

Akcijski plan razvoja
turizma destinacije
Petrinja



Zagreb, 2014.

Akcijski plan razvoja turizma destinacije Petrinja

Naručitelj:
TZ grada Petrinje

Voditelj projekta:
Dr. sc. Renata Tomljenović

Autori:
Dr. sc. Snježana Boranić-Živoder
Dr. sc. Eduard Kušen
Dr. sc. Renata Tomljenović

Zagreb, rujan 2014.

1. UVOD.....	2
1.1. CILJEVI PROJEKTA.....	3
1.2. METODOLOŠKE NAPOMENE.....	4
1.3. PROGRAM RADA.....	5
2. DIONICI TURISTIČKOG RAZVOJA GRADA PETRINJE	6
2.1. LOKALNI DIONICI.....	6
2.2. REGIONALNI DIONICI	8
2.3. NACIONALNI DIONICI.....	8
2.4. EVALUACIJA DIONIKA U ODNOSU NA PODRŠKU TURISTIČKOM RAZVOJU	10
3. INICIJALNA IDENTIFIKACIJA RAZVOJNIH PROJEKATA, PROGRAMA I/ILI AKCIJA.....	12
3.1. POLAZNE OSNOVE.....	12
3.2. PRISTUP I NAČIN RADA.....	13
3.3. PROJEKTNI PRIJEDLOZI PREMA STRATEŠKIM CILJEVIMA.....	14
3.4. KRATKI OPIS PROJEKTNIH PRIJEDLOGA/IDEJA.....	16
4. PRIORITETNI TURISTIČKO-RAZVOJNI PROJEKTI.....	26
4.1. KRITERIJI ZA IZBOR PRIORITETNIH PROJEKATA	26
4.2. PRIORITETNI TURISTIČKI PROJEKTI PO PROGRAMIMA	27
4.3. PROGRAMSKE OSNOVE IZABRANIH PRIORITETNIH PROJEKATA.....	29
PROGRAM: RAZVOJ PODUZETNIČKIH POTENCIJALA	29
PROGRAM: STVARANJE DOBRODOŠLICE	32
PROGRAM: REVITALIZACIJA KULTURNE BAŠTINE	36
PROGRAM: AFIRMACIJA I ARTIKULACIJA KRAJOBRAZA I PRIRODNIH VRIJEDNOSTI	41
PROGRAM: IZGRADNJA NOVIH SMJEŠTAJNIH KAPACITETA.....	44
PROGRAM: STVARANJE PROIZVODNIH KLASTERA – RAZVOJ SUSTAVA DOŽIVLJAJA	50
5. PLAN IMPLEMENTACIJE.....	62
6. ZAKLJUČAK	65

1. UVOD

U želji da poveća današnje ekonomske učinke povezane s turizmom i turističkim privređivanjem te stvori pretpostavke za dugoročno održiv turistički razvoj na području svoje ingerencije, Turistička zajednica Grada Petrinje pristupila je tijekom 2012. godine izradi Strateškog plana razvoja turizma. Izrada ovog dokumenta povjerena za Institutu za turizam, Zagreb. Ovaj je plan naručitelj usvojio 2013., te su njime postavljeni temelji za sustavan, koordiniran i planski usmjeravan turistički razvoj Petrinje u sljedećih 10-ak godina. Akcijski plan razvoja turizma destinacije Petrinje nastavak je planskog pristupa razvoju turizma. Njime se operacionalizira strateški plan te se definiraju ključni projekti kojima će se ubrzati razvoj turizma sukladno viziji, misiji i ciljevima definiranim strateškim planom.

Tijekom rada na Strateškom planu razvoja turizma izvršena je detaljna inventarizacija i valorizacija turističke atrakcijske osnove kako bi se realne i potencijalne atrakcije grada postupno pretvorile u dobro osmišljene turističke doživljaje i proizvode koji će omogućavati kontinuirano zadovoljavanje zahtjeva i/ili potreba jasno prepoznatih potrošačkih segmenata. Nadalje, provedena je i detaljna analiza potencijalnog turističkog tržišta te je, u suradnji s lokalnim dionicima, definirana razvojna vizija iz koje je proizašlo nekoliko strateških razvojnih ciljeva, odnosno prostorno-programska koncepcija turističkog razvoja Petrinje. Konačno, izveden je cjelokupni brend koncept turističkog (re)pozicioniranje grada, odnosno definirani su turistički proizvodi na kojima bi trebalo temeljiti razvoj turizma u nadolazećem razdoblju.

Odrednice razvoja turizma grada Petrinje temelje se na prvenstveno na potrebi stvaranje uređenog i za život ugodnog prostora u kojem se njeguje kulturno-povijesna baština privlačna turistima, posebice izletnicima. Ove su odrednice u srži vizije turizma grada Petrinje:

Petrinja je prepoznatljiva izletnička destinacija koja privlači svojim pitomim krajolozom, vrijednom kulturno-povijesnom baštinom i nadasve kvalitetnom gastronomskom ponudom.

Iz vizije i misije proizlazi da se turistički razvoj mora temeljiti na turističkoj atrakcijskoj osnovi samog grada, potencijalu izuzetno vrijedne prirodne baštine te revitalizaciji gastronomske ponude temeljene na ekološki uzgojenim proizvodima i tradicionalnim

recepturama po čemu je Petrinja još uvijek prepoznatljiva u svijesti većine potencijalnih domaćih turista. U tu svrhu, definirano je pet strateških ciljeva:

1. Stvaranje poticajnog društvenog okruženja za turistički razvoj
2. Uređenje destinacije za život i posjet
3. Stvaranje turističke infra i supra-strukture
4. Stvaranje turističkih proizvoda
5. Izgradnje turističke prepoznatljivosti destinacije Petrinja

U svrhu realizacije postavljenih ciljeva, ovim se planom definira skup aktivnosti i programa koje je potrebno realizirati. Naime, aktivno uključivanje nositelja javne vlasti i svih institucija javnog sektora, institucija u kulturi i obrazovanju, kulturnih i sportskih udruga te, nadalje, privatnih poduzetnika u operacionalizaciji preporuka Strateškog plana razvoja implicitno pretpostavlja:

- identifikaciju određenog broja konkretnih marketinških, obrazovno-edukativnih, infrastrukturnih, odnosno razvojno-investicijskih projekata koji će, po svom dovršenju, predstavljati inicijalne generatore i ključne pretpostavke ubrzanja ne samo turističkog, već i ukupnog gospodarskog i društvenog razvoja grada,
- utvrđivanje razvojnih prioriteta, odnosno vremena predvidive implementacije pojedinih projekata i/ili programa,
- definiranje potrebnih financijskih sredstava za svaki pojedini razvojni projekt, program i/ili akciju, kao i
- utvrđivanje odgovornih osoba za realizaciju konkretnih projektnih ideja, akcija i/ili programa.

Pod pretpostavkom kvalitetno odabranih i prioritiziranih projektnih ideja, programa i/ili akcija kao i njihovih nositelja, za očekivati je da bi njihova realizacija već u kratkom roku morala kreirati osjetno povećanje interesa različitih potrošačkih segmenata lokalnog, regionalnog, ali i nacionalnog i međunarodnog karaktera za dolaskom i provođenjem slobodnog vremena na prostoru grada Petrinje.

1.1. Ciljevi projekta

Neposredni ciljevi projekta „Akcijski plan razvoja turizma destinacije Petrinja“ mogu se sažeti na sljedeći način:

- identificiranje projekata u domeni javnog sektora i rješavanje postojećih infrastrukturnih „uskih grla“ kao potencijalno ograničavajućih činitelja turističkog razvoja Petrinje,

- identificiranje projekata u domeni poduzetničkih poduhvata privatnog sektora, a koji će se temeljiti na tržišnim postulatima, principima održivog razvoja te odgovarajućim povratima na ulaganja,
- rangiranje projekata (utvrđivanje razvojnih prioriteta) u odnosu na njihov doprinos turističkom razvoju grada, a povezano s brzinom njihove moguće implementacije, odnosno njihovih očekivanih učinaka na kratki, srednji i dugi rok,
- poticanje kreativnih i inovativnih načina suradnje javnog i privatnog sektora, odnosno
- poticanje javno-javnih i privatno-privatnih partnerstva.

1.2. Metodološke napomene

Prilikom rada na „Akcijskom planu razvoja turizma destinacije Petrinja“ maksimalno su poštovane sljedeće metodološke odrednice:

- **Planiranje kroz participaciju lokalnih dionika**

Princip suradnje podrazumijeva intenzivnu komunikaciju i diskusiju s ključnim razvojnim dionicima, interesnim skupinama i stručnjacima na lokalnoj razini tijekom cijelog procesa izrade projekta. Cilj ovakvog pristupa povezan je s potrebom postizanja konsenzusa svih relevantnih subjekata javnog i privatnog sektora, ali i lokalne populacije s konkretnim razvojnim projektima i njihovim prioritetima. U tom smislu, za potrebe ovog projektnog zadatka izrađen je poseban obrazac za nominiranje turističkih ili s turizmom povezanih projekata. Navedeni je obrazac, u suradnji s Turističkom zajednicom grada, odmah po započinjanju rada na projektu, distribuiran na adrese svih relevantnih institucija, organizacija i/ili pojedinaca grada Petrinje. Istovremeno, Razvojna agencija grada Petrinje (Petra) identificirala je sve za turistički razvoj relevantne projekte iz svoje projektne baze te je stavila na raspolaganje Turističkoj zajednici.

Nadalje, maksimalna suradnja i uključenost relevantnih lokalnih dionika planira se osigurati i kroz organiziranje nekoliko radionica u svrhu postizanja konsenzusa oko prioritetnih razvojnih projekata. Prva takva radionica organizirana je 3. lipnja 2014.

- **Ravnomjerna tematska zastupljenost**

S obzirom na izvršenu programsko-prostorno, tematsko koncipiranje integralnog turističkog proizvoda grada Petrinje, prilikom identifikacije projekata, programa i/ili akcija od interesa za razvoj turizma ovog područja, posebno se vodilo računa o relativno ravnomjernoj programskoj i tematskoj zastupljenosti. Na taj se način, naime, osigurava kako doživljajna raznolikost, tako i prijeko potrebna mogućnost diversifikacije turističkih aktivnosti, a što je preduvjet za privlačenje različitih potrošačkih segmenata na petrinjsko područje tijekom cijele godine.

1.3. Program rada

Osim već obavljenog standardnog, „desk“ i terenskog istraživanja, za potrebe ovog projekta organizirane će se kontinuirane konzultacije s Naručiteljem, gradonačelnikom i zamjenicima, obilazak projektnog područja i radionice

AKTIVNOST	CILJEVI	BROJ SUDIONIKA
Inicijalna radionica s ključnim dionicima (održana 3.6.2014.	Predstavljanje projekta i prikupljanje inicijalnih informacija o potencijalnim projektima (projektne prijedlozi od interesa za pojedine programske klasterne, odnosno teme).	20 do 30
Obilazak projektnog područja (održana 8.7.2014).	U svrhu valorizacije pojedinih projektnih prijedloga ciljani obilazak lokaliteta (klaonica, Munjara, planinarski dom, vinarija, turistički kompleks Mlinški kotač, seosko turističko gospodarstvo)	10-tak
Završna prezentacija (unutar 14 dana po predaji završnog izvještaja	Upoznavanje dionika s rezultatima projekta.	20 do 30

2. DIONICI TURISTIČKOG RAZVOJA GRADA PETRINJE

Učinkovita implementacija Strateškog plana razvoja turizma destinacije Petrinja podrazumijeva suradnju cijelog niza razvojnih dionika. Analiza dionika predstavlja tehniku koja je korištena u cilju identificiranja institucija, grupa i pojedinaca relevantnih za budući petrinjski turistički razvoj. Cilj je ove analize utvrditi kontekst u kojem djeluju relevantni razvojni dionici te ukazati na eventualna ograničenja koja će valjati premostiti u cilju dinamiziranja turističkog razvoja i ostvarivanja turističke razvojne vizije grada.

Analiza dionika uglavnom je temeljena na osobnim razgovorima s većim brojem razvojnih dionika tijekom obilaska terena, ali i na konzultacijama putem telefona i e-maila, relevantnim istraživanjima i sekundarnim izvorima informacija. Specifični ciljevi ove analize su:

- identificirati sve institucije, udruge i osobe koji imaju utjecaj na aktiviranje resursa od interesa za turizam, kao i one na koje će se ova inicijativa odraziti;
- sagledati stavove svih razvojnih dionika u odnosu na zaključke i preporuke Strateškog plana razvoja turizma
- utvrditi stupanj utjecaja svakog dionika na proces implementacije strateškog plana kako bi se pravodobno identificirala moguća ograničenja za implementaciju strateških smjernica i projekata definiranih ovim dokumentom.

Konačno, rezultati analize sintetizirani su kroz podjelu razvojnih dionika u četiri skupine:

- ambasadori razvoja – smatraju da je razvoj turizma jedan od prioriteta interesa za Grad te svojim djelovanjem mogu utjecati na implementaciju zaključaka i preporuka ovog dokumenta;
- zagovornici razvoja – smatraju da bi razvoj turizma trebao biti jedan od gospodarskih prioriteta za Grad, ali sami imaju vrlo malen utjecaj na implementaciju zaključaka i preporuka ovog dokumenta;
- latentni dionici – ne pridaju veliku važnost turističkom razvoju ali, pravilno potaknuti, mogu utjecati na razvoj turizma na prostoru grada;
- indiferentni dionici – ne pridaju nikakvu važnost planskom razvoju turizma. Nadalje, unatoč potencijalnom utjecaju koji mogu imati na razvoj turizma, na njih je izuzetno teško utjecati u smislu da bi turizam počeli tretirati kao svoj razvojni prioritet.

2.1. Lokalni dionici

Turistički razvoj grada moraju prvenstveno poticati i cijeli proces voditi i koordinirati lokalni dionici. U petrinjskim uvjetima to su prvenstveno Gradska uprava s obzirom na potrebu stvaranja uljuđenog i za život ugodnog okruženja te ovisnost cijelog turističkog

razvoja o ključnim turističkim projektima u domeni javnog sektora. Gradska uprava postat će još važniji nositelj turističkog razvoja ostvarili li se reorganizacija sustava turističkih zajednica prema smjernicama koje je Ministarstvo turizma objavilo u ožujku 2014. Prema tim smjernicama, turističke zajednice koje ne ispunjavaju financijski kriterij samo-održivosti pretvorile bi se u info-centre kao podružnice destinacijskih menadžment organizacije (DMO-a) koje bi se osnovala za širu regiju (i.e. županiju). Kako DMO pokriva široko geografsko područje, a TIC neće imati ingerencije nad stvaranjem uvjeta za turistički razvoj niti razvoj proizvoda, to će ulogu pokretača turističkog razvoja morati preuzeti gradska uprava.

Potom je to Turistička zajednica grada Petrinje kao institucija zadužena za razvoj turističkih proizvoda i njihovu promociju. Turistička zajednica je u posljednje dvije godine reorganizirana tako da je smanjen broj djelatnika s četiri na dva, čime su se automatski smanjili rashodi dohodak djelatnika, a ta su se sredstva preusmjerila u razvojne projekte. Također, Turistička zajednica je, slijedom preporuka Strateškog plana razvoja turizma reorganizirala svoje promotivne aktivnosti, ponajviše evidentno u redizajnu Internet stranice koji je sada usklađen sa zahtjevima suvremenih korisnika.

U Petrinji važnu ulogu u razvoju ima i Razvojna agencija grada (Petra) koja ima aktivnu ulogu u identificiranju projektnih ideja, razradi projektnih prijedloga i pronalaženju primjerenih izvora financiranja. S obzirom na to da je gradski proračun grada Petrinje izuzetno skroman, očekuje se da će se većina razvojnih projekata financirati iz donorskih programa, bilo da je riječ o programima potpora različitih ministarstva ili fondovima Europske unije.

Unatoč relativno nepovoljnim ekonomskim prilikama u kojima se nalazi, grad Petrinja još uvijek uspijeva njegovati svoju tradiciju bogatog kulturnog i sportskog života. To prvenstveno može zahvaliti brojnim institucijama i udrugama u obrazovanju, sportu i kulturi. Tridesetak sportskih udruga, 20-tak udruga u kulturi i narodnom stvaralaštvu, desetak udruga civilnog društva daju svoj doprinos kroz brojne inicijative i razna događanja. Oni se neizostavni partneri gradskoj turističkoj zajednici u razvoju raznih događanja atraktivnih turističkom tržištu te neizostavni u njegovanju petrinjskog identiteta.

Također, unatoč relativno niskoj stopi ekonomske i turističke aktivnosti, grad Petrinju karakterizira izuzetno dinamičan privatni sektor koji ulaže u turističke smještajne i ugostiteljske kapacitete. Dinamičan privatni sektor, čije su aktivnosti usklađene sa strateškim opredjeljenjem turističkog razvoja grada Petrinje, ključan je partner Gradskoj upravi i turističkoj zajednici.

2.2. Regionalni dionici

Za razvoj turizma na području grada Petrinje od ključne je važnosti partnerstvo sa županijskom turističkom zajednicom. Županijska turistička zajednica koordinira aktivnosti razvoja proizvoda i promocije na regionalnoj razini, temeljem županijskog plana razvoja turizma (detaljnije u Strateškom planu razvoja turizma destinacije Petrinja). Aktivnosti prema županijskog turističkoj zajednici trebale bi se ponajviše ogledati u lobiranju za afirmiranje Petrinje kao jedne od ključnih turističkih odredišta Sisačko-moslavačke županije.

U županijskom ustrojstvu, turizam je u ingerenciji Upravnog odjela za obrt, malo i srednje poduzetništvo i turizam. Turistički razvoj podržavaju kroz sufinanciranje županijske turističke zajednice te potporama za turističke projekte (sufinanciranje organiziranih turističkih dolazaka). Posredno, za turizam su interesantne i potpore za poduzetničke kredite, gospodarske sajmove, te tradicijske i umjetničke obrte. Ipak, ova su sredstva izuzetno ograničena te nerijetko raspoređena na velik broj korisnika. Samim time, iako ovaj dionik po definiciji podržava razvoj turizma na području cijele županije, upitno je u kojoj mjeri može utjecati na značajnije razvojne odluke i njihovu konkretizaciju u sklopu cjelokupne županijske politike.

2.3. Nacionalni dionici

Najvažniji dionici turističkog razvoja grada Petrinje na nacionalnoj razini su resorno ministarstvo i Hrvatska turistička zajednica.

Ministarstvo turizma kao resorno ministarstvo zaduženo za turistički razvoj RH, ima ulogu stvaranja kvalitetnog i razvojno poticajnog pravnog okvira koji vodi računa o interesima kako poduzetničkog sektora, tako i o državnim interesima. Nadalje, ovo ministarstvo zaduženo je i za formuliranje i implementaciju strategije razvoja turizma na području RH, a obavlja i poslove vezane za formuliranje operativne turističke politike i razvoj turističkih proizvoda. S druge strane, ovo ministarstvo nije nadležno za zaštitu i očuvanje okoliša i drugu vrijednu resursno-atraksijsku osnovu, donošenje prostornih planova kako na razini RH, tako i na razini jedinica lokalne samouprave, čime je bitno derogirana mogućnost djelotvorne zaštite okoliša i turističke resursno-atraksijske osnove. Isto tako, valja imati na umu da je riječ o relativno skromno financiranom ministarstvu s relativno malo ingerencija nad ostalim čimbenicima koji utječu na razvoj turizma (od adekvatnosti komunalne infrastrukture, preko cestogradnje, izgradnje lučke infrastrukture, do kulture, poljoprivrede i/ili trgovine), te s nedovoljnim mogućnostima utjecaja na politiku ostalih relevantnih ministarstava. U skladu s navedenim, a imajući na umu ono što bi ovo ministarstvo valjalo činiti u budućnosti, a što bi se bitno odrazilo i na razvoj turizma na području grada Petrinje, odnosi se na:

- poboljšanje zakonodavstva kojim se uređuje materija koja nije vezana isključivo za turizam, ali je važna u kontekstu obavljanja turističke djelatnosti (npr. prostorno planiranje, sustav poticaja, PDV problematika, koncesije, zaštita potrošača i sl.);
- poboljšanje međuresorne suradnje među različitim ministarstvima radi stvaranja boljih pretpostavki za turistički razvoj;
- uvođenje posebnih sustava poticaja kako za razvoj malih i srednjih poduzetnika u turizmu, tako i za razvoj različitih turističkih proizvoda (kao npr. ruralni turizam, turizma vina, kulturni turizam i sl.);
- pružanje stručne i financijske pomoći za implementaciju složenijih i financijskih zahtjevnijih turističkih razvojnih projekata kroz fondove EU-a.

S obzirom na to da Petrinja nije trenutno posebno afirmirana kao turistička destinacija to su često projekti kandidirani na natječaje za financijske potpore i poticaje neuspješni. U tom smislu, potrebno je aktivnije lobirati u resornom ministarstvu za veću podršku turističkom razvoju Petrinje.

Djelatnost Hrvatske turističke zajednice odnosi se prvenstveno na promociju hrvatskog turizma u inozemstvu te, prema zakonu, na razvoj proizvoda i svijesti stanovnika naše zemlje o važnosti i ulozi turizma. U tom svojstvu Hrvatska turistička zajednica podržava razvoj svih oblika turizma, iako važnost koja se pripisuje turističkim odredištima kontinentalne Hrvatske varira iz godine u godinu. Ipak, s obzirom na Strategiju razvoja turizma 2020 te na recentan Strateški marketinški plan Hrvatske, može se očekivati sustavnija promocija turističke ponude kontinentalne Hrvatske.

