- potaknuti bolju interpretaciju tradicije proizvodnje bitumena/pakline,
- osigurati cjelovitu tematsku interpretaciju utemeljenu na povijesnim događanjima i s njima povezanim lokalitetima,
- stvoriti preduvjete za povećanje turističke potražnje i potrošnje na samom lokalitetu, odnosno u njegovom okružju,
- omogućiti relevantnim dionicima učinkovitiju alokaciju financijskih sredstava u razvoju kulturno-turističkih proizvoda odnosno definiranju specifičnih razvojnih programa i
- uvezati rudnik Minjera u tematsku/poučnu stazu s kamenolom Rasohe, eko-etno selom Škrip, Muzejom otoka Brača te Muzejom Uja

### OPERACIONALIZACIJA PROJEKTA

Operacionalizacija projekta, u prvoj fazi, odnosi se na detaljnu razradu ideje interpretacije kamenoloma, uspostavu načina/plana obilaska, postavljanje info-ploča, poboljšavanje pristupa lokaciji te definiranje potrebnih sadržaja ponude. Druga faza odnosi se na osiguranje potrebnih sredstava i realizaciju projekta.

PRIORITET	NOSITELJ	FINANCIRANJE
Visoki prioritet	Izvršna vlast grada Supetra	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Prva faza</b> operacionalizacije - općinski proračun, sredstva ministarstva kulture, proračun grada Supetra i SDŽ</li> <li>• <b>Druga faza</b> operacionalizacije - sredstva EU fondova/ programa, bespovratna sredstva vlade RH (Ministarstvo kulture)</li> </ul>
OSTALI DIONICI		
TZ grada Supetra		

### RAZDOBLJE PROVEDBE

2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.	2022.-2025.
-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------------



**30.**

## PROJEKT BR. 30 : Unapređenje postojećih tematskih staza (vino, maslinovo ulje, gastronomija, kamenolom)

### CILJ

Osiguranje sadržajnog i poticajnog boravka/odmora.

### OPIS

Suvremeni turisti polažu sve više pažnje aktivnom provođenju vremena i traže nove aktivnosti, posebice vezane uz rekreaciju, upoznavanje s lokalnim običajima, odnosno istraživanje značajki prirodnog i kulturno-povijesnog naslijeđa mjesta u kojem provode odmor.

Polazeći od prepoznatljive gastronomije, ali i tradicije maslinarstva i proizvodnje vina na cijelom otoku Braču, pa tako i na prostoru grada Supetra, ali i zbog potrebe revitalizacije ruralnog dijela otoka kroz proces njegove kontrolirane „turistifikacije“, projekt se odnosi na unapređenje sustava doživljaja na postojećim tematskim stazama grada Supetra (Herkules, Dolce Vita, maslinarstvo) kako kroz njihovu bolju interpretaciju, tako i kroz uspostavu dodatnih atrakcija i/ili konzumno-trgovačkih sadržaja.

Osim usustavljenja sustava doživljaja na postojećim tematskim stazama grada Supetra, projekt bi se, s vremenom, trebalo proširiti i na cijeli otok Brač.

### OPERACIONALIZACIJA PROJEKTA

Paralelno s etabliranjem nekoliko manjih kušaonica vina i/ili maslinovog ulja, sirana, prerađivača ljekovitog bilja kao i OPG-ova, valjalo bi, u suradnji s ostalim jedinicama lokalne samouprave otoka Brača, pristupiti uspostavi cjelovitog sustava staza vina i maslina, ali i gastronomskih ruta. Konačno, projektom valja uspostaviti i prikladni sustava poticaja privatnim poduzetnicima uključenim u program.

#### PRIORITET

Niski prioritet

#### NOSITELJ

Izvršna vlast grada Supetra

#### FINANCIRANJE

- Sredstva lokalnog proračuna, stanovništva i poduzetnika
- Eventualno (djelomično) financiranje sredstvima EU strukturnih fondova

#### OSTALI DIONICI

TZ grada Supetra

### RAZDOBLJE PROVEDBE

2016. | 2017. | 2018. | 2019. | 2020. | 2021. | 2022.-2025.

**31.**

**PROJEKT BR. 31 : Dani maslinovog ulja (Škrip)**

**CILJ**

Diverzifikacija proizvoda i osuvremenjivanje imidža ruralnih dijelova grada Supetra na turističkom tržištu

**OPIS**

Ruralni prostor grada Supetra, osobito u kontekstu turističke prezentacije vjekovne kulture života i rada na otoku Braču, nesumnjivo je jedan od najkvalitetnijih, ali i najlošije turistički korištenih potencijala grada Supetra. Sukladno tome, a nastavno na već poduzete aktivnosti u promociji bračke/mediteranske kuhinje i maslinovog ulja kao njegove ključne sastavnice, bilo bi korisno osmisliti/komercijalizirati manifestaciju pod nazivom 'Dani maslinovog ulja i bračke kuhinje', a koji bi se odvijali u naselju Škrip (po mogućnosti u neposrednoj blizini već postojećeg „Muzeja uja“). Osim toga, postojeći Muzej uja trebao bi se uvezati u tematsku/poučnu stazu s Muzejom otoka Brača, kamenolom Rasohe te rudnikom Minjera.

Riječ je o inovativnom projektu koji bi ne samo dodatno pridonio raznovrsnosti i kvaliteti turističkih doživljaja u gradu Supetru, već koji bi na područje Škripa privlačio sve veći broj jednodnevnih izletnika iz drugih turističkih destinacija otoka Brača, ali i šire (Split, SDŽ). U tom smislu, bilo bi poželjno da navedena manifestacije traje sedam dana, pri čemu se kao najpogodnije vrijeme održavanja nameće razdoblje između 25. srpnja do 15. kolovoza.

**OPERACIONALIZACIJA PROJEKTA**

Operacionalizacija projekta, u prvoj fazi, odnosi se na detaljnu razradu projektne ideje (termin, sudionici - ugostitelji, procjena potražnje, promotivni budžet, komunikacija s tržištem i sl.), dok se druga faza odnosi se na osiguranje potrebnih sredstava i realizaciju projekta.

