



Strategija razvoja turizma Virovitičko-podravске županije do 2030. godine

Zagreb, studeni 2021.

Naručitelj:
Turistička zajednica Virovitičko-podravske županije



Autori:

dr. sc. Snježana Boranić Živoder
dr. sc. Ivo Kunst
dr. sc. Matina Gjurašić
dr. sc. Izidora Marković
Martina Ambrušec, bacc. oec.
doc. dr. sc. Damir Krešić

Lektura:
Pavuna d.o.o.

Sadržaj:

1. Uvod	4
2. Ciljevi i metode rada na projektu	5
3. Postojeće stanje turizma	7
3.1. Prostorna, demografska i prometna obilježja	7
3.2. Turistička kretanja – obilježja turističke potražnje	9
3.3. Analiza dionika	14
3.4. Analiza planske dokumentacije	22
3.5. Analiza smještajnih kapaciteta	26
3.6. Turistička atrakcijska osnova	31
4. Analiza tržišta	39
4.1. Kvantitativna kretanja i prognoze	39
4.2. Kvalitativni trendovi	40
5. SWOT analiza	43
5.1. SWOT analiza prema područjima	44
5.2. Strateške prednosti i nedostaci	51
6. Primjeri dobre prakse	52
7. Strategija razvoja turizma	58
7.1. Načela razvoja turizma	58
7.2. Vizija i ciljevi razvoja turizma	61
7.3. Brend koncept razvoja	63
7.4. Turistički proizvodi	66
7.5. Prostorna koncepcija razvoja turizma	78
8. Operativne strategije i mjere	89
8.1. Unapređenje destinacijskog turističkog doživljaja	91
8.2. Unapređenje smještajne i druge uslužne ponude	108
8.3. Unapređenje organizacije, marketinga i upravljanja	116
8.4. Gradnja turističkog imidža	124
9. Terminski plan aktivnosti	131

1. Uvod

Strategija razvoja turizma Virovitičko-podravske županije do 2030. godine trebala bi pružati strateški okvir djelovanja za sve dionike koji su uključeni u turistički razvoj. Ovim se dokumentom stoga želi ponajprije podignuti kvaliteta života lokalnog stanovništva na način da se potakne razvoj turističke ponude, ali uz istovremeno očuvanje vrijedne prirodne i kulturne baštine koja krasi ovaj prostor.

Temelj razvoja turizma u Virovitičko-podravskoj županiji čine njena prirodna obilježja, ali i bogata kulturna baština, kako u području njenog materijalnog nasljeđa tako i u nematerijalnom dijelu koji se tiče kulture života i rada. Od prirodnih ljepota posebno valja istaknuti Park prirode Papuk, prvi UNESCO geopark u Republici Hrvatskoj, rijeku Dravu te jedan od neprepoznatljivijih simbola grada Slatine stablo sekvoje. Kad je riječ o kulturnim atrakcijama, Županiju krasi iznimno bogata plemićka povijest o čemu svjedoče prelijepe i obnovljene kurije, dvorci i perivoji obitelji Janković, Pejačević, Shaumburg-Lippe i Drašković. Po cijelom obodu Papuka raspoređene su srednjovjekovne utvrde koje svjedoče o životu u srednjem vijeku na području Papuka. Posebno treba istaknuti najveću utvrdnu srednjeg vijeka Ružica grad, smještenu iznad današnjeg sela Duzluk i koja ujedno predstavlja najveću utvrdnu iz tog vremena na prostoru kontinentalne Hrvatske. Kultura života i rada koja je raznolika u području Županije dodano može motivirati goste na turistički posjet.

Suvremeno turističko tržište posljednjih je godina obilježavala velika segmentacija i rast velikog broja različitih interesa za novim destinacijama. Tempo i stil života jačali su potrebu za 'odmakom od svakodnevice' i odmorom u ruralnim, zelenim i očuvanim prostorima bogatim turističkim sadržajima – šetnicama, biciklističkim rutama, kulturnim atrakcijama, tradicionalnim manifestacijama, novim i drugačijim doživljajima od onih koje nude ustaljeni turistički proizvodi. Sve se više traži vrijeme za 'povratak sebi', miru i ravnoteži kako bi se moglo vratiti u dinamično okruženje užurbanog životnog ritma. Takva kretanja, zajedno s razvojem novih tehnologija koje su otvorile ogromne mogućnosti promocije i informiranja tržišta, omogućile su brojnim destinacijama da se jače otvore prema turističkom tržištu, razvijaju nove proizvode i privlače veći broj gostiju. Kriza uzrokovana pandemijom SARS-CoV-2 trenutno jako mijenja turističko tržište i donosi nove trendove, kako u brojkama tako i u preferencijama i potrebama. S jedne strane, donosi ogromne štete turističkoj industriji, dok, s druge strane omogućuje promišljanje o jednom 'novom' turizmu koji će destinacijama dugoročno osigurati održivi razvoj, odnosno, koji će se temeljiti na ravnoteži između dobrobiti lokalne zajednice, korištenju resursa i doživljaju koje turističko tržište traži.

