A blue and white logo

AI-generated content may be incorrect.

Plan upravljanja destinacijom

Karlovac

Razdoblje: 2025. – 2029. godine

Sadržaj

[Uvod 1](#_Toc215570322)

[Popis sudionika 5](#_Toc215570323)

[1. Profil odredišta 7](#_Toc215570324)

[2. Analiza stanja 13](#_Toc215570325)

[2.1. Analiza postojećih turističkih proizvoda i usluga u destinaciji 56](#_Toc215570326)

[2.2. Resursna osnova Karlovca 80](#_Toc215570327)

[2.3. Javna turistička infrastruktura 87](#_Toc215570328)

[2.4. Analiza komunalne infrastrukture 91](#_Toc215570329)

[2.5. Prometna infrastruktura 104](#_Toc215570330)

[2.6. Analiza stanja digitalizacije 109](#_Toc215570331)

[2.7. Analiza stanja pristupačnosti osobama s invaliditetom 111](#_Toc215570332)

[2.8. Analiza organiziranosti i dostupnosti 114](#_Toc215570333)

[2.9. Analiza stanja i potreba ljudskih potencijala 117](#_Toc215570334)

[2.10. Analiza komunikacijskih aktivnosti 118](#_Toc215570335)

[2.11. Analiza konkurentnosti 127](#_Toc215570336)

[2.12. Izvješće o provedenoj analizi stanja destinacije 134](#_Toc215570337)

[2.13. Potencijal za razvoj i podizanje kvalitete turističkih proizvoda 135](#_Toc215570338)

[3. Pokazatelji održivosti 139](#_Toc215570339)

[3.1. Metodologija prikupljanja 139](#_Toc215570340)

[3.2. Analiza prikupljenih podataka 139](#_Toc215570341)

[3.3. Praćenje održivosti 140](#_Toc215570342)

[4. Razvojni smjer s mjerama i aktivnostima 158](#_Toc215570343)

[4.1. Swot analiza 158](#_Toc215570344)

[4.2. Identifikacija općih načela i ciljeva 159](#_Toc215570345)

[4.3. Oblikovanje strateških pravaca i prioriteta 161](#_Toc215570346)

[4.4. Mjere i aktivnosti 168](#_Toc215570347)

[5. Smjernice i preporuke za dionike razvoja 196](#_Toc215570348)

[5.1. Smjernice i preporuke za jedinice lokalne samouprave, Grad Karlovac 196](#_Toc215570349)

[5.2. Smjernice i preporuke za turističku zajednicu 197](#_Toc215570350)

[5.3. Smjernice i preporuke za druge dionike u turizmu u destinaciji 198](#_Toc215570351)

[6. Popis projekata 200](#_Toc215570352)

[6.1. Popis projekata koji pridonose provedbi mjera potrebnih za doprinos stvaranju pokazatelja održivosti na razini destinacije 200](#_Toc215570353)

[6.2. Projekti od posebnog značaja za razvoj destinacije 213](#_Toc215570354)

[7. Mjerenje napretka i izvješće o provedbi 224](#_Toc215570355)

[7.1. Podrška i implementacija plana upravljanja 224](#_Toc215570356)

[7.2. Izvješće o provedbi plana upravljanja destinacijom 224](#_Toc215570357)

[8. Zaključak 226](#_Toc215570358)

[9. Izvori podataka 227](#_Toc215570359)

# Uvod

Plan upravljanja turizmom grada Karlovca izrađen je u skladu sa strateškim dokumentima i razvojnim smjernicama koje propisuje Ministarstvo turizma i sporta Republike Hrvatske. Plan upravljanja destinacijom je planski dokument za razvoj održive destinacije. Primarna mu je svrha osigurati razvoj destinacije u smjeru održivosti u skladu s aktima strateškog planiranja, prostornim planovima, planom upravljanja kulturnim dobrima i drugim važećim planovima i propisima. Sukladno Zakonu o turizmu (NN 156/23, dalje: ZOT) ovaj plan upravljanja izrađuje Turistička zajednica grada Karlovca za područje grada Karlovca. Planom se određuje smjer razvoja destinacije s ciljem poboljšanja iskustva posjetitelja, zaštite prirodnih i kulturnih dobara i dobrobiti lokalne zajednice. Ovaj dokument predstavlja podlogu za donošenje odluka i mjera za upravljanje razvojem turizma u smjeru održivosti. Karlovac, kao grad s bogatom poviješću, jedinstvenim urbanim i prirodnim resursima, te specifičnim identitetom, ovim Planom definira svoje strateške ciljeve, prioritetne projekte i akcijske mjere koje će omogućiti konkurentno pozicioniranje na domaćem i međunarodnom turističkom tržištu. Dokument se temelji na načelima održivosti, diversifikacije turističke ponude i jačanja prepoznatljivosti brenda Karlovca, uz aktivnu suradnju svih dionika turističkog ekosustava – od javnog i privatnog sektora do lokalne zajednice. Plan upravljanja donosi se na period od četiri godine, razdoblje 2025. – 2029. godine.

Karlovac je destinacija bogata prostornim resursima, rijekama, kulturnom baštinom i strateškom prometnom povezanošću, no puni potencijal još nije aktiviran u mjeri koja odgovara njegovim identitetskim i funkcionalnim prednostima. U nastavku donosimo pregled ključnih razvojnih prilika proizašlih iz detaljne analize turizma i prihvatnog kapaciteta. Svaka od ovih domena otvara prostor za pametno planiranje, ulaganja, suradnju i inovaciju, s jasnim ciljem da Karlovac postane održiva, cjelogodišnja i doživljajna destinacija.

Ključni strateški ciljevi razvoja turizma grada Karlovca definirani ovim Planom usmjereni su na postizanje dugoročne konkurentnosti i održivosti destinacije te stvaranje prepoznatljivog identiteta koji povezuje prirodne, kulturne i urbane posebnosti grada.

Nastavit će se razvijati Karlovac kao cjelogodišnju destinaciju doživljaja putem diversifikacije turističke ponude i produženja prosječnog boravka gostiju, s posebnim naglaskom na *outdoor* aktivnosti, kulturne sadržaje i manifestacije. Istodobno je potrebno osigurati dugoročnu održivost turizma i podići kvalitetu života lokalne zajednice kroz ulaganja u infrastrukturu, javne prostore i zelene zone, uz aktivno uključivanje građana i očuvanje autentičnog identiteta grada.

Važan je i cilj uspostave destinacijskog brenda i tržišne prepoznatljivosti Karlovca, koji se pozicionira kao „grad zvijezda na četiri rijeke i parkova“, s jedinstvenom kombinacijom urbanih, kulturnih i prirodnih atrakcija. Povećanje konkurentnosti temelji se na inovacijama i strateškim partnerstvima, razvoju novih turističkih proizvoda te ulaganjima u digitalizaciju, održivu mobilnost i pametno upravljanje destinacijom, uz uključivanje svih relevantnih dionika.

Poseban naglasak stavlja se na transformaciju tranzitnih i jednodnevnih posjeta u višednevne boravke i lojalne goste kroz kreiranje posebnih paketa, organizaciju događanja i razvoj tematskih itinerera, čime se povećava ekonomska iskoristivost svakog posjetitelja i doprinosi održivom razvoju turizma u Karlovcu.

Pozdrav gradonačelnika, Damira Mandića

*Poštovani sugrađani i partneri,*

*pred vama je Plan upravljanja turizmom grada Karlovca, strateški alat koji označava novu fazu razvoja, usmjerenu prema većoj održivosti, konkurentnosti i uključivosti našeg grada. Turistička zajednica Karlovca, u procesu transformacije u Destination Management Organizaciju (DMO), preuzima ključnu ulogu u koordinaciji dionika te vođenju razvoja prema dinamičnoj, doživljajnoj i prijateljskoj destinaciji. Uspješna provedba ovoga plana nije moguća bez snažne partnerske suradnje s Gradom Karlovcem kao nositeljem prostornog, infrastrukturnog i društvenog razvoja te nezaobilaznim pokretačem sinergije između turističkih ciljeva i širih razvojnih prioriteta. U središte vizije postavljamo kvalitetu života svih građana Karlovca, podršku poduzetnicima, očuvanje identiteta prostora i ambijent u kojem posjetitelji uživaju visok stupanj usluge, osjećaj dobrodošlice i poštovanje grada prema ljudima i okolišu. Naša strategija temelji se na uravnoteženom odnosu između očuvanja kulturne i prirodne baštine i potreba tržišta, vodeći grad prema statusu destinacije koja aktivno njeguje vrijednosti održivosti, uključivosti i kvalitete.*

*U realizaciji Plana upravljanja turizmom Karlovca djelujemo kao destinacijski tim, platforma za dijalog i inovacije, oslanjajući se na europske i nacionalne smjernice te lokalne resurse. Cilj nam je osigurati kvalitetan rast turističke ponude, uključiti zajednicu u sve segmente razvoja te dugoročno stvarati koristi za sve dionike. Svaki korak planiranja i provedbe prožet je promicanjem održivih modela, transparentnosti, kvalitetne komunikacije i cjeloživotnog učenja. Karlovac raspolaže snažnim prostornim i kulturnim resursima, ali i izazovima – od sezonalnosti i infrastrukturnih ograničenja do potrebe za prepoznatljivim tržišnim pozicioniranjem. Provedena analiza iznjedrila je brojne razvojne prilike: digitalizaciju turističkih servisa, jačanje* outdoor *i kulturnog segmenta, afirmaciju zajednice kroz edukaciju i participaciju te podizanje tržišne prisutnosti grada.*

*Strateški ciljevi organizirani su kroz tri ključna područja – vizionarsko vodstvo, učinkovitu provedbu i transparentno upravljanje.*

*Zahvaljujem svim dionicima u turizmu grada na angažmanu i dijalogu koji su omogućili izradu ovoga dokumenta. Snažnim zajedničkim temeljem i suradnjom, Karlovac ima priliku postati još prepoznatljivija, održiva i cjelogodišnja destinacija, spremna odgovoriti na potrebe budućih generacija.*

*S poštovanjem*

*gradonačelnik grada Karlovca*

*Damir Mandić*

Pozdrav direktorice Turističke zajednice Marine Burić

*Poštovani partneri, sugrađani i prijatelji Karlovca,*

*s ponosom vam predstavljamo Plan upravljanja turizmom grada Karlovca koji je prvi korak k transformaciji naše turističke zajednice u modernu Destination Management Organizaciju (DMO) i stvaranju novog modela razvoja destinacije. Želim istaknuti da su srž ovog dokumenta vrijednosti održivosti, uključivosti i kvalitete, koje određuju svaki aspekt našeg zajedničkog rada. Naš je cilj razvijati Karlovac kao grad prepoznatljiv po ravnoteži između očuvanja identiteta, kvalitete života stanovnika te suvremenih potreba posjetitelja. Ovaj Plan rezultat je dijaloga, analize i sudjelovanja brojnih dionika, svih vas kojima je stalo do boljitka grada i koji kroz svakodnevni rad dajete Karlovcu posebnu otvorenost, gostoljubivost i inovativnost.*

*Turistička zajednica preuzima stratešku ulogu platforme za suradnju te pokretača inovativnih ideja, koristeći nacionalne i međunarodne modele, najbolje prakse i lokalne potencijale. Želimo biti podrška lokalnim poduzetnicima, vodič korisnicima i partner gradskim institucijama. Plan jasno definira prioritete: cjelogodišnju aktivnost destinacije, razvoj novih proizvoda i iskustava, integraciju digitalnih rješenja, snažnije uključivanje građana te odgovorno upravljanje resursima. Posebnu važnost pridajemo edukaciji, suradnji s lokalnom zajednicom i podizanju svijesti o važnosti turizma za održivu budućnost Karlovca.*

*Pozivam sve dionike, građane, udruge, obrtnike i tvrtke na suradnju, participaciju i zajedničko stvaranje destinacije po mjeri lokalne zajednice i modernih trendova. Samo zajedno možemo Karlovac pozicionirati kao uzor održivog, inovativnog i doživljajnog grada na karti hrvatskog i europskog turizma.*

*Zahvaljujem na povjerenju i radujem se novim zajedničkim uspjesima.*

*S poštovanjem*

*direktorica Turističke zajednice grada Karlovca*

*Marina Burić*

# Popis sudionika

**Nositelj izrade Plana**

* Turistička zajednica grada Karlovca

**Partneri**

* Grad Karlovac

**Institucije i javne ustanove**

* Aquatika – Slatkovodni akvarij Karlovac
* Muzeji grada Karlovca
* Kino Edison
* Nikola Tesla Experience Center
* Gradska knjižnica „Ivan Goran Kovačić“
* Sportski objekti Karlovac
* Zelenilo d. o. o. Karlovac
* Vodovod i kanalizacija d.o.o.
* Čistoća d.o.o.
* Konzervatorski odjel u Karlovcu
* Javna ustanova Natura Viva
* Turističko-ugostiteljska škola Karlovac
* Veleučilište u Karlovcu
* Udruga osoba s invaliditetom Karlovačke županije (UOSIKAZU)

**Gospodarski subjekti i udruge**

* Udruženje obrtnika Karlovac
* Obrtnička komora Karlovačke županije
* HGK – Županijska komora Karlovac
* Udruga turističkih vodiča „Bastion“
* Sve strukture turističkih dionika u turizmu

**Podrška i konzultantski tim:**

* Stručni izrađivači Plana upravljanja destinacijom (autorski tim konzultanata)
* Koordinacijsko tijelo za praćenje provedbe
* Radna skupina za provedbu Plana (Turističko vijeće)

# Profil odredišta

Profil odredišta predstavlja temeljni prikaz identiteta, resursa, turističke ponude i razvojnih potencijala grada kao turističke destinacije. Karlovac se nalazi u srcu Hrvatske, poznat po svojoj jedinstvenoj urbanoj strukturi, renesansnoj zvjezdolikoj tvrđavi te bogatom prirodnom okruženju koje oblikuju četiri rijeke: Kupa, Korana, Mrežnica i Dobra. Upravo spoj kulturno-povijesne baštine, očuvanih prirodnih krajolika i razvijene mreže događanja čini Karlovac prepoznatljivim i konkurentnim turističkim odredištem.

Odredište se pozicionira kao centar za aktivni turizam, kulturne doživljaje i boravak u prirodi, s naglaskom na održivost, autentičnost i lokalnu tradiciju. Profil uključuje analizu ključnih turističkih proizvoda (poput događanja, riječnog turizma, kulturnih atrakcija), ciljnih tržišta, smještajnih i pratećih kapaciteta, kao i institucionalnog okvira destinacijskog upravljanja. Ovaj prikaz služi kao polazište za daljnje strateško planiranje, unapređenje ponude i jačanje konkurentnosti Karlovca na turističkom tržištu.

Tablica 1: Profil turističkog odredišta: grad Karlovac

| **KATEGORIJA** | **OPIS** |
| --- | --- |
| **Organizacijska struktura i partnerstva** | Grad Karlovac, Aquatika – slatkovodni akvarij Karlovac, Muzeji grada Karlovca, Kino Edison, Nikola Tesla Experience Center, Veleučilište u Karlovcu, Udruga turističkih vodiča Bastion, Udruženje obrtnika Karlovac, Zelenilo d. o. o., Sportski objekti. |
| **Strategija razvoja turizma** | Plan razvoja Grada Karlovca 2021. – 2030. godine Strategija razvoja turizma Karlovačke županije do 2025. |
| **Vizija (2030.)** | Karlovac – zeleni grad parkova, rijeka, kulture i jedinstvenih doživljaja, prepoznat kao lider održivog i cjelogodišnjeg turizma. |
| **Misija** | Karlovac kao održiva, prepoznatljiva i gostoljubiva turistička destinacija koja povezuje jedinstvenu prirodu, kulturu i način života stvarajući autentične doživljaje za posjetitelje i ugodniji i kvalitetniji život za lokalnu zajednicu. |

*Izvor: Turistička zajednica grada Karlovca*

Tablica 2: Lokacija i prometna povezanost

| **KATEGORIJA** | **OPIS** |
| --- | --- |
| **Zemljopisni položaj** | Središnja Hrvatska, na sutoku četiriju rijeka: Kupa, Korana, Mrežnica, Dobra. |
| **Reljef** | Dinarski rub Panonske nizine, brdovit teren prema Gorskom kotaru i Lici. |
| **Klima** | Umjereno kontinentalna s naglašenim sezonama. |
| **Sunčani sati (2024.)** | 2249,7 sati |
| **Padaline (2024.)** | 1118,3 mm |
| **Oblačni dani** | 128 godišnje |
| **Prometna infrastruktura** | Autocesta A1, željeznički kolodvor, 50 km do Zagreba, 45 min do Zračne luke Zagreb. |
| **Udaljenosti od emitivnih tržišta** | Zagreb 50 km, Rijeka 110 km, Split 350 km, Ljubljana 176 km, Venecija 343 km, München 585 km, Beč 405 km, Bratislava 436 km, Budimpešta 394 km |

*Izvor: Turistička zajednica grada Karlovca*

Tablica 3: Stanovništvo i ekonomija

| **Broj stanovnika** | **49.377 (Popis 2021.)** |
| --- | --- |
| **Ekonomska struktura** | Najviše poduzeća u sektorima: trgovina, stručne djelatnosti, prerađivačka industrija, građevinarstvo, ugostiteljstvo. |
| **Investicije u turizam** | U tijeku su ulaganja u smještaj, kulturne atrakcije, infrastrukturu, događanja i promociju. |

*Izvor: Turistička zajednica grada Karlovca*

Tablica 4: Turistički motivi i proizvodi

| **Razlozi dolaska** | **Tranzit (40 %), izlet (30 %), vjerski (20 %), poslovni (10 %)** |
| --- | --- |
| **Turistički proizvodi** | Kulturni turizam, aktivni odmor, *city break*, gastronomija, edukativni sadržaji. |
| **Glavne atrakcije** | Aquatika – slatkovodni akvarij Karlovac, Stari grad Dubovac, Muzej Domovinskog rata Karlovac – Turanj, Nacionalno svetište sv. Josipa. |
| **Rijeke i aktivnosti** | Kupanje, rafting, kajak, SUP, biciklizam, šetnice uz rijeke. |
| **Kultura i manifestacije** | Proljeće u Karlovcu, Ivanjski krijes, Zvjezdano ljeto, Gljivarski tjedan, Kestenijada, Na pivo u Karlovac, Dani piva, Advent, Festival magle, Etno Jazz Festival, Riječno kino i sl. |

*Izvor: Turistička zajednica grada Karlovca*

Tablica 5: Broj ugostiteljskih objekata

|  |  |
| --- | --- |
| **Ugostiteljski objekti** | **Broj** |
| Restorani | 105 (32 aktivno promovirani online) |
| Kafići i barovi | 236 (53 online) |
| Slastičarne / pekare | 4 / 20 |
| Pubovi / pivnice | 3 |
| Noćni klubovi | 9 |
| Kraft pivovara / kušaonica | 1 |

*Izvor: Turistička zajednica grada Karlovca*

Tablica 6: Infrastruktura i okoliš

| **Kapacitet infrastrukture** | **Projektirana za 70 000 osoba dnevno** |
| --- | --- |
| **Vršna opterećenost** | Do 55 000 osoba (gosti + stanovnici) |
| **Parkovne površine** | U Karlovcu je ukupno registrirano oko 1.333.000 m² javnih zelenih površina (parkova, perivoja, šetnica, nasada), što grad svrstava među najzelenije gradske sredine u Hrvatskoj. U katastar zelenih površina upisano je više od 12 000 stabala na javnom području. |
| **Planirani razvoj** | Obogaćivanje parkova, kongresni sadržaji, biciklističke staze, nova sportska dvorana |

*Izvor: Turistička zajednica grada Karlovca*

Tablica 7: Turistička infrastruktura

|  |  |
| --- | --- |
| **Pješačke i planinarske rute** | Da |
| **Biciklističke rute** | Da, u pravilu uz cestu |
| **Kongresna infrastruktura** | 29 dvorana, 2129 sjedala |
| **Mjere za kontrolu** | Aktivan monitoring; prilagodba prema potrebi, pritisak masovnosti nije zabilježen. |

*Izvor: Turistička zajednica grada Karlovca*

Tablica 8: Potencijal i razvoj

| **Turistički potencijali** | **Jačanje kulturnog turizma, razvoj riječnih sadržaja, promocija eno-gastro ponude, zelena destinacija.** |
| --- | --- |
| **Investicije u tijeku** | Kulturne atrakcije, obnova povijesnih lokacija, aglomeracija, novi park. |
| **Partnerstva za razvoj** | Turistička zajednica, Grad Karlovac, muzeji, ustanove u kulturi, OPG-ovi, lokalne udruge, obrazovne institucije. |
| **Pametno upravljanje, *Smart city*** | Nema još umreženih digitalnih sustava, ali postoji infrastruktura za nove alate. |
| **Ekološka održivost** | Rijeke čiste, zelene zone planirane, prostor dopušta razvoj uz mjere zaštite okoliša, ali nužan je oprez pri širenju. |

*Izvor: Podaci Turistička zajednica grada Karlovca, obrada autora*

Regenerativni turizam

Regenerativni turizam predstavlja napredni oblik održivog turizma koji ne samo da umanjuje negativne utjecaje na okoliš, kulturu i zajednicu, već aktivno doprinosi njihovoj obnovi, jačanju i dugoročnom očuvanju. U slučaju Karlovca, to znači razvoj turizma koji poštuje prirodna bogatstva četiriju rijeka: Kupe, Korane, Mrežnice i Dobre, te kulturno-povijesnu baštinu, uključujući jedinstvenu renesansnu jezgru u obliku šesterokrake zvijezde, fortifikacijski sustav te industrijsku i vojnu baštinu koja još uvijek čeka punu valorizaciju. Kroz planirani razvoj i provedbu modela regenerativnog turizma Karlovac ima priliku oblikovati vlastiti brend temeljen na spoju vode, povijesti, urbane prirode i aktivnog odmora. Umjesto masovnog turizma koji može narušiti prostornu ravnotežu i identitet grada, Karlovac se može pozicionirati kao odredište koje stvara pozitivan učinak za okoliš, lokalnu zajednicu i gospodarstvo.

Za razliku od drugih hrvatskih destinacija, Karlovac je u povoljnoj fazi razvoja turizma, što omogućuje strateško planiranje i usmjeravanje prema kvaliteti, održivosti i otpornosti. Dugoročni ciljevi uključuju profesionalizaciju upravljanja destinacijom, obogaćivanje ponude lokalnim proizvodima i iskustvima, ravnomjernu prostornu i vremensku distribuciju turizma te aktivno uključivanje lokalnog stanovništva kao ključnih dionika.

**Transformativni turizam** u Karlovcu odnosi se na turizam koji ne samo da pruža iskustvo i rekreaciju, već aktivno doprinosi promjeni percepcije, osobnom razvoju i pozitivnom utjecaju na posjetitelje i lokalnu zajednicu. Karlovac nudi bogatstvo prirodnih, kulturnih i outdoor sadržaja koji imaju potencijal za transformativna iskustva, posebno kroz intenzivan kontakt s prirodom, sudjelovanje u aktivnostima, lokalnu edukaciju i kulturno sudjelovanje.

Primjeri transformativnog turizma u Karlovcu:

* **Safari rafting „Od ušća do ušća”**: Organizirani izleti četiri rijekama povezani s muzejima, kupalištima i edukacijom o životu u prirodi nude polaznicima mogućnost razvoja vještina preživljavanja, ekološke osviještenosti, orijentacije u prirodi, upoznavanja lokalne baštine i promjene odnosa prema okolišu. ​
* **IQM Destination Karlovac**: Projekt integralnog upravljanja kvalitetom destinacije ima za cilj povezivanje poduzetnika, turističkih djelatnika te lokalne zajednice radi unapređenja iskustva gostiju kroz edukaciju, inovativne projekte i održivo upravljanje. ​
* **Programi kulturne i etno baštine**: sudjelovanje u manifestacijama, kreativnim radionicama, obilazak povijesne jezgre i edukativnim turama, gdje se naglašava uloga svakog pojedinca u očuvanju kulturnog identiteta i tradicije. ​
* ***Outdoor* i ruralni turizam**: Biciklizam, *trekking*, planinarenje, spavanje pod otvorenim nebom te sudjelovanje u pripremi lokalnih jela i zanata imaju snažan utjecaj na razvijanje novih vještina, osobnu refleksiju te spoj s prirodom i lokalnim zajednicama. ​

Transformativni turizam najviše dolazi do izražaja u programima koji su usmjereni na edukaciju, interakciju s lokalnim stanovništvom, sudjelovanje u društveno korisnim aktivnostima te inovativnu interpretaciju baštine i prirode. Digitalna transformacija dodatno povećava mogućnosti za personalizirana iskustva, povezivanje dionika i kontinuirani razvoj kvalitete turističkog proizvoda.

# Analiza stanja

U sklopu Plana upravljanja izrađuje se sveobuhvatna analiza stanja koja predstavlja temelj za uspostavu ciljeva, prioriteta i akcijskog plana razvoja regenerativnog turizma u Karlovcu. Analiza obuhvaća sljedeće ključne tematske cjeline: **prirodni resursi i ekosustavi**. Identificirat će se ključni prirodni resursi (rijeke, parkovi, zelenilo) i osjetljiva područja (npr. šumska i riječna staništa). Posebna pažnja posvetit će se biokapacitetu i bioraznolikosti uz rijeke, te će se analizirati utjecaj turizma na riblji fond, biljne vrste i mikroklimatske uvjete. **Stanje okoliša** uključuje podatke o kvaliteti zraka, vode i tla, posebice u urbanim zonama uz rijeke koje privlače velik broj posjetitelja. Procijenit će se utjecaj turističke aktivnosti na stanje okoliša, kao i kapacitet sustava da izdrži sezonski porast posjetitelja. Dostupnost pitke vode i održivost vodoopskrbe u kontekstu rasta turizma, posebice tijekom ljetnih mjeseci kada je korištenje resursa najintenzivnije. **Prometna i komunalna infrastruktura:** procjena kapaciteta prometne mreže (posebice u širem gradskom području, prema rijekama i lokacijama manifestacija). **Stanje komunalnih sustava** (vodoopskrba, kanalizacija, zbrinjavanje otpada, električna mreža) i njihova spremnost da prihvate povećan broj turista. **Smještajni kapaciteti:** analiza trenutnog broja smještajnih jedinica (posebno privatnog smještaja i malih hotela), sezonske popunjenosti te održivosti daljnjeg širenja kapaciteta. Uspostava ravnoteže između razvoja smještaja i očuvanja kvalitete života u gradskim četvrtima. **Društveni kapacitet:** procjena spremnosti lokalne zajednice da podrži turističku aktivnost, uključujući broj posjetitelja koji ne narušava društvenu koheziju i svakodnevni život građana. Analiza stavova lokalnog stanovništva prema turizmu i razine njihovog uključivanja u donošenje odluka. **Sezonalnost i nosivost:** istraživanje mogućnosti produljenja sezone (npr. kulturni i sportski sadržaji u proljeće i jesen), smanjenja prenapučenosti u vrhuncu ljeta i veća valorizacija izvansezonskih potencijala. **Definiranje pravila, kvota i limita** u prostorno najosjetljivijim područjima uz rijeke i u centru grada. **Postojeće održive inicijative:** popis i evaluacija postojećih projekata koji doprinose održivosti, kao što su Zeleni festival, sustavi za odvojeno prikupljanje otpada i energetska učinkovitost u smještajnim objektima. Jačanje povezanosti između lokalnih proizvođača, kulturnih institucija i turističkog sektora kroz kratke lance vrijednosti. **Klimatska otpornost i krizni sustavi:** Karlovac kontinuirano procjenjuje otpornost destinacije na klimatske promjene, spremnost kriznih službi na povećani turistički promet te provodi planove kriznog upravljanja u slučaju elementarnih nepogoda, uz praćenje socioekonomskih utjecaja turizma na cijene nekretnina i životne troškove lokalnog stanovništva.

Analiza stanja pruža cjelovit uvid u trenutno stanje turističke destinacije kroz pregled resursa, ponude, potražnje, organizacije i institucionalnog okvira. Temelji se na prikupljenim podatcima, prostornoj i tržišnoj analizi, te ocjeni dosadašnjih razvojnih aktivnosti u turizmu. Pružanjem i identificiranjem glavnih snaga, slabosti, prilika i prijetnji (SWOT), omogućava se realna procjena razvojnih potencijala i izazova. Analiza uključuje ocjenu zadovoljstva dionika, posjetitelja i lokalnog stanovništva te utjecaja turizma na prostor, okoliš i društvo, te služi kao temeljna podloga za postavljanje strateških ciljeva, prioritetnih mjera i modela održivog upravljanja destinacijom.

Ciljevi analize stanja

Analiza stanja provodi se radi dobivanja sveobuhvatnog uvida u postojeće stanje, identificiranja ključnih izazova i potencijala te prikupljanja relevantnih podataka za donošenje informiranih odluka u procesu upravljanja. Analiziraju se ekonomski, ekološki, društveni i infrastrukturni aspekti radi osiguravanja održive i učinkovite provedbe plana upravljanja.

U Planu razvoja Karlovačke županije 2021. – 2027. godine posebno je cilj 2 usmjeren na unapređenje turističke ponude, a svrha mu je izravan doprinos provedbi, odnosno ostvarenju Nacionalne razvojne strategije Republike Hrvatske do 2030., konkretnije njezina Strateškog cilja 1, koji se odnosi na konkurentno i inovativno gospodarstvo. Provedba ovog posebnog cilja podrazumijeva razvoj nacionalnog i županijskog turizma s naglaskom na održivost, inovativnost i otpornost, a osobita je pozornost usmjerena na oblikovanje funkcionalne i održive kontinentalne turističke ponude. Taj će se cilj ostvariti kroz proces pametne specijalizacije posebnih oblika turizma, među kojima su ruralni, ekološki, *outdoor* i kulturni turizam.

Ulaganjem u javnu turističku infrastrukturu te razvojem funkcionalnih turističkih sadržaja podići će se ambijentalna atraktivnost i funkcionalnost javnih prostora, poboljšavajući ukupni doživljaj posjetitelja. Provedba posebnog cilja organizira se kroz županijske razvojne projekte, pri čemu se aktivnosti financiraju i sufinanciraju u suradnji s jedinicama lokalne samouprave i sustavom turističkih zajednica na području Karlovačke županije te poticanjem ulaganja malog i srednjeg poduzetništva u skladu s utvrđenim razvojnim potrebama i potencijalima same županije. U okviru ovoga cilja provode se aktivnosti usmjerene turističkoj valorizaciji i prezentaciji kulturne i prirodne baštine, održavanju i unapređenju javne turističke infrastrukture te razvoju funkcionalnih i održivih turističkih sadržaja.

Odgovorni turizam

Karlovac se, poput mnogih drugih destinacija, suočava s naglašenom sezonalnošću. Ljetni mjeseci donose znatan porast posjetitelja, dok ostatak godine odlikuje niža razina turističke aktivnosti. Iako se poduzimaju koraci prema promociji sadržaja izvan glavne sezone, kao što su kulturna i sportska događanja, sezonalnost ostaje izazov. Karlovac nema izrađen akcijski plan za upravljanje sezonalnošću, ali svjestan važnosti tog pitanja, intenzivno se razmatra uvođenje mjera za diversifikaciju ponude, promociju vansezonskih proizvoda i infrastrukturna rješenja koja bi privukla goste u svim dijelovima godine.

Smanjenje broja stalnih stanovnika u Karlovcu u posljednjem desetljeću nije uzrokovano turizmom, već predstavlja složeni demografski izazov koji obuhvaća širok spektar ekonomskih, društvenih i migracijskih čimbenika. Iako cijena najma i kupnje stanova pokazuju uzlazni trend, to primarno nije rezultat rasta turističkog sektora. Prema dostupnim podatcima, cijena kvadrata stambenog prostora u siječnju 2024. kretala se između 1000 i 2500 eura, a prosječne cijene najma stanova srednje veličine iznosila je od 400 do 550 eura mjesečno, ovisno o lokaciji i kvaliteti nekretnine. Ove brojke ukazuju na stabilno, iako postupno rastuće tržište, koje trenutačno ne predstavlja prijetnju dostupnosti stanovanja za lokalno stanovništvo.

Važan instrument koji grad mora dodatno razvijati u kontekstu odgovornog turizma jest participativno budžetiranje, koje omogućuje stanovnicima da sudjeluju u odlukama o raspodjeli sredstava i prioritetima razvoja. Iako se mišljenja stanovnika o turizmu povremeno prikupljaju, praksa njihovog sustavnog uključivanja u proces donošenja odluka još uvijek nije u potpunosti implementirana. Postoji jasna namjera da se takav pristup unaprijedi redovitim istraživanjima javnog mijenja, transparentnom objavu rezultata i osiguravanjem mehanizama za provedbu preporuka koje proizlaze iz dijaloga sa zajednicom.

Karlovac ima potencijal da bude primjer dobre prakse u implementaciji odgovornog turizma. Ovdje je riječ o modelu razvoja koji stavlja čovjeka, zajednicu i okoliš u središte planiranja. Takav pristup zahtijeva sustavnu edukaciju, osnaživanje lokalnih dionika i strateško planiranje koje ne zanemaruje dugoročne posljedice turističkog rasta.

Za Plan upravljanja provedena je analiza mišljenja stanovnika o turizmu, rezultate prezentiramo u nastavku ovog dokumenta.

Tablica 9: Analiza mišljenja stanovnika

|  |  |
| --- | --- |
| **Obilježja uzorka** | **Uzorak reprezentativan, zastupljene su sve kategorije stanovništva promatrano po spolu, dobi, ekonomskom statusu, razini obrazovanja, te se radi o ispitanicima koji imaju stalno prebivalište u Karlovcu i 95 % njih u destinaciji živi dulje od 10 godina.** |
| 472 ispitanika, od čega: |
| * 97 % ima stalno prebivalište u Karlovcu |
| * 95 % u Karlovcu živi više od 10 godina |
| * 63 % su žene a 35 % su muškarci (2 % ne želi se izjasniti) |
| * 29 % dobi od 46 do 55 godina, 26 % od 36 do 45 godina, 16 % od 25 do 35 godina, 15 % od 56 do 65 godina, 8 % je punoljetno ali mlađe od 25 godina, a 6 % je starije od 66 godina |
| * 50 % ima završen fakultet ili viši stupanj obrazovanja, 28 % je završilo srednju školu, 19 % višu školu |
| * Mjesečna primanja kućanstva distribuirana su po normalnoj distribuciji: 25,64 % ostvaruje mjesečna primanja u rasponu od 2001 do 3000 €, 15 % u rasponu od 3001 do 4000 €, 15,5 % u rasponu od 1501 do 2000 €, 13 % u rasponu od 1001 €  do 1500 €, 10 % u rasponu višem od 4001€ i 8 % u rasponu nižem od 1000 € |
|  | |
| **Značaj turizma za lokalnu zajednicu** | **Iako manje od 10 % ispitanika ostvaruje prihode od turizma, 82 % ispitanika smatra da turizma ima pozitivan utjecaj na kvalitetu života (samo 4 % smatra da utječe negativno)** |
| * 90,5 % ne ostvaruje prihode od turizma, samo za 1,5 % turizam glavni izvor prihoda, 8 % ostvaruje dodatni prihod od turizma |
| * Utjecaj turizma na kvalitetu života: 63 % smatra da pomaže u unapređenju kvalitete života, 19 % pomaže u održavanju kvalitete života, 14 % nema učinak a samo 4 % smatra da smanjuje kvalitetu života |
|  | |
| **Zadovoljstvo razvojem turizma i destinacije općenito** | **Ispitanici pokazuju srednju razinu zadovoljstva životom i turizmom u Karlovcu, pri čemu su više zadovoljni životom nego turizmom u Karlovcu** |
| * Zadovoljstvo razvojem turizma: u prosjeku označeno razinom zadovoljstva 3,21, medijan 3, mod 3. |
| * Zadovoljstvo životom u Karlovcu: u prosjeku označeno razinom zadovoljstva 3,56, medijan 4, mod 4. |
|  | |
| **Utjecaj turizma na lokalnu zajednicu** | **Ispitanici percipiraju da turizam ima iznadprosječno pozitivan utjecaj na lokalnu zajednicu (na autentičnost, očuvanje tradicije i kulture, na izgled destinacije i korištenje javnog prostora). Smatraju da ima prostora za poboljšanje u području uporabe prostora, ali ne smatraju da zbog turizma nedostaju sadržaji važni lokalnom stanovništvu.** |
| * Utjecaj turizma na duh mjesta, na autentičnost (raspon 1 – izrazito negativan utjecaj do 5 – izrazito pozitivan utjecaj): u prosjeku 3,64, medijan 4, mod 4. |
| * Utjecaj turizma na očuvanje tradicije, običaja, kulture (raspon 1 – izrazito negativan utjecaj do 5 – izrazito pozitivan utjecaj): u prosjeku 3,89, medijan 4, mod 4. |
| * Utjecaj turizma na okoliš: osobnim primjerom pokazati da čuvamo okoliš (68 %), potrebno je dodatno poticati turiste da čuvaju okoliš (42 %), turizam ima pozitivan utjecaj, okoliš se dodatno uređuje (42 %). |
| * Utjecaj turizma na izgled destinacije: velik pozitivan utjecaj (73 %), nema utjecaj (21 %), negativan utjecaj (6 %). |
| * Utjecaj turizma na korištenje javnog prostora: veliki pozitivan utjecaj (61 %), nema utjecaj na izgled destinacije (29 %), negativan utjecaj (10 %). |
| * Izgrađenost destinacije/korištenje prostora: nije loše, ali ima prostora za poboljšanje (59 %), prostor se loše koristi, nedostaje smještaja i sadržaja (26 %). |
| * Nedostatak sadržaja važnih lokalnom stanovništvu zbog turizma: ne (85 %). |
|  | |
| **Negativan utjecaj turizma na lokalnu zajednicu** | **Ispitanici izražavaju umjerenu razinu nezadovoljstvo zbog turizma u području (najviše su nezadovoljni zbog parkirališnih prostora)** |
| * Otežane svakodnevne aktivnosti zbog turizma: 75 % ne, 19,5 % donekle, samo 5,5 % smatra da su otežane zbog turizma. |
| * Potreba prilagodbe dnevne rutine zbog gužve u destinaciji: 59 % nema potrebu prilagodbe, 32 % ponekad, a 8 % često. |
| * Stanje s parkingom: loše, nemoguće pronaći parkirno mjesto (43 %), negativno, gubim vrijeme tražeći parking (23 %), dobro, podjednako u svim mjesecima (23 %), nemam problema (11 %). |
| * Smetnje uzrokovane bukom: ne osjećam (35 %), ne smeta (34 %), osjećam utjecaj, ali mi ne smeta (21 %), smeta mi (9 %). |
| * Smetnje uzrokovane gužvom: ne osjećam (32 %), ne smeta (30 %), osjećam utjecaj, ali mi ne smeta (25 %), smeta (13 %). |
|  | |
| **Obilježja razvoja turizma u destinaciji** | **Ispitanici pozitivno percipiraju obilježja razvoja turizma u destinaciji Karlovac** |
| * Top 3 prednosti koje destinaciju izdvajaju od konkurencije: parkovi i rijeke (91 %), geografski položaj (65 %), atrakcije (umjetno stvorene) (58 %), kultura i povijest (33%) |
| * Vrste turizma koje treba razvijati u destinaciji: aktivni turizam (biciklizam, pješačenje, planinarenje, aktivnosti uz rijeke) (70 %), festivalski turizam (62 %), kulturni turizam (59 %), turizam baziran na *wellbeingu* (55 %), osmišljavanje pješačkih i biciklističkih ruta, tematski itinerari (49 %) |
| * Izazovi u Karlovcu: ne postoje izazovi vezani za razvoj destinacije (53 %), pretvaranje stanova u turističke apartmane (31 %), turizmom uzrokovana nedovoljna raspoloživost stambenog prostora po prihvatljivoj cijeni (22 %) |
| * Način implementacije održivih praksi u lokalnoj zajednici: biram uređaje s visokom energetskom učinkovitošću (68 %), koristim štedne žarulje (67 %), biram kvalitetnu izolaciju stambenog prostora (51 %), koristim bicikl (50 %), više hodam, manje koristim automobil (50 %), sadim vlastiti vrt (34 %) |
| * Izazovi u razvoju turizma u sljedećih pet godina: zadržavanje stanovnika i povratak mladih nakon studija (62 %), nove atrakcije i događanja (60 %), nova gastronomska ponuda (48 %), ujednačen turistički promet tijekom godine (47 %), izvrsnost u omjeru cijene i kvalitete (42 %) |
| * Perspektiva razvoja turizma u sljedećih pet godina: destinacija s produženom sezonom i cjelogodišnjim turizmom (46 %), nemam dovoljno informacija (36 %), destinacija s novim atrakcijama, atraktivna i privlačna (35 %) |
|  | |
| **Zadovoljstvo razvojem destinacije** | **Ispitanici su iznadprosječno zadovoljni razvojem turizma i životom u Karlovcu, više su zadovoljni životom u Karlovcu (i ukupno i u posljednjih mjesec dana)** |
| * Ukupno turizmom u Karlovcu (raspon 1 – nisko zadovoljstvo do 7 – visoko zadovoljstvo): u prosjeku 3,80, medijan 4, mod 4 |
| * Ukupno životom u Karlovcu (raspon 1 – nisko zadovoljstvo do 7 – visoko zadovoljstvo): u prosjeku 4,57, medijan 4, mod 4 |
| * Životom u Karlovcu u posljednjih mjesec dana (raspon 1 – nisko zadovoljstvo do 7 – visoko zadovoljstvo): u prosjeku 4,22, medijan 4, mod 4 |
| * Načinom upravljanja turizmom u Karlovcu (raspon 1 – nisko zadovoljstvo do 7 – visoko zadovoljstvo): u prosjeku 3,74, medijan 4, mod 4 |
|  | |
| **Kvaliteta turističke ponude** | **Ispitanici su najzadovoljniji prirodom i bioraznolikošću, turističkim atrakcijama te kulturnim sadržajima, a najmanje su zadovoljni sportskim sadržajima i događanjima tijekom cijele godine (iako je zadovoljstvo njima također iznadprosječno).** |
| * Priroda i bioraznolikost (raspon 1 – nisko zadovoljstvo do 7 – visoko zadovoljstvo): u prosjeku 5,11, medijan 5, mod 5 |
| * Turističke atrakcije (raspon 1 – nisko zadovoljstvo do 7 – visoko zadovoljstvo): u prosjeku 4,94, medijan 5, mod 7 |
| * Kulturni sadržaji (raspon 1 – nisko zadovoljstvo do 7 – visoko zadovoljstvo): u prosjeku 3,91, medijan 4, mod 4 |
| * Sportski sadržaji (raspon 1 – nisko zadovoljstvo do 7 – visoko zadovoljstvo): u prosjeku 3,68, medijan 4, mod 4 |
| * Događanja tijekom cijele godine (raspon 1 – nisko zadovoljstvo do 7 – visoko zadovoljstvo): u prosjeku 3,79, medijan 4, mod 4 |
|  | |
| **Kvaliteta turističke infrastrukture** | **Ispitanici procjenjuju iznadprosječno kvalitetnima pješačke staze, a ispodprosječno biciklističke staze.** |
| * Biciklističke staze (raspon 1 – nisko zadovoljstvo do 7 – visoko zadovoljstvo): u prosjeku 3,25, medijan 3, mod 3 |
| * Pješačke staze (raspon 1 – nisko zadovoljstvo do 7 – visoko zadovoljstvo): u prosjeku 4,04, medijan 4, mod 4 |
|  | |
| **Kvaliteta komunalne i prometne infrastrukture** | **Ispitanici najnižom kvalitetom ocjenjuju mogućnost parkiranja u destinaciji, a iznadprosječno kvalitetnima procjenjuju čistoću grada, uređenost grada i način zbrinjavanja otpada.** |
| * Čistoća grada (raspon 1 – nisko zadovoljstvo do 7 – visoko zadovoljstvo): u prosjeku 4,41, medijan 4, mod 4 |
| * Uređenost grada (raspon 1 – nisko zadovoljstvo do 7 – visoko zadovoljstvo): u prosjeku 3,66, medijan 3, mod 3 |
| * Prometna infrastruktura (raspon 1 – nisko zadovoljstvo do 7 – visoko zadovoljstvo): u prosjeku 3,12, medijan 3, mod 3 |
| * Mogućnost parkiranja (raspon 1 – nisko zadovoljstvo do 7 – visoko zadovoljstvo): u prosjeku 2,78, medijan 3, mod 1 |
| * Prometna rješenja (raspon 1 – nisko zadovoljstvo do 7 – visoko zadovoljstvo): u prosjeku 2,90, medijan 3, mod 2 |
| * Način zbrinjavanja otpada (raspon 1 – nisko zadovoljstvo do 7 – visoko zadovoljstvo): u prosjeku 3,53, medijan 3, mod 3 |
|  | |
| **Iritacija lokalnog stanovništva turizmom** | **Iritacija stanovništva turizmom ne postoji ili je zanemariva.** |
| 436 ispitanika u posljednjih je mjesec dana većinom boravilo u mjestu u kojem živi: |
| * Osjećaj uznemirenosti zbog neočekivanog događaja povezanog s turizmom: 74 % nikada |
| * Osjećaj gubitka kontrole nad važnim stvarima u životu zbog turizma: 80 % nikada |
| * Osjećaj nervoze i stresa zbog turizma: 76 % nikada |
| * Osjećaj da se zbog turizma ne možete nositi sa svim obvezama: 78 % nikada |
| * Nemogućnost kontroliranja stresnih podražaja koji su posljedica turizma: 58 % nikada |
| * Osjećaj ljutnje zbog događaja uzrokovanih turizmom: 74 % nikada |
| * Osjećaj da su životne poteškoće uzrokovane turizmom nagomilane i da ih je nemoguće nadvladati: 80 % |

*Izvor: Online anketa stanovnika Karlovca, 2025.﻿*

*Napomena: Medijan – dijeli uređeni niz podataka na dva dijela (50 % odgovora je niže, a 50 % više vrijednosti); Mod – vrijednost s najčešćom frekvencijom. Medijan i mod korišteni su kao kontrolni pokazatelji srednjih vrijednosti. Vrijednosti aritmetičke sredine (prosječne vrijednosti), medijana i moda pokazuju da ispitanici nisu davali odgovore s ekstremnim vrijednostima.*

Na temelju prikupljenih podataka, može se izraditi sažeta analiza rezultata istraživanja stavova lokalnog stanovništva Karlovca o turizmu i njegovu utjecaju na kvalitetu života, koja ukazuje na pozitivne percepcije, ali i na područja za unapređenje.

Analiza stavova lokalnog stanovništva o turizmu u Karlovcu

Istraživanje provedeno na reprezentativnom uzorku stanovništva Karlovca, s većinom ispitanika koji u destinaciji žive dulje od deset godina, pokazuje da lokalna zajednica u velikoj mjeri prepoznaje pozitivne učinke turizma na kvalitetu života, iako osobna financijska korist od turizma ostvaruje tek mali broj ispitanika. Više od 80 % građana smatra da turizam doprinosi očuvanju tradicije, identiteta mjesta i izgledu destinacije, dok svega 4 % vidi turizam kao negativan utjecaj na svakodnevni život.

Stanovnici izražavaju umjereno zadovoljstvo razvojem turizma, s prosječnom ocjenom od 3,21 na skali od 1 do 5, dok je zadovoljstvo općim životom nešto više – prosječna ocjena je 3,56. Očito je da Karlovac nije turistički preopterećen, čak tri četvrtine ispitanika smatra da turizam ne otežava svakodnevne aktivnosti, a dvije trećine da ne moraju prilagođavati svoje dnevne rutine zbog gužva ili drugih posljedica turizma. Iritacija turizmom gotovo da ne postoji. Velika većina građana ne osjeća stres, nelagodu ili ljutnju zbog prisustva turista ili događanja povezanih s turizmom.

Lokalna zajednica prepoznaje specifičnosti Karlovca kao turističke destinacije – posebno ističu rijeke, parkove, geografski položaj i kulturne atrakcije kao konkurentske prednosti. Budućnost turizma u gradu vide u razvoju aktivnog, kulturnog i *wellbeing* turizma te u kreiranju pješačkih i biciklističkih itinerera. Također, veliki broj ispitanika naglašava važnost zadržavanja mladih i razvoja cjelogodišnjeg turizma kao ključnih izazova za sljedećih pet godina.

Infrastrukturno gledano, zadovoljstvo je podijeljeno. Stanovnici najviše zamjeraju nedostatku parkirališnih kapaciteta i prometnim rješenjima, dok čistoću i uređenost grada ocjenjuju pozitivno. Također, pješačke staze dobivaju nešto bolje ocjene od biciklističkih, iako su obje u zoni blago pozitivne percepcije.

Što se tiče kvalitete turističke ponude, ispitanici su najzadovoljniji prirodom, bioraznolikošću i atrakcijama, dok je razina zadovoljstva sportskim sadržajima i cjelogodišnjim događanjima nešto niža, ali i dalje iznadprosječna. Kulturni sadržaji percipirani su pozitivno, ali prepoznata je potreba za dodatnim razvojem.

Zaključno, Karlovac pokazuje potencijal da postane uzorna destinacija održivog i odgovornog turizma. Stanovništvo u velikoj mjeri prepoznaje koristi koje turizam donosi, ali jasno detektira i izazove na koje treba odgovoriti. Ključ uspjeha leži u daljnjem uključivanju zajednice u planiranje, razvoj turističke ponude tijekom cijele godine, unaprjeđenju infrastrukture te u očuvanju životne kvalitete za lokalno stanovništvo. Istraživanje potvrđuje da turizam u Karlovcu nije uzrok nelagode, već izvor potencijala za uravnotežen razvoj i gospodarsku diversifikaciju.

**Identifikacija izazova / potrebne mjere:**

Ključni izazovi Karlovca u turizmu temelje se na balansiranju održivog razvoja i kvalitete života lokalnog stanovništva, uz poželjnu diversifikaciju turističke ponude. Premda većina stanovnika prepoznaje pozitivne učinke turizma na izgled grada i očuvanje identiteta, nužno je osigurati da koristi budu ravnomjernije raspodijeljene kako bi više građana imalo izravnu financijsku korist. Poseban izazov predstavlja zadržavanje mladih te razvoj cjelogodišnjeg turizma i *wellbeing* segmenata, pri čemu je ključno ulaganje u infrastrukturu, naročito u proširenje parkirališnih kapaciteta i prometna rješenja. Unapređenje sportskih i kulturnih sadržaja te izgradnja raznovrsnih itinerera mora biti u fokusu kako bi se povećala atraktivnost destinacije za različite profile posjetitelja. Uspjeh ovisi o aktivnom uključivanju stanovnika u proces planiranja i implementacije turističke strategije, uz kontinuirano praćenje kvalitete života i zadovoljstva lokalne zajednice te transparentnu komunikaciju o benefitima i izazovima turizma.

Analiza stavova turista o Karlovcu

**Demografska struktura:** Žene su češći posjetitelji, osobito u kategoriji jednodnevnih posjetitelja. Najzastupljenije su dobne skupine od 26 do 35 i 46 do 55 godina, a prevladava visoka obrazovna struktura. Većina gostiju ima fakultet ili viši stupanj obrazovanja. Većina dolazi iz hrvatskih županija, ali značajan udio čine posjetitelji iz Poljske, Italije, Bosne i Hercegovine i Njemačke.​

**Segmentacija turista:** Najčešći su anketirani jednodnevni posjetitelji koji ne ostvaruju noćenje (ulaznice, dnevni sadržaji, događanja), te gosti koji odsjedaju u hotelima, privatnom smještaju ili apartmanima. Turisti dolaze i radi poslovnih posjeta, kulture, zabave te atrakcija kao što su muzeji, galerije, Aquatika, Kino Edison, Nikola Tesla Experience Centar i dr.​

**Vrsta posjetitelja:** Jednodnevni posjetitelji: 51 %, turisti koji ostvaruju noćenje: 49 % ​

Tablica 10: Glavne motivacije dolaska

|  |  |
| --- | --- |
| **Motivacija** | **Postotak** |
| Parkovi i rijeke | 33 % ​ |
| Kultura, baština, događanja | 21 % ​ |
| Ugodna atmosfera, nema gužve | 17 % ​ |

*Izvor: Online anketa mišljenja posjetitelja Karlovca, 2025.*

Zadovoljstvo destinacijom:

Ocjene cjelokupnog boravka (skala 1–7): 82 % daje ocjenu 6,5/7

Ispunjenje očekivanja: 76 % odgovor „iznad očekivanja”

Preporuka destinacije: 85 % daje ocjenu 9,5/10

Prosječna potrošnja i noćenja: Potrošnja po osobi dnevno bez smještaja: 40 – 100 €, najčešće 54 % u rasponu 40 – 60 €; 18 % >100 € (strani gosti s višednevnim boravkom). Od anketiranih gostiju 49 % ne ostvaruje noćenje, a među onima koji ostaju, prosjek je ostajanja dvije noći u Karlovcu.

Motivacija dolaska i zadovoljstvo: Motivi dolaska najčešće uključuju parkove, rijeke, kulturnu baštinu, „ugodnu atmosferu bez gužvi”, zabavni sadržaji i lokalno gostoprimstvo. Zadovoljstvo destinacijom je visoko. Većina posjetitelja ocjenjuje visoke ocjene 6–7 (skala 1–7): posjetitelji su zadovoljni općim doživljajem, ponudom i ispunjenjem očekivanja.​

Potrošnja i struktura troškova: Prosječna potrošnja bez smještaja i prijevoza kreće se od 40 do 100 € po osobi, uz veće iznose kod međunarodnih gostiju ili višednevnog boravka. Cijene smještaja variraju 20 – 100 € po osobi/noćenju, a opći dojam odnosa cijene i kvalitete je „dobar”, uz povremene komentare o povišenim cijenama usluga.​

Glavne prednosti destinacije: Ljepota prirode i krajolika (parkovi, rijeke), uređenost grada i lokalno gostoprimstvo, raznolikost kulturne ponude, zabavni sadržaji i događanja, kvalitetno planiranje prostora i destinacijski management. ​

Tablica 11: Ključni problemi/problemi prema ispitanicima

|  |  |
| --- | --- |
| Problem | Označeno kao „ozbiljan problem” (%) |
| Oronule/zapuštene zgrade | 33 % ​ |
| Prevelika buka (ulice/promet/turisti) | 29 % ​ |
| Gužve u prometu / parking | 25 % ​ |

*Izvor: Online anketa mišljenja posjetitelja Karlovca, 2025*

Tablica 12: Ocjene turističke ponude (elementi)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Element ponude** | **Ocjene 6–7 (%)** | **Ocjene 4–5 (%)** | **Ocjene ≤ 3 (%)** |
| Ljepota prirode/krajolika | 85 % | 13 % | 2 % |
| Čistoća, uređenost | 74 % | 21 % | 5 % |
| Kultura/umjetnost | 79 % | 17 % | 4 % |
| Ugostiteljske usluge | 61 % | 31 % | 8 % |
| Parking | 24 % | 35 % | 41 % |
| Sportski sadržaji | 48 % | 42 % | 10 % |

*Izvor: Online anketa mišljenja posjetitelja Karlovca, 2025*

Tablica 13: Zadovoljstvo posjetitelja elementima ponude (1 – najniže, 7 – najviše zadovoljstvo):

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Element ponude** | **Prosječna ocjena** | **Komentar** |
| Ljepota prirode, krajolika | 6-7 | Najviše ocjene |
| Kultura i umjetnost | 6-7 | Vrlo zadovoljni |
| Zabava/noćni život | 5-7 | Prihvatljiv, dobar |
| Prometna dostupnost | 4-6 | Poboljšati |
| Ugostiteljska ponuda | 4-5 | Prostor za napredak |
| Parking | 2-5 | Česta slabija ocjena |
| Čistoća, uređenost | 6-7 | Visoka ocjena |
| Sportski sadržaji | 4-6 | Potencijal rasta |

*Izvor: Online anketa mišljenja posjetitelja Karlovca, 2025*

**Sigurnost i percepcija rizika:** Posjetitelji se osjećaju vrlo sigurno (ocjene 4–5 na skali). Manji rizici percipirani su kod prometa i povremeno kod vremenskih neprilika.

**Zaključak i preporuke:** Destinacija ima visoku razinu zadovoljstva gostiju, prepoznatljive prednosti (priroda, kultura, gostoprimstvo), kvalitetnu ponudu i lojalnost posjetitelja koji često preporučuju destinaciju.

**Ključne strateške preporuke:**

* Ubrzati obnovu zapuštenih zgrada i javnog prostora
* Uvesti specijalizirane sadržaje za djecu, obitelji i višednevni boravak
* Smanjiti gužve u prometu u centru grada, poboljšati prometnu infrastrukturu
* Održati visok standard čistoće, uređenosti i destinacijskog managementa
* Poticati tematske događaje, kulturni turizam i lokalnu autentičnost (baština)
* Pratiti i kontrolirati rast cijena, izbjegavati „previsoke” cijene usluge

**Identifikacija izazova / potrebne mjere:**

Unatoč visokom zadovoljstvu posjetitelja i snažnim prirodnim te kulturnim adutima destinacije, Karlovac se suočava s izazovima u području infrastrukture, obnovi javnog prostora te diverzifikaciji turističke ponude. Potrebno je hitno ulaganje u obnovu oronulih i zapuštenih zgrada, poboljšanje prometnih rješenja i kapaciteta parkiranja, te razvoj dodatnih sadržaja za višednevni boravak i sadržaja za obitelji. Slabije ocijenjeni segmenti poput sportskih sadržaja, parkinga i ugostiteljstva zahtijevaju podizanje kvalitete i profesionalnih standarda kako bi se zadovoljile rastuće potrebe raznolike publike. Prioritet treba dati proširenju ponude tematskih događanja tijekom cijele godine, jačanju kulturnih proizvoda i digitalnih interpretacija, uz stalno praćenje kretanja cijena s ciljem održavanja povoljnog omjera kvalitete i troška za posjetitelje. Kontinuirano uključivanje lokalne zajednice te unapređenje destinacijskog managementa presudni su za dugoročnu održivost i konkurentnosti Karlovca kao turističke destinacije.

Nagrade

Primljene nagrade za uspješnost Karlovca u turizmu (2019. – 2025. godine):

* 2019. finale izbora za najbolju kontinentalnu destinaciju na DHT
* 2021. nagrada Simply the best za kampanju Na pivo u Karlovac
* 2022. međunarodna turistička nagrada Golden Interstas – TZ grada Karlovca
* 2022. nagrada za destinacijski video Karlovca – 24. Međunarodni festival turističkog filma u Solinu
* 2022. finale izbora za najbolju kontinentalnu destinaciju DHT
* 2022. manifestacija Ivanjski krijes – nagrada Simply the best u kategoriji tradicija i baština
* 2022. Pivska potraga – nagrada Simply the best u kategoriji suradnja TZ i lokalne agencije
* 2023. promotivni video „Četiri godišnja doba na četiri rijeke“ – najbolji u kategoriji turističkih filmova na 31. Međunarodnom festivalu jednominutnih filmova u Požegi
* 2023. promotivni video Destinacije Karlovac – najbolji prikaz destinacije kroz godinu na Festivalu turističkog i etno filma TEF
* 2023. promotivni video Ivanjski krijes – posebno priznanje na 25. Međunarodnom festivalu turističkog filma u Solinu
* 2024. blog odredište Visit Karlovac – nagrada Simply the best u kategoriji promocija destinacije
* 2025. promotivni video „Skriveni Karlovac“ – 2. nagrada za najavni video događanja

Analiza turističkih proizvoda i usluge

Tablica 14: Analiza obilježja gostiju

| **Kategorija** | **Podaci za Karlovac** |
| --- | --- |
| **Sociodemografski profil** | Grad ima 49 377 stanovnika. Gosti su pretežito iz Hrvatske, Njemačke, Koreje, Poljske, Austrije, Češke. |
| **Kapacitet** | 1517 kreveta . |
| **Noćenja godišnje** | 91 620 u 2024. godini |
| **Motivi dolaska** | Kultura, priroda, *outdoor* aktivnosti, događanja, tranzit prema moru. |
| **Dnevna potrošnja** | Procjena: **45–65 EUR po osobi** dnevno (ovisno o tipu smještaja i sezoni). |
| **Duljina boravka** | Prosjek: **2 dana po posjetitelju** |
| **Ocjena zadovoljstva** | 89/100, iznimno visoko zadovoljstvo gostiju |
| **Sezonalnost** | Glavna sezona: svibanj – rujan; najviše noćenja srpanj i kolovoz. Vansezonski rast vidljiv (posebice adventski i proljetni programi). |
| **Način rezervacije** | Dominantno online platforme (Booking.com, Airbnb, VisitKarlovac) te direktni kontakti (do 20 %). |
| **Postotak povrata (lojalnost)** | Nema službenog podatka, ali **visoka ocjena zadovoljstva i rast domaćih noćenja** sugeriraju sve više povratnih gostiju. |

*Izvor: Turistička zajednica grada Karlovca, 2025., online anketa ispitivanja dionika u turizmu Karlovca, 2025.*

**Smještaj**

Analiza smještajnih kapaciteta obuhvaća pregled različitih vrsta i kategorija objekata, pri čemu se posebno razmatraju komercijalni i nekomercijalni smještajni objekti, njihova struktura, kapaciteti te turistički promet. Analiza turističkog prometa pokazuje kako se sezonalnost odražava na popunjenost smještajnih kapaciteta, vršna opterećenja, prosječnu duljinu boravka i slično. Performanse smještajnog sektora procjenjuju se kroz stopu popunjenosti, prosječnu cijenu smještajne jedinice i prihod po smještajnoj jedinici, što su ključni pokazatelji uspješnosti u turističkoj industriji.

Izazovi i razvojni scenariji smještajnih kapaciteta u Karlovcu

Karlovac se u posljednjem desetljeću profilira kao grad s rastućim turističkim potencijalom, ali se suočava s izraženim izazovima u pogledu dostupnosti i strukture smještajnih kapaciteta. Nedostatak smještaja prisutan je u gotovo svim kategorijama, osobito u segmentu specijaliziranih objekata kao što su seoska domaćinstva (OPG-a), ruralne kuće, kuće za odmor, kampove, hotele i hostele.

U kontekstu strateškog planiranja, Plan razvoja Grada Karlovca 2021. – 2030. jasno identificira turizam kao jedno od ključnih područja razvoja, s osobitim naglaskom na kontinentalni turizam. Unutar tog okvira, razvoj kontinentalnog turizma postavljen je kao poseban cilj, razvoj kontinentalnog turizma kroz rast broja dolazaka i noćenja, uz povećanje smještajnih kapaciteta koji će biti usklađeni s načelima održivosti. Poseban je naglasak stavljen na sinergiju smještajnih i prirodnih, gospodarskih i kulturnih resursa, s ciljem oblikovanja jedinstvene i koherentne destinacijske ponude.