PRIORITET	NOSITELJ	FINANCIRANJE
Visoki prioritet	TZ grada Supetra	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sredstva TZ grada Supetra</li> <li>Gradski proračun</li> </ul>
OSTALI DIONICI		
Poduzetnici (ugostitelji)		

**RAZDOBLJE PROVEDBE**

2016. | 2017. | 2018. | 2019. | 2020. | 2021. | 2022.-2025.

**32.**

## PROJEKT BR. 32 : Proširenje i osuvremenjivanje Zavičajnog muzeja otoka Brača u Škripu

### CILJ

Diverzifikacija proizvoda i osuvremenjivanje imidža Supetra na turističkom tržištu.

### OPIS

Škrip je sa svojih tri do četiri tisuća godina starosti najstarije mjesto na otoku Braču. U Škripu je najveće očuvano rimsko groblje na otoku i rimski mauzolej u kojem prema legendi počinjavaju Priska i Valerija, žena i kći rimskoga cara Dioklecijana. Rimski mauzolej građen je na temeljima koji datiraju čak 1500. god. pr. Kr. (na tzv. Kiklopskim zidinama), a iznad njega je tijekom mletačko-turskih ratova (XVI st.) podignuta obrambena kula Radojković, u kojoj se od 1979. godine nalazi arheološko-etnografski Zavičajni muzej otoka Brača. Riječ je o muzejskom prostoru izrazite ambijentalnosti i izvanredno interesantnog postava. Neovisno o tome, riječ je o relativno skućenom prostoru na kojem je vrlo teško smjestiti i/ili tematski interpretirati bogatu građu kojom se raspolaže.

U skladu s rečenim, projekt podrazumijeva proširenje muzeja kroz korištenje jednog ili više okolnih zdanja izvan funkcije, a čime bi se osigurala primjerena tematizacija muzejske građe, mogućnost većeg broja istodobnih posjetitelja kao i jači i dojmljiviji doživljaj. S obzirom na veliki interes bračkih iseljenika za svoje zavičajne krojene, jedan postav muzeja trebao bi interpretirati iseljavanje Bračana u Sjevernu i Južnu Ameriku odnosno organizirati stalnu postavu na temu bračkih iseljenika. Osim toga, muzej je potrebno opremiti i suvremenim interpretacijskim pomagalicama i instalacijama, kao što su audio vodiči na više jezika, interaktivni info panoji i ostalom opremom koja se koristi u suvremenoj muzeološkoj interpretaciji.

Muzej bi trebalo uvezati u tematsku/poučnu stazu s rudnikom Minjera, eko-etno selom Škrip, kamenolom Rashe te Muzejom Uja. Za očekivati je da bi proširenje i pojačano otvaranje turističkoj potražnji postava Zavičajnog muzeja otoka Brača omogućila veći interes za prostor ruralnog dijela Grada Supetra i otoka Brača te rezultirala sinergijskim učincima u komercijalizaciji drugih sadržaja turističke ponude unutrašnjosti otoka.

### OPERACIONALIZACIJA PROJEKTA

Operacionalizacija projekta implicira sanaciju okolnih zdanja te postupno premještanje dijela eksponata. U tom smislu, potrebno je, u prvoj fazi, projekta definirati visinu potrebnih ulaganja i način zatvaranja financijske konstrukcije, a potom pristupiti sanaciji i uređivanju prostora temeljem provođenja natječaja za izbor najboljeg ponuđača.

#### PRIORITET

Srednji prioritet

#### NOSITELJ

Izvršna vlast grada Supetra

#### FINANCIRANJE

- Gradski proračun
- Sredstva SDŽ
- Sredstva Ministarstva kulture
- Sredstva EU fondova/programa

#### OSTALI DIONICI

TZ grada Supetra, Centar za kulturu Brač

### RAZDOBLJE PROVEDBE

2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.	2022.-2025.
-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------------

**33.**

## PROJEKT BR. 33 : Promicanje tradicijske graditeljske baštine

### CILJ

Očuvanje identiteta i „duha mjesta“

### OPIS

Velik dio prostora grada Supetra predstavlja očuvani, a još uvijek nedovoljno gospodarski valorizirani ruralni prostor. Aktivniji pristup gospodarskom razvoju ruralnog dijela Grada trebao bi rezultirati njegovom postupnom ekonomskom revitalizacijom, ponajviše kroz simbiozu turizma i otočke poljoprivrede. U tom kontekstu, očuvanje tradicijske graditeljske baštine dobiva svoj puni smisao.

Projekt promicanja tradicijske graditeljske baštine odnosi se na uspostavu jasnih preporuka revitalizacije poljoprivrednog kulturnog krajobraza u zaleđu Grada, osobito na području naselja Škrip i Gornja Mirca, ali i izgradnju različitih objekata turističke ponude u ruralnom okruženju, pri čemu osobito OPG-ova, ruralnih kuća za odmor, odnosno ruralnih „Bed & Breakfast“ objekata.

### OPERACIONALIZACIJA PROJEKTA

Operacionalizacija projekta podrazumijeva ne samo uspostavu jasnih preporuka revitalizacije poljoprivrednog kulturnog krajobraza u zaleđu, uključujući i pružanje konkretnih savjeta, nego i aktivnu promociju tradicijske gradnje kroz osiguranje konkretnih financijskih poticaja investitorima koji se odluče na ovaj tip izgradnje.

#### PRIORITET

Visoki prioritet

#### NOSITELJ

Izvršna vlast grada Supetra

#### FINANCIRANJE

- Privatni poduzetnici
- Gradske proračun
- Proračun RH

#### OSTALI DIONICI

TZ grada Supetra, MINT, Udruge i poduzetnici

### RAZDOBLJE PROVEDBE

2016. | 2017. | 2018. | 2019. | 2020. | 2021. | 2022.-2025.

**34.**

## PROJEKT BR. 34 : Plan razvoja ronilačkog turizma

### CILJ

Razvoj i proširivanje destinacijskog proizvoda kroz uspostavu nove turističke suprastrukture.

### OPIS

Sve veći broj turista u svijetu, ne samo mladi, odabiru rekreacijsko ronjenje u svim oblicima kao aktivnost koja ih zaokuplja, smiruje i opušta te pozitivno utječe na njihovo zdravlje i psihofizički status. Turisti koji dolaze na odmor ponajviše zbog ronjenja su, u pravilu, iznadprosječnog obrazovnog statusa i socijalnog položaja u društvu te visoke platežne moći. Procjenjuje se da u hrvatskom dijelu Jadrana godišnje roni između 75 i 100 tisuća turista, od čega na strane državljane otpada negdje oko 85% ukupnog broja ronilaca. Najveća prednost Hrvatske prema ostalim turističkim zemljama koje razvijaju ronilački turizam odnosi se na bogatu podvodnu bioraznolikost, veliku prozirnost i čistoću mora. U strateške prednosti Hrvatske svakako valja ubrojiti i stručnost ljudi uključenih u ronilački turizam.