Turistički razvoj i proizvodi Virovitičko-podravske županije, danas i u budućnosti, temeljit će se na glavnim odlikama prostora i njegove očuvanosti. Izvrsno se uklapaju u generalne trendove na tržištu u smislu traženja prirodno atraktivnih destinacija s bogatstvom kulturnih atrakcija i

moogućnostima aktivnog boravka u prirodi. Prema prognozama¹, ovi će trendovi još više biti izraženi u budućnosti. Predviđa se da će, u vremenu pred nama, turisti tražiti mirne i sigurne destinacije i turističke proizvode u prirodi i okruženju koji će osiguravati dovoljno prostora i ulijevati sigurnost. Predviđa se rast potražnje za cikloturizmom, šetnjama i boravku na otvorenom. Bit će izražena potreba za otkrivanjem novih destinacija, a takva kretanja otvaraju brojne mogućnosti za razvoj turizma u ruralnim prostorima pa time i u Virovitičko-podravskoj županiji.

Ovim dokumentom žele se osigurati smjernice i okvir za djelovanje svih dionika na području razvoja turizma u Županiji. Pri tome će se akceptirati generalni trendovi, aktualna situacija i dostupne prognoze o turističkim kretanjima kao i preferencije i želje lokalnih dionika koji trebaju biti nositelji razvoja.

2. Ciljevi i metode rada na projektu

Ciljevi ovog projekta su:

- Analizirati postojeće stanje turizma u Virovitičko-podravskoj županiji
- Dati pregled relevantnih tržišnih trendova (s posebnim osvrtom na promjene koje na turističko tržište donosi pandemija koronavirusa)
- Detaljno analizirati i vrednovati turističke resurse i atrakcije na prostoru Županije
- U skladu s analizom resursa i atrakcija detaljno obraditi portfelj turističkih proizvoda i predložiti aktivnosti za njihov daljnji razvoj
- Definirati viziju i ciljeve razvoja turizma
- Razraditi potrebne komunikacijske aktivnosti i alate
- Definirati konkretne mjere i aktivnosti potrebne za implementaciju dokumenta.

Pristup izradi projekta temelji se na:

Suradnji s dionicima u destinaciji: pristup Instituta za turizam temelji se na principu intenzivne suradnje s nositeljima destinacijskog menadžmenta u Virovitičko-podravskoj županiji, kako bi se stvorio dokument koji će svi relevantni dionici iz destinacije podržati i sudjelovati u njegovoj implementaciji. To podrazumijeva intenzivnu komunikaciju s dionicima iz sustava turističkih zajednica, jedinica lokalne samouprave, predstavnicima gospodarstva i svim sudionicima koji kreiraju ili će biti uključeni u turistički razvoj. Intenzivna komunikacija potrebna je i zbog uvida u relevantnu postojeću dokumentaciju koja se tiče turističkog razvoja (planovi u drugim sektorima).

Faznom pristupu: fazni pristup podrazumijeva da se nakon svake pojedine faze rada organizira rasprava i usuglašavanje s ključnim dionicima u destinaciji.

¹ Prognoze Svjetske turističke organizacije (UNWTO), www.unwto.org

Te faze uključuju:

- raspravu i usuglašavanje s analizom stanja (koja se obrađuje u ovom faznom izvještaju), s posebnim naglaskom na analizu turističkih atrakcija i resursa i njihovo vrednovanje
- raspravu i usuglašavanje vezano uz definiranje vizije i ciljeva razvoja, portfelja turističkih proizvoda, komunikacijskih aktivnosti i mjera, kao i aktivnosti koje je potrebno provesti u budućem razdoblju za implementaciju projekta.

Proces izrade dokumenta do sada je uključio sljedeće:

Analizu podataka iz sekundarnih izvora: u ovoj su fazi prikupljeni i obrađeni postojeći podaci iz relevantne planske dokumentacije i baza podataka.

Obilazak terena: obilazak terena obavljen je sa ciljem inventarizacije te valorizacije turističkih resursa i atrakcija, radi uvida u trenutnu tržišnu spremnost te eventualna ograničenja za korištenje u turističkoj ponudi. Tijekom obilaska terena bili su organizirani razgovori s dionicima na terenu.

Nakon ovih faza slijede sljedeće faze:

Izrada strategije razvoja turizma i smjernica za komunikaciju s tržištem: temeljem analize stanja i u kontekstu svih suvremenih trendova na strani turističke potražnje i ponude izrađuje se prostorna i programska koncepcija te se definira i izrađuje portfelj turističkih proizvoda. Također, izrađuju se smjernice za komunikaciju s tržištem, s definiranjem ciljnih tržišta i preporukama za promocijske aktivnosti. Za ovu su fazu predviđene radionice s relevantnih dionicima, kako bi se prijedlozi uskladiti i verificirali.