Na nacionalnoj razini relevantni dionici turističkog razvoja Petrinje su:

- Ministarstvo kulture RH - stvara uvjete za obavljanje i razvoj djelatnosti kulture, skrbi o kulturnoj i prirodnoj baštini te je odgovorno za promicanje hrvatske kulture u inozemstvu. Potiče suvremeno kulturno stvaralaštvo koje je u viziji turističkog razvoja Petrinje te financira projekte zaštite i revitalizacije kulturne baštine.
- Ministarstvo poljoprivrede – obavlja upravne i druge poslove koji se odnose na poljoprivredu, ruralni razvitak, prehrambenu industriju, zaštitu poljoprivrednog zemljišta, propisivanje uvjeta za proizvodnju vina i drugih proizvoda od grožđa i vina te druge poslove.
- Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova EU-a – njegova Uprava za strateško planiranje zadužena je za programiranje, implementaciju i evaluaciju fondova EU-a te je jedno od glavnih provedbenih tijela za EU-fondove.
- Hrvatska gospodarska komora služi kao neovisno profesionalno i poslovno udruženje svih pravnih subjekata, u sklopu kojeg djeluje i Sektor za turizam te niz zajednica u turizmu. Od najistaknutijih aktivnosti je tzv. Poslovni forum, na

kojem se turističke agencije upoznaju s novim uglavnom kulturnim proizvodima kako bi ih što bolje plasirale na tržište.

- Hrvatska obrtnička komora – samostalna je stručna poslovna organizacija obrtnika koje promiče, usklađuje i zastupa zajedničke interese obrtništva. U okviru ove komore djeluju brojni cehovi i sekcije (prijevoznika, trgovine, ugostitelja i turističkih djelatnika, cvjećara, tekstila, kože i krzna i drugi).
- Udruga malih obiteljskih hotela - nacionalna udruga koja okuplja oko 150 malih i obiteljskih hotela i oko 70 kvalitetnih pansiona i agrodomaćinstava s područja cijele Hrvatske. Udruga je osnovana 2004. godine kako bi svojim članovima omogućila unapređenje ponude i zastupala njihove specifične interese. Do danas je realizirala brojne projekte iz područja marketinga (izdavanje zajedničkog kataloga, nastupi na sajmovima, portal OMH), edukacije, boljih uvjeta financiranja, ugovara s dobavljačima, certifikacije, diseminacije informacija i sl.
- Udruga hrvatskih putničkih agencija - potiče razvoj znanja i kompetencija te, u novije vrijeme, promiče koncept kompanija/organizacija za upravljanje destinacijom (DMC ili DMO) kao ključnog subjekta u osmišljavanju kvalitetnih, tematiziranih doživljaja destinacije. Udruga može pomoći u afirmiranju turističkih proizvoda među svojim članicama te, putem svojih programa stručnog usavršavanja, potaknuti članice na kreiranje kvalitetnih programa u destinaciji.

2.4. Evaluacija dionika u odnosu na podršku turističkom razvoju

Na temelju provedene analize vidljivo je da ambasador turističkog razvoja grada mora postati gradska uprava u partnerstvu s gradskom turističkom zajednicom, dok većina ostalih institucija koje pokušavaju inicirati njegov razvoj uglavnom spada u skupinu zagovornika (Slika 2.4.1). Ovi dionici smatraju razvoj turizma važnim, pokušavaju osmisliti i realizirati projekte kojima bi se mogli oformiti turistički proizvodi, ali im nedostaje političkog utjecaja, ljudskih resursa, financijskih sredstava, a nerijetko i specifičnih znanja i vještina potrebnih za njegov razvoj. Jednako važno, dionici koji spadaju u skupinu zagovornika nemaju gotovo nikakav utjecaj na razvoj turizma. Latentni dionici uglavnom su s regionalne i nacionalne razine. Oni mogu pomoći razvoju turizma u Petrinji tek pod uvjetom da ih se na odgovarajući način senzibilizira o turističkoj važnosti ovog grada u sklopu regionalne i nacionalne turističke ponude.

Slika 2.4.1. Klasifikacija dionika turističkog razvoja grada Petrinje

Ambasadori	Zagovornici
Gradska uprava TZ grada Petrinje	Razvojna agencija (Petra) Sportske udruge Udruge u kulturi Udruge civilnog društva Smještajni objekti Ugostiteljski objekti TZ Sisačko-moslavačke županije
Latentni dionici	Indiferentni dionici
Hrvatska gospodarska komora Hrvatska obrtnička komora Udruga obiteljskih malih hotela Udruga hrvatskih putničkih agencija	Ministarstvo turizma Ministarstvo kulture Ministarstvo poljoprivrede Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova EU Hrvatska turistička zajednica

3. INICIJALNA IDENTIFIKACIJA RAZVOJNIH PROJEKATA, PROGRAMA I/ILI AKCIJA

Nakon analize dionika koji su, bilo direktno ili indirektno, uključeni u turistički razvoj grada Petrinje te, samim time, u implementaciju prioriternih projekata u svrhu ostvarivanja ciljeva turističkog razvoja grada definiranih Strateškim planom, ovo poglavlje donosi identifikaciju i klasifikaciju projektnih prijedloga. Stanoviti broj ovih projekata proizlazi iz same Strategije, a jedan dio iz tekućih projekata i planova dionika turističkog razvoja grada Petrinje – Gradske uprave, Turističke zajednica Grada Petrinje, udruga i privatnih poduzetnika. Kako bi se ovi projekti stavili u odgovarajući kontekst, na početku ovog poglavlja reteriraju se strateški ciljevi turističkog razvoja grada Petrinje koji predstavljaju temeljne odrednice ovog akcijskog plana, potom se daje detaljni uvid u proces identifikacije i klasifikacije projekata te, konačno, kratki opis svakog projekta.

3.1. Polazne osnove

Polazeći od odrednica vizije razvoja turizma grada Petrinje, Strateški plan je identificirao pet strateških ciljeva turističkog razvoja Petrinje:

Cilj 1:

Stvaranje poticajnog socijalnog okruženja za turistički razvoj grada

Da bi se turizam mogao razvijati kao jedna gospodarska aktivnost ideju njegova razvoja trebaju razumjeti i prihvatiti brojni dionici tog razvoja. Prije svega, lokalno stanovništvo koje ima veliku ulogu u stvaranju turističkog doživljaja treba podržati razvoja turizma. Zbog toga ono mora razumjeti sve pozitivne i eventualne negativne aspekte tog razvoja kao i svoju ulogu u njemu. Da bi se stvorila poticajna klima potrebno je kontinuirano provoditi edukacije lokalne populacije kako bi se, prije svega, upoznala s raznolikošću i potencijalima svoje resursne osnove i važnosti usmene promocije kao i ulogom svakog pojedinog člana te zajednice u brizi o svojoj vlastitoj imovini koja čini dio te destinacije. Zatim, također je važno osigurati kontinuirane brige o zaštiti okoliša i kulturnih dobara, stvarati preduvjete za osposobljavanje malih i srednjih poduzetnika koji već investiraju ili žele investirati u turizam (ugostitelji, OPG-ovi i dr.) te osigurati edukacije o važnosti i načinima njegovanja tradicionalnih lokalnih vrijednosti (stil života i običaji) i načinima njihove prezentacije. U suštini, ključno je iz turizma kao dodatne, gotovo hobi aktivnosti privatnih poduzetnika razviti turističku ponudu.

Cilj 2:

Uređenje destinacije za život i posjet

Svaka turistička destinacija u kojoj turisti mogu osjetiti 'brigu' za detalje stvara ugođaj za boravak turista i podiže razinu njihova zadovoljstva. Zbog toga je uređenje destinacije

jedan od glavnih zadataka koju je potrebno kontinuirano provoditi. Pri tome je važno, u što je većoj mjeri moguće, odgovorno se odnositi prema svih naslijeđenim vrijednostima i sačuvati ih u što je više mogućem izvornim oblicima jer oni čine Petrinju posebnom. Uređenje destinacije bitno je prije svega za zadovoljstvo življenja u ovome gradu.

Cilj 3:

Stvaranje turističke infra i supra strukture

Da bi se turistički proizvodi mogli koristiti i da bi se cijela turistička ponuda uspješnije komercijalizirala potrebno je povećati kvalitetu raspoložive smještajne ponude. Postojeće objekte moguće je urediti u skladu s turističkim iskustvima koji se ovdje nude pa se tako mogu tematizirati (obiteljski pansioni, boravak u ruralnim prostorima). Dobar primjer za to je objekt Tišinić. Dalje, kad je riječ o ugostiteljskoj ponudi cilj je povećati raznolikost ponude u smislu nuđenja tradicionalnih jela, izgleda i ambijenta objekata, kvalitetu usluživanja. Uz ovu ponudu, a s obzirom na razvoj turističkih proizvoda, cilj je u destinaciji imati ponudu kvalitetnih trgovina specijaliziranih za pojedine tržišne niše (npr. ponuda opreme za hodanja i planinarenje, mogućnost najma bicikala, ribički pribor i sl.).

Cilj 4:

Stvaranje zanimljivih turističkih proizvoda

S ciljem stvaranja konkurentne prednosti Petrinje kao izletničke turističke destinacije potrebno je stvoriti niz privlačnih turističkih proizvoda koji će u sebi imati ugrađeni dio specifičnosti Petrinjskog kraja. To znači da će se naglašavati prirodne ljepote i raznolikost resursne osnove pa je cilj stvarati teme koje su tržištu relevantne i zanimljive. Iste je potrebno aktivno promovirati te nuditi najprije na bližim tržištima, a onda razvojem ponude i šire u regiji.

Cilj 5:

Stvaranje prepoznatljivosti Petrinje kao turističke destinacije

Iako je stvaranje prepoznatljivosti na tržištu često dug i složen proces rad na prethodno navedenim strateškim ciljevima voditi će etabliranju Petrinje kao turističke destinacije i stvaranju njene prepoznatljivosti. To bi trebalo voditi povećanju turističkog prometa i intenziviranju turističkih aktivnosti. Da bi se ostvario ovaj cilj važno je uspostavljati djelotvoran i koordiniran pristup marketingu, posebno promociji i prodaji.

3.2. Pristup i način rada

S ciljem podržavanja i ubrzavanja razvoja turizma na području grada Petrinje u skladu s usvojenom vizijom i utvrđenim strateškim ciljevima, inicijalni popis potencijalnih prioritetnih razvojnih projekata temeljio se na:

- savjetovanju s dionicima javnog i privatnog sektora za vrijeme izrade Strateškog plana razvoja turizma
- projektnim prijedlozima dionika javnog i privatnog sektora

- prijedlozima ekspertnog tima Instituta za turizam, Zagreb.

U svrhu prikupljanja projektnih prijedloga dionika, Institut za turizam pripremio je projektni obrazac. Projektnim obrascima prikupljale su se informacije o planiranim projektima, odnosno, želio se steći uvid u tekuće projekte i projektne ideje posredno ili neposredno vezane uz turistički razvoj. Putem obrasca prikupljane su informacije o nazivu projekta, nositelju projekta, eventualnim partnerima na projektu, lokaciji projekta, udaljenosti te lokacije od centra Petrinje, njenoj dostupnosti, ciljevima projekta. Dalje, tražio se kratak opis projekta, njegov doprinos turističkom razvoju grada te planirani troškovi implementacije projekta. Predloženi projekti mogli su se odnositi na bilo koje područje povezano s ubravanjem i/ili boljim tržišnim profiliranjem turističkog razvoja Petrinje. Obrazac je krajem svibnja distribuirala Turistička zajednica Grada Petrinje na 50-ak adresa. Do sredine lipnja na ovaj način prikupljeno je 20-tak projektnih prijedloga. Istovremeno, Razvojna agencija Petra dostavila je Turističkoj zajednici sve projekte iz njihove projektne baze koji se, neposredno ili posredno, odnose na turizam. Na ovaj način identificirano je još 20 projekata.

3.3. Projektni prijedlozi prema strateškim ciljevima

Predloženi projekti grupirani su prema pet strateških ciljeva definirana gradskim turističkim master planom:

- *Stvaranje poticajnog razvojnog okruženja - institucionalni preduvjeti*
Projektni prijedlozi odnose se ponajviše na izgradnju potrebnog organizacijsko-institucionalnog i socijalno-edukativnog okvira kako bi se stvorili preduvjeti za implementaciju turističke razvojne vizije u predviđenim vremenskim okvirima.
- *Uređenje destinacije za život i posjete*
Odnose na projekte kojima se stvaraju pretpostavke za privlačenje turista u Petrinju, u prvom redu infrastrukturne projekte koji će doprinijeti vizualnom skladu i bogatijim urbanim sadržajima, projekte revitalizacije industrijske baštine kako bi se stvorili prostori za nove, te projekte kojima se stvaraju uvjeti za aktivaciju sjevernog (kupskog) i južnog (brdskog) pola turističkog razvoja grada.
- *Uspostava turističke infra i supra strukture*
Ova grupa projekata odnosi se na direktno na turističke razvojne projekte, odnosno na osnovne sadržaje turističkog boravka poput smještaja, ugostiteljstva te popratnih sadržaja.
- *Stvaranje turističkih proizvoda*
Za razliku od turističkih infrastrukturnih projekata, u ovu grupu svrstani su svi oni projekti koji se odnose na sadržaje turističkog boravka od vizitacijskih sadržaja (npr. muzeja, etno-sela), preko projekata koji objedinjavaju postojeću turističku ponudu (npr. tematski itinereri), do onih koji se odnose na razvoj novih, ključnih proizvoda.

- *Podizanje tržišne prepoznatljivost*
Uključuju projekte u funkciji uspostave jednoobraznog i cjelovitog sustava turističkog informiranja i interpretacije resursno-atraktivne osnove i povećanje učinkovitosti marketinško-promidžbenih aktivnosti.

Tablica 3.1.3: Projektni prijedlozi prema strateškim ciljevima razvoja turizma grada Petrinje

Redni broj .	Inicijalni popis projekata
<i>Cilj 1: Projektne ideje u cilju stvaranja poticajnog razvojnog okruženja</i>	
1.	Interni marketing
2.	Obrazovanje za turizam
3.	Savjetodavne usluge investitorima/poduzetnicima
<i>Cilj 2: Projektne ideje u funkciji uređenja destinacije</i>	
4.	Uređenje petrinjske gradske jezgre
5.	„Grad na Kupi“ uređenje prostora oko gradskog kupališta i uzduž Petrinjčice
6.	Zelena tržnica
7.	Turističko-sportski centar Pigik (1 faza uređenja sportskih terena)
8.	Koncept najbolje uporabe i studije isplativosti Munjare
9.	Koncept najbolje uporabe i studije isplativosti Stare klaonice
10.	Koncept najbolje uporabe i studije isplativosti stare tvornice Gavrilović
11.	Nastavak obnove Hrvatskog seljačkog doma u Hrastovici
12.	Uređenje skijališta i sanjkališta Vrelo u Hrastovici
13.	Uređenje planinarskog doma
14.	Zelena dolina – plan uređenja turističko-rekreacijske zone
15.	Stambeno-poslovni objekt – kurija u Gorama
16.	Uređenje jezera Zvirište za sportski ribolov
17.	Uređenje prirodnih pješčanih plaža na Kupi
<i>Cilj 3: Projektne ideje u funkciji unapređenja turističke infra i supra strukture</i>	
18.	Hostel Xchange u Petrinji
19.	Turističko-sportski centar Pigik 2. faza – smještaj i ugostiteljstvo
20.	Uređenje turističkih sadržaja na prostoru Pigika (smještaj i popratni sadržaji)
21.	Tematiziran smještajno-ugostiteljski objekt za lovce (Mala Gorica)
22.	Mlinski kamen – integriran eko-resort
<i>Cilj 4: Projektne ideje u funkciji stvaranja turističkih proizvoda</i>	
23.	Muzej Banovine
24.	Akvarij slatkovodnih riba
25.	Malo inovacije – puno zabave
26.	Gospodarska manifestacija - Pigik
27.	Cikloturizam u Petrinji
28.	S kestenom kroz povijest
29.	Plan razvoja gastronomskog turizma
30.	Akcijski plan razvoja turizma događanja
31.	Akcijski plan razvoja turizma promatranja biljnog i životinjskog svijeta

32.	Akcijski plan ribolovnog turizma
33.	Vinsko izletište Belošević
34.	Etno selo na Banovini
35.	Medena kuća s medotetkom i pčelarskom izložbom/muzejom
36.	Park tamnog neba nad petrinjskim krajem
37.	Hrvatski centar templarske baštine u Gori
38.	Geološka transverzala Zrinske gore (LAG)
39.	Multifunkcionalni centar Pokupsa kuća
40.	Turistička agencija DMC
<i>Cilj 5: Projektne ideje u funkciji uspostave tržišne prepoznatljivosti</i>	
41.	Plan promocijskih aktivnosti
42.	Izrada i primjena promocijskih konstanti
43.	Izrada i distribucija tiskanih promocijskih materijala
44.	Program proizvodnje autohtonih suvenira
45.	Strategija brendiranja

3.4. Kratki opis projektnih prijedloga/ideja

Projektne ideje u cilju stvaranja poticajnog razvojnog okruženja

Interni marketing

U fazi zatečenog stanja turističkog razvoja, interesi pojedinih razvojnih dionika (nositelji javne vlasti, turistička zajednica, hotelijeri, privatni iznajmljivači, privatni ugostitelji, najšira populacija) bitno se razlikuju. Samim tim, nemoguće je uskladiti uloge, ali i odgovornosti pojedinih aktera u njegovu razvijanju. U takvoj situaciji, većina razvojnih dionika djeluje autonomno, pri čemu se postižu sub-optimalni učinci što stvara percepciju nemoći i apatije. Vodeći računa o tome interni marketing i promocija usmjereni su na:

- uspostavu klime međusobnog povjerenja i suradnje svih razvojnih dionika, ,
- osiguranje konzistentne kvalitete usluge na razini cijele destinacije,
- informiranje stanovništva o mogućnostima za ulaganja u turizam,
- prezentacije turističkih atrakcija široj populaciji i poučavanje o tome kako usmenim preporukama promovirati Petrinju.

Projektom se predlaže razvoj specifično ciljanih poruka za svaku od navedenih skupina odgovarajućim promotivnim i komunikacijskim alatima i aktivnostima kojima se podiže svijest o potrebi međusobne suradnje i komunikacije u cilju dinamiziranja turističkog razvoja i/ili tržišnog repozicioniranja grada.

Obrazovanje za turizam

S obzirom na to da je Petrinja u inicijalnoj fazi turističkog razvoja, većina sadašnjih i potencijalnih poduzetnika ima vrlo malo iskustva u turističkom i/ili ugostiteljskom

poslovanju. Također, jedan dio sadašnjih i potencijalnih poduzetnika ulazi u turističko-ugostiteljsko poslovanje iz nužde. U takvim okolnostima, od presudne je važnosti obrazovanje za turizam kako bi se osiguralo da njihovih poduzetnički projekti budu u skladu sa zakonskom normativom, ali još i važnije postavljeni na zdrave programske i financijske osnove. Stoga je cilj ovog projekta kontinuiranim programima radionica, predavanja te, po potrebi i raspoloživim resursima transferirati poduzetnicima potrebna znanja, vještine i kompetencije za uspješno poslovanje u turizmu kako bi se osigurao njihov uspjeh, a time i uspješnost cijelog turističkog sektora grada.

Savjetodavne usluge investitorima/poduzetnicima

Nedostatak kvalitetnih informacija za potencijalne investitore, nedostatak poduzetničkih vještina za pripremu projekata i fazu razvoja jedna su od najvećih prepreka turističkog razvoja destinacijama u inicijalnoj fazi turističkog razvoja. Kako bi se povećao broj uspješnih turističkih projekata, bitno je poduzetnicima osigurati savjetodavnu pomoć koja bi obuhvaćala savjetodavnu pomoć u svim fazama pripreme i realizacije projekta, s naglaskom na kvalitetnu pripremu, uključujući pomoć u fazi inicijalne isplativosti projekta (best use and pre-feasibility), pomoć u fazi izrade projektne dokumentacije (feasibility) te pomoć u pripremi idejnog projekta i slično. Kako je od presudne važnosti da projekti budu realizirani sukladno zahtjevima tržišta i zakonskoj regulativi, a poštujući lokalnu tradiciju, savjetodavna pomoć u uređenju interijera, krajobraza i finalizaciji ponude također bi trebala biti dio usluga investitorima u turističko-ugostiteljske projekte grada.

Projektne ideje u cilju uređenja destinacije za život i posjet

Optimalno uređenje gradske jezgre, Petrinja

Ovo područje okvirno obuhvaća prostor omeđen ulicom M. Gupca, Radićevom, M. Srnaka i šetališta K. Knežića, uz produžetak Mihanovićeve do stare Gavrilovićeve klaonice. U ovom prostoru se, između ostalog, nalaze sljedeće pojedinačne atrakcije: župna crkva, park, galerija K. Hegedušića, PUO Hrvatski dom, stara tvornica i obiteljska kuća Gavrilovića, stara klaonica, niz vrijednih pojedinačnih građevina u kojima su danas smješteni administrativni i obrazovni sadržaji, munjara, lončarski obrt te ugostiteljski i trgovački sadržaji. Ujedno ovo je zona u kojoj se odvijaju sve značajnije kulturne, zabavne i sportske manifestacije. Unatoč turističkoj važnosti, ovaj prostor danas obilježavaju oronule zgrade i fasade te skromna urbana oprema. Uređenje gradske jezgre važno je ne samo sa stajališta posjetitelja grada već i njihovih žitelja stoga što uređen i lijep okoliš stvara osjećaj ponosa i entuzijazma koji su neophodni i za turistički i sveukupni ekonomski i društveni uzlet Petrinje. Pored uređenja fasada, urbane opreme i hortikulture, ovaj projekt trebao bi obuhvatiti i rješenje središnjeg interpretativno-interpretacijskog punkta te interpretacije kulturno-povijesne baštine.