Budući da je riječ je o proizvodu koji je moguće konzumirati i izvan glavne turističke sezone, a imajući na umu i činjenicu da se ronjenje ubraja u jedan od skupljih vidova korištenja slobodnog vremena, projektom bi trebalo unaprijediti postojeću ponudu ronilačkog turizma te pozicionirati Supetar kao jedno od važnih ronilačkih centara RH.

### OPERACIONALIZACIJA PROJEKTA

Operacionalizacija projekta podrazumijeva identifikaciju novih, još nedovoljno poznatih lokacija za ronjenje, ali i stvaranje kritične mase ronilačkih atrakcija koje će privlačiti sve veći broj rekreativnih ronilaca na ovo područje. U cilju što raznovrsnije ponude i većeg zadovoljstva boravkom, preporučljivo je i umrežavanje sa drugim jedinicama lokalne samouprave otoka Brača.

#### PRIORITET

Srednji prioritet

#### NOSITELJ

TZ grada Supetra

#### FINANCIRANJE

Sredstva poduzetnika

#### OSTALI DIONICI

Ronilačke udruge/klubovi

#### RAZDOBLJE PROVEDBE

2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.	2022.-2025.
-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------------

**35.**

## PROJEKT BR. 35 : Hortikulturno uređenje lokaliteta Trolokve i privođenje turističkoj svrsi

### CILJ

Obogaćivanje turističke ponude i povećanje kvalitete doživljaja destinacije

### OPIS

U svijetu postoje brojni primjeri turističkih destinacija koje svoju turističku privlačnost i ponudu jednim dijelom temelje na atrakcijama biljnog svijeta. Takvi primjeri uključuju Provansu (lavanda i aromatično bilje), Bugarsku (mirisne ruže) i sl. U Hrvatskoj su primjeri kakvih destinacija još uvijek relativno rijetki, a jedna od poznatijih je Mali Lošinj s uspješno realiziranim turističkim proizvodom pod nazivom Miomirisni otočki vrt. S obzirom da su suvremeni turisti sve više ekološki osviješteni te da traže turistička iskustva i doživljaje koji se temelje na očuvanoj prirodi i okolišu za koje su spremni platiti i premijsku cijeni, ovakav tip turističke ponude u budućnosti će sigurno biti sve važniji, osobito u kontekstu podizanja prepoznatljivosti destinacije na sve konkurentnijem turističkom tržištu.

Kada je riječ o gradu Supetru, bitno je naglasiti da blaga mediteranska klima te bogatstvo samoniklog i začinskog bilja, predstavljaju jedan od najvažnijih turističkih resursa na području grada Supetra. Analiza i valorizacija turističke resursne osnove pokazala je da ovo područje obiluje brojnim biljnim vrstama koje imaju ljekovita i aromatična svojstva, kao što su rogač, agava, kapar, kaktus, šipak, žuka ili brnistra, ružmarin, kupina, drača, smilje, kadulja, kamilica, buhač i sl.

Stoga je glavna ideja ovoga projektnog prijedloga hortikulturno uređenje i privođenje turističkoj svrsi lokaliteta Trolokve, kroz sadnju autohtonog mediteranskog bilja. Realizacijom ovoga projekta grad Supetar bi dodatno podigao kvalitetu svog turističkog proizvoda, te bi postao jedna od prvih hrvatskih primorskih destinacija koja je u turističkom smislu tržišno valorizirala začinsko i ljekovito bilje. Osim toga, razvoj ovog tipa turističke ponude pomogao bi gradu Supetru da se diferencira od konkurencije odnosno da na turističkom tržištu postane prepoznatljiv kao destinacija koja nudi autentični mediteranski ambijent u visoko vrijednom i očuvanom prostoru

### OPERACIONALIZACIJA PROJEKTA

- Detaljni opis osobitosti lokaliteta
- Uređenje lokaliteta
- Razvoj mediteranskog „arboretuma“ na širem području Trolokva
- Donošenje plana upravljanja ovim područjem

#### PRIORITET

Srednji prioritet

#### NOSITELJ

- Grad Supetar
- TZ grada Supetra

#### FINANCIRANJE

- Grad Supetar
- TZ grada Supetra

#### OSTALI DIONICI

Poljoprivredna zadruga, Udruženje obrtnika

#### RAZDOBLJE PROVEDBE

2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.	2022.-2025.
-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------------



**36.**

## Projekt br. 36: Marketing strategija grada Supetra (naglašavanje eko-odgovorne destinacije)

### CILJ

Unapređenje pozicije Supetra na tržištu turističkih destinacija.

### OPIS

U uvjetima sve veće i stalno rastuće konkurencije na tržištu (mediteranskih) turističkih destinacija, nedostatak dobro osmišljene marketinškog strategije koja bi sadržajno i/ili konceptualno diferencirala grad Supetar od potencijalne konkurencije može predstavljati također jedan od ključnih problema tržišne komunikacije i to ne samo u cilju dugoročno održivog destinacijskog pozicioniranja, već i u cilju što je moguće efikasnijeg upravljanja procesom turističkog razvoja na projektnom području.

U tom smislu, projekt se odnosi na izradu cjelovite marketing strategije turizma grada Supetra. Riječ je o drugom strateškom dokumentu od interesa za upravljanje turističkim razvojem Grada u kojem bi se, između ostalog, a polazeći od proizvodnog portfelja koji resursno-atrakcija Grada može podržati, na sustavan i objektivan način definirali:

- ključni potrošački segmenti i/ili tržišne niše na koje valja ciljati,
- ključna emitivna tržišta,
- ključni razlikovni elementi supetarske turističke ponude,
- elementi za izgradnju prepoznatljivog brenda koji bi 'garantirao' tržišnu prepoznatljivost destinacije, kao i
- strategiju komunikacije, uključujući i kanale prodaje.