Izrada plana aktivnosti s terminskim planom: u planu aktivnosti definiraju se konkretne mjere i projekti koje je potrebno provesti do 2030. godine, kako bi se ostvarila željena vizija razvoja turizma. Projekti se planiraju prema područjima aktivnosti (infrastruktura, razvoj proizvoda i dr.).

Rasprava i usuglašavanje strategije razvoja i plana aktivnosti: po završetku drugog dijela dokumenta, strategija razvoja, smjernice za komunikacije i predloženi plan aktivnosti usuglašavaju se s relevantnih dionicima u destinaciji.

Strategija razvoja turizma Virovitičko-podravske županije do 2030. godine nužno mora biti usklađena s planskim dokumentima višeg reda, odnosno sa Strategijom razvoja turizma na nacionalnoj razini i sa Strateškim marketinškim planom Slavonije s planom brendiranja za razdoblje 2019. – 2025. (Institut za turizam). Zbog toga je važno naglasiti kako će se u svim fazama izrade ovog dokumenta pratiti izrada Strategije na nacionalnoj razini te se s njome uskladiti.

3. Postojeće stanje turizma

3.1. Prostorna, demografska i prometna obilježja

Prostorna obilježja: Virovitičko-podravska županija prostire se na 2.024 četvorna kilometra na sjeveroistoku Hrvatske uz rijeku Dravu. Po broju stanovnika prema popisu iz 2011. godine (84,8 tisuća) zauzima devetnaesto mjesto u popisu hrvatskih županija, manje od nje imaju Požeško-slavonska i Ličko-senjska županija. Prema najnovijoj službenoj procjeni iz 2019. godine² Županija je imala 73.641 stanovnika, a prema procjenama za posljednjih pet godina (2015. – 2019.) kontinuirani pad u broju stanovnika, što je i trend Hrvatske i brojnih drugih županija.

Županija se prostire između rijeke Drave i gorskih masiva Papuka, Krndije i Bilogore te je odlikuje raznolik i zanimljiv reljef. Na sjeveru graniči s Mađarskom, na jugozapadu po vrhovima Bilogore s Bjelovarsko-bilogorskom županijom, a na jugoistoku po Papuku i Krndiji s Požeško-slavonskom županijom. U ravničarskim dijelovima Podravine graniči s još dvije županije, Koprivničko-križevačkom na zapadu i Osječko-baranjskom na istoku.

Veliko prirodno obilježje Županije čini rijeka Drava, čiji se središnji tok nalazi u ovoj Županiji. Virovitičko-podravska županija povijesno i kulturološki je raznolika jer njen istočni dio dijeli obilježja Slavonije (govor, običaji), dok zapadni dio, koji pripada Srednjoj Podravini ima svoja drugačija obilježja u dijalektu, običajima i nasljeđu.

Gledajući obilježja reljefa, Virovitičko-podravska županija najvećim je dijelom ravničarskog karaktera ili blago valovita (100 do 150 metara nad morem). Ipak, za razliku od nekih drugih slavonskih županija jugozapadni dio obrubljuju obronci Bilogore, a jugoistočni dio viši masivi Papuka i zapadnog dijela Krndije (700 metara nad morem), što prostoru daje zanimljive vizure u kojima se izmjenjuju brdoviti prostori i ravnica. Najviša gora Papuk uzdiže se na 954 metra, a Krndija je nešto niža (790 metara nad morem). Papuk kao park prirode i prvi hrvatski geopark zbog obilja geoloških fenomena pod zaštitom je UNESCO-a.

Slikovitost Županije čine i vinogorja, poput Virovitičkog vinogorja koje se prostire na obroncima Bilogore, Orahovačko-slatinskog vinogorja na nižim dijelovima vinogorja Papuka i Krndije i drugih vinogradskih područja. Park prirode Papuk na višim dijelovima bogat je bukovom šumom.

Rijeka Drava predstavlja jednu od glavnih odrednica prirode ove Županije pa čini i dio njenog imena. Prirodna atraktivnost prostora uz rijeku zaštićena je kategorijom regionalnog parka i prekograničnog pentalateralnog rezervata biosfere Mura – Drava – Dunav i pod zaštitom je UNESCO-a. Uz Dravu se prostiru i obradive površine. Obala je slikovita, a posebno je lijepa na području naselja Križnica gdje mali dio Županije postoji i na lijevoj obali Drave, koji je povezan skelom i pješačkim mostom.

² Državni zavod za statistiku (2020.). Priopćenje: Procjena stanovništva Republike Hrvatske u 2019.

Od vodenih bogatstva u Županiji postoji još nekoliko umjetnih jezera koja su popularna među ribolovcima i za kupališni turizam. Najveće i najznačajnije je svakako Orahovačko jezero površine 1,7 ha smješteno u podnožju planine Papuk. Jezero je nastalo 1961. godine i specifično je po tome što iz izvora na planini neprekidno dotječe svježa voda. Jezero okružuju šumoviti brežuljci što ga čini dodatno posebnim i atraktivnim. Važno je spomenuti i jezero Hercegovac, smješteno unutar Parka prirode Papuk, koje svojom neobičnom bojom privlači brojne turiste. Dva slikovita jezera u park šumi Jankovac na Papuku također predstavljaju jedne od glavnih atrakcija u Parku prirode Papuk. Uz to, valja spomenuti i jezero Javorica kod Slatine. U Županiji postoji još ribnjaka, a među značajnijima treba istaknuti Grudnjak te Virovitičke ribnjake.