Grad na Kupi, Petrinja

Ovo je integralni projekt gradske uprave kojim se želi revitalizirati gradsko područje neposredno uz rijeku Kupu i Petrinjčici. Sa stajališta stanovnika Petrinje, riječ je o projektu koji bi znatno unaprijedio kvalitetu života u gradu kroz nove sportsko-rekreativne sadržaje, a sa stajališta turističkog razvoja aktivirao rijeke kao jedne od glavnih turističkih resursa grada. Konkretno, radi se o gospodarsko-turističkoj zoni Kupa-Petrinčica gdje bi se realizirao niz projekata. Obuhvatilo bi se: uređenje autokampa na gradskom kupalištu u Petrinji, izgradnja pristaništa za čamce na rijeci Kupi, izgradnja parka sa multifunkcionalnim igralištem uz rijeku Petrinjčicu, izgradnja multifunkcionalnog centra, sanacija gradskog parka J. J. Strossmayer te uzletno-sletna staza uz Kupci (mini aerodrom).

Zelena tržnica, Petrinja

Zelena tržnica također je projekt gradske uprave Grada Petrinje. Radi se o multifunkcionalnom prostoru koji bi, pored prostora tržnice, imao namjenu gradskog parkirališta te, ujedno, služio i kao prostor organizacije raznih gospodarskih i turističkih manifestacija. Na tom bi se prostoru mogli prodavati autohtoni poljoprivredni proizvodi te organizirati sajmovi na otvorenom.

Turističko sportski centar Pigik – prva faza

Projekt privatnog investitora usmjeren na uređenje sportskog centra Pigik u Petrinji. Planirane su dvije faze. U prvoj fazi priprema za provedbu investicije uređenja sportskih terena i terena malog nogometa s balonima i svlačionica, a u drugoj fazi planira se uređenje restoran i nekadašnjeg hotela na lokaciji Pigik. Za sada su osigurana sredstva za prvu fazu.

Rekonstrukcija i prenamjena objekata industrijske baštine

U gradu se nalaze tri vrlo važna objekta industrijske baštine koji su, ovog trenutka, izloženi propadanju. Ovakvo je stanje stvari djelomično rezultat nedostatka financijskih sredstava, ali djelomično i činjenice da nije jasno definirana njihova moguća namjena. Riječ je o zgradi Stare klaonice i Munjare u gradskom vlasništvu, te staroj tvornici Gavrilović u vlasništvu Gavrilović d.o.o. Dok je kod potonje riječ prvenstveno o očuvanju vrijedne kulturne baštine i dijela povijesti Petrinje te njezino aktiviranje kada to uvjeti budu dozvoljavali. Ostala dva objekta su u javnom vlasništvu te bi se odmah mogli aktivirati pri čemu je potrebno:

- valorizirati tržišni i gospodarski potencijal građevine,
- definirati primjeren, dugoročni održiv i ekonomski opravdan koncept (strategiju) razvoja,
- okvirno utvrdi visinu potrebnih ulaganja,

- procijeniti realni poslovni potencijal revitalizirane zgrade (povezano s prethodno definiranim prioritetima),
- sagledati bitne parametre ekonomske/financijske isplativosti po razvojnim fazama,
- predložiti razvojne prioritete (povezano s očekivanim generiranjem prihoda i dobiti).

Turističko-informativni centar

S obzirom na slojevitost turističkog proizvoda grada Petrinje i njegovoj prostornoj disperziranosti s jedne strane, te relativno nepoznavanje projektnog područja od strane posjetitelja s druge strane, pravovremen informacije su od izuzetne važnosti te, pri tome, informacije na licu mjesta. Naime, sa skromnim financijskim performansama turistički poduzetnici grada Petrinje imaju vrlo skroman budžet za promociju izvan granica grada Petrinje, a uslijed skromnog broja turističkih noćenja i promocijski budžet turističke zajednice izuzetno je skroman. U takvim uvjetima, od presudne su važnosti informacije koje posjetitelji dobiju na licu mjesta, za što je potreban turističko-informativni centar koji bi trebao biti lociran na vidljivoj i lako dostupnoj lokaciji. Ovaj centar treba stvarati osjećaj dobrodošlice i pružiti sve potrebne informacije za obilazak i boravak na području grada Petrinje.

Obnova hrvatskog seljačkog doma u Hrastovici

Hrvatski seljački dom je u vlasništvu grada Petrinje i nalazi se na rubu Hrastovačke gore. Objekt je razrušen u domovinskom ratu, a prije je bio mjesto kulturno društvenih događanja, druženja i zabave. Projekt obnove je započet 2012. godine. Njegova obnova pridonijet će čuvanje kulturne i povijesne baštine petrinjskog kraja te time pridonijeti turističkoj ponudi. Nositelj ovog projekta je Vijeće mjesnog odbora Hrastovica.

Elektrifikacija skijališta, sanjkališta i prostora za rekreaciju u Vrelo

Skijaška staza Vrelo u Hrastovici nalazi se na 300 m n/v, ima pet staza od 50 do 300 i vučnicu do 150 m, te sanjkašku stazu od 1000 m (od dijela sela zvanog Podgorje do Bartolovca). Ovo lokalno skijalište uređuje i Skijaški klub Vrelo Hrastovica, osnovan 2009. Projekt podrazumijeva elektrifikaciju skijališta i sanjkališta omogućilo bi se skijanje i sanjkanje odraslih i djece odnosno unaprijedila bi se mogućnost za cjelodnevne izlete.

Petrinjsko gorje i planinarski dom u funkciji turističkog razvoja

Kroz ovaj projekt gradske uprave potiče se razvoj u ruralnim područjima (IPA projekt – Poslovna i turističke infrastruktura). Radi se o sanaciji turističke ceste Gornja Bačuga, izgradnje vidikovca i uređenje okoliša oko Planinarskog doma, marketinškim aktivnostima te edukaciji u turizmu.

Stambeno poslovni objekt – Kurija Gore

Riječ je o privatnom projektu na lokaciji Gora koje je od grada udaljena oko 7 km. Projektom bi se obnovila i rekonstruirala građevina za očuvanje kulturne baštine te bi se poticao razvoj selektivnih oblika turizma. Lokacija je dostupna pješice, automobilom i autobusom.

Hrvatski centar templarske baštine u Gori

Riječ je o projektu obnove i valorizacije kulturno povijesne baštine u Gorama. U templarskoj kući bi se kroz stalnu izložbu o Redu Vitezova Templara iz Gora i kušaonicu autohtonih srednjovjekovnih proizvoda upriličila povijesna priča o templarima i srednjem vijeku. Cijelo bi se mjesto, budući da se nalazi na glavnoj prometnici, uredilo kao odmorište.

Uređenje jezera Zvirište

Ovim bi se projektom uredilo područje oko jezera Zvirište u Novoj Drenčini, postavili panoi, uredile šetnice, postavile tradicijske drvene kuće, postavila etno zbirka te uredile streljane za streličare. Projektom bi se uredio zapušteni prigradski prostora. Nositelj projekta je Ribolovna udruga Petrinja.

Uređenje prirodnih pješčanih plaža

Prirodne pješčane plaže jedna su od glavnih atrakcija sjevernog pola Grada Petrinje, uz koje su često nanizana i vikend naselja te nekolicina seoskih turističkih gospodarstava. Aktivnosti na vodi (kupanje, sunčanje, plivanje, veslanje) i uz nju (hodanje, vožnja biciklom, rekreativni ribolov) osiguravaju splet aktivnosti za višednevni boravak, dok aktiviranje vikendica u komercijalne smještajne kapacitete predstavlja dodatni potencijal turističkog razvoja ovog područja. Ovog trenutka prirodne plaže Kupe poznate su i dostupne jedino lokalnom stanovništvu. Da bi se popularizirale i privukle veći broj turističkih posjeta potrebno ih je označiti, urediti prilaze i parkirališta te, sukladno mogućnostima, aktivirati smještajne kapacitete u vikendicama/kućama za odmor.

Projektne ideje u cilju uspostave turističke infra i supra-strukture

Gradski hotel - koncept najbolje uporabe i feasibility

S obzirom na to da u samom gradu nedostaje kvalitetnijih smještajnih i ugostiteljskih kapaciteta te želju da se Petrinja i proizvodno i tržišno repositionira, projektom se predlaže propitati najbolju lokaciju te tržišnu opravdanost izgradnje gradskog hotela. Pokaže li se ovakva investicija opravdana, gradska uprava imat će spreman projekt i projektnu dokumentaciju za eventualnog investitora.

Hostel x

Riječ je o realizaciji hostela u samome gradu Petrinji. Projekt bi obuhvatio izradu projektne dokumentacije i renoviranje zgrade u kojoj bi bio hostel, promociju hostela, edukaciju mladih koji bi voditi hostel. Projektom bi se unaprijedila turistička ponuda Petrinje. Za sada je projekt u idejnoj fazi. Njegov nositelj je Udruga IKS.

Uređenje turističkih sadržaja na području „Pigika“

Na području Pigika površine cca 10.000 m² planira se realizacija turističkih usluga smještaja, prehrane, uređenja dodatnih turističkih sadržaja.

Tematiziran smještajno-ugostiteljski objekt za lovce, Mala Gorica

Projekt obuhvaća preseljenje i obnovu drvenih tradicijskih objekata ukupnog kapaciteta 15 kreveta. Usmjere je na lovce tijekom lovne sezone te tijekom ljeta na obiteljski i cikloturizam. Projektom se obuhvaća i posluživanje domaćih eko proizvoda lokalnih proizvođača, uređenje organskog vrta te održavanje radionica za građane. Nositelj je Poljoprivredna zadruga ZEC MB.

Šamarica – koncept najbolje uporabe i feasibility

Na samoj kraju južnog pola – brdskog područja Banovine nekadašnji je smještajno-ugostiteljski kompleks sa skijalištem. Iako je danas ovo područje devastirano, s obzirom na to da je ono u prostornim planovima rezervirano za turističko-ugostiteljsku namjenu te da se nalazi u području koje je već funkcioniralo kao turističko odredište, projektom se predlaže propitati njegovu optimalnu namjenu te isplativost ulaganja, kao pripremu dokumentaciju za eventualne investitore.

Dječji istraživački centar – uređenje i podizanje kvalitete

Radi se o formiranje edukativnih i inovativnih kulturnih i turističkih sadržaja, a aktivnosti bi obuhvatile: uređenje objekta DIC-a, uspostavu etno parka, obnovu i uređenje autohtone vodenice te organizaciju gospodarsko turističke manifestacije.

Mlinski kamen, Brest Pokupski

Riječ je o eko-agro turističkom gospodarstvu Mlinski kamen. Projektom bi se realizirao restoran, ponuda domaćih izvornih jela i autohtonih namirnica, vina i rakije. Dalje, u okviru gospodarstva bio bi ekološki uzgoj povrća i domaćih životinja i proizvodnja bioplina i bio gnojiva, izgradio bi se sportski centar te tematski park orijentiran na ekologiju i ruralne specifičnosti Banije. Dalje, organizirane bi se razne manifestacije poput 'škole kuhanja' i sl. Projekt je privatne inicijative i, za sada, u je fazi izrade projekte dokumentacije. Investitor je Eko-energija system d.o.o.

Lovni turizam Bijelo lane, Petkovac

Projekt je privatnog investitora. Radi se o smještajnog ponudi 3 do 4 bungalova u drvenim alpskih kućama, ribnjaku s pastrvama i protočnim vodom te eventualno kampu. Vlasnik ima 6 ha površine na mirnoj lokaciji seoskog imanja na kojem se nalazi izvor pitke vode.

Projektne ideje u cilju razvoja proizvoda

Muzej Banovine

Radi se o projektu Udruge kojim bi se okupila povijesna građa na jednom mjestu te spriječilo daljnje rasipanje eksponata i predmeta s područja Banije. Realizacijom ovoga projekta u gradu Petrinji unaprijedila bi se edukacija školske populacije o povijesti kraja kao i ukupna turistička ponuda.

Akvarij slatkovodnih riba

Projekt bi se realizirao na zaštićenom prostoru povijesne građevine koja se nalazi na ušću rječice Petrinjčice u Kupu. Riječ je o jedinstvenom akvariju kakav do sada nije realiziran na području Hrvatske.

Malo inovacije – puno zabave

Riječ je o IPA projektu prekogranične suradnje povezivanja turističke ponude Grada Petrinje i Velike Kladuše, odnosno, zajedničkom razvoju proizvoda i zajedničkoj promociji. Projekt je prijavio grad Petrinja.

Gospodarska manifestacija Zrin-G-reen

Riječ je o projektu koji povezuje srednje i velike proizvođače hrane te potiče i razvija suradnju među njima. Kroz ovu manifestaciju promoviraju se gastronomski proizvodi. Ova je manifestacija nastavak nekadašnje tradicionalne Petrinjske izložbe gastronomije i kulinarstva koja se prilagođava današnjim uvjetima i vremenu. Održava se na prostoru DIC-a.

Cikloturizam u Petrinji

Projekt uključuje označavanje i opremanje staza, razvoj pratećih sadržaja (vidikovci, servisi za popravke bicikla, odmorišta i sl.), razvoj smještajnih kapaciteta, razvoj dodatnih manifestacija, organizacija edukacije o razvoju cikloturizma, izradu parkirališta, izrade promocijskih materijala, organizaciju natjecanja te niz drugih aktivnosti na daljnjem razvoju ovog proizvoda.

S kestenom kroz povijest

Ovim projektom želi se potaknuti ponuda u ruralnim krajevima, obnoviti izvorni i tradicijski proizvodi te pridonijeti održivom gospodarenju prirodnih resursima i očuvanju

okoliša. Također se kroz ovaj projekt želi urediti skijalište u Hrastovici, obnoviti Pecko jezero, urediti vidikovci i planinarski dom te urediti i označiti put „S kestenom kroz povijest“.

Plan razvoja gastronomskog turizma

Petrinja je dobro poznata po pčelarstvu s obzirom na izuzetno veliku koncentraciju pčelara, šljivarstvu, a revitaliziraju se i vinogradi te se pojavljuju manje, obiteljske vinarije s kušaonicama. Izuzev Centra za šljivu i kesten koji bi se mogao uključiti obrazovnim sadržajima u turističku ponudu, mali proizvođači su geografski raspršeni, s relativnom malom proizvodnjom, skromnim financijskim kapacitetima za ulaganje u turističku stranu poslovanja. Jednako važno je i gastronomska tradicija vezana uz prvu hrvatsku tvornicu salame te s njom povezna tradicija proizvodnje suhomesnatih proizvoda u cijelom projektnom području. S povećanjem interesa za lokalnu gastronomiju i enologiju, a na osnovi već postojećih proizvoda, grad bi trebao razviti snažan gastronomski (uključivo šljivu, kesten, med i vino) turistički proizvod. Cilj projekta je oblikovati i razviti dobro organizirani gastronomski i vinski turistički proizvod na proizvođačima najučinkovitiji i najprihvatljiviji način tako da poluče maksimalne učinke od turističkog tržišta.

Akcijski plan razvoja turizma događanja

Grad Petrinja obiluje raznim kulturnim, gospodarskim i sportskim događanjima od kojih neka mogu prerasti u prvorazredne turističke atrakcije. Međutim, većina gradskih događanja privlači danas relativno malen broj posjetitelja, uglavnom su lokalnog karaktera, skromno financirana i još skromnije promovirana. Akcijski plan razvoja turizma događanja, koja se zasniva na definiranju portfelja događanja – od tzv. „hallmark“ događanja, preko nacionalnih, regionalnih do lokalnih – koji će oživjeti statične atrakcije, udahnuti im živost, ponuditi posjetiteljima raznovrstan sklop aktivnosti, te ih time potaknuti na dulji boravak, veću potrošnju i ponovni dolazak, neophodan je za grad Petrinju, osobito u prvoj fazi intenzivnijeg turističkog razvoja. Istovremeno, riječ je o projektu koji iziskuje relativno mala sredstva i može se vrlo brzo implementirati, a u cijelosti se uklapa u suvremene trendove gdje posjetitelji najviše uživaju u atmosferi i raznim uličnim aktivnostima.

Akcijski plan razvoja turizma promatranja biljnog i životinjskog svijeta

Zahvaljujući bogatoj fauni u čitavom području trebale bi biti dobre mogućnosti za razvoj izvrsnog proizvoda promatranja životinja, uključujući foto safarije. To se, međutim, do sada nije koristilo. Iako je to potencijalno vrlo unosan proizvod, do sada nije bilo ozbiljnih pokušaja razvoja tog proizvoda, uglavnom zahvaljujući činjenici da turistički sektor nije prepoznao potencijal te turističke aktivnosti. Projektnom idejom želi se evaluirati potencijal promatranja prirode na sveobuhvatnim osnovama i predočiti

akcijski plan o tome kako stvoriti dugoročno održiv, visoko konkurentan turistički proizvod.

Akcijski plan razvoja ribolovnog turizma

Usprkos rijekama Kupi i Petrinjčici pogodnih za ribolov, ribolovni turizam na području grada Petrinje nije afirmiran kao poseban turistički proizvod, unatoč činjenici da je to tržište stalno u potrazi za novim, relativno neotkrivenim područjima. Ovim se projektom želi procijeniti tržišni potencijal ribolovnog turizma te, na toj osnovi, definirati sadržaje turističko-ugostiteljske i druge uslužne ponude namijenjene ponajviše ribičima. Osim tržišne oportuniteti izgradnje specijaliziranih smještajnih objekata, projekt bi trebao evaluirati održivost razvoja drugih malih turističkih objekata i sadržaja ne samo za ribolovno tržište, već i za jednodnevne izletnike i goste na proputovanju.

Vinsko izletište Belošević

Riječ je o privatnom projektu kroz koji se želi realizirati prihvatač gostiju za obilazak prirode, kušanje vina, boravak u prirodi te smještaj. Do sada je izgrađen objekt i završen vinski podrum i kušaonica te je u tijeku izgradnja smještajnog dijela objekta. Lokacija je dostupna pješice i automobilom, a nalazi se u Hrastovici.

Etno selo na Banovini

Projekt obuhvaća pripremu terena i nabavu opreme i materijala, izbor i edukaciju sudionika, samu izgradnju etno-selo, uzgoj životinja, obradu zemlje i sadnju te konačno, marketing i prodaju proizvoda i usluga etno sela. Projektom bi se čuvala i prezentirala tradicija ovoga kraja te unaprijedila turistička ponuda. Projekt je u idejnoj fazi, a nositelj je Udruga za promicanje informatike, kulture i suživota (IKS).

Medena kuća s medotekom i pčelarskom izložbom/muzejom

Ovim bi se projektom povezala kulturna, znanstvena i gastronomska djelatnost vezana uz pčelarstvo s ekološkom proizvodnjom. U selu Klinac u tijeku je projekt stvaranja „Poučne staze medonosnog bilja“ (Ministarstvo turizma). Planira se obnova nekoliko tradicijskih objekata te multimedijska seminarska dvorana, kušaonica meda i proizvoda od meda te medoetaka. Također bi se realizirao i muzej. Projekt je u tijeku.

Park tamnog neba nad petrinjskim krajem

Parkovi tamnog neba su područja u kojima je očuvano prirodno zvjezdano noćno nebo tj. svjetlosno zagađenje je minimalno. Pilot projekt bi se proveo na području Poučne staze medonosnog bilja (2-3 ha brdske livade) u selu Klinac te bi se oslonio na postojeću infrastrukturu (livada je okružena šumom). Organiziralo bi se okupljanje astronoma amatera i ljubitelja prirode (Petrinja Star Party) – Suze sv. Lovre.

Multifunkcionalni centar Pokupska kuća

Sanacija tradicijske kuće „Korablja“ u selu Brest s uređenjem etnografske izložbe.

Turistička agencija – DMC

Projekt obuhvaća osnivanje destinacijske menadžment kompanije u centru grada. Ova bi agencija promovirala turističke resurse grada Petrinje i okolice te nudila paket aranžmana u koje bi sve to uključila. Pored toga, bavila bi se i drugim agencijskim poslovima poput iznajmljivanja privatnog smještaja te organizacija turističkih putovanja.

Projektne ideje u cilju podizanja tržišne prepoznatljivosti

Plan promocijskih aktivnosti

Projekt obuhvaća detaljno definiranje aktivnosti promocije na godišnjoj razini. Uključuje razradu aktivnosti odnosa s javnošću, direktnog marketinga, oglašavanja i drugih promocijskih aktivnosti. Planiranje promocijskih aktivnosti nužno je kako bi se na najbolji način iskoristili postojeći financijski i ljudski resursi te ostvarili željeni učinci promocije.