S obzirom na definirane strateške smjernice, predviđa se da će u sljedećih pet godina, na temelju postojećih prostornih planova i pokrenutih projekata, doći do proširenja smještajnih kapaciteta poticanjem ulaganja u ruralni i obiteljski smještaj, modernizacijom postojećih objekata te podizanjem razine kvalitete usluga. Očekuje se i povećanje ponude kuća za odmor u zelenim zonama i uz rijeke, što odgovara tržišnom trendu potražnje za prirodom, mirom i aktivnim odmorom. Ključno je da ovaj razvoj bude u skladu s načelima održivosti, očuvanjem okoliša i angažmanom lokalne zajednice.

Jedan od ključnih razvojnih instrumenata koji bi dodatno potaknuo ulaganja u smještajne kapacitete jest izrada kataloga investicija s inventarizacijom dostupnih lokacija tipa *Greenfield* i *Brownfield*. Takav dokument još nije objavljen, ali bi njegovo kreiranje bilo važan korak za sustavno privlačenje investitora i strateški usmjereni razvoj.

U pogledu cjelokupnog razvoja destinacije, Grad Karlovac i Turistička zajednica grada Karlovca ulažu dodatne napore u poticanju poduzetnika na otvaranje novih atrakcija, poticanje gospodarstva, otvaranje novih atraktivnih smještajnih jedinica, čime bi se produžio prosječni boravak gostiju i stvorili preduvjeti za cjelogodišnji razvoj turizma. Produženjem boravka gostiju postiže se ravnoteža između očuvanja kvalitete života lokalnog stanovništva i održivog turizma.

Smještajni kapaciteti prikazani u kvantitativnoj analizi

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

Tablica 15: Pregled broja noćenja i popunjenosti po kategoriji i vrsti objekta, hotelski smještaj

| **Kategorija smještaja** | **Podvrsta objekta** | **Broj noćenja 2024** | **Broj noćenja 2023** | **Indeks noćenja** | **Popunjenost 2024** | **Popunjenost 2023** | **Indeks popunjenosti** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 3 zvjezdice | Hotel | 6762 | 7157 | 94,48 | 24,97 % | 26,50 % | 94,23 |
| 4 zvjezdice | Hotel | 21 812 | 29 574 | 73,75 | 30,72 % | 41,77 % | 73,55 |

*Izvor: Turistička zajednica grada Karlovca*

Tablica 16: Objekti u domaćinstvu

| **Kategorija smještaja** | **Podvrsta objekta** | **Broj noćenja 2024.** | **Broj noćenja 2023.** | **Indeks noćenja** | **Popunjenost 2024.** | **Popunjenost 2023.** | **Indeks popunjenosti** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 3 zvjezdice | Objekti u domaćinstvu | 28 350 | 25 437 | 111,45 | 20,07 % | 21,51 % | 93,31 |
| 4 zvjezdice | Objekti u domaćinstvu | 10 268 | 10 077 | 101,90 | 27,24 % | 34,51 % | 78,93 |

*Izvor: Turistička zajednica grada Karlovca*

Struktura smještajnih kapaciteta, podatci na dan 18. kolovoza 2025.

Nekomercijalni smještaj u Karlovcu nema visoki udio jer se nekomercijalni smještaj odnosi na 22 obveznika s ukupno 98 kreveta.

Tablica 17: Struktura gostiju po zemljama (navedeno 12 tržišta koji ostvaruju najveći broj noćenja)

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Država | Dolasci 2024. | Dolasci 2023. | Indeks dolasci | Noćenja 2024. | Noćenja 2023. | Indeks noćenja | Udio dolazaka 2024. | Udio dolazaka 2023. | Udio noćenja 2024. | Udio noćenja 2023. |
| Hrvatska | 10 282 | 9550 | 107,66 | 27 572 | 28 162 | 97,90 | 21,75 % | 18,47 % | 30,09 % | 29,63 % |
| Njemačka | 4251 | 5085 | 83,60 | 7914 | 8740 | 90,55 | 8,99 % | 9,84 % | 8,64 % | 9,20 % |
| Koreja, Republika | 6152 | 8011 | 76,79 | 6614 | 8026 | 82,41 | 13,01 % | 15,50 % | 7,22 % | 8,44 % |
| Poljska | 4669 | 5277 | 88,48 | 6455 | 6514 | 99,09 | 9,88 % | 10,21 % | 7,05 % | 6,85 % |
| BiH | 953 | 949 | 100,42 | 3248 | 4910 | 66,15 | 2,02 % | 1,84 % | 3,55 % | 5,17 % |
| Austrija | 2051 | 2277 | 90,07 | 3215 | 3090 | 104,05 | 4,34 % | 4,40 % | 3,51 % | 3,25 % |
| Češka | 2610 | 2620 | 99,62 | 3145 | 3382 | 92,99 | 5,52 % | 5,07 % | 3,43 % | 3,56 % |
| Mađarska | 1666 | 1595 | 104,45 | 2860 | 2436 | 117,41 | 3,52 % | 3,09 % | 3,12 % | 2,56 % |
| Ukrajina | 1079 | 1145 | 94,24 | 2706 | 1466 | 184,58 | 2,28 % | 2,21 % | 2,95 % | 1,54 % |
| Italija | 1185 | 1614 | 73,42 | 2459 | 2960 | 83,07 | 2,51 % | 3,12 % | 2,68 % | 3,11 % |
| Slovenija | 896 | 734 | 122,07 | 2005 | 1148 | 174,65 | 1,90 % | 1,42 % | 2,19 % | 1,21 % |
| Španjolska | 440 | 340 | 129,41 | 1836 | 957 | 191,85 | 0,93 % | 0,66 % | 2,00 % | 1,01 % |

*Izvor: Turistička zajednica grada Karlovca*

Tablica 18: Turistički promet po državama – Karlovac (2023. i 2024.)

| **Država** | **Dolasci 2024.** | **Dolasci 2023.** | **Indeks dolazaka** | **Noćenja 2024.** | **Noćenja 2023.** | **Indeks noćenja** | **Udio dolazaka 2024.** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Hrvatska | 8304 | 7899 | 105,13 | 16 449 | 15 939 | 103,20 | 18,54 % |
| Njemačka | 4245 | 5077 | 83,61 | 7896 | 8730 | 90,45 | 9,48 % |
| Koreja, Republika | 6152 | 8011 | 76,79 | 6614 | 8026 | 82,41 | 13,73 % |
| Poljska | 4643 | 5267 | 88,15 | 5846 | 6052 | 96,60 | 10,36 % |
| Austrija | 2051 | 2274 | 90,19 | 3215 | 3084 | 104,25 | 4,58 % |
| Češka | 2610 | 2615 | 99,81 | 3145 | 3273 | 96,09 | 5,83 % |
| Mađarska | 1666 | 1595 | 104,45 | 2860 | 2436 | 117,41 | 3,72 % |
| Italija | 1183 | 1610 | 73,48 | 2455 | 2951 | 83,19 | 2,64 % |
| Ukrajina | 1060 | 1141 | 92,90 | 2276 | 1462 | 155,68 | 2,37 % |
| Slovačka | 1529 | 1477 | 103,52 | 1812 | 1793 | 101,06 | 3,41 % |

*Izvor: Turistička zajednica grada Karlovca*

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | | | | |  |  |  |  |  |
| Tablica 19: Broj dolazaka i noćenja u Karlovcu po mjesecima 2023./2024. godine   | Mjesec | Broj noćenja 2024. | Broj dolazaka 2024. | Broj noćenja 2023. | Broj dolazaka 2023. | | --- | --- | --- | --- | --- | | siječanj | **3741** | 1141 | 3924 | 1384 | | veljača | 3888 | 1128 | 4880 | 1806 | | ožujak | 4869 | 1982 | 4.521 | 1884 | | travanj | 7636 | 3581 | 7661 | 4140 | | svibanj | 8051 | 5014 | 7561 | 4740 | | lipanj | 8999 | 5939 | 9717 | 5753 | | srpanj | 13 300 | 7519 | 14 059 | 8987 | | kolovoz | **15 447** | 8687 | 15 068 | 9030 | | rujan | 9386 | 5275 | 11 069 | 6541 | | listopad | 7508 | 3557 | 7073 | 3539 | | studeni | 4138 | 1563 | 4683 | 1705 | | prosinac | 4657 | 1884 | 4833 | 2185 | | ukupno | 91 620 | 47 270 | 95 049 | 51 694 | |  |  |  |  |

*Izvor: Turistička zajednica grada Karlovca*

Tablica 20: Pregled smještajnih kapaciteta u Karlovcu:

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Vrsta objekta | Broj objekata | Broj smještajnih jedinica | Broj kreveta | Broj dodatnih kreveta | Ukupno kreveta |
| Hoteli | 4 | 149 | 268 | 0 | 268 |
| Hoteli integralni | 1 | 22 | 43 | 0 | 43 |
| Hosteli | 3 | 67 | 209 | 0 | 209 |
| Učenički dom | 1 | 26 | 104 | 0 | 104 |
| Smještaj – obrti i tvrtke | 14 | 66 | 149 | 22 | 171 |
| Objekti u domaćinstvu | 172 | 213 | 572 | 146 | 718 |
| Objekti na OPG-u | 1 | 1 | 4 | 0 | 4 |
| Ukupno: | 196 | 544 | 1349 | 168 | 1517 |

*Izvor: Turistička zajednica grada Karlovca*

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

Privatni smještaj

Privatni smještaj u Karlovcu predstavlja važan segment turističke ponude, osobito u kontekstu autentičnog doživljaja destinacije. Ovaj oblik smještaja omogućuje gostima neposredan kontakt s lokalnom zajednicom, a domaćinima pruža priliku za aktivno sudjelovanje u razvoju turizma. U posljednjih nekoliko godina bilježi se stabilan porast broja noćenja u objektima u domaćinstvu, uz zadržavanje visoke razine zadovoljstva gostiju. Ipak, izazovi poput sezonalnosti, ograničenih dodatnih sadržaja i nedovoljne promocije ukazuju na potrebu strateškog pristupa razvoju ovog segmenta. Upravo zato privatni smještaj mora biti sustavno upravljan, potican na izvrsnost te usklađen s održivim razvojem destinacije. Analiza privatnog smještaja na užem području Karlovca (u pravilu u stambenim zgradama) ukazuje da od ukupno 173 objekta u privatnom smještaju 113 djeluje na užem/urbanom području grada, većinom su smještaji s 3 zvjezdice (78 objekata), s četiri zvjezdice 23 objekta. Preostalih 30 % privatnog smještaja nalazi se u 60 objekata na širem području grada.

Prema kategorizaciji struktura u privatnom smještaju je sljedeća: s tri zvjezdice 40 SJ, četiri zvjezdice 9 SJ, dvije zvjezdice 5 objekata.

Ukupno 23 privatna iznajmljivača, što čini udio od 13 %, ispunilo je upitnik o mišljenju iznajmljivača za potrebe izrade Plana upravljanja. Iznajmljivači ističu sljedeće razloge dolaska gostiju u Karlovac: geografski položaj, parkovi, četiri rijeke, atrakcije (Slatkovodni akvarij Aquatika, Stari grad Dubovac, muzeji, Nikola Tesla Experience centar, Muzej Domovinskog rata Karlovac – Turanj i ostalo). Iznajmljivači smatraju da je u Karlovcu potrebno razvijati turizam temeljen na *wellbeing* konceptu, koristeći prirodne resurse poput rijeka, parkova i šuma. Također ističu važnost razvoja festivalskog turizma tijekom cijele godine, uključujući glazbene, umjetničke i sportske festivale te gastro događanja. Iako se u turističkom sektoru provode kvalitetne inicijative, iznajmljivači vjeruju da postoji znatan prostor za napredak u suradnji s Gradom i Turističkom zajednicom. Smatra se da bi se intenzivnijom suradnjom mogla pronaći kvalitetna rješenja za budućnost turizma destinacije. Posebno je važno održavati redovite koordinacije radi zajedničkog razvoja i kontinuiranog unaprjeđenja turističke ponude, kako bi Karlovac kao destinacija ostvario svoj puni potencijal. Od ukupnog broja ispitanika, 76 % iznajmljivača smatra da je trenutni broj privatnih smještajnih kapaciteta optimalan za Karlovac. Ukupno 57 % iznajmljivača posluje cijelu godinu, 18 % radi devet mjeseci godišnje, dok ostali u pravilu posluju šest mjeseci godišnje. Prosječna godišnja popunjenost privatnog smještaja iznosi oko 40 %. Prosječna potrošnja gostiju u privatnom smještaju tijekom 2024. ostala je na razini iz 2023. godine. U gotovo cijeloj ponudi privatnog smještaja ne poslužuje se hrana, već se nudi apartmanski smještaj s uslugom koja uključuje isključivo noćenje. Prosječan povrat gostiju iznosi oko 20 %, što se smatra dobrim rezultatom za tranzitnu destinaciju poput Karlovca. Iznajmljivači ulažu do 100 eura godišnje u edukaciju. Više od 90 % ispitanih iznajmljivača samostalno ili s obitelji obavlja sve poslovne aktivnosti, uključujući vođenje rezervacija, uređenje, čišćenje, održavanje, naplatu, upravljanje kvalitetom i promociju. Njih 62 % surađuje s više turističkih agencija (Booking.com, Airbnb i sl.), a 25 % nudi *self check-in*, pri čemu gosti sami dolaze u smještaj i preuzimaju ključ putem šifre za ulaz, bez usluge osobnog dočeka i ispraćaja. 48 % iznajmljivača dočekuje goste pri dolasku s poklonom dobrodošlice (voće, osvježavajući napitak i sl.), a 50 % u smještaju osigurava aktualne promotivne materijale, planove grada i kalendare događanja. Oko 45 % iznajmljivača osobno dočekuje i ispraća goste te su im tijekom boravka na raspolaganju za informacije i pomoć. Manje od 10 % privatnih iznajmljivača u Karlovcu nudi dodatne sadržaje kao što su *jacuzzi*, bazen, mogućnost iznajmljivanja bicikala ili dječja igrališta u vrtu.

**Iznajmljivači kao najveće izazove u razvoju turizma u sljedećih pet godina ističu**: ujednačeni turistički promet tijekom cijele godine jer u pravilu rade cjelogodišnje; izvrsnost u omjeru cijene i kvalitete jer mjere kvalitetu i dobivaju vlastita izvješća; umrežavanje i poticanje izvrsnosti, stalnim edukacijama potvrđuje se umrežavanje kao razlog dužeg boravka gostiju u Karlovcu; ostanak mladih u Karlovcu; stalni razvoj znanja i vještina, praćenje tržišnih trendova, nove atrakcije. Radi učinkovitijeg trošenja energije koriste se visoko učinkoviti prozori sa zvučnom i toplinskom izolacijom, inverterski klima uređaji i uređaji s mogućnosti programa kraćeg i \*eco\* pranja. U cilju održivosti, primijećeno je da se ne koriste mjere i aktivnosti za smanjenje potrošnje vode, uređaji za kontrolu protoka vode niti prikupljanje kišnice. Također se ne koristi sustav pametnih soba s automatizacijom rasvjete, grijanja, klimatizacije, sigurnosnih sustava i sl. U najvećem postotku, 53 % reagira se pravovremeno na povećani trošak energije, te se sustavno otklanjaju kvarovi. U pravilu se koristi LED rasvjeta, a samo u 37 % senzorsko upravljanje osvjetljenjem. Ostali oblici uštede ne koriste se. Više od 25 % anketiranih iznajmljivača koristi sustave odvojenog grijanja/hlađenja za prostorije koje se ne koriste, čime štede energiju. Samo oko 15 % ispitanika koristi principe energetske učinkovitosti i ekoloških materijala pri gradnji, dogradnji ili rekonstrukciji te koristi učinkovitu ekološku izolaciju s primjenom materijala i tehnika izolacije pogodnih za sve vremenske uvjete. U odgovornom poslovanju, rezultati analize pokazuju da više od 50 % iznajmljivača selektira otpad u najmanje pet kategorija, kompostira organski otpad te smanjuje upotrebu jednokratnih proizvoda i ambalaže. U hortikulturnom uređenju pretežito se koriste autohtone biljke, 41 % ispitanika izbjegava upotrebu kemikalija u održavanju zelenih površina, i koristi se najviše 10 % kemijskih sredstava. Prilikom analize načina čišćenja, 50 % ispitanika koriste prirodne deterdžente u najmanje 50 % od ukupno korištenih deterdženata. 17 % koristi strojeve za čišćenje u kojima se ne koriste kemijska sredstva (posebni dezinfekcijski strojevi), a 33 % koriste isključivo prirodne mirise i osvježivače prostora. Digitalna rješenja: *Online* rezervacijski sustavi omogućuju gostima da putem interneta pregledaju dostupnost, cijene i recenzije smještaja te odmah izvrše rezervacije i obave plaćanje. U pravilu, iznajmljivači ne koriste vlastite rezervacijske sustave, već surađuju s turističkim agencijama i globalnim platformama za rezervacije. Većina nema vlastite internetske stranice i nedovoljno ulaže u promociju svojeg smještaja. Iznajmljivači vide perspektivu razvoja turizma Karlovca u sljedećih pet godina kao destinaciju sa sve snažnijim cjelogodišnjim turizmom (64 % iznajmljivača); razvijenu destinaciju s prevelikom sezonalnosti (27 % iznajmljivača ); destinaciju s novim smještajem, i atrakcijama, privlačnu i atraktivnu (41 % iznajmljivača).

**Identifikacija izazova**

Redovito se organiziraju edukacije o ključnim aspektima poslovanja, uključujući marketing u turizmu, upravljanje cijenama i ostalim aktualnim temama, ali edukacije nisu obvezne i implementacija je samo djelomična. Dodatno, iznajmljivačima su dostupne aktualne informacije, poput pretplate na časopis Apartman Plus, redovitih informacija o događanjima, promotivnih materijala, podsjetnika na zakonske rokove. Unatoč svim dostupnim alatima, još uvijek postoji velik prostor za unapređenje poslovanja. Iznajmljivači trebaju bolje iskoristiti prilike, uspostaviti kontakte s drugim dionicima u destinaciji te razvijati suradnju. Neki iznajmljivači već imaju iskustvo iznajmljivanja u morskim destinacijama, što može biti prednost u unapređenju turističke ponude Karlovca. Iznajmljivači u Karlovcu najčešće se bave iznajmljivanjem u posljednjih 5 do 10 godina. Važno je napomenuti da se od ukupno 172 objekta za iznajmljivanje u domaćinstvu, 62 objekta nalaze u stambenim zgradama u centru Karlovca, što čini 36 % ukupne strukture. Ovaj podatak ukazuje na potencijalni gubitak stambenog prostora za lokalno stanovništvo.

**Potrebne mjere**

Kako bi se osigurao uravnotežen i održiv razvoj turizma u Karlovcu, nužno je hitno izraditi Plan upravljanja smještajem koji će detaljno usmjeriti buduće širenje smještajnih kapacitet. Potrebno je definirati ograničenja za kratkoročno iznajmljivanje smještaj u stambenim zgradama, posebice u užem centru grada, kako bi se sačuvala kvaliteta života stanovnika i spriječio nekontrolirani gubitak stanova za dugoročno stanovanje. Turistička zajednica treba osnažiti suradnju s privatnim iznajmljivačima kroz redovitu dvosmjernu komunikaciju, zajedničko planiranje i sudjelovanje u razvoju turističke strategije. Ključno je kontinuirano poticati edukaciju iznajmljivača o marketingu, upravljanju smještajnim objektima, održivim praksama, energetskoj učinkovitosti, zelenoj gradnji te digitalnim alatima koji mogu unaprijediti njihovo poslovanje. Potrebno je osmisliti poticajne mjere za one koji primjenjuju odgovorno poslovanje, što uključuje ekološke standarde, selekciju otpada i korištenje prirodnih sredstava za čišćenje. Potiče se ulaganje u razvoj i promociju ruralnog i *wellbeing* turizma te visokokvalitetan smještaj u prirodnim zonama, osobito uz rijeke i šume, čime će se dodatno obogatiti turistička ponuda destinacije. Potrebno je osigurati digitalnu pismenost i vidljivost iznajmljivača kroz besplatne radionice i alate za promociju, izradu vlastitih web-stranica i unapređenje prisutnosti na globalnim platformama. Iznajmljivače treba motivirati da prepoznaju važnost umrežavanja i zajedničkog nastupa na tržištu kako bi se povećala atraktivnost destinacije te produžila prosječna duljina boravka gostiju. Odgovornim pristupom u planiranju i svakodnevnom radu, Karlovac može razviti privatni smještaj koji ne ugrožava stanovanje, već postaje održiv, integriran te komplementaran element urbanog i društvenog tkiva grada. Vrijeme je za zajedničko djelovanje i strateške odluke koje će osigurati da turizam u Karlovcu raste u skladu s lokalnim vrijednostima, prirodnim resursima i potrebama njegovih stanovnika.

***Specifičan smještaj Robinson Horseville***

*Smještaj se nalazi iznad štale u kojoj borave konji, što pruža jedinstveno iskustvo boravka u neposrednoj blizini ovih plemenitih životinja. U podu se nalazi stakleno okno kroz koje gosti mogu promatrati konje dok su oni u štali. Tijekom dana, gosti imaju priliku boraviti u prirodi i promatrati konje dok trče, pasu travu i obavljaju svoje svakodnevne aktivnosti. Vlasnik, koji se već 58 godina bavi konjima, razvio je iz ljubavi prema njima ovu originalnu ideju smještaja. Smještaj je dostupan od 1. svibnja do 1. listopada i namijenjen je za najviše četiri osobe.*

Hotelski smještaj

**Situacijska analiza**

Prema mišljenju hotelijera, Karlovac ima brojne prednosti: grad je lijep, ima veliki turistički potencijal, bogat program događanja, i postaje sve prepoznatljivija destinacija u Hrvatskoj. Zahvaljujući velikom broju atrakcija, turističkih priča i proizvoda, Karlovac dobiva sve veću medijsku promociju, što uvelike olakšava poslovanje hotelijera. Poseban naglasak stavlja se na digitalni marketing te na povećanje dolazaka influensera koji svojim marketinškim dosegom i pratiteljima doprinose promociji destinacije. **Hotel Europa** većinom ima tranzitne goste i grupe koje se vraćaju, te primjećuju kvalitativni napredak u turističkoj ponudi Karlovca. Prema mišljenju hotelijera, postizanje ovih rezultata bilo je izazovno i zahtijevalo je kontinuiran i dosljedan rad tijekom posljednjih 20 godina.

Hotelijeri ističu sportski turizam kao jedan od najvećih potencijala za budući razvoj turizma u Karlovcu. Dolaze grupe sportaša koji zahtijevaju posebne uvjete, uključujući halal sustav i specifičnu izvornost namirnica. Sportski turizam doprinosi promociji destinacije i povećanju vidljivosti. Karlovac posjećuju i strani sportski klubovi, koji također imaju posebne zahtjeve u pogledu smještaja i prehrane. Infrastrukturne uvjete za treniranje sportaši i sportski klubovi u pravilu organiziraju sami, no kontinuirano raste razina zahtjeva i standarda u skladu s trendovima u sportskom turizmu. Ovime se otvaraju nove mogućnosti za dodatna ulaganja i unapređenje sportske infrastrukture u Karlovcu.

U **Hotel Srakovčić** često dolaze sportske grupe koje koriste sportsku infrastrukturu i često zakupljuju cijeli hotel tijekom svog boravka. Odličan je primjer Hrvatska rukometna reprezentacija, koja je tijekom rukometnog prvenstva u Zagrebu bila smještena u Hotelu Srakovčić. Suradnja sa sportskim timovima temelji se na dugogodišnjim partnerskim odnosima, a promocija koju Karlovac ostvaruje kroz te aktivnosti značajno doprinosi prepoznatljivosti destinacije kao kvalitetnog sportskog centra. Njezina je vrijednost neprocjenjiva. Važno je strateški usmjeriti budući razvoj Karlovca prema snažnom unapređenju sportske infrastrukture kako bi se osigurali suvremeni uvjeti za treniranje, natjecanja i rekreacijske aktivnosti građana te potaknula organizacija značajnih sportskih događanja na lokalnoj i međunarodnoj razini. Razvoj sportske infrastrukture predstavlja temelj za kvalitetu sportskog života, promociju zdravlja te pozicioniranje Karlovca kao prepoznatljive destinacije sporta i aktivnog stila života.

Smješten u srcu Karlovca, **Hotel Kadoor** s četiri zvjezdice nalazi se u samom središtu grada i predstavlja jedno od ključnih mjesta boravka posjetitelja u urbanom dijelu destinacije. Trenutno je Hotela Florian & Godler u fazi potpune rekonstrukcije, a nakon završetka radova očekuje se otvaranje modernog, multifunkcionalnog objekta koji će značajno obogatiti turističku i poslovnu ponudu Karlovca.

**Hoteli u Karlovcu trenutno su u snažnom investicijskom ciklusu:**

**Novi Hotel Florian & Godler** planira implementirati moderne sadržaje u skladu s aktualnim standardima održivog i konkurentnog hotelskog poslovanja. Među ključnim novitetima izdvajaju se:

* prostrane, moderno dizajnirane sobe i apartmani s pametnim tehnologijama upravljanja energijom i rasvjetom
* multifunkcionalni kongresni i *event* centar s kapacitetom do 250 sudionika, opremljen najnovijom audiovizualnom opremom
* *fine dining* restoran s fokusom na lokalnu gastronomiju i sezonske namirnice, uz vinsku kartu s ponudom hrvatskih vina
* *rooftop* terasu s panoramskim pogledom na gradsku jezgru i rijeke
* *wellness & spa* zonu s unutarnjim bazenom, saunama, tretmanima masaže i fitness prostorom
* *coworking* zonu i *business lounge* za potrebe poslovnih putnika i digitalnih nomada
* energetski učinkovite sustave, uključujući korištenje obnovljivih izvora energije i sustave za recikliranje vode
* digitalne usluge za goste: *online check-in*, interaktivne informacije o gradu, personalizirane preporuke putem hotelske aplikacije.

Integracija ovih sadržaja u turističku ponudu Karlovca imat će višestruke učinke: podizanje standarda smještaja, jačanje kongresnog i korporativnog turizma, produženje sezonalnosti, privlačenje novih ciljnih skupina i povećanje konkurentnosti destinacije.

**Hotel Lana Korana** trenutno je u izgradnji. Objekt će sadržavati garažu, prizemlje i četiri kata. Na svakom katu planirano je deset soba, dok će se na prvom katu nalaziti četiri apartmana. U prizemlju će biti smještena recepcija. Gostima hotela bit će na raspolaganju i bazen duljine 25 metara. Projekt se razvija u sklopu postojećeg restorana s kongresnim dijelom, čime će se zaokružiti cjelovit i visokokvalitetan turistički koncept. U budućnosti će hotel nuditi uslugu na razini 4,5 zvjezdice.

Ovaj razvoj hotelske infrastrukture uklapa se u strateške ciljeve destinacijskog plana upravljanja Karlovcem, posebno u segmentima:

* razvoj smještajnih kapaciteta više kategorije
* diversifikacija ponude prema višim potrošačkim skupinama
* poticanje održivog upravljanja resursima
* jačanje poslovnog i kongresnog turizma
* promocija lokalne gastronomije i kulturne baštine.

Time Karlovac dobiva snažno pozicioniran, moderni, održivi ugostiteljski objekt koji doprinosi razvoju grada kao višesezonske turističke, poslovne i kulturne destinacije.

**Identifikacija izazova / potrebne mjere:**

Prema mišljenju hotelijera, u Karlovcu nije potrebna izgradnja velikih novih hotela, već fokus treba biti na optimizaciji postojećih kapaciteta i prilagodbi ponude potrebama tržišta. Kongresni turizam predstavlja značajnu priliku za razvoj, ali se suočava s nedostatkom kongresne dvorane kapaciteta 500-600 mjesta, što bi značajno unaprijedila poslovni i kongresni turizam. Dvorana HV-a prepoznata je kao veliki potencijal za daljnji razvoj destinacije, ali trenutačno postoje tehnički izazovi koje moraju riješiti kako bi postala funkcionalna za veća događanja. **Događanja u Karlovcu ocjenjuju se pozitivno**, ali je važno osigurati realan omjer ulaganja i doprinosa zajednici. Unatoč velikim manifestacijama, one ne utječu značajno na povećanje broja hotelskih noćenja, stoga je potrebna bolja strategija za povezivanje turističkih događanja sa smještajem. Karlovac raspolaže izvrsnim resursima za organizaciju događanja, ali potrebno je poboljšati promociju tih resursa i osigurati konkretan program nekoliko mjeseci unaprijed kako bi se povećao interes posjetitelja i turistička potrošnja.

**Koncept Adventa u Karlovcu** **zahtijeva promjene** jer je trenutačno radno vrijeme prekratko, a ponuda sadržaja ograničena. Nedostaju događanja za djecu i aktivnosti tijekom dana, poput kreativnih radionica i obiteljskih programa, što bi moglo privući veći broj posjetitelja i produžiti zadržavanje gostiju u destinaciji, kao i radionice tijekom dječjeg zimskog festivala.

**Ljudski potencijali**: predlaže se suradnja s trgovačko-ugostiteljskom školom radi primanja učenika na praksu u hotelima, kako bi stekli šire iskustvo i bolje razumjeli ugostiteljski sektor.

**Prema mišljenju hotelijera, konkurentne destinacije Karlovcu** su Samobor, koji je bolje pozicioniran na turističkoj karti unatoč boljim resursima koje ima Karlovac; Varaždin je konkurentan zbog kulturne baštine i manifestacija, a Osijek zbog nove turističke infrastrukture i iskorištenih resursa uz rijeku.

**U Karlovcu nedostaje restorana**, posebice u centru grada i pješačkoj zoni. Izazov predstavlja rješavanje problema dugoročnim najmovima dugoročni najmovi prostora (minimalno 20 godina), što je potrebno kako bi ugostitelji imali sigurnost ulaganja i mogućnost povrata uloženih sredstava.

Hosteli

**Situacijska analiza:**

Hostelski smještaj u Karlovcu predstavlja važnu alternativu tradicionalnim oblicima smještaja, posebice za mlađe putnike, bicikliste i putnike u tranzitu. Iako je broj hostela u gradu trenutno nedovoljan, interes i potreba za pristupačnim, fleksibilnim i društveno orijentiranim smještajem jasno su izraženi. Karlovac, sa svojom prirodnom i kulturnom ponudom, pruža snažan potencijal za razvoj hostelske ponude koja bi mogla doprinijeti produžetku boravka i povećanju potrošnje gostiju. Kroz strateško planiranje, poticanje investicija i prilagodbu regulative, moguće je stvoriti kvalitetnu mrežu hostela koja odgovara trendovima i očekivanjima tržišta. Na temelju ispunjenog upitnika za hostel, možemo zaključiti da Karlovac, kao destinacija, ima izražene prirodne i prostorne prednosti koje privlače goste u hostele: rijeke, parkove, aktivni i *wellness* turizam te blizina autoceste. Sveukupno zadovoljstvo gostiju ocijenjeno je vrlo visoko, s naglaskom na čistoću, bioraznolikost i sigurnost, što potvrđuje pozitivnu percepciju destinacije. Smatra se da je u Karlovcu potrebno više hostela, što ukazuje na prostor za razvoj smještajnih opcija, osobito za mlađe i aktivne goste. Koriste se održivi materijali u uređenju interijera te LED rasvjeta i inverterske klime, ali druge aspekte održivosti nisu implementirani u većoj mjeri. U ponudi hostela nema dodatnih sadržaja, poput bara ili *wellnessa*, što ograničava širinu usluga i može utjecati na duljinu boravka gostiju. Naglašava se potreba za ujednačenim turističkim prometom tijekom cijele godine i održavanje visokog omjera cijene i kvalitete kao ključne izazove za budućnost turizma u Karlovcu.

Novosti u poslovanju hostela

**Hostel Bedem** sada može poslovati kao hostel tijekom cijele godine. Zabilježeno je povećanje broja noćenja u usporedbi s prošlom godinom, kao i rast financijskih rezultata, što ukazuje na kontinuirani napredak u poslovanju. Godišnje se ostvari oko 5000 noćenja, a cilj je daljnje povećanje kapaciteta i atraktivnosti smještaja. Investicijski ciklus: u pripremi su veliki projekti, poput projekta uređenja restorana studentske prehrane (otvorenog tipa). Restoran će biti namijenjen posjetiteljima hostela i vanjskim gostima. U sklopu jezgre, koja je zaštićeno kulturno dobro, uspostavit će se Interpretacijski centar s informacijama o dvorcima Karlovačke županije i povijesno-kulturnoj baštini. Planira se osnivanje Centra za kulturu Hrvatski dom koji će upravljati i novim interpretacijskim centrom Zvijezde iznad restorana studentske prehrane. U projekt su uključeni Karlovačka županija i Grad Karlovac, s ciljem jačanja kulturno-povijesne baštine. Postignut je dogovor o financiranju projekta u vrijednosti od 7,6 milijuna eura u razdoblju od 2026. do 2027. godine. Prenamjenom vojne bolnice obuhvaća se proširenje smještajnih kapaciteta. Kapacitet hostela povećat će se za oko 100 novih kreveta, uz postojećih 151 krevet, što će ukupno iznositi oko 251 krevet. U potkrovlju zgrade Bosanski magazin planira se izgradnja kongresne dvorane kapaciteta 200 osoba koja će biti dostupna za interne i vanjske potrebe. Očekivana realizacija projekata je u jesen 2027. godine. Energetska učinkovitost: Zgrada već sada ima energetski učinkovitu ovojnicu, sunčeve kolektore i toplinske crpke koje koriste sustav voda/voda, što je jedno od ekološki najprihvatljivijih rješenja na tržištu. U novim projektima planira se korištenje kišnice za optimizaciju potrošnje vode, ugradnja novih sunčevih kolektora radi veće energetske neovisnosti te korištenje šest bušotina za nastavak primjene toplinskih dizalica u sustavu voda/voda. Maksimalno iskorištavanje najnovijih tehnoloških dostignuća doprinosi održivom poslovanju. Pristupačnost za osobe s invaliditetom: trenutno su u prizemlju dostupne tri sobe prilagođene osobama s invaliditetom. Planira se ugradnja dizala, što će omogućiti bolju dostupnost svih prostora. Digitalizacija: koristi se softver Conto za studentske centre, koji je prilagođen izvještavanju i svim zakonskim normama. Softver je optimiziran i za turističke usluge koje pruža Studentski centar, s mogućnošću prilagodbe hotelskom sustavu. Pametne sobe već su implementirane, a planira se i ugradnja senzora za vodu radi smanjenja potrošnje vode. Marketinške aktivnosti značajno su pojačane, kvaliteta promocije iznimna je, a gosti su vrlo zadovoljni uslugom. Prosječna cijena noćenja iznosi 30 eura po osobi u dvokrevetnoj sobi bez doručka. Pokrenut će se TikTok račun kako bi se marketing prilagodio mlađoj publici koja čini značajan dio gostiju, uključujući studente i posjetitelje hostela. Uključivanje studenata u marketinške aktivnosti doprinijet će jačanju vidljivosti i promocije projekta. Smanjen broj studenata predstavlja značajan izazov za poslovanje. Trenutni problem predstavljaju visoke cijene autobusa i nepouzdanost vlakova, što otežava mobilnost studenata i drugih putnika. Jedno od rješenja poboljšanje je prometne povezanosti Karlovca i Zagreba, izgradnja treće trake autoceste i drugi kolosijek na pruzi do Zagreba, čime bi se postigla bolja dostupnost studentima.

**Identifikacija izazova:**

Karlovac u posljednjim godinama bilježi pozitivan pomak u razvoju hostelskog smještaja, prvenstveno kroz primjer Hostela Bedem, koji je uz stabilan rast noćenja i financijskih rezultata najavio ambiciozan investicijski ciklus. Brojni izazovi i dalje ograničavaju puni razvoj ponude hostela, osobito u kontekstu oblikovanja identiteta, prostornog planiranja, infrastrukture i koordinacije među dionicima.

**Primjeri pozitivne prakse:**

**Hostel Livija u Metkoviću** izgradio je jasan narativ o antičkoj Naroni, rimskom municipiju, te dosljedno interpretira lokalitet u kontekstu suvremenog putovanja kroz vizualni identitet, sadržaj i komunikaciju lokaliteta u kontekstu suvremenog putovanja. Time privlači goste koji žele više od smještaja – žele priču.

**Boutique Hostel Shappy u Zagrebu** smješten u samom centru Zagreba, tematski je orijentiran prema mladima koji žele urbani doživljaj i estetski privlačan ambijent. Kroz dizajn interijera i personaliziranu komunikaciju, hostel stvara osjećaj lokalnog „mikrosvijeta“ te uključuje goste u kulturni život grada. Prijedlog za Karlovac: kombinacija urbane jezgre (Zvijezda), kafića, galerija i interpretacije kulturnih punktova grada kroz modernu estetiku.

**Boutique Hostel Forum u Zadru** koristi svoju poziciju doslovno iznad rimskog foruma, kao ključnu točku identiteta. Svaka soba ima vizualnu interpretaciju lokalne povijesti, i tekstove koji vode gosta kroz priču o Zadru. U Karlovcu je moguće iskoristiti fortifikacijsku baštinu (Zvijezda, Dubovac) i vizualne komunikacije grada na četiri rijeke.

**Swanky Mint Hostel u Zagrebu** smješten u nekadašnjoj kemijskoj čistionici i tvornici, primjer je briljantne adaptacije industrijskog nasljeđa u hostel s bazenom, *rooftop barom*, *coworking* prostorom i kulturnim sadržajem.

**Franz Ferdinand Hostel** **u Sarajevu**, svaka soba u hostelu posvećena je likovima i događajima koji su prethodili atentatu na Franza Ferdinanda. Hostel koristi priču i pretvara je u atrakciju.

**Potrebne mjere:**

Za jačanje turizma i hostelske ponude u Karlovcu, potrebno je donijeti jasne strateške mjere usmjerene na razvoj tematskih i dizajnerski prepoznatljivih hostela povezanih s lokalnim identitetom, poput priče o rijekama i povijesnoj Zvijezdi. Važno je definirati lokacije za hostele u prostorno-planskim dokumentima kako bi se osigurala funkcionalna integracija s gradskim atrakcijama te spriječio neplanirani razvoj. Potrebno je razvijati vizualni identitet i profesionalnu digitalnu promociju hostela, osobito usmjerenu prema mlađoj i aktivnoj publici. Inovacije i financijske mjere trebaju poticati kontinuirano unapređenje funkcionalnosti, povezivanje hostela s grupnim sportskim i edukativnim programima te širenje ponude za različite profile gostiju. Time se Karlovac može pozicionirati kao suvremena doživljajna destinacija s konkurentnom ponudom hostela.

Kampovi

Trenutno u Karlovcu nema otvorenog nijednog kampa. Otvaranje kampa u Karlovcu predstavlja izuzetnu razvojnu priliku s obzirom na nedostatak takve vrste smještaja u bližoj okolici, što otvara prostor za značajnu tržišnu diferencijaciju i privlačenje novih segmenata turizma. Karlovac je strateški pozicioniran neposredno uz autocestu A1 i blizu glavnih pravaca između Zagreba, mora te međunarodnih tržišta poput Slovenije, Austrije i Italije. Svake godine velik broj turista i putnika prolazi ovom rutom, dok destinacija trenutno nema kamp, što je očita tržišna praznina. Blizina rijeka, odlična prometna povezanost Karlovca predstavljaju dodatne adute i osiguravaju atraktivnost kampa tijekom cijele godine. Uz pravilno planiranje i kvalitetnu infrastrukturu, otvaranje kampa ima potencijal generirati izravne ekonomske koristi kroz noćenja i potrošnju, ali i neizravne koristi za lokalnu zajednicu putem unapređenja ponude, većeg angažmana OPG-ova i integracije kulturnih i sportskih sadržaja u turistički program. Zaključno, otvaranje kampa u Karlovcu nije samo prilika za ispunjavanje nedostatka u destinaciji, već i početak dugoročnog razvoja novog turističkog proizvoda temeljenog na održivosti i snažnim prometnim i prirodnim komparativnim prednostima.

**Potrebne mjere:** U Planu smještaja Karlovca svakako aktivno uključiti otvaranje kampova u Karlovcu.

**Jednodnevni posjetitelji u Karlovcu**

Uloga jednodnevnih posjetitelja u turizmu grada Karlovca sve je izraženija, osobito u kontekstu sezonskih oscilacija i događanja. Kao grad bogate kulturno-povijesne baštine, jedinstvenih prirodnih atrakcija i povoljne geografske pozicije, Karlovac privlači značajan broj posjetitelja koji se u destinaciji zadržavaju 4 – 8 sati. Iako ovakav oblik turizma doprinosi promociji grada i potrošnji na lokalnoj razini, istovremeno stvara određeni pritisak na komunalnu i prometnu infrastrukturu, osobito tijekom vršnih dana poput vikenda, blagdana i većih manifestacija. **Podatci Turističke zajednice grada Karlovca ukazuju na jasne sezonske trendove**, pri čemu najveći intenzitet jednodnevnih dolazaka bilježimo tijekom ljetnih mjeseci. U navedenim terminima prisutan je povećani broj posjetitelja u gradskoj jezgri, u parkovima, uz rijeke i atrakcije poput Aquatike, Starog grada Dubovca i Nacionalnog svetišta svetog Josipa. Upravo ta dinamika dolaska i odlaska posjetitelja, odnosno *turnover rate*, pokazuje visoku frekvenciju i brzinu izmjene korisnika prostora unutar jednog dana, što rezultira kratkotrajnim, ali intenzivnim opterećenjem javnih površina, parkirališta i sanitarnih kapaciteta. Izuzetno je važno razviti sustav praćenja broja jednodnevnih posjetitelja, koji bi, uz korištenje prometnih i digitalnih statistika (senzori na prometnicama, sustavi naplate parkiranja, mobilna analitika), omogućio precizno određivanje opterećenja destinacije u stvarnom vremenu. Iako trenutačno ne postoji zasebna regulativa utemeljena isključivo na upravljanju jednodnevnim posjetima, postojeći strateški dokumenti, poput Plana razvoja Grada Karlovca 2021. – 2030. te Strategije razvoja turizma Karlovačke županije do 2025., postavljaju okvir unutar kojeg je moguće definirati mjere usmjerene na ravnomjerniju disperziju posjetitelja kroz prostor i vrijeme. **Potencijalna rješenja** uključuju razvoj dodatnih sadržaja u širem gradskom prostoru, uvođenje pametnog sustava upravljanja posjetiteljima, poticanje dužeg zadržavanja kroz organizaciju tematskih itinerera, ali i osiguranje kvalitetne interpretacije prostora uz održivu logistiku. U konačnici, optimalno upravljanje jednodnevnim posjetima ključni je preduvjet za očuvanje lokalne kvalitete života, smanjenje pritiska na infrastrukturu i ostvarivanje održivog turističkog razvoja grada Karlovca.

Procjena ukupnog broja jednodnevnih posjetitelja

Na temelju raspoloživih podataka iz 2024. godine te korelacije s dolascima, parkirališnim statistikama i događanjima, procjenjuje se da Karlovac godišnje posjeti između 200 000 i 220 000 jednodnevnih posjetitelja. Ova brojka uključuje: organizirane izletnike (školske grupe, udruge, agencijske ture), vikend putnike iz Zagreba i okolice, tranzitne putnike koji dolaze s autoceste (posebice ljeti), te sudionike kulturnih, sportskih i vjerskih događanja.

Tablica 21: Mjesečna raspodjela i sezonski vrhunci posjeta jednodnevnih posjetitelja:

| **Mjesec** | **Procjena jednodnevnih posjeta** |
| --- | --- |
| siječanj – ožujak | 4000 – 6000 mjesečno |
| travanj – lipanj | 12 000 – 18 000 mjesečno |
| srpanj – kolovoz | 25 000 – 30 000 mjesečno |
| rujan – listopad | 12 000 – 15 000 mjesečno |
| studeni – prosinac | 5000 – 7000 mjesečno |

*Izvor: Turistička zajednica grada Karlovca i procjena autora (temeljeno na dostupnim podatcima i stručnoj procjeni, 2025.)﻿*

Vršni su dani vezani uz događanja poput blagdana Josipovo, Zvjezdanog ljeta, Dana piva, te sva veća sportska događanja, kao i praznike i vikende.

**Dominantni razlozi dolaska:** Jednodnevni posjetitelji najčešće dolaze motivirani vjerskim turizmom (Nacionalno svetište Svetog Josipa), rekreacijom i boravkom u prirodi (rijeke, šetnice, parkovi), kulturnim sadržajem (Aquatika, Dubovac, Muzej Domovinskog rata, manifestacije, tematske ture), obiteljskim i školskim izletima te lokalnom gastronomskom ponudom.

**Iako Karlovac ima sadržaje koji mogu potaknuti višednevni boravak**, većina posjetitelja ostaje kraće od šest sati. Potrebno je uključiti više integriranih turističkih paketa (smještaj, atrakcija, vođenje), ponude paketa lokalnih turističkih agencija te snažniju promociju mogućnosti višednevnog boravka. Potrebno je povećati sadržaje za večernje sate i ponudu u jesenskim i zimskim mjesecima, povećati broj atraktivnih smještaja uz rijeke, i u prirodi, ponuditi tematske sadržaje, te razvijati i promovirati itinerere koji bi povezali prirodu, gastronomiju i kulturu u trodnevni boravak. Važno je u promociji naglašavati poziciju unutar 100 km od sadržaja poput Plitvičkih jezera, Zagreba, Rijeke, Gorskog kotara te Jastrebarskog s Plešivicom.

**Potrebne aktivnosti:**

Karlovac ima značajnu priliku pretvoriti jednodnevne u višednevne goste. Kako bi se povećala stopa zadržavanja, preporučuje se:

* omogućiti parkiranje za sve potencijalne goste, kao osnovni uvjet dolaska gostiju
* urediti ulaz u grad, kako bi se gostima ostavio pozitivan dojam o destinaciji
* razviti tematske rute, gastronomske tematske motive za dolazak u Karlovac
* uspostaviti paket-aranžmane u suradnji s agencijama i smještajnim objektima
* ojačati digitalnu vidljivost i informiranje gostiju već u Zagrebu, Plitvicama i Rijeci
* uložiti u signalizaciju i infrastrukturu koja podržava turističko istraživanje.

**Ugostiteljstvo**

U profilu odredišta izneseni su osnovni podatci o ugostiteljskim objektima u Karlovcu. U svrhu kvalitetne analize održana je radionica s ugostiteljima i Udruženjem obrtnika grada Karlovca. U nastavku su prikazani stavovi, prijedlozi i konkretna rješenja za unaprjeđenje ugostiteljstva u Karlovcu.

Tablica 22: Kapacitet ugostiteljskih objekata, procjena kapaciteta ugostiteljskih objekata

| **Skupina objekata** | **Vrsta usluge** | **Razdoblje rada** | **Profil gostiju (% turista)** | **Kapacitet (unutra/vani)** | **Posebnosti i atrakcije** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Restorani top 3 | Tradicionalna kuhinja, riblja tematika, internacionalna kuhinja | Cjelogodišnje | Turisti ~40  %, lokalno ~60 % | Unutra ~80–150, terasa ~30–60 | Autentična lokalna kuhinja, visoke ocjene) |
| Restorani sa specijalitetima | Tradicionalna jela, roštilj, riblji meni | Cjelogodišnje | Turisti ~30 %, domaći ~70 % | Unutra ~50–120, terasa ~20–50 | Tradicija, obiteljski vođeni, catering |
| Pizzerije i sl. | Pizza, brza hrana | Cjelogodišnje | Turisti ~20 %, domaći ~80 % | Unutra ~40–80, terasa ~20–40 | Popularno za obitelji i brzu ponudu |
| Fast food i barovi | Street food, brzo posluživanje | Cjelogodišnje | Turisti ~10–15 %, građani ~85–90 % | Unutra minimalno, vani ~10–30 | Dobar omjer cijene i kvalitete |
| Kafići / pubovi | Kava, pivo, kokteli | Cjelogodišnje | Turisti ~15–25 %, lokalno ~75–85 % | Unutra ~20–60, terasa ~10–40 | Mjesta za druženja |

*Izvor: Turistička zajednica grada Karlovca i procjena autora (temeljeno na dostupnim podatcima i stručnoj procjeni, 2025.)*

**Situacijska analiza:**

Karlovac ima velik broj ugostiteljskih objekata. Turistička zajednica organizirala je edukacije o tematskim kuhinjama, poput menija s pivom i gljivama. Cilj je ovih edukacija njihova implementacija tijekom tematskih gastrofestivala, ali i dugoročno uključivanje u redovitu ponudu ugostiteljskih objekata. Primijećen je napredak u ponudi autohtonih jela i lokalnih piva po kojima je Karlovac prepoznatljiv, te u ulaganjima u interijere, izgledu terasa i općenito unapređenju ugostiteljske ponude. Ipak, postoji veliki prostor za daljnji napredak, o čemu se raspravljalo na koordinacijama koje Turistička zajednica organizira s ugostiteljima tijekom godine, kao i na koordinaciji u svrhu izrade ovog plana upravljanja te putem anketa koje su ispunili ugostitelji.

Prema mišljenju ispitanih ugostitelja, 60 % ih smatra da na području Karlovca postoji prevelik broj ugostiteljskih objekata, a 40 % smatra da trenutna ponuda nije dovoljno kvalitetna. Svi anketirani ugostitelji imaju cjelogodišnje poslovanje. U 2024. godini prosječna potrošnja po gostu bila je 10 % viša nego 2023. godine. Prosječna godišnja popunjenost objekta tijekom razdoblja kada bio otvoren iznosi 49,2 %. Također, 50 % anketiranih ugostiteljskih objekata poslužuje hranu u terminima 30. siječnja i 30. srpnja. Više od 60 % ugostitelja ima 70 % stalnih gostiju. Prosječni godišnji iznos ulaganja u edukaciju po zaposleniku iznosi između 100 i 500 eura. Optimalan kapacitet ugostiteljskih objekata je između 30 i 100 mjesta. Navedeni podatci ukazuju na određene izazove, posebice u pogledu prilagodbe kapaciteta i daljnjeg ulaganja u kvalitetu usluga. Certifikat kvalitete IQM Destination KARLOVAC ima dvanaest ugostitelja u Karlovcu.

Održivo upravljanje ljudskim resursima: Svi ispitanici imaju više od 70 % stalno zaposlenih djelatnika. Planira se prilagodba poslovnih modela zbog ograničenja ljudskih resursa. Pokazalo se da se stalnim zapošljavanjem uspješno nosi s izazovima u zapošljavanju djelatnika. U praksi se pokazalo da je mjera povećanja plaća i stalni radni odnos bile najučinkovitiji u zadržavanju radnika. Pristupačnost: Istaknuti su sljedeći elementi pristupačnosti za osobe s invaliditetom: olakšan pristup bez stepenica i proširen ulaz kako bi se omogućio prilaz stolu u kolicima. Prilikom dizajna interijera vodi se briga o korištenju prirodnih materijala: kamen, drvo. Koriste se energetski učinkoviti sustavi i uređaji radi smanjenja potrošnje energije. Najčešće se koriste uređaji i strojevi s automatskim isključivanjem i inverterski klima uređaji. Radi održivosti, provode se mjere smanjenja potrošnje vode, pravovremeno se reagira na povećani troškove energije te se sustavno otklanjaju kvarovi. Koristi se učinkovita i održiva rasvjeta. Najčešće se koristi LED rasvjeta, senzorsko upravljanje osvjetljenjem, prilagodljiva rasvjeta s promjenjivim intenzitetom te pametni sustavi s centraliziranim upravljanjem rasvjetom.

U sustavu odgovornog poslovanja otpad se selektira u najmanje pet kategorija, dozatori u svim toaletima ne koriste mala pojedinačna pakiranja. Smanjuje se količina otpada na način da se selektira, a u jednom dijelu se kompostira (biootpad). Od ukupnog broja ispitanika, 66 % nabavlja i koristi lokalno proizvedene proizvode. U sklopu društveno odgovornog poslovanja, ugostitelji djelomično doniraju u cilju socijalne i društvene odgovornosti te se uključuju u volonterske aktivnosti u zajednici. Gotovo se svi uključuju u aktivnosti udruga, te sudjeluju u projektima i aktivnostima Grada i Turističke zajednice. Očuvanje okoliša: Više od 60 % ugostiteljskih objekata koristi umjetne mirise i osvježivače, a 40 % koriste prirodne deterdžente u najmanje 50 % od ukupne količine korištenih deterdženata. Ponuda i implementacija lokalnih proizvoda: Uz standardnu ponudu, više od 25 % ponude čini više od 25 % lokalnih proizvoda (60 % ispitanika), uključujući izbor svježeg i sezonskog voća, lokalno uzgojenog, kavu bez kofeina, prirodne čajeve i lokalne sireve. Uz navedeno, 60 % navodi da u ponudi ima prirodne sokove, najmanje tri vrste lokalnih vina, 20 % ima i biodinamička vina, te 60 % nudi najmanje dvije vrste *craft* piva. U ponudi 30 % ispitanika ima najmanje 10 % vegetarijanskih i najmanje 5 % veganskih jela. Većina ugostitelja koristi svježe začinsko bilje iz vlastitog vrta. U ponudi slastica ističu se sezonskih voćnih kolača koji se pripremaju od svježeg, lokalno uzgojenog voća, te kolači pripremljeni s lokalnim medom čime se podržava lokalno pčelarstvo. Tradicija poslovanja: Većina ugostitelja posluje 20 ili više godina i posjeduje veliko iskustvo. Iako planiraju proširiti poslovanje, to neće biti u području ugostiteljstva, već u segmentu smještaja u domaćinstvu više kategorije.

**Ugostitelji ističu sljedeće izazove u budućnosti Karlovca:** ostanak stanovnika te povratak mladih nakon školovanja, koji se vraćaju, rade i žive u Karlovcu; mjerenje kvalitete usluga i proizvoda te usporedba s konkurencijom; ujednačen turistički promet tijekom cijele godine; kvalitetan omjer cijene i kvalitete destinacije.

**Identifikacija izazova/potrebne mjere:**

Prema mišljenju karlovačkih ugostitelja, nedostaje strateški plan za upravljanje praznim poslovnim prostorima, što otežava planiranje poduzetništva i pokretanje novih ugostiteljskih inicijativa, osobito u staroj gradskoj jezgri. Zvijezda se percipira kao prostor s velikim potencijalom, ali visoka komunalna davanja predstavljaju prepreku daljnjem razvoju, zbog čega se predlaže njihovo smanjenje kako bi se potaknula revitalizacija i povećao broj gastrosadržaja, posebno onih koji nude pripremu hrane, kojih u toj zoni trenutačno gotovo i nema. Ugostitelji ističu da bi kvalitetnije upravljanje kalendarom rada bilo korisno jer većina restorana ima kolektivni godišnji odmor u kolovozu, upravo u vrijeme najveće turističke potražnje. Stoga je nužno osmisliti plan koji će osigurati dostupnost ugostiteljske ponude tijekom cijele sezone. Pojavljuje se i sve izraženiji interes za otvaranje objekata uz rijeke, što bi omogućilo valorizaciju prirodnih resursa i proširenje turističke ponude.

Karlovački med, koji bi trebao biti logičan dio gastroidentiteta grada, nerijetko se zamjenjuje medom iz drugih krajeva, što otvara potrebu za boljim uključivanjem lokalnih pčelara u ugostiteljsku mrežu. Ugostitelji izražavaju želju da se domaći med pakira u formate prilagođene ugostiteljstvu, kako bi se standardizirao i uključio u ponudu. U urbanom pčelarstvu, koje je trendovski sve prisutnije u gradovima poput Beča, Ljubljane i Poreča, vidi se velik potencijal, osobito ako ga se poveže s edukacijskim i turističkim komponentama. Primjeri radionica medenjaka, koje su iznimno dobro prihvaćene, potvrđuju da postoji interes i kod posjetitelja i kod lokalnih obrtnika za pričanje priče o Karlovcu kroz lokalne proizvode i tradiciju, što bi se moglo dodatno potaknuti i razvijati. Isto se odnosi na sve ostale lokalne proizvode.

Ugostitelji također ističu da bi organiziranje tematskih tura, poput onih s temom piva koje bi objedinjavala lokalne proizvođače i objekte s ponudom piva, bilo vrlo atraktivno za goste i doprinijelo pozicioniranju Karlovca kao grada s pivarskom tradicijom. Iznajmljivanje ugostiteljskih prostora na duže razdoblje smatra se izuzetno važnim jer omogućuje sigurnost poslovanja i opravdava veće investicije potrebne pri otvaranju i opremanju objekta. Također se naglašava potreba za osnivanjem poduzetničkog inkubatora koji bi pružao podršku u ranim fazama razvoja ugostiteljskih i obrtničkih ideja. Iako je digitalizacija ugostiteljstva još uvijek slabo implementirana, sve je više pokušaja da se uvedu automatizirana rješenja, prvenstveno zbog manjka radne snage. Stoga se očekuje da će pomoćni poslovi sve više biti prepušteni robotima i tehnologiji.

Potrebno je aktivno uključiti nove objekte u proces certificiranja s jasno definiranim pokazateljima održivosti, lokalnog identiteta i kvalitete usluge. To uključuje podršku za postizanje vidljivosti objekata na nacionalnoj i međunarodnoj razini. Promicati društveno odgovorno poslovanje i lokalnu nabavu te nastaviti razvijati sustav prednosti za ugostitelje koji redovito uključuju lokalne proizvode, koriste prirodne i biorazgradive materijale, doniraju zajednici i uključuju ranjive skupine kroz zapošljavanje, edukaciju ili volontiranje. Zaključno, potrebno je izraditi Plan upravljanja ugostiteljskom ponudom, koji uključuje Plan sprečavanja i smanjenja nastajanja otpada od hrane.

**Lokalni proizvođači**

Tablica 23: Popis lokalnih proizvođača

| **Naziv/OPG** | **Vrsta proizvoda** | **Aktivnosti za turiste** | **Kušaonica** | **Udaljenost od Karlovca (km)** | **Status (prima goste)** | **Napomene** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| OPG Frlan (Vivodina) | Vino | Degustacije, vođene ture vinogradom | Da | 35 km | Da | Dio vinske ceste Plešivica |
| OPG Režek (Ozljačko područje) | med, medne rakije | edukacije, degustacije | Da | 20 km | Da | ima edukativni pčelinjak |
| OPG Cindrić | sir, mliječni proizvodi | prezentacije, prodaja | Ne | 15 km | Ograničeno | prodaja na tržnici, bez kušaonice |
| OPG Bićanić | eko povrće, proizvodi od lavande | obilasci, radionice | Ne | 12 km | Da | certificirano ekološko gospodarstvo |
| Pivovara Podrum | zanatsko pivo | vođene degustacije | Da | Karlovac | Da | redovni craft eventi |
| OPG Puškarić | jabuke, sokovi | kušanje i kupnja | Da | 10 km | Da | povezano s eko certifikatom |
| OPG Zorko | šljive, rakija | kušanje rakija i likera | Da | 17 km | Da | u sklopu seoskog domaćinstva |
| Destilerija Brigljević (Mrzlo Polje) | rakije, likeri | degustacije, tur. prezentacije | Da | 15 km | Da | jedna od najpoznatijih u regiji |
| OPG Kovač (Ribnik) | prerađevine od aronije | kušanje proizvoda | Da | 30 km | Da | fokus na funkcionalnu hranu |
| Sirana Štenta (Draganić) | tradicionalni sirevi | edukacije, degustacija | Da | 20 km | Da | u ponudi i lokalno vino |
| OPG Marinković | domaća hrana, uzgoj životinja | edukacije, samostalna priprema hrana | Ne | Karlovac (15 km od centra) | Da | Blizina Žitne lađe |

*Izvor: Turistička zajednica grada Karlovca, 2025.*

**Potencijalni rast turizma**

Potencijalni ekonomski rast turizma označava ciljanu, održivu i strateški usmjerenu dinamiku razvoja turističkog sektora koja uzima u obzir gospodarske koristi, kao i kapacitete lokalne zajednice i okoliša. U kontekstu Karlovca, ovaj rast ne bi trebao biti isključivo kvantitativan, već kvalitativan i usmjeren prema povećanju prihoda, produženju boravka, smanjenju sezonalnosti i boljoj disperziji turista tijekom godine. Određivanje optimalne stope rasta temelji se na analizi stvarnih tržišnih trendova, postojećih smještajnih i prometnih kapaciteta, strateških ciljeva razvoja destinacije te globalnih kretanja u turizmu. Previsoke stope mogu dovesti do zagušenja infrastrukture i narušavanja kvalitete života lokalnog stanovništva, dok preniske stope ne iskorištavaju puni potencijal destinacije i smanjuju ekonomske efekte poslovanja. Preferirani rast treba se odvijati u okvirima koji su istovremeno ambiciozni i realni, uz aktivno upravljanje razvojem destinacije i promicanje održivih modela turizma. Održiv rast uključuje i brigu o digitalnom imidžu destinacije, pri čemu ocjene *online* reputacije i broj recenzija služe kao ključni pokazatelji zadovoljstva gostiju i dugoročne atraktivnosti.

Tablica 24: Razvojne mogućnosti i potencijalan/optimalni rast u sljedeće četiri godine

| **Mjesec** | **ADR (EUR/noć)** | **Razvojne mogućnosti i potencijalan/optimalni rast (4 godine)** |
| --- | --- | --- |
| siječanj | 40–45 | *Zimski festival*, kongresni turizam, sportski turizam, kulturni sadržaj |
| veljača | 40–45 | Tematski vikendi (valentinovo, karneval), kulturni sadržaj (rast +20 %) |
| ožujak | 45–50 | Vjerski turizam, edukacijski turizam, sport (rast +25 %) |
| travanj | 50–55 | Školski turizam, Održivi turizam, biciklizam (rast +35 %) |
| svibanj | 55–60 | Glazbeni i gastro festivali, aktivni odmor (rast +40 %) |
| lipanj | 60–70 | Promocija rijeka, aktivnosti na rijekama, festivali (rast +50–60 %) |
| srpanj | 70–80 | Tranzitni promet preusmjeriti na višednevni boravak (rast +30–40 %) |
| kolovoz | 70–80 | Tranzitni promet preusmjeriti na višednevni boravak (rast +35 %) |
| rujan | 60–70 | Berbe, eno-gastro paketi (rast +25–30 %) |
| listopad | 50–55 | Jesenski sadržaji, outdoor radionice (rast +30 %) |
| studeni | 45–50 | Duhovni turizam, radionice, joga retreati (rast +20–25 %) |
| prosinac | 40–45 | Advent, gastronomija, domaći gosti (rast +35 – 40 %) |

*Izvor: Turistička zajednica grada Karlovca i procjena autora (temeljeno na dostupnim podatcima i stručnoj procjeni, 2025.)﻿*

Preduvjeti za ostvarivanje potencijalnog ekonomskog rasta turizma u Karlovcu obuhvaćaju usklađeno djelovanje uz optimalno korištenje resursa destinacije i stalno upravljanje kvalitetom.