Kad je riječ o klimi, na njene odlike utječu geografska i reljefna obilježja Županije, pa je ponajviše riječ o umjereno kontinentalnoj klimi. Prosječna godišnja temperatura kreće se oko 12°C, pri čemu se u najtoplijim ljetnim mjesecima prosjek kreće oko 23°C, a u najhladnijim zimskim i do -5°C. Jedna karakteristika klime ovog prostora je i da su oborine ravnomjerno raspoređene tijekom godine, s nešto više oborina tijekom jesenskih mjeseci. Niži dijelovi Županije uz rijeku Dravu nešto su sunčaniji i imaju manje oborina, dok su viši dijelovi Papuka kišoviti i s nešto nižom temperaturom.

Upravna podjela: Virovitičko-podravska županija podijeljena je na tri grada, 13 općina i 188 naselja. Površinom najveća općina je općina Voćin, koja ujedno obuhvaća i veći dio Parka prirode Papuk. Veću površinu obuhvaćaju još i jedinice lokalne samouprave Virovitica, Slatina i Suhopolje.

Demografska obilježja: Prema zadnjem popisu iz 2011. godine najviše stanovnika ima grad Virovitica, potom grad Slatina i općina Pitomača. Najmanje stanovnika imaju općine Mikleuš i Nova Bukovica. Svi gradovi i općine u razdoblju između zadnja dva popisa stanovništva (2001. i 2011.) bilježile su pad u broju stanovnika, s time da je u cijeloj Županiji taj pad bio 9,2 %. Snažna depopulacija uzrokovana je negativnim prirodnim priraštajem i iseljavanjem, kao i u cijeloj Slavoniji. Manji broj pada stanovnika bilježe samo općina Voćin, zahvaljujući doseljavanju Hrvata iz područja Letnice na Kosovu i općina Pitomača.

Ruralna naselja u Virovitičko-podravskoj županiji u prosjeku su mala, rijetko imaju više od 500 stanovnika. Također, vidljiv je trend iseljavanja stanovnika i izumiranja nekih manjih naselja. Najgušću naseljenost imaju grad Virovitica, potom Slatina i Pitomača. Najmanje je naseljena općina Voćin sa svega osam stanovnika po četvornom kilometru.

Kad je riječ o dobnoj strukturi stanovništva Virovitičko-podravske županije, prema zadnjem popisu iz 2011. godine, ona je bila nešto povoljnija od hrvatskog prosjeka, odnosno udio mlade populacije (do 14 godina) nešto je viši od prosjeka za Hrvatsku (15,9 % u odnosu na 15,2 %), a starije populacije (starije od 64 godine) nešto niži (17,1 % u odnosu na 17,7 %). Nepovoljnija je situacija kada se gleda obrazovanje stanovništva. Naime, udio stanovništva starijeg od 15 godina bez završene osnovne škole je čak 18,7 %, što je nakon Ličko-senjske županije najviši udio u Hrvatskoj. Isto tako, udio stanovnika s visokim obrazovanjem iznimno je nizak (svega 8,2 %), dok je prosjek Hrvatske 16,4 %. Ovakva slika jedna je od posljedica iseljavanja mladog stanovništva, ali ipak treba uzeti u obzir da se radi o službenim podacima od prije 10-ak godina i da će podaci iz popisa stanovništva koji se radi ove godine ukazati na drugačije pokazatelje.

Prometna obilježja: Virovitičko-podravska županija nalazi se podalje od glavnih tranzitnih prometnih pravaca i njome ne prolazi niti jedna autocesta niti brza cesta. Do najbližih čvorišta (Kutina i Okučani) potrebno je oko sat vremena vožnje (Virovitica-Okučani 92 km, Virovitica-Kutina 70 km), pa se može reći da je Županija prometno izolirana u odnosu na druge županije u okruženju. Željezničke veze također nisu povoljne, a međunarodne zračne luke udaljene su oko dva sata vožnje. S druge strane, mjesta unutar Županije dobro su cestovno povezana i te su veze kvalitetne.

Tablica 3.1.1. Popis autocesta i državnih cesta u Virovitičko-podravskoj županiji

Broj ceste	Opis ceste	Duljina u km	
		Ukupno	VPŽ
(A-13) / / (D-12)	Gradec / Vrbovec (A12 / D10) - Bjelovar - Virovitica - GP Terezino Polje (granica Mađarske)	(86,5)	(28,0)
D-2	GP Dubrava Križovljanska (granica Slovenije) - Varaždin - Virovitica - Našice - Osijek - Vukovar - GP Ilok (granica Srbije)	347,5	86,2
D-5	GP Terezino Polje (granica Mađarske) - Virovitica - Daruvar - Okučani - GP Stara Gradiška (granica Bosne i Hercegovine)	123,1	27,8
D-34	Slatina (D2) - Donji Miholjac - Josipovac (D2)	79,5	17,8
D-69	Slatina (D2) - Čeralije - Voćin - Zvečevo - Kamensko (D38)	53,4	36,0
D-314	D2 - Orahovica	2,9	2,9
D-538	Virovitica (D5) - Lipovac - Suhopolje (D2) /sjeverna obilaznica/	12,9	12,9
	UKUPNO	705,8	211,6

Izvor: Narodne novine br. 103 od 23.11.2018.