Izrada i primjena promocijskih konstanti

TZ grada Petrinje ima logo i slogan „Mali grad velikog srca“. Promocijske konstante valjalo bi konzistentno primjenjivati na sve promocijske materijale, table dobrodošlice, poslovnu i papirnu konfekciju i Internet stranice. Također bi ih, kroz jasna pravila korištenja, trebali koristiti i drugi ponuđači proizvoda i usluga u turizmu u Petrinji.

Izrada i distribucija tiskanih promocijskih materijala

Tiskani promocijski materijali u kombinaciji s drugim promocijskim materijalima pridonijeli bi poticanju i informiranosti posjetitelja u Petrinji. Riječ je jednostavnim materijalima koji bi jasno predstavili glavne prednosti Petrinje. Naglasak bi bio na prenošenju osnovnih poruka kao i korisnim informacijama.

Program proizvodnje autohtonih suveniru

Suveniri su ambasadori destinacija i predstavljaju specifični proizvod koji će posjetitelja u različitim prigodama podsjećati na turistička iskustva koje je imao u destinaciji. Suveniri mogu biti dekorativni, uporabni ili samo jednom uporabni. Trebaju obrađivati teme na kojima se temelji prepoznatljivost turističke destinacije. Za izbor suveniru potrebno je izabrati stručno kvalificirano povjerenstvo koje će upravljati postupkom izbora suveniru. Kod suveniru se posebno treba paziti na distribuciju, način prezentacije te pakiranje koje također treba biti privlačno i funkcionalno (lagano za prenošenje i u funkciji zaštite predmeta).

4. PRIORITETNI TURISTIČKO-RAZVOJNI PROJEKTI

U prethodnom poglavlju sadržani su svi projekti koje bi bilo poželjno, temeljem “Strateškog plana razvoja turizma destinacije Petrinja” i prijedloga dionika turističkog razvoja Petrinje, realizirati u narednom planskom razdoblju, odnosno do 2020. godini. Međutim, imajući na umu relativno velik broj projekata, od kojih su mnogi srodni, kao i ograničene kapacitete gradske uprave (ljudske i materijalne) i ostalih dionika za ulaganje u turistički razvoj, odabrano je i elaborirano dvadesetpet ključnih projekata koji nerijetko objedinjuju nekoliko manjih projekata opisanih u prethodnom poglavlju. Stoga ovo poglavlje, pored detaljne elaboracije prioriteta projekata, donosi kriterije na temelju kojih je izvršen izbor prioriteta projekata kao i njihovu programsku organizaciju.

4.1. Kriteriji za izbor prioriteta projekata

Pri odabiru i/ili identifikaciji prioriteta projekata vodilo se prvenstveno računa da se slijedi programsko–prostorni i plansko–konceptijski okvir turističkog razvoja predložen usvojenim Strateškim planom razvoja turizma destinacije Petrinja. Na taj je način moguće u kraćem vremenu i racionalnim ulaganjem aktivirati što više turističkih atrakcija i proizvoda sukladno viziji turističkog razvoja grada. Pri tome potrebno je iz predloženih projekata odabrati one prioriteta projekte koji su ključni za ostvarenje turističke razvojne vizije odnosno strateških ciljeva grada Petrinje. U tu svrhu korištene su dvije skupine selekcijsko-eliminacijskih kriterija:

Osnovni kriteriji

- Hoće li predloženi projekt privući nove turiste na ovo područje i u kojem roku?
- Hoće li predloženi projekt generirati dodatne prihode privatnom i/ili javnom sektoru i u kojem roku?
- Raspoloživo li nositelj projekta s ljudskim resursima potrebnim za njegovu realizaciju?
- Hoće li projekt doprinijeti ekonomskom blagostanju u smislu generiranja novih radnih mjesta, povećanja BDP-a i stvaranja sinergijskih učinaka induciranjem poslovnih aktivnosti i zapošljavanja u srodnim sektorima?
- Hoće li projekt ojačati portfelj turističkih iskustava i/ili proizvoda grada?
- Hoće li projekt unaprijediti turistički ugled i imidž Petrinje?
- Je li projekt ekološki, kulturno i društveno primjeren?
- U kojoj je mjeri projekt privlačan za privatni, odnosno javni sektor?

Dodatni kriteriji

- ukupni troškovi (što manje, to bolje),
- očekivano vrijeme implementacije (što kraće, to bolje),
- opća prihvaćenost u javnosti (slaganje lokalne zajednice).

Vodeći se ovim kriterijima, identificirano je dvadesetpet projekata koji će u planskom razdoblju značajno doprinijeti realizaciji turističke vizije grada Petrinje.

4.2. Prioritetni turistički projekti po programima

S obzirom na to da inicijalni zamah razvoju turizma Petrinje neminovno daje javni sektor, način organizacije i financiranja aktivnosti predloženih ovim akcijskim planom organiziran je putem konkretnih programa kao ustaljenog načina operativnog djelovanja proračunskih institucija. Stoga je pristup implementaciji prikazan je na Slici 4.2.1. Ovakav pristup ujedno omogućuje i kreiranje programa potpora i poticaja za sufinanciranje projekata privatnog sektora kao i udruga/zadruga koje nadopunjuju prioritetne projekte unutar svakog programa.

Slika 4.2.1. Pristup implementaciji akcijskog plana razvoja turizma grada Petrinje

Cilj turističkog razvoja				
PREPOZNAVANJE IZLETNIČKA DESTINACIJA				
PITOMI KRAJOBRAZ - KULTURNA BAŠTINA - GASTRONOMIJA				
STRATEŠKI CILJEVI				
POTICAJNO RAZVOJNO OKRUŽENJE	UREĐENE DESTINACIJE ZA ŽIVOT I POSJET	TURISTIČKA INFRASTRUKTURA	TURISTIČKI PROZVODI	TRŽIŠNA KOMUNIKACIJA
PROGRAM 1. Razvoj poduzetničkih potencijala	PROGRAM 2.1. Stvaranje dobrošlice	PROGRAM 3.1. Izgradnja novih smještajnih kapaciteta	PROGRAM 4. Stvaranje proizvodnih klastera	PROGRAM 5. Marketing - promocija i prodaja
	PROGRAM 2.2. Stvaranje dobrošlice	PROGRAM 3.2. Uspostava inovativnih turističkih sadržaja		
	PROGRAM 2.3. Afirmacija i artikulacija krajobraza i prirodnih vrijednosti			
↓	↓	↓	↓	↓
Organizacija				

Konačni popis prioritetnih razvojnih projekata u funkciji ostvarenja vizije turističkog razvoja grada Petrinje iskazan je u tablici 4.2.1.

Tablica 4.2.1. Prioritetni turistički razvojni projekti grada Petrinje prema ciljevima

Redni broj .	Prioritetni projekti
Cilj 1: Stvaranje poticajnog razvojnog okruženja	
	Program 1. Razvoj poduzetničkih potencijala
	1. Interni marketing
	2. Savjetodavna podrška turističkim poduzetnicima
Cilj 2: Uređenje destinacije za život i posjete	
	Program 2.1. Stvaranje dobrodošlice – sustav kretanja posjetitelja
	3. Uspostava turističkog informativnog centra
	4. Unapređenje smeđe signalizacije i interpretacije
	5. Unapređenje pješačkih i biciklističkih staza
	Program 2.2. Revitalizacija kulturne baštine
	6. Turističko uređenje gradske jezgre
	7. Klaonica – koncept najboljeg korištenja i studija troškova i koristi
	8. Artikulacija kompleksa Župne crkve UBDM
	9. Uređenja Hrastovice – artikulacija prostora oko crkve i Seljačkog doma
	Program 2.3. Afirmacija i artikulacija krajobraza i prirodnih vrijednosti
	10. Grad na Kupi
	11. Plaže na Kupi
Cilj 3: Turistička infra i supra struktura	
	Program 3.1. Izgradnja novih smještajnih kapaciteta
	12. Gradski hotel
	13. Hostel
	14. Auto-kamp
	Program 3.2. Uspostava inovativnih turističkih sadržaja
	15. Tematizirana smještajna ponuda
	16. Turistička ponuda OPG-ova
Cilj 4: Unapređenje i razvoj turističkih proizvoda	
	Program 4. Stvaranje proizvodnih klastera
	17. S kestenom kroz povijest
	18. Čamcima po Kupi
	19. Akcijski plan razvoja turizma događanja
	20. Akcijski plan razvoja ribolovnog i lovnog turizma
Cilj 5: Unapređenje tržišne komunikacije	
	Program 5. Marketing i promocija
	21. Plan promocijskih aktivnosti
	22. Primjena promocijskih konstanti
	23. Izrada i distribucija tiskanih promocijskih materijala
	24. Program proizvodnje autohtonih suvenira
	25. Unapređenje web stranice i korištenje novih tehnologija

4.3. Programske osnove izabranih prioritetnih projekata

Kroz programske osnove izabranih prioritetnih turističko-razvojnih projekata na području grada Petrinje definiraju se sljedeće relevantne odrednice svakog projekta:

- opis projekta
- nositelj
- partneri
- očekivani rezultati
- okvirni plan aktivnosti s vremenskom dinamikom
- procjena troškova.

Program: Razvoj poduzetničkih potencijala

Ciljevi programa (Program 1. Razvoj poduzetničkih potencijala) su:

- povećati razinu svijesti lokalnih dionika i svih žitelja grada o sposobnosti turizma da oplemeni život u gradu, generira nova radna mjesta i dodatne prihode
- stvoriti preduvjete za povećanje razine receptivnosti prema ostalim ciljanim programima razvoja turizma i uspješnu suradnju dionika turističkog razvoja
- podići razinu stručnih znanja i vještina sadašnjih i potencijalnih poduzetnika u turizmu i ugostiteljstvu kao i voditelja/članova udruga i društava koji sudjeluju u stvaranju petrinjskog turističkog proizvoda

Razvojni koncept:

Kako je artikulirano u misiji turističkog razvoja Petrinje, uspjeh u turističkom razvoju postiže se kroz „*usmjerenost na suradnju, zajedničke aktivnosti i koordinaciju privatnog i javnog sektora*“. Međutim, u odnosu na današnji izrazito visoki stupanj fragmentiranosti različitih gospodarskih i/ili društvenih djelatnosti, postizanje istinskog partnerstva odnosno operativne izvrsnosti proces je koji treba osmisliti i kojim treba upravljati.

Stoga ovaj program obuhvaća aktivnosti kojima se stvaraju preduvjete za turistički razvoj – senzibiliziranje stanovnika Petrinje i petrinjskih poduzetnika o turizmu o spektru aktivnosti, usluga i proizvoda koji mogu biti u funkciji turizma čime se ujedno daje legitimitet turističkim razvojnim inicijativama privatnog i javnog sektora. Poruka da je turizam važna razvojna opcija grada Petrinje, da se turizam tiče svakog stanovnika grada i da grad Petrinja ima jasnu viziju turističkog razvoja treba se jasno i nedvosmisleno komunicirati stanovnicima, a napose razvojnim dionicima identificiranim u prvom dijelu ovog dokumenta. Drugi zadatak ovog programa je stvoriti preduvjete (edukativno i organizacijski) za njegovanje kulture suradnje i partnerstva po pitanjima turističkog razvoja te time nadvladati fragmentiranost turističkih i ugostiteljskih poduzetnika i njihovih inicijativa.

Konačno, treći zadatak je osigurati tržišnu isplativost projekata petrinjskih turističkih poduzetnika. Naime, u gradu Petrinje turizam se razvija u uvjetima u kojima vrlo mali broj poduzetnika ima iskustva u turističkom poslovanju, a poduzetnički projekti podjednako nastaju iz nužde kao iz prilike te su, u pravilu, financijski podkapacitirani. U takvim uvjetima za uspjeh svakog pojedinog projekta kao i za uspješno formiranje zaokruženog destinacijskog proizvoda grada Petrinje od izuzetne važnosti je podizanje razine stručnih znanja dionika o zakonitostima turističkog poslovanja, trendovima u turizmu (osobito kulturnom i ruralnom kao prioritetnim turističkim proizvodima grada), pružanju gostoprimstva, međusobnoj promociji i suradnji.

Konkretni projekti u okviru ovog programa

U sklopu ovog programa predlaže se iniciranje dva projekta:

- Interni marketing
- Savjetodavna podrška turističkim poduzetnicima

1. Interni marketing

Projekt br. 1	Interni marketing
Opis projekta	<p>U fazi zatečenog stanja turističkog razvoja Petrinje ne zna se dovoljno što je to zapravo turizam, osobito kulturni i ruralni, o čemu ovisi njegov razvoj, koje su uloge raznih aktera u njegovu razvijanju i kako se može postati dijelom tog procesa. Vodeći računa o tome zadaci internog marketinga usmjereni su na:</p> <ul style="list-style-type: none"> • informiranje lokalnih poduzetnika o vrijednosti turizma i o mogućnostima za ulaganja u turističko poduzetništvo • promociju vrijednosti turizma i turističkih atrakcija grada široj populaciji kako bi oni postali ambasadori petrinjskog turizma i njegovi glavni promotori
Nositelj	<ul style="list-style-type: none"> • Gradska uprava
Partneri	<ul style="list-style-type: none"> • Turistička zajednica • Svi dionici identificirani u Poglavlju 2. • Šira populacija
Očekivani rezultati	<ul style="list-style-type: none"> • Turizam prepoznat kao strateški razvojni prioritet kod svih relevantnih dionika • Povećan interes poduzetnika za ulaganja u turistički sektor • Stvoreni preduvjeti za uspostavu partnerskih odnosa i interesno udruživanje • Lokalno stanovništvo senzibilizirano o vrijednostima i prednostima turističkog razvoja te aktivno u ulozi turističkih ambasadora Petrinje <p>Pod vodstvom Gradske uprave i Turističke zajednice grada Petrinje uz savjetodavnu pomoć stručnjaka, ukupno je potrebno oko 6 mjeseci za sljedeće aktivnosti.</p>
Aktivnosti i vremenska dinamika	<ul style="list-style-type: none"> • definiranje i aktiviranje strateških i operativnih projektnih partnerstva – strateških za ključne turističke projekte (atrakcije) i operativnih za održavajuće programe/doživljaje - odmah po usvajanju ovog programa • definiranje i osmišljavanje programa podizanja javne svijesti – 3 mjeseca od usvajanja ovog programa

- implementacija - transferiranje znanja za učinkovit i koordiniran razvoj turizma – kontinuirano

Potrebna sredstava U prvoj godini implementacije projekta cca. 60.000kn, odnosno 20.000kn godišnje u svakoj godini provedbe

2. Savjetodavna podrška turističkim poduzetnicima

Projekt br. 2	Savjetodavna podrška turističkim poduzetnicima
Opis projekta	<p>Nedostatak kvalitetnih informacija za potencijalne poduzetnike u turizmu, nedostatak poduzetničkih vještina kao i nedostatak znanja o turističkom poslovanju barijera su turističkom razvoju Petrinje. Kako bi se povećao broj uspješnih turističkih projekata, projekt je usmjeren na pružanje postojećim i potencijalnim investitorima:</p> <ul style="list-style-type: none"> • svih relevantnih informacija vezano za pripremu uspješnog poslovnog plana za poduzetništvo u turizmu slijedom Strateškog plana razvoja turizma destinacije Petrinja • informacija o radionicama, seminarima, skupovima i ostalim obrazovnim mogućnostima te, po mogućnosti, sufinanciranje troškova kotizacije i putnih troškova • ciljanih edukativnih radionica, osobito na temu kulture usluge (ugostiteljstvo) te ruralnog i kulturnog turizma sukladno potrebama petrinjskih turističkih poduzetnika • mogućnosti za sudjelovanje u tematskim studijskim putovanjima s ciljem stjecanja uvida u suvremene prakse sličnih destinacija/proizvoda
Nositelj	Turistička zajednica grada Petrinje
Partneri	<ul style="list-style-type: none"> • Gradska uprava • PETRA • Turistička zajednica Sisačko-moslavačke županije
Očekivani rezultati	<ul style="list-style-type: none"> • Povećanje broja uspješnih poslovnih pothvata u privatnom sektoru • Obogaćenje i diversifikacija turističke ponude grada Petrinje • Podizanje ukupne turističke aktivnosti • Unapređenje kvalitete života lokalnog stanovništva
Aktivnosti i vremenska dinamika	<p>Projekt se provodi kontinuirano u okviru financijskih mogućnosti. Aktivnosti obuhvaćaju:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Generiranje informacija za potencijalne poduzetnike • Distribucija informacija (prezentacije, tiskani materijali, elektronički medij) • Stvaranje baze podataka • Analiza/kompilacija tržišnih trendova • Pokretanje savjetodavnih usluga • Radionice, seminari, ad hoc konzultacije, studijska putovanja
Potrebna sredstava	Otprilike 20.000 kn godišnje prve tri – četiri godine provedbe

Program: Stvaranje dobrodošlice

Ciljevi programa (Program 2.1. Stvaranje dobrodošlice) su:

- Povećati turističku dostupnost petrinjskih turističkih atrakcija i sadržaja
- Osigurati sve potrebne informacije petrinjskim turistima u svrhu njihovog sadržajnijeg i duljeg boravka te, samim time, boljih ekonomskih rezultata od turističke aktivnosti

Razvojni kontekst i ključni izazovi:

Administrativno grad Petrinja zauzima relativno velik prostor u kojem su turistički sadržaji i atrakcije raspršene. S obzirom na to da rast turističke potražnje ovisi o privlačenju turista koji s petrinjskim područjem nisu familijarni, prostorni raspored turističkih atrakcija nalaže potrebu da se turisti što bolje informiraju po dolasku u destinaciju te da im se maksimalno olakša njihovo kretanje odnosno orijentacija u prostoru. Dok će se promotivnim aktivnostima potaknuti njihov dolazak, sadržajnost njihovog boravka u području grada Petrinje ovisi o tome koliko su informirani o svim sadržajima, atrakcijama i uslugama te kako je organizirano njihovo kretanje u prostoru. U tom smislu, od izuzetne važnosti je uspostaviti vidljiv, jasno dostupan i dobro organiziran turistički informativni centar u kojem će turisti dobiti sve potrebne informacije, sustav smeđe signalizacije i interpretacije koji će im omogućiti laku i jednostavnu orijentaciju u prostoru te kvalitetnu interpretaciju turističkih atrakcija grada Petrinje kako bi njihov obilazak bio smislen te integraciju planinarskih, pješačkih i biciklističkih staza u jedinstven sustav kretanja posjetitelja.

Konkretni projekti u okviru ovog programa:

- Uspostava turističkog informativnog centra
- Unapređenje smeđe signalizacije i interpretacije
- Unapređenje sustava biciklističkih i pješačkih staza

3. Uspostava turističkog informativnog centra

Projekt br. 3	Uspostava turističkog informativnog centra...
Opis projekta	Budući da Petrinja u svom prometno-urbanističkom konceptu nema središnjeg parkirališta koje bi moglo preuzeti funkcije simboličkih gradskih vrata s nekim sadržajima posjetiteljskog centra, to će uspostavu turističkog informativnog centra trebati rješavati zasebno, u skladu sa sadašnjim realnim kretanjem turista po gradu. Turisti se iz svih smjerova intuitivno kreću prema središtu grada, prema gradskom parku koji je sa tri strane okružen prometnicama, s autobusnim kolodvorom, i najatraktivnijim parkirališnim mjestima. Osim toga, pročelja orijentirana na park su najprivlačniji dio Petrinje, a lokali u njihovim prizemljima su najpristupačniji i najzanimljiviji posjetiteljima Petrinje. Stoga u dogledno vrijeme za lociranje

turističkog informativnog centra ovaj središnji gradski prostor nema alternative.

Budući da se zadaća turističkog informativnog centra (TIC) ne može zadovoljavajuće ostvarivati izvan prizemlja to preostaju samo dva rješenja, ili u malom lokalu u prizemlju zgrade nasuprot gradskog parka ili u odgovarajućem kiosku uz rub parka. Stoga će se uspostava TIC-a morati odvijati tri faze: (1) prikupljanje imovinsko-pravnih regulacijskih urbanističkih i drugih podataka o izboru odgovarajućih lokala te o mogućem podizanju odgovarajućeg kioska, (2) izrada tehničke dokumentacije za uređenje odabranog lokala, odnosno za montažu odabranog kioska, turističkog i (3) Fizička realizacija projekta.

Nositelj	Gradska uprava
Partneri	<ul style="list-style-type: none"> • Turistička zajednica Grada Petrinje
Očekivani rezultati	<ul style="list-style-type: none"> • Znatno poboljšanje informiranja turista • Pozitivan utjecaj na kvalitetu turističkog doživljaja
Aktivnosti i vremenska dinamika	<ul style="list-style-type: none"> • Istraživanje mogućnosti (2 mjeseca) • Obavljanje pripremnih radova (2 mjeseca) • Realizacija (1 mjesec)
Potrebna sredstava	<ul style="list-style-type: none"> • Pripremni radovi 20000 Kn • Realizacija 25000 Kn

4. Unapređenje smeđe signalizacije i interpretacije

Projekt br. 4	Unapređenje smeđe signalizacije i interpretacije...
Opis projekta	<p>Razvijanje i provođenje jedinstvene politike smeđe signalizacije je prioritarna aktivnost za Petrinju i šire područje. Prvo, smeđa signalizacija je potrebna da bi ovaj dio Sisačke županije bio zapažen na turističkom tržištu kao organizirana i dobro upravljana turistička destinacija te da privuče pažnju posjetitelja na niz znamenitosti i objekata koji su im ovdje dostupni. Naime, smeđa signalizacija nikad ne bi smjela zamijeniti druge ciljane promotivne aktivnosti, ona samo vodi potencijalnog posjetitelja do turističkih znamenitosti i pruža posjetiteljima sigurnost da su na pravom putu (nedostatak orijentacije u nepoznatom prostoru stvara kod posjetitelja zbrku, osjećaj nesigurnosti i slijedom toga nezadovoljstvo). S gledišta turističke destinacije, ona povećava broj posjeta turističkim znamenitostima i objektima, potiče posjetitelje da ostanu duže, da budu aktivniji za vrijeme posjeta i samim tim, da potroše više.</p>

Osim uobičajenog stručnog pristupa izradi projekta smeđe

signalizacije, koja u cijelosti pokriva obilježavanje svih relevantnih turističkih atrakcija u turističkoj destinaciji Petrinja, potrebno je osigurati prilaznu destinacijsku signalizaciju za posjetitelje koji dolaze automobilom iz smjera Zagreba i iz smjera Siska, zatim signalizaciju za kretanje pješaka po središnjoj zoni Petrinje te odgovarajući sustav interpretacijskih ploča.