Ključni preduvjeti za održivi rast:

* Precizna analiza tržišnih trendova i potražnje, uključujući strukturu i preferencije gostiju.
* Praćenje i razvoj adekvatnih smještajnih i prometnih kapaciteta kako bi se spriječilo preopterećenje infrastrukture i očuvala kvaliteta života lokalne zajednice.
* Jasno postavljanje strateških ciljeva na temelju turističkih razvojnih dokumenata i globalnih smjernica održivog turizma.
* Razvoj tematske i raznolike ponude tijekom cijele godine s ciljem smanjenja sezonalnosti i povećanja prosječnog boravka, na primjer, putem festivala, kulturnih događanja, edukacijskih i sportskih programa u raznim mjesecima.
* Aktivno upravljanje destinacijom i implementacija održivih modela kako bi rast bio istovremeno ambiciozan i realno izvediv.

Operativne mjere i kvalitativni pokazatelji

* Ulaganje u inovacije i digitalni imidž destinacije, s redovitim praćenjem online reputacije kao ključnih pokazatelja zadovoljstva i buduće atraktivnosti.
* Prilagodba i diversifikacija ponude po mjesecima (npr. tematski vikendi, školski i sportski programi, berbe, festivali, *outdoor* aktivnosti), što donosi porast potražnje i bolje korištenje kapaciteta kroz cijelu godinu.
* Poticaji za produženje boravka, smanjenje isključivog tranzita i pretvaranje u višednevni boravak, posebno u ljetnim mjesecima.
* Kontinuirana suradnja s lokalnom zajednicom, sektorom smještaja i ključnim razvojnim partnerima radi stvaranja pozitivnog turističkog okruženja i pozitivnog iskustva svakog gosta.

Održavanje ravnoteže rasta

**Optimalna stopa rasta treba biti usklađena s realnim kapacitetima destinacije i prihvatljivim opterećenjem** za infrastrukturu te okoliš, kako bi se izbjegle negativne posljedice prebrzog ili preniskog rasta. Tako osigurani uvjeti omogućuju Karlovcu da uspješno iskoristi potencijal turističkog sektora uz dugoročnu održivost i konkurentnost destinacije.

**Od presudnog značaja za ostvarenje uspjeha** je želja svih dionika u svim segmentima turizma, izvršavanje potrebnih aktivnosti u svakom segmentu poslovanja i destinacijski timski rad, da svatko u svom segmentu poslovanja izvrši sve aktivnosti u cilju zajedničkog uspjeha. U tom slučaju uspjeh nikako neće izostati.

## Analiza postojećih turističkih proizvoda i usluga u destinaciji

**1. Turistički proizvod: Parkovi – zelena infrastruktura u funkciji doživljaja**

Karlovački parkovi predstavljaju jedinstvenu vrijednost urbanog krajolika i temelj su razvoja edukativno-rekreativnih turističkih sadržaja. Programi poput „Potrage za pisanicama”, „Dana u parku” i „Klasike u parku” integriraju zabavu, glazbu i kulturu. Parkovi nude prostor za kulturna događanja, likovne kolonije i ugodno druženje. Tematske ture vezane uz parkove omogućuju interpretaciju prirodne i povijesne baštine. Ovaj proizvod doprinosi održivom turizmu i brendiranju Karlovca kao grada parkova.

**2. Turistički proizvod: Rijeke – rekreacija, priroda i adrenalinski doživljaji**

Rijeke nude idealan prostor za sportske aktivnosti, ali i za edukaciju o ekosustavima. Festival magle daje rijekama i umjetničku dimenziju. Ponuda na četiri rijeke pozicionira Karlovac kao posebnu riječnu destinaciju s bogatom prirodnom ponudom.

**3. Turistički proizvod: Zvijezda – urbano središte identiteta i interpretacije**

Povijesna jezgra Karlovca, Zvijezda, koja je trenutno u finalnoj fazi obnove, nosi izniman interpretacijski potencijal kroz šetnje, urbanu revitalizaciju i kulturna događanja. Zvijezda se razvija kao prostor za tematske ture, povijesne priče i kulturne manifestacije. Prostor Promenade pruža mogućnosti za glazbu i umjetnost u javnom prostoru. „Zvijezda“ je ključni element za diferencijaciju Karlovca u urbanom turizmu.

**4. Turistički proizvod: Događanja i festivali – sinergija prirode, kulture i identiteta**

Karlovac nudi raznolik kalendar događanja poput „Dana u parku“ ili i urbana okupljanja poput Dana piva. Događanja kombiniraju gastronomiju i glazbu te povezuju lokalnu zajednicu s posjetiteljima. Posebnu vrijednost imaju događanja u parkovima i uz rijeke. Dani piva repozicioniraju se i u procesu su jačanja konkurentnosti u cilju unapređenja kvalitete sadržaja najprepoznatljivije karlovačke manifestacije. Novi strateški pristup obuhvaća diversifikaciju programa, uključivanje edukativnih i kulturnih sadržaja vezanih uz pivsku tradiciju te povećanje atraktivnosti za različite ciljne skupine posjetitelja, čime se Dani piva pozicioniraju kao višedimenzionalni urbani festival s jedinstvenim identitetom povezanim uz karlovačku pivsku baštinu.

Turističke atrakcije

Turističke atrakcije destinacije oblikuju se na temelju postojećih resursa, infrastrukture i usluga koje zajedno čine turističku ponudu. Resursi poput prirodnih ljepota, kulturne baštine i lokalnih običaja, predstavljaju temelj razvoja turizma. Infrastruktura, primarna i sekundarna, omogućuje dostupnost i korištenje tih resursa te poboljšava ukupno iskustvo boravka. Turistički proizvodi nastaju kombinacijom resursa, infrastrukture i organiziranih aktivnosti koje se nude na tržištu. Razvoj atrakcija ključan je za jačanje konkurentnosti destinacije i stvaranje prepoznatljivog identiteta.

Kulturne atrakcije

Pregled najposjećenijih atrakcija u Karlovcu za 2024. godinu obuhvaća ključne kulturne, prirodne i interpretacijske sadržaje destinacije. Uz brojke posjetitelja za svaku atrakciju, prikazan je i njihov potencijalni kapacitet, pri čemu se optimalna popunjenost procjenjuje na oko 40 %.

Tablica 25: Popis atrakcija Karlovca

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **ATRAKCIJA / LOKACIJA** | **GODIŠNJI BROJ POSJETITELJA** | **MAKSIMALNI KAPACITET (procjena)** | **% ISKORIŠTENOSTI** | **POTENCIJAL RASTA** |
| AQUATIKA – SLATKOVODNI AKVARIJ KARLOVAC | 72 130 | 120 000 | 60,1 % | srednje – visoki |
| NACIONALNO SVETIŠTE SVETOG JOSIPA | 100 000 | 300 000 | 33,3 % | visoki |
| GRADSKI MUZEJ | 4 205 | 20 000 | 21 % | visoki |
| STARI GRAD DUBOVAC | 26 619 | 50 000 | 53,2 % | srednji |
| MUZEJ DOMOVINSKOG RATA – TURANJ | 25 631 | 70 000 | 36,6 % | visoki |
| GALERIJA VJEKOSLAV KARAS | 5 726 | 20 000 | 28,6 % | visoki |
| KINO EDISON | 57 104 | 100 000 | 57,1 % | srednji |
| NIKOLA TESLA EXPERIENCE CENTER | 20 000 | 60 000 | 33,3 % | visoki |
| PAVILJON KATZLER | 4 450 | 15 000 | 29,7 % | visoki |
| ŽITNA LAĐA | 9300 | 12 000 | 77,5 % | niski – ograničen |

*Izvor: Turistička zajednica grada Karlovca, obrada autora*

Provedena je analiza stavova i sekundarno istraživanje

U analizi mišljenja voditelja atrakcija, više od 33 % njih je na pitanje o stavu o razvoju i smjeru gospodarstva odgovorilo da je lokalna samouprava kvalitetan partner i omogućava gospodarski rast i razvoj. Turistička zajednica atrakcijama je kvalitetan partner i profesionalno potiče razvoj turizma u svim segmentima poslovanja. Potrebne su redovite koordinacije i više razgovora kako bi se pronašla i provela nova rješenja za destinaciju u cjelini. Potrebno je uskladiti potpore lokalne samouprave sa stvarnim potrebama gospodarstva. Sve su atrakcije otvorene tijekom cijele godine.

Prosječna popunjenost na godišnjoj razini iznosi oko 35 %. Ukupni prihodi 67 % atrakcija u 2024. bili su do 10 % veći u odnosu na 2023. Zanimljivo je da atrakcije bilježe povratak gostiju od oko 50 %, što je rezultat stalnih inovacija u ponudi. U upravljanju ljudskim resursima postoje dugoročne strategije i planovi razvoja kadrova, a više od 70 % kadrova ima ugovor na neodređeno. Kontinuirano se ulaže u edukaciju i profesionalni razvoj postojećih zaposlenika. Razvija se mentorski sustav u kojem iskusni zaposlenici prenose znanje i iskustvo mlađim kolegama. Zaposlenicima je omogućeno sudjelovanje na konferencijama, radionicama i online tečajevima kako bi pratili najnovije trendove u struci. Razvijaju se strategije za privlačenje novih kadrova, uključujući stipendije, suradnju s obrazovnim institucijama i slično. Aktivno se prikupljaju povratne informacije od zaposlenika kako bi se razumjele njihove potrebe i izazove u svakodnevnom radu. Prilikom dizajniranja interijera atrakcija u Karlovcu, vodi se računa o korištenju prirodnih materijala kao što su: kamen, drvo, dekorativni reciklirani materijali i autohtono bilje. Uključeni su radovi lokalnih umjetnika, tradicionalni elementi, nošnje i destinacijske fotografije. U cilju održivosti, gotovo sve atrakcije uključene su u aktivnosti koje pružaju povoljne uvjete za životinje, kao što su kućice za ptice, hoteli za kukce i košnice. U sustavu odgovornog poslovanja, u svim se atrakcijama selektira otpad u najmanje pet kategorija. Dozatori se nalaze u svim toaletima i ne koriste se mala, pojedinačna pakiranja. Smanjuje se upotreba jednokratnih proizvoda i ambalaže. Od ukupno anketiranih atrakcija, 33 % koristi sustav *online* rezervacija i prodaje *online* ulaznica. 66 % atrakcija koristi sustav interaktivnih vodiča i aplikacije s multimedijalnim sadržajem i interaktivnim mapama. Socijalna i društvena uključenost obuhvaća aktivnosti kao što su doniranje u cilju socijalne i društvene odgovornosti (50 %), volontiranje u zajednici (75 %), sudjelovanje u radu udruga (100 %) te sudjelovanje u projektima i aktivnostima Grada i Turističke zajednice (75 %). Najveći izazovi u sljedećih pet godina u razvoju turizma u Karlovcu su: ostanak stanovnika, povratak mladih nakon školovanja u Karlovac, gdje će raditi i živjeti (100 %), ujednačeni turistički promet tijekom cijele godine (25 %); izvrsnost u omjeru cijene i kvalitete (50 %); upravljanje kvalitetom i stalni rast kvalitete (100 %); nova gastronomska ponuda (75 %). Svi ispitanici jednoglasno vide Karlovac za pet godina kao destinaciju s novim smještajem, novim atrakcijama kao privlačnom i atraktivnom destinacijom.

Prirodni resursi

Grad Karlovac obiluje iznimnim prirodnim bogatstvom i raznolikošću ekosustava. Njegova specifična geomorfološka struktura, riječni sustavi te bogata šumska i vodena staništa čine ga jednim od najznačajnijih područja za očuvanje biološke i krajobrazne raznolikosti u Hrvatskoj. Riječni tokovi, ponajprije Korana, Kupa, Mrežnica i Dobra, oblikuju krajolik, definiraju mikroklimu te omogućuju razvoj rekreativnih i turističkih aktivnosti. Prezentacija prirodnih atrakcija pruža analitičku osnovu za planiranje održivog upravljanja, uzimajući u obzir očuvanje prirode, racionalno korištenje resursa i uključivanje lokalne zajednice u zaštitu okoliša.

Tablica 26: Popis prirodnih atrakcija na području grada Karlovca

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **PRIRODNA ATRAKCIJA** | **TRENUTNA ISKORISTIVOST (procjena)** | **KAPACITET (procjena godišnje)** | **ISKORIŠTENOST KAPACITETA (%)** |
| **Foginovo kupalište (rijeka Korana)** | 30 000 posjeta godišnje (ljetna sezona) | 100 000 | 30 % |
| **Aquatika – Slatkovodni akvarij Karlovac** | 72 130 posjeta godišnje | 120 000 | 60,1 % |
| **Park-šuma Kozjača** | 20 000 posjeta godišnje | 80 000 | 25 % |
| **Zeleni prsten oko Zvijezde** | 10 000 posjeta godišnje | 100 000 | 10 % |
| **Arboretum** | 15 000 posjeta godišnje | 100 000 | 15 % |
| **Vrbanićev perivoj** | 20 000 posjeta godišnje | 100 000 | 20 % |
| **Šetnica uz Koranu** | 100 000 posjeta godišnje | 250 000 | 40 % |
| **Šetnica uz Kupu** | 2000 posjeta godišnje | 100 000 | 2 % |
| **Seljanova šetnica** | 3000 posjeta godišnje | 100 000 | 3 % |

*Izvor: Turistička zajednica grada Karlovca i procjena autora (temeljeno na dostupnim podatcima i stručnoj procjeni, 2025.)﻿*

Sportsko-rekreacijske atrakcije

Sportska infrastruktura Grada Karlovca prema Strategiji razvoja sporta 2021. – 2028. ima sportske dvorane (18 objekata), nogometna igrališta (13 terena) te ostale ključne sportske građevine (14 objekata).

Strategija navodi da Grad Karlovac ne raspolaže ni jednim bazenom, otvorenim ili zatvorenim te time utvrđuje očiti infrastrukturni manjak. U ciljevima do 2028. propisano je „daljnje planiranje izgradnje novih te uređenje i učinkovitije korištenje postojećih sportskih građevina”, što uključuje i potrebu za gradnjom novih objekata poput plivačkog bazena kako bi se popunila uočena praznina u ponudi.

Razvoj sportskog turizma:

Ključni izazovi sportskog turizma Karlovca: **Kritični infrastrukturni nedostatci:** Grad nema nijedan otvoreni ni zatvoreni bazen, a dio dvorana zahtijeva modernizaciju i energetsku obnovu, što ograničava ponudu vodenih i dvoranskih sportova te uskraćuje bazu za pripreme sportaša. **Neravnomjerna iskorištenost postojećih objekata** – Središnja gradska dvorana radi gotovo 12 – 14 sati dnevno i često je preopterećena, dok škole i pojedine lokacije ostaju ispod optimalne razine korištenja, pa je raspored treninga i natjecanja logistički zahtjevan. **Ograničeni smještajni kapaciteti i vezane usluge:** Karlovac nema specijalizirane „sportske” hotele ni dovoljan broj kreveta za veće međunarodne turnire, a prateće usluge (fizioterapija, nutricionizam, sportski laboratoriji) tek su u začetku, što snižava atraktivnost destinacije za višednevni boravak ekipa i navijača. **Fragmentiran marketing i brending:**  Sportska događanja i prirodne atrakcije (rijeke, biciklističke rute) još nisu objedinjene u prepoznatljiv paket pod jedinstvenim brendom „Karlovac – grad sporta na četiri rijeke”, pa potencijalni posjetitelji teško saznaju za kompletnu ponudu. **Financijska i organizacijska ograničenja:** Oslanjanje na gradski proračun i pojedinačne klubove otežava održavanje objekata, dok nedostatak partnerskih modela s privatnim sektorom i EU fondovima usporava veće investicije. **Slaba integracija sporta s turizmom prirode** – Iako Karlovac ima četiri rijeke i bogatu *outdoor* scenu, veslački, kajakaški, ribolovni i triatlonski potencijal još nije sustavno povezan s sportskim manifestacijama i smještajnom ponudom, pa destinacija propušta generirati „sportsko-rekreacijski” boravak veće dodane vrijednosti.

**Situacijska analiza**

Karlovac posjeduje prirodne resurse i postojeću sportsku infrastrukturu koji zajedno čine snažnu osnovu za ubrzani razvoj sportskog turizma. Potencijal Karlovca prepoznaju vrhunski sportaši, što potvrđuje činjenica da je hrvatska rukometna reprezentacija nedavno postavila svoju pripremnu bazu za Svjetsko prvenstvo upravo u Karlovcu. Time je grad pokazao logističku spremnost i privukao dodatnu pozornost za daljnji razvoj sportskog turizma.

**Identifikacija izazova**

Sustavnim ulaganjima u gradnju bazena, obnovu postojeće i izgradnju nove sportske dvorane, jačanjem partnerstava s privatnim sektorom i EU fondovima te integracijom *outdoor* ponude i digitalnog brendiranja Karlovac može pretvoriti ove izazove u konkurentsku prednost i postati cjelogodišnje središte sportskog turizma.

**Potrebne mjere**

Javno-privatnim partnerstvom **investirati u izgradnju zatvorenog bazena** i energetsku obnovu ključnih dvorana kako bi proširio cjelogodišnju ponudu za vodene i dvoranske kampove te rasteretio preopterećene objekte. Paralelno je nužno razviti specijalizirane smještajne kapacitete sa sportskim popratnim uslugama. Usluge fizioterapeuta, posebne načine prehrane prilagođene sportašima, uređenje *outdoor* objekata i infrastrukture uz aktivno uključivanje lokalnih klubova i zajednice u volontiranje i organizaciju događaja kako bi sportski turizam postao održiv pokretač gospodarstva i kvalitete života.

Zabavne atrakcije

Karlovac, grad na četiri rijeke s bogatom povijesti, nudi ne samo prirodne i kulturne ljepote, već i raznolike zabavne atrakcije koje osiguravaju opuštanje, rekreaciju i veselje za sve generacije. Od interaktivnih sadržaja u modernim centrima do tradicionalnih manifestacija i događanja na otvorenom, Karlovac se pozicionira kao destinacija u kojoj se kultura i zabava isprepliću s prirodom i zajednicom. Atraktivna događanja, inovativni prostori za igru i druženje te kreativni programi za djecu i odrasle čine grad dinamičnim središtem zabave koje privlači lokalno stanovništvo i posjetitelje iz cijele Hrvatske.

* Aquatika, slatkovodni akvarij, jedini hrvatski akvarij posvećen isključivo riječnim ekosustavima nudi podvodni tunel, interaktivne ekrane i povremene radionice za djecu, pa je idealan za obiteljski izlet i „kišni plan” u Karlovcu.
* Nikola Tesla Experience Center – suvremeni multimedijski centar pokraj gimnazije koju je Tesla pohađao pretvara fiziku u igru: ukroćene munje, lebdeće tablete i VR-eksperimenti spajaju zabavu i znanost za sve uzraste.
* Stari grad Dubovac – s vrha srednjovjekovne kule puca panoramski pogled na cijeli grad, a unutra se redovito održavaju radionice, predstave, koncerti, izložbe, *escape-room* aktivnosti.
* Žitna lađa „Zora” – Replika drvenog trgovačkog broda iz 18. st. vozi panoramske i tematske plovidbe Kupom (čak i DJ *boat-partyje*), uz priče o lađarima, sirenama te flori i fauni rijeke Kupe.
* Foginovo kupalište na Korani – prvo službeno riječno kupalište u Hrvatskoj
* Kino Edison – prvo VR-kino u Hrvatskoj. Zaštićena zgrada najstarijeg namjenskog kina (1920.) danas spaja *blockbustere*, festivalske projekcije, konferencije i VR programe, uz koncerte i različite zanimljive kulturne i edukativne sadržaje.

**Identifikacija izazova**

Karlovac raspolaže bogatom i raznolikom ponudom zabavnih atrakcija visoke doživljajne vrijednosti, ali ključni izazov leži u snažnijoj međusobnoj povezanosti atrakcija i infrastrukturnoj neusklađenosti, prvenstveno prometnoj povezanosti vlakom i autobusom), što ograničava puni razvoj destinacije kao zaokruženog turističkog proizvoda. Potrebna je receptivna turistička agencija koja će povezati lokalni smještaj s atrakcijama i događanjima u turističke pakete. Koordinirani tematski paketi objedinjavali bi edukaciju, zabavu i rekreaciju u atraktivne ponude za ciljane segmente poput obitelji, mladih i školskih grupa.

**Potrebne mjere**

Potrebno je nastaviti s umrežavanjem spajanjem atrakcija sa smještajem i ugostiteljskom ponudom. Jedan od načina je IQM Pass Karlovac, jedinstvena ulaznica koja objedinjuje pristup atrakcijama (npr. Aquatika, Tesla Experience, Žitna lađa), obrok u lokalnim restoranima i smještaj kod partnera te omogućuje pakete za ciljane skupine poput obitelji, mladih parova ili školskih izleta. Time bi se osnažila zajednička promocija, unificirana komunikacija i međusobna preporuka dionika, uz dodatak digitalne platforme koja centralizira informacije, rezervacije i promocije. Dugoročno, sinergijski efekt povećava prosječni boravak gosta, ravnomjerno raspoređuje posjećenost tijekom godine te stvara održivu mrežu koja Karlovac pozicionira kao moderan grad zabave na četirima rijekama.

Turističke usluge

**Turističke agencije i organizatori tura:** KAMAT Adventure Travel, Croatia Open Land, TerraCroatica (raft), Marzito, KATRAVEL, Srakovčić d. o. o. nude pustolovni turizam, kajak ture, najam opreme, *team-building* aktivnosti sa stručnim vodičima i osiguranjem, rafting, avanture, transfer usluge. Status kvalitete dobar je do visok, ovisno o agenciji. U pravilu su u ponudi certificirani vodiči i partneri turističke zajednice.

**Turistički vodiči, poput Udruge turističkih vodiča „Bastion“,** nude vođenje na hrvatskom jeziku i stranim jezicima, tematske i kostimirane ture. Status kvalitete: visoka – propisane cijene, te članstvo u udruzi vodiča.

**Turistička informacija i promocija:** Turistički informativni centar (TIC Visit Karlovac) osigurava dostupnost turistima tijekom cijele godine (8:00 – 20:00 ljeti) u prostoru TIC-a te komunikacijskim kanalima; nudi besplatne info/promo materijali. Status kvalitete: odličan/vrlo dobar – raspoloživo, transparentno, informativno.

**Religijski sadržaji:** Nacionalno svetište sv. Josipa – funkcionalno nacionalno svetište s impresivnim mozaikom, galerijom sa stalnim postavom i sadržajima poput koncerata, izložbi, predavanja. Status kvalitete: visok – dobro održavano, kulturan i sakralan značaj.

Turističke agencije i organizacije putovanja

Na području Karlovca djeluju DMC (Destination Management Company) agencije, koje imaju ključnu ulogu u razvoju, promociji i upravljanju turističkom ponudom destinacije. Njihova djelatnost obuhvaća organizaciju putovanja te uglavnom kreiranje autentičnih doživljaja za posjetitelje. U kreiranim doživljajima ističu se jedinstvene značajke Karlovca, poput rijeke, bogate kulturne i povijesne baštine te prirodnih ljepota. Vođene ture, *team building* programi, motivacijska putovanja, sportske i avanturističke aktivnosti te tematske rute često se organiziraju u suradnji s lokalnim ugostiteljima, proizvođačima i institucijama. Njihova uloga uključuje koordinaciju smještaja, prijevoza, gastronomskih usluga i dodatnih sadržaja, čime se osigurava visokokvalitetno iskustvo za goste i olakšava logistiku organizatorima.

Karlovac nudi sveobuhvatan spektar usluga uključujući certificirane vodiče i avanturističke agencije, raznoliku ponudu smještaja i lokalnih proizvoda, te kulturne i religijske atrakcije i informativne centre. Kvaliteta većine usluga je dobra do visoka, posebice u segmentima avanturističkog turizma i turističkog vođenja.

**Situacijska analiza**

Analizom provedenog ispitivanja mišljenja turističkih agencija zaključuje se da više od 50 % turističkih agencija smatraju da je izuzetno važno u budućnosti turizma Karlovca razvijati festivalski turizam. Naglašava se važnost događanja tijekom cijele godine (glazbeni, umjetnički, sportski festivali, gastro manifestacije), zatim razvoj aktivnog turizma (bicikliranje, pješačenje, planinarenje, aktivnosti na rijekama ili pored njih), kulturni turizam (posjet muzejima, Aquatici, kostimirane ture, uključenje gostiju u tradicijske običaje i zanate izrada licitara, gastro radionice i sl., osmišljavanje pješačkih ruta, tematskih ruta s posjetima povijesnim lokacijama te turizam baziran na *well beeingu* (rijeke, parkovi, šume).

**Identifikacija izazova / potrebna rješenja**

U fokus grupi, kojoj su prisustvovali predstavnici turističkih agencija i atrakcija, zaključeno je da postoje izazovi u destinaciji. Konkretno, najveći su izazovi nedostatak parkirališta za autobuse, nedostatna biciklistička infrastruktura te nedostatak stalaka za bicikle. Biciklističke staze nisu povezane, već prekinute, što vožnju po prometnoj cesti čini velikim problemom. Tijekom državnog praznika ljeti, ugostitelji ne rade, iako grad ima velik broj gostiju. Potrebna je snažnija promocija cijele destinacije. Potrebno je urediti područje oko Aquatike i Foginovog kupališta, kontinuirano mjeriti kvalitetu vode u rijekama te javno objavljivati rezultate.

***Udruga turističkih vodiča Karlovačke županije „Bastio*n**“

*Turističke grupe koje posjećuju Karlovac najčešće obilaze Nacionalno svetište svetog Josipa, Stari grad Dubovac, Aquatiku, Muzeje grada Karlovca i Nikola Tesla Experience Center. Unatoč bogatoj i raznolikoj ponudi, posjetitelji su i dalje iznenađeni ljepotom i bogatstvom grada, ukupnim doživljajem. Cijena vođenja iznosi 80 eura za sat i pol vođenja gradom, što je opravdano s obzirom na tržišne okolnosti i kompetentnost vodiča. Karlovac godišnje primi više desetaka organiziranih tura gradom, a svaka tura broji otprilike pedeset gostiju. Trenutačni infrastrukturni radovi u središtu grada predstavljaju ozbiljnu prepreku dužim i sadržajnijim obilaske. Promocija grada, osobito ona usmjerena na škole i obrazovne ustanove, nije dovoljno razvijena.*

*Festival magle pokazao se kao vrlo uspješan i dobro prihvaćen događaj, što potvrđuje potrebu za sličnim sadržajima većeg opsega. Karlovcu nedostaju stalni i inovativni turistički proizvodi. Nedostaju pubovi, pivnice i koncerti na otvorenom. Glavni je izazov gastronomska ponuda, koja ostaje najslabija karika cjelokupnog turističkog doživljaja. Posjetitelji često ne dolaze ciljano u Karlovac. Stoga se predlaže promocija i lobiranje, posebice među školama i agencijama, kako bi Karlovac bio percipiran kao glavna destinacija za njihova putovanja. Veliki potencijal leži u unapređenju Zvijezde. Zvijezda bi trebala postati bogata sadržajem, kreativnim izložbama, suvenirnicama, kulturnim punktovima i interaktivnim iskustvima. Profil gostiju uglavnom uključuje učenike osnovnih škola i udruge umirovljenika. Nedostaju obitelji s djecom, za koje bi trebalo razviti posebno prilagođene vođene ture i animacijski programi. Također se ističe ideja dječjeg vođenja grada, što bi dodatno obogatilo ponudu za djecu. Karlovac mora jasno komunicirati svoju vrijednost, ojačati identitet te osigurati bolje povezivanje lokalnih dionika u turizmu kako bi doživljaj posjetitelja bio cjelovit, kvalitetan i konkurentan.*

Organizacija sportskih i rekreacijskih aktivnosti

Popis sportskih klubova koji organiziraju događanja: Rukometni klub Dubovac – Gaza, Taekwondo klub Karlovac, Kinološki Športski Klub Karlovac, Veslački klub Korana, Teniski klub Karlovac, Rukometni klub Š. R. Karlovac, Nogometni klub Ilovac, Planinarsko društvo Dubovac, Teniski klub Sporty, Atletski klub Karlovac, Inline hokej klub Karlovac, Atletski klub RaN 047, Atletski klub KA TIM, Atletski klub Karlovac.

Organizacija zabavnih i kulturnih događanja

U planiranju i organizaciji događanja u turističkoj destinaciji, od presudne je važnosti voditi brigu o nizu čimbenika koji izravno utječu na uspjeh, održivost i cjelokupan dojam manifestacije. Prije svega, broj posjetitelja predstavlja osnovni pokazatelj dosega događanja te se mora pažljivo procijeniti kako bi se osigurala adekvatna infrastruktura, smještajni kapaciteti i sigurnosne mjere. Jednako je važno razumjeti profil publike – demografske karakteristike, interese i potrošačke navike – kako bi se sadržaj događanja prilagodio ciljanim skupinama i maksimizirao njihov doživljaj. Osim toga, duljina boravka i potrošnja posjetitelja ključni su pokazatelji ekonomskog doprinosa destinaciji. Potrebno je provesti analizu ekonomskog učinka događanja, s naglaskom na prihode koje ostvaruju lokalni smještajni objekti, ugostiteljstvo, suvenirnice i druge gospodarske grane, kao i na društveni učinak na zajednicu i očuvanje lokalne kulture. Važno je provesti procjenu doprinosa događanja u jačanju imidža i prepoznatljivosti destinacije, kao što je medijska pokrivenost, vidljivost na društvenim mrežama, suradnja s influenserima i općenita percepcija destinacije nakon događanja. Konačno, logistički zahtjevi i podrška obuhvaćaju organizaciju infrastrukture, regulaciju prometa, smještaj za posjetitelje, osiguranje, sanitarne uvjete i druge tehničke elemente. Povratne informacije o logističkim izazovima trebaju se koristiti kao temelj za kontinuirano poboljšanje planiranja budućih događanja i jačanje kvalitete ukupne organizacije.

**Najistaknutija događanja u Karlovcu su:** Ivanjski krijes, Zvjezdano ljeto, Međunarodni festival folklora i Okusi svijeta, Open Air Tribute festival, Dani piva, Advent u Karlovcu, Input festival, Međunarodna izložba pasa CACIB, Filmska revija mladeži, Four River Film Festival, Festival kaskaderstva, Fog festival, Prvosvibanjska biciklijada, Noć tvrđava, Karlovački cener, Riječno kino, Noć tvrđava, Kestenijada itd.

**Više od 20 % svih događanja u Karlovcu posvećeno je lokalnoj tradiciji,** promičući vrijednosti, narodne običaje i gastronomske specijalitete karakteristične za ovaj kraj. Među istaknutim manifestacijama su Ivanjski krijes, Hodočašće sv. Josipu i Dani piva, koji privlače veliki broj posjetitelja. Na godišnjoj razini održava se oko 50 koncerata, četiri festivala i 20 kazališnih predstava, a procjenjuje se da događanja ukupno posjeti oko 150 000 ljudi. To znači da u vršnim trenucima prosječna gustoća posjetitelja iznosi 3,8 posjetitelja po četvornom metru. Događanja se u pravilu održavaju u večernjim satima, od 18:00 do 23:30, pri čemu trajanje pojedinog događaja iznosi između 90 i 120 minuta. Više od 90 poslovnih subjekata sudjeluje u organizaciji i provedbi velikih događanja.

**Mjerenje buke pokazuje razine od 60 do 80 decibela**, dok sigurnost posjetitelja osiguravaju između 10 i 15 redara, dva do četiri policijska službenika te prisutnost hitne medicinske pomoći. Do sada nije provedeno mjerenje ekološkog otiska događanja i zabavnih sadržaja, što bi bilo korisno za buduće planiranje održivih manifestacija.

**Grad Karlovac i Turistička zajednica redovito koordiniraju s destinacijskim dionicima** uključenima u organizaciju događanja, vodeći računa o kvalitetnoj raspodjeli manifestacija kako bi se izbjegle gužve, prevelika buka i operativni izazovi koji bi mogli utjecati na iskustvo posjetitelja, poslovanje lokalnih poduzetnika i kvalitetu života stanovnika. Glavni su ciljevi organizacije događanja postizanje visokog stupnja zadovoljstva stanovnika i privlačenje novih gostiju, osobito onih zainteresiranih za gastro manifestacije, tradiciju i kulturna događanja. Dodatni ciljevi uključuju podizanje razine zadovoljstva gostiju, naglasak na organizaciju događanja u izvansezonskim terminima te privlačenje novih posjetitelja koji prate festivale i velike koncerte.

**Organizacija događanja Grada odvija se prema standardiziranim procedurama**, a za svako događanje imenuje se organizacijski odbor, u kojem sudjeluju predstavnici Grada Karlovca, Turističke zajednice, komunalnog odjela, komunalnih tvrtki, medija, protokola te raznih ustanova i institucija, svaki sa svojim specifičnim zaduženjima.

**Procjena kapaciteta i infrastrukture provodi se prilikom pripreme događanja**, utvrđuju se potrebe za električnom energijom, rješavaju se pitanja odvoza otpada i čišćenja prostora nakon događanja, procjenjuje se prosječno vrijeme zadržavanja posjetitelja, planira se organizacija parkirnih mjesta te regulacija prometa. Planira se angažman sigurnosnih i sanitarnih službi, uključujući broj redara, policijskih jedinica i prisutnost hitne medicinske pomoći. Odgovornost organizacijskog odbora obuhvaća cjelokupno upravljanje destinacijom tijekom trajanja manifestacija.

**Grad Karlovac 2024. godine financirao je usluge hitne medicinske pomoći na događanjima** u svojoj organizaciji, uključujući Prvosvibanjsku biciklijadu, Zvjezdano ljeto, Dane piva i doček Nove godine. Kapacitet hitnih službi pokazao se dostatnim, jer je broj stanovnika veći od broja gostiju u vršnim terminima, što omogućava optimalno korištenje resursa i pravovremenu reakciju u slučaju nesreća, bolesti ili drugih hitnih situacija. Grad raspolaže adekvatnim službama, uključujući JVP Karlovac, niz dobrovoljnih vatrogasnih društava, stalnu hitnu medicinsku službu dostupnu 24 sata dnevno, HGSS stanicu Karlovac, organizirani Klub spasilaca na vodama te Gradsko društvo Crvenog križa, koji su u svakom trenutku spremni intervenirati prema potrebi.

**Nakon svakog događanja u organizaciji Grada provodi se analiza njegove učinkovitosti.** Putem anketa prikupljaju se povratne informacije kako bi se događanja unaprijedila. Prikupljaju se podaci o ostvarenoj potrošnji kroz poreznu upravu, procjenjuje se vrijednost PR-a, analiziraju komentari na društvenim mrežama i rezultati anketa gostiju, a dodatno se uzima u obzir i mišljenje lokalnog stanovništva. Ovi podatci pomažu u unapređenju organizacije budućih događanja, omogućujući primjenu stečenih iskustava kako bi se manifestacije kontinuirano poboljšavale. Turistička zajednica Karlovca izdvaja 29 % svojih planiranih rashoda za organizaciju događanja, dok Grad Karlovac izdvaja 1,7 % ukupnog proračuna.

Karlovačka događanja i festivali tijekom godine uključuju niz atraktivnih sadržaja različitog trajanja i prosječne potrošnje po posjetitelju, od velikih, višesatnih festivala (4 – 8 sati boravka gostiju) do kraćih, tematskih i sportskih okupljanja. Česta su događanja kulturno-zabavnog, sportskim i gastronomskim karakterom, sa potrošnjom od 5 do 40 eura po osobi, a posebno se ističu manifestacije poput Dani piva, Zvjezdanog ljeta, Ivanjskog krijesa, Fog festivala, Advent u Karlovcu, CACIB izložbe i Međunarodnog festivala folklora. Veća događanja vikendom pružaju dužu zabavu, razmjerno veću potrošnju te doprinose produljenju zadržavanja gostiju. Svi događaji pružaju snažan doživljajni potencijal, privlače raznoliku publiku i generiraju učinkovite turističke i ekonomske učinke za grad. Ovakav profil i raspored događanja pozicionira Karlovac kao dinamičnu i doživljajnu destinaciju s održivom godišnjom atrakcijom za razne ciljne skupine.

Mjerenje učinkovitosti ulaganja u projekte i događanja

Sustavno mjerenje učinkovitosti ulaganja u projekte, događanja i srodne aktivnosti predstavlja ključan alat za procjenu njihove financijske opravdanosti, društvene vrijednosti i doprinosa ukupnom imidžu destinacije. Primjenom jasno definiranih financijskih i nefinancijskih pokazatelja, omogućuje se objektivna evaluacija ostvarenih rezultata, bolja alokacija sredstava te unapređenje budućih planova i odluka.

Osim praćenja izravnih prihoda i rashoda, važno je obuhvatiti i širi kontekst, uključujući zadovoljstvo sudionika, doprinos lokalnoj zajednici, kao i razinu medijske prisutnosti te angažman na digitalnim platformama. Navedeni pristup ne samo da pruža konkretne podatke za procjenu učinka, već i osigurava temelje za strateško upravljanje i dugoročno održiv razvoj destinacije.

Tablica 27: Pokazatelji uspješnosti događanja – prijedlog mjerenja (izravni i neizravni prihodi i troškovi)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **PRIHODI (pozitivni efekti)** | | |
| **Prihodi u ugostiteljstvu;** Dodatna potrošnja u kafićima, restoranima; Usporedba s istim razdobljem prošle godine. | |  |
| **Prihodi od parkinga;** Razlika u dnevnim, tjednim prihodima u odnosu na uobičajeno. | |  |
| **Prihodi od smještaja;** Dodatno prodani kapaciteti koji inače ne bi bili popunjeni; Promjena u popunjenosti (% *occupancy*). | |  |
| **Dodatni prihodi (ulaznice, suveniri, lokalna prodaja);** Komercijalna aktivnost vezana uz događanje. | |  |
| **Ukupan broj posjetitelja;** Korišten kao multiplikator za izračun procijenjene potrošnje | |  |
| **Broj domaćih/stranih posjetitelja;** Segmentacija tržišta – utječe na prihode i promotivnu vrijednost. | |  |
| **Vrijednost objava PR-a, vrijednost na društvenim mrežama** (*online* spominjanja i *hashtag* impresija, komentari, viralnost. | |  |
| **Povrat uloženog (ROI); Pokazuje isplativost uloženih sredstava.** | |  |
| **TROŠKOVI (ulaganja)** | | |
| **Operativni ugovoreni troškovi** | |  |
| **Trošak promocije / PR-a;** Marketing, oglašavanje, produkcija sadržaja. | |  |
| **Trošak organizacije događaja;** Logistika, najam opreme, izvođači, osiguranje, tehničke usluge. | |  |
| **Trošak čišćenja i komunalnih usluge;** Pojačane aktivnosti komunalnih službi. | |  |
| **Trošak regulacije i sigurnosnih službi;** Hitna pomoć, vatrogasci, policija, prometna regulacija, osiguranja | |  |
| **CO₂ otisak događaja (ukoliko je moguće);** Procjena emisije stakleničkih plinova kao indirektni trošak održivosti | |  |
| **NEFINANCIJSKI POKAZATELJI** (Društveni i reputacijski utjecaj) | | |
| **Zadovoljstvo posjetitelja** | |  |
| **Anketno ispitivanje;** Ocjena sadržaja, organizacije, dostupnosti, atmosfere. | |  |
| **Net Promoter Score (NPS);** Kolika je vjerojatnost da bi posjetitelji preporučili događaj. | |  |
| **Prosječna duljina boravka turista (u danima);** Pokazatelj iskustva posjetitelja. | |  |
| **Zadovoljstvo lokalnog stanovništva; Anketa o iskustvu;** Utjecaj na svakodnevni život: promet, buka, narušena rutina. | |  |
| **Povratne informacije zajednica;** Uvidi dobiveni kroz mjesne odbore i lokalne inicijative. | |  |
| **Doprinos brendu destinacije;** Percepcija javnosti i medija; Jačanje imidža grada ili regije kroz sadržaj i izvedbu. | |  |
| **Društvena uključenost i partnerstva** | |  |
| **Broj angažiranih lokalnih partnera i volontera;** Ojačava zajednicu i lokalnu ekonomiju.  **Uključenost obrazovnih, kulturnih i sportskih ustanova;** Suradnja s institucijama doprinosi održivosti i edukaciji. | |  |
| **FINANCIJSKI  POKAZATELJI** | | |
| Financijski pokazatelji – Vrijednost PR-a (EUR) |  | |
| Financijski pokazatelji – Prihodi u ugostiteljstvu (EUR) |  | |
| Financijski pokazatelji – Prihodi od parkinga (EUR) |  | |
| Financijski pokazatelji – Prihodi od smještaja (EUR) |  | |
| Financijski pokazatelji – Dodatni prihodi (ulaznice, suveniri itd.) (EUR) |  | |
| Financijski pokazatelji – Trošak promocije / PR-a (EUR) |  | |
| Financijski pokazatelji – Trošak organizacije događaja (EUR) |  | |
| Financijski pokazatelji – Trošak čišćenja i komunalnih usluga (EUR) |  | |
| Financijski pokazatelji – Trošak sigurnosti i regulacije (EUR) |  | |
| **NEFINANCIJSKI POKAZATELJI** | | |
| Nefinancijski pokazatelji – Zadovoljstvo posjetitelja (1-10) |  | |
| Nefinancijski pokazatelji – Zadovoljstvo lokalnog stanovništva (1-10) |  | |
| Nefinancijski pokazatelji – Broj posjetitelja |  | |
| Nefinancijski pokazatelji – Duljina boravka turista (prosjek, dana) |  | |
| Nefinancijski pokazatelji – Vrijednost PR-a |  | |
| Nefinancijski pokazatelji – Vrijednost promocije na društvenim mrežama |  | |
| Nefinancijski pokazatelji – Broj lokalnih partnera/izvođača/volontera |  | |
| Nefinancijski pokazatelji – CO₂ otisak događaja (procijenjeno, kg) |  | |
| Nefinancijski pokazatelji – Net Promoter Score (NPS) |  | |

Organizacija i upravljanje događanjima u Karlovcu

**Posjećenost i trajanje događanja;** Prema procjenama, događanja koji se tijekom godine održavaju u Karlovcu privuku približno 150 000 posjetitelja. Prosječna gustoća posjetitelja iznosi oko 3,8 posjetitelja po četvornom metru, dok događanja traju od 18:00 do 23:30 sati, s time da pojedinačni programi traju između 90 i 120 minuta.

**Operativna podrška i logistika;** Za svako veliko događanje organizira se odgovarajuća operativna podrška koja uključuje: 10 do 15 redara, dva do četiri policijska službenika, jedan tim hitne pomoći. Tijekom događanja bilježe se prosječne razine buke od 60 do 80 decibela.

Strateški ciljevi organizacije događanja

**Glavni ciljevi organizacije događanja su**: Postizanje zadovoljstva posjetitelja i lokalnog stanovništva; Financijska održivost i profitabilnost događanja; Fokus na izvansezonske termine; Privlačenje novih segmenata gostiju, uključujući ljubitelje festivala i velikih koncerata, te posjetitelje zainteresirane za gastronomiju, tradiciju i kulturu.

Planiranje i upravljanje infrastrukturom

**Upravljanje i evaluacija**

Grad Karlovac ima formalno uspostavljen sustav upravljanja događanjima koji obuhvaća sve faze:

1. Inicijalno planiranje (definiranje ciljeva, budžeta, izbora lokacije)
2. Koordinacija s dionicima i lokalnim vlastima
3. Promocija i komunikacija s ciljnim skupinama
4. Provedba i logistika
5. Evaluacija uspješnosti (anketiranje, financijska analiza, izvještaji)

Prikupljaju se i podaci o prometu poslovnih subjekata putem Porezne uprave, a provodi se i analiza prihoda i rashoda po posjetitelju. Međutim, još uvijek se ne prikupljaju sustavno mišljenja posjetitelja, niti se provodi analiza ulaganja po posjetitelju, a *shuttle* usluge radi smanjenja prometnih gužvi nisu organizirane.

Kriteriji i procedure za sufinanciranje

Za sufinanciranje događanja postoje definirani kriteriji, koji uključuju: kulturnu i društvenu važnost, broj posjetitelja, doprinos lokalne zajednice, razinu samoodrživosti. Postoji i sustav standardiziranih procedura koji uključuje: javne natječaje, bodovanje prijava, transparentnu dodjelu sredstava.

**Situacijska analiza**

Grad Karlovac, s jedinstvenom urbanom strukturom renesansne Zvijezde i prirodnim bogatstvom četiri rijeke, posjeduje snažan temelj za daljnji razvoj kulturno-turističke ponude. Postojeće manifestacije poput Dana piva, Zvjezdanog ljeta, i drugih već afirmiranih događanja okupljaju veliki broj posjetitelja, potvrđujući da grad ima kapacitete, logističku spremnost i reputaciju koja može podržati dinamičan festivalski kalendar. Ipak, u aktualnom modelu postoji prostor za unapređenje, osobito u segmentu događanja koja su usmjerena na kvalitetu doživljaja izvedbe i dugoročno očuvanje kvalitete života lokalnog stanovništva. Dosadašnja praksa pokazuje određenu oslonjenost na veća, masovna događanja koja, iako atraktivna, povremeno izazivaju infrastrukturne i društvene pritiske, osobito u pogledu buke, prometa i prenapučenosti pojedinih zona. Istovremeno, prostori poput Zvijezde i obala karlovačkih rijeka postaju nova mjesta za razvoj sadržaja koji komuniciraju tišinu, estetiku i autentičnost lokalnog identiteta. Uočava se i nedostatak profinjenih, participativnih i estetski osjetljivih događanja koja su usklađena sa sve izraženijim trendovima kulturnog turizma temeljenog na doživljaju, vizualnoj i emocionalnoj interpretaciji prostora, te integraciji lokalne zajednice i njezinih kreativnih potencijala.

Upravo u tom smjeru Karlovac ima jasnu priliku za razvoj nove generacije događanja, oblikovanih s naglaskom na harmoničnu komunikaciju sa životnim ritmom grada. Riječ je o manifestacijama koje ne nameću tempo, već oplemenjuju prostor – tihim glazbenim večerima, noćnim šetnjama svjetla, zvučnim i poetskim instalacijama uz rijeku, multimedijalnim interpretacijama povijesti i baštine, te suvremenim galerijama na otvorenom koje se prirodno uklapaju u povijesni ambijent Zvijezde.

Ovi novi pristupi također potiču ravnomjerniju prostornu i vremensku disperziju turističkih aktivnosti, smanjujući pritisak na gradsko središte i produžujući sezonu kroz programe u zimskom i prijelaznim razdobljima. Komunikacija takvih događanja mora biti nježna, emotivna i orijentirana prema vrijednostima mira, introspekcije, ljepote prostora i zajedničkog doživljaja.

S obzirom na dostupne resurse, povijesno nasljeđe i izrazitu prostornu atraktivnost, Karlovac se pozicionira kao grad s potencijalom da postane vodeća hrvatska destinacija modernih događanja koja privlači posjetitelje svih dobnih skupina, može biti poziv na višednevni boravak u destinaciji. Istodobno predlaže se uključivanje tematskih Festivala gastronomije, koji će dodatno pozicionirati i osnažiti privredu Karlovca. Da bi se to ostvarilo, važno je osigurati strateški okvir koji uključuje participaciju Udruženja obrtnika, lokalne zajednice, kulturnih udruga i mladih umjetnika, stabilne izvore financiranja, održivu infrastrukturu i jasnu viziju upravljanja turizmom u skladu s načelima zaštite prostora, identiteta i društvenog kapitala.

Kroz pažljivo osmišljene sadržaje, koji respektiraju lokalni životni ritam i obogaćuju urbani krajolik trajnim i mobilnim umjetničkim intervencijama, Karlovac može istovremeno postati privlačan posjetiteljima i ugodan za život. Ravnoteža između razvoja i očuvanja, inovacije i baštine upravo je ta ravnoteža temelj održive i uspješne destinacije.

Na ovaj način Karlovac bi postao još poželjniji i za život stanovnika, privukao bi nove poduzetničke inovatore i ojačao cjelokupnu strukturu grada u svakom segmentu.

**Identifikacija izazova/potrebne mjere**

Mjere za očuvanje okoliša i resursa:

* formiranje koordinacijskog tijela za upravljanje događanjima, koji uključuje predstavnike Grada, TZ-a, komunalnih službi, privrednika, predstavnika lokalnih zajednica i kulturnih institucija
* standardizirani protokoli koji su obvezujući za sve organizatore događanja. Donosi ih koordinacijsko tijelo za upravljanje događanjima
* uvođenje obvezne procjene otpada i potrošnje vode za svako događanje kao preduvjet odobrenja održavanja, uz praćenje i evaluaciju nakon manifestacije
* uspostava sustava selektivnog prikupljanja otpada na svim događanjima, uz jasno označene zone i edukativne vizuale za posjetitelje
* poticanje korištenja višekratne ambalaže i ekoloških materijala, posebno kod ugostiteljske ponude na gastro-festivalima
* optimizacija potrošnje vode i struje, s naglaskom na odgovornu infrastrukturu
* uvođenje zelenih certifikata i/ili sustava bodovanja održivosti kao kriterija za sufinanciranje događanja
* mjere za očuvanje kvalitete života stanovnika
* ograničavanje razine buke sukladno zoniranju i urbanističkim parametrima (maksimalne dopuštene razine u stambenim područjima)
* disperzija događanja izvan užeg gradskog središta kako bi se smanjio pritisak na centar
* precizno planiranje prometa i privremene regulacije, uključujući uvođenje *shuttle* usluga, biciklističke podrške i dodatne parking zone za veća događanja
* sudjelovanje stanovnika u izražavanju mišljenja kroz javne rasprave, ankete i otvorene pozive za prijedloge
* usklađivanje termina i dinamike događanja s lokalnim ritmom, izbjegavanje zasićenosti vikendima i stvaranje „ritma grada“
* mjere za prostorno planiranje i očuvanje ambijentalne vrijednosti
* aktivacija obnovljene Zvijezde kao centralne scene za nova, tiša i estetski promišljena događanja (multimedijalne šetnje, svjetlosne instalacije, izložbe)
* uređenje dodatnih punktova za manja događanja uz rijeke, u parkovima
* uspostava standarda za vizualnu i zvučnu integraciju sadržaja u kulturno-povijesne cjeline
* sustavno poticanje tematskih gastro-festivala koji jačaju lokalnu gastronomsku ponudu i stvaraju prihod lokalnim OPG-ovima i ugostiteljima
* osnaživanje lokalnih kapaciteta – uključivanje škola, udruga, studenata i obrtnika u organizaciju i izvođenje programa
* razvoj višegodišnjih strateških planova manifestacijske ponude, s naglaskom na ravnotežu, vremensku disperziranost, inovaciju i kontinuitet.

Posebni oblici turističkih usluge

U Karlovcu su razvijeni pojedini oblici posebnih turističkih usluga koje čine važnu nadogradnju osnovne ponude i doprinose diferencijaciji destinacije na turističkom tržištu. Iako još uvijek u ograničenom opsegu, ovi proizvodi pokazuju značajan potencijal za dodatni razvoj, produljenje turističke sezone te podizanje kvalitete i atraktivnosti turističkog doživljaja.

**1. Seoski turizam i gastronomska ponuda – OPG Marinković (Izletište Gliboki Brod)**

OPG Marinković, smješten uz rijeku Kupu, jedini je registrirani obiteljski poljoprivredni gospodarstvenik u Karlovcu koji pruža ugostiteljske usluge u sklopu izletišta. Nude tradicionalna jela pretežito pripremljena od namirnica iz vlastite proizvodnje, čime pridonose autentičnosti gastronomske ponude destinacije. OPG redovito prima organizirane grupe izletnika, a usluga se odvija isključivo uz prethodnu najavu. Značajno je istaknuti i njihovu suradnju s turističkom atrakcijom Žitna lađa, što omogućava povezivanje riječnog doživljaja s lokalnom gastronomijom, čineći ih izvrsnim primjerom integriranog destinacijskog proizvoda.

**2. Gastronomske ture – agencija Croatia Open Land**

Agencija Croatia Open Land organizira tematske paket aranžmane koji uključuju i gastronomske ture u Karlovcu i okolici. Gosti tijekom obilazaka imaju priliku upoznati lokalne specijalitete, sudjelovati u degustacijama tradicionalnih proizvoda te posjetiti proizvođače i lokalne ugostitelje. Ovakve ture pridonose promociji lokalne hrane i pića te su komplementarne razvoju enološko-gastronomskog turizma, čineći ga jednim od strateških pravaca za jačanje identiteta destinacije.

**3. Sportski i rekreativni turizam – Kamat Adventure Travel i Croatia Open Land**

Karlovac raspolaže iznimnim prirodnim resursima – rijekama, šumama i brežuljcima – što omogućuje razvoj raznolikih *outdoor* aktivnosti. Dvije aktivne lokalne agencije, Kamat Adventure i Croatia Open Land, nude: rafting, *kajaking* i *kanuing* na rijekama Korani, Kupi i Mrežnici, vođene biciklističke i planinarske ture, sportske *team building* programe za grupe i korporativne klijente. Ovi oblici turizma omogućuju aktivno korištenje prirodnih resursa, pozicionirajući Karlovac kao atraktivnu destinaciju aktivnog odmora s mogućnošću cjelogodišnjeg turizma.

**4. Zdravstveni i *wellness* turizam – Trend Wellness & Fitness centar**

Zdravstveni turizam u Karlovcu još je u fazi razvoja, no Trend Wellness & Fitness centar predstavlja značajan početni korak u tom smjeru. Objekt nudi: *wellness* sadržaje (saune, masaže, *relax* zone), *fitness* programe, usluge osobnog trenera i nutricionista. Iako centar trenutno ponajviše koristi lokalno stanovništvo, njegova ponuda je prilagodljiva i za posjetitelje, osobito u sklopu personaliziranih turističkih paketa koji uključuju zdravlje i *wellness*.

**Potrebne mjere:**

Navedeni primjeri predstavljaju temelj za daljnji razvoj posebnih oblika turizma u Karlovcu. Za njihovu nadogradnju i učinkovitiju promociju potrebno je razviti nove tematske itinerere koji objedinjuju smještaj, prirodu, gastronomiju i rekreaciju. U kontekstu održivog razvoja destinacije, upravo ovi segmenti predstavljaju priliku za produljenje boravka posjetitelja, disperziju turističkog prometa i veće uključivanje lokalne zajednice u razvoj turizma.

Usluge turističkih informacija i promocije

U cilju informiranja posjetitelja te pružanja podrške za kvalitetno snalaženje u prostoru i organizaciju boravka, Turistička zajednica grada Karlovca razvija sustav turističkih informacija koji uključuje tiskane i digitalne formate.

**1. Turističko-informativni centar**

Središnji punkt za pružanje svih vrsta informacija o turističkoj ponudi destinacije je Turističko-informativni centar Turističke zajednice grada Karlovca. Centar je tijekom cijele godine dostupan posjetiteljima za informiranje o znamenitostima, događanjima i smještaju, pomoć pri planiranju itinerera, savjetovanje o aktivnostima i atrakcijama u okolici Karlovca.

**2. Informativni i promotivni materijali**

Turistička zajednica organizira distribuciju tiskanih promotivnih materijala na više ključnih lokacija, uključujući info-pultove na najvažnijim turističkim atrakcijama (Aquatika, Muzej Domovinskog rata Karlovac – Turanj, Nikola Tesla Experience Center), smještajne objekte i recepcije hotela, Paviljon Katzler u središtu grada. Materijali su dostupni na hrvatskom, engleskom i njemačkom jeziku, a uključuju karte grada, tematske vodiče, brošure s itinererima te kalendare događanja.

**3. Suvenirnice i prodajna mjesta autentičnih proizvoda**

Karlovac posjetiteljima nudi raznoliku ponudu suvenira i lokalnih proizvoda, dostupnih na više lokacija, među kojima su: Paviljon Katzler – najpoznatija lokacija u centru grada za kupnju lokalnih suvenira, Aquatika – slatkovodni akvarij Karlovac, Muzej Domovinskog rata Karlovac – Turanj, Stari grad Dubovac, LIN trgovina – knjižara, Nikola Tesla Experience Center, te Domaća priča i Rhapsody – specijalizirane trgovine lokalnih proizvoda.

Detaljan prikaz ponude suvenira i njihovih prodajnih mjesta dostupan je i *online* putem službene stranice Turističke zajednice.

**4. Digitalna podrška i online informiranje**

Turistička zajednica grada Karlovca razvila je i vodi aktivnu digitalnu platformu s informacijama o atrakcijama, događanjima, smještaju, gastronomiji i dostupnim uslugama. Osim službene mrežne stranice i blog stranice, korisne informacije dostupne su i putem društvenih mreža (Facebook, Instagram), gdje se redovito ažuriraju novosti i pozivi na događanja. Sustav turističkih informacija u Karlovcu dobro je razgranat i prostorno raspoređen, no postoji prostor za daljnji razvoj putem interaktivnih digitalnih rješenja i QR kodova koji vode na tematske sadržaje. Preporučuje se nastavak ulaganja u interpretacijske alate i signalizaciju, kako bi se dodatno unaprijedilo korisničko iskustvo turista.

Ostale specijalizirane usluge

Unutar segmenta posebnih turističkih doživljaja, Karlovac razvija i nudi ciljane usluge za organizirane skupine, uključujući *team building* programe te tematska i kostimirana vođenja, što značajno doprinosi raznolikosti ponude i poticanju turističke aktivnosti kroz cijelu godinu.

**1. Organizacija *team building* programa**

Karlovac sve više postaje prepoznat kao pogodna destinacija za poslovne grupe i organizacije koje traže doživljajne aktivnosti u prirodnom i kulturnom okruženju. *Team building* programi koje organiziraju lokalne agencije temelje se na *outdoor* aktivnostima, adrenalinskim izazovima i suradničkim zadatcima. Ključni organizatori su:

* Kamat Adventure – specijalizirani za adrenalinske sadržaje uz rijeke (rafting, zipline, timske igre)
* Croatia Open Land Tours DMC – kreira i provodi višednevne programe *team buildinga* u kombinaciji s kulturnim i gastronomskim komponentama
* Adrenalinski park „4 rijeke“ – smješten u prirodnom okruženju, nudi poligone, penjanje, streličarstvo i niz drugih aktivnosti pogodnih za timsku dinamiku.

Programi su fleksibilni i mogu se prilagoditi veličini i interesima grupe, uključujući edukativne komponente, sportske izazove i opuštajuće sadržaje.

**2. Tematska vođenja i interpretacijski programi**

Za individualne posjetitelje, organizirane grupe i škole, Karlovac nudi izuzetno bogatu paletu tematskih interpretacijskih šetnji, koje uključuju povijest, kulturu, zanimljive priče i lokalne osobitosti. Nositelj i kreator većine programa je Udruga turističkih vodiča „Bastion“, koja u svojoj ponudi ima više od 30 različitih tematskih tura, uključujući šetnje kroz staru jezgru, priče o ratovima, industrijskoj baštini. Ovih šest kostimiranih vođenja tijekom kojih su vodiči odjeveni u povijesne kostime i oživljavaju likove i događaje iz prošlosti grada, što stvara snažan doživljaj za posjetitelje.

Ture su dostupne na više jezika i mogu se organizirati tijekom cijele godine, uz prethodnu najavu. Turistička zajednica kroz godinu omogućuje 10-ak besplatnih tura za sugrađane i posjetitelje. Ponuda Karlovca u području *team building* programa i interpretacijskih tura pokazuje visoku razinu raznolikosti i profesionalne izvedbe. Ove usluge imaju velik potencijal za rast i pozicioniranje destinacije u segmentima MICE turizma i kulturnog doživljaja, osobito ako se dodatno digitalno promoviraju i uključe u integrirane turističke pakete.

## Resursna osnova Karlovca

Tablica 28: Pregled resursne osnove grada Karlovca

| **Resursna kategorija** | **Sadržaj / Opis** |
| --- | --- |
| **Smještajni kapaciteti** | Hoteli (3\*-4\*): 4; privatni smještaj i kuće za odmor: cca 300 jedinica; studentski dom povremeno u funkciji smještaja; glamping/kamp: 0 |
| **Ugostiteljski objekti** | Restorani: 25+; kafići/barovi: 50+; craft pivovare: 2; slastičarne: nekoliko; ulična gastro scena u razvoju |
| **Turističke agencije i organizatori** | Lokalne turističke agencije: 3; licencirani vodiči: 5; aktivni organizatori manifestacija i tura: nekoliko |
| **Transportne usluge** | Autobusni kolodvor: 1; taxi obrti: 2–3; biciklističke stanice: 4; shuttle usluge: u povojima |
| **Zdravstvene i wellness usluge** | Ljekarne: 7; dom zdravlja: 1; privatne ordinacije: 10+; wellness i spa centri: trenutno nema razvijenog segmenta |
| **Kultura i zabava** | Gradski muzej: 1; Muzej Domovinskog rata: 1; kazalište Zorin dom: 1; kino dvorana: 1; izložbeni prostori: 3; ljetne pozornice: 2 |
| **Financijske i platne usluge** | Banke: 6; bankomati: 20+; mjenjačnice: 5; mobilno i kartično plaćanje dostupno u većini ugostiteljskih i trgovačkih objekata |
| **Maloprodaja i suvenirnice** | Suvenirnice: 3; gradska tržnica: 1; rukotvorine i domaći proizvodi: 8 specijaliziranih lokacija; supermarketi: 10+ |
| **Informacijske i komunikacijske usluge** | Turistički informativni centar: 1; sezonske info točke: 2; javni Wi-Fi: ograničeno pokrivanje na ključnim lokacijama |
| **Rekreacija i sport** | Sportski centri: 3; atletski stadion: 1; zatvoreni bazeni: 1; otvoreni bazeni: 1; biciklističke/pješačke staze: 50+ km; veći parkovi: 5 |
| **Javne i komunalne usluge** | Javna parkirališta: 15+ zona; javna garaža: 1; sanitarni čvorovi: privremeni/modularni za manifestacije; sustav javne rasvjete: pokriva sve gradske zone |
| **Dječji i obiteljski sadržaji** | Dječja igrališta: 48; kreativne radionice: povremene, u sklopu manifestacija; stalni obiteljski sadržaji: ograničeni tijekom cijele godine |

*Izvor: Turistička zajednica grada Karlovca i procjena autora (temeljeno na dostupnim podatcima i stručnoj procjeni, 2025.)﻿*

**Situacijska analiza:**

Karlovac raspolaže raznovrsnom resursnom osnovom koja uključuje smještajne kapacitete, bogatu gastronomsku ponudu, kulturne institucije te prirodne atrakcije poput četiri rijeke i parkova. Infrastruktura za rekreaciju, osnovne javne usluge i kulturna događanja su razvijene, no prisutan je nedostatak specijaliziranih sadržaja poput *glampinga*, *wellnessa* i cjelogodišnjih obiteljskih atrakcija. Digitalna prisutnost i povezanost resursa još uvijek su nedovoljno integrirani, a ruralni prostori i OPG-ovi nisu dovoljno turistički valorizirani. Unatoč solidnoj osnovi, potrebna je strateška dopuna i umrežavanje resursa radi snažnijeg turističkog identiteta i cjelogodišnje atraktivnosti.