### OPERACIONALIZACIJA PROJEKTA

Operacionalizacija projekta podrazumijeva definiranje projektnog zadatka, raspisivanje javnog natječaja za izbor najboljeg ponuditelja, izbor izvođača te pristup realizaciji.

#### PRIORITET

Srednji prioritet

#### NOSITELJ

TZ grada Supetra

#### FINANCIRANJE

- Sredstva TZ grada Supetra
- Gradski proračun
- Sredstva MINT

#### OSTALI DIONICI

Turistički gospodarski subjekti, privatni iznajmljivači, Udruge

### RAZDOBLJE PROVEDBE

2016. | 2017. | 2018. | 2019. | 2020. | 2021. | 2022.-2025.

**37.**

## PROJEKT BR. 37 : Jačanje uloge turističkih posrednika i njihovo prerastanje u DMK

### CILJ

Diversifikacija ponude, privlačenje novih potrošačkih segmenata te unapređenje imidža grada Supetra kao turističke destinacije

### OPIS

Kako je turistički lanac vrijednosti na prostoru grada Supetra još je uvijek prilično skroman (kako po dubini, tako i po širini), lokalni turistički posrednici trebali bi na sebe preuzeti ulogu umrežavanja i strateškog povezivanja različitih malih ponuđača različitih turističkih usluga u cilju stvaranja većeg broja složenih turističkih proizvoda. Na taj bi se način, već u relativno kratkom roku, postiglo povećanje raznovrsnosti postojećeg sustava turističkih doživljaja u destinaciji, a što bi povećalo zadovoljstvo boravkom i produljilo kratku sezonu.

U okviru realizacije projekta, posebna bi se pažnja trebala posvetiti tradicionalnim temama prepoznatljive supearske kulture života i rada (npr. ribarstvo, maslinarstvo, vinarstvo, ovčarstvo, klesarstvo i sl.). Riječ je o temama koje se mogu komercijalizirati kroz niz proizvoda kreativnog turizma (druženje s ribarima/maslinarima/vinari- ma, proizvođačima sira, odlazak na ribarenje/branje maslina/grožđa/kamena, učenje o preradi ribe/maslina/ grožđa/mljeka/kamena, dan proveden s obitelji ribara/maslinara/vinara/sirara/klesara, tipičan dan u kući riba- ra/maslinara/vinara i sl.), ali i kao tematske rute koje objedinjuju određen prostor.

### OPERACIONALIZACIJA PROJEKTA

- „Status quo“ analiza turističkih posrednika u Gradu,
- Definiranje prioritetnih složenih turističkih proizvoda,
- Osiguranje stimulativnog sustava poticanja postojećim/novim turističkim posrednicima za potrebe kreiranja složenih turističkih proizvoda,
- Podizanje kvalitete ljudskog potencijala turističkih posrednika,
- Realizacija programa i
- Kontrola provođenja programa i njegovo prilagođavanje

#### PRIORITET

Visoki prioritet

#### NOSITELJ

TZ grada Supetra

#### FINANCIRANJE

- Sredstva TZ grada Supetra
- Proračun Grada
- Turistički posrednici

#### OSTALI DIONICI

Izvršna vlast grada ,Turistički posrednici

#### RAZDOBLJE PROVEDBE

2016. | 2017. | 2018. | 2019. | 2020. | 2021. | 2022.-2025.

**38.**

## PROJEKT BR. 38 : Redizajniranje službene web stranice TZ grada Supetra

### CILJ

Diversifikacija ponude, privlačenje novih potrošačkih segmenata te unapređenje imidža grada Supetra kao turističke destinacije.

### OPIS

Internet stranica danas je sastavni element marketinga. Sve veći broj potencijalnih posjetitelja koristi Internet kako u fazi istraživanja i odabira destinacije odmora, tako i u fazi planiranja boravka, a sa sve većom dostupnošću Interneta, nerijetko se Internet koristi i tijekom boravka u destinaciji. Iako TZ grada Supetar već danas ima relativno dobru i kvalitetno organiziran web-portal, daljnje unapređivanje tržišne pozicije Grada na turističkom tržištu nalaže svojevrsni redizajn kako bi se osiguralo sljedeće:

- Službeni web portal mora biti vizualno i sadržajno usklađena s tržišnim pozicioniranjem te predstavljati sastavni dio strategije izgradnje prepoznatljivog vizualnog identiteta, a potom i destinacijskog brenda. Nadalje, on mora omogućiti da poslovni subjekti iz turističkog sektora apliciraju novi vizualni identitet na svojim Internet stranicama na način da im se osiguraju atraktivni on-line multimedijalni sadržaji koji su u skladu s vizualnim identitetom Grada;
- S obzirom na ograničene resurse za tiskane promotivne materijale, informacije na web stranicama ključne su za pristup novim tržišnim segmentima do kojih tradicionalni načini komunikacije teško dolaze ili su previše skupi, a za što je prijeko potrebno optimizirati Internet pretraživače te stvoriti kvalitetne „on-line“ sadržaje za čije bi preuzimanje i korištenje bili zainteresirani kako potencijalni posjetitelji tako i brojni drugi sudionici turističke aktivnosti (poticanje linkova);
- Stranica mora pružiti kvalitetne informacije turistima ne samo prije, već i tijekom njihovog boravka na području grada Supetra. U budućnosti će se, naime, razne vrste informacija o destinaciji sve više dostavljati putem osobnih računala i mobilnih uređaja te treba težiti osiguranju i ovakvog oblika pružanja informacija (uz klasične info centre i punktove).

### OPERACIONALIZACIJA PROJEKTA

Polazeći od ocjene postojeće razine web portala Grada, operacionalizacija projekta odnosi se:

- Osiguranje sustava za prikupljanje/ažuriranje podataka (CMS);
- Jasnu organizaciju strukture informacija o turističkoj ponudi;
- Osiguravanje informacija za različite grupe korisnika (potencijalne turiste, B2B, medije i eventualno internu javnost);
- Korištenje naprednih mogućnosti koje Internet pruža (mash-up servisi, korištenje multimedije, mogućnost selektiranja informacija po temama, mogućnost pretraživanja unutar teme i sl.) kako bi se informacije prezentirale na zanimljiv i poticajan način.