U prvoj fazi projekta je potrebno snimiti postojeće stanje smeđe signalizacije, interpretacijskih ploča i uređaja (lokacija, sadržaj i oblikovno rješenje) te ga analizirati tekstualno i kartografski. U drugoj fazi je potrebno izraditi projekt sustava smeđe signalizacije i interpretacije turističkih atrakcija, s pregledom potrebnih radova na izmjeni postojeće signalizacije kao i pregledom radova na potpuno novoj signalizaciji. Treća faza obuhvaća realizaciju prethodno planiranih radova

Nositelj	Gradska uprava
Partneri	<ul style="list-style-type: none"> • Turistička zajednica Grada Petrinje • Hrvatske ceste
Očekivani rezultati	<ul style="list-style-type: none"> • Povećanje turističke posjećenosti • Povećanje zadovoljstva gostiju • Povećanje prihoda od turizma
Aktivnosti i vremenska dinamika	<ul style="list-style-type: none"> • Pripreme • Snimanje i analiza postojećeg stanja (3 mjeseca) • Izrada projekta sustava smeđe signalizacije i interpretacije turističkih atrakcija (4 mjeseca) • Fizička realizacija projekta (prema projektnom nalazu) <ul style="list-style-type: none"> • Za snimanje i analizu postojećeg stanja 20.000 Kn • Za izradu projekta sustava 40.000 Kn
Potrebna sredstava	

5. Unapređenje sustava biciklističkih i pješačkih staza

Projekt br. 5	Unapređenje sustava biciklističkih i pješačkih staza
Opis projekta	<p>Turističke staze, putovi i ceste sve više dobivaju na važnosti u ponudi svake turističke destinacije, s jedne strane, kao specifična turistička infrastruktura, „meke prometnice“ (za pješački, biciklistički i konjički promet), a s druge strane, kao turističke atrakcije, koje same za sebe privlače turiste. One trebaju biti odraz koncepcije turističke prostorne organizacije ove turističke destinacije. Tematski i prometno (za pješake i bicikliste) povezuju ključne destinacijske turističke atrakcije.</p> <p>Pješačke turističke staze obuhvaćaju sve obilježene pješačke prometnice: planinarske, tematske, poučne, druge rekreacijske i hodočasničke staze i putove. Sve njih je potrebno spregnuti u jedinstveni sustav kretanja turista pješke po turističkoj destinaciji Petrinja. Njihovu okosnicu trebaju činiti sadašnji planinarski putovi s ishodištima u Petrinji, Hrastovici i na kraju Donje Bačege. Od ostalih</p>

to su Petrinjska kružna šetnica (6,5 km), Put kestena s polazištem Zelena dolina, Poučna staza Hrastovčanka (4 sata), Put bana Jelačića kroz Turopolje i Banovinu te Geološka transverzala Zrinska gora. Templarski centar u Gorama (tema templari i ivanovci te potencijalno marijansko svetište) zametak su sustava hodočasničkih putova, koje treba prethodno istražiti.

Lokalne cikloturističke staze predstavljaju okosnicu petrinjskog sustava kretanja biciklom turističkom destinacijom Petrinja i obuhvaćaju atrakcijsku osnovu utvrđenu Strateškim planom razvoja turizma destinacije Petrinja. Polazište svim rutama je središte grada. Uspostavljene rute su:

Lokalna ruta 1 (LR1) 'Zelena dolina', dužine 42 km, prolazi asfaltnim prometnicama i to jednim dijelom državnom cestom, a najvećim dijelom lokalnim cestama sa smanjenim motornim prometom na području podno Zrinske gore isprepletenim zelenilom ruralnog područja.

Lokalna ruta 2 (LR2) 'Kotar šuma', dužine 34 km, prolazi asfaltnim prometnicama i jednim dijelom zalazi na područje grada Siska, a ruta okružuje cijelo područje Kotar šume.

Lokalna ruta 3 (LR3) 'Obalama rijeka', dužine 28 km s polazištem sa gradskog kupališta i vodi uz tok rijeke Kupe i prolazi kroz Sisak.

Lokalna ruta 4 (LR4) 'Ruta kestena' dužine 39 km adrenalinskog je karaktera i uz asfaltirane državne prometnice jednim dijelom, prolazi i neasfaltiranim šumskim putom preko Hrastovačke gore bogate kestenovim plodom.

Daljnje aktivnosti na razvoju Cikloturizma usmjerene su ka izradi projekta parkirališta za bicikliste i postavljanje stalaka za bicikle, zatim izrada i postavljanje info tabli uz označene rute kao i organizacija dolazaka cikloturista u suradnji s privatnim sektorom i udrugama.

Nositelj	Gradska uprava
Partneri	<ul style="list-style-type: none"> • Turistička zajednica Grada Petrinje • Biciklističke udruge • Planinarske udruge • Vjerske zajednice
Očekivani rezultati	<ul style="list-style-type: none"> • Pozitivan utjecaj na kvalitetu turističkog doživljaja • Povećanje turističke posjećenosti • Povećanje turističke privlačnosti destinacije
Aktivnosti i vremenska dinamika	<ul style="list-style-type: none"> • Izrada koncepta sustava pješačkih i biciklističkih staza i putova (2 mjeseca) • Izrada uvjeta za realizaciju projekta s fazama i troškovima izvedbe.
Potrebna sredstava	30.000 kn

Program: Revitalizacija kulturne baštine

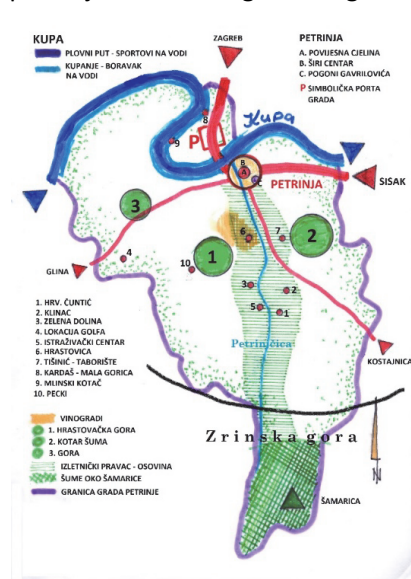
Ciljevi programa (Program 2.2. Revitalizacija kulturne baštine) su:

- osigurati trajnu skrb za vrijednu kulturno-povijesnu baštinu revitalizacijom i stavljanjem u funkciju turističkog razvoja
- artikulirati ključne turističke funkcionalne zone u svrhu kvalitetnijeg turističkog korištenja
- povećati turističku posjećenost i duljinu boravka
- otvoriti poduzetničke mogućnosti i kreirati nova radna mjesta
- povećati kvalitetu života lokalnih stanovnika

Razvojni kontekst i ključni izazovi:

Prostorno-programskim konceptom turističkog razvoja identificirane su, pored samog grada Petrinje, tri turističke funkcionalne cjeline – Hrastovica, Gora i Kotar šuma.

Grad Petrinja je za većinu posjetitelja prva točka zaustavljanja pri posjeti petrinjskom području i najvažnija turistička atrakcija projektnog područja. Ona sadrži koncentraciju kulturno-povijesne baštine koja zahtjeva obnovu i urbanu artikulaciju kako bi bila privlačna turistima i investitorima koji traže kvalitetnu infrastrukturu. Istodobno, postoji potreba da se uvedu novi turistički sadržaji u ovu funkcionalnu cjelinu kako bi se povećala turistička atraktivnost gradske jezgre, produljio boravak u gradu te generirale veće ekonomske koristi od turističkih posjeta.



Druga izdvojena funkcionalna cjelina je naselje Gora na zapadnom dijelu projektnog područja. Ono čini zasebnu funkcionalnu cjelinu s obnovljenom župnom crkvom i planovima gradske uprave da ovdje smjeste i centar koji bi interpretirao templarsku baštinu. S obnovljenom crkvom, kvalitetnim centrom za posjetitelje i popratnim sadržajima za posjetitelje, ovdje se otvara prostor za stvaranje potpuno tržišno spremne primarne turističke atrakcije Petrinje sposobne autonomno privlačiti posjetitelje.

Sljedeća važna funkcionalna cjelina koju valja tržišno unaprijediti je Hrastovica. Riječ je o ishodištu glavnih pješačkih i biciklističkih staza na Hrastovačku goru. S lijepo obnovljenom crkvom sv. Bartola i novouređenim Narodnim domom, te nekoliko turističkih inicijativa javnog (skijalište) i privatnog (vinarije) sektora turistička artikulacija centra naselja učinila bi ovaj prostor turistički

atraktivnijim, planinarske i biciklističke staze Hrastovačke gore dostupnijim te samim time doprinijela povećanom broj turističkih posjeta.

Konkretni projekti u okviru ovog programa:

- Turističko uređenje gradske jezgre
- Klaonica – koncept najboljeg korištenja i studija troškova i koristi
- Artikulacija kompleksa Župne crkve UBDM

- Uređenje Hrastovice – artikulacija prostora oko crkve i Seljačkog doma

6. Turističko uređenje gradske jezgre

Projekt br. 6	Turističko uređenje gradske jezgre
<p>Opis projekta</p>  <p>Foto: Portal Grada Petrinje</p>  <p>Foto: Portal Grada Petrinje</p>	<p>Povijesna cjelinu Petrinje odnosno njezin najuži centar okvirno obuhvaća prostor omeđen ulicom M. Gupca, Radićevom, M. Srnaka i šetališta K. Knežića, uz produžetak Mihanovićeve do stare Gavrilovićeve klaonice. U ovom prostoru se, između ostalog, nalaze sljedeće pojedinačne atrakcije: župna crkva, park, galerija K. Hegedušića, PUO Hrvatski dom, stara tvornica i obiteljska kuća Gavrilovića, stara klaonica, niz vrijednih pojedinačnih građevina u kojima su danas smješteni administrativni i obrazovni sadržaji, munjara, lončarski obrti te ugostiteljski i trgovački sadržaji. Ujedno ovo je zona u kojoj se odvijaju sve značajnije kulturne, zabavne i sportske manifestacije.</p> <p>Međutim, veći dio ovog prostora, uslijed neuređenih i derutnih fasada zgrada u kojima su skromni trgovački sadržaji odaju dojam urbanog propadanja. Takvo okruženje odražava se negativno na kvalitetu života u gradu i opću razinu optimizma, a kod posjetitelja ne odaje dojam uređenog mjesta vrijednog zadržavanja i obilaska.</p> <p>Stoga je cilj ovog projekta unaprijediti izgled gradskog centra kako bi se u njega privukli stanovnici, poduzetnici i posjetitelje odnosno kako bi se stvorio identitet grada u kojem je lijepo živjeti, uputno investirati i vrijedno posjetiti.</p> <p>Gradska uprava grada Petrinje svjesna je ovog problema te je već je učinila prvi korak raspisivanjem javnog natječaja za uređenje fasada. Uređenje fasada potrebno je nastaviti s definiranjem svih urbanih oblikovnih elemenata – urbani namještaj, signalizacija i interpretacija – kojim će Petrinja afirmirati svoj jedinstveni urbani identitet.</p> <p>Na taj bi način gradska jezgra Petrinje postala vrijedna kulturno-turistička atrakcija koja bi svojim izgledom i sadržajima trajno privlačila posjetitelje te podigla kvalitetu života stanovnika grada Petrinje.</p>
<p>Nositelj</p>	<p>Gradska uprava</p>
<p>Partneri</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Turistička zajednica grada Petrinje • Gradsko komunalno poduzeće • Privatni sektor
<p>Očekivani rezultati</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Revitalizacija urbane jezgre grada Petrinje • Stvaranje osjećaja identiteta i optimizma kod građana i poduzetnika • Stvaranje uvjeta za privlačenje privatnih investitora za ulaganje u turističku infrastrukturu (smještaj, ugostiteljstvo, trgovine) • Unaprijeđeni komercijalni/trgovački prostori za privlačenje kvalitetnih / nišnih trgovačkih sadržaja
<p>Aktivnosti i vremenska dinamika</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ovaj projekt već je u tijeku i provodi ga Grad Petrinja
<p>Potrebna sredstava</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Realizacija – fazno, ovisno o raspoloživim sredstvima

7. Klaonica – koncept najboljeg korištenja i studija troškova i koristi

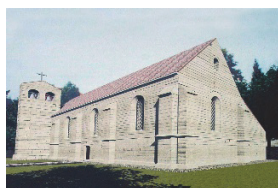
Projekt br. 7	Klaonica – koncept najbolje uporabe i analiza koristi i troškova...
Opis projekta	<p>Stara klaonica „Gavrilović“ (Mihanovićeve), primjer je industrijske gradnje s kraja 19. stoljeća, Izgrađena 1896. godine, zauzima površinu od oko 300 m² i nalazi se u vlasništvu Grada. Dakle, posjeduje sve predispozicije za projekt kakav je Petrinji potreban. Ljuštura kulturnog dobra industrijske baštine, definiranog arhitektonskog sloga, građevinski solidna, omeđuje jedinstveni unutrašnji slobodni prostor bez pregrada, koji se pruža kroz dvije etaže i ulazi u krovnu konstrukciju. Na izvrsnoj lokaciji, u svjetskom arhitektonsko-urbanističkom trendu, bez imovinsko-pravnih problema, ovaj objekt predstavlja pravu prigodu za udomljavanje turistički atraktivnih muzejsko-galerijskih, trgovačkih, zanatskih i ugostiteljskih sadržaja, koji bi predstavljali, prije svega, ugodno mjesto druženja kako lokalnog stanovništva tako i gostiju Petrinje. Ovaj projekt predstavlja veliki izazov konzervatorima i arhitektonskoj struci, ali i drugim strukama, osobito ekonomistima te na kraju gospodarstvenicima. Stoga se bitka za ovaj objekt, koji može postati poznat u cijeloj Hrvatskoj, mora dobiti već u prvoj fazi kod kreiranja „koncepta najbolje uporabe“, potkrijepljenog analizom njegove koristi i troškova.</p> <p>Na izradi Koncepta treba angažirati najkreativnije stručnjake. Pri odabiru najboljeg izvođača na natječaju najviše bodova donosi stručna kompetencija ponuđača (reference), važnija od cijene. U projekt treba pravovremeno uključiti odgovarajuće službe zaštite kulturnih dobara i potaknuti ih da aktivno i kreativno sudjeluju u projektu.</p> <p>Za izradu Koncepta treba raspisati pozvani arhitektonsko-urbanistički natječaj.</p>
Nositelj	Gradska uprava
Partneri	<ul style="list-style-type: none"> • Turistička zajednica Grada Petrinje • Gradsko komunalno poduzeće • Gospodarska komora Sisačko moslavačke županije
Očekivani rezultati	<ul style="list-style-type: none"> • Stvaranje uvjeta za privlačenje privatnih investitora za ulaganje u turističku infrastrukturu. • Podizanje turističke atraktivnosti Petrinje • Unapređenje turističke ponude i turističkog doživljaja posjetitelja Petrinje • Unaprijeđeni komercijalni/trgovački prostori za provlačenje kvalitetnih /nišnih sadržaja
Aktivnosti i vremenska dinamika	<ul style="list-style-type: none"> • Priprema natječajnog zadatka i raspisivanje natječaja (3 mjeseca) • Odabir izvođača (1 mjesec) • Izrada Koncepta i odabir rješenja (4 mjeseca)
Potrebna sredstava	<ul style="list-style-type: none"> • Priprema natječajnog zadatka 40.000 kn • Fond nagrada 80.000 kn • Troškovi ocjenjivanja 10.000. kn

8. Artikulacija kompleksa Župne crkve UBDM

Projekt br. 8

Artikulacija kompleksa marijanskog svetišta - Župne crkve UBDM

Opis projekta

Foto: www.petrinjaturizam.hrFoto: www.sisak.info.hr

Gora, odnosno prostor oko Župne crkve UBDM, jedno je od izdvojenih turističkih prostorno-programskih cjelina definiranih Strateškim planom razvoja turizma. Razlog tomu je činjenica da je se u Gori upravo privodi kraju obnova župne crkve. Ona se obnavlja po uzoru na templarsku crkvu podignutu u vrijeme kada je naselje Gora bilo templarski perceptorat. Od 2013. godine Gore su službeno proglašene i marijanskim svetištem.

S obnovom župne crkve u templarskom stilu javile su se i aspiracije lokalnih dionika da u njezinom neposrednom okruženju organiziraju Centar hrvatske templarske baštine. Također, obnova crkve potaknula je i privatne poduzetnike u čijem su vlasništvu nekretnine u blizini crkve na promišljanje o uspostavi sadržaja za posjetitelje.

Stoga, s obzirom na jedinstvenost obnovljene crkve kao i na njezinu višestruku namjenu postavlja se pitanje optimalne artikulacije prostora oko crkve kako bi on zadovoljio sve potencijalne korisnike, a to su prvenstveno vjernici i hodočasnici čija će posjeta Gorama biti motivirana duboko vjerskim razlozima te kulturni turisti koji će Gora posjetiti zbog same građevine i/ili poveznice s templarskom baštinom.

Dakle, imajući na umu višestruke i raznorodne korisnike ovog prostora kao i aspiracije lokalnih dionika, nalaže se potreba artikulacije prostora oko župne crkve sa svim popratnim sadržajima.

S obzirom na takvu situaciju, ovim bi se projektom osmislila organizacija sadržaja u prostoru oko župne crkve/svetišta, osmislili potrebni sadržaji (centar za posjetitelje koji bi interpretirao slojevitost lokaliteta, važnost i značaj crkve te služio kao turistički-info punkt za šire područje), ugostiteljski i trgovački sadržaji, eventualni smještajni kapaciteti za posjetitelje/hodočasnike, parkiralište te javni otvoren prostor.

Nositelj

Sisačka biskupija

Partneri

- Gradska uprava grada Petrinje
- Turistička zajednica grada Petrinje
- Sisačko-moslavačka županija

Očekivani rezultati

- afirmiranje Gora kao svetišta i vjerskog turističkog središta
- povećanje turističkih dolazaka
- povećano zadovoljstvo posjetom kroz organiziran i sadržajan boravak hodočasnika i vjernika i posjetitelja
- nove poduzetničke mogućnosti privatnom sektoru
- otvaranje novih radnih mjesta

Aktivnosti i vremenska dinamika

- Izrada planskog dokumenta (6 do 9 mjeseci)

Potrebna sredstava

130 – 140.000 kn

9. Uređenje Hrastovice – artikulacija prostora oko crkve i Seljačkog doma

Projekt br. 9

Uređenje Hrastovice – artikulacija prostora oko crkve i Seljačkog doma

Opis projekta

Na izletničkom pravcu-osovini koja spaja Petrinju, na sjeveru, i Zrinsku goru, na jugu, postoji nekoliko turistički privlačnijih lokaliteta, među kojima odskače Hrastovica, Budući da ni jedan od njih nije dovoljno prepoznatljiv da bi u razvoju turizma ovog područja mogao preuzeti funkciju orijentacijske lokacije to je jednom od njih potrebno planski pridodati nove sadržaje i turističku artikulaciju. Procijenjeno je da bi to mogao biti središnji dio Hrastovice, prostor privlačnih i zanimljivih kulturo-povijesnih i prostornih značajki. Oko crkve sv. Bartola, srušene u Domovinskom ratu i na starim temeljima ponovno izgrađene, tu su nanizani, Narodni dom Stjepana Radića (u spomen na osnivanje Hrvatske seljačke stranke ovdje u Hrastovici) i drugi značajni sadržaji. Središte Hrastovice se nalazi na važnoj prometnici, koja je obnovljena u okviru starog rimskog pravca za francuske vladavine ovim krajevima (1809-1813), pa se tada Hrastovica našla na putu koji je povezivao Francusku i Tursko carstvo. Hrastovica je izdvojena turistička zona i glavno ishodište planinarskih i poučnih staza koje vode do planinarskog doma i petrnjskih utvrda (Hrastovica, Klinac, Pecki i Čuntić). Vijeće mjesnog odbora i KUD Hrastovačka gora izuzetno su aktivni na podizanju kvalitete života lokalnog stanovništva i stvaranju uvjeta za ekonomski prosperitet, pa tako organiziraju smotre folklor, sportska natjecanja te revitaliziraju lokalno skijalište.