Planirana brza cesta A-13, koja je u izgradnji, trebala bi povezati Vrbovec, Bjelovar, Viroviticu i Terezino Polje. Međutim, kako brza cesta A-13 još nije završena, najveću važnost ima cesta D-2, poznata kao Podravska magistrala. Magistrala prolazi preko Varaždina, Koprivnice, Virovitice do Osijeka i dalje do Vukovara, Iloka i granice sa Srbijom. U Virovitičko-podravskoj županiji povezuje četiri glavna naselja – Viroviticu, Slatinu, Orahovicu i Pitomaču te se koristi za vezu prema Zagrebu. Kroz Podravsku magistralu prometuje se prema Koprivničko-križevačkoj, Varaždinskoj i Međimurskoj županiji, a u smjeru istoka prema Osječko-baranjskoj i Vukovarsko-srijemskoj županiji.

Cesta D-5 povezuje Terezino Polje, Viroviticu, Daruvar, Okučane i Staru Gradišku i dio je sustava međunarodnih europskih cestovnih komunikacija. Ova je cesta važna kao veza Virovitice s Mađarskom i Bosnom i Hercegovinom te jugozapadnim dijelom Slavonije. Od ostalih cesta važna je i D-34 koja povezuje Slatinu, Donji Miholjac i Osijek.

3.2. Turistička kretanja – obilježja turističke potražnje

Prema podacima eVisitora, tijekom 2019. godine u svim jedinicama lokalne samouprave Virovitičko-podravske županije ostvareno je oko 15,2 tisuća dolazaka te oko 37,6 tisuća noćenja turista. U odnosu na 'baznu' 2016. godinu, turistički se promet do 2019. godine povećao za 1,5 tisuća dolazaka (stopa rasta od 3,5 % prosječno godišnje), odnosno za 1,1 tisuću noćenja (stopa

rasta od 1,0 % prosječno godišnje). Drugim riječima, turistički se promet na području Županije nije značajnije mijenjao.

S druge strane, a kao rezultat izbijanja COVID-19 pandemije, tijekom 2020. godine u svim jedinicama lokalne samouprave Virovitičko-podravске županije ostvareno je oko 7,6 tisuća dolazaka te oko 15,9 tisuća noćenja turista. U odnosu na zadnju 'pred-pandemijsku' 2019. godinu, turistički se promet u 2020. godini smanjio za oko 7,5 tisuća dolazaka (ili za oko 49,9 %), odnosno za više od 21 tisuće noćenja (ili za oko 57,8 %).

Posebno valja istaknuti kako se najveći dio turističkog prometa u Županiji, mjereno kako brojem dolazaka, tako i brojem ostvarenih noćenja od 2019. godine, trenutno odvija na području županijskog središta Virovitice.

Tablica 3.2.1. Noćenja i dolasci turista u Virovitičko-podravskoj županiji, 2016. – 2020.

	2016.		2017.		2018.		2019.		2020.	
JLS	Broj noćenja	Broj dolazaka	Broj noćenja	Broj dolazaka	Broj noćenja	Broj dolazaka	Broj noćenja	Broj dolazaka	Broj noćenja	Broj dolazaka
Čačinci	1.828	1.109	2.041	1.483	3.227	1.444	5.759	1.715	1.285	792
Čađavica	38	38	218	130	494	238	190	94	159	75
Orahovica	16.480	4.712	2.686	1.269	2.271	1.176	2.628	1.385	1.661	795
Pitomača	1.500	748	1.995	841	2.835	1.011	1.839	982	865	551
Slatina	3.948	894	3.559	940	5.617	1.462	4.504	1.287	2.674	934
Virovitica	6.527	2.716	6.598	2.607	8.946	3.411	10.104	3.350	4.285	1.353
Ostale JLS u VPŽ	5.932	3.544	8.106	4.845	16.634	7.247	12.648	6.427	4.955	3.138
Ukupno	36.253	13.761	25.203	12.115	40.024	15.989	37.672	15.240	15.884	7.638

Napomena: u kategoriji ostale JLS uključene su Gradina, Lukač, Sopje, Špišić Bukovica, Voćin, Zdenci

Izvor: eVisitor, obrada Instituta za turizam, Zagreb

U strukturi turističkog prometa Županije, u pravilu, prevladavaju dolasci i noćenja ostvarena od strane domaćih gostiju. Tijekom 2020. godine na području Županije ostvareno je 10,6 tisuća domaćih noćenja (ili oko 66,7 % svih turističkih noćenja), odnosno 5,7 tisuća domaćih dolazaka (ili oko 75,2 % svih turističkih dolazaka). Iako je u pred-pandemijskim godinama ukupno registrirani turistički promet bio na znatno višoj razini, udio domaćih gostiju, kako u noćenjima i dolascima, uvijek se kretao na razini od 60 % ili više.