#### PRIORITET

Srednji prioritet

#### NOSITELJ

TZ grada Supetra

#### FINANCIRANJE

- Sredstva TZ grada Supetra

#### OSTALI DIONICI

Izvršna vlast grada, Turistički posrednici, Poduzetnici u turizmu

#### RAZDOBLJE PROVEDBE

2016. | 2017. | 2018. | 2019. | 2020. | 2021. | 2022.-2025.

**39.**

**PROJEKT BR. 39 : Odnosi s javnošću (PR kampanje)**

**CILJ**

Optimiranje korištenja marketinškog proračuna.

**OPIS**

PR kampanja predstavlja vrlo učinkovitu metodu stvaranja svijesti o turističkim proizvodima i doživljajima na nekom području, osobito među turistima posebnih interesa. Ona podrazumijeva aktivnosti čiji je cilj razvijanje odnosa između grada Supetra i različitih publika, čime se stvara preferirani status u percepciji ciljnih tržišta. PR je vjerodostojniji od plaćenog oglašavanja jer se članak ili reportaža shvaćaju kao vijest.

U skladu s navedenim, PR aktivnosti u tržišnom promicanju grada Supetra moraju se usmjeriti na razvijanje i održavanje veza s izabranim medijima, ali i kroz programe studijskih putovanja novinara organizirane posredstvom HTZ-a i TZ Splitsko-dalmatinske županije. Osobito je važno da se odnosi s javnošću zasnivaju na detaljnom i koordiniranom godišnjem planu kako bi grad Supetar bio kontinuirano prisutan u medijima (web-portali, časopisi i magazini, specijalizirani radio i TV programi) koji se bave putovanjima, životnim stilom i rekreacijom, zdravim načinom života i slično. Osim medija, odnosi s javnošću podrazumijevaju i aktivnosti usmjerene na sve one grupe i/ili pojedince koje mogu kreirati javno mnijenje te potaknuti promociju grada Supetra kao turističke destinacije. Stoga, a ovisno o raspoloživim financijskim i ljudskim resursima, preporuča se organiziranje prezentacije i organiziranog obilaska destinacije Supetar za one koji su u kontaktu s potencijalnim ciljnim skupinama i u mogućnosti su promovirati destinaciju Supetar usmenom predajom. Riječ je ponajviše o osoblju TZ, turističkih informativnih centara u gravitacijskom području; osoblju u hotelima (odjel marketinga, recepcionari), te udrugama turističkih vodiča.

**OPERACIONALIZACIJA PROJEKTA**

Operacionalizacija programa podrazumijeva:

- izradu press-kita za izabrane medije,
- uspostavu kutka za novinare na web-stranicama TZ grada Supetra) s tematiziranim pričama i kvalitetnim fotografijama i
- sastavljanje listu novinara, časopisa, radio i TV emisija te web-portala koji pokrivaju područja od interesa namijenjene široj javnosti kao i one namijenjene stručnoj javnosti i specijalnim interesima na odabranim tržištima, kako bi se postupno smanjivala ovisnost o aktivnostima nacionalne i županijske turističke zajednice

**PRIORITET**

Niski prioritet

**NOSITELJ**

TZ grada Supetra

**FINANCIRANJE**

- Sredstva TZ grada Supetra

**OSTALI DIONICI**

Izvršna vlast grada Supetra

**RAZDOBLJE PROVEDBE**

2016. | 2017. | 2018. | 2019. | 2020. | 2021. | 2022.-2025.

**40.**

## PROJEKT BR. 40 : Turističke info aktivnosti

### CILJ

Optimiranje korištenja marketinškog proračuna.

### OPIS

Raspoloživost ažurnih informacija o destinaciji, njezinim sadržajima i ponudi važan su element ne samo zadovoljstva boravkom, već utječu i na duljinu boravka, aktivnosti tijekom boravka te povećanu potrošnju. Od općih informacija nužnih za snalaženje u novoj sredini (Gdje je parkiralište? Koje je radno vrijeme trgovina?), do informacija o destinacijskim atrakcijama koje potiču posjetitelje na kretanje i 'konzumiranje' sadržaja, info aktivnosti destinacija bitna su karika u lancu stvaranja zadovoljnih gostiju.

### OPERACIONALIZACIJA PROJEKTA

Operacionalizacija projekta podrazumijeva:

- pružanje iscrpnih i ažurnih informacija na web portalu TZ grada Supetra,
- izradu kvalitetnih promotivnih materijala koji će se distribuirati turistima za vrijeme njihovog boravka, pri čemu valja voditi računa da su ove informacije dostupne na svim mjestima koje učestalo posjećuju turisti
- osuvremenjivanje info centara i punktova, kao i
- distribuciju info-materijala na ključnim info-točkama cijelog otoka

#### PRIORITET

Niski prioritet

#### NOSITELJ

TZ grada Supetra

#### FINANCIRANJE

- Sredstva TZ grada Supetra

#### OSTALI DIONICI

Izvršna vlast grada Supetra

#### RAZDOBLJE PROVEDBE

2016. | 2017. | 2018. | 2019. | 2020. | 2021. | 2022.-2025.

**41.**

**PROJEKT BR. 41 : Redovito praćenje zadovoljstva boravka turista**

**CILJ**

Povećanje zadovoljstva gostiju grada Supetra

**OPIS**

Usprkos činjenici da na području grada Supetra svake godine boravi rastući broj turista, TZ grada još uvijek ne prati dovoljno dobro stupanj njihovog zadovoljstva boravkom/odmorom kroz provođenje redovitog anketnog istraživanja.

U skladu s rečenim, projekt se odnosi na osmišljavanje anketnog upitnika, utvrđivanje statistički relevantnog broja ispitanika te provođenje redovitog (godišnjeg) primarnog istraživanja koje bi obuhvaćalo slučajno odabrane predstavnike turističke potražnje u razdoblju od lipnja do rujna. Anketiranje valja provoditi u suradnji sa hotelskim objektima, odnosno obiteljskim iznajmljivačima.

Za očekivati je da će rezultati istraživanja zadovoljstva boravkom/odmorom u gradu Supetru ukazati na dobre, ali i loše strane destinacijske ponude, a time i na pravce djelovanja kako nositelja turističke politike Grada, tako i svih dionika njegovog turističkog razvoja.