Turistički značaj Hrastovice bi trebalo uvećati putem postojećeg atrakcijskog potencijala, ugostiteljske ponude i osnivanja parkovnog prostora, u okviru kojeg bi se cjelovito uredila središnja zona, (zelenilo, šetnice i druge pješačke površine, skulpture, urbana galanterija i interpretacija poslijeratne obnove crkve sv. Bartola). Na odgovarajući način bi trebalo valorizirati Stjepana Radića kao povijesnu osobu od nacionalne važnosti te povijesnu važnost kojom pripadajući cestovni pravac zrcali rimsko i francusko razdoblje (muzejsko–vizitacijski centar s naglaskom na Stjepana Radića i ugostiteljski objekt tematiziran rimskim i napoleonskim vremenima.

Projekt treba sadržavati tri dijela:

- Radićev posjetiteljski (višenamjenski) centar
- Ugostiteljski objekt tematiziran rimskim i napoleonskim vremenima
- Parkovni prostor središnjeg dijela Hrastovice, koji obuhvaća i dva prethodna objekta te posebno izdvaja interpretaciju poslijeratne obnove crkve.

Sva tri objekta trebaju sačuvati jedinstvo koncepta.

Realizira se samo pripremna faza projekta na razini programa i idejnih rješenja.

Nositelj

Gradska uprava

Partneri	<ul style="list-style-type: none"> • Turistička zajednica • Mjesni odbor Hrastovice • HSS
Očekivani rezultati	<ul style="list-style-type: none"> • Povećavanje turističke privlačnosti Hrastovice i Grada Petrinje • Povećanje ponude kulturnog i školskog turizma • Pružanje prilike investitorima za ulaganje u turizam
Aktivnosti i vremenska dinamika	<ul style="list-style-type: none"> • Natječaj za izradu programa i idejnog rješenja (2 mjeseca) • Izrada i prihvaćanje programa (3 mjeseca) • Izrada i prihvaćanje idejnog rješenja (4 mjeseca)
Potrebna sredstava	90000 Kn

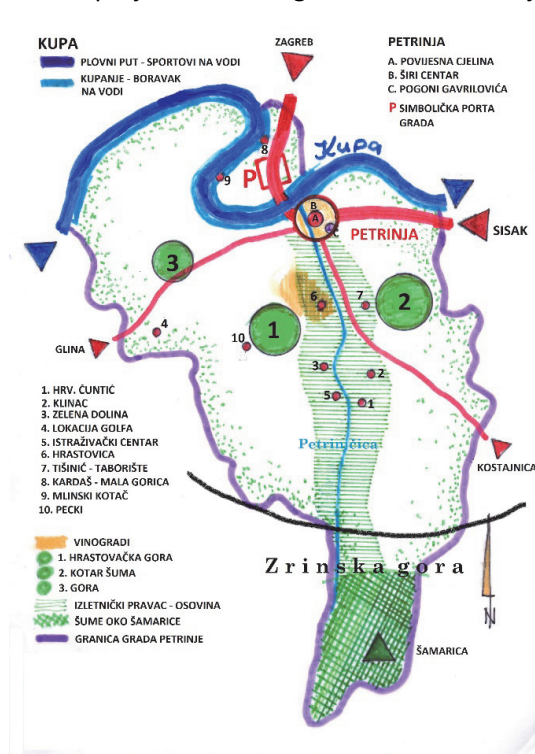
Program: Afirmacija i artikulacija krajobraza i prirodnih vrijednosti

Ciljevi programa (Program 2.3. Afirmacija i artikulacija krajobraza i prirodnih vrijednosti):

- Valorizacija i zaštita prirodnih i krajobraznih vrijednosti
- Unapređenje sportsko-rekreacijske infrastrukture
- Stvaranje pretpostavki za razvoj novih turističkih proizvoda
- Povećanje turističkih dolazaka i produljenje turističkog boravka

Razvojni kontekst

Dok se projektima iz Programa 2.1. stvara osjećaj dobrodošlice, povećava razina informiranosti



posjetitelja i organizira njihovo kretanja u petrinjskom području, a Program 2.2. usmjerava na izgradnju i unapređenje turističke infrastrukture kojim se stvaraju osnovne pretpostavke za turistički razvoj, ovaj program usmjeren je na krajobrazno uređenje i sportsko-rekreacijske sadržaje na rijekama, koje dominiraju Petrinjskom gradskom jezgrom i sjevernim polom turističkog razvoja kojim dominira rijeka Kupa. U prvom redu, riječ je o potrebi da se središnji prostor grada uz rijeku Kupu i ponajviše Petrinjčicu artikulira kao urbanizirana zelena zona s obnovljenim sportsko-rekreacijskim sadržajima. To je krovni projekt Gradske uprave unutar kojeg se planira nekoliko zahvata – obnova kupališta, izgradnja auto-kampa i pristaništa za čamce, obnova stadiona, uređenje gradskog parka. Drugo, riječ

je o aktivaciji rijeke Kupe u turističke svrhe koje su Strateškim planom razvoja turizma raščlanjene na plovidbu i sportsko-rekreacijske aktivnosti na vodi, te na kupanje i boravak uz rijeku.

Konkretni projekti u sklopu ovog programa

- Grad na Kupi
- Plaže na Kupi

10. Grad na Kupi

Projekt br. 10	Grad na Kupi
<p>Opis projekta</p>  	<p>Pored kulturno-povijesne baštine, grad Petrinja nastala je na ušću rijeke Kupe i Petrinjčice. Kupa obrubljuje njegovu sjevernu granicu. Petrinjčice se proteže prema jugu, a njeno korito u samom gradu je potpuno uređeno s perivojem na lijevoj i desnoj obali. Perivoj uz Petrinjčicu je omiljeno šetalište Petrinjaca i njihovih gostiju, te čini dio 6,5 km dugačke petrinjske šetnice. Na ušću rijeke Petrinjčice u Kupu nalazi se gradsko kupalište s jedinstvenim kupališnim objektom pod zaštitom te neartikuliranim zelenim pojasom na njegovoj zapadnoj strani. Nasuprot kupalištu, preko korita Petrinjčice, nalazi se uzletno-sletna staza, restoran te široki zeleni pojas. Uz rijeku Petrinjčicu nalazi se nogometni stadion i drugi sportski tereni. Postojeća sportska i kupališna infrastruktura uglavnom je izgrađena do kraja 1980-tih godina te se od tada učinilo tek nekoliko manjih zahvata u ovom prostoru (popločavanje dijela šetnica, javna rasvjeta, uređenje pješačkog mosta).</p> <p>S obzirom na to da je ovo prostor u samom centru grada Petrinje sa zapuštenom infrastrukturom, projektom se planiraju unaprijediti postojeći te uvesti novi sadržaji u ovu zonu. Gradska uprava, koja razrađuje ovaj projekt, osmislila ga je kao skup manjih projekata: izgradnja auto-kamp uz gradsko kupalište i pristaništa za čamce, uređenje parka s multifunkcionalnim igralištem uz Petrinjčicu, izgradnja multifunkcionalnog centra (sport, kultura, gospodarstvo), uređenje uzletno-sletne staze te sanacija gradskog parka.</p>
Nositelj	Gradska uprava
Partneri	<ul style="list-style-type: none"> • PETRA • Turistička zajednica grada Petrinje • Sisačko-moslavačka županije
Očekivani rezultati	<ul style="list-style-type: none"> • Povećanje kvalitete života • Otvaranje poduzetničkih mogućnosti • Povećanje palete turističkih proizvoda • Povećanje broja turističkih dolazaka i noćenja
Aktivnosti i vremenska dinamika	<ul style="list-style-type: none"> • Osnivanje projektnog tima • Priprema natječajne dokumentacije • Odabir najpovoljnije ponude • Izvođenje radova
Potrebna sredstava	n/a

11. Rekreacija/Plaže na Kupi

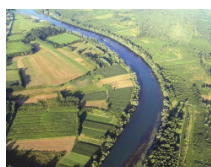
Projekt br. 11

Rekreacija na Kupi

Rijeka Kupa čini sjeverni pol turističkog razvoja grada Petrinje. Pored krajobrazne vrijednosti ona nudi izvanredne mogućnosti za rekreaciju, sportski ribolov te ima svoju povijesnu vrijednost kao plovni put do Karlovca u funkciji do početka 20. stoljeća. Vezano uz potonje, postoje određene inicijative na regionalnoj razini da se taj plovni put oživi u turističke svrhe.

Obale Kupe, odnosno pješčane plaže koje nastaju za vrijeme ljetnog niskog vodostaja, lokalno stanovništvo koristi za rekreaciju – kupanje i sunčanje, vožnju čamcem, izlete/piknike, kampiranje i sportski ribolov. Jedino uređeno kupalište je ono u samom gradu, dok ostala 'divlja' kupališta koja su nastala u blizini naselja, koristi mahom lokalno stanovništvo. Uz neke, kao na primjer u Slani na ušću rijeke Gline u Kupu nekada je bilo i kolektivno odmaralište, dok su se uz neke nanizala vikend naselja (Brest, Selište, Nebojan, Farkašić, Slana). Trenutno se u Brestu planira turistički kompleks s hotelom, bungalovima i restoranom koji bi oplemenio turističke sadržaje rijeke Kupe. Stupanj korištenja Kupe u svrhu rekreacije ograničen je dakle na lokalno stanovništvo te gotovo potpuno neiskorišten u turističke svrhe.

Opis projekta

Foto: www.petrinja.hrFoto: www.petrinjaturizam.hr

Razina korištenja rijeke Kupe ovisi o mogućnostima pristupa, a razvoj popratnih usluga (iznajmljivanje plovila i druge sportske opreme, organizirano vođenje, prodaja specijalizirane sportske opreme) ovisi o ključnoj masi korisnika.

Stoga je cilj ovog projekta osmisliti rekreacijsko korištenje rijeke Kupe u petrinjskom području kako bi se privukli posjetitelji, povećala kvaliteta rekreacije te, istovremeno, zaštitio obalni pojas on nekontroliranog korištenja koje trenutno prevladava.

Projekt u svojoj prvoj fazi podrazumijeva planiranje korištenja rijeke Kupe u rekreacijske svrhe tako da se identificiraju pristupne točke rijeci na kojima se mogu urediti pristup svim vrstama korisnika, odrede potrebni sadržaji na svakoj takvoj lokaciji (pristupni put, parkiralište, okretište, sanitarni čvor, prostor za piknik, signalizacija), izradi plan upravljanja kako bi se osiguralo trajno održavanje infrastrukture i redovito čišćenje te plan aktivnosti, s prioritetima.

Nositelj

- Gradska uprava

Partneri

- Turistička zajednica
- Udruge (Udruga sportskih ribolovaca „Štuka“, Kajak kanu klub Kupa, Ronilački klub „Orca“)
- Privatni sektor

Očekivani rezultati

- Povećanje turističke atraktivnosti – diversificiran turistički doživljaj
- Bolje mogućnosti za rekreaciju posjetitelja i stanovnika
- Stvaranje poduzetničkih mogućnosti privatnom sektoru

Aktivnosti i vremenska dinamika	<ul style="list-style-type: none"> • Potpunija valorizacija prirodnih vrijednosti rijeke Kupe • Zaštita krajobraznih i prirodnih vrijednosti • Sastavljanje lokalne radne grupe • Identifikacija potencijalnih lokacija i određivanje prioriteta • Osmišljavanje sustava dugoročnog upravljanja • Priprema i provedba natječaja za odabrane lokacije • Odabir najpovoljnijih investicijskih ponuda
Potrebna sredstava	<ul style="list-style-type: none"> • Izrada potrebne projektne dokumentacije – 30.000,00 • Priprema i provedba natječaja – 15.000 kn • Realizacija programa – fazno, ovisno o raspoloživim sredstvima gradskog proračuna

Program: Izgradnja novih smještajnih kapaciteta

Ciljevi programa (Program 3.1. Izgradnja novih smještajnih kapaciteta):

- obogatiti smještajnu ponudu
- proširiti segmente tržišne potražnje
- povećati stupanj zadovoljstva turista

Razvojni kontekst

Sljedeći strateške ciljeve i prostorno-programsku koncepciju turističkog razvoja, za kreiranje zaokružene turističke ponude grada Petrinje (optimalnog turističkog proizvoda) potrebno je izgraditi nove smještajne kapacitete. Naime, današnja smještajna ponuda grada Petrinje izuzetno je skromna ne samo po ukupnim kapacitetima, već i po vrstama smještajnih objekata (prenoćište, privatni iznajmljivači), osobito onih koji bi privlačili specifične tržišne segmente od interesa za Petrinju. Tu je riječ prvenstveno o manjem gradskom hotelu koji bi nudio kvalitetan (3 do 4 zvjezdice) smještaj, izvanrednu gastronomsku ponudu koja odražava tradiciju petrinjskog kraja te mogućnost organizacije manjih sastanaka i skupova kao i privatnih i poslovnih proslava. On bi trebao biti namijenjen prvenstveno kulturom i baštinom motiviranim turistima koji naginju kvalitetnijem smještaju. Drugi segment petrinjskih posjetitelja prema Strateškom planu razvoja turizma čine tranziteri i turisti koji automobilom ili kamperom (tzv. moto-turisti) obilaze kontinentalnu Hrvatsku, a za koje nema adekvatne ponude kampova u cijeloj kontinentalnoj Hrvatskoj. Treću skupinu čine tzv. „backpackeri“ koji su tradicionalno percipirani kao osobe mlađe životne dobi koje raspolažu skromnim financijskim sredstvima. Međutim, danas su backpackeri skupina kojima je boravak u jeftinijim oblicima smještaja više pitanje stila putovanja, više nego skromnih financijskih mogućnosti. Pored toga, ova grupa turista radije troši na usluge i proizvode unutar destinacije nego na smještaj. Konačno, i tranziteri i moto-turisti i backpackeri u potrazi su za novim i neotkrivenim destinacijama. Nišni proizvodi grada Petrinje – lov, sportski ribolov, planinarenje, cikloturizam – također zahtijevaju određenu razinu specijalizacije smještajnih objekata. Stoga bi se smještajna ponuda Petrinje

trebala proširiti i sadržajno diversificirati u skladu s potrebama prethodno navedenih ciljnih skupina.

Konkretni projekti u sklopu ovog programa

- Koncept i studija isplativosti gradskog hotela
- Koncept i studija isplativosti hostela
- Koncept i studija isplativosti auto-kampa

12. Gradski hotel

Projekt br. 12	Koncept i studija isplativosti gradskog hotela
Opis projekta	Cilj projekta je definirati razvojni koncept i optimalno tržišno pozicioniranje, te procijeniti ekonomsku održivost gradskog hotela u Petrinji. Za izgradnju takvog hotela privatni sektor već je iskazao interes. Kako bi se poduzetnicima asistralo u donošenju njihovih poslovnih odluka ali, istovremeno, kako bi se osiguralo da su planirani sadržaji sukladni petrinjskoj turističkoj razvojnoj viziji i prilagođeni suvremenoj potražnji, predlaže se izrada pripreme projektne dokumentacije – razvojnog koncepta i studije isplativosti.
Nositelji	Gradska uprava
Partneri	<ul style="list-style-type: none"> • Privatni investitori
Očekivani rezultati	<ul style="list-style-type: none"> • Razvoj novih smještajnih kapaciteta • Stvaranje diverzifikacijskog sustava turističkih doživljaja • Mogućnosti zapošljavanja i unapređenje životnog standarda lokalnog stanovništva • Povećanje turističke atraktivnosti • Sagledavanje potencijalne lokacije hotela • Koncept najbolje uporabe
Aktivnosti i vremenska dinamika	<ul style="list-style-type: none"> • Provjera tržišne održivosti i procjena financijske isplativosti • Priprema projektne dokumentacije • Provedba natječajnog postupka • Izbor najprimjerenijeg investicijskog prijedloga
Potrebna sredstva	Koncepcija najbolje uporabe i procjena održivosti – 140.000 kn

13. Hostel

Projekt br. 13	Koncept studija isplativosti hostela
Opis projekta	Cilj projekta je definirati razvojni koncept i optimalno tržišno pozicioniranje, te procijeniti ekonomsku održivost novog hostela u Petrinji. Organiziranje različitih turističkih sadržaja trebalo bi se temeljiti na privlačenju segmenata tzv. 'backpackera' koji su znatiželjni, skloni istraživanju i slobodi duha te, u pravilu, izbjegavaju dobro uhodane turističke itinerere i poznate destinacije. Interes za izgradnju i upravljanje hostelom iskazala je petrinjska udruga IKS koja već organizira volonterske programe te planira niz projekata međunarodne razmjene.
Nositelji	Gradska uprava
Partneri	<ul style="list-style-type: none"> • Udruga IKS • PETRA • Turistička zajednica • Ostale udruge grada Petrinje
Očekivani rezultati	<ul style="list-style-type: none"> • Razvoj novih smještajnih kapaciteta • Stvaranje diverzifikacijskog sustava turističkih doživljaja • Mogućnosti zapošljavanja i unapređenje životnog standarda lokalnog stanovništva • Povećanje turističke atraktivnosti
Aktivnosti i vremenska dinamika	<ul style="list-style-type: none"> • Sagledavanje potencijalne lokacije hostela • Koncept najbolje uporabe • Provjera tržišne održivosti i procjena financijske isplativosti • Priprema projektne dokumentacije • Provedba natječajnog postupka • Izbor najprimjerenijeg investicijskog prijedloga
Potrebna sredstva	<ul style="list-style-type: none"> • Konceptija najbolje uporabe i procjena održivosti – 140.000 kn

14. Autokamp

Projekt br. 14	Koncept i studija isplativosti auto-kampa
Opis projekta	Cilj projekta je procijeniti dugoročnu tržišnu i financijsku održivost izgradnje auto-kampa uz gradsko kupalište. To je lokacija koja predstavlja idealno okruženje za različite aktivnosti vezane uz boravak u prirodi, sportski ribolov. Jednu skupinu potencijalne potražnje čine putnici u tranzitu. Lako dostupan s glavnim prometnih pravaca te u neposrednoj blizini petrinjske gradske jezgre ovaj bi auto-kamp bio u funkciji zadovoljavanja potreba za odmorom putnika u tranzitu. Naime, turističke zajednice cijelog ovog područja dobivaju brojne upite kampera, no osim u Rakovici (u blizini NP Plitvička jezera, te Karlovcu) autokampovi u kontinentalnom dijelu ne postoje. Za Petrinju to je osobito važno jer je na putu od Plitvičkih jezera prema Lonjskom polju i dalje prema Slavoniji (Kopačkom ritu) – atrakcijama koje od proljeća do jeseni često obilaze

strani turisti s kamperima. Drugu skupinu korisnika čini cijeli raspon rekreativaca – ljubitelja prirode privučeni rijekom, kupanjem te aktivnostima na vodi. Treću skupinu čine sudionici postojećih sportskih događanja koji uglavnom noće u improviziranim kampovima, a nedvojbeno je da bi mogućnost smještaja u auto-kampu stimulirao organiziranje novih sportskih događanja.

Predvidivi sadržaji bi uključivali: mjesta za kampiranje i kamp-kućice, adekvatnu recepciju i ostale uslužne sadržaje. Osim navedenih smještajnih objekata, projekt bi trebao uključiti turističke sadržaje za jednodnevne izletne i tranzitne posjetitelje (male centre koji nude zabavu na vodi, objekt za hranu i piće, parkirna mjesta, sanitarne sadržaje) i/ili se u tom dijelu nadovezivati na (unaprijeđenu) ponudu gradskog kupališta. Gradska uprava već je inicirala ovaj projekt u sklopu projekta Petrinja – grad na Kupi.

Nositelji	Gradska uprava u suradnji s privatnim sektorom
Partneri	<ul style="list-style-type: none"> • Privatni sektor (mali i srednji poduzetnici)
Očekivani rezultati	<ul style="list-style-type: none"> • Razvoj novih proizvoda • Stvaranje diversifikacijskog sustava turističkih doživljaja • Unapređenje životnog standarda lokalnog stanovništva • Mogućnost zapošljavanja • Podizanje turističke atraktivnosti šireg područja
Aktivnosti i vremenska dinamika	<ul style="list-style-type: none"> • Koncept najbolje uporabe i procjena tržišne i financijske održivosti – 3 mjeseca od odluke o pokretanju projekta • Provjera tržišne održivosti i procjena financijske isplativosti – 1 mjesec od usvajanja koncepta najbolje uporabe • Izrada projektne dokumentacije – 6 mjeseci nakon usvajanja prethodne studije • Priprema i provedba natječaja – 2 mjeseca nakon izrade projektne dokumentacije • Odabir najboljih investicijskih ponuda – 1 mjesec nakon provedbe natječaja
Potrebna sredstva	<ul style="list-style-type: none"> • Konceptija najbolje uporabe i procjena održivosti – 120.000 - 135.000 kn • Izrada potrebne projektne dokumentacije – 500.000 do 700.000 kn • Priprema i provedba natječaja – 15.000 kn

Program: Uspostava inovativnih turističkih sadržaja

Ciljevi programa (Program 3.2. Uspostava inovativnih turističkih sadržaja):

- obogatiti smještajnu i ugostiteljsku ponudu
- proširiti segmente tržišne potražnje
- diversificirati ekonomsku osnovu poljoprivrednih proizvođača
- povećati stupanj zadovoljstva turista
- razviti privatno poduzetništvo

Razvojni kontekst

Dok se projekti unutar prethodnog programa odnose na specifične oblike smještaja prijeko potrebne projektnom području, ovaj program namijenjen je svim dionicima turističkog razvoja izvan same gradske jezgre koji namjeravaju ulagati u smještajne i ugostiteljske kapacitete i/ili proširiti svoju postojeću ponudu sadržajima za posjetitelje (prvenstveno OPG-ovi) od kušaonica to specifičnih atrakcija (npr. Izložbenih postava, posebnih događanja i slično). Ti su sadržaji prijeko potrebni u realizaciji Strateškog plana razvoja turizma u svrhu adekvatne valorizacije turističkih potencijala prirodne baštine petrinjskog kraja te razvoj proizvoda zasnovanih na aktivnostima i doživljajima prirode i ruralnog načina života te profiliranje Petrinje kvalitetnom gastronomskom ponudom.