Resursni sadržaji koji nedostaju za daljnji razvoj turizma

Karlovac posjeduje izniman potencijal za razvoj kamping i *glamping* turizma zahvaljujući prirodnim resursima, no trenutno nedostaju organizirani kampovi. *Wellness* ponuda predstavlja novu razvojnu nišu jer grad još uvijek nema *spa* zona, te je potrebno potaknuti otvaranje sadržaja u hotelima. Karlovac može povećati atraktivnost i duljinu boravka osmišljavanjem cjelogodišnjih obiteljskih sadržaja poput tematskog parka, edukativno-zabavnog centra za djecu. Mobilnost i povezivanje destinacijskih točaka poboljšali bi uvođenje *shuttle* linija tijekom velikih događanja, biciklističke mreže, pješačkih ruta i bolje povezivanje svih glavnih turističkih zona.

Tablica 29: Realni resursni potencijali u atrakcijskom segmentu grada Karlovca:

| **Resurs** | **Vrsta resursa** | **Lokalitet / Lokacija** | **Potencijal za turistički proizvod** | **Mogući turistički proizvodi** | **Potrebne mjere za valorizaciju** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Stari grad Dubovac | kulturni | zapadni dio grada | povijesna atrakcija i vidikovac | vođene ture, *escape room* | održavanje, interpretacijska infrastruktura |
| Obale 4 rijeke (Korana, Kupa itd.) | prirodni | cijelo područje grada | rekreacija, vožnje, piknici | riječne šetnje, kajak, SUP | pristupne točke, signalizacija |
| Zvijezda (povijesna jezgra) | kulturno-povijesni | centar Karlovca | multimedijalne ture, interpretacija baštine | AR/VR šetnje, noć svjetla | digitalna podrška, signalizacija |
| Karlovačka pivovara | gastronomski/industrijski | industrijska zona | degustacije, pivska baština | pivske rute i festivali | partnerstvo s brendom, integracija u turističku ponudu |
| Gradski parkovi i šetnice | prirodni | šire gradsko područje | opuštanje, aktivnosti za obitelji | zeleni itinereri, joga u parku | uređenje staza, edukativni sadržaji |
| Manifestacije i običaji | nematerijalna baština | cijela destinacija | doživljajna i edukativna ponuda | tematski tjedni, radionice | suradnja s udrugama, promocija |
| Šuma Kozjača | prirodni | šumski pojas iznad grada | tihe aktivnosti, šumske terapije | *forest bathing*, nordijsko hodanje | održavanje staza, sadržaji u prirodi |
| Ruralna naselja i OPG-ovi | kulturno-prirodni | prigradska i ruralna područja | agroturizam, edukacija, lokalna gastronomija | degustacije, tematski dani, vođene ture | potpora opg-ovima, promocija |

*Izvor: Turistička zajednica grada Karlovca i procjena autora (temeljeno na dostupnim podacima i stručnoj procjeni, 2025.)﻿*

Prirodni resursi i zaštita okoliša

Prethodno su obrađeni prirodni resursi. Zanimljivo je da je u 2024. godini prema podatcima Državnog hidrometeorološkog centra Karlovac imao  **2249,7 sunčanih sati**, što je vrlo konkurentno u odnosu na ostale kontinentalne destinacije. Prema podatcima Javne ustanove Natura viva, u Karlovačkoj županiji nalazi se ukupno 16 zaštićenih područja, a Javna ustanova Natura viva upravlja s 13 područja zaštićenih u kategoriji značajni krajobraz (5), spomenik parkovne arhitekture (3), spomenik prirode (3), posebni rezervat (1) i park šuma (1) ukupne površine od cca 15,838 ha. Ukupno udio zaštićenih područja u destinaciji unutar NATURA 2000 u ukupnoj površini destinacije (ukupno i pojedinačno po kategoriji zaštite): 34,18 %

Površina zaštićenih prirodnih područja prema kategoriji zaštite prirodnih područja: **Spomenik parkovne arhitekture Vrbanićev perivoj – 4,32 ha; Spomenik parkovne arhitekture Marmontova aleja – 1,89 ha; Posebni rezervat Cret – Banski Moravci – 1,81 ha. Ukupno 0,02 % ukupne površine JLS grada Karlovca u zaštićenim kategorijama po Zakonu o zaštiti prirode** (NN 80/13, 15/18, 14/19, 127/19, 155/23). Dijelovi površina NATURA 2000 područja, a to su sljedeći: HR1000001 Pokupski bazen, 12 839 ha (377,91 ha, samo manji rubni zapadni dio zahvaća područje Grada Karlovca); ukupna površina zaštićenog područja je 35.089 ha​ (; HR2001381 Vukmanić- cret, 15ha; HR2000593 Mrežnica – Tounjčica, 27 ha; HR2000642 Kupa, 657 ha; HR2001335 Jastrebarski lugovi, 17 ha; HR2001505 Korana nizvodno od Slunja, 160 ha, Unutar NATURA 2000 je 34,16 % područja JLS.

Prema službenim podatcima iz 2024. godine Karlovac ima **prvu kategoriju kvalitete zraka**, što znači da je zrak čist ili neznatno onečišćen bez prekoračenja zakonskih vrijednosti. Iako se u različitim urbanim područjima provode razni projekti i radionice vezani uz sadnju stabala s građanima i djecom, grad još uvijek nema uspostavljen sustav ili politike za sustavno smanjenje ovisnosti o fosilnim gorivima, niti za unapređenje energetske učinkovitosti ili korištenje obnovljivih tehnologija.

Turistička aktivnost nije uzrokovala značajniju degradaciju prirodne baštine, no bilježi se povremena oštećenja zelenih površina i hortikulturnih površina tijekom većih gradskih događanja poput Adventa i Dana piva, s procijenjenim godišnjim troškom sanacije od 5000 do 6000 eura. Staze u parkovima izvedene su kao sipine bez graničnika, zbog čega nisu prilagođene za strojeve, a česta je devastacija zelenih površina zbog vožnje dostavnim vozilima, osobito na Šetalištu dr. Franje Tuđmana i u Vrbanić perivoju. Kontinuirano se prati kvaliteta zraka, klimatski pokazatelji i godišnja izvješća o vodama, a stanovnicima i turistima pružaju se relevantne informacije o klimatskim promjenama, rizicima i prilikama. Redovito se provodi inventarizacija promjena u prirodi i potencijalnog smanjenja bioraznolikosti, uz aktivno praćenje i evidenciju stanja vrsta i staništa putem monitora i GIS baze podataka.

Voda se na registriranom gradskom kupalištu Foginovo na rijeci Korani, redovito analizira i tijekom 2024. i 2025. godine ocijenjena je kao izvrsne ili dobre kakvoće, što znači da je sigurna i čista za kupanje, prema mikrobiološkim i fizikalno-kemijskim parametrima. Uzorkovanje i testiranje provodi Zavod za javno zdravstvo Karlovačke županije prema strogoj zakonskoj regulativi, a rezultati su javno dostupni i transparentno objavljeni.

Upravljanje kulturnom baštinom

Na području destinacije uspostavljen je sveobuhvatan i funkcionalan sustav zaštite kulturne baštine i lokaliteta, utemeljen na strateškim dokumentima, planskoj regulativi i institucionalnoj podršci. Javno su objavljeni [Studija graditeljskih obilježja s dokumentacijom i Plan upravljanja Zvijezdom 2018-2028](https://karlovac.hr/wp-content/uploads/2024/04/PU_ZVIJEZDA.pdf)., koji propisuje jasne mjere zaštite i očuvanja kulturne baštine povijesne gradske jezgre.

U okviru sustava, razvijen je i implementiran sustav monitoringa efikasnosti provedbe mjera očuvanja. Ovaj mehanizam praćenja obuhvaća cijelo područje destinacije te posebno područje Zvijezde, omogućujući kontinuirano vrednovanje utjecaja i učinaka pojedinih intervencija. [Urbanistički plan uređenja ZVIJEZDA](https://www.karlovac.hr/prostorni_planovi/urbanisticki-plan-uredenja-zvijezda), kao prostorno-planska osnova, dodatno učvršćuje temelje za očuvanje vrijedne kulturno-povijesne cjeline, uključujući konkretne smjernice i mjere zaštite. Plan upravljanja Zvijezdom predviđa više faza evaluacije provedbe: prvo srednjoročno vrednovanje nakon tri godine, drugo srednjoročno nakon pet godina, te završno vrednovanje po završetku provedbenog razdoblja 2028. godine. Ministarstvo kulture i medija Republike Hrvatske, kroz stalnu djelatnost Konzervatorskog odjela u Karlovcu, sustavno provodi aktivnosti praćenja, očuvanja i obnove kulturno-povijesnih resursa. Nadalje, redovita financijska podrška osigurava se kroz godišnje Javne pozive za predlaganje javnih potreba u kulturi, čime se aktivno podupire obnova objekata od strateškog značaja. U procesima zaštite važnu ulogu ima i Karlovačka županija, koja sudjeluje putem višegodišnjih projekata usmjerenih na baštinu (primjerice projekt *Dodir civilizacija*), kao i kroz vlastite javne natječaje za financiranje potreba u kulturi na županijskoj razini. Aktivan partner u sustavu očuvanja je i Grad Karlovac, koji putem natječaja za dodjelu sredstava spomeničke rente sufinancira obnovu pojedinačno zaštićenih objekata te objekata unutar kulturno-povijesne cjeline. Uz to, putem Javnog poziva za predlaganje javnih potreba u kulturi Grada Karlovca, sustavno se podupire obnova sakralnih, pokretnih i nematerijalnih kulturnih dobara.

**Sustav za upravljanje posjetiteljima kulturnih lokaliteta**, s naglaskom na povijesnu jezgru Zvijezde, temelji se na smjernicama za optimizaciju protoka posjetitelja i minimiziranje negativnih utjecaja. Implementaciju tog sustava trebala bi preuzeti Jedinica za upravljanje Zvijezdom – operativno tijelo odgovorno za provedbu politika i smjernica iz Plana upravljanja, za praćenje razvojnih i strateških projekata, te za upravljanje rizicima izazvanim ljudskim djelovanjem i prirodnim nepogodama, osobito onima uzrokovanim klimatskim promjenama. Cjelokupno djelovanje Jedinice temelji se na načelima zaštite i održivog očuvanja kulturne baštine. Grad Karlovac nema dokument sa procjenom pritiska razvoja turizma na kulturnu baštinu. Trenutno nepostoji sistem za upravljanje posjetiteljima lokacija prirodne baštine Karlovca, sa smjernicama za optimiziran protok posjetitelja i minimaliziranje negativnih utjecaja. Nije se pokazala potreba za postavljanjem sistema za upravljanje posjetiteljima jer nema pritiska na lokacije prirodne baštine Karlovca. U 2024. godini Grad Karlovac je u obnovu i uređenje kulturne baštine uložio ukupno 95.317,00 eura iz sredstava spomeničke rente te dodatnih 10.000,00 eura kroz Program javnih potreba u kulturi. Udio proračunskih sredstava namijenjenih kulturi iznosi 4,4 % u odnosu na ukupni godišnji proračun Grada.

Klimatske promjene

Grad Karlovac usvojio je Program zaštite zraka i ublažavanja klimatskih promjena, temeljen na važećim strategijama i akcijskim planovima zaštite okoliša i energije. Grad je u suradnji s Fondom za zaštitu okoliša i energetsku učinkovitost proveo projekt „Zeleniji i klimatski otporniji grad Karlovac“ koji uključuje obnovu zelene infrastrukture kroz sadnju stabala na šest lokacija, edukacije građana te promociju energetske učinkovitosti i informiranje o klimatskim učincima. Kroz ovaj projekt, Karlovac doprinosi mjerama prilagodbe klimatskim promjenama, a sve aktivnosti definirane su Akcijskim planom energetski održivog razvoja i prilagodbe klimatskim promjenama (SECAP, Glasnik Grada Karlovca 7/2020) te Programom zaštite okoliša za 2022. – 2025. (Glasnik 3/2023).

Prostorno planiranje i infrastrukturni resursi

Tablica 30: Podatci potrebni za mjerenje održivih pokazatelja u turizmu grada Karlovca

| **Pokazatelj** | **Karlovac** |
| --- | --- |
| Prostorni plan izrađen | DA |
| Urbanistički plan izrađen | DA |
| Strateška procjena utjecaja na okoliš | DA (po potrebi/projektno) |
| Mješovita/stambena izgrađenost (ha) | cca 4100 ha (ukupno građevinsko područje - okvirno, PPUG, GUP) |
| Turistička infrastruktura u zaštićenim zonama | Sportski centri, zone uz 4 rijeke, manifestacijski prostori |
| Na temelju dostupnih dokumenata, površina izgrađenog građevinskog zemljišta predviđenog za odvijanje ugostiteljsko-turističke aktivnosti u Karlovcu prema Prostornom planu uređenja Grada Karlovca (PPUG) | 21,95 ha (0,05 % od ukupne površine građevinskog područja |
| Minimalna površina građevne čestice (m²) | 400 (standardna stambena zona) |
| Maksimalan broj etaža | P+2+Pk (prizemlje +2 kata + potkrovlje) |
| Koeficijent izgrađenosti (kig) | 0,3–0,35 (za stambene zone) |
| Minimalna površina javnog zelenila (%) | ≥30% (prema GUP, mješovite/stambene zone) |
| Površina izgrađenog građevinskog zemljišta u zonama stanovanja (ha) | 5,19 ha |
| Minimalan broj parkirnih mjesta | ≥1,5 mjesta/stan (stambene zone) |
| Obveza praćenja turističkog utjecaja | DA |
| Prikupljanje pokazatelja i analiza | DA (redoviti godišnji izvještaji/DMS) |
| Strategija održivog korištenja prostora | DA (usvojena strategija 2025. – 2034.) |

Izvor: Grad Karlovac, Turistička zajednica grada Karlovca i procjena autora (temeljeno na dostupnim podatcima i stručnoj procjeni, 2025.)﻿

## Javna turistička infrastruktura

U razvoju održive i konkurentne turističke destinacije, ključnu ulogu ima odgovarajuća i planski razvijena turistička infrastruktura, koja predstavlja temelj kvalitetnoj turističkoj ponudi. Primarna turistička infrastruktura obuhvaća sve objekte, sadržaje i sustave koji izravno omogućuju i potiču turističku aktivnost, kao što su biciklističke i pješačke staze, muzeji, dvorci, centri za posjetitelje, interpretacijski centri te atraktivni lokaliteti s funkcionalnom pratećom infrastrukturom. S druge strane, sekundarna infrastruktura, iako nije primarno namijenjena turizmu, svojim funkcijama i dostupnošću povremeno pridonosi obogaćivanju turističkog doživljaja, poput arheoloških lokaliteta, sportskih sadržaja ili tematskih prostora s povijesnom i kulturnom vrijednošću. Sveobuhvatno sagledavanje i strateško planiranje ovih infrastrukturnih elemenata od presudne je važnosti za razvoj atraktivnog, dostupnog i održivog turističkog proizvoda, koji odgovara potrebama suvremenih posjetitelja te pridonosi očuvanju lokalne baštine i identiteta.

Tablica 31: Primarna turistička infrastruktura

| **Naziv objekta / aktivnosti** | **Poslovanje** | **Vrsta infrastrukture** |
| --- | --- | --- |
| **Aquatika – slatkovodni akvarij Karlovac** | cjelogodišnje | slatkovodni akvarij |
| **Nikola Tesla Experience Center Karlovac** | cjelogodišnje | interpretacijski centar |
| **Muzej Domovinskog rata Karlovac – Turanj** | cjelogodišnje | muzej |
| **Vatrogasna povijesna zbirka** | cjelogodišnje | zbirka |
| **Gradski muzej Karlovac** | cjelogodišnje | muzej |
| **Vila Anzić – Muzej planinarstva i ekspedicionizma** | cjelogodišnje | zbirka |
| **Foginovo kupalište** | sezonski | rekreacija na vodi |
| **Stari grad Dubovac** | cjelogodišnje | kulturno-povijesna atrakcija |
| **Zvijezda (stara gradska jezgra)** | u rekonstrukciji | kulturno-povijesna cjelina |
| **Biciklistička ruta EV9** | cjelogodišnje | međunarodna biciklistička ruta |
| **Žitna lađa** | sezonski | tematski brodski izleti |
| **Šetnica uz Koranu** | cjelogodišnje | šetnica |

Izvor: Turistička zajednica grada Karlovca i procjena autora (temeljeno na dostupnim podatcima i stručnoj procjeni, 2025.)﻿

Tablica 32: Pregled kapaciteta kongresnih dvorana u Karlovcu

| **Naziv objekta** | **Broj dvorana** | **Kapacitet (osoba)** |
| --- | --- | --- |
| Hotel Korana Srakovčić | 1 | 180 |
| Hotel Europa | 2 | 100 |
| Florian & Godler | 1 | 14 |
| Kino Edison | 3 | 202 |
| Aquatika – Slatkovodni akvarij Karlovac | 3 | 100 |
| Nikola Tesla Experience Center | 1 | 80 |
| Muzej Domovinskog rata – Turanj | 1 | 140 |
| Gradsko kazalište „Zorin dom“ | 3 | 80 |
| Stari grad Dubovac | 1 | 60 |
| Veleučilište u Karlovcu | 1 | 150 |
| HGK – Županijska komora Karlovac | 2 | 80 |
| Gradska knjižnica Ivan Goran Kovačić | 2 + izložbeni prostor | 73 |
| Dvorana Knjižnica za mlade | 1 | 60 |
| Udruženje obrtnika Karlovac | 1 | 80 |
| Restoran Kristal | 3 | 500 |
| Restoran Lovački rog | 2 | 230 |

Izvor: Turistička zajednica grada Karlovca i procjena autora (temeljeno na dostupnim podacima i stručnoj procjeni, 2025.)

Tablica 33: Pregled rekreacijskih sadržaja i vidikovaca

| **Tip sadržaja** | **Lokacija / objekt** |
| --- | --- |
| Vidikovci i odmorišta | Kalvarija, Ivanova hiža |
| Pješačke/*trekking* staze | Zeleni prsten, uz Koranu, uz Kupu, Dubovac, Seljanova |
| Park za pse | U pripremi za realizaciju |
| Piknik zona | Foginovo kupalište |

Izvor: Turistička zajednica grada Karlovca i procjena autora (temeljeno na dostupnim podatcima i stručnoj procjeni, 2025.)

Tablica 34: Pregled sportske infrastrukture u Karlovcu

| **Tip objekta** | **Lokacija** |
| --- | --- |
| Stadion | Branko Čavlović Čavlek |
| Sportske dvorane | Školska dvorana, Dom HV Zrinski |
| Sportska igrališta (nogomet, rukomet, košarka, odbojka) | Gaza, Ilovac, Rečica, Kupa, Frankopan, NK Korana, Šišljavić, Vatrogasac, Mostanje |
| Klizalište | Sokolski dom |
| Teniski tereni | Teniski klub, Mladost |
| Ostalo | Veslački klub, Streljana Jamadol |
| ŠRC Korana | Baseball, košarka, *fitness* sprave |

Izvor: Turistička zajednica grada Karlovca i procjena autora (temeljeno na dostupnim podatcima i stručnoj procjeni, 2025.)

Tablica 35: Pregled turističke infrastrukture: dječjih igrališta, zelenih površina u Karlovcu

| **Godina** | **Lokacija / akcija** |
| --- | --- |
| 2024 | Rekonstruirano igralište Rakovac |
| 2023 | Novo: Drežnik, Hrnetić – standardi sigurnosti |
| 2022 | Novo: Mala Švarča; rekonstruirana: Tina Ujevića, Marulića, Držića, Gaza |
| 2021 | Rekonstruirano: Hebrangova; novo: Tušilović |
| 2020 | Rekonstruirano: Tuškanova |
| Status | 48 igrališta – 2 s izlivenom gumenom podlogom (Rakovac, Vunsko polje); ⅓ zahtijeva obnovu |

Izvor: Grad Karlovac, Turistička zajednica grada Karlovca i procjena autora (temeljeno na dostupnim podatcima i stručnoj procjeni, 2025.)

Tablica 36: Pregled sekundarne turističke infrastrukture u Karlovcu

| **Lokacija / objekt** | **Status / napomena** |
| --- | --- |
| Kuća Ivana Ribara | — |
| Kuća Stjepana Mihalića | spomen soba, dvorana za književna događanja |
| Gradac - Orlovac, Budim, Orlica, Steničnjak | arheološki i povijesni lokaliteti |
| Hrvatski dom, željeznički kolodvor | povijesne zgrade |
| Kazalište Zorin dom, Kino Edison | kulturna infrastruktura |
| Muzeji i galerije | Vjekoslav Karas, Zilik, Ulak, Franjevački, Vatrogastva |
| Spomenici | Karas, Lopašić, Dragojla Jarnević, Kužni pil, Miljokaz, maketa Zvijezde, Glorijeta |
| Škole i institucije | Gimnazija, Glazbena škola |
| Parkirališta | Ukupno: **2587** javnih parkirnih mjesta u gradu |

Izvor: Grad Karlovac, Turistička zajednica grada Karlovca i procjena autora (temeljeno na dostupnim podatcima i stručnoj procjeni, 2025.)

## Analiza komunalne infrastrukture

Kvalitetno razvijena komunalna infrastruktura ključni je preduvjet gospodarskog rasta, turističkog razvoja i kvalitete života lokalnog stanovništva. Ona predstavlja osnovu funkcionalnog, sigurnog i ugodnog okruženja, omogućujući održivi razvoj zajednice i privlačeći nove investicije. Posebno je važna u turističkim destinacijama jer kvaliteta opskrbe energijom, vodom i učinkovito gospodarenje otpadom izravno utječu na zadovoljstvo gostiju i percepciju destinacije. Kvalitetna infrastruktura u destinaciji povećava atraktivnost područja, poboljšava uvjete za poduzetništvo i jača konkurentnost na nacionalnoj i međunarodnoj razini. Osim osnovnih infrastrukturnih aspekata, analiza obuhvaća specifične izazove i potencijalne prijetnje unutar destinacije. Identificiraju se mogućnosti za razvoj obnovljivih izvora energije i implementacija inovativnih rješenja koja smanjuju ekološki otisak. Sigurnosni aspekti infrastrukture uključuju unapređenje prometne signalizacije, bolje povezivanje turističkih atrakcija, te optimizaciju javnog prijevoza radi povećanja dostupnosti ključnih lokacija.

**Zaključci fokus grupe održane u Gradu Karlovcu po temi komunalne i turističke infrastrukture:**

U sklopu strateškog promišljanja o razvoju grada Karlovca, fokus grupa s pročelnicima i čelnicima javnih gradskih tvrtki utvrdila je niz ključnih nalaza vezanih uz komunalnu, društvenu i turističku infrastrukturu te razvojne potencijale grada.

**Kapacitet i održivost komunalne infrastrukture –** Karlovačka komunalna infrastruktura izgrađena je za potrebe 70 000 stanovnika, dok trenutni broj stanovnika prema popisu iz 2021. iznosi 49 377. Navedeno Karlovcu omogućava funkcioniranje sustava i u vrijeme vršnog turističkog opterećenja, bez narušavanja razine komunalnih usluga. Infrastrukturna otpornost i skalabilnost stoga predstavljaju temelj za daljnji održivi demografski i turistički rast.

**Gospodarska podrška i ulaganja u ljudski kapital –** Grad Karlovac kontinuirano provodi mjere za poticanje poduzetništva i lokalne ekonomske aktivnosti, uključujući financijske potpore koje pridonose otvaranju novih radnih mjesta. Osim toga, sustav stipendiranja učenika i studenata, osobito za deficitarna zanimanja, istaknut je kao alat za zadržavanje mladih i obrazovanih kadrova u lokalnoj zajednici, čime se dugoročno jača društvena kohezija i tržište rada.

**Mobilnost stanovništva i kvaliteta života –** Iako se kao izazov ističe svakodnevna migracija velikog broja Karlovčana prema Zagrebu radi zaposlenja, Karlovac se pozicionira kao grad visoke kvalitete života – s niskom razinom kriminaliteta, visokom razinom javne čistoće i uređenim javnim prostorima. Ova razina komunalne kvalitete izdvaja Karlovac u kontekstu hrvatskih urbanih destinacija i dodatno doprinosi pozitivnoj percepciji destinacije kod posjetitelja.

**Sigurnost i društvena stabilnost –** Sigurnosni aspekt posebno je naglašen kao strateška komparativna prednost Karlovca. Grad se percipira kao izuzetno sigurno mjesto za život i boravak, što ima pozitivan učinak na zadržavanje stanovništva, ali i na atraktivnost destinacije u očima turista.

**Društveni život i aktivnosti građana –** Kao indikator vitalnosti lokalne zajednice istaknut je i razvoj sportskih aktivnosti, pri čemu se posebna pažnja pridaje tenisu – sportu koji se u Karlovcu igra i u večernjim satima, čime se potvrđuje razina angažiranosti i aktivnog načina života lokalnog stanovništva.

**Karlovac se profilira kao stabilna, funkcionalno organizirana i strateški usmjerena urbana destinacija**, koja raspolaže infrastrukturnim, društvenim i gospodarskim kapacitetima za daljnji održivi razvoj. Unatoč izazovima poput zadržavanja radno aktivnog stanovništva i otvaranja kvalitetnih radnih mjesta unutar grada, Karlovac pokazuje snažne temelje za dugoročnu stabilnost, otpornost i pozicioniranje kao poželjno mjesto za život, rad i posjet.

Vodoopskrba i odvodnja

Projekt aglomeracije u Karlovcu trenutno je u fazi dovršenja. Aglomeracijom će biti zamijenjeno više od 50 km vodovodnih cijevi te preko 70 km odvodnje. Objedinjeno je vodoopskrbno područje, koje obuhvaća Karlovac, Dugu Resu, Ogulin, Slunj, Lasinju, Vojnić i Ozalj. Trenutno su u tijeku operativna sistematizacija i implementacija novog sustava. Ukupna vodovodna mreža iznosi oko 750 km, a trenutni cilj je smanjiti zamućenja i gubitke vode te optimizirati sustav uvođenjem novih tehnologija. Trenutni kapaciteti vode dostatni su za potrebe građanstva, industrije i turizma. Prekidi u opskrbi vodom događaju se isključivo u slučaju kvarova (trenutno isključivo radi infrastrukturnih radova).

Tablica 37: Podatci o odvodnji na području grada Karlovca

| **Pokazatelj - ODVODNJA** | **Grad Karlovac - stanje 2025** |
| --- | --- |
| Postotak priključenosti na kanalizaciju (prije/poslije aglomeracije) | 68 % prije projekta, 95 % planirano po dovršetku aglomeracije |
| Godišnji broj kvarova na vodoopskrbnoj mreži | Prosječno 4-8 kvarova na 100 km mreže godišnje (VIK Karlovac izvještaj 2024.) |
| Godišnje ulaganje u održavanje i rekonstrukciju mreže | 2,6 milijuna EUR (ulaganja kroz projekt Aglomeracija 2024/25 i redovno održavanje) |
| Vrsta održavanja | Preventivno (redovni pregledi, zamjena dotrajalih cijevi), intervencijsko (otklanjanje kvarova i puknuća) |
| Posebne mjere protiv gubitaka | Senzorski sustavi nadzora tlaka, programirana zamjena cijevi najstarijih dionica, kontinuirano lociranje gubitaka |
| Procijenjeni ukupni godišnji gubici vode | 34 % (prosječna stopa nemjernih gubitaka za gradski vodovod Karlovac) |
| Godišnje ukupno trajanje prekida opskrbe vodom po korisniku | 2,1 sata po korisniku/godišnje; u ruralnom prstenu maksimalno 4 h/god. |
| Broj prijavljenih korisničkih incidenata/prekida | 115 (izvješće VIK Karlovac za 2024.) |
| Izazovi kapaciteta za popratne sadržaje (bazeni, aquaparkovi itd.) | Do sada nisu zabilježena ograničenja u vodoopskrbi za veće sportsko-rekreacijske objekte. |
| Maksimalna dnevna potrošnja vode tijekom vršnih termina | 16 100 m³/dan (za dan 29. srpnja 2024. – podatak iz DMS sustava VIK Karlovac) |
| Srednja godišnja dnevna potrošnja vode | 11 600 m³/dan (prosjek 2023. – 2024.) |
| Ukupne količine otpadnih voda (m3) u destinaciji u 2024. godini | 6.871.769 m³ |
| Optimalni kapacitet upravljanja otpadnim vodama (stanovnici + gosti, vršni termin) | 50.000 ES (ekvivalent stanovnika) |
| Kapacitet postrojenja za pročišćavanje otpadnih voda | 98.500 ES (ekvivalent stanovnika); pogon Gornje Mekušje |
| Stvarni godišnji kapacitet obrade otpadnih voda | 6.600.000 m³ (vrijednost za 2024. – podaci o obrađenoj vodi u VIK Karlovac) |
| Omjer trenutnog opterećenja i maksimalnog kapaciteta uređaja | 72 % iskorištenosti (realna obrada u odnosu na projektirani kapacitet) |
| Udio otpadnih voda tretiranih do najmanje 2. stupnja | 98 % (sve središnje naselje i glavni kolektori opremljeni sekundarnim i tercijarnim pročišćivačem) |
| Količina pročišćenih otpadnih voda do minimalno II. stupnja godišnje (2024.) | 6.468.000 m³ (II. i III. stupanj ukupno, po evidenciji VIK Karlovac) |
| Količina pročišćenih voda ukupno, svi stupnjevi | 6.600.000 m³ (sve otpadne vode obrađene prema standardu, preostale male jedinice lokalni biol. pročistači) |
| Nadležnost i održavanje sustava | VIK Karlovac d. o. o. (redovni operator mreže, postrojenja i isporuke usluga) |

Izvor: VIK Karlovac d.o.o, obrada autora

Tablica 38: Podatci o vodi na području grada Karlovca

| **Pokazatelj - VODA** | **Grad Karlovac (2025)** |
| --- | --- |
| % domaćinstava bez opskrbe vodom | 0,7 % (preostalih 99,3 % priključeno na javnu vodoopskrbu) |
| Godišnji broj kvarova na vodoopskrbnoj mreži | Prosječno 4 – 8 kvarova na 100 km mreže godišnje (VIK Karlovac, 2024.) |
| Godišnje ulaganje u održavanje i rekonstrukciju mreže | 2,6 milijuna EUR (Aglomeracija 2024/25 i redovno održavanje) |
| Vrsta održavanja | Preventivno (redovni pregledi, zamjena cijevi), intervencijsko (kvarovi, puknuća) |
| Posebne mjere protiv gubitaka | Senzorski nadzor tlaka, programirana zamjena starih cijevi, kontinuirano lociranje gubitaka |
| Procijenjeni ukupni godišnji gubici vode | 34 % (prosječna stopa za gradski vodovod) |
| Godišnje ukupno trajanje prekida opskrbe vodom po korisniku | 2,1 sata godišnje po korisniku, u ruralnim zonama do 4 h/god. |
| Maksimalna dnevna potrošnja vode tijekom vršnih termina | 16 100 m³/dan (29.7.2024. – podatak iz DMS VIK Karlovac) |
| Srednja godišnja dnevna potrošnja vode | 11 600 m³/dan (prosjek 2023./2024.) |
| Nadležnost i održavanje sustava | VIK Karlovac d. o. o. (redovni operator mreže, uređaja i isporuke usluga) |
| Posebne aktivnosti i projekti (2024/25) | Projekt „Poboljšanje vodno-komunalne infrastrukture aglomeracije Karlovac – Duga Resa", zamjena 17 km cjevovoda, digitalizacija |

Izvor: VIK Karlovac d. o. o, obrada autora

Gospodarenje otpadom

Plan gospodarenja otpadom, s ciljevima smanjenja i održivog odlaganja, te njegova implementacija trenutno su u izradi. Plan izrađuje Karlovačka županija. U Karlovcu postoje dva reciklažna dvorišta. U razdoblju od 25. srpnja do 5. kolovoza 2024. obrađeno je ukupno 428,66 t miješanog komunalnog otpada (otprilike 43 t dnevno). Ukupna dnevna proizvodnja miješanog komunalnog otpada u kućanstvima iznosi 4,94 kg/danu, dok je u turističkim smještajnim kapacitetima 1530 kg/danu. Prosječna dnevna proizvodnja otpada po turistu i po lokalnom stanovniku iznosi 0,80 kg. Ukupna dnevna količina otpada u vršnim danima turističke sezone iznosi 0,69 kg/dan.

Prosječna dnevna proizvodnja otpada po turistu i po lokalnom stanovniku iznosi 0,80 kg.

Kapacitet prihvata i odvoza otpada iznosi 50 000 kg dnevno. Frekvencija odvoza otpada tijekom vršnih dana je sljedeća: u gradu se miješani komunalni otpad odvozi dva puta tjedno, dok se reciklabilni otpad odvozi se svakih dva tjedna. U mjesnim odborima odvozi se miješani otpad jednom tjedno, a reciklabilni otpad jednom mjesečno. Infrastruktura za skladištenje otpada obuhvaća 892 spremnika namijenjena turističkim i rezidencijalnim područjima. Ukupna godišnja količina komunalnog otpada iznosi 10.693,09 tona, dok ukupna godišnja količina komunalnog otpada iz turističkih djelatnosti u destinaciji iznosi 401,28 tona. Implementiran je sustav odvoza otpada na kućnom pragu.

Tablica 39: Gospodarenje otpadom u Karlovcu (2024.)

| **Kategorija** | **Podaci** |
| --- | --- |
| **Ukupna količina otpada (dnevno)** | 45 tona (osobito tijekom turističke sezone) |
| **Ukupna količina komunalnog otpada nastalog u destinaciji u kalendarskom mjesecu s najmanjim brojem turističkih noćenja (t)** | 35 t |
| **Vozni park za odvoz otpada** | 17 kamiona smećara, 5 autopodizača, 1 navlakač, 2 kipera |
| **Kapacitet po vozilu** | Od 2,5 t do 24 m³ |
| **Broj angažiranih radnika** | 47 (uključujući vozače i radnike na terenu) |
| **Frekvencija odvoza otpada** | Dvije vožnje dnevno, pet dana tjedno |
| **Prosječna udaljenost do odlagališta** | 30 km |
| **Dnevni kapacitet postrojenja** | 50 tona |
| **Postotak recikliranog otpada** | 35 % ukupnog otpada |
| **Ukupna količina recikliranog otpada** | 3.814,45 tona |
| **Vrste recikliranog otpada** | Papir i karton: 1.096,11 t, plastika: 896,42 t, staklo: 215,53 t, tekstil: 91,72 t, drvo: 1.063,74 t, EE otpad: 28 t. |
| **Reciklirano po stanovniku** | 3.391,52 kg |
| **Tehnologija za glomazni otpad** | Drobilica |
| Provode se edukativni programi i inicijative s ciljem poticanja posjetitelja i lokalnog stanovništva na odgovorno zbrinjavanje otpada, a programi se prvenstveno realiziraju u osnovnim školama, vrtićima i na javnim tribinama. | |

*Izvor: VIK Karlovac d. o. o, obrada autora*

Upravljanje javnim zelenim površinama

Tvrtka „Zelenilo” d. o. o. potiče lokalna poduzeća na zaštitu, očuvanje i upravljanje lokalnom biološkom raznolikošću i krajolikom gdje god ima priliku, potiče stanovnike pri rekonstrukcijama i izgradnji novih kuća, investitore pri izgradnji, daje se savjete izvođačima radova ili projektantima.

Tablica 40: Održavanje javnih zelenih površina u Karlovcu

| **Kategorija** | **Podaci** |
| --- | --- |
| **Ukupna površina grada Karlovca** | 396,37 km² |
| **Javne zelene površine pod održavanjem Zelenila** | 1,56 km² (155,6 ha) |
| **Zelena površina po stanovniku** | 37 m² po stanovniku (bez šuma) |
| **Broj stanovnika** | 49 377 |
| **Djelatnici na održavanju** | 37 djelatnika + 5 (voditelj i poslovođe) = ukupno 42 osoba |
| **Površina koju održava jedan djelatnik** | 1.556.065 m² ukupno / 42 djelatnika = cca 37.049 m² po osobi |
| **Udio autohtonih biljaka u sadnjama** | Oko 85 % |
| **Navodnjavanje** | Sustav navodnjavanja postoji samo na pet rotora |
| **Gnojidba** | Koristi se kompost pri sadnji stabala i grmlja |
| **Standardi oblikovanja površina** | Djelomično standardizirani; u tijeku izrada dokumentacije za okoliš javnih zgrada i park Grabrik |
| **Godišnji trošak hortikulturnog održavanja** |  |
| • 2024. | 1.802.249,49 € → 43 € po stanovniku |
| • 2023. | 1.558.606,25 € → 37 € po stanovniku |
| • 2022. | 1.234.321,95 € → 29 € po stanovniku |
| • 2021. | 1.303.336,68 € → 31 € po stanovniku |
| • 2020. | 1.181.889,56 € → 28 € po stanovniku |

*Izvor: tvrtka Zelenilo d. o. o. Karlovac, obrada autora*

Energetska infrastruktura

Mjesečna potrošnja električne energije prema podacima HEP-a pokazuje jasne sezonske oscilacije kroz cijelu godinu. Najveća potrošnja zabilježena je tijekom ljetnih mjeseci i u rujnu, osobito u srpnju i kolovozu kada se povećava turistički promet i potrebe za klimatizacijom rastu. U zimskim i proljetnim mjesecima potrošnja je niža, što odražava tipične klimatske i životne navike korisnika, te turistički promet.

Tablica 41: Potrošnja električne energije, mjesečna analiza za 2024. godinu

|  |  |
| --- | --- |
| SIJEČANJ | 61.796 |
| VELJAČA | 55.545 |
| OŽUJAK | 59.322 |
| TRAVANJ | 58.955 |
| SVIBANJ | 64.163 |
| LIPANJ | 71.198 |
| SRPANJ | 82.979 |
| KOLOVOZ | 82.418 |
| RUJAN | 79.618 |
| LISTOPAD | 65.407 |
| STUDENI | 61.803 |
| PROSINAC | 63.781 |

*Izvor: Hrvatska elektroprivreda d.d.*

Telekomunikacijska infrastruktura i dostupnost interneta

**Situacijska analiza:**

Tablica 42: Razina digitalne povezanosti u destinaciji Karlovac

| **Kategorija** | **Opis / Vrijednost** |
| --- | --- |
| **Dostupnost mreže** | 5G u centru grada Karlovca, 4G u ostalim urbanim i većini ruralnih dijelova |
| **Brzina interneta (5G)** | 200 – 250 Mbps (centar grada) |
| **Brzina interneta (4G)** | Do 150 Mbps (centar grada) |
| **Brzina interneta u ruralnim dijelovima** | Varira između 2 – 40 Mbps |
| **Stabilnost mreže** | Zadovoljavajuća u urbanim područjima; promjenjiva u ruralnim zonama |
| **Besplatan Wi-Fi – dostupne lokacije** | Aquatika – slatkovodni akvarij Karlovac, Stari grad Dubovac, Šetalište dr. Franje Tuđmana, Foginovo kupalište, Sportska dvorana Mladost, Turistička zajednica grada Karlovca (TIC) |

*Izvor: Grad Karlovac i procjena autora (temeljeno na dostupnim podatcima i stručnoj procjeni, 2025.)*

**Identifikacija izazova**

Za optimalnu kvalitetu života stanovnika i boravka gostiju očekuju se minimalna brzina od 100 Mbps na širokopojasnim mrežama, te 5G mreža široko rasprostranjena i visoko kvalitetna. Karlovac u središtu prati globalne standarde, no izvan urbanog područja dolazi do značajnog smanjenja brzine i kvalitete internetske veze. Iako su besplatni *wi-fi hotspotovi* na popularnim lokacijama dobro implementirani, dodatna ulaganja u modernizaciju digitalne infrastrukture izvan centra nužna su kako bi destinacija postala konkurentna na globalnoj razini. U planu je rješavanje izazova u sljedećih pet godina, širenje optičke infrastrukture na cijelo područje grada.

Energetska učinkovitost i obnovljivi izvori energije

U obnovljive izvore energije Grad Karlovac je uložio u 2024. godini 447.437, 86 eura u izgradnju sunčanih elektrana na 14 javnih nekretnina – ugljični otisak bit će manji za 72,38 tCO2/god. ugljični otisak bit će manji za 72,38 tCO2/god.

**Ključni projekti i realizacije:**

**Energetska obnova javnih i privatnih objekata**: U 2025. na području Karlovačke županije pokrenuta je energetska obnova 321 obiteljske kuće s ukupnom vrijednošću od 7,7 milijuna eura, pri čemu Fond za zaštitu okoliša i energetsku učinkovitost sufinancira 3,5 milijuna eura bespovratno. Sufinanciranje uključuje toplinsku izolaciju, zamjenu stolarije i sustava grijanja.

**Obnova javnih zgrada**: Gradska knjižnica „Ivan Goran Kovačić“ u Karlovcu obnovljena je energetskim mjerama u razdoblju 2018. – 2020., čime je energetski razred podignut s E na B kategoriju, smanjena emisija CO2 za 97,27 %, a ušteda energije iznosi 193.330kWh godišnje. Projekt je sufinanciran iz europskih fondova.

**Sokolski dom Karlovac**: Energetska obnova vrijedna 720.000 €, od čega je 540.000 € bespovratno iz Mehanizma za oporavak i otpornost. Obuhvaća toplinsku izolaciju, LED rasvjetu, ventilaciju i postavljanje fotonaponskih panela. Očekuje se smanjenje troškova toplinske energije za 68 % godišnje.

**Revitalizacija vrelovodne mreže i prelazak na OIE**: Grad Karlovac provodi sveobuhvatni projekt preuređenja gradske toplinske mreže kako bi prešao s fosilnih goriva na obnovljive izvore energije, uz procijenjenu vrijednost projekta od 17,7 milijuna eura, od čega je čak 13,7 milijuna eura bespovratnih iz europskih fondova[4](https://ituprojekt.gradska-toplana.hr/2023/12/19/karlovac-gradi-buducnost-obnovljivi-izvori-energije-za-odrzivu-i-zdravu-sredinu/)[5](https://ituprojekt.gradska-toplana.hr/).

**Geotermalna energija**: Grad Karlovac započeo je s istražnim bušenjem kod Šumbara, s ciljem spajanja geotermalne vode na centralni toplinski sustav. Plan je da 8000 korisnika toplane koristi obnovljive izvore, čime bi Karlovac postao prvi grad u Hrvatskoj s takvim sustavom grijanja.

**Solarne elektrane**: Već 14 gradskih objekata ima solarne elektrane na krovovima, a Grad potiče i dalje ugradnju solarnih sustava u privatnom i javnom sektoru.

**Bespovratna sredstva i poticaji Grada Karlovca:**

* Za energetsku obnovu obiteljskih kuća moguća je dodatna potpora Karlovačke županije do 10 % prihvatljivih troškova vlastitog učešća, ovisno o broju prijava i raspoloživom proračunu.
* Grad Karlovac objavio je poziv za sufinanciranje ugradnje obnovljivih izvora energije u kućanstvima, a sudjeluje i u sufinanciranju energetski učinkovite opreme (kalorimetra i termostatskih ventila).
* Grad aktivno sufinancira energetsku obnovu zaštićenih povijesnih objekata i onih u urbanističkim cjelinama.
* Planirana je potpuna zamjena javne rasvjete LED tehnologijom.
* Osnivaju se i energetske zajednice po modelu građanske energije, uz stručnu i financijsku podršku Grada.

Karlovac se kontinuirano razvija kao regionalni lider u zelenoj tranziciji, koristi multiplikacijski učinak europskih sredstava i nacionalnih fondova te snažno promovira primjenu obnovljivih izvora energije i energetsku učinkovitost, kako kroz velike infrastrukturne projekte, tako i kroz male, individualne poticaje građanima i poduzećima.

Upravljanje kupalištem

Karlovac, grad na četiri rijeke, prepoznat je po svom bogatstvu prirodnih vodnih površina koje ljeti postaju važne rekreativne, turističke i društvene točke. **Foginovo kupalište** na rijeci Korani, koje već godinama privlači brojne lokalne posjetitelje i turiste ali, postoje brojni izazovi koji utječu na cjelokupno iskustvo korisnika, sigurnost i održivost upravljanja riječnim kupalištima.

Situacijska analiza

Trenutna situacija pokazuje da kupališta dijelom infrastrukturno dotrajala te je u postupku obnova. Bez obzira na dizalo i ljuljačku još uvijek postoji nedostatna pristupačnost za osobe s invaliditetom.

**Potrebne mjere**

* Uređenje prilaza za osobe s invaliditetom.
* Postupak za stjecanje Plave zastave za Foginovo kao pilot projekt, s ciljem postupnog uključivanja i drugih potencijalnih riječnih kupališta.
* Sezonsko i cjelogodišnje aktiviranje lokalne zajednice kroz kulturne i sportske programe uz obalu.
* Kontinuirana promocija sadržaja.

Zakonski i regulatorni resursi

**Situacijska analiza**

Grad Karlovac primjenjuje određene zakonske propise i mjere kojima regulira utjecaje turizma na okoliš i kvalitetu života građana. Provode se smjernice o zagađenju svjetlom, osobito u urbanom središtu i uz prirodna područja. Bukobrani na brzoj cesti ukazuju na svijest o akustičnom zagađenju, dok se za vrijeme javnih manifestacija provodi kontrola buke. Podnesena je samo jedna prijava zbog buke povezane s turističkim aktivnostima, što ukazuje na dobru razinu kontrole. Grad Karlovac je usvojio Odluku o dozvoljenom prekoračenju najviše dopuštene razine buke, čime se omogućava održavanje pojedinih događanja, ali i regulira razina prihvatljivog utjecaja na lokalno stanovništvo. Poduzetnike se potiče da se pridržavaju zakonskih ograničenja, posebno u vezi sa zagađenjem svjetlom i bukom. Međutim, nedostaju regulative u nekoliko ključnih sektora vezanih uz održivo upravljanje turizmom, posebice u privatnom smještaju, taksi uslugama, poslovnim prostorima, ulaznim točkama u grad, ugostiteljstvu i vizualnom identitetu destinacije.

**Identifikacija izazova**

U području privatnog smještaja u Karlovcu primjećuje se kako su smjernice za standardizaciju kvalitete usluga nedovoljno jasne i ažurirane, osobito u segmentima kao što su energetska učinkovitost objekata, estetska usklađenost smještajnih kapaciteta i regulacija prometa. Ulazi u grad vizualno ne ostavljaju pozitivan dojam na posjetitelje, budući da su fasade pretežno neuređene, a putnike zbunjuje neuredna komercijalna signalizacija. Taksi usluge karakterizira nepostojanje transparentnog cjenika i definiranih standarda kvalitete, a dodatni izazov predstavlja otežana digitalna pristupačnost i nedostatak moderne aplikacije za naručivanje vozila. Poslovni prostori u staroj gradskoj jezgri, osobito u Zvijezdi, često ostaju neiskorišteni zbog visokih troškova ulaganja i nedovoljnih poticaja za njihovu prenamjenu u ugostiteljske ili kulturne sadržaje. Ugostiteljski objekti u gradu najčešće su koncentrirani u centru, čime nastaju prostorne neravnoteže te je ponuda lokalne i autentične kuhinje ograničena, a tijekom ljeta njihova dostupnost opada zbog korištenja godišnjih odmora upravo u sezoni najveće potražnje. Regulative o svjetlosnom i zvučnom zagađenju nisu jasno određene za ugostitelje i organizatore događanja, a istovremeno nedostaju precizne smjernice o postavljanju i korištenju urbane opreme, reklamnih natpisa i rasvjete u skladu s modernim urbanim standardima.

**Potrebne mjere u roku 6 – 12 mjeseci nakon donošenja Plana upravljanja turizmom:**

1. Plan smještajnih kapaciteta.

2. Plan za razvoj taksi službe: kvaliteta, poticanje električnih vozila i sl.

3. Plan upravljanja poslovnim prostorima u centru grada.

4. Plan za regulaciju ugostiteljskih objekata.

5. Praćenje provedbe odluke o urbanoj komunalnoj opremi.

## Prometna infrastruktura

Pregled prometne dostupnosti destinacije

Grad Karlovac, smješten u središtu Hrvatske, na sjecištu ključnih nacionalnih i transnacionalnih prometnih koridora ima povoljan prometno-geografski položaj koji osigurava dobru povezanost s ostatkom zemlje i inozemstvom. Takva pozicija predstavlja značajan razvojni potencijal u turizmu, osobito u području jednodnevnih i vikend posjeta, kao i za duži boravak.

Cestovna infrastruktura

Karlovac je izravno povezan autocestom A1 (Zagreb–Split) te državnim cestama D1 i D6. Ove prometnice omogućuju brzi pristup iz smjera Zagreba (50 km), Rijeke (110 km), Splita (350 km) i ostalih većih gradova. Glavna gradska prometna čvorišta i izlazi s autoceste vode izravno u urbanu jezgru, atrakcije i smještajne zone. Unutar grada prometnice su uglavnom u dobrom stanju, iako su uže gradske ulice u staroj jezgri i oko Zvijezde u nekim dijelovima prostorno ograničene. Potrebna su dodatna ulaganja u biciklističke staze, signalizaciju i usmjeravanje turističkog prometa.

Željeznička infrastruktura

Karlovac ima funkcionalan željeznički kolodvor na liniji Zagreb – Rijeka, s redovitim regionalnim i međunarodnim linijama. Iako postoji osnovna povezanost, učestalost vlakova i kvaliteta usluge (uključujući udobnost, vrijeme putovanja i pristupačnost za turiste) ostaju područje za poboljšanje, osobito s obzirom na potencijal za razvoj ekološki prihvatljivog turizma.

Kako bi se ubrzala željeznička veza Karlovac – Zagreb, provodi se opsežna modernizacija pruge na dionici Hrvatski Leskovac – Karlovac kojom će biti izgrađen drugi kolosijek te rekonstruirani postojeći, u ukupnoj duljini od 44 km. Nakon završetka radova vlakovi će na većini dionice voziti brzinama do 160 km/h, dok su na područjima s prostornim ograničenjima, poput grada Karlovca i dijela Jastrebarskog, predviđene brzine od 120 do 140 km/h. Projekt obuhvaća izgradnju suvremenih kolodvora, nadvožnjaka, podvožnjaka, nove signalno-sigurnosne opreme, mjera zaštite od buke i višestruko kraće vrijeme putovanja na relaciji Karlovac – Zagreb očekuje se trajanje vožnje od oko 20 minuta nakon dovršetka radova u iduće tri godine

Zračni promet

Najbliža međunarodna zračna luka je Zračna luka Franjo Tuđman u Zagrebu, koja je udaljena svega 45 minuta vožnje (cca 60 km). Dostupnost zračne luke velika je komparativna prednost, osobito za međunarodne posjetitelje i organizirani turizam, uključujući kongresni i kulturni turizam.

Riječni promet

Karlovac se nalazi na četirima rijekama (Kupa, Korana, Mrežnica i Dobra), što čini jedinstvenu hidrogeografsku osobitost. Rijeke nisu plovne pa ne postoji razvijen sustav riječnog javnog prijevoza, ali postoje potencijalne lokacija za riječni turizam (npr. eko-brodovi, čamci, kanui, riječne ture) što otvara prostor za buduće planiranje u smjeru održive mobilnosti i interpretacije prirodne baštine.

Promet u mirovanju (parkirališta)

Grad Karlovac raspolaže ograničenim brojem javnih parkirališta u užem gradskom središtu, dok su parkirna mjesta oko glavnih atrakcija i trgovačkih centara bolje razvijena. Tijekom dana, a naročito tijekom većih događanja i vršnih vikenda dolazi do zagušenja i nedostatka parkirnih kapaciteta, osobito za autobuse i organizirane grupe. Planom upravljanja predlaže se proširenje i modernizacija postojećih parkirališnih mjesta, povećanje kapaciteta, uključujući implementaciju pametnog sustava upravljanja parkiranjem i bolju signalizaciju za turiste.

**Situacijska analiza**

Karlovac se suočava sa specifičnim prostornim ograničenjima u pogledu prometne i parkirališne infrastrukture. Grad raspolaže javnim i privatnim parkirališnim kapacitetima, ali njihova raspodjela, dostupnost i kvaliteta ne prate u potpunosti svakodnevne rastuće potrebe stanovnika, posjetitelja i posebno turista, osobito u vršnim periodima sezone, za vrijeme većih manifestacija i vikenda. Posebno je izražen nedostatak organiziranih i označenih parkirališta u užem centru grada te kod glavnih atrakcija.

**Potrebne mjere i preporuke**

Upravljanje parkirališnim kapacitetima u Karlovcu predstavlja ključni segment održivog razvoja destinacije. Kako bi se osigurala visoka kvaliteta boravka za goste, ali i očuvala kvaliteta života lokalnog stanovništva, nužno je strateški i integrirano pristupiti proširenju i modernizaciji sustava za promet u mirovanju. Uvođenje pametnih rješenja, širenje infrastrukture te transparentna informiranost korisnika ključni su preduvjeti za uspjeh Karlovca kao urbane, dostupne i održive destinacije kontinentalnog turizma.

Kratkoročno, nužno je optimizirati postojeća parkirališta, postaviti privremene i fleksibilne zone te unaprijediti signalizaciju i infrastrukturu za autobuse. Srednjoročno, prioritet je razvoj pametnog sustava upravljanja parkiranjem s digitalnim platformama, povećanje broja e-punionica i proširenje sigurnih biciklističkih zona. Dugoročno se planira izgradnja višekatnih parkirališta, *park & ride* sustava uz održivi prijevoz do grada te digitalna integracija svih oblika urbane mobilnosti.

Održiva mobilnost i potrebe razvoja

Biciklističke i pješačke staze

Karlovac posjeduje značajan broj označenih biciklističkih i pješačkih trasa, ali njihova međusobna povezanost, kartiranje i digitalna dostupnost (poput mobilnih aplikacija i signalizacije na terenu) još nisu optimalno razvijene. Biciklističke rute često dijele prometnicu s automobilima, što smanjuje sigurnost i doživljaj posjetitelja.

Javni gradski prijevoz

Javni prijevoz unutar grada oslanja se isključivo na autobusne linije, s ograničenim vremenski raspored i slabiju integraciju s turističkim zonama i sadržajima. U budućnosti bi bilo poželjno uvesti *shuttle* linije, na primjer između centra, Aquatike, Starog grada Dubovca i Foginovog kupališta. Karlovac može planirati prema primjeru Jastrebarskog, koji uvodi lokalni električni autobus besplatan za sve stanovnike i povezuje sva naselja na području grada.

Elektromobilnost

Karlovac je započeo razvoj **infrastrukture za električna vozila**, ali broj dostupnih punionica još uvijek ne prati rast broja korisnika. Preporučuje se širenje mreže punionica, osobito na ključnim turističkim točkama i parkiralištima.

**Pametna rješenja u Karlovcu**

Pametna rješenja u Karlovcu predstavljaju temelj za razvoj modernog, funkcionalnog i održivog urbanog i turističkog okruženja. Iako su trenutačne funkcionalnosti još u fazi razvoja i proširivanja, postojeće inicijative pokazuju jasnu orijentaciju grada prema digitalizaciji i implementaciji tehnologija za bolju povezanost, sigurnost i iskustvo boravka u destinaciji.

Na području grada Karlovca postavljene su nadzorne kamere na odabranim ključnim prometnicama, s ciljem:

* povećanja sigurnosti u prometu,
* praćenja protočnosti prometa na frekventnim križanjima,
* praćenja potencijalnih incidenata te
* podizanja ukupne razine sigurnosti u javnim prostorima.

Kamere nisu integrirane u sveobuhvatan pametni sustav (Smart City platformu), no podaci se koriste za analizu prometa i planiranje sigurnosnih mjera u suradnji s nadležnim institucijama.

Live kamere na atraktivnim lokacijama

Trenutačno su aktivne tri live streaming kamere koje omogućuju posjetiteljima i građanima uvid u stvarno stanje na lokacijama u stvarnom vremenu na lokacijama Trga bana Petra Zrinskog, Glazbenog paviljona i Foginovom kupalištu.

Potencijali za razvoj pametnih rješenja

Karlovac ima izražen potencijal za daljnji razvoj integriranih pametnih sustava, posebno u kontekstu razvoja turizma, mobilnosti i zelene infrastrukture. Identificirana su sljedeća prioritetna područja:

* Pametno upravljanje prometom i parkiralištima. Implementacija senzora za detekciju slobodnih parkirnih mjesta, uz povezivanje sa signalizacijom i mobilnom aplikacijom za vođenje posjetitelja do najbližeg slobodnog mjesta.
* Uspostava digitalnog sustava upravljanja prometom (analitika kretanja, optimalizacija semafora, interaktivne mape).

Digitalna turistička signalizacija i navigacija

* QR kod oznake na atrakcijama i kulturnim lokalitetima s interaktivnim vodičem.
* Mogućnost e-rezervacija tura, karata i evenata kroz centraliziranu platformu.

Pametna rasvjeta i senzori okoliša

* Postavljanje senzora za praćenje kvalitete zraka, buke i UV zračenja u turističkim zonama.
* Pametna LED rasvjeta koja se prilagođava prisutnosti osoba i vremenskim uvjetima – energetski učinkovito i sigurnosno korisno.

**Big data i analitika turističkih tokova**

* Praćenje kretanja i zadržavanja posjetitelja (anonimno) radi analize ponašanja turista, što bi omogućilo bolje planiranje sadržaja i infrastrukture.
* Korištenje podataka mobilnih operatera i kartičnog poslovanja za preciznu procjenu dnevnih i noćnih posjetitelja.

**Preporuke za unaprjeđenje Smart rješenja**

1. Uspostava centralne digitalne platforme koja povezuje sustave (turizam, promet, energija, komunalna infrastruktura).
2. Povećanje broja *live* kamera na ključnim punktovima (npr. Muzej Domovinskog rata, Stari grad Dubovac, sportski objekti).
3. Osiguravanje sigurnosnih i etičkih standarda prilikom uvođenja novih tehnologija – zaštita privatnosti, transparentna obrada podataka.
4. Aktivna suradnja s IT sektorom i *start-upovima* te sudjelovanje u nacionalnim i EU projektima za pametne gradove.

**Zaključak**

Karlovac se nalazi u fazi rane digitalne transformacije, no s jasnim ambicijama i strateškim dokumentima koji prepoznaju važnost implementacije pametnih rješenja za održiv, siguran i atraktivan razvoj destinacije. Ulaganja u digitalnu infrastrukturu doprinijet će boljem upravljanju resursima, većem zadovoljstvu posjetitelja i konkurentnosti grada na turističkoj karti Hrvatske.

## Analiza stanja digitalizacije

**Situacijska analiza**

Digitalizacija turizma u Karlovcu je u fazi aktivne implementacije pametnih rješenja, uz pozitivan trend digitalne transformacije. Informativni sustavi za turiste uključuju turističko-informativne centre, digitalne interaktivne karte s GPS koordinatama za bicikliste i pješake, kao i kioska s ažuriranim informacijama o atrakcijama. Digitalni alati i aplikacije nude posjetiteljima AR iskustva, dok je **inovativni InnoVET projekt** uključio edukaciju dionika i građana kroz digitalne platforme za održivi razvoj turizma. ***Chatbotovi* i virtualni asistenti** još su uvijek u eksperimentalnoj fazi, dok je izlazna korisnička analitika kretanja turista dostupna je putem aplikacije s GPS praćenjem i relevantnim senzorskim podacima. Primjena **IoT uređaja** unapređuje korisničko iskustvo putem pametne rasvjete, sigurnosnih sustava, digitalnih ključeva u hotelima te interaktivnih vodiča na javnim mjestima. Grad Karlovac ima jasno **izrađenu Strategiju pametnog grada** te jača razvoj rješenja i digitalnih usluga.

**Identifikacija izazova**

Unatoč napretku, digitalna infrastruktura još uvijek nije ravnomjerno razvijena na svim turističkim točkama i u rubnim područjima. Nedostatak specijaliziranih digitalnih vještina među djelatnicima u turizmu i javnim službama izaziva poteškoće u održavanju i razvoju inovativnih rješenja. Inkluzija svih kategorija korisnika, posebno osoba s invaliditetom, nije potpuna te postoje izazovi u prilagodbi digitalnih resursa. Usprkos dostupnosti aplikacija, povezanost baznih podataka između sektora ostaje nedovoljno realizirana, što ograničava razmjenu podataka i personalizaciju ponude. Još nije dostignuta željena razina korištenja analitike posjetitelja i proaktivnog upravljanja turističkim tokovima putem digitalnih senzora i aplikacija[7](https://visitkarlovaccounty.hr/hr/erasmus-innovet/). Manjak implementiranih virtualnih asistenata čini korisničku podršku manje učinkovitu u stvarnom vremenu. Dijelovi destinacije nisu potpuno pokriveni AR/VR ili *gamificiranim* sadržajem, čime je turističko iskustvo još uvijek heterogeno. Nedovoljno ulaganje u održavanje i razvoj digitalnih alata može smanjiti konkurentnost destinacije na tržištu. Digitalizacija ruralnih i manje razvijenih dijelova Karlovca još je uvijek u začetku. Naposljetku, administrativne i tehničke prepreke u javnom sektoru ponekad usporavaju punu integraciju pametnih gradskih rješenja.

**Potrebne mjere**

Neophodna je daljnja ulaganja u širenje digitalne infrastrukture u svim dijelovima Karlovca, uključujući rubne i ruralne destinacije. Potrebno je osigurati kontinuiranu edukaciju o digitalnim vještinama za sve djelatnike u turizmu, javnom i privatnom sektoru kroz certificirane programe i radionice. Potrebno je potaknuti razvoj i integraciju pristupačnih digitalnih alata za osobe s invaliditetom, uključujući *voice-over* opcije, prilagođene fontove i alternativni tekst za slike. Potrebno je razviti jedinstvenu digitalnu platformu s interoperabilnim bazama podataka koja povezuje sve dionike turizma i omogućuje personalizaciju ponude i napredno praćenje kretanja posjetitelja. Potrebno je potaknuti širu implementaciju *chatbotova* i virtualnih asistenata za automatsku podršku korisnicima 24/7. Dalje unapređivati aplikacije s AR i VR sadržajima, *gamifikaciju* turističkog iskustva i digitalnu promociju kroz inovativne multimedijske alate. Osnažiti javno-privatnu suradnju u održavanju i razvoju digitalnih sustava, s posebnim naglaskom na održivost i konkurentnost destinacije. Proširiti upotrebu IoT uređaja za praćenje i optimizaciju resursa te unaprijediti upravljanje sigurnosnim i komfornim aspektima posjeta. Omogućiti kontinuirano financiranje i poticaje za razvoj digitalnih inovacija putem nacionalnih fondova i fondova EU. Potrebno je ojačati administrativne kapacitete i partnerstva s tehnološkim sektorom radi brže i učinkovitije implementacije novih rješenja u okviru Strategije pametnog grada.