**OPERACIONALIZACIJA PROJEKTA**

Operacionalizacija projekta podrazumijeva:

- Definiranje anketnog upitnika
- Utvrđivanje statistički relevantnog uzorka (broj ispitanika)
- Educiranje anketara
- Provedbu istraživanja
- Obradu rezultata i njihovo sažimanje

**PRIORITET**

Visoki prioritet

**NOSITELJ**

TZ grada Supetra

**FINANCIRANJE**

- Sredstva TZ grada Supetra

**OSTALI DIONICI**

Izvršna vlast grada Supetra

**RAZDOBLJE PROVEDBE**

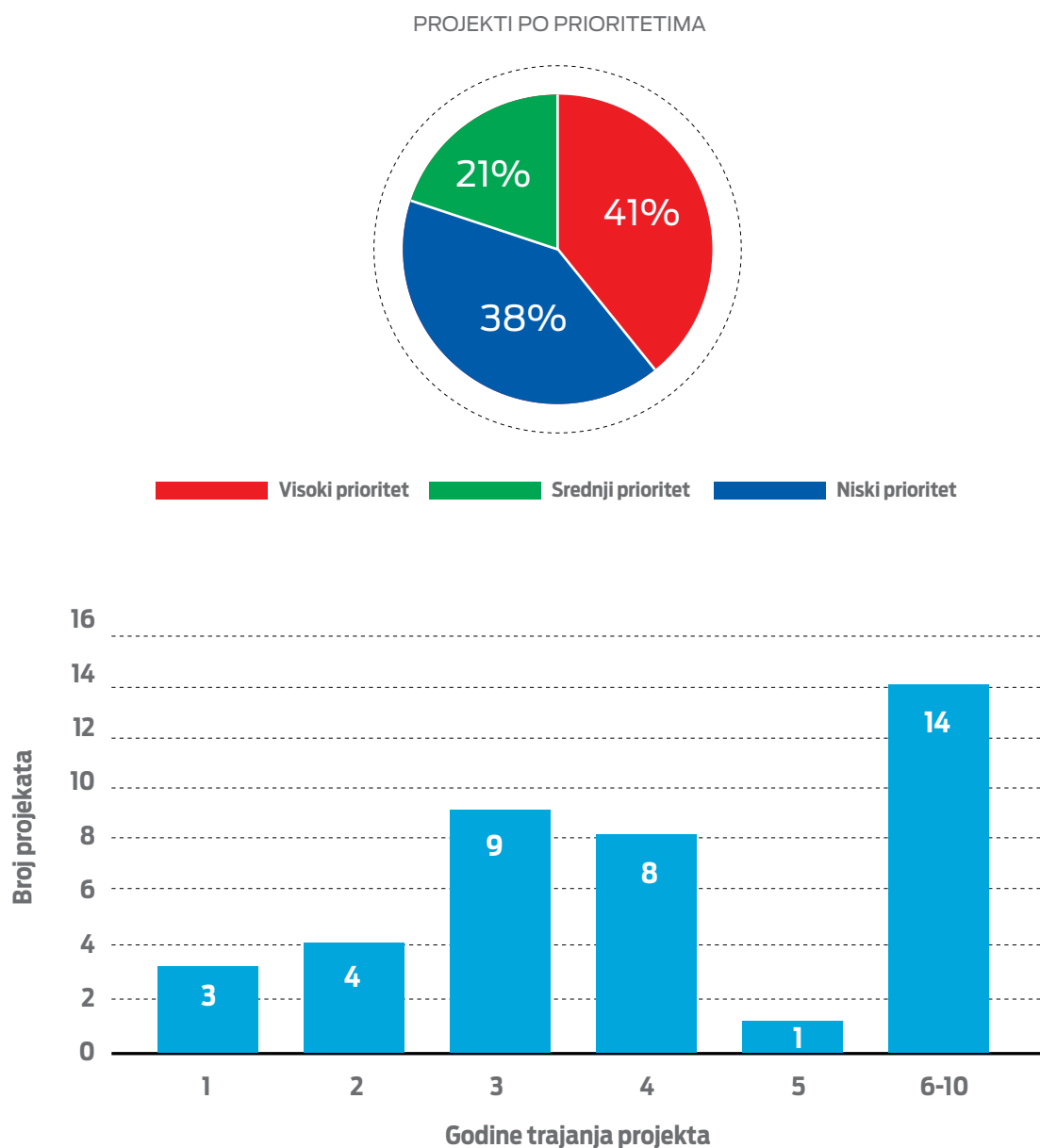
2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.	2022.-2025.
-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------------