Konkretni projekti u sklopu ovog programa

- Tematizirana smještajna ponuda
- Turistička ponuda OPG-ova
- Od vikendice do zarade

15. Tematizirana smještajna ponuda

Projekt br. 15

Tematizirana smještajna ponuda

Opis projekta



Foto:
www.petrinjaturizam.hr



Foto:
www.petrinjaturizam.hr

U ruralnom području grada Petrinje, napose dolini rijeke Petrinjčice koja zauzima veći dio projektnog područja, nanizano je niz turističkih atrakcija. Tu se nalazi koncentracija izletničkih atrakcija od kojih su najznačajnije fortifikacije (Hrastovica, Klinac grad, Pecki, Čuntić kula), izletišta (Zelena dolina s motor-cross stazom prostornim planom predviđena za daljnji razvoj turističkih i ugostiteljskih sadržaja, ishodište Puta kestena; Korablja Tišinić), Dječji istraživački centar te samostanski kompleks sv. Antuna Padovanskog i ruralne kuće za odmor. Turistička aktivacija prostora rijeke Kupe uvjetovana je realizacijom projekta br. 11 (Rekreacija na Kupi).

Većina petrinjskih poduzetnika koji namjeravaju proširivati postojeće ili investirati u nove turističke kapacitete nalazi se u ovom prostoru, a jedan dio novih projektnih prijedloga odnosi se na tematizirane smještajne kapacitete (npr. Eko resort Mlinski kamen, smještaj za lovce u Maloj Gorici i Petkovcu; vinoljupce – vinarija Belošević). Pored toga, područje privlači i planinare, dok Turistička zajednica intenzivno radi na razvoju biciklističkih ruta.

S obzirom na to da je riječ o malom obiteljskom smještaju gdje su osnovni faktori uspjeha privatnost, personalizirana usluga, uređenost interijera i hortikulturno uređenje te obiteljska atmosfera i gostoljubivost, cilj je ovog projekta potaknuti razvoj tematiziranih (lov, ribolov, biciklizam, planinarenje), ciljnoj skupini prilagođenih oblika ponude u kojoj se ističe domaćinska, gostoljubiva atmosfera i ekološka orijentacija. Projektom se planira asistirati petrinjskim poduzetnicima u definiranju koncepta i preliminarnoj procjeni isplativosti ulaganja te pripremi potrebne dokumentacije za prijavljivanje na odgovarajuće fondove.

Nositelj	Gradska uprava
Partneri	<ul style="list-style-type: none"> • Turistička zajednica grada Petrinje • PETRA • Sisačko-moslavačka županija
Očekivani rezultati	<ul style="list-style-type: none"> • Podizanje turističke konkurentnosti diversifikacijom ponude • Promoviranje razvoja odgovornog i kvalitetnog turizma • Doprinos turističkom imidžu Petrinje • Aktiviranje poduzetničkih potencijala
Aktivnosti i vremenska dinamika	<ul style="list-style-type: none"> • Implementacija prema prioritetima i mogućnostima (fazna realizacija)
Potrebna sredstava	130.000 kn za programsko rješenje

16. Turistička ponuda OPG-ova

Projekt br. 16	Turistička ponuda OPG-ova
Opis projekta	<p>U projektnom području nalazi se čitav niz OPG-ova (proizvođači i prerađivači voća i povrća, medari, vinogradari, proizvođači mesnih prerađevina, uzgajivači cvijeća) kojima treba pomoć u plasiranju njihovih proizvoda na tržište, a prodaja na pragu, stimulirana turističkom promocijom, najekonomičniji je način distribucije. Istovremeno, s orijentacijom na gastronomsku ponudu u srži petrinjske turističke vizije, potrebno je gastronomske proizvode učiniti vidljivim i dostupnim posjetiteljima odnosno pretvoriti u proizvode. Jedan dio rješenja je uređenje izložbeno-prodajnog centra u staroj klaonici (Projekt 6), dok je drugi dio u pripremi i opremanju OPG-ova za prodaju na pragu, odnosno njihovo prerastanje u seoska turistička gospodarstva.</p> <p>Određen broj ovakvih projekata petrinjski poduzetnici su već počeli ili planiraju – vinsko izletišta Belošević, Etno-selo na Banovini, Medena kuća s medotekom i pčelarskom izložbom, Park tamnog neba neki su od već nominiranih projekata petrinjskih poduzetnika.</p> <p>Cilj je stoga ovog projekta asistirati petrinjskim proizvođačima u izgradnji i/ili opremanju njihovog posjeda za prihvat posjetitelja kroz poticanje izgradnje kušaonica, ugostiteljskih objekata, uređenje interijera i eksterijera kako bi jednostavna transakcija bila pretvorena u turističko iskustvo/doživljaj te se stvorili uvjeti za upoznavanje procesa proizvodnje, upoznavanje obitelji i njezine povijesti, sudjelovanje u poljoprivrednim/proizvodnim procesima. Pored infrastrukture, potrebno je osigurati savjetodavnu podršku (Projekt 2) kako bi se osiguralo da su sadržaji i usluge inovativni, kreativni, sukladni s vizijom turističkog razvoja i sposobni primiti financijsku potporu iz razvojnih fondova (nacionalnih, EU-a).</p>
Nositelj	<ul style="list-style-type: none"> • Gradska uprava

Partneri	<ul style="list-style-type: none"> • Turistička zajednica • PETRA • LAG Zrinska gora - Turopolje • Županijskih upravni odjeli
Očekivani rezultati	<ul style="list-style-type: none"> • Podizanje turističke konkurentnosti diversifikacijom ponude • Promoviranje razvoja odgovornog i kvalitetnog turizma • Doprinos turističkom imidžu Petrinje • Otvaranje novih poduzetničkih mogućnosti i radnih mjesta • Povećavanje prihoda poljoprivrednih gospodarstava
Aktivnosti i vremenska dinamika	<ul style="list-style-type: none"> • Priprema natječaja za koncept i prezentaciju (1 mjesec dana) • Provedba natječaja (3 mjeseca) • Implementacija (6 mjeseci) <p>Priprema natječajne dokumentacije (2.000 kn)</p>
Potrebna sredstava	<p>Natječaj za konceptualno rješenje (30 – 40.000 kn)</p> <p>Implementacija – ovisno o konceptu</p>

Program: Stvaranje proizvodnih klastera – razvoj sustava doživljaja

Ciljevi programa (Program 4. Stvaranje proizvodnih klastera – razvoj sustava doživljaja):

- Povećati kvalitetu boravka turista
- Povećati broj turističkih dolazaka
- Produljiti boravak turista
- Stvoriti preduvjete za uspješno poslovanje turističkih poduzetnika

Razvojni kontekst

U svrhu povećanja broja turista u Petrinji kao i u želji da im se pruži kvalitetna i cjelovita usluga te, istovremeno, unaprijedi organizacija njihovog boravka i uključi širi spektar dionika, osobito onih iz privatnog sektora predlažu se projekti koji, sukladno strateškim ciljevima i prostorno-programskoj koncepciji turističkog razvoja, udružuju atrakcije tematski kako bi boravak turista u području grada Petrinje bio sadržajan i smislen. S druge strane, ovim se programom stvara okvir za izgradnju partnerskih odnosa između ključnih dionika turističkog razvoja putem klasterskog/interesnog udruživanja čime bi se postupno rješavala i trenutna fragmentiranost turističke ponude grada Petrinje te izostanak suradnje.

Konkretni projekti u sklopu ovog programa

- S kestenom kroz povijest
- Čamcima po Kupi
- Akcijski plan razvoja turizma događanja
- Akcijski plan razvoja ribolovnog i lovnog turizma

S kestenom kroz povijest – kule

Projekt br. 17

S kestenom kroz povijest

Opis projekta

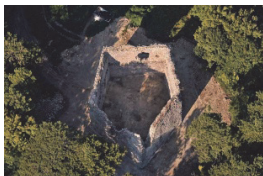


Foto: ww.petrinjaturizam.hr

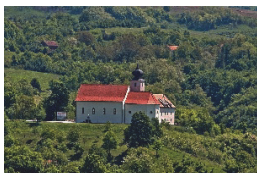


Foto: ww.petrinjaturizam.hr

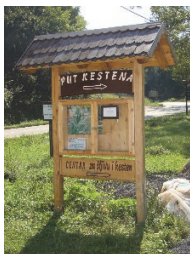


Foto: ww.petrinjaturizam.hr

Riječ je o projektu kojim se želi aktivirati resursi ruralnog dijela projektnog područja, osobito područja Hrastovačke gore. Naime, u slučajevima kao što je to u projektnog području, kada ima niz manjih, tercijarnih turističkih atrakcija koje autonomno nisu u stanju privlačiti turističke posjete, koristi se strategija njihovog grupiranja, u ovom slučaju tematskim itinererom ili putom. Tako grupirane atrakcije prerastaju u jedan turistički proizvod sekundarnog ili primarnog značaja zbog kojeg će se turisti odlučiti posjetiti Petrinju.

U projektnom području radi se o sljedećim uporišnim točkama ovog integriranog itinerera:

- Povijesne utvrde – Klinac, Čuntić, Pecki (u projektu „Utvrde petrinjskog kraja“) i Hrastovica;
- Samostan i crkva sv. Antuna Padovanskog i Dječji istraživački centar
- Zelena dolina s moto-cross stazom, ugostiteljskim objektom i ishodištem Puta kestena, te
- nekoliko planiranih projekata (npr. proširenje smještaja u Grabovcu Banskome, OPG Franjić s planovima razvoja tematskih sadržaja – med – i smještaja, projekt smještaja Bijelo lane, etno selo Banovina) te umrežavanje s poljoprivrednim proizvođačima (Projekt 16.).

Ovaj projekt može se organizirati u nekoliko faza. U prvoj fazi on bi uključivao osmišljavanje sustava kretanja posjetitelja (automobilom, pješice, biciklom – vidi projekt 5.), plan interpretacije ključnih točaka itinerera te signalizaciju.

Gradska uprava planira, pored označavanja puta, u okviru ovog projekta:

- urediti skijalište u Hrastovici,
- obnoviti Pecko jezero,
- dovršiti uređenje planinarskog doma

Nositelj

Gradska uprava

Partneri

- Turistička zajednica
- PETRA
- Povećanje turističke atraktivnosti

Očekivani rezultati

- Razvoj novih proizvoda
- Stvaranje diversifikacijskog sustava turističkih doživljaja
- Porast broja posjetitelja
- Održivo gospodarenje prirodnim resursima

Aktivnosti i vremenska dinamika

Prva faza:

- Osnovati klaster dionika uključenih u projekt
- Izraditi projekt puta (3 mjeseca)
- Izraditi vizualni identitet puta (1 mjesec)

- Obilježiti trasu na terenu (6 do 12 mjeseci)
- Osmisliti i tiskati odgovarajuće promidžbene materijale (3 mjeseca)

Druga faza: izrada projektne dokumentacije za svaki projekt

Potrebna sredstava

100.000 kn (prva faza)

Čamcima po Kupi

Projekt br. 18

Čamcima po Kupi

Opis projekta



Izvor: www.croatia.hr

Kupa je u određenom razdoblju, na potezu Sisak-Petrinja-Karlovac, bila sastavni dio plovnog puta Sava-Kupa. Kupom su tada plovili brodovi s velikim gospodarskim rješenjem. S druge strane, uo vrijeme, lokalno stanovništvo je koristilo manja plovila, čamce, skele i slično za plovidbu Kupom. U današnje vrijeme, kada je korištenje plovnog potencijala Kupe beznačajno, potrebno je analizirati mogućnosti njegove turističke valorizacije. U širem kontekstu to su, poglavito riječno krstarenje, kontinentalni nautički turizam i sportsko-rekreacijske aktivnosti. Sa stajališta razvoja turizma Grada Petrinje valja izdvojiti slijedeće modalitete:

- Vožnja čamcem Kupom u svrhu razgledavanja rijeke i obale te doživljavanja specifičnog ugođaja koji takva vožnja može pružiti. Ona može biti:
 - Individualna (obiteljska) na vesla ili motorom,
 - Zajednička, organizirana, s vodičem,
- Vožnja čamcem u svrhu sportske rekreacije, poglavito zbog veslanja: kajak, kanu i različita hibridna plovila (pedaline i slično).

Za realizaciju ovog projekta je potrebno izraditi elaborat kojim bi se utvrdio:

- broj i lokacije mjesta na kojima bi se osiguralo pristajanje čamaca za zajednički obilazak
- broj i lokacije mjesta na kojima bi se iznajmljivali čamci za individualni obilazak
- broj i lokacije mjesta na kojima bi se iznajmljivali čamci za sportsku rekreaciju i druga plovila za veslanje.

Bilo bi dobro objediniti sve tri funkcije na jednoj lokaciji gdje je to moguće. Procjenjuje se da bi jedna od lokacija morala biti na gradskom području Petrinje. Realizacija projekta podrazumijeva uređenje pristaništa i osiguranje osnovne logistike, dok će nabava plovila biti obveza koncesionara.

Na ovaj bi se način turističkim aktivnostima otvorio prirodno najatraktivniji dio Grada Petrinje.

Nositelj

Gradska uprava

Partneri

- Turistička zajednica
- Gradsko komunalno poduzeće

Očekivani rezultati	<ul style="list-style-type: none"> • Vodoprivreda • Privatni sektor • Stvaranje uvjeta za privlačenje privatnih investitora u turističku infrastrukturu (sportska rekreacija, zabava) • Povećanje turističke atraktivnosti i posjećenosti • Povećanje zadovoljstva gostiju • Natječaj za izradu elaborata (2 mjeseca)
Aktivnosti i vremenska dinamika	<ul style="list-style-type: none"> • Izrada elaborata (1 mjesec) • Osnovno opremanje pristaništa (2 mjeseca) • Davanje u zakup ili koncesiju
Potrebna sredstava	80.000 Kn

Projekt br. 19

Akcijski plan turizma događanja

Opis projekta

U Petrinji se tijekom godine organizira široki spektar raznih događanja – kulturnih, vjerskih i sportskih – kojima se naglašava urban, građanski stil života Petrinje. To se može zahvaliti prvenstveno velikom broj petrinjskih udruga, društava i klubova koji organiziraju ova događanja ili sudjeluju u realizaciji programa.

Ovaj koloplet događanja ima turističku funkciju kada privlači posjetitelje i/ili sudionike izvan granica grada Petrinje kreirajući potražnju za ugostiteljskim uslugama, uslugama smještaja te tržište za plasman proizvoda petrinjskih poduzetnika. Turizam događanja, odnosno sustavni razvoj događanja kao turističkih atrakcija, trebala bi biti jedna od osnovnih poluga turističkog razvoja jer se njome, s relativno malim sredstvima u odnosu na ulaganje u veće infrastrukturne projekte, stvaraju događanja kao mini-atrakcije koje, raspoređene kroz cijelu godinu privlače posjetitelje te oživljavaju inače statične atrakcije.

Turistička zajednica grada Petrinje prepoznala je potencijal petrinjskih događanja, ali i činjenicu da je riječ većinom o manjim događanjima lokalnog značaja. Objedinjujući ih pod zajedničkim nazivnikom npr. Lovrenčevo u Petrinji ili Ljeto u Petrinji daje im veći značaj i povećava njihovu atraktivnost širem krugu posjetitelja te, u konačnici, učinkovitije troši sredstva namijenjena za njihovu promociju.

Međutim, daljnji smjer razvoja događanja bilo bi njihovo inoviranje tako da odražavaju tržišno pozicioniranje projektnog područja (dobar primjer je Varaždin čije Barokne večeri i Špancirfest utjelovljuju i osnažuju destinacijski imidž), razvoj postojećih tako da se inovira i proširuje program te značajnija promocija. U tom smislu, predlaže se izrada tzv. portfelja turističkih događanja, što podrazumijeva:

- valorizaciju postojećih događanja u smislu ekonomskog, turističkog, društvenog ili kulturnog doprinosa te tržišnog potencijala



Foto: ww.petrinjaturizam.hr



Izvor: www.glas-koncila.hr

- identifikaciju potencijalnih događanja kroz konzultacije s nositeljima kulturnog, društvenog, zabavnog i sportskog života projektnog područja i njihovu valorizaciju
- identifikaciju mogućnosti za razvoj novih događanja koji će podržati osnovnu turističku orijentaciju 'hallmark' događanja projektnog područja sukladna s predloženim tržišnim pozicioniranjem
- klasifikaciju događanja po turističkom značaju tako da se osigura nekoliko 'hallmark' događanja, više događanja regionalnog značaja, te niz događanja lokalnog karaktera koja će osigurati kontinuiranu regionalnu potražnju
- identificiranje sustava potpora i podrške događanjima za koje se procijeni da su turistički atraktivna (uključujući ne samo financijsku, već i marketinšku i organizacijsku podršku)

Nositelj	Turistička zajednica
Partneri	<ul style="list-style-type: none"> • Gradska uprava • Organizatori događanja (udruge, KUD-ovi, tvrtke, pojedinci) • Privatni investitori
Očekivani rezultati	<ul style="list-style-type: none"> • Razvoj novih proizvoda/atrakcija • Stvaranje diverzifikacijskog sustava turističkih doživljaja • Povećanje kvalitete života lokalnog stanovništva • Mogućnosti zapošljavanja i unapređenje životnog standarda lokalnog stanovništva • Povećanje turističke atraktivnosti
Aktivnosti i vremenska dinamika	<p>Pod vodstvom Turističke zajednice uz savjetovanu pomoć stručnjaka, ukupno je potrebno oko 6 mjeseci za sljedeće aktivnosti:</p> <ul style="list-style-type: none"> • revidirati popis događanja • identificirati turističke potencijale svakog događanja • identificirati nova događanja sukladno tržišnom pozicioniranju • definirati ciljeve turističkog razvoja svakog događanja • odrediti ulogu turističke zajednice i partnera • definirati plan ulaganja u turistička događanja • osmisliti plan promocije događanja
Potrebna sredstava	Oko 60.000 za savjetodavnu pomoć

AP ribolovnog i lovnog turizma

Projekt br. 20	Akcijni plan lovnog i ribolovnog turizma
Opis projekta	<p>S prostranim lovištima, rijekama Kupom i Petrinjčicom te jezerom Zviriste gdje postoje planovi razvoja infrastrukture za sportski ribolov projektno područje dobro je predisponirano za razvoj lovnog i ribolovnog turizma. Državno lovište Kotar šuma prostire se na 5200 ha, a Popov gaj na 11700 ha. Županijska lovišta su Gora (7800ha), Hrvatski Čuntić (8100ha), Petrinja (11000ha) te Zrinska gora 1 (13000 ha). Lovačka udruga „Fazan“ gospodari s lovištima Kotar šuma i</p>

Foto: www.petrinjaturizam.hrFoto: www.petrinjaturizam.hr

Petrinja. Udruga „Srna“ gospodari lovištem Gora, „Lještarka“ gospodari lovištem Hrvatski Čuntić, dok Zrinskom gorom gospodari udruga „Veteran Zagreb“. Sportski ribolov organiziraju Ribolovna udruga Petrinja te Udruga športskih ribolovaca Štuka.

Unatoč tome, ribolovni i lovni turizam još je uvijek u inicijalnoj fazi razvoja, unatoč činjenici da je to tržište u stalnoj potrazi za novim, relativno neotkrivenim područjima. Ovim se projektom želi potaknuti razvoj cijelog nekoliko lokacija za sportski ribolov, uključujući i definiranje potrebne infra i suprastrukture. Drugim riječima, projekt uključuje sagledavanje tržišnog potencijala, valoriziranje potencijala pojedinih lokacija, kao i utvrđivanje potrebnih sadržaja neophodnih za zadovoljavanje ovog segmenta turističke potražnje. Za lovni turizam valja identificirati aktivnosti koje je potrebno poduzeti kako bi se ovaj proizvod priveo višem stupnju tržišne spremnosti. Pri tome, trebalo bi procijeniti u kojoj je mjeri oportuno promovirati ovaj proizvod samostalno, a u kojoj mjeri potaknuti granične općine Sisačko-moslavačke županije sa sličnim resursa na udruženi razvoj ovog proizvoda i njegov marketing.