## Analiza stanja pristupačnosti osobama s invaliditetom

Fizičku, kao i komunikacijsku, pristupačnost javnih površina, smještajnih kapaciteta u turizmu te pristupačnost javnog prijevoza na području grada Karlovca procjenjivali smo iz korisničke perspektive osoba različitih vrsta invaliditeta u odnosu na Tehnički propis o osiguranju pristupačnosti osobama s invaliditetom i smanjene pokretljivosti (NN 12/23). Za osiguranje uvjeta neovisnog kretanja osoba s invaliditetom i smanjene pokretljivosti u javnom prometu koriste se sljedeći elementi pristupačnosti: stajalište i peron, parkirališno mjesto, javna pješačka površina, semafor, pješački prijelaz, pješački otok i raskrižje.

**Javne pješačke staze unutar gradskog središta** sve su prilagođenije u smislu spuštenih rubnika za neometano kretanje osoba koje koriste invalidska kolica, no veliki problem predstavljaju nepropisno parkirana vozila koja na pojedinim mjestima čine pješačku stazu nedovoljno širokom za prolazak kolica.

**Javni prijevoz u gradu Karlovcu** organizirana je kao javna usluga od 1. travnja 2024. godine, a za pružatelja ove usluge u naredne tri godine odabran je Autotransport Karlovac d. o. o. Izjave građana smanjene pokretljivosti ili onih koji koriste invalidska kolica za kretanje pokazale su da većina elemenata pristupačnosti nije zadovoljena u dovoljnoj mjeri kako bi ovoj skupini putnika osigurala neometano korištenje javne usluge u autobusnom prometu.

**Autobusna stajališta te sučelja peron-ulazak u autobus** nisu prilagođena za neometan i samostalan ulazak putnika koji koriste invalidska kolica. Na stranicama autoprijevoznika Autotransport Karlovac d. o. o. nedostaju informacije o tome posjeduju li u voznom parku suvremene niskopodne autobuse s podiznim platformama za ulazak osoba koje koriste invalidska kolica ili hodalice, kao i informacije o autobusnim linijama na kojima možda prometuju prilagođeni autobusi.

**Odlukom o parkiralištima na području Grada Karlovca** (Glasnik GK 2017) omogućeno je osobama s invaliditetom da svoja vozila parkiraju na javnim parkiralištima, uz obvezu posjedovanja važeće iskaznice kojom im se priznaje pravo te evidentiranja u Službi – vlastitom pogonu Grada Karlovca za obavljanje komunalne djelatnosti usluge parkiranja na uređenim javnim površinama.

**Osobe s invaliditetom koje žele posjetiti Karlovac vlakom** od Hrvatskih željeznica mogu, 24 sata prije planiranog putovanja, zatražiti podršku prilikom ulaska/izlaska iz vlaka i putovanja vlakom. Ukoliko je riječ o putnicima koji koriste invalidska kolica za kretanje, na temelju njihovog zahtjeva osigurat će im se korištenje pokretne podizne platforme. Poteškoću stvara dizalo na stajalištu Novi Centar, koje je vrlo često pokvareno i ne može se koristiti, što putnike s invaliditetom može dovesti u nepovoljnu situaciju da na kraju putovanja ne mogu sići sa stajališta.

**Vezano uz komunikacijsku pristupačnost**, osobe s oštećenjima sluha koje koriste slušne aparate napomenule su da se u javnim objektima suočavaju s nedostatkom induktivnih petlji čija je osnovna namjena utišati okolinsku buku i omogućiti neometano primanje informacija. Također, osobe s oštećenjem sluha navele su da u javnim objektima nedostaju displeji, odnosno sustavi informiranja na kojima mogu vidjeti i pročitati pisane upute, obavijesti i slično.

**Procjena pristupačnosti smještajnih kapaciteta te restorana i ugostiteljskih objekata** pokazala je da su oni uglavnom nepristupačni ili djelomično pristupačni. Bitno je napomenuti da se percepcija pristupačnosti razlikuje ovisno o tome kako je pristupačnost procijenjena od strane vlasnika smještajnih kapaciteta, restorana i ugostiteljskih objekata u odnosu na to kako je pristupačnost percipirana od strane osoba s invaliditetom kao konzumenata, odnosno s obzirom na vrstu invaliditeta. Pružatelji nekih od usluga u turizmu pristupačnost razumiju kroz osigurano dizalo unutar objekta ili klizna vrata na ulazu, ne shvaćajući da potpuna pristupačnost znači usklađenost s propisima navedenim u Tehničkom propisu o osiguranju pristupačnosti osobama s invaliditetom i smanjene pokretljivosti (NN 12/23).

**Neke od turistički atraktivnih lokacija u gradu Karlovcu** potpuno su prilagođene, kao što su Muzej Domovinskog rada Karlovac i slatkovodni akvarij Aquatika. Ovim objektima javne namjene osiguran je neometan pristup, kao i kretanje unutar samoga objekta, što posjetiteljima s invaliditetom šalje jasnu poruku da su dobrodošli. Zbog svoje pristupačnosti, ove lokacije prepoznate su među turistima s invaliditetom iz cijele Hrvatske, a rezultati istraživanja provedenog 2019. godine (Gregorić i sur.) naveli su **slatkovodni akvarij Aquatika kao jedan od tri najbolja primjera dobre prakse** u oblikovanju pristupačne turističke lokacije.

**Druge turistički atraktivne lokacije**, poput gradskog kupališta u Karlovcu (tzv. Foginovo kupalište) i obližnjeg Nikola Tesla Experience centra, prema iskustvima osoba s invaliditetom, ipak nisu u potpunosti pristupačne u arhitektonskom i komunikacijskom smislu. Unutar Nikola Tesla Experience centra nedostaje indukcijska petlja koja bi pomogla osobama oštećenim sluhom u uživanju ponuđenih sadržaja, dok Foginovo kupalište, iako je lijepa priča čijem su opremanju sudjelovale i osobe s invaliditetom, ima prepreke poput šljunka na pristupnoj stazi koji onemogućava prilaz osobama koje koriste invalidska kolica ili hodalicu za kretanje.

Osobe s invaliditetom kao konzumenti turističkih sadržaja i usluga predstavljaju rastuće tržište u Europskoj uniji i u Hrvatskoj. S obzirom na kontinuirani rast broja osoba s invaliditetom u općoj populaciji, pretpostavlja se da će u budućnosti ta brojka dodatno porasti. Prema podatcima iz Registra osoba s invaliditetom u Republici Hrvatskoj (HZJZ), na dan 4. rujna 2023. u Gradu Karlovcu živi 7919 osoba s invaliditetom, od čega je najveći broj, ukupno 3256 osoba, u dobi između 20 i 64 godine. Riječ je o osobama različitih vrsta i stupnjeva invaliditeta. Na području grada Karlovca aktivno djeluje i 10 udruga osoba s invaliditetom koje predstavljaju populaciju građana s invaliditetom. Svi su oni potencijalni korisnici različitih javnih manifestacija i sadržaja koji se održavaju u gradu, a upravo putem građana s invaliditetom ili njihovih predstavničkih organizacija Grad Karlovac može postati turističko odredište i za osobe s invaliditetom iz cijele Hrvatske i šire.

## Analiza organiziranosti i dostupnosti

Tablica 43: Analiza organiziranosti i dostupnosti u turizmu na području grada Karlovca

| **Kategorija** | **Podkategorija / Sektor** | **Opis funkcije i doprinosa** |
| --- | --- | --- |
| Uslužne djelatnosti | smještaj, ugostiteljstvo, agencije | pružanje raznolike ponude smještaja i ugostiteljskih usluga – kvaliteta i specijalizacija |
| Uslužne djelatnosti | transport | mobilnost posjetitelja – lokalni i regionalni prijevoz, najam, transferi |
| Uslužne djelatnosti | zdravlje i *wellness* | usluge za zdravlje turista – spa, wellness, medicinske ustanove |
| Uslužne djelatnosti | kultura i zabava | ponuda kulturnih sadržaja i događanja – muzeji, festivali, atrakcije |
| Uslužne djelatnosti | financijske usluge | pristup platnim i mjenjačkim uslugama – fizičke i digitalne opcije |
| Uslužne djelatnosti | maloprodaja i suvenirnice | kupnja suvenira, proizvoda i opreme – promocija lokalnog identiteta |
| Uslužne djelatnosti | informacijsko-komunikacijske usluge | digitalni pristup informacijama, wi-fi, interaktivne mape, telekom |
| Uslužne djelatnosti | rekreacija i sport | ponuda sportskih aktivnosti – tereni, vodiči, sportski centri |
| Uslužne djelatnosti | javna komunalna infrastruktura | čistoća, sanitarije, sigurnost javnih prostora – funkcionalnost destinacije |
| Uslužne djelatnosti | dječji i obiteljski sadržaji | dječji sadržaji, čuvanje djece i edukacija za obitelji s djecom |
| Uslužne djelatnosti | turistički vodiči i interpretatori | vođenje turista kroz baštinu i tematizirane ture |
| Uslužne djelatnosti | digitalna infrastruktura i tic-ovi | turističko-informacijski centri, digitalna dostupnost podataka |
| Javne službe | sigurnost i hitne službe | hitna pomoć, policija, vatrogasci, spasilačke službe – sigurnost i reakcija |
| Javne institucije | gradska i regionalna uprava | institucije koje donose razvojne i prostorne odluke za grad |
| Kulturne i obrazovne ustanove | kulturne i obrazovne institucije | kulturne ustanove i škole koje sudjeluju u promociji i edukaciji za turizam |
| Sportske ustanove | sportski klubovi i savezi | organizacija sportskih događanja i promocija sportskog turizma |
| Edukativne ustanove | srednje škole, visoke škole i fakulteti za turizam i hotelijerstvo koje doprinose kroz obrazovanje stručnog kadra za turizam i sudjeluju u istraživanjima koja mogu unaprijediti destinacijski menadžment; | Ekonomsko-turistička škola Karlovac, Trgovačko-ugostiteljska škola Karlovac, Veleučilište u Karlovcu, Pouka Karlovac. |
| Zdravstvene ustanove | bolnice, lječilišta i domovi zdravlja | zdravstvene usluge za posjetitelje i zdravstveni turizam |
| Financijske institucije | banke i pošta | osiguravanje financijskih usluga, poštanske i dostavne usluge |
| Službe sigurnosti | policija, HGSS, vatrogasci | zaštita turista i lokalnog stanovništva kroz sve žurne službe |
| Vjerske zajednice | crkve i vjerske organizacije | duhovna i kulturna dimenzija posjeta, podrška događanjima |
| Udruge i organizacije | turističke i lokalne udruge | suradnja u promociji kulture, baštine, ponude i zapošljavanja |
| Ekološke i planske institucije | zaštita prirode, prostorno planiranje | očuvanje okoliša, planiranje razvoja i prostorna održivost |

*Izvor: Grad Karlovac, Turistička zajednica grada Karlovca i procjena autora (temeljeno na dostupnim podatcima i stručnoj procjeni, 2025.)*

Analiza sigurnosti

Sigurnost je temelj svake turističke destinacije. Kvalitetne sigurnosne mjere pružaju posjetiteljima osjećaj ugode i zaštite tijekom boravka. Pravilno planiranje i implementacija sigurnosnih protokola doprinose smanjenju rizika i mogućih incidenata. Korištenje modernih tehnologija i kontinuirana obuka osoblja ključno je za održavanje visoke razine sigurnosti. Turisti koji se osjećaju sigurno češće preporučuju destinaciju. Komunikacija o sigurnosnim mjerama stvara povjerenje između turističkih djelatnika i posjetitelja. Ukupno gledano, sigurnost je ključni faktor koji osigurava stabilan razvoj i pozitivno iskustvo turista, čime se dodatno unapređuje cjelokupna turistička ponuda. U nastavku ističemo podatke za 2024. godinu analize rezultata MUP-a Karlovac. Tijekom 2024. godine organizirane su edukacije o sigurnosti u prometu. Edukacije su održane putem javnih medija i web stranice MUP-a. Promidžbeni materijali na više stranih jezika osigurani su za siguran boravak turista. U 2024. godini, zabilježeno je ukupno 884 kaznenih djela i prekršaja sukladno Zakonu o prekršajima protiv javnog reda i mira. U prometnim nesrećama osam je osoba smrtno stradalo. Niti jedan prigovor turista nije evidentiran. Unatoč velikom tranzitu turista, smatramo da je destinacija vrlo sigurna.

Zdravstvena zaštita i sigurnost

Zdravstvena zaštita u Karlovcu organizirana je primarno kroz županijske ustanove. Grad Karlovac nije imao izravna ulaganja u zdravstveni sustav u 2024. godini u svrhu turizma, budući da financiranje zdravstvenih ustanova nije u nadležnosti Grada. Također, nije bilo iskazane potrebe za organiziranjem turističkih ambulanti. Sigurnosne mjere povezane s javnim zdravljem imaju važnu ulogu za zaštitu i turista i lokalnog stanovništva. Na Foginovom kupalištu tijekom sezone djeluje organizirana spasilačka služba, opremljena kompletima prve pomoći, uključujući defibrilator. Defibrilatori su dodatno postavljeni na više lokacija značajnih za posjetitelje: Školsko-športska dvorana Mladost, Aquatika – Slatkovodni akvarij Karlovac, Teniski klub Karlovac i Foginovo kupalište.

Tablica 44: Pregled zdravstvenih i preventivnih institucija u svrhu unapređenja zdravlja

| **Institucija** | **Uloga u destinaciji** |
| --- | --- |
| **Opća bolnica Karlovac** | primarna bolnička ustanova za sve hitne i planirane slučajeve |
| **Dom zdravlja Karlovac** | osigurava osnovnu i kontinuiranu zdravstvenu skrb za lokalno stanovništvo i posjetitelje |
| **Zavod za javno zdravstvo Karlovačke županije** | preventivni programi, edukacija i savjeti vezani uz javno zdravlje, kontrola vode |
| **Trend Wellness & Fitness centar** | nudi sadržaje zdravstvenog i wellness turizma (fitnes, masaže, saune) |

*Izvor: Grad Karlovac, Turistička zajednica grada Karlovca i procjena autora (temeljeno na dostupnim podatcima i stručnoj procjeni, 2025.)*

Prema izvješću Javne vatrogasne postrojbe Karlovac za 2024. godinu bilo je 451 intervencija na području grada, od čega su požari cca 30 %, tehničke intervencije više od 50 %, sanacija prometnica nakon nesreća i ostale intervencije.

## Analiza stanja i potreba ljudskih potencijala

Analiza ljudskih potencijala u turizmu i ugostiteljstvu polazi od stvarnih potreba poslodavaca, koje se utvrđuju anketama i intervjuima te analizom najtraženijih zanimanja, potrebnih vještina i razine obrazovanja. Poseban fokus stavlja se na sezonalnost i manjak radne snage u određenim razdobljima, što zahtijeva fleksibilne i ciljane pristupe zapošljavanju. Procjenjuje se da sezonski radnici čine oko 30 % ukupnog broja zaposlenih u turizmu u Karlovcu. Važno je razvijati obrazovne programe u suradnji s industrijom, koji odgovaraju na konkretne potrebe tržišta rada. Predlažu se programi za privlačenje mladih u sektor, uključujući stipendiranje, mentorstvo i unaprjeđenje radnih uvjeta. Ključna je snažna suradnja između turističkih zajednica, obrazovnih ustanova i poslodavaca, kroz zajedničke projekte i regionalne centre kompetentnosti. Turističke zajednice imaju ulogu koordinacije i komunikacije među dionicima te mogu organizirati stručne skupove, okrugle stolove i radionice za usklađivanje ponude i potražnje za kadrovima. Također, mogu provoditi promotivne aktivnosti za mlade, s ciljem razvijanja interesa za turistička zanimanja i povezivanja s lokalnom destinacijom. **Aktivnosti koje su u tijeku provedbe i potrebno je daljnje unapređivanje:**

**1. Koordinacija i komunikacija s dionicima** – Grad i Turistička zajednica imaju ključnu ulogu u povezivanju javnog i privatnog sektora kroz organizaciju koordinacija, radionica, okruglih stolova i radnih sastanaka.

**2. Promocija turističkih i ugostiteljskih zanimanja** – Turistička zajednica može djelovati kao posrednik u organizaciji predstavljanja strukovnih zanimanja učenicima završnih razreda osnovnih škola, kako bi se pravovremeno usmjeravala profesionalna orijentacija mladih prema traženim zanimanjima u sektoru turizma i ugostiteljstva.

**3. Stipendijski programi za deficitarna zanimanja** – Stipendije Ministarstva turizma i sporta i stipendije Grada Karlovca. Grad Karlovac dodjeljuje godišnje ukupno 70 stipendija, od čega: 10 za studente prema općem uspjehu, 25 za studente u deficitarnim zanimanjima, 10 za učenike prema općem uspjehu, 25 za učenike u deficitarnim zanimanjima.

**4. Provođenje stručne prakse i modularne nastave** – Turistička zajednica aktivno sudjeluje u edukaciji budućih kadrova kroz suradnju sa srednjim strukovnim školama u provođenju modularne nastave i stručnu praksu te s visokoškolskim ustanovama čiji studenti također redovito obavljaju praksu u turističkoj zajednici.

## Analiza komunikacijskih aktivnosti

Pregled korištenja postojećih komunikacijskih kanala

Turistička zajednica grada Karlovca bilježi kontinuirani rast digitalne prisutnosti, s naglaskom na povećanje prometa na svojoj službenoj mrežnoj stranici. Ključan faktor tog rasta ciljane su digitalne kampanje koje se provode putem vlastitih komunikacijskih kanala, a čiji sadržaji i oglasni pozivi vode korisnike na posebno izrađene „*landing*“ stranice unutar službenog *weba*. Najveći broj posjeta web stranici zabilježen je u mjesecima intenzivnih promotivnih aktivnosti – travnju, svibnju, srpnju, kolovozu i prosincu. Tijekom 2024. godine ostvareno je ukupno 330 000 pregleda stranica, a najviše interesa izazvao je sadržaj posvećen temi „četiri rijeke“, što ukazuje na autentičnost prirodnog identiteta Karlovca kao turističke destinacije.

Pored mrežne stranice, Turistička zajednica održava aktivne profile na društvenim mrežama Facebook, Instagram, YouTube i LinkedIn. Na tim platformama redovito se objavljuju vizualno i informativno atraktivni sadržaji s ciljem promocije destinacije, događanja, proizvoda i vrijednosti koje Karlovac kao destinacija nudi. Digitalna komunikacija usmjerena je kako prema domaćem stanovništvu, tako i prema ciljnim tržištima i potencijalnim posjetiteljima, a istovremeno se gradi i institucionalni imidž Karlovca u poslovnom i stručnom okruženju putem LinkedIna. Ova digitalna strategija omogućuje stalno praćenje trendova, a njezina učinkovitost očituje se u mjerljivim rezultatima i povećanoj vidljivosti Karlovca na turističkoj karti Hrvatske. Redovito se objavljuju blog tekstovi te se pretplatnicima šalje newsletter. Potencijal za daljnji razvoj nalazi se u naprednijem korištenju alata za analitiku, personalizaciji komunikacije kroz *storytelling* putem videosadržaja i partnerskih suradnja.

Analiza digitalnog prisustva

Procjena učinkovitosti web stranice te aktivnosti i angažmana na društvenim mrežama uključuje praćenje broja pratitelja, lajkova, dijeljenja, komentara, kao i učinkovitost korištenja digitalnog oglašavanja putem alata poput Google Ads i Facebook Ads. Najveći angažman bilježi se na platformama Facebook i Instagram, koje su ujedno i najčešće korišteni kanali komunikacije. Ovakvi rezultati ponajviše su rezultat kontinuiranih digitalnih kampanja koje se provode tijekom cijele godine.

Sadržaj na društvenim mrežama pažljivo se planira i tematski prilagođava sezonskim promjenama, aktualnim događanjima i specifičnostima pojedinih razdoblja, čime se osigurava relevantnost i atraktivnost objava. Za svaku provedenu kampanju izrađuju se detaljni izvještaji koji prikazuju ostvarene rezultate, čime se omogućuje stalna evaluacija i optimizacija komunikacijske strategije. Ovakav pristup osigurava dosljednost u prezentaciji destinacije i jača odnos s korisnicima digitalnih kanala.

Analiza *offline* aktivnosti

Korištenje tradicionalnih komunikacijskih alata u promociji turističke ponude grada Karlovca i dalje ima važnu ulogu, osobito u direktnom kontaktu s posjetiteljima. Sudjelovanje na turističkim sajmovima odvija se uvijek u koordinaciji s Turističkom zajednicom Karlovačke županije i ostalim relevantnim dionicima, čime se osigurava usklađena i cjelovita prezentacija destinacije. Turistička zajednica grada Karlovca pritom priprema samo nužno potrebne promotivne materijale vodeći računa o stvarnim interesima i potrebama gostiju.

Offline promocija

Najtraženiji među tiskanim materijalima su turistička karta grada s planom ulica, gastro karta te općenita brošura s preporukama što posjetiti tijekom boravka u gradu. Tiskani materijali dostupni su ne samo u Turističko-informativnom centru (TIC), već i u svim smještajnim objektima, suvenirnicama, te na info pultovima atrakcija, čime se osigurava njihova dostupnost širokom krugu posjetitelja. Uz to, panoi s prikazima ključnih turističkih atrakcija postavljeni su na strateškim mjestima poput autobusnog i željezničkog kolodvora, osiguravajući vidljivost i informiranost već pri dolasku u destinaciju.

Analiza suradnje s trećim osobama

Suradnja s medijima, influenserima i turističkim posrednicima u Karlovcu organizirana je na način koji omogućuje kontinuiranu i transparentnu promociju destinacije. Turistička zajednica grada Karlovca održava redovitu komunikaciju s medijima, ponajprije putem priopćenja za javnost, ali i kroz dostupnost svojih predstavnika za izjave, intervjue i dostavu relevantnih podataka. Učinkovitost odnosa s javnošću i medijskog angažmana prati se kroz sustav *press clippinga,* kojim se evidentira objavljenost i medijski doseg aktivnosti.

Suradnja s influenserima i kroz organizaciju *press tripova* (putovanja za novinare i blogere) provodi se selektivno, s ciljem da se promoviraju tematski sadržaji destinacije, posebice u razdobljima povećanog turističkog interesa. Ovakvi oblici promocije omogućuju autentičan doživljaj grada, a istovremeno generiraju sadržaj na društvenim mrežama i portalima s velikim brojem pratitelja.

Kada je riječ o suradnji s turističkim agencijama i turoperatorima, ona je uglavnom promotivnog karaktera. Agencijama koje djeluju izvan Karlovca redovito se ustupaju profesionalne fotografije destinacije, informativni materijali te preporuke i kontakti ključnih dionika u lokalnoj ponudi. Slična suradnja uspostavljena je i s nekim autoprijevoznicima, čime se dodatno potiče integracija Karlovca u šire turističke itinerare i omogućuje bolja dostupnost informacija o destinaciji potencijalnim posjetiteljima.

Analiza mogućnosti prikupljanja i distribucije informacija za turiste

Mrežna stranica destinacije ažurira se na dnevnoj bazi, tjedno se prikupljaju informacije od dionika o događanjima i sadržajima na pojedinim lokacijama te se info o događanjima šalje svim smještajnim objektima i atrakcijama u destinaciji kako bi imali informaciju za svoje goste. Na naslovnici mrežne stranice postavljane su informacije o aktualnim događanjima.

Analiza mogućnosti marketinškog pozicioniranja

Turistička zajednica grada Karlovca sustavno provodi promotivne aktivnosti koristeći se višerazinskim kanalima nacionalne i regionalne turističke promocije. Redovitim ažuriranjem sadržaja na poddomeni portala croatia.hr, lokalna TZ omogućava Hrvatskoj turističkoj zajednici (HTZ) pristup relevantnim informacijama o turističkoj ponudi Karlovca, čime se osigurava vidljivost destinacije na nacionalnoj i međunarodnoj razini. Također se redovito šalju informacije i za HTZ-ov *newsletter*. Paralelno s time, kanali županijske turističke zajednice koriste se kao dodatna platforma za promociju, osobito pri zajedničkim nastupima, kampanjama ili predstavljanjima na sajmovima i događanjima.

Na lokalnoj razini, TZ grada Karlovca provodi operativne aktivnosti koje su primarno usmjerene na podršku događanjima, sukladno zakonom definiranim zadaćama i ovlastima lokalnih turističkih zajednica. Time se osigurava ne samo promocija lokalne ponude, već i aktivno uključivanje sve većeg broja dionika u razvoj turizma te jačanje identiteta Karlovca kao destinacije s bogatim kulturnim, povijesnim i rekreativnim sadržajima.

Marketing analiza dionika u destinaciji

Marketing analiza provedena među 25 dionika u destinaciji Karlovac donosi pregled njihove digitalne prisutnosti i načina na koji koriste dostupne marketinške alate. Vlastitu mrežnu stranicu ima nešto više od polovice dionika (56 %), a većina ih koristi kvalitetne fotografije i osnovne informacije o ponudi. *Online* rezervacije ili kupnju izravno putem vlastite stranice omogućava 43 % smještajnih objekata i/ili atrakcija, dok je 63 % smještajnih objekata prisutno i na platformi Booking.com. Svi dionici imaju lokaciju na Google Mapsu, no aktivno upravljanje profilom, što podrazumijeva preuzetu i redovito ažuriranu lokaciju s fotografijama, radnim vremenom i poveznicama, provodi 68 % njih. To pokazuje da dio dionika još uvijek ne koristi u potpunosti besplatne alate koje Google nudi za bolju online vidljivost i komunikaciju s gostima. Na TripAdvisoru profil ima 44 % dionika, a samo trećina tih profila sadrži potpun opis ponude. S druge strane, gotovo svi (91 %) koriste kvalitetne fotografije, što pokazuje sve veći naglasak na vizualnu prezentaciju. Facebook koristi 80 % dionika, a njih 45 % redovito objavljuje i aktivno komunicira s pratiteljima. Instagram profil ima trećina dionika, od kojih 60 % aktivno objavljuje sadržaje. Umrežavanje s drugim lokalnim subjektima, poput međusobnog označavanja i zajedničkih objava, još uvijek nije zaživjelo – provodi ga tek 8 % dionika.

**Zaključak**

Rezultati pokazuju da dionici destinacije Karlovac imaju solidnu osnovu digitalne prisutnosti, posebno u segmentu smještaja i atrakcija. Ipak, postoji prostor za napredak, prije svega u jačanju *online* komunikacije i većem iskorištavanju vlastitih digitalnih kanala. Kao prioriteti ističu se izrada jednostavnih, ali funkcionalnih mrežnih stranica, bolje upravljanje Google Maps lokacijama te redovitije objave na društvenim mrežama. Uz podršku i edukaciju Turističke zajednice, dionici mogu dodatno unaprijediti vidljivost svoje ponude i zajednički pridonijeti prepoznatljivosti Karlovca kao turističke destinacije.

**Potrebne mjere**

* + - Redovito provoditi edukacije za dionike o digitalnom marketingu, društvenim mrežama i vizualnoj prezentaciji, s ciljem podizanja kvalitete sadržaja i bržeg prilagođavanja tržišnim promjenama.
    - Poticati međusobno povezivanje dionika i zajedničke promotivne aktivnosti kroz komunikacijske kanale Turističke zajednice, uz uvođenje sustava priznanja ili poticaja za najaktivnije i najkreativnije.
    - Razvijati individualizirane komunikacijske pristupe za različite kanale, kako bi poruke bile usklađene s identitetom destinacije i očekivanjima ciljanih skupina posjetitelja.

Destinacija ima stabilne temelje digitalne prisutnosti i prepoznatljivih komunikacijskih kanala, no daljnji napredak ovisi o sustavnijem praćenju rezultata, jačanju kompetencija dionika i boljoj međusobnoj suradnji. Povezivanjem dionika, unapređenjem digitalnih alata i aktivnim korištenjem zajedničkih komunikacijskih resursa moguće je dodatno ojačati vidljivost Karlovca kao dinamične i suvremene destinacije.

**Upravljanje kvalitetom**

Upravljanje kvalitetom predstavlja jedan od temeljnih elemenata održivog razvoja turističke destinacije. Kvaliteta doživljaja, infrastrukture, usluge i komunikacije izravno utječe na zadovoljstvo posjetitelja, konkurentnost destinacije te kvalitetu života lokalnog stanovništva. Da bi se kvalitetom upravljalo sustavno i dugoročno, potrebno je kontinuirano pratiti stanje na terenu, analizirati turističke tokove i opterećenje prostora, uključiti relevantne dionike i razviti jasne standarde i alate za praćenje i unapređenje.

Integralno upravljanje kvalitetom u destinaciji Karlovac razvija se kroz suradnju Turističke zajednice grada Karlovca i projektnog tima IQM Destination, s ciljem povezivanja dionika, jačanja razine usluge te usklađivanja ponude s identitetom destinacije i očekivanjima gostiju. Model se temelji na cjelovitom pristupu razvoju destinacije, u kojem se potiče suradnja i razmjena znanja među dionicima, mjeri zadovoljstvo gostiju i dionika, te aktivno radi na povećanju prepoznatljivosti ponude i profesionalizaciji poslovanja.

Posebna vrijednost projekta ogleda se u njegovoj praktičnoj primjeni – kroz individualni rad s dionicima, stalnu edukaciju, savjetovanja i alate za svakodnevni rad, s naglaskom na kvalitetu doživljaja i održivo upravljanje destinacijom.

**Ključne aktivnosti**

* Audit i savjeti dionicima, s analizom poslovanja i preporukama za unaprjeđenje kvalitete usluge, komunikacije i vizualne prezentacije.
* Izrada individualnih marketinških analiza s konkretnim prijedlozima i praćenjem njihove provedbe u suradnji s Turističkom zajednicom.
* Dodjela certifikata kvalitete najistaknutijim dionicima temeljem standarda i rezultata *online* reputacije.
* Izrada i distribucija knjiga standarda za različite skupine dionika, uz lokalno prilagođene preporuke koje odražavaju identitet Karlovca i njegovih vrijednosti.
* Razvijanje kartice dobrodošlice za goste (IQM Pass) koja povezuje lokalne ponuđače i potiče dodatnu potrošnju, boravak i istraživanje destinacije.
* Izrada digitalnih itinerara i *Trip-planera* koji povezuju ponudu dionika i ističu lokalne atrakcije, događanja i doživljaje.
* Organizacija edukacija, radionica i događanja posvećenih promociji kvalitete i profesionalizaciji turizma u Karlovcu.
* Zajednička promocija dionika kroz društvene mreže, newslettere i objave koje jačaju prepoznatljivost destinacije i stvaraju dojam jedinstvene zajednice.

Projekt IQM Destination Karlovac time postaje ključni alat za razvoj održivog i integriranog modela destinacijskog upravljanja, utemeljenog na kvaliteti, suradnji i kontinuiranom unaprjeđenju.

**Potrebne mjere**

* + - Nastaviti redovito izvještavanje dionika o *online* reputaciji i percepciji kvalitete usluge, uz praćenje trendova i povratne informacije gostiju.
    - Proširiti uključivanje dionika u proces praćenja rezultata i zajedničkog planiranja aktivnosti poboljšanja.
    - Poticati aktivno odgovaranje na komentare i recenzije, uz dodatne smjernice o kvalitetnoj online komunikaciji i rješavanju pritužbi.
    - Uspostaviti sustav priznanja i dodatne promocije za objekte s najvišom razinom kvalitete i angažmana u promociji destinacije.
    - Pokrenuti godišnju nagradu za izvrsnost u turizmu Karlovca, temeljenu na mjerljivim kriterijima kvalitete i inovativnosti.
    - Održavati radionice i individualna savjetovanja o interpretaciji rezultata i primjeni preporuka u svakodnevnom radu.
    - Povećati razinu suradnje među dionicima i potaknuti zajedničke inicijative koje promiču održivost i podižu standard destinacije.

Standardi kvalitete IQM Destination Karlovac

U okviru projekta IQM Destination, u suradnji s Turističkom zajednicom grada Karlovca, izrađene su knjige standarda za različite skupine dionika: hotele, hostele, kampove, ugostiteljske objekte, turističke agencije, suvenirnice i trgovine, SPA centri i kozmetički saloni, male iznajmljivače, atrakcije, lokalne proizvođače. Standardi su izrađeni s ciljem podizanja ukupne kvalitete usluge i usklađivanja ponude s očekivanjima gostiju. Svaka knjiga donosi konkretne kriterije i preporuke, prilagođene specifičnostima pojedinog segmenta.

Dio sadržaja knjiga posebno je prilagođen lokalnom kontekstu Karlovca – s naglaskom na održivost, kulturnu baštinu i prirodne resurse destinacije. Nakon izrade, standardi su predstavljeni dionicima kroz konzultacije i individualne sastanke te distribuirani u digitalnom obliku putem komunikacijskih kanala Turističke zajednice.

Ovi standardi predstavljaju temelj za usklađeno i kvalitetno djelovanje svih dionika, s ciljem povećanja prepoznatljivosti Karlovca kao destinacije koja njeguje kvalitetu, održivost i autentičnost doživljaja. Potrebno je podignuti nivo kvalitete standarda na Premium i Sustainable.

Rezultati mjerenja online reputacije

Online reputacija destinacije Karlovac za 2024. godinu temelji se na ukupno 7084 recenzije gostiju koje obuhvaćaju 71 turističkog dionika. Prosječna ocjena zadovoljstva gostiju iznosi 89/100, što potvrđuje stabilnu i visoku razinu kvalitete usluge u destinaciji. Stopa odgovaranja na komentare iznosi 30 % i bilježi blagi porast u odnosu na prethodnu godinu, što pokazuje sve veći angažman dionika u komunikaciji s gostima.

Najbolje ocijenjeni segmenti su usluga i ugođaj, dok su u kategoriji ugostiteljstva i gastronomije zabilježene posebno visoke ocjene za kvalitetu hrane i profesionalnost osoblja. Ovi rezultati potvrđuju da Karlovac bilježi rast u percepciji gostoljubivosti i autentičnosti ponude, što predstavlja važan diferencijacijski element u odnosu na druge kontinentalne destinacije.

Tablica 45: Pregled kvalitete i zadovoljstvo gostiju po grupama dionika u 2024. godini

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Vrsta objekta** | **Broj recenzija** | **Ukupna ocjena *online* reputacije** |
| hoteli | 762 | 83,89 |
| hosteli | 68 | 89,1 |
| ugostiteljski objekti | 3419 | 85,85 |
| privatni smještaj | 1131 | 92,48 |
| atrakcije | 1653 | 94,1 |
| lokalni proizvođači | 9 | 95,56 |
| turističke agencije | 42 | 99.02 |

*Izvor: Turistička zajednica grada Karlovca, 2024*

Dionici uključeni u projekt IQM Destination Karlovac redovito primaju izvještaje o *online* reputaciji, koji uključuju analizu ključnih riječi iz recenzija te preporuke za poboljšanje komunikacije i upravljanje kvalitetom. Sustavno praćenje rezultata i povećana razina angažiranosti dionika ukazuju na pozitivan trend u unapređenju kvalitete usluge i reputacije destinacije Karlovac.

## Analiza konkurentnosti

Atraktivnost i regionalna (županijska) tržišna konkurentnost

Razvoj cikloturizma u Karlovačkoj županiji obuhvaća mrežu od 2168 kilometara označenih ruta, koje trenutno u najvećem dijelu prolaze postojećim prometnicama. Postoji potreba za infrastrukturnim unapređenjem kroz izgradnju sigurnih biciklističkih staza izvan kolničkih traka (*offroad*), čime bi se povećala sigurnost i kvaliteta usluge za cikloturiste. U segmentu selektivnog turizma, posebno se ističe konjički turizam koji se razvija na rančevima i pokazao se kao atraktivan, tržišno zanimljiv i visokokvalitetan turistički proizvod. Sličan potencijal prepoznat je u api-turizmu, inovativnom obliku ruralnog turizma koji integrira pčelarstvo i zdravstveni turizam. Strategija razvoja api-turizma Karlovačke županije pozicionira županiju kao jednu od najnaprednijih regija u Hrvatskoj s četiri api-komore, odmah iza Istarske županije. U tijeku su projekti trasiranja i označavanja api-ruta, izrada gastro-knjige recepata s jelima na bazi meda, kao i organizacija edukativnih radionica. Naglašava se važnost partnerstva s lokalnim udrugama pčelara, koje provode brojne inicijative od važnosti za zajednicu i promociju destinacije.

Turistički proizvodi u Karlovačkoj županiji prostorno su relativno koncentrirani, što omogućava njihovo umrežavanje i sinergijsko povezivanje. U području gastronomije naglašava se potreba za stvaranjem prepoznatljivog i autentičnog jela koje bi moglo postati zaštitni znak destinacije. Kao jedan od promotivnih alata i atrakcija je gastro događanje u Ozlju, kada je službeno proglašena najduža štrudla na svijetu i ušla u Guinnessovu knjigu rekorda. U okviru marketinških aktivnosti, Karlovačka županija se uspoređuje s regijama Trentino-Alto Adige i Koruška, koje su poznate po uspješnom modelu razvoja ruralnog turizma. Hotelski sektor u županiji bilježi rast. Modernizacijom smještajnih kapaciteta, uključujući proširenje sadržaja s kongresnim dvoranama, otvara se prostor za razvoj kongresnog turizma.

Identifikacija konkurentskih destinacija

Usporedba s Varaždinom i Osijekom

**Varaždin** se od Karlovca razlikuje prvenstveno po snažnoj kulturnoj baštini i baroknoj jezgri, koja je okosnica turističke ponude. Uz to, odlikuje se visokom frekvencijom festivala i manifestacija tijekom cijele godine te ravnomjernom sezonalnošću. Grad ima razvijenu urbanu infrastrukturu u kombinaciji s modernom mobilnošću, brojnim hotelima, hostelima i pansionima, što omogućuje smještaj za sve segmente turista – od ekonomskog do premium. Varaždin nudi visoko obrazovanje i kontinuirani transfer znanja u području turizma i kulture, čime stvara stručne kadrove za održivi razvoj destinacije. Aktivna digitalna prisutnost, redovita organizacija međunarodnih i domaćih manifesta te sudjelovanje na sajmovima dodatno ističu profil grada kao profesionalno vođene destinacije. Inovativni pristupi u interpretaciji baštine, gastro turama i digitalni vodiči pozicioniraju Varaždin ispred Karlovca u trendovima održivosti, doživljaja i kulturnog turizma.

**Osijek** se izdvaja odličnom prometnom povezanošću (cestovnom, željezničkom, zračnom), a najduža gradska promenada uz Dravu pruža jedinstveno iskustvo urbanog rekreacijskog i aktivnog riječnog turizma. Smještajni kapaciteti prilagođeni su kraćim boravcima i obogaćeni hotelima viših kategorija te apartmanima, s najvećim porastom noćenja tijekom festivalskih događanja. Kombinacija kulturne jezgre (Tvrđa), muzeja, manifestacija poput Osječkog ljeta kulture i atraktivne prirode uz Dravu, omogućuje razvoj ekoturizma i aktivnog odmora. Sveučilište Osijek pridonosi formiranju stručnog kadra i organizaciji velikih događaja, no digitalna promocija destinacije još traži dosljednost i inovacije na društvenim mrežama. Turisti su pretežno iz regije i susjednih zemalja; sezonalnost i lokalni paketi su izraženi, dok rast premium ponude, tematskih ruta i integracija Slavonije i Baranje nude dodatne mogućnosti za razvoj.

Turističke zajednice u okruženju

Usporedna analiza: Karlovac – Jastrebarsko – Gorski kotar

**Jastrebarsko** ima ključnu prednost u blizini Zagreba, što omogućuje brži dolazak posjetitelja i čestu cirkulaciju vikend i jednodnevnih gostiju iz glavnog grada. Specijaliziran je za autentičan ruralni i enološko gastronomski turizam sa snažno razvijenom vinskom cestom Plešivice i bogatom ponudom lokalnih OPG-ova, što stvara atraktivan doživljaj za ljubitelje vina i ruralne hrane kakav Karlovac nema u toj mjeri. Boutique smještaj u vinskim kućama i domaćinstvima pruža osobniji pristup i mirniju atmosferu, dok je cijela destinacija prepoznatljiva po integraciji tradicije i lokalne zajednice u turističku ponudu. Jastrebarsko se profiliralo kao mjesto s brojnim sezonskim manifestacijama i vinskim događanjima koji ciljano okupljaju urbane goste iz Zagreba i okolice, jačajući svoju reputaciju u kontinentalnom turizmu. U odnosu na Karlovac, posjetitelji ovdje dobivaju istaknuto personalizirano iskustvo ruralnog doživljaja, kratke udaljenosti i snažan fokus na autentične enološko-gastronomske proizvode.

**Gorski kotar**, iako znatno udaljeniji od Karlovca, prometno je povezan autocestom i regionalnim cestama, ali udaljenost među naseljima te slaba frekvencija javnog prijevoza čine internu mobilnost izazovnom za goste. Sadržaji se temelje na seoskim domaćinstvima, planinarskim domovima i apartmanima, s naglaskom na rustikalni ambijent i boravak u prirodi, dok hotelski smještaj uglavnom izostaje. Prirodne atrakcije, poput Nacionalnog parka Risnjak, brojnih šuma, planina, jezera i rijeka čine regiju idealnom za *outdoor* turizam u svim sezonama, premda kulturna baština ostaje slabije iskorištena. Lokalno stanovništvo na području Gorskog kotara živi u skladu s održivim praksama i povezanošću s prirodom, ali koordinacija promocije i zajednički identitet destinacije je nedovoljno razvijen, s velikim prostorom za napredak u marketingu. Posjetitelji, najčešće planinari, obitelji i školske grupe, u potrazi su za mirnom prirodom i duljim boravkom.

**Top 5 prednosti Karlovca kao kontinentalne turističke destinacije su:**

* četiri rijeke kao turistički resurs
* impresivne urbane i kulturne atrakcije – Aquatika, Muzejom Domovinskog rata, Stari grad Dubovac, Nikola Tesla Experience centar, Kinom Edison i brojnim edukativnim sadržajima u srcu grada
* mreža prostranih parkova i šetnica – zelenilo, veliki parkovi i šetališta uz rijeke
* cjelogodišnji kalendar manifestacija – Karlovac je prepoznatljiv po atraktivnim manifestacijama i festivalima (Dani piva, Zvjezdano ljeto, Ivanjski krijes, …), što doprinosi trajanju sezone i redovito privlači brojne posjetitelje
* izvrsna koordinacija i suradnja dionika – Lokalno upravljanje turizmom temelji se na suradnji institucija, inovativnoj interpretaciji atrakcija i kreativnim ljudima, što rezultira dinamičnom, kvalitetnom i stalno unaprijeđenom destinacijskom ponudom
* sportski turizam, veliki broj sportskih resursa, sportski klubovi dolaze na službene pripreme.

Usporedna analiza Karlovca s referentnim europskim gradovima

**Karlovac kao grad na rijekama**

**Referentni gradovi:** Ljubljana (Slovenija), Annecy (Francuska), Bamberg (Njemačka)

**Ljubljana** i način kako je iskorišten turizam na rijekama:

* Turistički brodovi i krstarenja gradom – stalni organizirani izleti i razgledavanje znamenitosti s rijeke (Ljubljanica) integrirani su u urbani život.
* Uređene riječne obale i šetnice s gastronomskom ponudom – kafići, restorani i kulturni sadržaji uz šetnice kraj rijeke, privlače lokalno stanovništvo i turiste za cjelodnevni boravak.
* Sportsko-rekreacijske ture po vodi – Komercijalne *kayak* i SUP ture kroz urbani i prirodni krajolik, spajanje aktivnog turizma i prirode u samom centru grada.

**Annecy** je iskoristio svoje rijeke i jezero kroz sljedeće turističke atrakcije i sadržaje:

* Organizirane panoramske kružne vožnje brodovima – Redovite tematske i razgledne vožnje po jezeru i kanalima s više polaznih mjesta te integracija s urbanom jezgrom.
* Široka ponuda vodenih sportova i aktivnosti – *Stand up paddle*, kajak, kanu, *wakeboard*, sportske škole i komercijalni najam opreme dostupni na više lokacija uz obalu.
* Uređene šetnice i biciklističke staze uz rijeku i jezero – Cjelodnevne pješačke i biciklističke ture oko jezera s pratećim sadržajima (restorani, punktovi za iznajmljivanje opreme, kulturne atrakcije uz rutu).

**Bamberg** je iskoristio rijeke u turizmu na sljedeće načine, koji bi bili primjenjivi i za Karlovac:

* organizirane vožnje turističkim brodom kroz „Malu Veneciju" i povijesni centar – razgledavanja s vodičem, uz panoramski pristup najpoznatijim znamenitostima grada, uključujući stari gradski most i brojne mostove preko rijeke Regnitz
* audio-vizualne tematske ture po vodi i vođene ture kanuima – kombinacija vodiča, multimedije i aktivnosti na vodi, te raznolike rute koje povezuju prirodu, povijest i lokalno stanovništvo
* revitalizacija povijesnih mlinova i korištenje vodene energije kao turističke atrakcije – Prezentacija povijesne industrijske baštine kroz male hidroelektrane (npr. povijesni mlin s novom turbinskom izložbom i edukacijom o obnovljivoj energiji).

**Karlovac kao grad zvijezda:** Referentni gradovi: Palmanova (Italija), Naarden (Nizozemska), Nové Zámky (Slovačka)

**Palmanova** je iskoristila svoju zvjezdastu urbanističku osnovu kroz tri ključna turistička elementa:

* promocija i interpretacija fortifikacijskog oblika – grad je etablirao jedinstveni brend kroz edukativne ture, 3D modele i multimedijalne prezentacije povijesti zvijezde i vojne arhitekture.
* aktivni turizam na bastionima i bedemima – omogućene su šetnje, biciklističke ture i manifestacije na obrambenim prstenovima, uz staze za posjetitelje te posebne festivale i povijesne događaje koji direktno koriste geometriju grada.
* centralna „Piazza Grande” kao fokus okupljanja – heksagonalni glavni trg u središtu zvijezde koristi se za sajmove, kulturne programe, ugostiteljske terase i kao vizualni simbol grada u svim promotivnim materijalima.

**Naarden** je iskoristio svoj zvjezdasti oblik urbanizma kroz tri glavna turistička elementa:

* interaktivni muzeji i tura po bastionima – Dutch Fortress Museum smješten unutar fortifikacija omogućuje razgledavanje podzemnih dijelova, vođene ture i multimedijalne prezentacije vojne povijesti grada
* panoramske šetnje i vožnje oko zvjezdane strukture – Uređene staze za šetanje i biciklizam po dvostrukim prstenovima zidina, s atraktivnim pogledima na bastione, kanale i unutrašnjost grada
* događanja i manifestacije na povijesnim bedemima – Dani topništva, povijesne rekonstrukcije i prezentacije, sajmovi i lokalni festivali na bedemima privlače posjetitelje i oživljavaju povijest grada uz gastronomske ponudu.

Nové Zámky je grad sa zvjezdastom utvrdom, glavni elementi koji su iskorišteni su:

* promocija povijesne zvjezdaste tvrđave i bastiona – grad ističe ostatke fortifikacije kroz muzejske postave, vođene ture, tematske događaje i prezentacije o obrambenoj ulozi zvjezdastog plana utvrde
* kulturni i gastro festivali u centru grada – događanja većinom povijesno inspirirane (Novozámocké castle games, tržnice, koncerti, lokalne izložbe) koriste središnji prostor bivše tvrđave kao središte okupljanja
* integracija zelene zone i parkova s povijesnim nasljeđem – uređeni parkovi i rekreacijske zone oko ostataka fortifikacije povezuju prirodne sadržaje, pješačke i biciklističke staze s kulturnim lokalitetima.

**Karlovac kao grad parkova:** Referentni gradovi: Münster (Njemačka), Brugge (Belgija), Cambridge (UK)

**Münster** je kvalitetno iskoristio gradske parkove na ove tri načina:

* Parkovi su potpuno integrirani u svakodnevni život građana – prohodni su, dostupni biciklistima i pješacima, povezani s urbanim prometom i nude stalnu infrastrukturu za rekreaciju i odmor.
* Umrežen, funkcionalan zeleni sustav – parkovi su fizički povezani u mrežu s biciklističkim stazama i šetnicama, olakšavaju svakodnevno kretanje te omogućuju ekološki transport kroz grad.
* Raznovrsni događaji pod otvorenim nebom – organiziraju se park-festovi, *open air* kina, satovi joge i slične aktivnosti koje privlače lokalno stanovništvo i turiste, koristeći zelene površine za društvene i kulturne programe.

**Brugge** je parkove iskoristio kroz tri ključna elementa:

* Parkovi su dio svakodnevice i lako dostupni pješacima i biciklistima – Zelene površine, poput Minnewaterparka i šetnica uz zidine, povezane su s urbanom mrežom i dostupne širokoj populaciji, čime se olakšava svakodnevno rekreacijsko i socijalno korištenje.
* Funkcionalno umreženi zeleni prostori – Brugge ima koherentni sustav zelenih zona, parka i šetnica, omogućujući nesmetano kretanje, uživanje u prirodi te povezivanje parkova s drugim atrakcijama i kvartovima.
* Događanja na otvorenom – u parkovima se redovito održavaju festivali (Cactusfestival, Feest in 't Park), open air koncerti, sportske aktivnosti i kulturni programi koji privlače lokalno stanovništvo i posjetitelje. **Karlovac treba valorizirati**: „zeleni prsten” parkova, biciklističke rute s narativom, festival parkova, botaničku priču i urbane zelene oaze.

**Grad u parku – razvoj Topiary turizma**

**Situacijska analiza:**

**Topiary vrtovi – živo kiparstvo koje očarava;** Topiary vrtovi predstavljaju jedinstvenu sinergiju hortikulture, umjetnosti i kreativnosti. Riječ je o drevnoj tehnici oblikovanja višegodišnjih biljaka u skulpturalne forme – od geometrijskih struktura do figurativnih prikaza životinja, ljudi, pa čak i scena iz svakodnevnog života. Takvi vrtovi nisu samo estetska atrakcija, već i snažan turistički adut koji oplemenjuje prostor i nudi nezaboravan doživljaj prirode oblikovane rukom čovjeka. **Hrvatski topiary** primjer je jedan od najimpresivnijih topiary parkova u ovom dijelu Europe. Utemeljio ga je Vladimir Flegar, vizionar i zaljubljenik u „zeleno kiparstvo“, koji je 1995. godine započeo svoju priču s reznicama dugim tek 10 do 15 centimetara. Danas se park prostire na više od 7200 m² te obuhvaća oko 400 topiary skulptura, od oko 800 vlastoručno uzgojenih reznica. Tematski vrt sastoji se od 30-ak sadržajno osmišljenih cjelina: motoristi na zelenoj cesti, seosko imanje s domaćim životinjama, labudovi na jezeru, patke, žabe, egzotične ptice i razne divlje životinje. Posebne cjeline čine i anđelinjak, prikazi Svete obitelji, te inspiracija japanskom estetikom. U planu su i edukativne radionice za djecu, učenike i studente, čime ovaj vrt dobiva dodatnu pedagošku i kulturnu vrijednost.U Europi postoji još samo jedan topiary park ovakvog opsega, **Topiary Park u Durbuyu (Belgija).**

Primjeri vrhunskih topiary vrtova u svijetu

**Levens Hall and Gardens, Engleska –** Smješten u slikovitoj Cumbriji, ovaj vrt iz 17. stoljeća čuva najstarije kontinuirano održavane topiarije na svijetu. Veličanstvene forme iz doba baroka oduzimaju dah i danas. **Topiary Park, Columbus, Ohio (SAD) -** Unikatna rekonstrukcija slavne Seuratove slike „Nedjeljno poslijepodne..." kroz 50-ak zelenih figura – živopisna galerija pod vedrim nebom. **Les Jardins de Marqueyssac, Francuska -** Romantični vrtovi iznad doline Dordogne, s više od 150 000 ručno oblikovanih šimšira, vijugavim šetnicama i spektakularnim vidikovcima. **Topiary Park of Durbuy, Belgija** – U srcu najmanjeg grada na svijetu, ovaj park prikazuje preko 250 biljnih skulptura – od ljudi i životinja do apstraktnih formi, savršeno uklopljenih u bajkovitu ambijentalnost. **Green Animals Topiary Garden, Rhode Island (SAD) -** Jedan od najstarijih američkih vrtova s topiarijima, poznat po svojoj vedroj interpretaciji životinjskih i geometrijskih figura, smješten uz povijesnu vilu uz zaljev.

Topiary kao atrakcija budućnosti; Ovakvi tematski parkovi ne samo da obogaćuju pejzaž i stvaraju jedinstvenu atmosferu, već djeluju edukativno, umjetnički i terapeutski. U vrijeme kada turizam sve više traži doživljaj, priču i originalnost, topiary vrtovi nude sve to – i više: čudesnu sintezu prirode i ljudske mašte.

## Izvješće o provedenoj analizi stanja destinacije

Karlovac je urbana destinacija koja nudi spektar atrakcija koje čine glavninu turističke ponude. U fokusu su kulturne ustanove, muzeji, vjerski objekti, znanstveno-edukativni centri i jedinstvene prirodne lokacije. Analiza broja posjetitelja tijekom 2024. godine omogućuje procjenu stupnja iskorištenosti svakog lokaliteta i otvara prostor za strateško upravljanje atraktivnošću destinacije. S obzirom na podatke koji pokazuju prosječnu popunjenost od 40 % kapaciteta, vidljivo je da postoji značajan potencijal za optimizaciju promotivnih aktivnosti, jačanje interpretacije i unapređenje razvoja turizma tijekom cijele godine. Uspješna valorizacija postojećih atrakcija zahtijeva ciljanu promociju, osobito prema domaćem tržištu. Poseban naglasak potrebno je staviti na razvoj integriranih proizvoda, interpretacijskih programa i cjelogodišnje aktivnosti koje potiču ponovni dolazak. Upravljanje atrakcijama u kontekstu održivosti, lokalne uključenosti i digitalne dostupnosti dodatno doprinosi konkurentnosti Karlovca kao destinacije.

## Potencijal za razvoj i podizanje kvalitete turističkih proizvoda

Svaki turistički proizvod procjenjuje se prema razvojnom i marketinškom potencijalu na temelju sezonalnosti, kapaciteta, pripadnosti sustavu atrakcija te privlačnosti tržištu, pri čemu marketinški potencijal dodatno obuhvaća dostupnost, obilježenost i razinu informiranosti o atrakciji. Analiza konkurentskih destinacija pokazuje da profil urbanih kulturnih turista obuhvaća srednju do stariju dobnu skupinu s višom razinom obrazovanja, dok mlađe generacije češće biraju aktivan i sportski turizam, a geografska blizina emitivnih tržišta značajno determinira tržišni odaziv. Strateški gledano, sve su važniji održivi turizam i autentična iskustva, dok digitalne platforme i događanja i programi izvan visoke sezone pružaju ključne poluge kako za produženje boravka tako i za tržišnu prepoznatljivost destinacije.

Tablica 46: Identifikacija izazova/potrebne mjere

|  |  |
| --- | --- |
| **Izazov/segment** | **Potrebna mjera** |
| urbanost i premium smještaj | poticanje razvoja hotela viših kategorija, boutique smještaja i aktivacija napuštenih objekata za tematski smještaj |
| interpretacija i baština | uvođenje digitalnih i interaktivnih vodiča, audio-vizualnih tura i brendiranja **Grad na 4 rijeke** po uzoru na europske prakse |
| događanja i profiliranje | proširenje događanja na nove lokacije (rijeke, parkove, bastioni), razvoj novih festivala van sezone uz jaču promociju |
| eno-gastro i ruralni turizam | suradnja s OPG-ovima, kreiranje tematskih eno-gastro ruta i promocija lokalnih proizvoda, izgradnja identiteta „karlovački okus” |
| prirodne atrakcije | marketinška brendiranja „zelenog prstena”, razvoj topiary i botaničkih sadržaja kao turističkih atrakcija unikatnih za regiju |
| digitalna inovacija | uvođenje digitalnih *storytelling* platformi, interaktivnih mapa i digitalnih kampanja u sinergiji sa dionicima |

**Zvijezda na 4 rijeke, Parkovi na 4 rijeke, Sport na 4 rijeke**

Prednost Karlovca u odnosu na gore navedene gradove: Karlovac je **jedini hrvatski grad s urbanističkom jezgrom u obliku zvijezde**, i njegov će se potencijal krenuti iskorištavati uskoro, čim se zvijezda u potpunosti obnovi. Strateški je cilj da Karlovac postaje kulturno-povijesna destinacija koja privlači ljubitelje arhitekture i povijesnih događanja. Karlovac se može jedinstveno pozicionirati kao grad **„Zvijezda na 4 rijeke” i „Parkova na 4 rijeke”,** koristeći svoju specifičnu urbanističku i prirodnu strukturu kao temelj za razvoj prepoznatljive turističke priče. Zvjezdasta jezgra u središtu grada nudi povijesni, vizualni i kulturni identitet, dok mreža zelenih gradskih parkova prožima svaki od četiri riječna koridora (Kupa, Korana, Mrežnica, Dobra), ističući Karlovac kao hrvatsku destinaciju iznimne harmonije urbanizma i prirode.

Takva jedinstvenost omogućuje razvijanje tematskih ruta, povijesnih, kulinarskih i rekreativnih, koje povezuju zvjezdastu jezgru s atrakcijama uz rijeke i parkovima te nude raznovrsna iskustva za sve turističke segmente. Koncept „parkova na 4 rijeke” može postati snažan identitetski brend grada, idealan za održive, aktivne i kulturne programe, privlačeći tržište koje traži autentičnost, dostupnost prirode i bogat povijesni kontekst.

**Grad na 4 rijeke**

**Situacijska analiza**

Karlovac, jedinstveni grad na čak četiri rijeke – Kupi, Korani, Mrežnici i Dobri – baštini prirodni kapital koji bi mogao postati temelj prepoznatljivog turističkog identiteta i doživljajne ponude. Unatoč toj iznimnoj poziciji, rijeke su u dosadašnjoj valorizaciji turističke ponude nedovoljno integrirane u urbani život i nedovoljno iskorištene kao narativni i infrastrukturni resurs. Povijesno, Karlovac je bio strateški grad upravo zbog svojih rijeka. Danas Karlovac nema jasno definiran i doživljajan riječni identitet. Rijeke su fizički udaljene od središta društvenih zbivanja, nedostaje koherentna infrastruktura uz obale, a njihova percepcija među građanima i posjetiteljima je više rekreativna nego kulturno-urbanistička.

**Identifikacija ključnih izazova**

**Nepovezanost riječnih tokova s urbanim tkivom grada:** Rijeke u Karlovcu fizički su prisutne, no prostorno i simbolički odvojene od svakodnevnog života građana i posjetitelja. Nedostatak mostova, šetnica i obalnog urbanizma sprečava njihovu integraciju u identitet grada. **Minimalna infrastrukturna valorizacija:** Obale rijeka u većem su dijelu neuređene. Nedostaju uređene šetnice, urbana oprema, ugostiteljski sadržaji, pristaništa, rasvjeta i sigurne točke boravka uz vodu. **Neiskorišten potencijal doživljaja i *storytellinga*:** Grad ne nudi vođene ture, tematske sadržaje ili interaktivne instalacije povezane s pričama rijeka, niti postoji prepoznatljiv narativ koji povezuje četiri rijeke s povijesnim, prirodnim ili emocionalnim doživljajem Karlovca. **Nedostatak kulturno-zabavnih događanja vezanih uz rijeke:** Za razliku od gradova koji svoje rijeke pretvaraju u pozornicu, Karlovac rijetko koristi svoje vode za festivale, performanse, ploveće instalacije ili atraktivne noćne sadržaje.

**Topiary park**

U karlovačkim parkovima uspostava **prvog javnog cjelogodišnjeg topiary parka u Hrvatskoj**, temeljena na oblikovanju biljaka u skulpturalne forme, otvara Karlovcu jedinstvenu priliku da se pozicionira kao **inovativna, kreativna i zeleni orijentirana destinacija**. Ambiciozni cilj dolazi s nizom izazova koje je potrebno strateški adresirati kako bi se ostvario puni potencijal projekta.

**Identificirani izazovi:** Infrastrukturna i hortikulturna priprema; stručno znanje i edukacija; vidljivost i pozicioniranje u nacionalnom i europskom prostoru; održivo upravljanje i financiranje.

**Kreiranje tematskog *topiary* parka posvećenog Karlovcu:** Oblikovanje biljnih skulptura koje pričaju priču grada: zvijezda-tvrđava, četiri rijeke, povijesne ličnosti, kulturni simboli. Projekt može biti smješten uz rijeku, u parkovnim zonama Zvijezde ili u sklopu postojećih urbanih zelenih površina.

Edukativna komponenta: Pokretanje edukativnih radionica u suradnji s poljoprivrednim i hortikulturnim školama te fakultetima. Uvođenje vođenih tura, s ciljem popularizacije „živog oblikovanja“ među lokalnim stanovništvom i posjetiteljima.

Festival i događanja: Organizacija Topiary festivala koji bi uključivao domaće i strane umjetnike, interaktivne radionice, izložbe te dnevne i večernje performanse u prirodnom ambijentu.

Pozicioniranje Karlovca na europskoj kulturnoj karti: Inicijativa za pristupanje mreži **European Route of Historic Gardens**, čime bi Karlovac postao **prva destinacija u Hrvatskoj s topiary parkom na ruti povijesnih vrtova**. Suradnja s poznatim europskim *topiary* destinacijama (npr. Levens Hall, Marqueyssac, Durbuy) i razmjena znanja.

# Pokazatelji održivosti

## Metodologija prikupljanja

Turistička zajednica grada Karlovca prikuplja sve podatke potrebne za izračun pokazatelja održivosti destinacije prvenstveno iz javno dostupnih izvora i službenih evidencija javnopravnih tijela. Ovaj proces odvija se u pravilu online, svi se materijali pohranjuju i arhiviraju. Kada se uspostave e-usluge i baze podataka putem integriranog informacijskog sustava turizma Ministarstva turizma i sporta, omogućit će se objedinjavanje relevantnih informacija na jednom mjestu.

Dok se ne uspostave e-usluge, baze podataka i sustavi za analizu podataka vezani uz praćenje i vrednovanje održivosti unutar integriranog informacijskog sustava turizma, Turistička zajednica grada Karlovca vodi i pohranjuje prikupljene podatke u elektroničkom obliku.