TABLICA 35. Akcijski plan razvoja turizma grada Supetra

	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.	2022.-2025.
<b>Socijalno poticajno razvojno okruženje</b>							
1. Poduzetnički razvojno-investicijski servis	■	■					
2. Izmjene i dopune PPUG Supetar	■	■	■				
3. Poticanje/uspostava poduzetničkih klastera				■	■	■	■
4. Izdavanje priručnika za investitore u privatnom sektoru			■				
5. Poticanje autohtone poljoprivredne i ekološke proizvodnje		■	■	■	■	■	■
6. Interni marketing	■	■	■	■	■	■	■
<b>Unaprjeđenje javne komunalne infrastrukture</b>							
7. Uređenje šetnice od Vlačice do plaže Tri Mosta u Supetru		■	■	■			
8. Plan upravljanja plažnim prostorom na području grada Supetra		■	■				
9. Uređenja dijela obale i ljetnog privezišta na Vlačici		■	■	■			
10. Podizanje kvalitete usluga nautičkog turizma		■	■				
11. Multifunkcionalni kulturni centar u prostoru današnjeg kina Supetar		■	■	■			
12. Optimiziranje cestovnog prometa (osobito u naselju Supetar)		■	■	■			
13. Praćenje kvalitete mora u luci Supetar i rubnim područjima		■	■	■	■	■	■
<b>Unaprjeđenje smještajne i ostale turističke ponude</b>							
14. Izgradnja novog hotelskog smještaja pokraj hotela Kaktus		■	■	■			
15. Eko-etno selo Škrip		■	■	■	■	■	■
16. Uspostava difuznog hotela		■	■	■			
17. Uspostava integralnog hotela		■	■	■			
18. Obogaćivanje kvalitete gastronomske ponude		■	■	■			
19. Izgradnja nekoliko malih sirana		■	■	■			
<b>Unaprjeđenje turističkog proizvoda destinacije</b>							
20. Centar za posjetitelje Supetar – vizitacijski centar	■	■	■				
21. Ambijentalno uređenje i opremanje stare jezgre naselja Supetar	■	■	■	■	■	■	■
22. Unaprjeđenje ponude kulturnog turizma baziranog na likovnoj umjetnosti		■	■	■	■	■	■
23. Multimedijalna galerija „Ivan Rendić“ sa suvenirnicom u području povijesne jezgre Supetra	■	■	■	■			
24. Uređenje galerijskog prostora za ljetne izložbe u povijesnoj jezgri Supetra	■	■	■				
25. Turistička valorizacija i interpretacija „pomorske i ribarske baštine“	■	■	■	■			
26. Plan i aktivnosti unaprjeđenja cikloturizma u suradnji s ostalim JLS (Brač)		■	■				
27. Upravljanje kvalitetom obiteljskog smještaja		■	■	■	■	■	■
28. Kamenolom Splitska – tematski plan interpretacije		■	■	■			
29. Rudnik bitumena Škrip – tematski plan interpretacije		■	■	■			
30. Unaprjeđenje postojećih tematskih staza			■	■	■	■	■
31. Dani maslinovog ulja (Škrip)			■	■	■	■	■
32. Proširenje i osuvremenjivanje Zavičajnog muzeja otoka Brača u Škripu		■	■	■	■	■	■
33. Promicanje tradicijske graditeljske baštine			■	■	■	■	■
34. Plan razvoja ronilačkog turizma		■	■	■			
35. Hortikulturno uređenje lokaliteta Trolokve i privođenje turističkoj svrsi			■	■	■		
<b>Unaprjeđenje promocije destinacije</b>							
36. Marketing strategija grada Supetra		■					
37. Jačanje uloge turističkih posrednika i njihovo prerastanje u DMK		■	■	■	■	■	■
38. Redizajniranje službene web stranice TZ grada Supetra		■					
39. Odnosi s javnošću (PR kampanje)		■	■	■	■	■	■
40. Turističke info aktivnosti		■	■	■	■	■	■
41. Redovito praćenje zadovoljstva turista boravkom u destinaciji		■	■	■	■	■	■



SLIKA 13. Pregled projekata prema prioritetima i dužini trajanja



Izvor: Autori studije.



## UPUTE ZA PROVEDBU I MONITORING STRATEGIJE

Realizacija akcijskog plana podrazumijeva sustavan i proaktivan angažman različitih interesnih skupina, ali ponajviše nositelja vlasti i pratećih službi grada Supetra. Izuzetno je važno da svi važni dionici turističkog razvoja prepoznaju važnost ovog dokumenta te ga prihvate kao formalno pravni okvir za vođenje turističke politike destinacije do 2020. godine. Pri tome valja imati na umu da puko usvajanje ovog dokumenta neće rezultirati bitno boljim učincima po osnovi privlačenja novih segmenata turističke potražnje na projektno područje kao ni pridonijeti učinkovitom (re)pozicioniranju grada Supetra u suvremenu „lifestyle“ destinaciju s diversificiranom strukturom turističkih doživljaja. Sukladno tome realizacija akcijskog plana podrazumijeva uspostavljanje kvalitetnog sustava monitoringa i kontrole turističkog razvojnog procesa. U tom smislu, potrebno je uspostaviti odgovarajuću organizacijsku strukturu, ali i imenovati odgovorne osobe/tijela kako bi se minimizirao rizik od eventualnog neprovođenja aktivnosti definiranih ovim dokumentom.

Za provedbu efikasne implementacije svih ciljeva Strategije razvoja turizma grada Supetra, a osobito njegovog akcijskog plana, predlaže se uspostava Vijeća za monitoring provedbe Strategije. Riječ je o profesionaliziranom stručnom tijelu Grada sas-

taavljenom dijelom od kvalificiranih predstavnika Gradskog vijeća, a dijelom od nezavisnih stručnjaka i vodećih turističkih djelatnika Grada. Takav sastav Vijeća trebao bi osigurati posvećeno, objektivizirano i od dnevne politike neovisno i transparentno praćenje kao i kontrolu provođenja pojedinih aktivnosti predviđenih akcijskim planom.

Vijeće za monitoring, nadalje, trebalo bi i predlagati korektivne mjere u cilju ubrzanja provedbe pojedinih aktivnosti. U cilju osiguranja ozbiljnosti pristupa, članovi Vijeća za monitoring trebali bi biti primjereno honorirani iz sredstava gradskog proračuna. Osim Vijeća za monitoring Strategije, bilo bi korisno i imenovati konkretnu osobu pri izvršnoj vlasti grada Supetra zaduženu ponajviše za koordiniranje svih aktivnosti i/ili aktera uključenih u provedbu ovog dokumenta. Riječ je o visoko obrazovanoj osobi s izraženim vještinama projektnog menadžmenta, a koja bi bila pozicionirana relativno visoko u hijerarhiji gradske vlasti te koja bi za svoj rad odgovarala izravno gradonačelniku.

Konačno, uspješna provedba zaključaka dokumenta, a posebno projekata definiranih akcijskim planom, pretpostavlja osiguranje namjenskih financijskih sredstava u gradskom proračunu na godišnjoj razini, ovisno o prioritetima i mogućnostima.





# 9.

## ZAKLJUČCI I PREPORUKE

Planiranje turističkog razvoja, bez obzira da li se radi o novim destinacijama ili, kao što je to slučaj s gradom Supetrom, o destinacijama koje već imaju dugu turističku tradiciju i afirmirane su na turističkom tržištu, uvijek započinje s detaljnom analizom postojećeg stanja. Takva analiza je neophodna kako bi se dobila što jasnija slika o stanju turističkih resursa i atrakcija, turističke infra i suprastrukture te ostalih razvojnih čimbenika koji u najvećoj mjeri određuju, kako smjer tako i intenzitet razvoja turizma na nekom prostoru.

Analizom postojećeg stanja grada Supetra obuhvaćeni su svi elementi važni za razvoj turizma kao što su geografska, prostorna i prometna obilježja destinacije, stanje turističke ponude i potražnje, trendovi na turističkom tržištu, prostorno planska dokumentacija, interesne skupine i sl. Temeljem analize postojećeg stanja, ali i informacija prikupljenih tijekom strateških radionica s dionicima turističkog razvoja, napravljena je i SWOT analiza kojoj je glavna funkcija da na sažet i pregledan način prikaže sve prednosti i nedostatke ali i prilike i prijetnje mogućeg i željenog razvoja grada Supetra kao tržišno prepoznatljive, poželjne i konkurentne turističke destinacije.