Tablica 3.2.2. Noćenja i dolasci turista u Virovitičko-podravskoj županiji, 2016. – 2020.

	2016.		2017.		2018.		2019.		2020.	
	N	D	N	D	N	D	N	D	N	D
Ukupno	36.253	13.761	25.203	12.115	40.024	15.989	37.672	15.240	15.884	7.638
Domaći	26.005	9.801	15.848	7.880	26.237	10.893	24.867	10.435	10.630	5.750
Strani	10.248	3.960	9.355	4.235	13.787	5.096	12.805	4.805	5.254	1.888

Izvor: eVisitor, obrada Instituta za turizam, Zagreb

Analiza turističkog prometa na području Virovitičko-podravске županije u razdoblju od 2016. - 2020. godine prema vrstama smještajnih objekata pokazuje da se u svim promatranim godinama oko polovice svih noćenja na području Županije ostvaruje u ostalim smještajnim objektima,

uglavnom u planinarskim domovima, odmaralištima za djecu i prenoćištima. Isto tako valja primijetiti da udio noćenja ostvarenih u hotelima značajno oscilira iz godine u godinu, pri čemu je vidljiva tendencija njihovog postupnog smanjivanja.

Međutim, ohrabruje činjenica da se udio noćenja u objektima u obiteljskom smještaju – domaćinstvima/OPG-ovima iz godine u godinu, sa izuzetkom atipične 2020. godine, postupno povećava, što ukazuje na sve veći interes malih poduzetnika za turističko privređivanje.

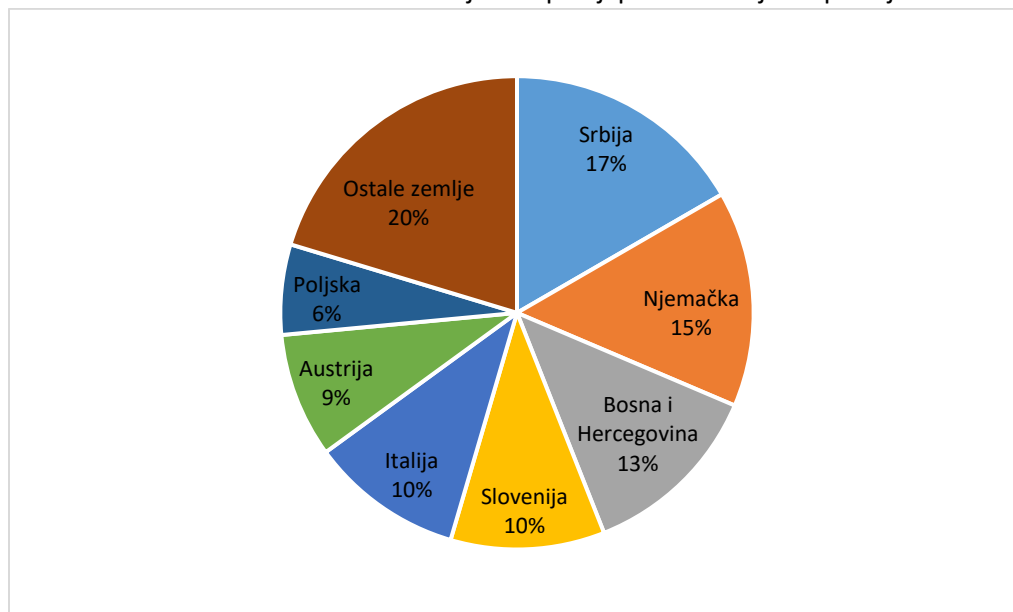
Tablica 3.2.3. Struktura noćenja u Županiji prema vrstama smještaja

Godina	UKUPNO	Hoteli	Kampovi	Obiteljski smještaj	Hosteli	Ostali smještaj
	Noćenja	Noćenja	Noćenja	Noćenja	Noćenja	Noćenja
2016.	36.253	6.888	6	13.817	1.777	13.765
2017.	25.203	8.606	0	11.380	218	4.999
2018.	40.024	18.319	0	15.343	470	5.892
2019.	37.672	13.116	0	15.866	97	8.593
2020.	15.884	4.758	0	8.061	118	2.947
Ukupno	155.036	51.687	6	64.467	2.680	36.196

Izvor: eVisitor, obrada Instituta za turizam, Zagreb

Kad je riječ o u strukturi inozemne turističke potražnje prema zemljama podrijetla, na temelju podataka sustava eVisitor, na području Županije, tijekom 2020. godine, najveći broj noćenja ostvarili su gosti iz Srbije (875, odnosno 16,7 %) i Nijemci (775, odnosno 14,8 %), dok su značajan broj noćenja ostvarili i gosti iz Bosne i Hercegovine (662, ili 12,6 %), Slovenije (553, ili 10,5 %), Italije (549, ili 10,4 %) i Austrije (448, ili 8,5 %).