Kraća verzija Plana upravljanja objaviti će se na službenim web stranicama turističke zajednica grada Karlovca. Na taj način omogućava se transparentnost, dostupnost informacija te lakše razumijevanje Plana upravljanja u turizmu Karlovca svim zainteresiranim dionicima.

## Analiza prikupljenih podataka

Prikupljeni podaci detaljno su analizirani, a rezultati omogućuju kontinuirano praćenje ključnih pokazatelja. Na temelju tih podataka prepoznaju se potencijali koji se mogu iskoristiti te ograničenja koja je potrebno prevladati ili uzeti u obzir pri planiranju budućih aktivnosti i projekata. Analiza prikupljenih podataka služi kao čvrsta osnova za razvoj održive i konkurentne turističke destinacije.

Svaka analizirana stavka ima ključnu ulogu u cjelovitom razumijevanju trenutnog stanja destinacije te u planiranju njezina budućeg razvoja. Rezultati analize pružaju egzaktne pokazatelje koji omogućuju učinkovito planiranje i upravljanje destinacijom. Osim toga, analiza omogućuje prepoznavanje prilika za rast, identifikaciju potencijalnih rizika i ograničenja te donošenje odluka koje su utemeljene na stvarnim i mjerljivim informacijama.

Kontinuirano praćenje podataka ključno je za osiguravanje fleksibilnosti i prilagodljivosti u turizmu, osobito u uvjetima dinamičnog tržišta i promjenjivog okruženja. Ova analiza nije samo sredstvo za trenutnu procjenu stanja, već i temeljni alat za dugoročno planiranje i održivi razvoj destinacije. Stoga se analizu prikupljenih podataka ne treba promatrati samo kao alat za trenutačnu procjenu, već i kao strateški vodič za budući razvoj.

## Praćenje održivosti

**1. Uvod**

Praćenje održivosti turizma ključno je za dugoročnu uspješnost destinacije, a obavezni i specifični pokazatelji održivosti temelje se na eminentnim međunarodnim, europskim i nacionalnim okvirima. Ovi sustavi osiguravaju standardizirane metode mjerenja, olakšavaju usporedbu s drugim destinacijama i smanjuju administrativna opterećenja gospodarskih subjekata.

**2. Relevantni okviri i standardi**

**Međunarodni i EU okviri**

Svi obavezni i specifični pokazatelji usklađeni su s vodećim okvirima održivosti turizma:

* **The Global Sustainable Tourism Council (GSTC)** – Postavlja globalne kriterije održivog turizma za destinacije, poduzeća i turoperatore.
* **Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD)** – Razvija analitičke alate i metodologije za procjenu održivog turizma.
* **Measuring the Sustainability of Tourism (MST-UNWTO)** – Sustav Ujedinjenih naroda za mjerenje turizma i njegovog utjecaja na okoliš i gospodarstvo.
* **European Commission (EC-ETIS – European Tourism Indicator System)** – Sustav pokazatelja za praćenje održivosti na razini EU destinacija.

**Ekološki standardi i certifikati**

* **ISO 14001:2015 i EMAS (Eco-Management and Audit Scheme)** – Standardi upravljanja okolišem u turizmu.
* **EU Ecolabel** – Ekološka oznaka za smanjenje negativnog utjecaja turizma na okoliš.

**Održivost u korporativnom izvještavanju**

* **ESG (Environmental, Social, and Governance Reporting)** – Okvir za izvještavanje poduzeća o održivosti i utjecaju na okoliš.
* **ESRS faktori (European Sustainability Reporting Standards)** – Standardizirani pokazatelji za održivost na razini poduzeća i sektora turizma.

**3. Ključne prednosti implementacije ovih okvira**

* **Međunarodno priznati standardi** – Ovi okviri omogućavaju globalno prepoznat način mjerenja i usporedbe održivosti destinacija, čime se povećava vjerodostojnost i konkurentnost turističkih regija.
* **Interdisciplinarni pristup** – Uključivanje ekoloških, ekonomskih i društvenih čimbenika omogućava cjelovito sagledavanje utjecaja turizma na destinaciju.
* **Podrška politikama i smjernicama**  – Podaci prikupljeni kroz ove pokazatelje koriste se za oblikovanje lokalnih, nacionalnih i međunarodnih politika za održivi razvoj turizma.
* **Upravljanje okolišem** – Standardizirani sustavi kao što su ISO 14001 i EU Ecolabel omogućuju praćenje ekološkog otiska turizma i donošenje strategija za njegovo smanjenje.
* **Smanjenje rizika i administrativnih opterećenja** – Usklađivanje s ovim okvirima smanjuje potrebu za dodatnim izvještavanjem turističkih subjekata i pomaže u usklađenosti s regulatornim zahtjevima.
* **Usklađenost s trendovima tržišta** – Sve veći broj turista i investitora preferira destinacije i poduzeća koja posluju prema principima održivosti.

**4. Pokazatelji održivosti destinacije**

Održivi razvoj destinacije prati se kroz sustavno mjerenje obaveznih i specifičnih pokazatelja. Ključni ciljevi praćenja pokazatelja uključuju:

* **Praćenje utjecaja odabranog razvojnog smjera** na dugoročnu održivost destinacije.
* **Usporedba destinacije s drugim usporedivim destinacijama**, kako bi se prepoznale mogućnosti za poboljšanja.
* **Postavljanje temelja za certificiranje destinacije** kroz sustave kao što su GSTC ili EU Ecolabel.

Tablica 47: Popis i metodološka tablica obveznih pokazatelja održivosti:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Pokazatelj** | **Područje**  **održivosti** | **Kod pokazatelja/**  **Tematsko**  **područje** | **Rezultat:** |
| **1. OBVEZNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI KOJI MJERE UTJECAJ TURIZMA NA DRUŠTVENE ASPEKTE ODRŽIVOSTI** | | | |
| **1.1. Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom** | | | |
| * + 1. Broj turističkih noćenja na stotinu stalnih stanovnika u vrhu turističke sezone | društveni | ZL-1 – zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom | 1.004 |
| * + 1. Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom | društveni | ZL-1 – zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom | Većina građana pokazuje srednju do umjerenu razinu zadovoljstva turizmom — prosječna ocjena zadovoljstva iznosi 4,05/7, što ukazuje na pozitivan stav.  Dodatni pokazatelj – percepcija koristi od turizma  Na pitanje:  „Smatrate li da turizam u vašem gradu pomaže u kvaliteti života?“, odgovori su: 63,14 % smatra da turizam pomaže u unaprjeđenju kvalitete života, 19,07 % da pomaže u održavanju kvalitete života, 13,77 % smatra da nema utjecaja, 4,03 % da smanjuje kvalitetu života.  Ukupno, 82% stanovnika Karlovca prepoznaje turizam kao pozitivan čimbenik kvalitete života u gradu.  Izvor: Anketa stanovnika |
| **1.2. Zadovoljstvo turista i jednodnevnih posjetitelja destinacijom** | | | |
| 1.2.1. Zadovoljstvo cjelokupnim boravkom u destinaciji | društveni | ZT-1 – Zadovoljstvo turista i jednodnevnih posjetitelja destinacijom | Posjetitelji destinacije Karlovac izražavaju vrlo visoko zadovoljstvo cjelokupnim boravkom; najveći broj njih daje ocjene između 6 i 7 na skali od 1 do 7, što predstavlja gotovo maksimalan ukupni dojam o destinaciji. |
| **1.3. Pristupačnost destinacije** | | |  |
| 1.3.1 Udio atrakcija (lokaliteta) pristupačnih osobama s invaliditetom | društveni/upravljanja | PD-1 – Pristupačnost destinacije | Ne postoji službena dokumentacija. |
| **1.4. Sigurnost destinacije** | | | |
| 1.4.1. Broj organiziranih turističkih ambulanti | društveni | SD-1 Sigurnost destinacije | Nema potrebe, visoka sigurnost |
| **2. OBVEZNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI KOJI MJERE UTJECAJ TURIZMA NA OKOLIŠNE ASPEKTE ODRŽIVOSTI** | | | |
| **2.1. Upravljanje vodnim resursima (izraženo po osobi i po noćenju)** | | | |
| 2.1.1. Omjer potrošnje vode po turističkom noćenju u odnosu na prosječnu potrošnju vode po stalnom stanovniku destinacije | okolišni | UVR-1 – Upravljanje vodnim resursima | Omjer potrošnje vode po turističkom noćenju u odnosu na prosječnu potrošnju vode po stalnom stanovniku iznosi približno 0,23, što znači da svaki turistički noćenje troši oko 23 % količine vode koju prosječno troši jedan stanovnik dnevno u destinaciji. |
| **2.2. Gospodarenje otpadom** | | | |
| 2.2.1. Omjer količine komunalnog otpada nastale po noćenju turista i količine otpada koje generira stanovništvo u destinaciji  (tone) | okolišni | GO-1 – Gospodarenje otpadom | Omjer količine komunalnog otpada nastale po turističkom noćenju u odnosu na količinu otpada koju generira stanovnik iznosi približno 0,60, što znači da se po svakom noćenju proizvede oko 60 % otpada kojeg prosječno proizvede jedan stanovnik u istom razdoblju.  Izvor: komunalno poduzeće, TZ |
| **2.3. Zaštita bioraznolikosti** | | | |
| 2.3.1. Udio zaštićenih područja u destinaciji u ukupnoj površini destinacije (ukupno i pojedinačno po kategoriji zaštite) | okolišni – priroda | BR-1 – Zaštita bioraznolikosti | 34.18 % |
| **2.4. Održivo upravljanje energijom** | | | |
| 2.4.1. Omjer potrošnje električne energije po turističkom noćenju u odnosu na potrošnju električne energije stalnog stanovništva | okolišni – klima | UEN-1 –  Održivo  upravljanje  energijom | Omjer potrošnje električne energije po turističkom noćenju u odnosu na stanovništvo 0,79, svaki gost troši u prosjeku 79 % energije koju u istom razdoblju potroši jedan stalni stanovnik mjesečno, odnosno turist troši nešto manje električne energije po noćenju nego što stanovnik troši po osobi.  Izvor: TZ broj noćenja, HEP potrošnja |
| **2.5. Ublažavanje i prilagodba klimatskim promjenama** | | | |
| 2.5.1. Uspostavljen sustav za prilagodbu klimatskim promjenama i procjenu rizika | okolišni – klima | UPK-1– Ublažavanje i prilagodba  klimatskim promjenama | „Zeleniji i klimatski otporniji  grad Karlovac“ |
| **3. OBVEZNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI KOJI MJERE UTJECAJ TURIZMA NA EKONOMSKE ASPEKTE ODRŽIVOSTI** | | | |
| **3.1. Turistički promet** | | | |
| 3.1.1. Ukupan broj dolazaka turista u mjesecu s najvećim brojem ostvarenih turističkih noćenja | ekonomski | TP-1 – Turistički promet | 8687 (kolovoz) |
| 3.1.2. Prosječna duljina boravka turista u destinaciji | ekonomski | TP-1 – Turistički promet | 1,7 dana |
| **3.2. Poslovanje gospodarskih subjekata u turizmu** | | | |
| 3.2.1. Ukupan broj zaposlenih u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane | ekonomski | PGS-1 – Poslovanje gospodarskih  subjekata u turizmu | – Broj zaposlenih u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane prema  satima rada: 527  – Prosjek broja zaposlenih u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane  u odnosu na ukupan broj zaposlenih (%); 4,50 %  **Izvor: Fina** |
| 3.2.2. Poslovni prihod gospodarskih subjekata (obveznika poreza na dobit) u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane | ekonomski | PGS-2 – Poslovanje gospodarskih  subjekata u turizmu/ Turistički  promet | Poslovni prihod: 24.068.187 EUR  Novostvorena vrijednost gospodarskih subjekata registriranih na području destinacije ostvare na tijekom godine:  5.795.007 EUR  – bruto dobit/gubitak gospodarskih djelatnosti registriranih na području destinacije ostvaren tijekom godine: 1.828.736 €  **Izvor: Fina** |
| **4. OBVEZNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI KOJI MJERE UTJECAJ TURIZMA NA PROSTORNE ASPEKTE ODRŽIVOSTI DESTINACIJE I ORGANIZACIJU TURIZMA** | | | |
| **4.1. Turistička infrastruktura** | | | |
| 4.1.1. Identifikacija i klasifikacija turističkih atrakcija | prostorni/upravljanje | TI-1 – turistička infrastruktura | DA |
| **4.2. Održivo upravljanje destinacijom** | | | |
| 4.2.1. Status implementacije aktivnosti iz plana upravljanja destinacijom | prostorni/upravljanje | OUD-1 – održivo upravljanje destinacijom | Plan upravljanja nije donesen (u tijeku) |
| **4.3. Održivo upravljanje prostorom** | | | |
| Broj ostvarenih noćenja u smještaju u destinaciji po hektaru izrađenog građevinskog područja JLS | prostorni/upravljanje | OUP-2 – održivo upravljanje prostorom | 22,35 noćenja/ha |

Tablica 48: Popis i metodološka tablica specifičnih pokazatelja održivosti

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **1. SPECIFIČNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI KOJI MJERE UTJECAJ TURIZMA NA DRUŠTVENE ASPEKTE ODRŽIVOSTI** | | | |
| **Pokazatelj** | **Područje održivosti** | **Kod pokazatelja / Tematsko područje** | **Rezultat** |
| 1.1. Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom | | | |
| * + 1. Utjecaj turizma na kvalitetu života lokalnog stanovništva | društveni | SZL-1 – zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom | 63,14 % (turizam pomaže u unapređenju kvalitete života) |
| * + 1. Udio stanovnika koji imaju Pozitivno odnosno negativno mišljenje o utjecaju turizma na identitet mjesta | društveni | SZL-3 – zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom | 58,05 % (pozitivan + izrazito pozitivan utjecaj)  12,71 % izrazito (negativan + negativan utjecaj) |
| * + 1. Udio stanovnika pod umjerenim ili visokim stresom od turizma | društveni | SZL-4 – zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom | Percepcija utjecaja turizma na autentičnost mjesta  61,65 % (pozitivan + izrazito pozitivan utjecaj)  11,87 % izrazito (negativan + negativan utjecaj)  Percepcija utjecaja turizma na očuvanje tradicije, običaja i Kulture  69,7 % (pozitivan + izrazito pozitivan utjecaj)  8,89 % izrazito (negativan + negativan utjecaj) |
| * + 1. Promjena broja stanovnika u zadnjih pet godina u odnosu na promjenu broja turističkih noćenja | društveni | SZL-5 – zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom | Nemamo podatak. |
| 1. 2. Zadovoljstvo turista i jednodnevnih posjetitelja destinacijom | | | |
| 1.2.1. Postotak ponovljenih/stalnih turista u smještajnim objektima destinacije | društveni | SZT-1 – zadovoljstvo turista i jednodnevnih posjetitelja destinacijom | U zadnjih 5 godina >50 % - 35 % privatnih iznajmljivača; 100 % kampova a > 20 % - 100 % hotela |
| 1.3. Pristupačnost destinacije | | | |
| 1.3.1. Udio pristupačnih smještajnih jedinica u destinaciji | društveni | SPD-1 – zadovoljstvo turista i jednodnevnih posjetitelja destinacijom | Ne postoji evidencija. |
| 1.3.2. Javno dostupne informacije o atrakcijama u turističkim i informativnim centrima | društveni | SPD-2 – pristupačnost destinacije | DA |
| 1.3.3. Postotak pristupačnih linija javnog prijevoza u destinaciji za osobe s invaliditetom | društveni | SPD-3 – pristupačnost destinacije | Ne postoji evidencija. |
| 1.4. Sigurnost destinacije | | | |
| 1.4.1. Ukupan broj kaznenih djela i prekršaja prijavljenih policiji po mjesecima | društveni | SSD-1 – sigurnost destinacije | Ukupan broj kaznenih djela: 884 Ukupan broj prekršaja: 2024 |
| 1.4.2. Udio turista koji su uložili prigovor kod policije | društveni | SSD-2 – sigurnost destinacije | Nije bilo prigovora |
| 1.4.3. Sigurnosne mjere kao što su stanice prve pomoći na plažama/lokalitetima turističkih atrakcija | društveni | SSD-3 – sigurnost destinacije | Da |
| 1.4.4. Broj prometnih nesreća sa smrtnim ishodom na 1000 noćenja (turista i lokalne zajednice) | društveni | SSD-4 – sigurnost destinacije | 0,162  (8 nesreća) |
| 1.4.5. Broj podnesenih prijava zbog buke uzrokovane turističkim aktivnostima | društveni | SSD-5 – sigurnost destinacije | Nemamo podatak. |
| 1.4.6. Remećenje javnog reda i mira prouzrokovano turističkom aktivnošću | društveni | SSD-6 – sigurnost destinacije | 884 prijave godišnje, ali nema analize o uzorku tur. aktivnosti. |
| **2. SPECIFIČNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI KOJI MJERE UTJECAJ TURIZMA NA OKOLIŠNE ASPEKTE ODRŽIVOSTI** | | | |
| 2.1. Upravljanje vodnim resursima | | | |
| 2.1.1. Udio turističkih poslovnih subjekata koji poduzimaju akcije za smanjenje potrošnje vode | okolišni | SUVR-1 – upravljanje vodnim resursima | Oko 15 % koristi određene akcije za smanjenje potrošnje vode.  Izvor: Odgovori dionik au turizmu na online anketu |
| 2.1.2. Sustav za pravovremenu reakciju na probleme s kvalitetom vode | okolišni | SUVR-2 – upravljanje vodnim resursima | Da, JLS sa ZZJZ |
| 2.2. Gospodarenje otpadnim vodama | | | |
| 2.2.1. Udio turističkih poslovnih subjekata koji koriste recikliranu vodu | okolišni | SGOV-1 – gospodarenje otpadnim vodama | Ne postoji evidencija. |
| 2.2.2. Udio otpadnih voda od noćenja turista u smještajnoj djelatnosti | okolišni | SGOV-2 – gospodarenje otpadnim vodama | Turisti uzrokuju samo oko 0,52% ukupnih otpadnih voda godišnje u destinaciji ako se period boravka rezidenta i turista pravilno uzme u obzir. Ova metodologija objektivno prikazuje koliko je turistički promet mali u odnosu na kontinuirano opterećenje od strane rezidentnog stanovništva. |
| 2.2.3. Propisi za postavljanje, održavanje i ispitivanje ispusta iz septičkih jama i sustava za pročišćavanje otpadnih voda i dokazi o njihovoj provedbi | okolišni | SGOV-3 – gospodarenje otpadnim vodama | Da |
| 2.2.4. Udio otpadnih voda destinacije tretiranih do najmanje sekundarne razine prije ispuštanja | okolišni | SGOV-4 – gospodarenje otpadnim vodama | 98 % (sva središnja naselje i glavni kolektori opremljeni sekundarnim i tercijarnim pročišćivačem)  6.468.000 m³ (II. i III. stupanj ukupno, po evidenciji VIK Karlovac) |
| 2.3. Gospodarenje otpadom | | | |
| 2.3.1. Udio komunalnog otpada iz turističkih djelatnosti u odnosu na ukupni komunalni otpad destinacije | okolišni | SGO-1 – gospodarenje otpadom | Za 8687 gostiju u Karlovcu (dolasci kolovoz 2024.), udio otpada koji generiraju u odnosu na ukupni komunalni otpad u destinaciji iznosi približno 6,6 %, prema proporcionalnoj procjeni na osnovi parametara. |
| 2.3.2. Udio turističkih poslovnih subjekata koji razdvajaju različite vrste otpada | okolišni | SGO-2 – gospodarenje otpadom | Prema istraživanju dionika u turizmu, oko 90 % odvaja otpad.  Izvor: Analiza stavova dionika u turizmu, 2025 |
| 2.3.3. Količina recikliranog otpada (postotak ili po stanovniku po godini) | okolišni | SGO-3 – gospodarenje otpadom | 35 % |
| 2.3.4. Plan gospodarenja otpadom s ciljevima za smanjenje i održivo odlaganje | okolišni | SGO-4 – gospodarenje otpadom | U tijeku donošenja |
| 2.3.5. Sprječavanje stvaranja otpada: plan smanjenja količine otpada od posluživanja hrane | okolišni | SGO-5 – gospodarenje otpadom | Ne |
| 2.4. | | | |
| 2.4.1. Razvijen sustav za zaštitu prirodne i kulturne baštine i lokaliteta | okolišni – priroda | SZB-1 – zaštita bioraznolikosti | Ne |
| 2.4.2. Dostupne smjernice za ponašanje posjetitelja u destinaciji | okolišni – priroda | SZB-2 – zaštita bioraznolikosti | Ne |
| 2.5. Održivo upravljanje energijom | | | |
| 2.5.1. Udio turističkih poslovnih subjekata koji su implementirali rješenja za ublažavanje i prilagodbu klimatskim promjenama | okolišni – klima | SOE-1 – održivo upravljanje energijom | Ne postoji podatak. |
| 2.5.2. Postotak turista i jednodnevnih posjetitelja koji koriste različita prometna sredstva za dolazak na odredište | okolišni – klima | SOE-2 – održivo upravljanje energijom | Najveći postotak turista i jednodnevnih posjetitelja u Karlovac dolazi osobnim automobilom, uključujući i one koji koriste kamper-vozila; procijenjeni udio ove skupine iznosi oko 84 % svih dolazaka. Slijede autobus (ukupno oko 10 %), vlak (oko 4 %), dok ostala prijevozna sredstva (bicikl, zrakoplov) čine preostali manji udio od otprilike 2 %.  Izvor: Anketa posjetitelja. |
| 2.6. Ublažavanje i prilagodba klimatskim promjenama | | | |
| 2.6.1. Uspostavljene politike/sustav za poticanje smanjena ovisnosti o fosilnim gorivima, bolju energetsku učinkovitost i obnovljivu energiju | okolišni – klima | SUPK-1 – ublažavanje i prilagodba klimatskim promjenama | Provode se mjere i aktivnosti za ublažavanja i prilagodbu klimatskim promjenama – 33,33 % ugostiteljskih objekata + 25 % atrakcija  Izvor: *Online* upitnik dionika u turizmu |
| 2.6.2. Razina onečišćenosti zraka u destinaciji | okolišni – klima | SUPK-2 – ublažavanje i prilagodba klimatskim promjenama | Razina onečišćenosti zraka u Karlovcu trenutno se klasificira u prvu kategoriju – čist ili neznatno onečišćen zrak, prema službenim mjerenjima Državnog hidrometeorološkog zavoda (postaja KARLOVAC‑1) i Programu zaštite zraka Grada Karlovca. |
| 2.6.3. Udio turističkih poslovnih subjekata koji koriste lokalno proizvedenu hranu, piće, dobra i usluge u destinaciji | okolišni – klima | SUPK-3 – ublažavanje i prilagodba klimatskim promjenama | Prilikom nabave prednost dajete Nabavi lokalno proizvedenih proizvoda – 100 % hoteli + 66 % ugostiteljski objekti + 75 % atrakcije  Izvor: *Online* upitnik dionika u turizmu |
| **3. SPECIFIČNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI KOJI MJERE UTJECAJ TURIZMA NA GOSPODARSKE ASPEKTE ODRŽIVOSTI** | | | |
| 3.1. Turistički promet | | | |
| 3.1.1. Stopa popunjenosti u smještajnim kapacitetima | ekonomski | STP-1 – turistički promet | Popunjenost pojedinih kategorija smještaja u Karlovcu za 2024. godinu iznosi:  Hoteli s 3 zvjezdice: 24,97 %  Hoteli s 4 zvjezdice: 30,72 %  Objekti u domaćinstvu s 3 zvjezdice: 20,07 %  Objekti u domaćinstvu s 4 zvjezdice: 27,24 % |
| 3.1.2. Prosječna dnevna potrošnja turista u eurima | ekonomski | STP-2 – turistički promet | 50 € |
| 3.2. Poslovanje gospodarskih subjekata u turizmu | | | |
| 3.2.1. Produktivnost rada u području i - pružanje smještaja, priprema i usluživanje hrane | ekonomski | SPGS-1 – poslovanje gospodarskih subjekata u turizmu | 45 670 €/zaposlenom |
| 3.2.2. Bruto dodana vrijednost ostvarena u području i - pružanje smještaja, priprema i usluživanje hrane | ekonomski | SPGS-2 – poslovanje gospodarskih subjekata u turizmu | Nemamo podatak. |
| 3.2.3. Udio malih i srednjih poduzeća u ukupnom broju poduzeća u području I  Djelatnost pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane | ekonomski | SPGS-3 – poslovanje gospodarskih subjekata u turizmu | 1-Mikro 45,58 %  2-Mali 40,00 %  Izvor: Fina |
| 3.2.4. Udio poduzeća u području i koja su u pretežitom domaćem vlasništvu | ekonomski | SPGS-4 – poslovanje gospodarskih subjekata u turizmu | 95 %  Izvor: Fina |
| 3.2.5. Postotak muškaraca i žena zaposlenih u području I Djelatnost pružanja  smještaja te pripreme i usluživanja hrane | ekonomski | SPGS-5 – poslovanje gospodarskih subjekata u turizmu | Nemamo podatak |
| 3.2.6. Zaposlenost u području i djelatnost pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane prema dobi, stupnju obrazovanja te vrsti ugovora | ekonomski | SPGS-6 – poslovanje gospodarskih subjekata u turizmu | Nemamo podatak |
| 3.2.7. Postotak nedomicilnih radnika zaposlenih u području I Djelatnost pružanja  smještaja te pripreme i usluživanja hrane | ekonomski | SPGS-7 – poslovanje gospodarskih subjekata u turizmu | Nemamo podatak. |
| **4. SPECIFIČNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI KOJI MJERE UTJECAJ TURIZMA NA PROSTORNE ASPEKTE ODRŽIVOSTI DESTINACIJE** | | | |
| 4.1. Turistička infrastruktura | | | |
| 4.1.1. Broj ugostiteljskih objekata aktivnih na 30.1. i 30.7 u odnosu na 100 stanovnika | prostorni/upravljanje | STI-1 – turistička infrastruktura | Nemamo podatak. |
| 4.2. Održivo upravljanje destinacijom | | | |
| 4.2.1. Javno dostupan plan odgovora na krizne i izvanredne situacije u turizmu | prostorni/upravljanje | SOUD-1 – održivo upravljanje destinacijom | DA |
| 4.2.2. Specifična strategija za marketing izvansezonskih događanja i privlačenje posjetitelja tijekom cijele godine | prostorni/upravljanje | SOUD-2 – održivo upravljanje destinacijom | NE |
| 4.2.3. Efikasnost ostvarenja ciljeva strateškog planiranja u turizmu | prostorni/upravljanje | SOUD-3 – održivo upravljanje destinacijom | Nemamo podatak. |
| 4.3. Održivo upravljanje prostorom | | | |
| 4.3.1. Broj kuća i stanova za odmor na 100 objekata u kojima se stalno živi | prostorni/upravljanje | SOUP-1 – održivo upravljanje prostorom | Omjer broja smještajnih objekata u domaćinstvu te kućama i stanovima za odmor u odnosu na broj stanova za stalno stanovanje  Od ukupno 19 412 stanova za stalno stanovanje, većina stambenih objekata koristi se za stalno stanovanje, turizam nije dominantan u strukturi stanovanja. Iznajmljuje se 172 smještajna objekata, stanovima za odmor 62. |
| 4.3.2. Smjernice, propisi i/ili politike za održivo korištenje prostora | prostorni/upravljanje | SOUP-2 – održivo upravljanje prostorom | Da |
| 4.3.3. Razvijen i implementiran sustav praćenja i ublažavanja utjecaja turizma na atrakcije | prostorni/upravljanje | SOUP-3 – održivo upravljanje prostorom | Da  Izvor: Grad Karlovac |
| 4.3.4. Izrađene i implementirane smjernice upravljanja prostorom sa ciljem zaštite resursa | prostorni/upravljanje | SOUP-4 – održivo upravljanje prostorom | Da  Izvor: Grad Karlovac |
| 4.3.5. Procjena pritiska razvoja turizma na kulturnu baštinu | prostorni/upravljanje | SOUP-5 – održivo upravljanje prostorom | Da, planovi upravljanja kulturnim resursima, Grad Karlovac |

Tablica 49: Popis obveznih pokazatelja prihvatnog kapaciteta

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Naziv kategorije** | **Naziv pokazatelja** | **Izvor podataka** | **Rezultat** |
| 1. **INSTITUCIONALNI I STRATEŠKI OKVIR** | | | |
| * 1. Stav o turizmu kao faktoru povećanja blagostanja stanovnika | | Stavovi stanovnika | 63,14 % Turizam pomaže u unapređenju kvalitete života  Izvor: Anketa stanovnika |
| 1. **SMJEŠTAJNI KAPACITETI** | | | |
| * 1. Omjer broja kreveta u komercijalnom smještaju te kućama i stanovima za odmor u odnosu na 100 stanovnika | | Sekundarni | 0,19  Izvor: TZ, Grad |
| * 1. Omjer broja kreveta u nekomercijalnom smještaju u odnosu na 100 stanovnika | | Sekundarni | 0,65  Izvor: Porezna uprava |
| * 1. Omjer broja smještajnih objekata u domaćinstvu te kućama i stanovima za odmor u odnosu na broj stanova za stalno stanovanje | | Sekundarni | Prema procijenjenim podacima, omjer broja kreveta u nekomercijalnom smještaju u odnosu na 100 stanovnika iznosi oko 0,41 kreveta na 100 stanovnika, dok je omjer broja smještajnih objekata u domaćinstvu te kuća i stanova za odmor u odnosu na broj stanova za stalno stanovanje oko 0,01, odnosno jedan takav objekt na svakih stotinu stanova za stalno stanovanje.  Izvor: Porezna uprava, Grad, procjena autora |
| * 1. Broj kreveta u komercijalnom smještaju te kućama i stanovima za odmor na 100 m2 građevinskog područja naselja | | Sekundarni | Broj kreveta u komercijalnom smještaju te kućama i stanovima za odmor na 100 m² građevinskog područja naselja iznosi približno 0,0033 kreveta. |
| * 1. Struktura smještajnih kapaciteta izrađena u postotnim udjelima | | Sekundarni, Izvor: TZ | |  |  | | --- | --- | | apartman | 1,95 % | | hostel | 9,0 % | | hotel | 11,63 % | | integralni hotel | 1,87 % | | kamp na OPG-u | 0,17 % | | kuća stanovnika | 2 % | | kuća za odmor | 0,26 % | | objekti u domaćinstvu | 31,06 % | | organizirano kampiranje | 29,93 % | | soba za iznajmljivanje | 5,03 % | | studio apartman | 0,17 % | | akademis/učenički dom | 4,51 % | |
| 1. **TURISTIČKA POTRAŽNJA** | | | |
| * 1. Intenzitet stacionarnog, komercijalnog i nekomercijalnog turizma kao omjer prosječnog broja turista po stanovniku u vršnim danima turističke sezone | | Sekundarni |  |
| * 1. Nezadovoljstvo radi gužve na ulicama, trgovima, atrakcijama | | Stavovi turista | Gosti su najčešće nezadovoljni kada se gužve koncentriraju u središtu grada, kod glavnih atrakcija i tijekom glavnih događanja, no ukupno gledano, većina njih smatra atmosferu u Karlovcu ugodnom i ne previše napučenom. |
| 1. **RESURSNO ATRAKCIJSKA OSNOVA** | | | |
| * 1. Koncentracija materijalnih atrakcija na odabranim područjima destinacije/definiranim zonama | | Sekundarni |  |
| * 1. Koncentracija ugostiteljskih sadržaja na odabranim područjima destinacije/definiranim zonama | |  |  |
| * 1. Kakvoća voda za kupanje na mjernim stanicama na području destinacije tijekom razdoblja lipanj – rujan u odnosu na ostatak godine (za destinacije za koje je pokazatelj relevantan) | |  |  |
| * 1. Raspoloživa površina plaže po kupaču u danima vršne turističke sezone, (za destinacije za koje je pokazatelj relevantan) | |  |  |
| * 1. Kakvoća zraka na mjernim stanicama na području destinacije tijekom razdoblja lipanj – rujan u odnosu na ostatak godine | |  |  |
| * 1. Utjecaj turizma na izgled destinacije | |  | 72,67 % pozitivan utjecaj  6,36 % negativan utjecaj  20,97 % nema utjecaja  Izvor: Anketa stanovnika |
| * 1. Utjecaj turizma na korištenje javnog prostora | |  | 60,81 % pozitivan utjecaj  9,75 % negativan utjecaj  29,45 % nema utjecaja  Izvor: Anketa stanovnika |
| * 1. Zadovoljstvo ljepotom i uređenošću mjesta (kulturni i prirodni aspekti) kao i glavnih atrakcija | | stanovi turista | Turisti i jednodnevni posjetitelji Karlovca vrlo su zadovoljni ljepotom i uređenosti mjesta, kao i stanjem glavnih kulturnih i prirodnih atrakcija; velika većina ocjenjuje izgled i čistoću grada, parkova, rijeka i ključnih atrakcija najvišim ocjenama (6 i 7 na skali od 1 do 7). Ukupni dojam jasno pokazuje da je ambijent Karlovca i njegovih atrakcija jedan od najjačih motiva zadovoljstva gostiju i razlog ponovnog dolaska. |
| 1. **OKOLIŠ** | | | |
| * 1. Razina buke u danima vršne turističke sezone u odnosu na ostatak godine u zonama mješovite namjene po danu i noći | |  |  |
| * 1. Iritacija razinom buke u vrijeme turističke sezone | | stavovi stanovnika |  |
| * 1. Utjecaj buke na kvalitetu boravka | | anketa turista i jednodnevnih posjetitelja | 9,32 % smeta  55,51 % ne smeta  35,17 % ne osjeća buku  Izvor: Anketa stanovnika |
| 1. **PROSTOR** | | | |
| * 1. Udio stambenih jedinica turističke namjene (komercijalni i nekomercijalni kapaciteti) u ukupnom broju stambenih jedinica | |  |  |
| * 1. Maksimalni potencijal izgradnje na neizgrađenim i izgrađenim dijelovima građevinskog područja naselja mješovite namjene | |  |  |
| * 1. Mogućnosti nove stambene izgradnje na neizgrađenim površinama mješovite namjene građevinskog područja naselja | |  |  |
| * 1. Utjecaj pretvaranja stanova u turističke apartmane na kvalitetu života u destinaciji | |  | Izazov: Pretvaranje stanova u turističke apartmane utječe na kvalitetu života stanovnika – 31,14 % ispitanika  Izvor: Anketa stanovnika |
| 1. **KOMUNALNA INFRASTRUKTURA** | | | |
| * 1. Vršno opterećenje i udio objekata u lancu turizma (hoteli, komercijalni i nekomercijalni smještaj, ugostiteljski objekti i sl. u vršnom opterećenju) – voda | |  |  |
| * 1. Vršno opterećenje i udio objekata u lancu turizma (hoteli, komercijalni i nekomercijalni smještaj, ugostiteljski objekti i sl. u vršnom opterećenju) - električna energija | |  |  |
| * 1. Broj djelatnika na održavanju javnih površina u odnosu na m2 javnih površina koje se održavaju | |  | 37 |
| * 1. Kapaciteti (ljudski i tehnološki) za odvoz otpada | |  | Kapacitet prihvata i odvoza otpada iznosi 50 000 kg dnevno  Izvor: Čistoća d. o. o |
| * 1. Iritacija neprimjereno odloženim otpadom tijekom turističke sezone | | stavovi stanovnika |  |
| 1. **PROMETNA INFRASTRUKTURA** | | | |
| * 1. Procjena (ekspertna) kapaciteta prometne infrastrukture u odnosu na volumen prometa na odabranim pravcima/točkama u danima vršne turističke sezone | |  |  |
| * 1. Procjena kapaciteta i iskorištenosti parkirališta u razdoblju vršne turističke sezone | |  |  |
| * 1. Iritacija gužvom u prometu tijekom turističke sezone | | stavovi stanovnika |  |
| * 1. Zadovoljstvo prometom u mjestu | | anketa turista i jednodnevnih posjetitelja | Većina gostiju i posjetitelja Karlovca zadovoljna je prometom u mjestu te ga ocjenjuje vrlo dobrim do izvrsnim (skala 4 do 7/7), uz naglašeno zadovoljstvo dostupnošću glavnih prometnica, lakoćom kretanja i sigurnošću. Oko 12 % ispitanika izražava povremene pritužbe na prometnu buku, nedostatak parkinga ili gužve u središtu grada, ali to nisu dominantni razlozi nezadovoljstva. Primjedbe se uglavnom odnose na pojedine vikende i događanja, dok tijekom većeg dijela godine prometna infrastruktura zadovoljava potrebe posjetitelja i lokalnog stanovništva. |
| 1. **STANOVNIŠTVO I KVALITETA STANOVNIKA** | | | |
| * 1. Kretanje broja stanovnika u (posljednjem) desetogodišnjem razdoblju | |  |  |
| * 1. Iritacija gužvom i specifično gužvama na ulicama/javnim površinama | | anketa lokalnog stanovništva | Iritacija gužvom i gužvama na ulicama i javnim površinama javlja se kod otprilike 13 % stanovnika Karlovca, koji navode da im gužva zbog turizma smeta, dok dodatnih 25 % osjeća prisutnost gužvi, ali im one ne smetaju izravno. Oko 62 % stanovnika ne osjeća promjene uzrokovane turističkim gužvama ili im one ne smetaju, što znači da većina populacije smatra kako turistički promet ne narušava ozbiljno svakodnevnu kvalitetu života u gradu. |
| * 1. Indeks priuštivosti stana na razini destinacije | | stavovi stanovnika | Indeks priuštivosti stana u Karlovcu određen je omjerom cijene stana i prosječnih godišnjih primanja kućanstva. Prema anketi, najveći udio kućanstava (25,6 %) ima mjesečna primanja između 2001 i 3000 eura, dok ih 15 % zarađuje između 3001 i 4000 eura. S obzirom da je prosječna cijena stana u Karlovcu na tržištu u 2024. godini procijenjena na oko 1800 €/m², a tržišne ukupne cijene su oko 90 000 do 120 000 € za standardni stan, indeks priuštivosti (cijena stana / godišnja primanja) tipično iznosi oko 3,5 do 4,5, što potvrđuje da je za prosječno kućanstvo potrebno oko četiri prosječne godišnje plaće za kupnju stana, što je umjereno priuštivo u odnosu na nacionalni prosjek. |
| 1. **ZAPOSLENOST, GOSPODARSTVO I VAŽNOST TURIZMA** | | | |
| * 1. Raspoloživost dodatne radne snage (stopa nezaposlenosti; broj izdanih radnih dozvola po mjesecima) | |  |  |
| **DODATNI POKAZATELJI PRIHVATNOG KAPACITETA** | | | |
|  | | | |
| **Resursno atrakcijska osnova** | | | |
| Stav o smjeru razvoja gospodarstva | | stavovi stanovnika | Više od 69 % stanovnika Karlovca izričito podržava razvoj aktivnog, kulturnog, cjelogodišnjeg i održivog turizma kao poželjan smjer gospodarskog razvoja destinacije, dok dodatan značajan udio stanovništva (oko 55–63 %) ističe važnost kvalitete života, infrastrukture i očuvanja prirodne i kulturne baštine kao prioritete razvoja |
| Stav o smjeru razvoja turizma | | stavovi stanovnika | Lokalno stanovništvo Karlovca izražava prevladavajuće pozitivan stav o smjeru razvoja gospodarstva, posebno ističući važnost turizma za kvalitetu života. Više od 60 % smatra da turizam pomaže u unapređenju kvalitete života, dok ih 19 % vidi njegov doprinos održavanju kvalitete života. |
| **Turistička potražnja** | | | |
| 12.1. Intenzitet jednodnevnog turizma kao prosječan broj jednodnevnih posjetitelja po m2 izgrađene površine naselja, odnosno središnje najvažnije turističke zone ukoliko je jedinica lokalne/regionalne samouprave zonirana, u vršnim danima turističke sezone | | sekundarni |  |
| 12.2. Zadovoljstvo kvalitetom smještaja | | stavovi turista | Prema rezultatima ankete, oko 86 % gostiju Karlovca daje smještaju najviše ocjene (6 ili 7 od 7) za kvalitetu, čistoću, opremljenost i odnos cijene i kvalitete, dok tek manji udio navodi srednje ili niže ocjene u vezi smještajnog iskustva |
| 12.3. Nedostajući i neprimjereni sadržaji | | stavovi turista | 14 % turista i jednodnevnih posjetitelja identificira nedostajući ili neprimjereni sadržaj u Karlovcu kao značajan problem, dok dodatnih 21 % povremeno navodi nedostatak zabave za mlade, večernjih događanja, sportskih sadržaja te neuredne javne površine i oronule zgrade, ali njima to nije bitna prepreka za posjet destinaciji. Ovo znači da ukupno oko 35 % ispitanika prepoznaje nedostatke u sadržajima i uređenosti kao barem povremeni problem tijekom svog boravka. |
| 1. **RESURNO ATRAKCIJSKA OSNOVA** | | | |
| 13.1. Koncentracija događanja i večernjih zabavnih sadržaja na odabranim područjima destinacije/definiranim zonama | | sekundarni |  |
| 13.2. Oštećenja/degradacija baštine uslijed turističke aktivnosti | | sekundarni | Nema. |
| 13.3. Turizam kao razlog istiskivanja sadržaja važnih stanovnicima | | stavovi stanovnika | 14,62 % turizam istiskuje sadržaje potrebne lokalnom stanovništvu  85,38 %  Izvor: Anketa stanovnika |
| 13.4. Zadovoljstvo turista atmosferom, ugođajem | | stavovi turista | 89 % turista i posjetitelja Karlovca izuzetno je zadovoljna atmosferom i ugođajem destinacije, pri čemu najviša ocjena (6 ili 7 od 7) prevladava u odgovorima vezanim za osjećaj ugodne i prijateljske atmosfere, gostoljubivost lokalnog stanovništva, čistoću i uređene javne prostore te ponudu kulturnih i prirodnih sadržaja. |
| 13.5. Zadovoljstvo gastronomskom ponudom u mjestu | | stavovi turista | Prema rezultatima ankete, oko 82% turista i jednodnevnih posjetitelja izjavljuje da su zadovoljni gastronomskom ponudom u Karlovcu, ocjenjujući restorane, kvalitetu hrane i raznolikost ponude ocjenama 6 ili 7 od 7, dok 13 % daje srednje ocjene, a oko 5 % izražava nezadovoljstvo zbog ograničenog broja restorana ili ponekad viših cijena |
| 13.6. Zadovoljstvo događanjima i manifestacijama | | stavovi turista | Prema rezultatima ankete, oko 81 % turista i jednodnevnih posjetitelja u Karlovcu izjavljuje da je zadovoljno ili jako zadovoljno događanjima i manifestacijama u destinaciji, dajući im ocjene 6 ili 7 na skali od 1 do 7. Oko 13 % gostiju izražava neutralan stav, dok 6 % navodi nezadovoljstvo zbog ograničene ponude, osobito tijekom zime i izvan glavne turističke sezone. |
| **14. OKOLIŠ** | | | |
| 14.1. Kvaliteta zraka na lokalnoj(im) mjernoj(im) stanici(ama) u danima vršne turističke sezone u odnosu na ostatak godine | |  |  |
| 14.2. Kvaliteta vode u lukama | |  |  |
| **15. PROSTOR** | |  |  |
| 15.1. Potencijal povećanja građevinskih područja | |  |  |
| 15.2. Mogućnost stambene izgradnje kroz rekonstrukciju i prenamjenu postojećih građevina | |  |  |
| 15.3. Potencijal izgradnje u neizgrađenim građevinskim područjima ugostiteljsko-turističke namjene | |  |  |
| 15.4. Mogućnosti proširivanja plažnog prostora (za destinacije za koje je pokazatelj relevantan) | |  |  |
| 15.5. Veličina i struktura kapaciteta (vezovi) u nautici | |  |  |
| 15.6. Potencijalno povećanje kapaciteta u nautičkom turizmu | |  |  |
| 15.7. Percepcija stanovnika o postojećem stanju izgrađenosti prostora | | stavovi stanovnika | 59,11 % ima prostora za poboljšanje, ali nije loše, 5,3 % prostor je optimalno planiran I korišten  9,53 % prostor je loše planiran i korišten.  Izvor: Anketa stanovnika |
| **16. KOMUNALNA INFRASTRUKTURA** | | | |
| 16.1. Vršno opterećenje vodovodne mreže (Udio ukupne potrošnje vode u odnosu na raspoloživi kapacitet u danima vršne turističke sezone | |  | U vršnim turističkim danima u Karlovcu ukupna potrošnja vode doseže oko 16 100 m³/dan, dok je maksimalni raspoloživi kapacitet vodovodne mreže 17 000 m³/dan, što znači da je udio ukupne potrošnje vode u odnosu na kapacitet mreže u vršnim danima oko 94,7 %. Ova razina opterećenja ukazuje na iznimno visoku iskoristivost vodovodne infrastrukture tijekom najvećeg turističkog opterećenja. |
| 16.2. Udio ukupne dnevne proizvodnje mješovitog komunalnog otpada (u kućanstvima i kolektivnim turističkim smještajnim kapacitetima) u odnosu na kapacitet prihvata i odvoza otpada u vršnim danima turističke sezone | |  | Optimalan kapacitet da svi zadaci mogu učinkovito izvršiti. |
| 16.3. Iritacija neprimjereno odloženim otpadom tijekom turističke sezone | | stavovi stanovnika | Turistički razvoj u Karlovcu nije izazvao povećanu razinu iritacije uzrokovane otpadom, a grad se percipira kao uredan i održavan, s visokom razinom komunalne učinkovitosti. |
| **17. PROMETNA INFRASTRUKTURA** | | | |
| 17.1. Iritacija pronalaženjem parkirnog mjesta tijekom turističke sezone | | stavovi stanovnika | (ne)zadovoljstvo mogućnostima parkiranja – 48,31 % (ocjena 1+2) a 71,19 % zadovoljni (ocjena 1+2+3)  Izvor: Anketa stanovnika |
| **18. STANOVNIŠTVO I KVALITETA ŽIVOTA** | | | |
| 18.1. Percepcija utjecaja turizma na rast troškova života | |  | 12,71 % potvrđuje da turizmom rastu troškovi  Izvor: Anketa stanovnika |
| 18.2. Zadovoljstvo dostupnošću odabranih javnih sadržaja | |  | Prosječna ocjena: 4,05 / 7 |
| 18.3. Preseljenje stanovnika unutar destinacije uslijed iritacija uzrokovanih turizmom | |  | 7,42 %  Izvor: Anketa stanovnika |
| 18.4. Nezadovoljstvo s raspoloživosti stambenog prostora po prihvatljivoj cijeni uzrokovanog turizmom | |  | 21,61 %  Izvor: Anketa stanovnika |
| **19. ZAPOSLENOST, GOSPODARSTVO I VAŽNOST TURIZMA** | | | |
| 19.1. Udio turizma u gospodarskoj strukturi destinacije (indeks koncentracije ekonomske aktivnosti u turizmu mjeren dodanom vrijednosti ili zaposlenosti) | |  | HGK izvještaji i analize gospodarstva Karlovačke županije ističu da je prerađivačka industrija vodeća gospodarska djelatnost te zapošljava oko polovicu ukupno zaposlenih, dok turizam i ugostiteljstvo ostvaruju trajni rast, ali čine 6–9 % udjela u zaposlenosti i ekonomskoj aktivnosti destinacije, što potvrđuje značaj, ali ne i dominaciju turizma u gospodarskoj strukturi (IZVOR: Gospodarski profil Karlovačke županije, HGK Županijska komora Karlovac) |
| 19.2. Ovisnost stanovnika grada/mjesta o prihodima od turizma kao udio stanovnika za koje je turizam glavni i dodatni izvor prihoda u ukupnom broju  stanovnika | |  | 6,36 %  Izvor: Anketa stanovnika |

# Razvojni smjer s mjerama i aktivnostima

Plan upravljanja turizmom grada Karlovca izrađen je temeljem službenih smjernica Ministarstva turizma i sporta Republike Hrvatske, Pravilnika o metodologiji izrade plana upravljanja i važećih strateških dokumenata. Nakon provedene analize stanja destinacije s prikazom ključnih podataka o uspješnosti u lokalnom i regionalnom kontekstu te analizom pokazatelja održivosti, razvojni smjer Karlovca definiran je kao integralni dio plana, u skladu s aktima strateškog planiranja, prostornim planovima, planom upravljanja kulturnim dobrima i drugim obvezujućim aktima.​ U slučajevima kada razvojni smjer i ciljevi destinacije nisu prethodno propisani strateškim aktima, oni se precizno definiraju ovim planom na temelju rezultata analize destinacije. Razvojni smjer reflektira specifične lokalne prilike i prioritete, uključuje mjere i aktivnosti za infrastrukturne, marketinške i druge potrebe te postavlja realne ciljeve kroz jasno određeno vremensko razdoblje u skladu s važećom regulativom.

## Swot analiza

Tablica 50: Swot analiza Karlovca

|  |  |
| --- | --- |
| **SNAGE (S)** | **SLABOSTI (W)** |
| Izuzetno bogata prirodna i kulturna baština (četiri rijeke, parkovi, renesansna tvrđava Zvijezda) | Nedovoljna valorizacija turističkih resursa |
| Snažna prometna povezanost (autocesta, blizina Zagreba) | Nedostatak značajnijih privatnih investicija |
| Kvalitetna komunalna infrastruktura i resurs kapaciteta | Nedostatak sredstava za promociju turističkih sadržaja |
| Aktivna lokalna zajednica, mreža sportskih, kulturnih i edukativnih ustanova | Nedovoljna promocija ruralnih i gastro proizvoda, slaba integracija OPG-ova |
| Razvoj participativnog, održivog i uključivog destinacijskog modela | Nedostatak kapaciteta za veće grupe gostiju |
| **PRILIKE (O)** | **PRIJETNJE (T)** |
| Digitalizacija destinacije, inovativni turistički proizvodi (*outdoor*, festival, kulturni sadržaji). | Nesigurna investicijska prilika za investiranje |
| Jačanje suradnje s lokalnim poduzetnicima i OPG-ovima | Nedovoljna integracija privatnog sektora, nedostatak investicija |
| Brendiranje Karlovca kao grada „Grad na 4 rijeke”, razvoj tematskih ruta i tematskih festivala | Promjene na tržištu, rast troškova života i inflacija |
| Sustavni napredak u održivom turizmu i kvaliteti života stanovnika | Elementarne nepogode, klimatske promjene, ekološki rizici |
| *Benchmarking* s naprednim europskim destinacijama, povezivanje i suradnja, zajednički projekti | Pad motivacije posjetitelja radi niske prepoznatljivosti atrakcija |

*Izvor: obrada autora*

## Identifikacija općih načela i ciljeva

**Opća načela razvoja turizma u Karlovcu,** definirana u kontekstu Plana upravljanja, temelje se na strateškim i operativnim dokumentima destinacije te nacionalnim smjernicama održivog razvoja turizma.​ Turizam Karlovca oblikuje se kao inkluzivna i održiva djelatnost, usmjerena na stvaranje sinergije između kulturnih i prirodnih resursa, kvalitetne infrastrukture, suvremene ponude i aktivnog uključivanja lokalne zajednice. Ključna načela obuhvaćaju održivost turističkog razvoja, promociju autentičnog identiteta destinacije, ravnomjernu valorizaciju svih prostora grada, poticanje inovacija i razvoj novih proizvoda, te osiguranje visokog standarda kvalitete usluga i gostinskog iskustva. Poseban se naglasak stavlja na integrirano planiranje, partnerstvo s dionicima, komunikaciju i transparentno upravljanje, te konstantnu edukaciju i informiranje za odgovorno turističko ponašanje.

**Karlovac svoju turističku strategiju temelji na načelima** zaštite baštine, očuvanja okoliša, osobne sigurnosti i dostupnosti za sve segmente posjetitelja, uz razvijanje lokalne ekonomije i jačanje destinacijskog brenda u širem regionalnom i nacionalnom kontekstu. Identifikacija općih načela razvoja turizma u Karlovcu, kao sastavnog dijela Plana upravljanja, temelji se na strateškim i operativnim dokumentima te smjernicama održivog razvoja.​ Turizam grada Karlovca usmjeren je na održivost, očuvanje autentičnog identiteta destinacije i uravnotežen razvoj svih prostora, s naglaskom na povezivanje kulturnih, prirodnih i urbanih resursa u jedinstvenu ponudu. Integrirano planiranje, otvorena suradnja s lokalnom zajednicom, inovativnost u razvoju turističkih proizvoda, kvaliteta usluga i sigurnost posjetitelja predstavljaju temeljna načela. Promovira se odgovorno turističko ponašanje, zaštita okoliša i baštine, ravnoteža između turističkih vrijednosti i potreba stanovnika te jačanje destinacijskog brenda Karlovca na nacionalnoj i međunarodnoj razini.

Na temelju važećih smjernica Ministarstva turizma i sporta te analize stanja destinacije, ciljevi za Plan upravljanja turizmom grada Karlovca definirani su kao jasni, mjerljivi rezultati koji proizlaze iz prioriteta i specifičnosti destinacije. Oblikovanje usmjerenja i prioriteta omogućuje postavljanje sljedećih strateških ciljeva:

* Produljenje prosječne duljine boravka posjetitelja i smanjenje sezonalnosti kroz razvoj cjelogodišnjih turističkih proizvoda, s naglaskom na *outdoor* aktivnosti, kulturnu i manifestacijsku ponudu.
* Povećanje ukupne potrošnje po gostu poticanjem novih usluga i ponude, podizanjem kvalitete smještajnih kapaciteta i ugostiteljske infrastrukture te valorizacijom neiskorištenih atrakcija specifičnih za Karlovac.
* Jačanje destinacijskog brenda i vidljivosti Karlovca na nacionalnom i međunarodnom tržištu, naglašavajući identitet „**Grada na 4 rijeke**” Grada parkova na 4 rijeke, Grada Zvijezde na 4 rijeke, te sličnih razvoja prepoznatljivih tematskih sadržaja.
* Unapređenje kvalitete života lokalne zajednice kroz ulaganja u održivu infrastrukturu, javne prostore i zelene zone, uz aktivno uključivanje građana i transparentnu komunikaciju o učincima turizma.
* Poticanje inovacija, digitalne transformacije i partnerstva s dionicima radi razvoja novih turističkih proizvoda, optimizacije destinacijskog upravljanja te profesionalnog razvoja kadrova u turizmu.
* Transformacija tranzitnih i jednodnevnih dolazaka u višednevne i lojalne goste putem kreativnih paketa, tematskih itinerera i organizacije posebnih događanja, čime se maksimizira ekonomska iskoristivost svakog posjetitelja.

Svi su ciljevi usklađeni sa strateškim prioritetima i jasno povezuju kvantitativne i kvalitativne pokazatelje s očekivanim rezultatima razvoja destinacije, stvarajući okvir za operativno poduzimanje specifičnih aktivnosti u Karlovcu.

## Oblikovanje strateških pravaca i prioriteta

Strateško upravljanje razvojem turizma u Karlovcu uključuje oblikovanje sveobuhvatnog pristupa koji jasno određuje prioritetna područja djelovanja i rješava ključna pitanja konkurentnosti i održivosti destinacije tijekom trajanja Plana upravljanja. Posebna se pažnja posvećuje multiplikativnom djelovanju na smanjenje sezonalnosti, povećanju vrijednosti i duljine boravka posjetitelja, te uravnoteživanju odnosa između smještajnih kapaciteta i visoke razine kvalitete usluga.​

Strateško upravljanje uključuje i identifikaciju specifičnih atrakcija te razvoj novih turističkih proizvoda i usluga, s ciljem bolje valorizacije jedinstvenih obilježja destinacije. Ključna područja uključuju kontinuiranu profesionalizaciju i obrazovanje turističkih dionika, učinkovitiju organizaciju sustava destinacije, te stalnu prilagodbu tržišnim trendovima i prilika. Analizom aktualnog i budućeg tržišta procjenjuju se postojeće i nove ciljne skupine, ocjenjuju trendovi i potencijali za privlačenje različitih segmenata, te preciziraju snage i slabosti destinacije.

Prioriteti strateškog razvoja Karlovca u turizmu odnose se na izgradnju održive, konkurentne i cjelogodišnje destinacije koja uravnotežuje rast privlačnosti za posjetitelje i podizanje kvalitete života lokalne zajednice.​

**Ključni strateški ciljevi su:**

**Razviti Karlovac kao cjelogodišnju destinaciju doživljaja** kroz diversifikaciju ponude i produljenje boravka gostiju, s posebnim naglaskom na *outdoor* aktivnosti, kulturne sadržaje i manifestacije.

**Osigurati održivost i podići kvalitetu života lokalne zajednice** kroz ulaganja u infrastrukturu, javne prostore i zelene zone, uz aktivno uključivanje građana i očuvanje autentičnog identiteta.

**Ojačati destinacijski brend i tržišnu prepoznatljivost pozicioniranjem** Karlovca s jedinstvenim spojem urbanih, kulturnih i prirodnih atrakcija.

**Povećati konkurentnost kroz inovacije, partnerstva i razvoj novih turističkih proizvoda**, preko investicija u digitalizaciju, mobilnost i pametno upravljanje destinacijom uz uključivanje svih relevantnih dionika.

**Transformirati tranzitne i jednodnevne dolaske u višednevne i lojalne goste** putem posebnih paketa, događanja i tematskih itinerera za veću ekonomsku iskoristivost svakog gosta.​

Ovakav pristup omogućuje dugoročnu održivost, jačanje konkurentnosti i pozicioniranje Karlovca kao prepoznatljive turističke destinacije kontinentalne Hrvatske.

Strateški ciljevi plana upravljanja turizmom Karlovca, očekivani ishodi i KPI jasno su definirani radi usmjeravanja razvoja prema održivosti, konkurentnosti i kvalitetnom doživljaju za posjetitelje i lokalnu zajednicu.

* Razviti Karlovac kao cjelogodišnju destinaciju doživljaja, prepoznatljivu po sinergiji kulturne baštine, parkova i rijeka te kvaliteti života.
* Izgraditi destinacijsku infrastrukturu uz revitalizaciju urbanih jezgri, povećanje dostupnosti i umrežavanje atrakcija.
* Ojačati destinacijski identitet i tržišnu prepoznatljivost kroz inovativne proizvode, manifestacije i jasnu komunikaciju.

**Očekivani ishodi**

* Produženje prosječnog boravka i ravnomjernija raspodjela posjeta kroz cijelu godinu.
* Porast broja noćenja i ekonomske koristi za lokalnu zajednicu, veću uključenost građana i poduzetnika.
* Razvijena diverzifikacija turističkih proizvoda: razvoj riječnog, aktivnog, kulturnog i manifestacijskog turizma.
* Jačanje percepcije sigurnosti, ekološke svijesti, dostupnosti i očuvanosti prostora.
* Uspostava sustava kontinuiranog praćenja učinka turizma (održivost, digitalna vidljivost, zadovoljstvo korisnika).

**Ključni pokazatelji uspješnosti (KPI)**

* Broj i struktura turističkih dolazaka i noćenja tijekom godine.
* Mjerenje broja jednodnevnih gostiju.
* Prosječna duljina boravka gostiju.
* Broj km biciklističkih staza
* Prosječna potrošnja po gostu i rast prihoda u turističkom sektoru.
* Broj i raznolikost novih turističkih proizvoda i ruta (parkovi, rijeke, Zvijezda).
* Povećanje broja Festivala s izvansezonskim fokusom.
* Stopa zadovoljstva posjetitelja i lokalnog stanovništva (ankete, NPS).
* Digitalni doseg destinacije (*web*, društvene mreže, *online* PR vrijednost).
* Broj ekološki i društveno odgovornih projekata.
* Stopa angažmana i participacije lokalnih partnera i dionika.
* Očuvanost okoliša i mjerenje CO2 otiska kroz ključne događaje i destinaciju.
* Stopa realizacije investicija u infrastrukturu, smještaj i inovacije.

Svaki od ovih KPI-ja omogućava transparentno praćenje napretka te pruža temelje za kontinuiranu prilagodbu i poboljšanje destinacijskog upravljanja.

**Temeljna načela**

Temeljna načela razvoja turizma u Karlovcu definirana su kroz ključne vrijednosti i smjernice koje određuju svaki aspekt planiranja i provedbe destinacijskog upravljanja:

* **Održivost** – Svaki razvojni korak temelji se na ravnoteži između gospodarskih, društvenih i ekoloških učinaka, uz očuvanje prirodnih resursa, kulturne baštine i kvalitete života lokalnog stanovništva.
* **Uključivost i participacija** – Aktivno sudjelovanje svih relevantnih dionika (zajednica, poduzetnici, javni i privatni sektor) i osiguravanje koristi od turizma za što širi krug građana.
* **Kvaliteta i inovativnost** – Poticanje visokih standarda usluga, razvoj novih proizvoda i doživljaja te kontinuirano ulaganje u edukaciju i stručnost svih aktera u turizmu.
* **Autentičnost i identitet** – Razvoj ponude temeljen na lokalnoj kulturnoj i prirodnoj posebnosti, s ciljem stvaranja jedinstvenog identitetskog brenda „Karlovac – zvijezda na 4 rijeke, grad parkova”.
* **Očuvanje javnog prostora i pristupačnost** – Planiranje i upravljanje javnim dobrima, parkovima i rijekama na način koji podupire socijalnu koheziju, jednak pristup i trajno koristi svim korisnicima.
* **Transparentnost i suradnja** – Odluke i provedba mjera temelje se na analizi podataka, redovitom praćenju učinka i transparentnoj komunikaciji prema građanima i partnerima.

**Strateški stupovi**

Karlovca konkretno su oblikovani kao nosivi klasteri razvoja, a svaki uključuje jasne smjerove djelovanja, investicije i proizvode:

* **Destinacijsko brendiranje -** na osnovi svih mjera i aktivnosti
* **Parkovi na 4 rijeke kao temelj identiteta** – fokus na povezivanju zelenih površina (parkova, šetnica) i obala četiri rijeke (Kupa, Korana, Mrežnica, Dobra) u umreženu rekreativnu i doživljajnu cjelinu. Cilj je razvoj novih tematskih ruta, biciklističke i pješačke infrastrukture, urbanih zona boravka na vodi te pozicioniranje Karlovca kao top zelene urbane destinacije i **prvog javnog *topiary* parka u Hrvatskoj**.
* **Zvijezda kao kulturna i povijesna pozornica** – revitalizacija i interpretacija urbane jezgre Zvijezda kroz stalne i privremene izložbe, multimedijalne centre, rute vođene pričama te manifestacije i festivale, što stvara diferenciranu kulturnu ponudu za cjelogodišnji turizam.
* ***Outdoor*, aktivni i *wellbeing* turizam**; **Razvoj sadržaja na vodi –** kupališta, obiteljski i adrenalinski sportovi, vođene pješačke i biciklističke ture, sportska i rekreacijska infrastruktura u prirodi te ponude za wellness, zdravlje i opuštanje na otvorenom.
* **Manifestacijski i gastronomski turizam**; **Raspored cjelogodišnjih događanja** – festivali, sajmovi, gastro-manifestacije i tematski eventi koji potiču produženje boravka, motive dolaska, snažnu vidljivost i uključivanje lokalnih proizvođača i OPG-ova.
* **Sportski turizam –** značajna sportska infrastruktura, pripreme sportaša i organizacija sportskih događanja.
* **Digitalizacija usluga i zelena tranzicija** - razvoj digitalne signalizacije, *online booking* te promociju destinacije, razvoj pametne turističke infrastrukture i nastavak ulaganja u energetsku učinkovitost, obnovljive izvore energije i zelenu mobilnost kroz grad.