Nositelj	Gradska uprava
Partneri	<ul style="list-style-type: none"> • Udruge lovaca • Udruge sportskih ribolovaca • Sportsko ribolovni savez Sisačko-moslavačke županije • Lovački savez Sisačko-moslavačke županije • Turistička zajednica
Očekivani rezultati	<ul style="list-style-type: none"> • Razvoj novog proizvoda • Formiranje diversificiranog sustava turističkih doživljaja • Podizanje životnog standarda lokalnog stanovništva • Mogućnosti za zapošljavanje • Povećanje turističke atraktivnosti šireg područja
Aktivnosti i vremenska dinamika	<ul style="list-style-type: none"> • Identifikacija i valorizacija lokacija • Sagledavanje tržišnog potencijala • Definiranje potrebnih sadržaja • Identificiranje potreba za dodatnim uslugama i/ili potrepštinama • Identificiranje investicijskih mogućnosti za privatni sektor (tj. specijalizirane trgovine, najam opreme, usluge, smještaj pogodan za lovce i ribolovce) • Implementacija • Razvoj promotivnog plana
Potrebna sredstva	Oko 60.000 za savjetodavnu pomoć

Program: Unapređenje tržišne komunikacije*Ciljevi programa (Program 5. Unapređenje tržišne komunikacije):*

- Sinergijski primjenjivati vizualni element tržišnog pozicioniranja
- Kontinuirano unapređivati tiskane i elektronske promocijske materijale u skladu s trendovima njihove izrade i time povećati njihov promocijski učinak
- Stvarati okvire unutar kojeg će svi dionici Petrinje koji sudjeluje u turističkom razvoju pridonositi stvaranju željenog identiteta grada

Razvojni kontekst:

Petrinja svoje pozicioniranje temelji na sustavu iskustva koji se temelje na tri glavne prednosti: priroda i ambijentalna vrijednost, kultura/baština te dostupnost i blizina Petrinje. Pored toga, glavni atributi jedinstvenosti ovoga Grada su što se u njemu osjeća 'građanski štih' života, što ima rijeku Petrinjčicu koja je mjesto susreta i druženja, da se u Petrinji uvijek 'dobro' jelo i pilo i da je po tome poznata. Svim tim atributima ona predstavlja zaokruženu izletničku destinaciju u kojoj svatko može naći inspiraciju za svoje afintetete i doživjeti sadržajan i ugodan boravak po vlastitoj mjeri.

Sve ovo navedeno potrebno je jasno i izravno komunicirati kroz sve promocijske materijale kako tiskane tako i elektronske. Zbog toga je važno da budu povezani i da 'pričaju' istu priču koristeći pri tome prednosti svakog od pojedinih medija.

Konkretni projekti u okviru ovog programa

U sklopu ovog programa predlaže se iniciranje četiri projekta:

- Plan promocijskih aktivnosti
- Primjena promocijskih konstanti
- Izrada i distribucija tiskanih materijala
- Program proizvodnje autohtonih suvenira
- Unapređenje web stranica i korištenje novih tehnologija

Projekt 21.**Plan promocijskih aktivnosti****Opis projekta**

Foto:

Turistička zajednica krajem svake kalendarske godine usvaja plan i program svojih aktivnosti za sljedeću godinu. U tom planu se, shodno budžetu, predviđaju sve aktivnosti vezane uz tiskanje brošura, karata i ostalih promocijskih materijala, nastupe na sajmovima, organizaciju manifestacija, izradu ili inoviranje web stranica i slično.

S obzirom na koncepciju marketinga opisanu u Strateškom planu razvoja turizma destinacije Petrinja te ključne razlikovne elemente i brend koncept predviđa se izrada detaljnog plana promocijskih aktivnosti za naredno razdoblje u kojem bi se obradile sve promocijske aktivnosti u odnosu na vrijeme i troškove.

Promocijske aktivnosti važno je intenzivirati ali i konceptualno i idejno objediniti kako bi se prema tržištu komunicirale osnovne poruke o Petrinji

www.business.croatia.hr kao izletničkoj destinaciji s bogatom gastronomskom ponudom, destinaciji ugodnog boravka i 'građanskog' štih života.

Odnosi s javnošću – riječ je o razvijanju pozitivnog imidža u percepciji ciljnih tržišta. Ovdje se predviđa plasiranje informacija i 'priča' i Petrinji, slanju informacija o aktualnim događanjima kao i informacija vezanih uz projekte. Važno je generirati što veći publicitet i poticati novinare na objavu tekstova. U tom cilju za odnose s javnošću potrebno je pripremiti i na godišnjoj razini ažurirati 'press mapu'. U njoj se daju osnovne informacije o Petrinji, opis glavnih atrakcija, aktualna turistička statistika, opisuju se posebitosti. Također se ukratko daju 'ideje za pisanje o Petrinji' kao i aktualni promocijski materijali. Mapa se inovira na godišnjoj razini. Predviđa se izrada posebne mape (s oznakom press materijala) u koju se slažu informacije i svi promocijski materijali. Potrebno je izraditi bazu tiskanih i elektroničkih izdanja za bazu novinara. Pored toga, komunikacija s novinarima odvijati će se i kroz web portal pa je važno da se svi sadržaji mape nalaze i na web portalu, jednostavno i pregledno strukturirani.

Kad je riječ o manifestacijama i svim posebnim događanjima koje prate mediji važno je pripremiti press 'release' na kojem se na stranici do dvije daju sve informacije važne za objavu teksta. Press release također se nalazi na web portal.

Oglašavanje – ovaj oblike promocije i dalje će se provoditi putem udruženog oglašavanja sa županijskim (ili regionalnim) turističkim zajednicama (ovisno o planiranim modelima DMO-a). Shodno mogućnostima moguće je planirati oglašavanja u lokalnom ili nacionalnom tisku. Potrebno j izraditi media plan oglašavanja na razini godine u kojem će se detaljno precizirati vrijeme oglašavanja, vrsta/veličina oglasa, tiskovina, trošak i rokovi (koji su različiti za pojedine medije i tiskovine s obzirom da ovise o dinamici izlaženja)..

Nositelj	<ul style="list-style-type: none"> • Turistička zajednica grada Petrinje
Partneri	<ul style="list-style-type: none"> • Grad Petrinja • Tiskani i elektronski mediji
Očekivani rezultati	<ul style="list-style-type: none"> • Podizanje prepoznatljivosti Petrinje kao izletničke destinacije • Krajem godine za narednu godinu u okviru budžeta razraditi sve promocijske aktivnosti
Aktivnosti i vremenska dinamika	<ul style="list-style-type: none"> • Promocijske aktivnosti razraditi s obzirom na planirana sredstva • Izraditi terminski plan provedbe (na mjesečnoj/dnevnoj razini) • Pratiti provedbu promocijskih aktivnosti • Evaluirati promocijske aktivnosti
Potrebna sredstava	n/a

Projekt 22.**Primjena promocijskih konstanti****Opis projekta**

Foto:
www.petrinjaturizam.hr

Turistička zajednica grada Petrinje koristi logo (list lipe). Također ima i slogan "Mali grad velikog srca". koji se počeo koristiti. Logo i slogan, za sada, nisu aplicirani za sve promocijske materijale pa je važno da se oni nađu na web stranicama, tiskanim promocijskim materijalima, poslovnoj papirnoj konfekciji, lecima, turističkim kartama i dr. materijalima koji će se u budućnosti izrađivati.

Osim toga, promocijske konstante, uz jasna pravila korištenja, trebali su koristiti i svi ponuđači proizvoda i usluga u turizmu u Petrinji.

Vežano uz to, potrebno je omogućiti i dati jasne upute za njihovo korištenje ostalim dionicima u turizmu. To su npr. turističke agencije, ponuđači smještaja, restorani i dr. Važno je da su upute i mogućnosti korištenja dostupni u elektronskoj formi kako ne bi došlo do krive interpretacije ili aplikacija (boja, veličina, podloga i sl.).

Nositelj

- TZ grada Petrinje

Partneri

- TZ grada Petrinje
- Marketinška agencija

Očekivani rezultati

- Podizanje prepoznatljivosti Petrinje kao izletničke destinacije

Aktivnosti i vremenska dinamika

- Raspis pravila korištenja
- Distribucija pravila korištenja svim dionicima u destinaciji (web)

Potrebna sredstava

Organizacija.

Projekt 23.**Izrada i distribucija tiskanih promocijskih materijala****Opis projekta**

TZ grada Petrinje sada raspolaže skupom promocijskog materijala. Riječ je o info vodiču (koji se izdaje na godišnjoj razini), karti Petrinjske šetnice, biciklističkoj karti te turističkoj karti grada Petrinje i okolice. Svi navedeni materijali će se koristiti u turističkoj promociji grada Petrinje.

U budućnosti, prilikom planiranja tiskanja promocijskih materijala predviđa se skup destinacijskih tiskanih materijala i to: imidž-info brošura/Info vodič, turistička karta, biciklistička i pješačka staza. Od tiskanih materijala očekuju se: 1) sinergijski promocijski učinci što podrazumijeva njihova vizualno i sadržajno ujednačavanje tj. isti ili sličan koncept izrade i layout; 2) prenošenje brenda Petrinje – u tu se funkciju stavljaju tekstovi, fotografije, boje, naslovnica i svi elementi materijala; 3) prezentacija iz perspektive potrošačkih segmenata – daju se informacije koje su gostima relevantne, odnosno, one koje odgovaraju na njegova glavna pitanja: 'što ovdje mogu vidjeti', 'što ovdje mogu doživjeti', 'gdje mogu ručati' i slično.

Imidž-info brošura ja jednostavan bi način predstavila posebitosti i glavne turističke proizvode Petrinje. Naglasak je na temama/proizvodima, na

emotivnoj komponenti doživljaja u Petrinji (toplo, profinjeno, umjereno, otvoreno, prijateljsko). U jednom dijelu naglasak bi bio na imidžu (lijepe, pažljivo izabrane fotografija koje prenosi atmosferu i specifičnost doživljaj), a u drugom dijelu informacije (do razine koja ne zastarijeva u kratkom roku – npr. Za manifestacije mjesec odvijanja i sl.).

Brošure proizvoda bi bili jednostavniji i kraći materijali (deplijani ili leci) manjeg formata i svojevrsni nastavak imidž-info brošure. Naglasak bi bio na specifičnosti proizvoda u Petrinji, a za osnovni skup predviđaju se: cikloturizam, obiteljski odmor u Petrinji, život na rijeci).

Nositelj	<ul style="list-style-type: none"> • Turistička zajednica grada Petrinje
Partneri	<ul style="list-style-type: none"> • Grad Petrinja • Ponuđači turističkih proizvoda i usluga
Očekivani rezultati	<ul style="list-style-type: none"> • Bolja informiranost gostiju • Veće zadovoljstvo gostiju • Veći promocijski učinci
Aktivnosti i vremenska dinamika	<ul style="list-style-type: none"> • Izrada projektnog zadatka • Izrada koncepta materijala • Izbor projektnog tima za izradu materijala • Testiranje koncepta • Izrada i distribucija tiskanih materijala
Potrebna sredstava	n/a (ovisi o nakladi, konceptu materijala i sl.)

Projekt 24.**Program proizvodnje autohtonih suvenira****Opis projekta**

Foto: pcelarstvo_priljeva.l-mall.hr

Turistički suveniri iz neke turističke destinacije predstavljaju specifični proizvod koji će posjetitelja u različitim prilikama podsjećati na turistička iskustva koja je imao u toj destinaciji. Suveniri mogu biti dekorativni, uporabni ili samo jednom uporabni. Turistički suveniri trebaju obrađivati teme na kojim se temelji prepoznatljivost destinacije. Inspiraciju za njihovu izvedbu valja tražiti u okviru proizvoda rukotvorstva, starih zanata i slično. Moguće je koristiti postupak proizvodnje minijatura ili replika takvih proizvoda.

Turistička zajednica Grada Petrinje provodila je tijekom 2007. i 2009. godine akciju odabira originalnih etno, eno i gastro petrinjskih suvenira s ciljem poticanja njihove proizvodnje, distribucije i promocije. Stručno povjerenstvo biralo je suvenire prema zadanim kriterijima koji su morali zadovoljavati prepoznatljive elemente turističke destinacije Petrinja. Za odabrane suvenire izrađivali su se privjesnice kao sastavni dio suvenira, a na kojima je pisalo o kojem se suveniru radi, podaci o proizvođaču i podaci o turističkoj zajednici. Od tadašnjih odabranih suvenira, neki se više ne proizvode te bi turistička zajednica trebala revidirati izbor originalnih suvenira i povećati aktivnosti njihove promocije.

Daljnje aktivnosti vezane uz suvenire su njihova promocija tj. dostupnost informacija svim posjetiteljima i turistima.

Nositelj	<ul style="list-style-type: none"> • TZ grada Petrinje i Grad Petrinja
Partneri	<ul style="list-style-type: none"> • Poduzetnici / proizvođači suvenira
Očekivani rezultati	<ul style="list-style-type: none"> • Povećanje prepoznatljivosti Petrinje • Povećanje zadovoljstva posjetitelja
Aktivnosti i vremenska dinamika	<ul style="list-style-type: none"> • Izrada letka o autohtonim suvenirima te njihova distribucija kroz TIC, smještajne i ugostiteljske kapacitete • Programi poticanja izrade i prodaje suvenira
Potrebna sredstava	<ul style="list-style-type: none"> • cca 5.000,00 kn

Projekt 25.	Unapređenje web stranica i korištenje novih tehnologija
Opis projekta	<p>Turistička zajednica Petrinje lansirala je nedavno novu web stranicu na petrinjaturizam.hr koja je ,za sada, u beta verziji. Stranica je podijeljena u šest glavnih izbornika: ‘upoznaj’, ‘posjeti’, ‘istraži’, ‘doživi’, ‘info’ i ‘novosti’. Pored toga, tu su i ‘Facebook’, ‘Twitter’, ‘Youtube’ i ‘Pintares’ čime je omogućeno i dijeljenje iskustva pa je tako zaokružena cijeli ciklus putovanja. Svaki od glavnih izbornika dalje se dijeli na podizbornike s vrlo jasnim nazivima tako da je pretraživanje jednostavno.</p> <p>Područja gdje su potrebna daljnja unapređenja su:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Interaktivna karta cijelog područja na kojoj su označene glavne atrakcije, područja udaljenosti (planirajte svoj boravak) • Daljnja unapređenja vezana uz sadržaj – informacije za goste • Daljnja unapređenja vezana uz sadržaj – informacije za medije, pri čemu se misli na press mapu, aktualni press release (kao i mogućnost pregledavanja arhive, mogućnost tematskog pregledavanja i selektiranja fotografija) • Mogućnost ‘skidanja’ svih tiskanih promocijskih materijala (za sada je moguće preuzeti biciklističke karte) • Istaknuti slogan koji se koristi na tiskanim materijalima • Naglasiti (uz logo) da je to ‘Službeni turistički portal’ • Radi lakšeg snalaženja preporuča se dodati tzv. ‘breadcrumbs’ – linija koja označuje u kojem je dijelu stranice korisnik, kao i ‘site map’ <p>Kad je riječ o web stranicama valja razmisliti i o sljedećem:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kad se na velikim ambijentalnim fotografijama klikne na njihovo zatvaranje vraća se na početnu stranicu (iako se stvori očekivanje da će se proći tekst o trenutnoj informaciji) • Stranica na ovaj način koncipirana (podijeljena na lijevu statičnu cjelinu i desnu koja se može dalje ‘pregledavati’) izgleda kao da se ne može vidjeti cijela • Boje bi se mogle staviti u funkciju lakše navigacije <p>Dalje, u budućnosti bi valjalo razmisliti o izradu mobilne aplikacije web stranica TZ Petrinje koja bi korisnicima omogućila jednostavan i brz pristup informacijama tijekom boravka u destinaciji.</p>
Nositelj	<ul style="list-style-type: none"> • TZ Grada Petrinje
Partneri	<ul style="list-style-type: none"> • Agencija za izradu web stranica
Očekivani rezultati	<ul style="list-style-type: none"> • Unapređenje informiranost i zadovoljstva gostiju
Aktivnosti i vremenska dinamika	<ul style="list-style-type: none"> • Kontinuirano
Potrebna sredstava	<ul style="list-style-type: none"> • n/a

5. PLAN IMPLEMENTACIJE

Polazeći od činjenice da se akcijski plan svodi na praktičnu implementaciju identificiranih ključnih razvojnih projekata sve aktivnosti akcijskog plana organizirane su prema strateškim ciljevima i programima (Slika 5.1.).

Nakon donošenja odluke o usvajanju ovog akcijskog plana, potrebno se usmjeriti na stvaranje preduvjeta za brži i sustavniji pristup turističkom razvoju pri čemu najviši prioritet imaju projekti koji bi se trebali inicirati u roku od 12 mjeseci od usvajanja ovog plana:

- Projekt 1. Interni marketing kojim se dionici informiraju o novom pristupu turističkom razvoju te mobiliziraju na koordiniranu akciju.
- Projekt 4: Unapređenje smeđe signalizacije i interpretacije u svrhu afirmacije Petrinje i povećanja turističkih dolazaka u kratkom roku
- Projekt 5: Unapređenje pješačkih i biciklističkih staza s ciljem intenziviranja projekta na kojem se već kontinuirano radi
- Projekt 6. Turističko uređenje gradske jezgre
- Projekt 20: Akcijski plan razvoja turizma događanja što u vrlo kratkom roku i uz minimalna ulaganja može stvoriti niz mini-atrakcija za kontinuirano privlačenje turističke potražnje, osobito regionalne

Visok prioritet imaju projekti koji dugoročno stvaraju pretpostavke za jače pozicioniranje Petrinje kao izletničke destinacije. Riječ je o sljedećim projektima:

- Projekt 2: Savjetodavna podrška turističkih poduzetnicima
- Projekt 13: Hostel
- Projekt 14. Auto kamp
- Projekt 16. Turistička ponuda OPG-a

Srednji prioritet imaju projekti vezani za uspostavljanje turističke infrastrukture uglavnom za kulturni turizam. Iako se ovi projekti odnose na razvoj ključnih atrakcija, oni ili zahtijevaju veća inicijalna ulaganja na teret gradskog proračuna te relativno dugačak rok realizacije i/ili kompleksnija partnerstva. To su:

- Projekt 3: Uspostava TIC-a
- Projekt 10. Grad na Kupi
- Projekt 11. Plaže na Kupi
- Projekt 9. Uređenje Hrastovice – artikulacija prostora oko crkve i Seljačkog doma
- Projekt 12. Gradski hotel
- Projekt 15. Tematizirana smještajna ponuda
- Projekt 17. S kestenom kroz povijest
- Projekt 18. Čamcima po Kupi
- Projekt 7: Klaonica – koncept najbolje upotrebe
- Projekt 24: Program proizvodnje autohtonih suvenira

Konačno, nešto niži prioritet imaju Projekt 8. Artikulacija kompleksa Župne crkve UBDM

– cjelovito prostorno-programsko rješenje. Ovaj projekt zahtjeva duži rok realizacije zbog rješavanja kompleksnosti pripreme projektne dokumentacije.

Paralelno s implementacijom ovih projekta, visok prioritet imaju aktivnosti marketinga i promocije koje trebaju započeti relativno brzo te trajati kontinuirano

- Projekt 21. Plan promocijskih aktivnosti
- Projekt 22. Primjena promocijskih konstanti
- Projekt 25. Unapređenje web stranica i korištenje novih tehnologija
- Projekt 23: Izrada i distribucija tiskanih promocijskih materijala

6. ZAKLJUČAK

Sukladno zaključcima nedavno usvojenog Strateškog razvoja turizma destinacije Petrinja, intenzivniji razvoj turizma u Petrinji, u razdoblju koje predstoji, ponajviše ovisiti o suradnji dionika i njihovoj spremnosti intenziviranja napora u smjeru stvaranja preduvjeta za realizaciju razvojne vizije kao i provedbu predviđenih aktivnosti koja će omogućiti stvaranje zanimljivih i inovativnih turističkih proizvoda koji bi privlačili veći broj posjetitelja.

U tom smislu, zadatak ovog dokumenta bio je identificirati ključne projekte koji će, u relativno kratkom razdoblju, polučiti optimalne efekte za turistički razvoj Petrinje. Polazište za definiranje ključnih projekata bio je Strateški plan, odnosno vizija i strateški ciljevi definirani tim planom, potreba za dinamiziranjem turističkog razvoja Petrinje kroz definiranje ključnih projekata, kao i suradnja s lokalnim dionicima čime je osiguralo da predloženi ključni projekti odražavaju potrebe i aspiracije lokalne zajednice.

Primjenjujući ova načela, inicijalno je identificirano četrdesetpeta turističkih razvojnih projekata. U uvjetima relativno skromnih proračunskih sredstava, a uslijed relativno velikog broja inicijalno identificiranih potencijalno interesantnih projektnih ideja, nije realno očekivati da će realizacija svih nominiranih projekata početi odmah. U tom je smislu, a u cilju prijeko potrebne učinkovitosti/racionalnosti u raspolaganju ograničenim proračunskim sredstvima, predloženo da se inicijalno nominirani broj turističkih razvojnih projekata smanji na dvadesetčetiri prioriteta projekata. Njihov izbor izvršen je objektivno, na temelju prethodno definiranih kriterija. Također se vodilo računa da su prioritetni razvojni projekti relativno ravnomjerno disperzirani prema ciljevima definiranim ciljevima turističkog razvoja u Strategiji razvoja turizam destinacije Petrinja.

Neovisno o izboru prioriteta turističkih razvojnih projekata, a povezano s činjenicom da poduzetnici mogu imati financijski, kadrovski i/ili organizacijski kapacitet dovoljno snažan da razvijaju i one projekte koji nisu ušli u prioritetne projekte, a za koje sami imaju poduzetničkog interesa, nositelji javne vlasti trebali bi stvoriti sve potrebne pretpostavke koje će omogućiti početak realizacije i svih takvih projekata, naravno pod pretpostavkom da se isti nalaze na listi inicijalno specificiranih projekata i/ili su kompatibilni s turističkom vizijom i misijom grada Petrinje.

Konačno, za očekivati je da će realizacija prioriteta razvojnih projekata već u kratkom roku kreirati dodatni interes različitih potrošačkih segmenata za dolaskom i provođenjem slobodnog vremena na prostoru grada Petrinje.