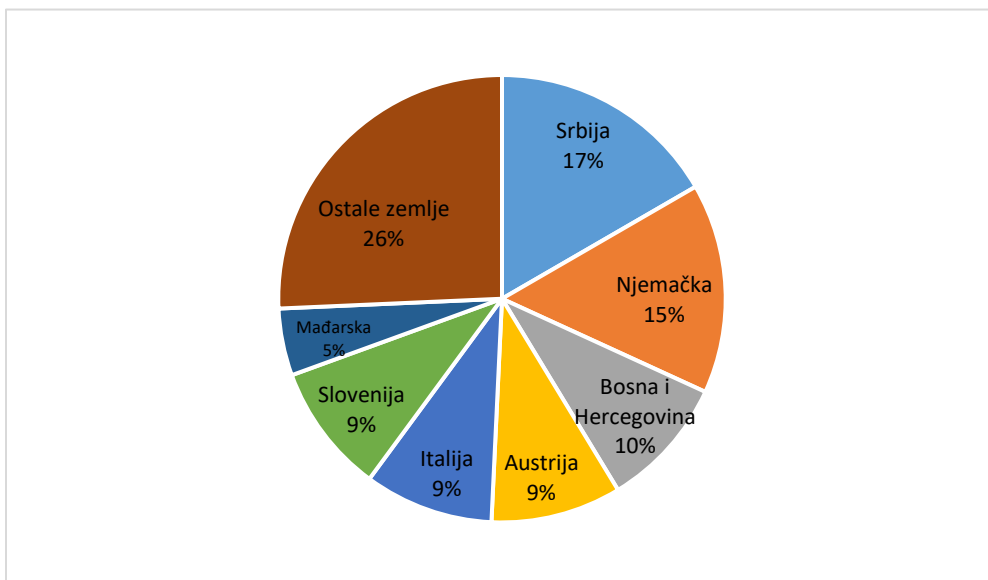
Slika 3.2.1. Struktura inozemnih noćenja u Županiji prema zemljama podrijetla turista, 2020.



Izvor: eVisitor, obrada Instituta za turizam, Zagreb

Slična struktura noćenja prema zemljama podrijetla karakterizirala je i pred-pandemijsku 2019. godinu kad su gosti iz Srbije i Njemačke ostvarili 16,6 %, odnosno 15,2 % svih inozemnih noćenja. Međutim, ovdje valja istaknuti da je ovakva struktura tržišta odraz činjenice da se najveći dio noćenja državljana Srbije i Bosne i Hercegovina, na području Virovitičko-podravске županije tijekom 2019. i 2020. godine, odnosio na radnike na privremenom radu.

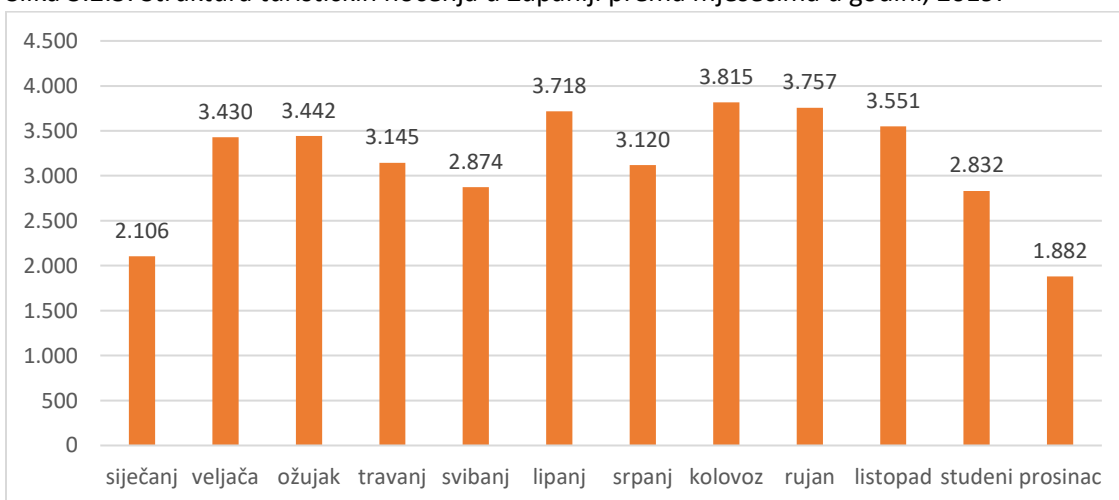
Slika 3.2.2. Struktura inozemnih noćenja u Županiji prema zemljama podrijetla turista, 2019.