Ovi stupovi podupiru ukupnu viziju Karlovca kao održive, konkurentne i prepoznatljive destinacije, ističući njegove specifične snage i konkurentske prednosti te usmjeravaju konkretna ulaganja i razvojne projekte u svakom segmentu turističke ponude.

**Pozicioniranje Karlovca:**

Pozicioniranje Karlovca temelji se na njegovoj prepoznatljivoj urbano-prirodnoj strukturi te jasno diferenciranim proizvodima i doživljajima:

* Grad se pozicionira kao jedinstveni **„Grad na 4 rijeke"** gdje autentična renesansna urbana jezgra (Zvijezda), mreža prohodnih i funkcionalnih parkova te četiri rijeke (Kupa, Korana, Mrežnica, Dobra) čine osnovu za razvoj identitetskog turističkog brenda, istaknutog na hrvatskoj i europskoj karti destinacija.
* Karlovac razvija proizvode kroz integrirane tematske rute koje povezuju parkove i obale rijeka, kulturno-povijesne narative Zvijezde, događanja i festivalsku scenu, te aktivni i *outdoor* turizam s fokusom na riječnu i sportsku rekreaciju, čime se ciljano obraća tržišnim segmentima koji traže održivost, autentičnost i aktivna iskustva.
* Promotivna poruka grada naglašava kvalitetu života i ravnotežu između urbanog doživljaja i prirode, a strateški marketinški cilj je pretvoriti Karlovac iz tranzitne ili jednodnevne destinacije u poželjnu cjelogodišnju destinaciju s produženim boravkom i prepoznatljivim *lifestyle* atrakcijama za domaće i strane goste.

**Pozicioniranje po proizvodima**

Karlovac se u Planu upravljanja destinacijom pozicionira kroz snažno profilirane ključne turističke proizvode, svaki s jasno prepoznatljivom identitetskom i tržišnom ulogom:

* **4 Rijeke – rekreacija, priroda i aktivni odmor**. Četiri rijeke (Kupa, Korana, Mrežnica, Dobra) pozicioniraju Karlovac kao nacionalnog lidera u riječnom i *outdoor* turizmu, s fokusom na vodene sportove, biciklističke i pješačke rute, Festival magle i ekološka iskustva uz prirodno-edukativne sadržaje.
* **Parkovi – zelena gradska infrastruktura.** Parkovi su temelj doživljajne ponude i gradskog brenda, usmjereni na edukativno-rekreativne sadržaje, kulturna događanja, tematske ture i inkluzivne manifestacije koje promoviraju Karlovac kao „Grad parkova na 4 rijeke”.
* **Zvijezda – urbana i kulturna jezgra.** Renesansna zvjezdasta jezgra razvija se kao središnji identitetski i interpretacijski prostor: platforma za tematske rute, vođene priče, multimedijalne sadržaje, događanja i urbanu revitalizaciju, diferencirajući Karlovac na karti urbanog turizma. Grad Zvijezda na 4 rijeke.
* **Događanja i festivali.** Sinergija parkova, rijeka i urbanih prostora kroz cjelogodišnji kalendar događanja spaja lokalnu zajednicu, gastronomsku ponudu i kulturni program u prepoznatljiv turistički doživljaj.
* **Posebni proizvodi i tematske rute.** Integrirani paketi – gastro-ture, interpretativne rute kroz prirodu i povijest, *team-building* programi, izleti uz lokalne proizvođače, manifestacije u parkovima i na rijekama – nude raznolikost i produljuju boravak te doprinose jačanju destinacijskog identiteta.

Ova paleta proizvoda Karlovac jedinstveno pozicionira kao grad dobro uravnotežene autentične prirode, kulture i rekreacije, namijenjen tržištu koje traži održivost, aktivnost i lokalnu priču.

**Prioritetna tržišta za Karlovac** definirana su kroz kombinaciju geografskog dosega, motivacijskih segmenata i prilagodbe proizvoda:

* **Domaća i regionalna tržišta** – Posebno Zagreb, srednja i sjeverna Hrvatska, Rijeka, zbog blizine i dobre prometne povezanosti, ali i izleta i produženih boravaka za vikend i praznična razdoblja.
* **Emitivna tržišta srednje Europe** – Slovenija, Austrija, Njemačka, Češka, Poljska i Slovačka, s fokusom na posjetitelje koji dolaze automobilom ili autobusom, često u kombinaciji s drugim destinacijama (Plitvice, Zagreb, Jadran), ali i na tržišta s izraženom potražnjom za *outdoor*, kulturnim i obiteljskim turizmom.
* **Tranzitni putnici i jednodnevni izletnici** – Segment gostiju koji koriste Karlovac kao pauzu, *gateway* ili početnu točku za istraživanje ostatka Hrvatske, s ciljem povećanja stope zadržavanja i pretvaranja tranzita u višednevne posjete kroz razvoj specifičnih paketa i doživljajnih proizvoda.

Karlovac također fokusira selektivne segmente: sportske i rekreativne grupe, ljubitelje prirode, ciklo-turiste, obiteljske goste, digitalne nomade i kulturne putnike, ciljajući ponudu i promociju prilagođenu njihovim potrebama i navikama.

## Mjere i aktivnosti

**Mjera br. 1 Odgovorni turizam - Diversifikacija i održivi razvoj turističke ponude**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Aktivnost** | **Nositelj / partneri** | **Ključni pokazatelji** | **Rok provedbe** | **Izvor financiranja** | **Opis / značaj** |
| Razvoj i implementacija cjelogodišnjih turističkih proizvoda (aktivni, kulturni, wellbeing turizam) | TZ grada Karlovca, Grad Karlovac, udruge, dionici | Broj novih proizvoda, broj dolazaka izvan sezone, broj produljenih boravaka | 2026.–2028. | Proračun TZ, Fond HTZ, EU fondovi, nacionalni fondovi, privatne investicije | Cilj je obogatiti ponudu, povećati prihod lokalnog stanovništva i privući nove segmente turista, s naglaskom na održivost i raspodjelu koristi. |
| Proširenje parkirališnih kapaciteta i modernizacija prometnih rješenja | Grad Karlovac, komunalna poduzeća, privatni investitori | Novi kapaciteti, smanjenje zagušenja, povećanje zadovoljstva | 2026.–2028. | Proračun, javno-privatna partnerstva | Ova aktivnost smanjuje svakodnevne prepreke i povećava dostupnost destinacije svim profilima posjetitelja. |
| Razvoj novih pješačkih i biciklističkih itinerera te digitalna integracija sadržaja | TZ, Grad, udruge biciklista, IT sektor | Dodatni kilometri staza, povećanje korištenja, analitika posjećenosti | 2026.–2028. | Proračun TZ i Grada, Fond HTZ, EU fondovi, javni fondovi | Ova aktivnost doprinosi aktivnom, zdravom i zelenom imidžu Karlovca te diverzificira cjelogodišnju ponudu. |
| Poticanje kreativnih programa za mlade i obitelji | Udruge mladih, škole, kulturne organizacije | Broj programa i sudionika, produženi boravci gostiju | 2026.–2028. | Nacionalni programi, proračun | Jača višednevni turizam te doprinosi zadržavanju mlađe populacije u gradu. |
| Uključivanje stanovništva u strateško planiranje i evaluaciju zadovoljstva | Grad Karlovac, Vijeća mjesnih odbora, fakulteti, udruge | Broj javnih rasprava, anketa, medijska vidljivost procesa | 2026.–2028. | Proračun, projektni fondovi | Ova aktivnost jača participativni model razvoja i osigurava široku podršku turističkim politikama te transparentnost procesa. |

**Mjera br. 2: jačanje i razvoj javnog prostora**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Aktivnost** | **Nositelj / partneri** | **Ključni pokazatelji** | **Rok provedbe** | **Izvor financiranja** | **Opis / značaj** |
| Poticanje obnove oronulih/zapuštenih građevina na ključnim lokacijama | Grad Karlovac, TZ grada, konzervatori, privatni vlasnici | Broj obnovljenih objekata, povećanje vizualne kvalitete prostora, nova investicija | 2026.–2029. | Proračun, EU fondovi, privatna sredstva | Povećava vrijednost i doživljaj prostora, jača povjerenje i identitet destinacije. |
| Proširenje i modernizacija kapaciteta parkiranja i prometnih rješenja | Grad, komunalna poduzeća, partneri u mobilnosti | Novi kapaciteti, smanjenje gužvi i čekanja, rast indeksa prohodnosti | 2026.–2028. | Proračun, partnerstva, EU fondovi | Smanjuje prepreke mobilnosti te podiže kvalitetu boravka svih korisnika. |
| Unaprjeđenje sportskih sadržaja, ugostiteljstva i tematskih događanja | TZ, sportske udruge, ugostitelji, kulturne ustanove | Broj novih/digitalnih događanja, broj unaprijeđenih smještaja, porast zadovoljstva | 2026.–2029. | Poboljšane potpore, proračun, sektorske potpore | Stvara uvjete za višednevni boravak, osnažuje destinacijski brend, doprinosi razvoju proizvoda izvan glavne sezone. |
| Kontinuirano uključivanje građana u planiranje, evaluaciju i promociju | Grad, mjesni odbori, fakulteti, mediji | Broj javnih rasprava, anketa, razina sudjelovanja | 2025.–2029. | Proračun, projektni fondovi, suradnički modeli | Ova aktivnost osigurava održivost, transparentnost i relevantnost turističkog razvoja u Karlovcu. |

**Mjera br. 3: Plan upravljanja smještajem i održivo restrukturiranje kapaciteta**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Aktivnost** | **Nositelj / partneri** | **Ključni pokazatelji** | **Rok provedbe** | **Izvor financiranja** | **Opis / značaj** |
| Izrada Plana upravljanja smještajem s ograničenjima za kratkoročno iznajmljivanje; regulacija privatnog smještaja u stambenim zgradama i centru grada | Grad Karlovac, TZ, Ministarstvo turizma, udruge građana, privatni iznajmljivači | Usvojen plan, udio kratkoročnih najma u centru, broj dugoročnih stambenih jedinica | 2025.–2027. | Proračun Grada, Ministarstvo turizma, nacionalni fondovi | Sprečava prekomjernu turistifikaciju i nekontrolirani gubitak stanova, osigurava održivu ravnotežu između turizma i lokalnog života |
| Uspostava redovite dvosmjerne komunikacije i edukacije iznajmljivača o odgovornom poslovanju, zelenim praksama i digitalnoj promociji | Grad, TZ, udruge iznajmljivača, škole, ekološke udruge | Broj održanih edukacija, broj iznajmljivača s ekološkim certifikatima, digitalna vidljivost | 2025.–2028. | Proračun TZ, nacionalni projekti, EU fondovi, sponzori | Jača profesionalnost sektora, razvija ekološke i inovativne standarde, potiče produženi boravak gostiju i ruralni *wellbeing* turizam |
| Poticajne mjere za odgovorne iznajmljivače (ekološke standarde, digitalni marketing, ruralni razvoj) | Grad, TZ, eko-fond, privatni partneri | Broj programa, broj korisnika, rast visokokvalitetnog smještaja u prirodnim zonama | 2026.–2028. | Fond za turizam, eko-socijalni fondovi, proračunske poticaje | Promovira kvalitativni iskorak Karlovca, smanjuje pritisak na gradsko tkivo, stvara nove motive dolazaka i produljenje boravka |
| Umrežavanje iznajmljivača i zajednički digitalni nastup na tržištu | TZ, udruge, digitalne agencije, platforme | Broj umreženih iznajmljivača, broj zajedničkih kampanja, porast prosječne duljine boravka | 2026.–2029. | Proračun TZ, partnerske platforme | Povećava sinergiju, jača konkurentnost i destinacijsku vidljivost, stimulira siguran, održiv i integriran model privatnog smještaja |

**Mjera br. 4: Unaprjeđenje kvalitete uvjeta za poslovanje smještajnih kapaciteta**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Aktivnost** | **Nositelj / partneri** | **Ključni pokazatelji** | **Rok provedbe** | **Izvor financiranja** | **Opis / značaj** |
| Redovite koordinacije sa rješavanjem strateških i tekućih izazova u poslovanju | Grad, TZ, kulturne institucije, udruge, ugostitelji | Broj koordinacija  Broj riješenih izazova  Zadovoljstvo partnera suradnjom | 2026.–2029. | Turistička zajednica, Grad Karlovac, partneri | Stvaranje uvjeta za kvalitetan radi razvoj |
| Suradnja s trgovačko-ugostiteljskom školom na praksi učenika u hotelima/restoranima | Ugostiteljski i hotelski sektor, škole | Broj učenika na praksi, zadržavanje kadra u sektoru | Kontinuirano | Proračun, škole, tvrtke | Jačanje ljudskog kapitala, omogućuje stjecanje praktičnih znanja, doprinosi profesionalizaciji destinacijske usluge. |
| Unapređenje marketinških aktivnosti: pojačanje digitalne promocije | TZ, digitalne agencije | Broj marketinških kampanja i objava  Rast direktnih rezervacija | 2026.–2029. | Proračun partnera, TZ | Povećava vidljivost, uključuje novu publiku, omogućuje dinamičan rast broja gostiju i jačanje identiteta destinacije. |

**Mjera br. 5: Aktivno pozicioniranje i razvoj kampova u Karlovcu**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Aktivnost** | **Nositelj / partneri** | **Ključni pokazatelji** | **Rok provedbe** | **Izvor financiranja** | **Opis / značaj** |
| Motivacija privrednika na otvaranje barem jednog kampa u Karlovcu | Grad Karlovac, TZ, potencijalni privatni investitori, konzultanti za prostorno planiranje | Broj otvorenih kampova i parcela, ispunjenost kapaciteta, broj turističkih noćenja u kampovima, razina zadovoljstva korisnika | 2026.–2029. | Privatna ulaganja, gradski proračun, EU i nacionalni turistički fondovi | Razvoj kampova omogućava diversifikaciju smještajne ponude, podupire aktivan turizam, produžuje sezonu, jača konkurentnost Karlovca i doprinosi održivosti korištenjem zelenih standarda i prirodnih resursa. |

**Mjera br. 6: Jednodnevni posjetitelji - Produžavanje boravka gostiju i konverzija jednodnevnih u višednevne posjetitelje**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Aktivnost** | **Nositelj / partneri** | **Ključni pokazatelji** | **Rok provedbe** | **Izvor financiranja** | **Opis / značaj** |
| Uređenje i optimizacija ulaznih pravaca u grad te povećanje broja i kvalitete parkirnih kapaciteta na ključnim točkama | Grad Karlovac, komunalne službe | Broj uređenih ulaza u grad, broj novih parkirališnih mjesta, zadržavanje gostiju s motornim vozilima | 2026.–2027. | Proračun, komunalni fondovi | Omogućuje pozitivan prvi dojam, olakšava dolazak i produžuje boravak gostiju. |
| Razvoj i implementacija gastro-turističkih ruta i tematskih ponuda za razne profile gostiju | TZ, ugostitelji, OPG-ovi, agencije | Broj ruta, broj gastro događanja i novih sudionika, rast lokalne potrošnje | 2026.–2028. | TZ, privatni sektor, sponzori | Povećava atraktivnost grada, potiče lokalnu gastronomiju i produljuje boravak. |
| Uspostava paket-aranžmana u suradnji s agencijama i smještajnim objektima | TZ, agencije, hoteli, apartmani, kampovi | Broj paket-aranžmana, udio višednevnih dolazaka, povećana ispunjenost smještaja | 2026.–2028. | Turistički sektor, agencije | Stvara dodatnu vrijednost, olakšava planiranje boravka i motivira produljeni boravak. |
| Pojačana digitalna promocija i informiranje gostiju na emitivnim tržištima (Zagreb, Rijeka, Plitvice) | TZ, digitalne agencije | Digitalni doseg, broj online rezervacija, razina informiranosti gostiju | 2026.–2029. | Fond za digitalnu promociju, projektni fondovi | Povećava predinformiranost i motivaciju za dolazak višednevnih gostiju. |
| Ulaganje u turističku signalizaciju, info točke i infrastrukturu za lakše istraživanje grada | Grad, TZ, partneri za infrastrukturu | Broj novih turističkih info točaka i signalizacije, korisnička iskustva | 2026.–2028. | Proračun, EU fondovi, privatni sektor | Olakšava kretanje, motivira istraživanje grada i povećava opću potrošnju. |

**Mjera br. 7: Suradnja sa ugostiteljima - Strateški razvoj ugostiteljske ponude i valorizacija lokalnih proizvoda**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Aktivnost** | **Nositelj / partneri** | **Ključni pokazatelji** | **Rok provedbe** | **Izvor financiranja** | **Opis / značaj** |
| Izrada plana upravljanja praznim poslovnim prostorima i poticanje dugoročnog najma u staroj jezgri; | Grad Karlovac, gradske službe, komunalno poduzeće | Broj revitaliziranih prostora, broj novih/restauriranih ugostiteljskih objekata, smanjene komunalne naknade | 2026.–2029. | Proračun, gradski fondovi, poduzetnički inkubator | Poticanje poduzetništva i investicija: povećanje broja gastrosadržaja posebno u području Zvijezde |
| Optimizacija rada ugostiteljske ponude – upravljanje kalendarom rada za dostupnost tijekom cijele sezone, osnivanje inkubatora za ugostitelje i obrtničke inicijative | Udruženje ugostitelja, obrtnici, Grad, TZ, gospodarske komore | Broj dostupnih restorana tijekom ljeta, broj poduzetnika u inkubatoru, pokazatelji dostupnosti | 2026.–2028. | Proračun, regionalni fondovi | Produljuje sezonu i profesionalizira poduzetnički ekosustav, omogućuje bolju turističku pokrivenost |
| Valorizacija lokalnih resursa (med, pivo, gastro tura), podizanje standardizacije domaćih proizvoda – poticanje lokalne nabave, pakiranje za ugostiteljstvo | TZ, lokalni proizvođači, pčelari, pivari, udruge | Broj lokalnih proizvoda na meniju, broj certificiranih objekata | 2026.–2029. | Lokalni fondovi, sponzori, javno-privatni partneri | Jača identitet destinacije, potiče urbanu i ruralnu proizvodnju, motivira kreativne turističke projekte |
| Organizacija tematskih tura (gastro, pivarska, medena), edukativne radionice za posjetitelje, uključivanje automatiziranih rješenja i digitalizacije za rasterećenje radne snage | TZ, turističke agencije, obrtnici, proizvođači | Broj tematskih tura/manifestacija, broj novih digitalnih rješenja, broj sudionika radionica | 2026.–2028. | Proračun, projektni fondovi, digitalni i edukacijski fondovi | Povećava vidljivost destinacije, jača integraciju ugostitelja i lokalnih obrtnika te inovira poslovne procese |
| Certificiranje novih objekata s naglaskom na održivost, lokalnu nabavu, društveno odgovorno poslovanje i smanjenje otpada od hrane | TZ, savjetodavne agencije, lokalne udruge | Broj certificiranih objekata, smanjenje udjela otpada, broj društveno odgovornih projekata | 2026.–2029. | TZ, EU fondovi, sektor održivosti | Podupire kvalitetu i održivost, unapređuje brendiranje destinacije, otvoreno za međunarodnu promociju |

**Mjera br. 8: Program povezivanja lokalnih proizvođača s ugostiteljima**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Aktivnost** | **Nositelj / partneri** | **Ključni pokazatelji** | **Rok provedbe** | **Izvor financiranja** | **Opis / značaj** |
| Organizacija redovitih poslovnih susreta, sajmova i gastro promocija u Karlovcu radi direktnog umrežavanja proizvođača s restoranima i hotelima; promocija kroz javne natječaje i pozive | TZ, Udruženje ugostitelja, lokalni OPG-ovi, HGK | Broj održanih susreta, broj ugovorenih suradnji, broj lokalnih proizvoda na meniju | 2026.–2027. | Grad, komora, EU projekti, donacije | Stvara prilike za plasman lokalnih proizvoda, jača identitet destinacije i omogućuje održivo poslovno okruženje. |
| Digitalizacija suradnje - razvoj online platforme za plasman lokalnih proizvoda ugostiteljima; edukacije o digitalnom marketingu | TZ, IT partneri, OPG-ovi, udruženja, proizvođači | Pokrenuta platforma, broj OPG-ova uključenih, broj digitalnih transakcija | 2026.–2028. | Fond digitalizacije, IT sektor, projektni fondovi | Ubrzava i olakšava komunikaciju, povećava vidljivost i olakšava ulazak većeg broja proizvođača u turistički sektor. |
| Standardizacija i certificiranje lokalnih proizvoda za upotrebu u ugostiteljstvu; potpora za prilagodbu pakiranja i ekološke certifikate | Grad, TZ, savjetodavne agencije, pčelari, pivari, proizvođači hrane | Broj certificiranih proizvoda, broj objekata s certificiranim ponudama, potpora inovacijama | 2026.–2029. | Proračun, EU fondovi, sektor održivosti | Olakšava plasman lokalnih proizvoda, osigurava visoke standarde u gastro ponudi grada i jača konkurentnost Karlovca. |
| Edukacije o turističkoj tržišnoj logici, marketinškim alatima i ugostiteljskim modelima suradnje za lokalne proizvođače | HGK, komora, udruge, TZ, stručne agencije | Broj edukacija, broj uključenih proizvođača, uspješno plasiranih proizvoda | 2026.–2028. | Projektni fondovi, EU sredstva | Jača tržišnu logiku kod proizvođača, podiže razinu znanja i osnažuje njihovu poziciju u lokalnoj i regionalnoj ponudi. |

**Mjera br. 9: Implementacija preduvjeta za održivi rast turizma**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Aktivnost** | **Nositelj / partneri** | **Ključni pokazatelji** | **Rok provedbe** | **Izvor financiranja** | **Opis / značaj** |
| Provedba sustavnih istraživanja tržišnih trendova, potreba i preferencija gostiju te analize konkurencije; izrada redovitih izvještaja | TZ, agencije, partneri iz sektora turizma | Broj istraživanja godišnje, detaljnost izvještaja, primjena preporuka u praksi | 2026.–2028. | Proračun TZ, projektni fondovi | Omogućuje ciljani pristup tržištu, donosi podatke za kvalitetno upravljanje i inoviranje ponude. |
| Postavljanje strateških ciljeva i usklađivanje razvojnih dokumenata prema globalnim smjernicama održivosti | TZ, razvojne agencije, konzultanti | Usvojeni razvojni dokumenti, stopa realizacije zadanih ciljeva | 2026.–2028. | Proračun Grada, projektne potpore | Usklađuje destinacijsko upravljanje s održivim razvojem, olakšava monitoring i evaluaciju procesa. |
| Diversifikacija i izrada cjelogodišnje tematske ponude (festivali, edukacije, *outdoor*, tematski programi) | TZ, sektor događanja, škole, sportske udruge, škole, ustanove, sportske udr, agencije | Broj novih programa po mjesecima, rast prosječnog boravka, sezonalnost | 2026.–2029. | Proračun TZ, privatni sektor, sponzori | Produžuje sezonu, potiče potrošnju izvan ljeta, motivira različite profile gostiju i podiže lokalnu aktivnost. |
| Praćenje, razvoj i implementacija inovacija, digitalnih alata i online promocije te upravljanje online reputacijom | TZ, digitalne agencije, IT partneri, OPG-ovi, smještajni sektor | Broj inovativnih rješenja, pokazatelji digitalnog dosega, ocjene online reputacije | 2026.–2028. | Fond za digitalizaciju, projektni fondovi | Podupire moderan i atraktivan imidž destinacije, olakšava promociju i motivira partnere na timski rad. |
| Kontinuirano uključivanje dionika i razvoj destinacijskog tima u svrhu koordiniranog i sinergijskog razvoja turizma | TZ, Grad, svi sektori u turizmu i zajednici | Broj sektorskih sastanaka, broj zajedničkih kampanja, razina zadovoljstva partnera | 2026.–2028. | Proračun TZ, sektor suradnje, zajednički fondovi | Osigurava uključivost i kolektivnu odgovornost za rezultate, stvara pozitivan kontekst za rast i održivost. |

**Mjera br.10: Sportski turizam**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Aktivnost** | **Nositelj / partneri** | **Ključni pokazatelji** | **Rok provedbe** | **Izvor financiranja** | **Opis / značaj** |
| Izgradnja zatvorenog bazena i energetska obnova ključnih dvorana; | Grad Karlovac, KŠZ, privatni investitori, sportski klubovi | Broj novih kapaciteta, broj sportskih kampova, broj ponuda sportskog turizma sa izazovima | 2026.–2029. | Javno-privatna ulaganja, EU fondovi, gradski proračun | Podiže cjelogodišnju sportsku ponudu, rasterećuje postojeće objekte i energetski optimizira infrastrukturu. |
| Poticanje razvoja specijaliziranih smještajnih kapaciteta za sportaše s popratnim uslugama (fizioterapeuti, sportska prehrana, programi oporavka) | Grad, TZ, privatni sektor, smještajni kapaciteti, specijalisti | Broj novih objekata i usluga, broj sportskih grupa, zadovoljstvo sportaša | 2026.–2028. | Privatni sektor, EU poticaji, gradski poticaji | Podupire dolaske sportskih grupa, ulazi u europsku mapu sportskog turizma i profesionalizira destinaciju. |
| Uređenje i razvoj *outdoor* sportskih objekata i infrastrukture (trim-staze, biciklističke rute, otvoreni tereni) | Grad, sportske udruge, komunalne službe | Broj novih terena, broj korisnika, porast sportskih programa | 2026.–2028. | Proračun, sponzori, EU fondovi | Jača aktivan način života, stvara sportski *image* destinacije, olakšava održavanje kampova na otvorenom. |
| Uključivanje lokalnih klubova i zajednice u organizaciju, volontiranje i animaciju sportskih događanja | Sportski klubovi, udruge, Grad, TZ, KŠZ | Broj uključenih klubova, broj volontera, broj realiziranih manifestacija | Svake godine | Klubovi, gradski fondovi, organizatori | Jača društvenu koheziju, povećava sportske kompetencije i podupire održivost sportskih manifestacija. |

**Mjera br. 11: Sinergija u razvoju turističkih proizvoda**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Aktivnost** | **Nositelj / partneri** | **Ključni pokazatelji** | **Rok provedbe** | **Izvor financiranja** | **Opis / značaj** |
| Daljnja implementacija i promocija IQM Pass-a: proširenje uključenih atrakcija, smještaja i ugostitelja; razvoj online promocije (web, partneri, terenska prodaja) | TZ grada Karlovca, IQM partneri, Aquatika, Tesla Experience, Žitna lađa, restorani, smještajni partneri | Broj preuzetih Pass-a, broj uključenih partnera, broj produljenih boravaka, korisnička zadovoljstva | 2026.–2028. | Proračun TZ, privatni sektor, partnerstva, sponzori | Sinergijski povezuje lokalnu ponudu, usmjerava komunikaciju i omogućuje zajedničko brendiranje destinacije. |
| Razvoj i održavanje digitalne platforme za centralizirano informiranje, rezervacije i predlaganje paketa prema ciljanim skupinama gostiju | TZ, partneri, IT agencija, privatni sektor | Funkcionalnost platforme, digitalni doseg, jednostavnost rezervacije, porast online prodaje | 2026.–2028. | Proračun TZ, Fond HTZ, Fond digitalizacije, EU projekti, partnerstva | Olakšava proces planiranja putovanja, povećava dostupnost cjelokupne ponude i produžuje prosječni boravak. |
| Kreiranje i promocija tematskih paketa (obiteljski, školski, mladenački, outdoor) uz integriranu komunikaciju svih partnera | TZ, agencije, hotelski i gastro partneri | Broj tematskih paketa, broj prodanih aranžmana, evaluacija zadovoljstva gostiju | 2026.–2029. | Proračun TZ, Find HTZ, tržišni prihodi, privatni sektor | Stvara nove motive dolaska, jača koheziju sektora i potiče ravnomjernu posjećenost kroz cijelu godinu. |

**Mjera br. 12: Aktivan destinacijski management**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Aktivnost** | **Nositelj / partneri** | **Ključni pokazatelji** | **Rok provedbe** | **Izvor financiranja** | **Opis / značaj** |
| Izgradnja autobusnih stajališta kod glavnih atrakcija, povezivanje i nadogradnja biciklističke infrastrukture, ugradnja stalaka i servisnih točaka za bicikle, uređenje područja uz Aquatiku i Foginovo kupalište | Grad, agencije, udruge, biciklistički klubovi | Broj novih stajališta i biciklističkih kilometara/stalaka, broj unaprijeđenih lokacija | 2026.–2028. | Proračun, EU, privatni fondovi | Povećava dostupnost, sigurnost i atraktivnost, olakšava posjetiteljsko iskustvo, potiče dolazak ciljanih skupina. |
| Razvoj specijaliziranih vođenih tura za obitelji, djecu, umirovljenike, tematsko dječje vođenje grada, kontinuirana edukacija vodiča i promocija inovativnih tura | Udruženje vodiča Bastion, TZ, agencije, kreativni partneri | Broj novo osmišljenih tura, broj održanih radionica/edukacija, rast broja specifičnih gostiju | 2026.–2028. | TZ, edukacijski fondovi, agencijski prihodi | Potiče razvoj novih proizvoda, povećava raznovrsnost i broj zadovoljnih posjetitelja, podiže ukupni imidž vodiča i destinacije. |
| Snažnija partnerstva s agencijama i školama, | TZ, Grad, agencije, mediji, udruga vodiča | Broj partnerskih aranžmana, | 2026.–2028. | TZ, Grad, javne institucije | Povećava medijsku prisutnost, pouzdanost, prepoznatljivost i ukupnu atraktivnost Karlovca. |
| Revitalizacija Zvijezde uz otvaranje pubova, kreativnih izložbi, koncertnih programa, suvenirnica i interaktivnih iskustava | Grad Karlovac, TZ, poduzetnici, kulturne udruge | Broj novih aktivnosti/objekata, broj posjetitelja Zvijezde, evaluacije doživljaja | 2027.–2029. | Grad, investitori, kulturne zaklade | Zadržava posjetitelje duže u destinaciji. |

**Mjera br. 13. Jačanje događanja i lokalne gastronomije**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Aktivnost** | **Nositelj / partneri** | **Ključni pokazatelji** | **Rok provedbe** | **Izvor financiranja** | **Opis / značaj** |
| Poticanje i razvoj višednevnih tematskih festivala sa školama, udrugama, studentima i obrtnicima; operativna koordinacija timova za festivale | TZ, udruge, škole, studenti, obrtnici, OPG | Broj festivala, broj sudionika i posjetitelja, sklopljene OPG suradnje | 2026.–2028. | TZ, projektni fondovi, sponzori | Sinergija dionika povećava sezonu, vidljivost i ekonomske efekte |
| Osnaživanje kapaciteta kroz edukacije, radionice i uključivanje škola, udruga i obrtnika u program izvedbe festivala | Udruge, Grad, škole, studenti, edukacijski partneri | Broj edukacija i radionica, broj sudionika i volontera, ocjena kvalitete programa | 2026.–2028. | Projekti edukacije, proračun, kulturni fondovi | Podizanje lokalnog znanja, inovacija i kvalitete realizacije |

**Mjera br. 14: Razvoj i promocija tematskih itinerera za posebne oblike turizma u Karlovcu**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Aktivnost** | **Nositelj / partneri** | **Ključni pokazatelji** | **Rok provedbe** | **Izvor financiranja** | **Opis / značaj** |
| Izrada i operativno testiranje novih tematskih itinerera koji objedinjuju smještaj, prirodne resurse, gastronomiju i rekreacijske aktivnosti; suradnja s lokalnim OPG-ovima, hostelima i agencijama | TZ, lokalni OPG-ovi, smještajni objekti, agencije, ugostiteljski objekti, atrakcije | Broj novih itinerera, broj realiziranih programa, prosječna duljina boravka, broj uključenih lokalnih partnera | 2026.–2028. | Proračun, projektni fondovi, partnerstva | Omogućuje produljenje boravka, disperziju prometa i veće uključivanje lokalne zajednice uz održivo pozicioniranje destinacije. |
| Implementacija inovativnih promotivnih kampanja za itinerere kroz digitalnu promociju. | TZ, digitalne agencije, agencije | Online doseg kampanja, broj digitalnih paketa, evaluacija zadovoljstva posjetitelja | 2026.–2028. | Fond za digitalni marketing, EU projekti | Povećava atraktivnost održivih i tematskih proizvoda, olakšava pristup ciljanim skupinama. |
| Stalno praćenje rezultata i povratnih informacija te prilagođavanje proizvoda na temelju analitike, anketa i suradnje s lokalnom zajednicom | TZ, Grad, partneri, udruge | Broj korisničkih evaluacija, stopa prilagodbe itinerera, razina angažmana lokalne zajednice | 2026.–2029. | TZ, projektni fondovi | Osigurava kontinuiranu relevantnost proizvoda, potiče inovaciju i suživot turizma s lokalnom zajednicom. |

**Mjera br. 15: Diverzifikacija i nova destinacijska ponuda**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Naziv mjere** | **Aktivnost** | **Nositelj / partneri** | **Ključni pokazatelji** | **Rok provedbe** | **Izvor financiranja** | **Opis / značaj** |
| Diversifikacija wellness ponude i otvaranje spa zona | Iniciranje osnivanja wellness i spa sadržaja u hotelima i novim objektima, program poticaja za razvoj wellbeing usluga | Grad, TZ, hotelski sektor, privatni investitori, wellness brendovi | Broj novih wellness centara, ocjene gostiju, porast rezervacija wellbeing paketa | 2027.–2029. | Privatni sektor, EU fondovi, sektor zdravlja | Jača turističku prepoznatljivost, povećava duljinu i atraktivnost boravka, otvara novu nišu tržišta. |
| Razvoj cjelogodišnjih obiteljskih sadržaja i tematskih parkova | Konceptualizacija, projektiranje i implementacija edukativno-zabavnog centra za djecu i tematskog parka (*outdoor*, rekreacija, priroda) | Grad, TZ, edukacijske ustanove, privatni investitori | Broj novih sadržaja, ocjena mišljenja stanovnika | 2027.–2029. | Fondovi za inovacije, projekti edukacije, gradski proračun | Produžuje sezonu, motivira obitelji na odmor u Karlovcu, potiče socijalnu uključenost. |
| Povećanje mobilnosti i povezivanje turističkih zona | Uspostava *shuttle* linija za glavne događaje, proširenje biciklističke mreže, razvoj pješačkih ruta, objedinjavanje glavnih točaka destinacije | Grad, TZ, prometne službe, agencije | Broj *shuttle* autobusa, km biciklističke/pješačke mreže, stopa korištenja mobilnosti | 2026.–2028. | Proračun, EU prometni fondovi, partneri | Omogućuje jednostavnije kretanje, povećava pristupačnost i ravnomjerno raspoređuje turistički promet. |

**Mjera br. 16: Modernizacija riječne infrastrukture, sadržaja i standarda**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Aktivnost** | **Nositelj / partneri** | **Ključni pokazatelji** | **Rok provedbe** | **Izvor financiranja** | **Opis / značaj** |
| Priprema i provedba procesa za stjecanje Plave zastave za Foginovo (pilot projekt), s mogućim proširenjem na druga kupališta | Grad, Plava zastava, konzultanti | Dodijeljena Plava zastava, uspješno prošireni certifikati | 2027.–2029. | Grad, partnerstva, nagrade za kvalitetu | Podupire održivost, međunarodnu prepoznatljivost i novi imidž destinacije. |
| Kontinuirano sezonsko i cjelogodišnje aktiviranje zajednice kroz kulturne i sportske sadržaje uz obalu, promocija | Grad, TZ, udruge, škole, sportski klubovi | Broj programa po sezoni, broj sudionika, angažman zajednice | Svake godine | Grad, TZ, projektni fondovi | Povećava životnost i atraktivnost riječnih zona te potiče njihovu višestruku valorizaciju. |

**Mjera br. 17: Plan upravljanja za pojedine strukture u turizmu (segmentirano)**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Naziv mjere** | **Aktivnost** | **Nositelj / partneri** | **Ključni pokazatelji** | **Rok provedbe** | **Izvor financiranja** | **Opis / značaj** |
| Planiranje i regulacija smještajnih kapaciteta | Izrada i donošenje detaljnog Plana smještajnih kapaciteta | Grad Karlovac, TZ, urbanistički odjel, konzultanti | Usvojen Plan smještajnih kapaciteta, detaljni izvještaj i smjernice za ulaganja | Do 12 mjeseci od usvajanja plana | Proračun Grada, projektni fondovi | Temelji daljnje investicije i sprječava prekomjerni rast ili stihijsko širenje. |
| Planiranje i regulacija prometnih i urbanih kapaciteta | Plan za razvoj kvalitetne taxi usluge | Grad, TZ, udruženje taksista, prometni sektor | Broj upisanih taxi vozila, udio električnih vozila, zadovoljstvo korisnika | Do 6 mjeseci od plana | Privatni sektor, gradski poticaji, ekofondovi | Jača kvalitetu i inovativnost usluge, doprinosi održivoj mobilnosti i smanjenju emisija. |
| Planiranje i regulacija za poslovanja ugostiteljskih objekata | Donošenje Plana za regulaciju ugostiteljskih objekata: definiranje uvjeta i pravila rada (radno vrijeme, buka, energenti), kontrola i podrška za održivo poslovanje | Grad, TZ, ugostitelji, inspekcijske službe | Usvojena nova pravila i standardi, broj nadzora i savjetovanja | Do 6 mjeseci od plana | Proračun, sektor ugostiteljstva | Usklađuje razinu usluge, sprječava nesrazmjere i omogućuje stabilnost sektora. |
| Planiranje i regulacija | Kontrola provedbe odluke o urbanoj opremi: definiranje standarda izgleda | Grad Karlovac, Odjel za komunalne djelatnosti | Broj novih ili zamijenjenih elemenata urbane opreme, razina zadovoljstva javnosti | Do 9 mjeseci od plana | Proračun grada, komunalni fond | Standardizira izgled i funkcionalnost grada te osigurava moderan, prepoznatljiv identitet. |

**Mjera br. 18: Unaprjeđenje digitalne infrastrukture, usluga i kompetencija u turizmu**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Aktivnost** | **Nositelj / partneri** | **Ključni pokazatelji** | **Rok provedbe** | **Izvor financiranja** | **Opis / značaj** |
| Širenje optičke i bežične mreže na sve turističke lokacije, rubne i ruralne dijelove; ulaganje u povezivanje baznih podataka među dionicima | Grad Karlovac, telekom partneri, javne službe | Broj pokrivenih točaka, brzina i pouzdanost mreže, interoperabilnost baza | 2026.–2028. | Proračun, EU digitalni fondovi, javno-privatna partnerstva | Omogućuje informacijsku dostupnost, pametno upravljanje destinacijom i inovacije. |
| Kontinuirana edukacija i certificirani tečajevi digitalnih vještina za djelatnike u turizmu i javnim službama; jačanje kapaciteta za digitalnu inovaciju | TZ, obrazovne institucije, privatni digitalni partneri | Broj edukacija, certifikata i sudionika, razina digitalne pismenosti | 2026.–2028. | Proračun, EU fondovi, edukativni projekti | Jača inovativnost destinacije, povećava konkurentnost i zadovoljstvo korisnika. |
| Razvoj pristupačnih digitalnih alata (voice-over, fontovi, alternativni tekst); proširenje gamifikacije, VR/AR sadržaja i implementacija *chatbotova* | TZ, Grad, tehnološke tvrtke, udruga osoba s invaliditetom, agencije | Broj pristupačnih alata, broj digitalnih inovacija, stopa korištenja AR/VR/chatbota | 2026.–2029. | IT fondovi, inovacijski grantovi, partnerstva | Osigurava inkluzivnost, modernizira iskustvo, personalizira doživljaj i podiže standarde brige o gostima. |
| Izrada centralizirane digitalne platforme s personaliziranim ponudama, praćenjem tokova posjetitelja kroz IoT, i naprednom analitikom | TZ, IT partneri, management destinacije | Pokrenuta platforma, broj analitičkih izvještaja, učinkovitost upravljanja posjetiteljima | 2028.–2029. | Program pametnog grada, EU projekti | Povećava učinkovitost, optimizira resurse i omogućuje održivi razvoj digitalnog turizma. |
| Sustavan razvoj i održavanje virtualne korisničke podrške 24/7; partnerstva za brzo uvođenje novih digitalnih rješenja | Grad, TZ, tehnološki partneri | Broj digitalnih asistenata, stopa rješavanja upita u realnom vremenu, zadovoljstvo korisnika | 2028.–2029. | Fond inovacija, IT partnerstva | Osnažuje korisničku podršku i prilagodbu novim trendovima, povećava dostupnost. |

**Mjera br. 19: Poticanje inkluzivnog i pristupačnog turizma za osobe s invaliditetom**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Aktivnost** | **Nositelj/partneri** | **Ključni pokazatelji** | **Rok provedbe** | **Izvor financiranja** | **Opis/značaj** |
| Izrada akcijskog plana za pristupačnost turističke infrastrukture, smještaja i manifestacija – izgradnja i prilagodba rampi, taktilnih staza, liftova i sanitarnih čvorova | Grad Karlovac, udruge osoba s invaliditetom, komunalne službe | Broj prilagođenih objekata, broj novih pristupnih elemenata, evaluacija korisnika | 2026.–2029. | Proračun, EU fondovi, projekti za pristupačnost | Osigurava uključenost svih grupa, povećava konkurentnost i reputaciju kao „grada za sve”. |
| Edukacija djelatnika, vodiča i zaposlenika o pristupu osobama s različitim invaliditetima; razvoj specijaliziranih programa i vodiča za različite skupine osoba s invaliditetom | TZ, udruge, vodičke agencije, obrazovne ustanove | Broj edukacija, broj obučenih vodiča, raznovrsnost programa za različite kategorije invaliditeta | 2026.–2029. | Strukovni fondovi, edukacijski projekti | Podiže kvalitetu usluge i povećava sudjelovanje osoba s invaliditetom u turizmu. |
| Aktivno uključivanje udruga osoba s invaliditetom u su-kreiranje i promociju sadržaja; savjetodavni odbori, promocija putem digitalnih i tiskanih vodiča | TZ, sve udruge na području grada, marketinške agencije | Broj održanih savjetovanja, broj zajedničkih projekata, korištenje pristupačnih vodiča | 2026.–2027. | Proračun, partnerstva, programi društvene uključenosti | Jamči da ponuda odgovara stvarnim potrebama korisnika i omogućuje izravnu promociju Karlovca u toj niši. |
| Poticanje digitalne pristupačnosti: razvoj pristupačnih *webova*, aplikacija s *voice-overom* i prilagodbom fontova, piktogrami i jednostavni info-materijali | TZ, Grad, IT sektor, udruge osoba s invaliditetom | Broj digitalno pristupačnih alata, zadovoljstvo korisnika, razinu korištenja | 2026.–2028. | Fond digitalizacije, IT projekti EU | Podupire dostupnost informacija i korištenje inovativnih tehnologija osobama s invaliditetom. |

**Mjera br. 20: Sustav dualnog obrazovanja i Centar kompetencija**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Naziv mjere** | **Aktivnost** | **Nositelj/partneri** | **Ključni pokazatelji** | **Rok provedbe** | **Izvor financiranja** | **Opis/značaj** |
| Suradnja sa Regionalnim centrom kompetentnosti Karlovac | Novi RCK za turizam i ugostiteljstvo s modernim praktikuma, kurikulumom i povezanošću s tržištem rada. Projekt vrijedan 15 mil EUR, otvoren 2025. | Grad Karlovac, TZ, škole, RCK | Broj učenika/stručnjaka, nove kurikulume, investicije, segment kompetencija | 2026.-2029. | EU fondovi, Grad Karlovac | Modernizacija turističkog obrazovanja, poticanje inovacija i zapošljivosti mladih. |
| Koordinacija i komunikacija s dionicima | Koordinacije, radionice, okrugli stolovi, povezivanje javnog i privatnog sektora radi razvoja turizma. | Grad, TZ Karlovac | Broj radionica/sastanaka, broj uključenih dionika | 2026.-2029. | Grad, TZ Karlovac | Jačanje međusektorske povezanosti i strateških partnerstava. |
| Promocija turističkih i ugostiteljskih zanimanja, stručna praksa i modularna nastava | Predstavljanje strukovnih zanimanja učenicima, usmjerenje mladih prema traženim zanimanjima uz TZ participaciju. | TZ, škole | Broj informiranih učenika, novi upisi u strukovne škole | 2025.-2029. | TZ Karlovac, škole | Povećanje broja učenika u strukovnim programima i osiguranje kadrova za sektor. |
| Stipendijski programi za deficitarna zanimanja | Godišnje 70 stipendija (10+25 studentima, 10+25 učenicima) + nacionalne stipendije Ministarstva turizma za deficitarna zanimanja. | Grad Karlovac, KŽ, Ministarstvo | Broj dodijeljenih stipendija, praćenje zapošljivosti i kadrovske potrebe | 2027.-2029. | Grad, Ministarstvo turizma | Osiguravanje kadrova za deficitarna zanimanja i održiv razvoj sektora. |

**Mjera br. 21: Mjere za digitalni marketing i komunikaciju**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Naziv mjere / Aktivnost** | **Opis/značaj** | **Nositelj/partneri** | **Ključni pokazatelji** | **Rok provedbe** | **Izvor financiranja** |
| Edukacije za dionike o digitalnom marketingu | Redovito provođenje stručnih edukacija o digitalnom marketingu, društvenim mrežama i vizualnoj prezentaciji s ciljem podizanja kvalitete sadržaja i prilagodbe trendovima. | TZ Karlovac, specijalizirane institucije | Broj edukacija, sudionika, rast interakcija i kvalitete online sadržaja | 2025.-2029. | Proračun TZ, projekti, partnerstva, Fond HTZ |
| Povezivanje dionika i zajedničke promocije | Suradnja i zajedničke promotivne aktivnosti kroz komunikacijske kanale; sustav priznanja i poticaja za najaktivnije dionike. | TZ Karlovac | Broj uključenih dionika, zajedničke akcije, broj dodijeljenih priznanja | Kontinuirano, 2025. – 2029. | Proračun TZ, partneri |
| Individualizirani komunikacijski pristupi | Razvoj individualiziranih komunikacija i prilagodba poruka ciljanim skupinama, jačanje identiteta destinacije. | TZ Karlovac, marketinški timovi | Broj kampanja, dosezi, *engagement* mjerljiv po kanalima | Kontinuirano, 2025. – 2029. | Proračun TZ, projekti, Fond HTZ |
| Razvoj digitalne prisutnosti destinacije | Jačanje digitalne infrastrukture destinacije, praćenje rezultata, podizanje kompetencija dionika, održiva online strategija. | TZ Karlovac, digitalni partneri | Kvaliteta i posjećenost digitalnih platformi, zadovoljstvo dionika | Kontinuirano, 2025. – 2029. | Proračun TZ, fond HTZ, partnerstva |

**Mjera br. 22: Mjere i izvještavanje o zadovoljstvu gostiju**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Naziv mjere / Aktivnost** | **Opis/značaj** | **Nositelj/partneri** | **Ključni pokazatelji** | **Rok provedbe** | **Izvor financiranja** |
| Redovito izvještavanje dionika o online reputaciji | Nastaviti kontinuirano informiranje o percepciji kvalitete usluge, trendovima i povratnim informacijama gostiju. | TZ Karlovac, dionici | Broj izvještaja, broj uključenih dionika, poboljšanja usluge | Kontinuirano, 2025. – 2029. | TZG Karlovca, partnerstva |
| Suradničko praćenje rezultata i zajedničko planiranje poboljšanja | Širiti uključivanje dionika u analizu rezultata i zajedničko kreiranje aktivnosti za poboljšanje destinacije. | TZ Karlovac, dionici | Broj zajedničkih aktivnosti, broj sudionika | Kontinuirano, 2025. – 2029. | TZG Karlovca, projekti |
| Aktivno odgovaranje na recenzije i komentare uz smjernice | Poticati rješavanje pritužbi, kvalitetnu online komunikaciju, uz dodatne edukacije i smjernice. | TZ Karlovac, objekti, savjetnici | Broj odgovorenih recenzija, broj edukacija | Kontinuirano, 2025. – 2029. | Proračun TZ, partneri |
| Sustav priznanja za visoku kvalitetu i angažman | Uspostaviti priznanja i promocije za objekte s najvišom razinom kvalitete i angažmana. | TZ Karlovac | Broj dodijeljenih priznanja, poboljšanja kvalitete | Godišnje | Proračun TZ Karlovac, partneri |
| Godišnja nagrada za izvrsnost u turizmu Karlovca | Pokretanje godišnje nagrade temeljene na kriterijima kvalitete i inovativnosti. | TZ Karlovac, komisija | Broj kandidata, kriteriji inovativnosti, vidljivost nagrade | Godišnje | Proračun TZ Karlovac |
| Radionice i individualna savjetovanja o interpretaciji rezultata | Redovita edukacija dionika o analizi rezultata i implementaciji preporuka. | TZ Karlovac, savjetnici | Broj održanih radionica, broj dionika | Kontinuirano | Proračun TZ, projekti |
| Suradnja i zajedničke inicijative za održivost i standard destinacije | Poticanje zajedničkih projekata i podizanje standarda destinacije kroz suradnju. | TZ Karlovac, svi dionici | Broj zajedničkih inicijativa, razina standarda | Kontinuirano | Proračun TZ Karlovac, partnerstva |

**Mjera br.23: Edukcije i certificiranje**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Naziv mjere / Aktivnost** | **Opis / značaj** | **Nositelj / partneri** | **Ključni pokazatelji** | **Rok provedbe** | **Izvor financiranja** |
| Edukacije i certificiranje objekata prema Premium i *Sustainable* standardima | Organizacija kontinuiranih radionica, edukacija i programa certificiranja, motiviranje dionika na usvajanje viših standarda kvalitete i održivosti. | TZ Karlovac, edukacijski partneri, certifikacijska tijela | Broj provedenih edukacija, broj dobivenih novih certifikata | Kontinuirano,  2025. – 2029. | Proračun TZ, EU, partnerstva, projekti |
| Provedba audita i savjetovanja za unaprjeđenje kvalitete usluge | Provođenje individualnih audita, izrada preporuka i savjetovanje svakog objekta za usklađivanje s Premium i Sustainable standardima. | TZ Karlovac, stručnjaci za kvalitetu | Broj audita, broj izrađenih preporuka i implementacija poboljšanja | Kontinuirano,  2025. – 2029. | Proračun TZ, projekti |
| Promocija i nagrađivanje standardiziranih objekata | Vidljivija promocija objekata s dobivenim certifikatima, posebni online vodiči te uvođenje godišnjih nagrada za najviše standarde. | TZ Karlovac, partneri za promociju | Broj promoviranih objekata, broj dodijeljenih priznanja | Godišnje | Proračun TZ, sponzori |
| Umrežavanje dionika i razmjena dobre prakse | Organizacija susreta, razmjena iskustava i mentoriranje između standardiziranih i novih dionika, kontinuirana podrška unaprjeđenju. | TZ Karlovac, iskusni objekti, udruge | Broj održanih događanja, broj uključenih dionika | Kontinuirano | Proračun TZ, partnerstva |

**Mjera br. 24: Brendiranje destinacije**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Naziv mjere / Aktivnost** | **Opis / značaj** | **Nositelj / partneri** | **Ključni pokazatelji** | **Rok provedbe** | **Izvor financiranja** |
| Razvoj urbanog i premium smještaja | Poticanje razvoja hotela viših kategorija, boutique smještaja i aktivacije napuštenih objekata za tematski smještaj radi podizanja razine ponude i urbane turističke atraktivnosti. | TZ, privatni investitori | Broj objekata više kategorije, broj aktiviranih napuštenih objekata, rast turističkog prometa | 2026. – 2030. | Proračun Grada Karlovca, privatni kapital |
| Digitalna interpretacija i brendiranje baštine | Uvođenje digitalnih i interaktivnih vodiča, audio-vizualnih tura i brendiranje Grad na 4 rijeke po uzoru na europske prakse s ciljem povećanja interpretacije kulturne baštine i privlačnosti destinacije. | TZ, muzeji, ustanove, digitalni partneri | Broj digitalnih vodiča i tura, vidljivost i korištenje, prepoznatljivost brenda | 2026. – 2028. | Proračun TZ Karlovac, EU fondovi, sponzori |
| Proširenje i profiliranje događanja | Proširenje događanja na nove lokacije (rijeke, parkove, bastioni) i razvoj novih festivala izvan gl. sezone uz jaču promociju radi diversifikacije i povećanja broja posjetitelja. | TZ, udruge, gradske ustanove u kulturi | Broj novih i sezonskih događanja, broj posjetitelja, vidljivost lokacija | 2026. – 2029. | Proračun TZ Karlovac, gradski proračun, partnerstva |
| Eno-gastro i ruralna valorizacija | Suradnja sa OPG-ovima, kreiranje tematskih eno-gastro ruta, promocija lokalnih proizvoda i izgradnja identiteta „karlovački okus” za jačanje ruralnog turizma. | TZ, OPG-ovi, ugostitelji, udruge | Broj uključenih OPG-ova, broj eno-gastro ruta, rast potrošnje lokalnih proizvoda | 2026. – 2028. | Proračun TZ Karlovac, ruralni fondovi, partnerstva |
| Razvoj prirodnih atrakcija | Marketinško brendiranje „zelenog prstena”, razvoj *topiary* i botaničkih sadržaja kao turističkih atrakcija unikatnih za regiju s ciljem podizanja atraktivnosti i održivosti destinacije. | TZ, krajobrazni arhitekti | Broj novih atrakcija, broj posjeta, zadovoljstvo korisnika | 2026. – 2030. | Proračun TZ Karlovac, EU fondovi, partnerstva |
| Digitalna inovacija | Uvođenje digitalnih *storytelling* platformi, interaktivnih mapa i digitalnih kampanja u sinergiji sa svim ključnim dionicima za jačanje destinacijske vidljivosti i konkurentnosti. | TZ, IT partneri, destinacijski dionici | Broj pokrenutih platformi, digitalni doseg | 2026. – 2028. | Proračun TZ Karlovac, EU fondovi, partnerstva |

**Mjera br. 25: Valorizacija rijeka u Karlovcu**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Naziv mjere / Aktivnost** | **Opis / značaj** | **Nositelj / partneri** | **Ključni pokazatelji** | **Rok provedbe** | **Izvor financiranja** |
| Fizička integracija riječnih tokova | Izgradnja i uređenje novih šetnica, mostova, pristaništa i obalne urbane opreme radi povezivanja riječne infrastrukture s urbanim dijelovima grada te omogućavanja sigurnog i atraktivnog boravka uz rijeke. | Grad Karlovac, komunalne službe | Duljina novih/uređenih šetnica, broj mostova i pristaništa, nova urbana oprema | 2026. – 2030. | Proračun grada, EU fondovi, partneri |
| Infrastrukturna valorizacija riječnih obala | Ugradnja dodatne urbane opreme (klupe, rasvjeta, odmorišta, info-punktovi), uređenje zelenih koridora i realizacija ugostiteljskih sadržaja za kvalitetniji boravak na vodi te bolje korištenje prostora u svakodnevnom i turističkom smislu. | Grad Karlovac, privatni investitori | Broj urbana opreme, broj novih ugostiteljskih sadržaja, dužina zelenih zona | 2026. – 2030. | Proračun grada, javno-privatna partnerstva |
| *Storytelling* i interpretacija riječnih narativa | Razvoj vođenih tura, tematskih interpretacija, interaktivnih digitalnih i fizičkih instalacija te *storytelling* platforme radi približavanja povijesnih, prirodnih i emocijskih priča četiriju rijeka Karlovca građanima i posjetiteljima. | TZ, vodiči, IT i kreativne agencije | Broj vođenih tura, broj instalacija i digitalnih vodiča, broj korisnika | 2026. – 2029. | TZ Karlovac, projekti, sponzori |
| Edukativne i participativne aktivnosti za uključivanje zajednice | Provođenje radionica, edukacija i školsko- projekata udruga za građane i djecu, s temama zaštite riječnih ekosustava, valorizacije i interpretacije povijesti i značenja Karlovačkih rijeka. | TZ, škole, udruge, instituti, ustanove | Broj radionica, broj uključenih građana/mladih | 2026. – 2030. | TZ Karlovac, partneri |

**Mjera br. 26: Uređenje parkova i implementacija Topiary parka**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Naziv mjere / Aktivnost** | **Opis / značaj** | **Nositelj / partneri** | **Ključni pokazatelji** | **Rok provedbe** | **Izvor financiranja** |
| Planiranje i prostorno uređenje parka | Odabir i priprema optimalnog zemljišta za park, rješavanje imovinsko-pravnih odnosa, izrada i usvajanje plana | Grad Karlovac, urbanisti | Uređeno zemljište, odobreni plan | 2026. | Proračun grada, partneri |
| Idejno i izvedbeno hortikulturno projektiranje | Izrada hortikulturnog, arhitektonskog i sigurnosnog rješenja za park i skulpture | Projektantski tim, hortikulturni stručnjaci | Gotov projekt, dobivena dozvola | 2026. | Grad, EU fondovi |
| Priprema terena i infrastrukture | Komunalna priprema, navodnjavanje, pristupne staze, rasvjeta, sigurnosni elementi | Komunalne službe, izvođači | Gotova infrastruktura | 2026./2027. | Proračun grada, partneri |
| Nabava i sadnja biljnog materijala/skulptura | Suradnja sa stručnjacima i umjetnicima radi realizacije skulpturalnih biljnih oblika | Grad Karlovac, stručnjaci, škole | Broj posađenih skulptura | 2027. | Grad, tvrtka Zelenilo, projekti, sponzori |
| Uspostava upravljačke/čuvarske strukture | Formiranje tima za redovno održavanje, čuvanje i vođenje parka | Grad Karlovac | Uspostavljena služba | 2027. | Proračun grada |
| Edukativne radionice i školski programi | Organizacija praktičnih radionica za škole, studente i javnost | Hortikulturne škole, fakulteti, udruge | Broj radionica, broj sudionika | 2027. – 2030. | EU fondovi, TZ Karlovac,  donacije |
| Vođene tematske ture | Prezentacija kroz stručno vođenje skulpture, priče i održive prakse posjetiteljima | TZ, vodiči | Broj realiziranih tura | 2027. – 2030. | TZ Karlovac, |
| Razvoj Topiary festivala | Radionice, izložbe i večernji performansi uz međunarodno sudjelovanje | TZ, udruge, umjetnici, ustanove | Broj događanja i posjetitelja | 2027. – 2030. | Projekti, TZ, sponzori |
| Digitalna interpretacija i promocija | Izrada virtualnih tura, web stranice, društvene mreže, promotivni materijali | TZ, marketinške agencije | Broj online korisnika, doseg | 2027. – 2030. | TZ Karlovac, partnerstva |
| Uključivanje u europske mreže i razmjena znanja | Pristupanje European Route of Historic Gardens i partnerstvo s topiary destinacijama | TZ, europski partneri | Članstvo, projektne suradnje | 2028. | EU fondovi |
| Poticanje razvoja suvenira i edukativnih materijala | Priprema suvenira i didaktičkih sadržaja vezanih uz temu parka | TZ, edukativni partneri, udruženje obrtnika, | Broj suvenira, prodaja | 2027. – 2030. | Proračun TZ, suvenirnica |
| Kontinuirano praćenje i prilagodba sadržaja | Evaluacija korisničkog iskustva, prilagodba sadržaja i programa | TZ, anketari | Broj evaluacija i poboljšanja | 2028. – 2030. | TZ Karlovac, partneri |

**Mjera br. 27: Upravljanjem sustavom biciklističkih i pješačkih staza**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Naziv mjere / Aktivnost** | **Opis / značaj** | **Nositelj / partneri** | **Ključni pokazatelji** | **Rok provedbe** | **Izvor financiranja** |
| Razvoj sustava pješačkih i biciklističkih staza | Sustavno uređenje, povezivanje i održavanje *off-road* biciklističkih staza u cilju kvalitete života stanovnika, te gostiju u segmentu *outdoor* turizma | Grad Karlovac, komunalne službe, projektanti, sportske i turističke udruge | Duljina izgrađenih/uređenih staza, broj postavljenih signalizacija i opreme, zadovoljstvo korisnika, broj održavanja | 2026. – 2030. | Grad Karlovac, EU fondovi, partnerstva |
| Analiza postojeće situacije | Detaljno kartiranje svih staza, snimanje stanja, prepoznavanje nedostataka i mogućnosti poboljšanja | Grad Karlovac, stručne službe | Završena analiza, usvojena karta staza | 2026. | Grad Karlovac |
| Projektiranje i planiranje | Izrada projekata za obnovu, proširenje i izgradnju novih trasa, definiranje standarda | Projektantski biroi, komunalne službe | Broj izrađenih projekata, iskazana vrijednost investicije | 2026. | Grad Karlovac, EU fondovi |
| Rješavanje imovinsko-pravnih odnosa i dozvola | Usklađivanje parcela, obveze prema vlasnicima, prikupljanje potrebnih dozvola | Grad Karlovac, pravne službe | Broj riješenih predmeta | 2026./2027. | Grad Karlovac |
| Uređenje podloge i okoliša | Asfaltiranje, nasipavanje, ravnanje, krajobrazno uređenje, sadnja drveća, ozelenjivanje | Komunalne službe, izvođači | Dužina obnovljene trake, broj posađenih stabala | 2027. | Proračun TZ, EU fondovi |
| Postavljanje urbane opreme | Montaža klupa, koševa, stalaka, rasvjete, sigurnosnih i rekreativnih elemenata | Gradske službe, partneri | Broj postavljenih elemenata | 2027. | TZ Karlovac, partneri |
| Signalizacija i informativni panoi | Oznake smjerova, informacijski paneli, karte, pravila korištenja, turističke informacije | TZ, izrađivači signalizacije | Broj oznaka i info-panoa | 2027. | TZ Karlovac, gradski proračun |
| Čišćenje i komunalno uređenje | Priprema, čišćenje i održavanje trasa prije i nakon puštanja u rad | Komunalna društva, izvođači | Broj intervencija i radova | 2027./2028. | Komunalni proračun |
| Uspostava ugovora o održavanju | Definiranje standarda, ugovaranje i organizacija redovitog održavanja i kontrole staza | Grad Karlovac, održavatelji | Broj potpisanih ugovora, broj održavanja godišnje | 2027./2028. | Grad Karlovac |
| Promotivne i informativne kampanje | Promocija novih staza, informiranje građana i turista, motivacija za korištenje | TZ, marketinške agencije | Broj promotivnih akcija, broj uključenih korisnika | 2027./2028. | TZ Karlovac, partneri |
| Digitalni vodiči i aplikacije | Izrada digitalnih karata, mobilnih vodiča i aplikacija za trasiranje i atrakcije | TZ, IT partneri | Broj preuzimanja, učestalost korištenja aplikacije | 2028. | TZ Karlovac, EU fondovi |
| Praćenje korištenja i evaluacija | Anketiranje i analiza korisničkih potreba, praćenje prometa i zadovoljstva, godišnja evaluacija | TZ, vanjski suradnici | Broj korisničkih anketa i provedene evaluacije | 2028. – 2030. | TZ Karlovac, partnerstva |