Analiza postojećeg stanja i SWOT analiza pokazale su da grad Supetar, bez obzira na kontinuirani porast broja dolazaka i noćenja turista, trenutno svoje turističke resurse i atrakcije ne koristi na tržišno optimalan način, odnosno da trenutno dosegnuti stupanj razvoja turističkog destinacijskog proizvoda grada Supetra nije u mogućnosti u potpunost udovoljiti visokim standardima međunarodnog turističkog tržišta. Tome u prilog govori i podatak da je u zadnjih deset godina porast turističkog prometa na području grada Supetra bio ispod prosjeka Splitsko-dalmatinske županije.

Među najvažnije nedostatke razvoja turizma na području grada Supetra moguće je ubrojiti visoku sezonalnost turističke potražnje, visok udio privatnog smještaja u ukupnoj strukturi smještajnih kapaciteta, neravnomjeran razvoj turizma na cijelom području Grada, nedovoljno valorizirano zaleđe grada Supetra, nisku prepoznatljivost Supetra kao turističke destinacije u neposrednom konkurentskom okruženju, manjak novih i inovativnih turističkih proizvoda i sl. Stoga je prepoznata potreba za definiranjem nove vizije razvoja turizma grada Supetra te definiranjem kako novih strateških odrednica razvoja turizma, tako i konkretnih ciljeva kao i projektnih prijedloga koji su u funkciji postizanja definiranih ciljeva, što je ujedno i

glavni cilj ove Strategije.

Promišljajući budući turistički razvoj Grada, u suradnji s dionicima razvoja turizma formulirana je nova vizija turističkog razvoja koja naglašava značaj ambijentalne vrijednosti prostora, autentičnost turističkog doživljaja (iskustva) na otoku te ističe potrebu za intenzivnom suradnjom svih dionika turističkog razvoja kao i interakcijom između turista i domaćeg stanovništva.

Vizija je u funkciji razvoja turističkog proizvoda koji turistima prvenstveno isporučuje emocionalnu vrijednost, koju konkurentске destinacije teško mogu kopirati/imitirati, a istovremeno postaje sve važniji faktor prilikom odabira destinacije za odmor. Ovako formulirana vizija razvoja turizma dekomponirana je na određeni broj strateških odrednica turističkog razvoja među kojima su najvažnije slijedeće: (i) ekološka, ekonomska i društvena održivost, (ii) orijentiranost na kvalitetu a ne kvantitetu (iii) razvoj turizma na cijelom području grada Supetra, (iv) suradnja dionika turističkog razvoja te (v) podizanje kvalitete života lokalnog stanovništva. Temeljem tako definiranih strateških odrednica, formulirani su i najvažniji ciljevi turističkog razvoja grada Supetra u planskom razdoblju Strategije (do 2020. godine), gdje je potrebno posebno istaknuti slijedeće: (i) povećanje ukupnog turističkog prometa po godišnjoj stopi od 3-5%, (ii) smanjenje sezonalnosti turističke potražnje sa 73,5% na 60%, (iii) bolji poslovni pokazatelji hotelskog sektora, (iv) veća prosječna dnevna potrošnja turista u destinaciji, (v) podizanje tržišne poželjnosti i prepoznatljivosti grada Supetra na turističkom tržištu te (vi) zaštita prostora, prirode, kulturno-povijesne baštine i drugih vrijednih turističkih resursa od moguće degradacije.

Kako bi se prethodno definirana vizija operacionalizirala, odnosno kako bi se do 2020. godine postigli ciljevi turističkog razvoja, izrađene su strateške marketinške smjernice u kojima su definirani atributi tržišnog pozicioniranja, ciljna tržišta te komunikacijske aktivnosti. Osim toga, kroz konzultacije s dionicima turističkog razvoja definirane su i četiri zone karakterističnog turističkog razvoja s međusobno komplementarnim turističkim proizvodima. Konačno, definiran je i određeni broj razvojno-investicijskih projekata čija implementacija jamči postizanje ciljeva koji su definirani Strategijom. Svi projektni prijedlozi su tematizirani u pet skupina:

- Stvaranje socijalno poticajnog razvojnog okruženja

- Poboljšanje javne komunalne infrastrukture
- Ulaganja u unaprjeđenje smještajne i ostale turističke ponude
- Unaprjeđenje turističkog proizvoda destinacije
- Unaprjeđenje promocije destinacije.

Konačno, važno je naglasiti da izrada ovoga dokumenta sama po sebi, iako predstavlja nužan preduvjet, ne daje garancije za uspješan turistički razvoj grada Supetra. Za uspješno upravljanje turističkim razvojem, sukladno odrednicama ovoga dokumenta, neophodni su jaki partnerski odnosi i suradnja svih interesnih skupina s područja turizma. U tome procesu podjednak značaj ima javni i privatni sektor. Uloge i zadaci javnog sektora su poboljšanje stanja komunalne infrastrukture, provođenje investicijskih projekata s područja javnog sektora, senzibilizacija i osvješćivanje lokalnog stanovništva o značaju turističkog razvoja te općenito osiguranje poticajnog institucionalnog okruženja za turistički razvoj. S druge strane, zadatak privatnog sektora je osigurati minimum investicijskih aktivnosti s područja turizma što će poslužiti kao katalizator kasnijeg turističkog razvoja, a s ciljem stvaranja novih turističkih proizvoda i usluga odnosno s ciljem stvaranja cjelovitog destinacijskog lanca vrijednosti i podizanja sveukupne razine kvalitete turističkog destinacijskog proizvoda grada Supetra.

S obzirom na postojeće probleme proizašle iz suprotstavljenih interesa dionika, nije realno očekivati unisonu potporu predloženom turističkom razvoju grada Supetra. Stoga je vrlo važno među svim interesnim skupinama (privatnom i javnom sektoru, te među lokalnim stanovništvom) identificirati manji broj profesionalaca koji će podržati rješenja predložena ovim dokumentom te koji će ta rješenja jasno komunicirati ostalim dionicima s područja turizma.





SUPETAR



Brač  
— island of culture & adventure