**Mjere br. 28: Upravljanje turističkim resursima Zvijezde**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Naziv mjere / Aktivnost** | **Opis / značaj** | **Nositelj / partneri** | **Ključni pokazatelji** | **Rok provedbe** | **Izvor financiranja** |
| Uređenje i valorizacija Zvijezde | Sveobuhvatna valorizacija Zvijezde u Karlovcu, integracija povijesti i turizma prema europskim primjerima | Grad Karlovac, TZ, muzeji, povijesne udruge, kulturne institucije, krajobrazni arhitekti, digitalni partneri | Broj posjetitelja, održana događanja, više korištenih prostora, pristupnost | 2026. –2029. | Grad Karlovac, TZ Karlovac, EU fondovi, partneri |
| Analiza postojeće situacije | Detaljna analiza mogućnosti za turističku valorizaciju | Grad Karlovac, konzervatori | Analiza projektne dokumentacije | 2026. | Grad Karlovac |
| Planiranje multi-funkcionalnosti | Izrada plana korištenja središnjeg trga za turističke, edukativne, rekreativne i komercijalne sadržaje (trgova, terasa, sajmova, staza) | Grad Karlovac, TZ | Usvojen plan i koncept | 2027. | TZ Karlovac, partneri, Grad |
| Promocija i interpretacija urbanizma | Digitalne i fizičke prezentacije (ture, 3D modeli, info-panoi, multimedijalne izložbe), brendiranje Zvijezde na promotivnim materijalima i suvenirima | TZ, muzeji, IT partneri | Broj korisnika, broj digitalnih prikaza i edukativnih materijala | 2027. – 2028. | TZ Karlovac, projekti, sponzori |
| Povijesni i tematski festivali | Razvoj i poticanje organizacije povijesnih igara, gastro i kulturnih događanja na bastionima i trgu, suradnja sa gradovima Zvijezda u Europi | TZ, kreativne agencije, udruge, muzeji | Broj događanja, međunarodna suradnja | 2028. – 2029. | TZ Karlovac, vlastita sredstva, sponzori |
| Edukativne i muzejske aktivnosti | Uspostava interaktivnog muzeja unutar Zvijezde, interpretacija vojne i urbanističke povijesti, vođene ture po bastionima | Muzeji, povijesne udruge, škole | Broj edukativnih programa, posjetitelji | 2029. nadalje | TZ Karlovac, muzeji |
| Održavanje, osiguranje i signalizacija | Uspostava sustava redovitog održavanja i sigurnosti, informativna i sigurnosna signalizacija cijelom zonom | TZ, Grad | Broj održavanja i kontrola | 2027. – 2029. | Grad Karlovac |

**Mjera br. 29: Uređenje i valorizacija karlovačkih rijeka**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Naziv mjere / Aktivnost** | **Opis / značaj** | **Nositelj / partneri** | **Ključni pokazatelji** | **Rok provedbe** | **Izvor financiranja** |
| Uređenje šetnica i biciklističkih staza uz rijeke s ugostiteljskim i društvenim sadržajima | Funkcionalno, sigurno i atraktivno povezivanje obale rijeka za kretanje pješaka i biciklista te razvoj ugostiteljskih punktova i sadržaja za građane i posjetitelje. | Grad Karlovac, komunalne službe, projektanti, ugostitelji, sportske i građanske udruge | Duljina novih/uređenih staza, broj ugostiteljskih objekata, broj instaliranih sportskih i društvenih sadržaja, broj korisnika/zadovoljstvo | 2026. – 2030. | Grad, EU fondovi, partnerstva |
| Postavljanje urbane opreme | Montaža klupa, koševa, stalaka, rasvjete, sportskih sprava, dječjih igrališta, info punktova | Gradske službe, partneri | Broj opreme po dionici | 2027. | Grad Karlovac, partneri, sponzori |
| Prostor za ugostiteljske objekte | Analiza i uređenje lokacija za kafiće, bistroe, iznajmljivanje opreme, definiranje modela zakupa | Grad Karlovac, partneri | Broj novih ugostiteljskih punkta | 2027. | Grad, poduzetnici |
| Signalizacija i informativni panoi | Postavljanje turističkih i sigurnosnih oznaka, digitalnih vodiča, karata staza i atrakcija | TZ, izrađivači opreme | Broj postavljenih panoa/oznaka | 2027. | TZ, Grad |
| Uspostava sustava održavanja i čišćenja | Ugovaranje izvođača za redovno čišćenje, popravke, zimsko održavanje, kontrola kvalitete | Komunalna društva, Grad | Broj ugovora, broj godišnjih održavanja | 2027. – 2030. | Komunalni proračun |
| Organizacija aktivnosti za građane | Provedba rekreativnih, edukativnih i sportskih programa (biciklističke vožnje, trčanje, radionice) | Udruge, sportski savezi, agencije | Broj događanja, broj sudionika | 2028. – 2030. | TZ Karlovac, partnerstva |
| Promotivne i informativne kampanje | Promocija novih sadržaja, promocija zdravlja i aktivnog života kroz digitalne kanale i kampanje | TZ, marketinške agencije | Broj kampanja, broj uključenih korisnika | 2027. – 2030. | TZ Karlovac, partneri |

**Mjera br. 30: Valorizacija resursa u cilju osnaživanja sportskog turizma**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Naziv mjere / Aktivnost** | **Opis / značaj** | **Nositelj / partneri** | **Ključni pokazatelji** | **Rok provedbe** | **Izvor financiranja** |
| Razvoj i integracija sportske infrastrukture | Sustavno unapređenje postojećih i razvoj novih sportskih objekata (bazen, sportska dvorana, tereni, spa, gym), upravljanje resursima i prilagodba ponude za stanovnike i goste radi promocije zdravlja, aktivnog života i sportskog turizma. | Grad Karlovac, sportske udruge, komunalne službe, privatni investitori, škole | Broj novih i obnovljenih objekata, razina korištenja resursa, broj korisnika među građanima i gostima, broj sportskih i wellness programa | 2026. – 2029. | Grad Karlovac, EU fondovi, partnerstva, privatni sektor |
| Analiza i mapiranje postojeće sportske infrastrukture | Detaljna inventura svih resursa: bazeni, sportske dvorane, igrališta, *open gym*, zone za rekreaciju, kapaciteti i stanje opreme | Grad Karlovac, stručne službe, sportske udruge | Izrađena baza podataka i razvojna karta | 2026. | Grad Karlovac |
| Sanacija, dogradnja i opremanje sportskih objekata | Izgradnja bazena, sanacija sportskih dvorana i terena, ugradnja suvremene opreme, proširenje vanjskih i „open-air” gymova | Grad Karlovac, izvođači, sportski klubovi | Broj obnovljenih/opremljenih objekata | 2027. – 2029. | Grad, partneri, EU fondovi |
| Uspostava SPA i wellness ponude (javni i komercijalni modeli) | Nova ili obnovljena SPA zona (saune, *relax* zone, *whirpool*, masaža) dostupna građanima i posjetiteljima | Grad Karlovac, privatni investitori, hotelski sektor | Broj izgrađenih/zakupljenih SPA zona, broj korisnika | 2027./2029. | Privatni sektor, partnerstva |
| Razvoj programske ponude sporta za sve | Uvođenje programa “sport za sve”, popusti i posebne aktivnosti za djecu, umirovljenike, osobe s invaliditetom, prilagodbe za goste | Grad Karlovac, sportske udruge, škole, fitness centri | Broj novih programa, broj sudionika | 2027. – 2029. | TZ, Grad |
| Promocija zdravog života i sportskog turizma | Digitalne i lokalne kampanje, informativni materijali o sportskoj ponudi, eventi u sportskim zonama | TZ, marketinške agencije, sportske udruge, zajednice | Broj kampanja, broj informiranih korisnika | 2027. – 2029. | TZ Karlovac, partneri |
| Uspostava sustava upravljanja i održavanja svih resursa | Formiranje centralnog tima za koordinaciju sportskih objekata, digitalna platforma za rezervacije, redovito održavanje i evaluacija zadovoljstva | Grad Karlovac, upravitelji objekata | Broj prijavljenih korisnika, broj održavanja godišnje, razina zadovoljstva | 2027. – 2030. | Grad Karlovac, TZ, partneri |

# Smjernice i preporuke za dionike razvoja

Plan upravljanja destinacijom oblikuje se kao krovni dokument koji daje smjernice i preporuke za budući razvoj i unapređenje destinacije, u skladu s jasno definiranim ciljevima, pokazateljima održivosti i odabranim razvojnim smjerom. U procesu planiranja naglašava se uloga svih ključnih dionika iz sustava turizma i upravljanja turizmom te potreba za prilagođavanjem lokalnih javnih politika mjerama održivosti. Kada je za ostvarenje razvojnih ciljeva nužno donošenje odluka predstavničkog tijela jedinice lokalne samouprave, Plan upravljanja služi kao stručna podloga i argumentacija za donošenje tih mjera, posebno u pogledu kategorizacije ugostiteljskih i smještajnih objekata te planiranja novih investicija. Dokument reflektira strateške pravce definirane Strategijom razvoja održivog turizma do 2030. godine, kojom je usmjerenje hrvatskog turizma fokusirano na cjelogodišnji, održivi razvoj, praćen zelenom i digitalnom tranzicijom. Tako oblikovan Plan upravljanja omogućava usklađeno, strateško i odgovorno upravljanje razvojem destinacije s dugoročnim benefitom za zajednicu, gospodarstvo i posjetitelje.

U konačnici, uspješna provedba plana upravljanja destinacijom ovisi o zajedničkom i koordiniranom radu svih uključenih dionika, čime se osigurava odgovorno i strateško upravljanje turizmom u smjeru održivosti, ekonomske stabilnosti i unapređenja kvalitete života lokalnog stanovništva.

## Smjernice i preporuke za jedinice lokalne samouprave, Grad Karlovac

Projekti i aktivnosti moraju biti u potpunoj sinergiji s razvojem turizma u destinaciji. Postoji niz zajedničkih tema u kojima je potrebno potpuno surađivati u cilju kvalitetnog upravljanje turističkom destinacijom i realizaciji Plana upravljanja u turizmu Karlovca. Područja suradnje definirana su Zakonom o turizmu i Zakonom o turističkim zajednicama a ključno je poticati inicijative, prilagođavati se potrebama i okolnostima, donositi rješenja i preuzimati odgovornost.

Turistička zajednica i jedinica lokalne samouprave trebaju redovito održavati koordinacijske sastanke o aktualnim temama. Potrebno je informirati javnost o aktivnostima i provoditi kontinuiranu strategiju partnerstva u destinaciji.

**Uloga Grada Karlovca u integralnom upravljanju turizmom i realizaciji Plana upravljanja:**

Provedba i nadzor mjera definiranih Planom upravljanja, uključujući iniciranje investicija u infrastrukturu, održivost i javne prostore te poticanje zelene i digitalne tranzicije.​

1. Donošenje strateških odluka i izrada potrebnih regulatornih akata koji omogućuju unapređenje ugostiteljske i smještajne ponude, sukladno promjenama na tržištu i preporukama Plana upravljanja.​
2. Aktivno komuniciranje, informiranje i uključivanje građana u donošenje odluka koje se odnose na razvoj turizma i kvalitetu života stanovnika.
3. Planiranje i razvoj javne i turističke infrastrukture uz osiguranje dostupnosti, očuvanja prirodnih resursa i podizanje komunalnog standarda na području cijelog grada.​
4. Promicanje gospodarskih inicijativa i podrška projektima za stvaranje novih radnih mjesta i uključivanje lokalnih poduzetnika u gospodarski razvoj destinacije kroz turizam.​
5. Detektiranje potreba poduzetnika i usmjeravanje na rješavanje njihovih izazova u poslovanju. Pravovremeno davanje svih relevantnih informacija koje imaju ili će potencijalno imati utjecaj na poslovanje poduzetnika u Karlovcu.
6. Jačanje održivosti destinacije provedbom mjera zelene i digitalne tranzicije, promicanje ekološki odgovornog ponašanja te iniciranje projekata vezanih uz očuvanje resursa i kulturne baštine.

## Smjernice i preporuke za turističku zajednicu

1. Poticati aktivnu koordinaciju i suradnju svih dionika u destinaciji, uključujući privatni i javni sektor, lokalne udruge te građane, s ciljem usklađenog djelovanja i učinkovite realizacije Plana upravljanja.​
2. Sustavno prikupljati, analizirati i javno izvještavati o turističkim pokazateljima, indikatorima održivosti i zadovoljstvu posjetitelja i lokalnog stanovništva radi boljeg upravljanja razvojem destinacije.​
3. Razvijati i kontinuirano ažurirati inovativnu i atraktivnu turističku ponudu, s naglaskom na cjelogodišnje proizvode, manifestacije, brendiranje Karlovca kao grada na četiri rijeke te jačanje konkurentnosti na ciljanim tržištima.​
4. Inicirati i provoditi edukaciju i stručno osposobljavanje turističkih dionika, promociju odgovornog i održivog turizma te poticati lokalnu zajednicu na participaciju i volontiranje u turističkim projektima.​
5. Proaktivno komunicirati s lokalnim stanovništvom i posjetiteljima kroz informativne kampanje, javna savjetovanja i uključivanje u donošenje odluka vezanih uz razvoj turizma.
6. Redovito izvještavanje Turističkog vijeća o napretku, izazovima i uspjesima provedbe zadanih mjera. Jednom godišnje nužno je dostaviti Gradskom vijeću cjelovito izvješće o tijeku realizacije Plana upravljanja u proteklih godinu dana, s naglaskom na postignute rezultate, izazove i prijedloge za daljnje unapređenje procesa.

## Smjernice i preporuke za druge dionike u turizmu u destinaciji

Smjernice i preporuke za druge dionike u turizmu u destinaciji Karlovac usmjerene su na postizanje održivog, konkurentnog i odgovornog razvoja turizma te uključuju sljedeće prioritete:

1. Aktivno uključivanje u provedbu mjera Plana upravljanja kroz razvoj novih proizvoda, podizanje kvalitete usluga te unapređenje ponude temeljem potreba tržišta i specifičnosti destinacije.​
2. Ulaganje u održivu infrastrukturu i ekološki prihvatljive prakse, očuvanje prirodnih i kulturnih resursa te poticanje “zelene i digitalne” tranzicije poslovanja.
3. Kontinuirano stručno usavršavanje, edukaciju kadrova te razvoj profesionalnih vještina s ciljem povećanja kompetencija i standarda u turizmu.
4. Poticanje suradnje i transparentne razmjene informacija s Turističkom zajednicom i Gradom Karlovcem radi učinkovitog planiranja, realizacije zajedničkih projekata i praćenja pokazatelja uspješnosti.
5. Sudjelovanje u inicijativama društvene odgovornosti, zajedničkim promotivnim i kulturnim akcijama te projektima koji doprinose dobrobiti lokalne zajednice i povećanju zadovoljstva posjetitelja.​

Primjena ovih smjernica doprinosi sinergiji svih turističkih dionika, jačanju destinacijskog identiteta i dugoročnom prosperitetu turizma u Karlovcu.

# Popis projekata

## Popis projekata koji pridonose provedbi mjera potrebnih za doprinos stvaranju pokazatelja održivosti na razini destinacije

Plan upravljanja destinacijom kao svoj sastavni dio sadrži popis projekata koji pridonose provedbi mjera potrebnih za doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti na razini destinacije (od kojih su neki i projekti od posebnog značaja za razvoj destinacije) te popis projekata od posebnog značaja za razvoj destinacije.

Tablica 51: Naziv projekta: Običaj paljenja Ivanjskog krijesa

|  |  |
| --- | --- |
| **Naziv projekta** | **OBIČAJ PALJENJA IVANJSKOG KRIJESA – NEMATERIJALNO KULTURNO DOBRO RH** |
| Opis projekta | Očuvanje, prenošenje i promocija običaja te razvoj i organizacija najdugovječnije karlovačke manifestacije; prenošenje tradicije i očuvanje statusa nematerijalnog kulturnog dobra RH |
| Svrha projekta | Aktivnostima planiranim u okviru projekta želi se osigurati aktivno prenošenje i prezentacija očuvanja tradicije i kulturne baštine, jačanje zajedništva i lokalnog identiteta te razvoja turizma i promocije grada. |
| Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti | Kulturna, društvena i ekonomska održivost kroz prenošenje i očuvanje tradicije, zajedništvo, lokalnu participaciju i volonterizam, identitet, i promociju grada. |
| Nositelj provedbe projekta | TZ grada Karlovca |
| Lokacija provedbe projekta | Karlovac |
| Planirani početak provedbe projekta | 23. lipnja svake godine |
| Planirani završetak provedbe projekta | kontinuirano |
| Ključne točke ostvarenja projekta | Održana manifestacija sa svim sadržajima, broj posjetitelja, vrijednost PR-a prije i nakon događanja, uključivanje različitih skupina dionika |
| Procijenjena vrijednost projekta | 40.000 eura godišnje |
| Iznos vlastitog financiranja | 10.000 eura godišnje |
| Ostali mogući izvori financiranja | Proračun Grada, Fond HTZ, Ministarstvo kulture i medija |
| Potrebna projektna dokumentacija | NE |

*Izvor: Turistička zajednica grada Karlovca*

Tablica 52: Naziv projekta: Razvoj gastro proizvoda Karlovca

|  |  |
| --- | --- |
| **Naziv projekta** | **RAZVOJ GASTRO PROIZVODA KARLOVCA** |
| Opis projekta | Razvoj i implementacija gastro – turističkih ruta, povezivanje ugostitelja s ostalim dionicima u turizmu grada, promocija gastro sadržaja destinacije |
| Svrha projekta | Obogatiti tematsku ponudu grada i stvoriti motive za dolazak posjetitelja tijekom cijele godine; unaprijediti doživljaj u destinaciji te poticanje dodatnog gospodarskog i turističkog prometa |
| Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti | Razvijanjem lokalnih gastro doživljaja čuvamo tradiciju i lokalni identitet, potičemo lokalnu ekonomiju, koristimo sezonske namirnice te prenosimo svijest o turističkoj ponudi na lokalno stanovništvo, jačamo konkurentnost destinacije. |
| Nositelj provedbe projekta | TZ grada Karlovca |
| Lokacija provedbe projekta | Karlovac |
| Planirani početak provedbe projekta | 2026. |
| Planirani završetak provedbe projekta | 2029. |
| Ključne točke ostvarenja projekta | Obrađene gastro teme kroz godinu, provedene tematske promotivne kampanje, pripremljene tematske kuharice, održane gastro – manifestacije i radionice, povećana potrošnja u ugostiteljskom sektoru |
| Procijenjena vrijednost projekta | 30.000 eura godišnje |
| Iznos vlastitog financiranja | 5.000 eura godišnje |
| Ostali mogući izvori financiranja | Fond HTZ, Proračun grada, donatori |
| Potrebna projektna dokumentacija | NE |

*Izvor: Turistička zajednica grada Karlovca*

Tablica 53: Naziv projekta: Razvoj proizvoda aktivnog odmora

|  |  |
| --- | --- |
| **Naziv projekta** | **RAZVOJ PROIZVODA AKTIVNOG ODMORA** |
| Opis projekta | Unaprjeđenje postojećih sadržaja i proizvoda lokalnih agencija uz promociju istog, kreiranje tematskih ruta i sadržaja povezujući s ostalom ponudom u destinaciji, mapiranje i trasiranje te kvalitetna prezentacija istog |
| Svrha projekta | Turistička valorizacija prirodnih resursa destinacije, parkova i rijeka, povećanje broja gostiju, povećanje svijesti lokalnog stanovništva o lokalnoj prirodnoj baštini |
| Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti | Aktiviranje lokalnog stanovništva i podizanje svijesti o vrijednostima zajednice, veća vidljivost grada kroz promociju, stvaranje motiva za dolazak turista i poticanje lokalne ekonomije |
| Nositelj provedbe projekta | TZ grada Karlovca |
| Lokacija provedbe projekta | Karlovac |
| Planirani početak provedbe projekta | 2026. |
| Planirani završetak provedbe projekta | 2029. |
| Ključne točke ostvarenja projekta | Organizirana događanja na rijekama i parkovima, mapirane tematske ture, pripremljen tematski promotivni materijal, broj proizvoda lokalnih agencija, broj posjetitelja |
| Procijenjena vrijednost projekta | 40.000 eura godišnje |
| Iznos vlastitog financiranja | 5.000 eura godišnje |
| Ostali mogući izvori financiranja | Proračun Grada, Fond HTZ |
| Potrebna projektna dokumentacija | NE |

*Izvor: Turistička zajednica grada Karlovca*

Tablica 54: Naziv projekta: Edukacija dionika u turizmu grada

|  |  |
| --- | --- |
| **Naziv projekta** | **EDUKACIJA DIONIKA U TURIZMU GRADA** |
| Opis projekta | Organizacija tematskih radionica za različite skupine dionika u destinaciji, privatne iznajmljivače, ugostitelje, vodiče, zaposlenike atrakcija i TZ. Također će se svi dionici educirati o pristupu osobama s različitim vrstama invaliditeta. |
| Svrha projekta | Osnažiti dionike za pružanje kvalitetnije usluge posjetiteljima, povećanje kvalitete svih usluga i destinacije |
| Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti | Povećanja znanja i kompetencija turističkog sustava grada uz istovremeno kreiranje novih i inovativnih te kvalitetnih sadržaja, bolja prilagođenost osobama s invaliditetom, diverzifikacija ponude, jačanje konkurentnosti i zadovoljstva posjetitelja, jačanje lokalnog identiteta i ponosa |
| Nositelj provedbe projekta | TZ grada Karlovca |
| Lokacija provedbe projekta | Karlovac |
| Planirani početak provedbe projekta | 2026. |
| Planirani završetak provedbe projekta | 2029. |
| Ključne točke ostvarenja projekta | Organizirane edukacije po temama, educirani dionici, povećana razina zadovoljstva posjetitelja, povećanja razina kvalitete usluge |
| Procijenjena vrijednost projekta | 50.000 eura |
| Iznos vlastitog financiranja | 10.000 eura |
| Ostali mogući izvori financiranja | Fond HTZ, Proračun Grada |
| Potrebna projektna dokumentacija | NE |

*Izvor: Turistička zajednica grada Karlovca*

Tablica 55: Naziv projekta: Proljeće u Karlovcu

|  |  |
| --- | --- |
| **Naziv projekta** | **PROLJEĆE U KARLOVCU** |
| Opis projekta | Marketinška aktivnosti koja objedinjuje mozaik različitih događanja kroz travanj i svibanj, radionice, izložbe, tematske ture, glazbeni nastupi, aktivnosti u parku objedinjeni u cilju promocije sadržaja u razdoblju slabijeg turističkog prometa u destinaciji. |
| Svrha projekta | Osiguravanje zanimljivih sadržaja za lokalno stanovništvo i posjetitelje, poticanje razvoja turizma grada i veća vidljivost Karlovca kao turističke destinacije |
| Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti | Promocija prirodne i kulturne baštine, poticanje boravka na otvorenom, osnaživanje lokalne ekonomije, jačanje svijesti o lokalnim resursima te poticanje uključivanja što većeg broja dionika |
| Nositelj provedbe projekta | TZ grada Karlovca i partneri |
| Lokacija provedbe projekta | Karlovac |
| Planirani početak provedbe projekta | 1. travnja svake godine |
| Planirani završetak provedbe projekta | 10. lipnja svake godine |
| Ključne točke ostvarenja projekta | Provedena objedinjena promotivna kampanja, održana tematska događanja, broj sudionika, vrijednost PR objava |
| Procijenjena vrijednost projekta | 50.000 eura |
| Iznos vlastitog financiranja | 10.000 eura |
| Ostali mogući izvori financiranja | Proračun Grada, Fond HTZ |
| Potrebna projektna dokumentacija | NE |

*Izvor: Turistička zajednica grada Karlovca*

Tablica 56: Naziv projekta: Turističko brendiranje destinacije

|  |  |
| --- | --- |
| **Naziv projekta** | **TURISTIČKO BRENDIRANJE DESTINACIJE** |
| Opis projekta | Definiranje novog vizualnog identiteta destinacije temeljenog na strateškim smjernicama Plana upravljanja i ključnim prepoznatljivim proizvodima destinacije te primjena istog na svim promotivnim materijalima. |
| Svrha projekta | Kreiranje suvremenog i prepoznatljivog vizualnog identiteta Karlovca kao turističke destinacije, razvoj novog logotipa turističkog Karlovca, komunikacijskih smjernica, grafičkih standarda za sve materijale u cilju boljeg pozicioniranja na domaćem tržištu. |
| Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti | Uključivanje lokalne zajednice u promociju i storytelling Karlovca, veća prepoznatljivost destinacije, povećan gospodarski i turistički promet. |
| Nositelj provedbe projekta | TZ grada Karlovca |
| Lokacija provedbe projekta | Karlovac |
| Planirani početak provedbe projekta | 2026. |
| Planirani završetak provedbe projekta | 2027. |
| Ključne točke ostvarenja projekta | Odabran vizualni identitet destinacije, definirane i primjenjene komunikacijske smjernice i prilagođeni promotivni materijali |
| Procijenjena vrijednost projekta | 70.000 eura |
| Iznos vlastitog financiranja | 10.000 eura |
| Ostali mogući izvori financiranja | Fond HTZ, Proračun Grada |
| Potrebna projektna dokumentacija | NE |

*Izvor: Turistička zajednica grada Karlovca*

Tablica 57: Naziv projekta: Promocija destinacije kroz operativne komunikacijske aktivnosti

|  |  |
| --- | --- |
| **Naziv projekta** | **PROMOCIJA DESTINACIJE KROZ OPERATIVNE KOMUNIKACIJSKE AKTIVNOSTI** |
| Opis projekta | Promocija svih sadržaja u destinaciji kroz vlastite digitalne kanale kao i tiskani promotivni materijal destinacije, priprema i provođenje tematskih promotivnih kampanja |
| Svrha projekta | Informiranje o cjelokupnoj turističkoj ponudi i svim sadržajima u destinaciji kroz različite kanale i alate u cilju povećanja turističkog prometa. |
| Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti | Povećanje broja posjetitelja, jačanje brenda i bolje pozicioniranje destinacije, promocija lokalnih vrijednosti i sadržaja, informiranje lokalnog stanovništva i posjetitelja, podizanje svijesti i zadovoljstva |
| Nositelj provedbe projekta | TZ grada Karlovca |
| Lokacija provedbe projekta | Karlovac |
| Planirani početak provedbe projekta | kontinuirano |
| Planirani završetak provedbe projekta | kontinuirano |
| Ključne točke ostvarenja projekta | Ažurirane mrežne stranice, kontinuirane aktivnosti na društvenim mrežama, provedene tematske, promotivne kampanje, rast broja upita i pratitelja, tiskani i podijeljeni promo materijali |
| Procijenjena vrijednost projekta | 35.000 eura godišnje |
| Iznos vlastitog financiranja | 10.000 eura godišnje |
| Ostali mogući izvori financiranja | Fond HTZ-e, Proračun Grad |
| Potrebna projektna dokumentacija | NE |

*Izvor: Turistička zajednica grada Karlovca*

Tablica 58: Naziv projekta: Unaprjeđenje digitalnih kanala destinacije

|  |  |
| --- | --- |
| **Naziv projekta** | **UNAPRJEĐENJE DIGITALNIH KANALA DESTINACIJE** |
| Opis projekta | Priprema poboljšanja i unaprjeđenja postojećih aktivnosti na mrežnim stranicama i digitalnim kanalima destinacije te uvođenje novih alata u prezentaciji. |
| Svrha projekta | Podizanje vidljivosti destinacije kontinuiranom prezentacijom svih turističkih sadržaja i bolja informiranost lokalnog stanovništva, dionika i posjetitelja. |
| Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti | Bolje pozicioniranje destinacije, povećanje vidljivosti i atraktivnosti, racionalizacija troškova promocije, promocija lokalne kulture i tradicije i svih komparativnih prednosti. |
| Nositelj provedbe projekta | TZ grada Karlovca |
| Lokacija provedbe projekta | Karlovac |
| Planirani početak provedbe projekta | 2026. |
| Planirani završetak provedbe projekta | 2029. |
| Ključne točke ostvarenja projekta | Povećan broj pratitelja, broj novo kreiranih digitalnih sadržaja, pripremljeni i promovirani blog tekstovi, pripremljene infografike o turističkoj ponudu destinacije, broj newslettera poslanih dionicima |
| Procijenjena vrijednost projekta | 30.000 eura godišnje |
| Iznos vlastitog financiranja | 10.000 eura godišnje |
| Ostali mogući izvori financiranja | Fond HTZ, Proračun Grada |
| Potrebna projektna dokumentacija | NE |

*Izvor: Turistička zajednica grada Karlovca*

Tablica 59: Naziv projekta: Unaprjeđenje prezentacije turističke ponude destinacije kroz turističku signalizaciju i info ploče

|  |  |
| --- | --- |
| **Naziv projekta** | **UNAPRJEĐENJE PREZENTACIJE TURISTIČKE PONUDE DESTINACIJE KROZ TURISTIČKU SIGNALIZACIJU I INFO PLOČE** |
| Opis projekta | Jasna komunikacija svih sadržaja kao i pravaca kretanja radi lakšeg snalaženja posjetitelja postavljanjem smeđe i pješačke signalizacije te zanimljivih info ploča kao i digitalizacija istih. |
| Svrha projekta | Bolja vidljivost i prezentaciji svih relevantnih sadržaja u destinaciji, ujednačavanje signalizacije prema destinacijskim standardima. |
| Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti | Povećanje atraktivnosti destinacije, racionalnije korištenje resursa, povećan broj posjetitelja pojedinih lokacija, duže zadržavanje u destinaciji, edukacija i podizanje svijesti. |
| Nositelj provedbe projekta | TZ grada Karlovca |
| Lokacija provedbe projekta | Karlovac |
| Planirani početak provedbe projekta | 2026. |
| Planirani završetak provedbe projekta | 2029. |
| Ključne točke ostvarenja projekta | Pripremljen elaborat i postavljena pješačka signalizacija u povijesnoj gradskoj jezgri Zvijezdi; obnovljena smeđa signalizacija na različitim lokacijama, obnovljene info ploče na različitim lokacijama, postavljena interpretacija na svim atraktivnim lokacijama u destinaciji, |
| Procijenjena vrijednost projekta | 100.000 eura |
| Iznos vlastitog financiranja | 10.000 eura |
| Ostali mogući izvori financiranja | Proračun Grada, Fond HTZ |
| Potrebna projektna dokumentacija | DA |

*Izvor: Turistička zajednica grada Karlovca*

Tablica 60: Naziv projekta: Upravljanje kvalitetom u destinaciji

|  |  |
| --- | --- |
| **Naziv projekta** | **UPRAVLJANJE KVALITETOM U DESTINACIJI** |
| Opis projekta | Redovito praćenje online reputacije subjekata u turizmu grada, poticanje na izvrsnost i međusobno umrežavanja u cilju stvaranja novih turističkih proizvoda u destinaciji. |
| Svrha projekta | Unaprjeđenje kvalitete svih vrsta usluga u destinaciji koje dovodi do većeg zadovoljstva posjetitelja i veće profitabilnosti poslovnih subjekata. |
| Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti | Povećanje konkurentnosti destinacije, unaprjeđenje kvalitete svih sadržaja, veće zadovoljstvo posjetitelja i lokalnog stanovništva te veći gospodarski promet. |
| Nositelj provedbe projekta | TZ grada Karlovca |
| Lokacija provedbe projekta | Karlovac |
| Planirani početak provedbe projekta | kontinuirano |
| Planirani završetak provedbe projekta | kontinuirano |
| Ključne točke ostvarenja projekta | Ocjene pojedinih subjekata, povećana ocjena dionika i destinacije, veći broj odgovora na recenzije, povećan turistički promet i veća vidljivost destinacije. |
| Procijenjena vrijednost projekta | 10.000 eura godišnje |
| Iznos vlastitog financiranja | 2.000 eura godišnje |
| Ostali mogući izvori financiranja | Proračun Grada, Fond HTZ |
| Potrebna projektna dokumentacija | NE |

*Izvor: Turistička zajednica grada Karlovca*

Tablica 61: Naziv projekta: Razvoj i podrška događanjima

|  |  |
| --- | --- |
| **Naziv projekta** | **RAZVOJ I PODRŠKA DOGAĐANJIMA** |
| Opis projekta | Partnerstvo dionicima u organizaciji i provedbi događanja u Karlovcu tijekom cijele godine u cilju upravljanja ponudom u destinaciji te doživljajem posjetitelja. |
| Svrha projekta | Omogućiti financijsku potporu različitim subjektima koja organiziraju događanja tijekom cijele godine. |
| Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti | Smanjenje sezonalnosti osiguravanjem sadržaja tijekom cijele godine, promocija i veća vidljivost destinacije, poticanje potrošnje, očuvanje kulture i tradicije. |
| Nositelj provedbe projekta | TZ grada Karlovca |
| Lokacija provedbe projekta | Karlovac |
| Planirani početak provedbe projekta | 2019. |
| Planirani završetak provedbe projekta | Kontinuirano svako godine |
| Ključne točke ostvarenja projekta | Broj događanja podržanih kroz javni poziv TZ, broj promotivnih kampanja za različita događanja, broj ostvarenih suradnji s organizatorima, broj novih događanja u gradu |
| Procijenjena vrijednost projekta | 100.000 eura godišnje |
| Iznos vlastitog financiranja | 30.000 eura godišnje |
| Ostali mogući izvori financiranja | Proračun Grada, Fond HTZ |
| Potrebna projektna dokumentacija | NE |

*Izvor: Turistička zajednica grada Karlovca*

Tablica 62: Naziv projekta: Razvoj tematskih tura

|  |  |
| --- | --- |
| **Naziv projekta** | **RAZVOJ TEMATSKIH TURA** |
| Opis projekta | Kroz projekt će se objediniti postojeći sadržaji u destinaciji ali stvoriti i neki novi tematski itinereri ali i tematske VR tura povezanih s povijesnim i kulturnim posebnostima destinacije, prezentacija i promocija istih , razvoj specijaliziranih vođenih tura; izrada novih itinerara u digitalnoj i tiskanoj formi. |
| Svrha projekta | Umrežavanje sadržaja i stvaranje novih cjelogodišnjih motiva za dolazak u destinaciju, bolja prezentacija cjelokupne turističke ponude. |
| Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti | Diverzifikacija ponude, edukacija lokalnog stanovništva i posjetitelja, ravnomjerna distribucija posjetitelja, autentično iskustvo i jačanje lokalnog ponosa |
| Nositelj provedbe projekta | TZ grada Karlovca |
| Lokacija provedbe projekta | Karlovac |
| Planirani početak provedbe projekta | 2026. |
| Planirani završetak provedbe projekta | 2028. |
| Ključne točke ostvarenja projekta | Broj novih itinerera, broj novih tematskih tura, povećan turistički i gospodarski promet u destinaciji |
| Procijenjena vrijednost projekta | 50.000 eura |
| Iznos vlastitog financiranja | 5.000 eura |
| Ostali mogući izvori financiranja | Fond HTZ, Proračun Grada |
| Potrebna projektna dokumentacija | NE |

*Izvor: Turistička zajednica grada Karlovca*

Tablica 63: Naziv projekta: Uređenje Modrušanovog parka

|  |  |
| --- | --- |
| **Naziv projekta** | **UREĐENJE MODRUŠANOVOG PARKA** |
| Opis projekta | Planira se obnova i modernizacija postojećeg dječjeg igrališta u Modrušanovom parku (zamijenit će se postojeće dječje sprave novim i modrenijima, nadopunit će se živica, posaditi nedostajuća stabla, nasipati zemlja, posijati trava, i dr.) |
| Svrha projekta | Obnovom i modernizacijom postojećeg dječjeg igrališta, djecu se potiče na boravak na otvorenom u cilju zdravijeg načina života i podizanja svijest o značaju sporta i rekreacije kroz sadržajno korištenje slobodnog vremena. Također, kroz veću dostupnost dječjih igrališta i sportske infrastrukture povećava se i turistička ponuda. |
| Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti | sigurno i kvalitetno okruženje za boravak djece i odraslih, jačanje bioraznolikosti i unaprjeđenje zelenih površina, veća inkluzivnost i dodatni sadržaj za boravak na otvorenom, jačanje socijalne i urbane kvalitete života lokalnog stanovništva |
| Nositelj provedbe projekta | Grad Karlovac |
| Lokacija provedbe projekta | Karlovac |
| Planirani početak provedbe projekta | 2028. |
| Planirani završetak provedbe projekta | 2028. |
| Ključne točke ostvarenja projekta | Obnovljen povijesni Modrušanov park uz Kino Edison, posađena dodatna stabla |
| Procijenjena vrijednost projekta | 200.000,00 eura |
| Iznos vlastitog financiranja | 50.000,00 eura |
| Ostali mogući izvori financiranja | Nacionalni izvori |
| Potrebna projektna dokumentacija | NE |

*Izvor: Grad Karlovac*

## Projekti od posebnog značaja za razvoj destinacije

Zakon o turizmu je definirao projekt od posebnog značaja za razvoj destinacije kao projekt koji u planu upravljanja destinacijom naveden kao projekt od posebnog značaja, a pridonosi provedbi plana upravljanja destinacijom i strateškom cilju definiranom aktima strateškog planiranja za razvoj turizma.

Projekt od posebnog značaja za razvoj destinacije je projekt koji:

* pridonosi strateškom i/ili posebnom cilju definiranom aktima strateškog planiranja za razvoj turizma, - predviđa značajan i mjerljiv, izravni ili neizravni pozitivni financijski učinak na sektor turizma i povezane sektore
* započinje s provedbom u razdoblju važenja plana upravljana destinacijom kojim je predviđen
* ima minimalno izrađenu studijsku/projektnu dokumentaciju prema propisu kojim se regulira odobravanje investicijskih projekata za koje obveze preuzimaju proračunski korisnici jedinice lokalne i područne (regionalne) samouprave ima minimalnu vrijednosti od 1.000.000,00 eura.

Projekti od posebnog značaja sastavni su dio Plana upravljanja turizmom grada Karlovca.

Tablica 64: Naziv projekta: Sportska dvorana

|  |  |
| --- | --- |
| **Naziv projekta** | **SPORTSKA DVORANA** |
| Opis projekta | Projektiranje, izgradnja, opremanje i stavljanje u funkciju multifunkcionalne sportske dvorane |
| Svrha projekta | Izgraditi multifunkcionalnu sportsku dvoranu dimenzija 50 x 48 metara, minimalnog kapaciteta 4.000 gledatelja pogodnu za pripreme sportaša i razvoj sportskog turizma tijekom cijele godine |
| Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti | Razvoj cjelogodišnjeg turizma |
| Nositelj provedbe projekta | Grad Karlovac |
| Lokacija provedbe projekta | Karlovac |
| Planirani početak provedbe projekta | 2027. |
| Planirani završetak provedbe projekta | 2030. |
| Ključne točke ostvarenja projekta | Izgrađena sportska dvorana, povećan turistički i gospodarski promet u destinaciji |
| Procijenjena vrijednost projekta | 22.000.000,00 eura |
| Iznos vlastitog financiranja | 2.000.000,00 eura |
| Ostali mogući izvori financiranja | Ministarstvo turizma i sporta, EU fondovi, Ministarstvo znanosti, obrazovanja i mladih, Karlovačka županija |
| Potrebna projektna dokumentacija | DA |

*Izvor: Grad Karlovac*

Tablica 65: Naziv projekta: Javna garaža Nazorova

|  |  |
| --- | --- |
| **Naziv projekta** | **JAVNA GARAŽA NAZOROVA** |
| Opis projekta | Izgradit će se podzemna javna garaža uz istovremenu izgradnju podzemne garaže u okviru privatne investicije izgradnje stambeno-poslovnog objekta procjenjenog kapaciteta cca 120 parkirnih mjesta |
| Svrha projekta | Povećati kapacitete dostupnih parking mjesta u destinaciji kao temeljni preduvjet dolaska posjetitelja |
| Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti | Prometna povezanost putnika željezničkog i autobusnog prijevoza te povezivanje prometa u mirovanju s pješačko dostupnim javnim sadržajima, veća sigurnost i prohodnost kao i kvalitetno rješenje organizacije prometnih tokova |
| Nositelj provedbe projekta | Grad Karlovac |
| Lokacija provedbe projekta | Karlovac |
| Planirani početak provedbe projekta | 2024. |
| Planirani završetak provedbe projekta | 2029. |
| Ključne točke ostvarenja projekta | Izgrađena podzemna javna garaža, veća prohodnost prometnica u užem dijelu gradu, povećan broj posjetitelja i povećan turistički i gospodarski promet u destinaciji |
| Procijenjena vrijednost projekta | 18.000.000,00 eura |
| Iznos vlastitog financiranja | 2.000.000,00 eura |
| Ostali mogući izvori financiranja | Nacionalni izvori, EU izvori, ESCO, Karlovačka županija, privatni investitori |
| Potrebna projektna dokumentacija | DA |

*Izvor: Grad Karlovac*

Tablica 66: Naziv projekta: Interpretacijski centar Restoran studentske prehrane - Bosanski magazin

|  |  |
| --- | --- |
| **Naziv projekta** | **INTERPRETACIJSKI CENTAR RESTORAN STUDENTSKE PREHRANE – BOSANSKI MAGAZIN** |
| Opis projekta | Rekonstrukcija i prenamjena povijesne zgrade Bosanskog magazina u restoran studentske prehrane, restoran otvorenog tipa za posjetitelje i interpretacijski centar |
| Svrha projekta | Stavljanje u funkciju povijesne zgrade u gradskoj jezgri Zvijezdi u cilju dodatne ponude za posjetitelje |
| Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti | Veći gospodarski i turistički promet u povijesnoj gradskoj jezgri ali i destinaciji u cjelini, |
| Nositelj provedbe projekta | Veleučilište u Karlovcu |
| Lokacija provedbe projekta | Karlovac |
| Planirani početak provedbe projekta | 2025. |
| Planirani završetak provedbe projekta | 2028. |
| Ključne točke ostvarenja projekta | Obnovljena povijesna zgrada Bosanskog magazina, otvoren restoran za 110 osoba, uspostavljen interpretacijski centar sa tri cjeline, suvenirnica |
| Procijenjena vrijednost projekta | 8.000.000,00 |
| Iznos vlastitog financiranja | 500.000,00 eura |
| Ostali mogući izvori financiranja | ITU mehanizam |
| Potrebna projektna dokumentacija | DA |

*Izvor: Grad Karlovac*

Tablica 67: Naziv projekta: Uređenje Obale Vladimira Mažuranića

|  |  |
| --- | --- |
| **Naziv projekta** | **UREĐENJE OBALE VLADIMIRA MAŽURANIĆA** |
| Opis projekta | Planira se cjelovita obnova ulice V. Mažuranića (uređenje obaloutvrde i obrambenog zida, šetnice, kolnih, pješačko-biciklističkih površina, infrastrukturnih instalacija – javne rasvjete, vodoopskrbe i odvodnje, hortikulturno uređenje, postavljanje urbane opreme |
| Svrha projekta | Uređenjem dijela ulice Obala V. Mažuranića izgradit će se, odnosno rekonstruirati komunalna infrastruktura u cilju poboljšanja kvalitete stanovanja, životnih uvjeta i potreba svih građana Grada Karlovca, ali će se i unaprijediti turistička infrastruktura |
| Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti | Povećana kvaliteta javnog prostora za lokalno stanovništvo, veća atraktivnost destinacije, estetsko unaprjeđenje prostora jača lokalni ponos, veći broj i duže zadržavanje posjetitelja u destinaciji |
| Nositelj provedbe projekta | Grad Karlovac |
| Lokacija provedbe projekta | Karlovac |
| Planirani početak provedbe projekta | 2026. |
| Planirani završetak provedbe projekta | 2027. |
| Ključne točke ostvarenja projekta | Uređena šetnica, povećan broj posjetitelja, povećan gospodarski promet u okolnim ugostiteljskim objektima, veća estetska vrijednost užeg gradskog područja i područja uz rijeku Kupu |
| Procijenjena vrijednost projekta | 3.000.000,00 eura |
| Iznos vlastitog financiranja | 600.000,00 eura |
| Ostali mogući izvori financiranja | Hrvatske vode, Vodovod i kanalizacija, HEP |
| Potrebna projektna dokumentacija | DA |

*Izvor: Grad Karlovac*

Tablica 68: Naziv projekta: Proširenje kapaciteta studenskog doma i hostela Bedem

|  |  |
| --- | --- |
| **Naziv projekta** | **PROŠIRENJE KAPACITETA STUDENSKOG DOMA I HOSTELA BEDEM** |
| Opis projekta | Rekonstrukcija povijesne zgrade „Vojna bolnica“ u povijesnoj jezgri za potrebe proširenja kapaciteta studentskog doma i hostela Bedem kroz 100 dodatnih kreveta uz dodatne sadržaje ( teretana i sl.) |
| Svrha projekta | Stavljanje u funkciju povijesne zgrade u gradskoj jezgri Zvijezdi u cilju dodatne ponude smještajnih kapaciteta za posjetitelje |
| Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti | Veća iskorištenost turističkog potencijala povijesne jezgre Zvijezde, nova radna mjesta, promicanje kulturne baštine i jačanje kvalitete života zajednice. |
| Nositelj provedbe projekta | Veleučilište u Karlovcu, Studentski centar Karlovac |
| Lokacija provedbe projekta | Karlovac |
| Planirani početak provedbe projekta | 2025. |
| Planirani završetak provedbe projekta | 2028. |
| Ključne točke ostvarenja projekta | Obnovljena povijesna zgrada, stavljanje u funkciju novih 100 kreveta i dodatnih sadržaja, veći broj ostvarenih noćenja i povećan gospodarski promet u destinaciji |
| Procijenjena vrijednost projekta | 7.000.000,00 eura |
| Iznos vlastitog financiranja | 2.000.00,00 eura |
| Ostali mogući izvori financiranja | Ministarstvo znanosti, obrazovanja i mladih |
| Potrebna projektna dokumentacija | DA |

*Izvor: Grad Karlovac*

Tablica 69: Naziv projekta: Rekonstrukcija košarkaškog igrališta Šanac

|  |  |
| --- | --- |
| **Naziv projekta** | **REKONSTRUKCIJA KOŠARKAŠKOG IGRALIŠTA ŠANAC** |
| Opis projekta | Planira se rekonstrukcija postojećeg košarkaškog igrališta koja će obuhvatiti igralište, tribine, ogradu, pješake površine, oborinsku odvodnju, rasvjetu te pomoćnu zgradu ( obnavlja se u postojećim gabaritima za prvobitnu namjenu , manje garderobe sa sanitarijama |
| Svrha projekta | Rekonstrukcijom košarkaškog igrališta, unaprijedit će se sportsko/sportsko-rekreacijska infrastruktura, čime se stvaraju potrebni uvjeti radi poticanja, promicanja i razvoja sporta i sportske kulture |
| Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti | Poticanje lokalne ekonomije kroz veći broj organiziranih događanja, moguće privlačenje investitora i sponzora, uštede na energiji, jačanje lokalne zajednice, poticaj na boravak i aktivnosti na otvorenom |
| Nositelj provedbe projekta | Grad Karlovac |
| Lokacija provedbe projekta | Karlovac |
| Planirani početak provedbe projekta | 2026. |
| Planirani završetak provedbe projekta | 2027. |
| Ključne točke ostvarenja projekta | Obnovljeno košarkaško igralište u Šancu, veći broj održanih događanja na lokaciji, povećan gospodarski promet |
| Procijenjena vrijednost projekta | 1.200.000,00 eura |
| Iznos vlastitog financiranja | 200.000,00 eura |
| Ostali mogući izvori financiranja | Nacionalni izvori, EU izvori, Karlovačka županija |
| Potrebna projektna dokumentacija | DA |

*Izvor: Grad Karlovac*

Tablica 70: Naziv projekta: Rekonstrukcija i uređenje Vunskog polja

|  |  |
| --- | --- |
| **Naziv projekta** | **REKONSTRUKCIJA I UREĐENJE VUNSKOG POLJA** |
| Opis projekta | Planira se uređenje sportsko-rekreacijske zone na Vunskom polju s terenom za odbojku, badminton, rukomet, mali nogomet, hokej, košarku, skate park, boćalište i dr. Vunsko polje opremit će se javnom rasvjetom, vodoopskrpom, odvodnjom te urbanom opremom. |
| Svrha projekta | Uređenjem Vunskog polja unaprijedit će se sportsko-rekreacijska infrastruktura, komunalna i turistička infrastruktura, a što pridonosi promicanju i razvoju sporta i turizma, potiče boravak ljudi na otvorenim prostorima te pridonosi poboljšanju kvalitete života i zdravlja svih građana |
| Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti | Pristupačan rekreacijski sadržaj za široke skupine korisnika, veće mogućnosti organizacije događanja i festivala, povećanje vrijednosti okolnog prostora |
| Nositelj provedbe projekta | Grad Karlovac |
| Lokacija provedbe projekta | Karlovac |
| Planirani početak provedbe projekta | 2026. |
| Planirani završetak provedbe projekta | 2027. |
| Ključne točke ostvarenja projekta | Uređen sportsko rekreacijski sadržaj u neposrednoj blizini športsko rekreacijske zone Korana |
| Procijenjena vrijednost projekta | 1.200.000,00 eura |
| Iznos vlastitog financiranja | 200.000,00 eura |
| Ostali mogući izvori financiranja | Nacionalni izvori, EU izvori |
| Potrebna projektna dokumentacija | DA |

*Izvor: Grad Karlovac*

Tablica 71: Naziv projekta: Uređenje trga Josipa Bana Jelačića

|  |  |
| --- | --- |
| **Naziv projekta** | **UREĐENJE TRGA JOSIPA BANA JELAČIĆA** |
| Opis projekta | Projekt će obuhvatiti cjelovitu uhvatiti cjelovitu rekonstrukciju trga s ciljem formiranja atraktivnog javnog prostora te povratka uloge središnjeg glavnog trga grada Karlovca. zadržana je funkcionalna podjela na dva dijela (središnji za boravak građana i manifestacije te mali plac za prodaju na klupama i javne sanitarije). izvest će se fontana , javna rasvjeta, postavit će se urbana oprema, a postojeći objekt podzemnih javnih sanitarija zamijenit će se novim, proširenim podzemnim objektom. |
| Svrha projekta | Uređenje središnjeg gradskog trga, centra povijesne gradske jezgre Zvijezde, sa ciljem formiranja atraktivnog javnog prostora za korištenje stanovnika i posjetitelja grada Karlovca |
| Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti | Vraćanje funkcije središtu povijesne gradske jezgre, unaprjeđenje ekoloških standarda urbanog prostora i povećanje atraktivnosti destinacije, unaprjeđenje kvalitete života lokalnog stanovništva i razvoj lokalne ekonomije, novi prostor za manifestacije i društvena događanja |
| Nositelj provedbe projekta | Grad Karlovac |
| Lokacija provedbe projekta | Karlovac |
| Planirani početak provedbe projekta | 2025. |
| Planirani završetak provedbe projekta | 2027. |
| Ključne točke ostvarenja projekta | Uređen glavni gradski trg, veći broj organiziranih i individualnih posjeta povijesnoj jezgri, broj održanih događanja, veći broj gospodarskih subjekata i povećan gospodarski promet u Zvijezdi |
| Procijenjena vrijednost projekta | 6.900.000,00 eura |
| Iznos vlastitog financiranja | 1.035.000,00 eura |
| Ostali mogući izvori financiranja | ITU mehanizam |
| Potrebna projektna dokumentacija | DA |

*Izvor: Grad Karlovac*

Tablica 72: Naziv projekta: Izrada stalnog postava Gradskog muzeja Karlovca

|  |  |
| --- | --- |
| **Naziv projekta** | **IZRADA STALNOG POSTAVA GRADSKOG MUZEJA KARLOVCA** |
| Opis projekta | Projekt obuhvaća izradu stalnog postava muzeja grada Karlovca kojim će se sustavno i suvremeno predstaviti povijest grada, njegovi kulturni, društveni i gospodarski razvoj te značajne osobe i događaji. postav će biti oblikovan prema suvremenim muzejskim standardima, s naglaskom na interpretaciju baštine, interaktivnost i edukativnu funkciju. površina stalnog postava sa suvenirnicom bit će 500 kvm. |
| Svrha projekta | Pripremiti novi postav Gradskog muzeja u svrhu očuvanja i prezentacije kulturno-povijesne baštine i identiteta te stvaranja atraktivnog sadržaja za posjetitelje. |
| Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti | Očuvanje lokalnog identiteta i baštine, veći angažman lokalne zajednice, veća konkurentnost destinacije, povećan gospodarski promet |
| Nositelj provedbe projekta | Muzeji grada Karlovca |
| Lokacija provedbe projekta | Karlovac |
| Planirani početak provedbe projekta | 2025. |
| Planirani završetak provedbe projekta | 2027. |
| Ključne točke ostvarenja projekta | Postavljen novi postav muzeja, veći broj posjetitelja, veći promet u suvenirnici, veći broj turista u destinaciji |
| Procijenjena vrijednost projekta | 1.500.000,00 eura |
| Iznos vlastitog financiranja | 100.000,00 eura |
| Ostali mogući izvori financiranja | Ministarstvo kulture i medija, Proračun Grada, Karlovačka županija |
| Potrebna projektna dokumentacija | DA |

*Izvor: Grad Karlovac*

# Mjerenje napretka i izvješće o provedbi

## Podrška i implementacija plana upravljanja

Plan upravljanja destinacijom je obvezujući dokument koji ima zakonsko uporište te njegovodonošenje predstavlja obvezu propisanu Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (ZOT) i pripadajućim pravilnikom. U proces izrade uključeni su relevantni dionici iz sustava turizma i sustava upravljanja turizmom koji su zainteresirani za razvoj destinacije ili mogu utjecati na njezin razvoj. Cilj tog procesa je prepoznavanje i koordinacija različitih funkcija kako bi se osiguralo učinkovito upravljanje razvojem destinacije u skladu s načelima održivosti.

Usvajanjem plana upravljanja na predstavničkom tijelu jedinice lokalne ili područne (regionalne) samouprave, on stječe obvezujući karakter te omogućuje primjenu i provedbu njegovih odredbi unutar sustava. Time se osigurava da razvojni smjer destinacije bude definiran u skladu s interesima svih relevantnih dionika, uzimajući u obzir specifične potrebe i ciljeve svake pojedine destinacije.

## Izvješće o provedbi plana upravljanja destinacijom

Provedba plana upravljanja destinacijom zahtijeva sustavno i redovito praćenje te pravovremeno izvještavanje svih dionika odgovornih za razvoj i upravljanje turizmom. Kontinuirani nadzor nad provedbom mjera i aktivnosti ključan je za pravovremeno prepoznavanje napretka, uočavanje mogućih prepreka te identifikaciju potencijalnih neželjenih posljedica.

Kako bi se osiguralo učinkovito provođenje plana, nužno je definirani su vremenski intervali za evaluaciju i izvještavanje. U slučaju da se tijekom praćenja utvrdi da postoji nemogućnost ostvarivanja planiranog razvojnog smjera, kao i potreba za prilagodbom mjera i aktivnosti, Turistička zajednica o tome mora pravovremeno izvijestiti Grad Karlovac i Gradsko vijeće Grada Karlovca. Na taj se način omogućava pravovremena reakcija i prilagodba plana u skladu s realnim okolnostima i razvojnim potrebama destinacije.

Posebnu odgovornost u praćenju provedbe ima Turističko vijeće, koje je obvezno sastaviti izvješće o realizaciji plana upravljanja destinacijom za prethodnu godinu te ga dostaviti Gradskom vijeću Grada Karlovca do 31. ožujka tekuće godine. Ovaj mehanizam osigurava transparentnost u provedbi plana, omogućuje procjenu postignutih ciljeva te doprinosi kontinuiranom unaprjeđenju razvoja destinacije u skladu s načelima održivosti.

# Zaključak

Smjernice i upute za izradu plana upravljanja destinacijom predstavljaju temeljni okvir za sustavno i održivo upravljanje turističkim destinacijama. Ovaj dokument osigurava da svi aspekti razvoja i upravljanja destinacijom budu jasno definirani i koordinirani, omogućujući strukturirani pristup od analize postojećeg stanja do formuliranja razvojnih smjernica i provedbenih mjera.

Uvodni dio dokumenta naglašava važnost plana upravljanja destinacijom te potrebu uključivanja svih relevantnih dionika i raspoloživih resursa. Analiza prihvatnog kapaciteta i procjena trenutnog stanja destinacije ključni su elementi koji omogućuju prepoznavanje izazova i definiranje područja koja zahtijevaju poboljšanja. Dodatno, utvrđivanje resursne osnove i pokazatelja održivosti omogućuje stvaranje jasnih smjernica za razvoj, kao i praćenje napretka u skladu s načelima održivog turizma.

Razvojni smjer, uz konkretne mjere i aktivnosti, prati prijedloge smjernica i preporuka, čime se osigurava donošenje informiranih odluka koje su usklađene s dugoročnim ciljevima destinacije. Popis projekata i uspostava sustava za mjerenje napretka omogućuju kontinuirano praćenje realizacije plana te njegovu prilagodbu prema potrebama i promjenama u okruženju.

Uspješna provedba plana upravljanja destinacijom ovisi o predanosti i suradnji svih uključenih dionika, kao i o stalnom praćenju i prilagodbi strategija u skladu s novim izazovima i mogućnostima. Ove smjernice služe kao ključni alat za osiguranje visokokvalitetnog turističkog iskustva, koje doprinosi ne samo gospodarskom razvoju destinacije, već i očuvanju njezinih kulturnih i prirodnih vrijednosti.

# Izvori podataka

**1. Službeni statistički izvori**

* Državni zavod za statistiku RH: turistička statistika, broj noćenja, struktura gostiju, turistička potrošnja ​
* Ministarstvo turizma i sporta RH: pokazatelji, kategorizacija, evidencije turističkog prometa, akti i pravilnici ​
* Javna ustanova Natura viva: izvještaji o zaštićenim područjima, NATURA 2000 ​
* Hrvatski hidrometeorološki zavod: podaci o sunčanim satima, klimi, vodi ​
* Zavod za javno zdravstvo Karlovačke županije: kvaliteta vode i zraka.​

**2. Lokalni i županijski dokumenti**

* Urbanistički plan uređenja, PPUG, GUP, SECAP: prostorno-planerski akti grada Karlovca ​
* Program zaštite okoliša, Program poticanja energetske učinkovitosti i obnovljivih izvora ​
* Studija graditeljskih obilježja i Plan upravljanja Zvijezdom 2018-2028. ​
* Proračun Grada Karlovca, izvješća o ulaganjima, javni pozivi i natječaji ​

**3. Korišten metodološki okvir i standardi**

* Ministarstvo turizma i sporta
* Hrvatska turistička zajednica
* GSTC Global Sustainable Tourism Council kriteriji i okviri ​
* UN tourism – Measurement Sustainability of Tourism (MST)
* WTTC analitički alati za održivi turizam ​
* European Commission EC-ETIS European Tourism Indicator System ​

**4. Istraživanja i anketni podaci**

* Ankete i studije zadovoljstva lokalnog stanovništva i posjetitelja: opseg, rezultati, metodologija​
* Analize motiva dolaska, segmentacije gostiju i potrošnje
* SWOT analiza destinacije, konkurentnost, *benchmarking* s europskim gradovima (Brugge, Münster, Cambridge, Annecy) ​

**5. Stručni prilozi i referentne studije**

* Radne grupe, intervjui s dionicima, procesi javnih rasprava ​
* Referentni projekti, primjeri dobre prakse iz drugih europskih destinacija ​
* Povezane publikacije, tematske analize, priručnici o upravljanju destinacijom ​

**6. Digitalni izvori i online podaci**

* Web stranica Turističke zajednice grada Karlovca i Grada Karlovca: digitalni materijali, interaktivne karte, online informacije
* Društvene mreže, izvještaji o digitalnom dosegu, online PR vrijednosti destinacije

**7. Sekundarni izvori**

* Dokumenti i izvori vezani uz strateško planiranje na nacionalnoj i regionalnoj razini

1. **Načela i smjernice struke**

* Svi izvori su odabrani prema načelima transparentnosti, vjerodostojnosti i međunarodne usporedivosti ​
* Primjena interdisciplinarne i participativne metodologije ​
* Usklađenost s nacionalnim propisima, zakonom o turističkim zajednicama, pravilnicima o izradi planova upravljanja i važećim međunarodnim standardima.

U izradi ovog plana upravljanja destinacijom primijenjen je širok spektar izvora podataka kako bi se osigurala stručnost, relevantnost i objektivnost svih analiziranih informacija. Podatci su prikupljeni iz službenih statističkih baza, lokalnih i nacionalnih planskih dokumenata, analiza relevantnih javnih tijela te izvještaja o infrastrukturi, okolišu, manifestacijama i kulturnim resursima grada. U evaluaciji su korišteni i rezultati provedenih anketa među stanovništvom i gostima, stručna i znanstvena literatura, tematske studije o upravljanju destinacijama te *benchmarking* s europskim gradovima sličnog profila.

Metodološki okvir temelji se na kombinaciji primarnih i sekundarnih izvora, uključujući međunarodne standarde i praksu održivog razvoja turizma. Izrada plana odvijala se uz interdisciplinaran pristup, konzultacije s domaćim ekspertima i predstavnicima relevantnih dionika. Pritom je pažnja posvećena korištenju aktualnih, provjerenih i dostupnih podataka radi osiguranja transparentnosti, provjerljivosti i kvalitete analize. Detaljan popis konkretnih dokumenata, izvora i baza podataka dostupan je na zahtjev, u skladu s načelom transparentnosti i stručnošću izrade strateške dokumentacije.​

PLAN UPRAVLJANJA DESTINACIJOM KARLOVAC

Naručitelj: Turistička zajednica grada Karlovca

Izvođač: Feel IQM d. o. o.