Izvor: eVisitor, obrada Instituta za turizam, Zagreb

Što se tiče sezonalnosti turističkog prometa, podaci iz sustava eVisitor o ostvarenim noćenjima turista u Županiji po mjesecima tijekom pred-pandemijske 2019. godine, ukazuju na prilično ravnomjernu distribuciju noćenja tijekom cijele godine, pri čemu su lipanj, kolovoz, rujan i listopad mjeseci s najvećim brojem, a siječanj i prosinac mjeseci s najmanjim broja noćenja turista.

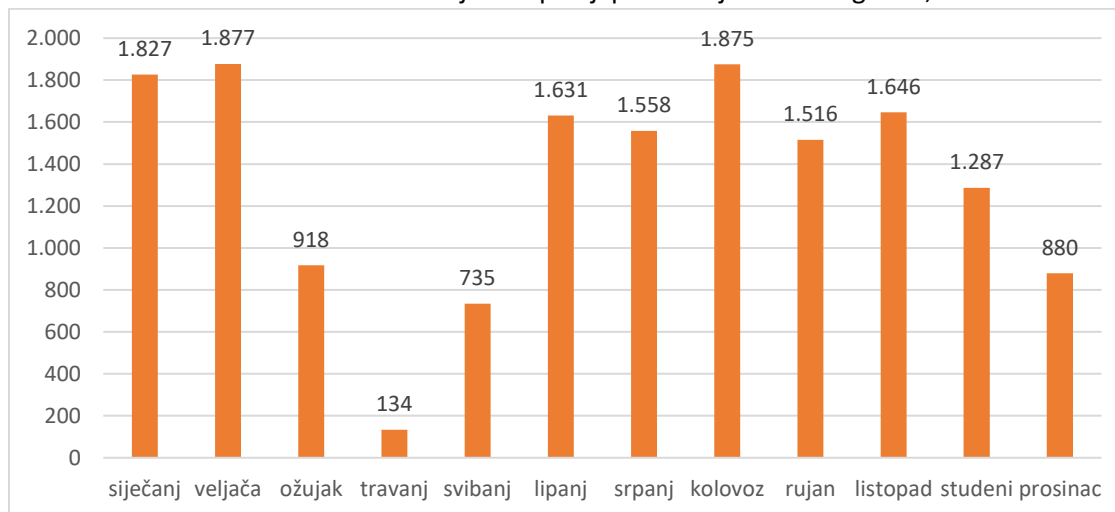
Slika 3.2.3. Struktura turističkih noćenja u Županiji prema mjesecima u godini, 2019.



Izvor: eVisitor, obrada Instituta za turizam, Zagreb

S druge strane, distribucija ostvarenih turističkih noćenja u Županiji tijekom COVID-19 'inficirane' turističke godine, ukazuje na nešto drugačiju mjesečnu dinamiku turističkog prometa (Slika 3.2.4.).

Slika 3.2.4. Struktura turističkih noćenja u Županiji prema mjesecima u godini, 2020.



Izvor: eVisitor, obrada Instituta za turizam, Zagreb

Konačno, a što se tiče vremena zadržavanja turista na području Županije, prosječna duljina boravka turista tijekom 2020. godine, neovisno o razlikama među pojedinim jedinicama lokalne samouprave, dostigla je 2,1 dana, pri čemu su, u odnosu na prethodne četiri godine, primjetne izrazite oscilacije, slično kao i u broju ostvarenih dolazaka i noćenja.

Tablica 3.2.4. Prosječna duljina boravka turista na području Županije, 2016. -2020.

JLS	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.
Čačinci	1,6	1,4	2,2	3,4	1,6
Čađavica	1,0	1,7	1,7	0,3	2,1
Gradina	...	6,0	6,0	...	...
Lukač	1,4	1,6	1,6	1,6	1,5
Orahovica	3,5	2,1	2,1	1,9	2,1
Pitomača	2,0	2,4	2,4	1,9	1,6
Slatina	4,4	3,8	3,8	3,5	2,9
Sopje	1,7	1,6	1,6	2,3	1,5
Špišić Bukovica	1,5	1,6	1,6	1,7	2,0
Virovitica	2,4	2,5	2,5	3,0	3,2
Voćin	1,9	2,4	2,4	2,3	2,2
Zdenci	4,3	8,5	8,5	2,0	2,2
Ukupno	2,6	2,1	2,1	2,5	2,1

Izvor: eVisitor, obrada Instituta za turizam, Zagreb

Kad je riječ o duljini turističkog boravka prema pojedinim jedinicama lokalne samouprave, daleko najdulje prosječno trajanje boravka u posljednje dvije analizirane godine ostvaruje se na području gradova Virovitice i Slatine.

Osim višednevnih turističkih posjeta, za turizam Virovitičko-podravske županije od izuzetnog su značaja i jednodnevni posjetitelji, budući da cijeli ovaj prostor, ponajviše zbog raznovrsnosti i kvalitete svoje resursno-atraksijske osnove, već danas predstavlja važnu izletničku destinaciju za hrvatske rezidente ponajviše iz susjednih županija. S obzirom da ne postoje službeni statistički podaci o ovom segmentu potražnje, teško je procijeniti broj jednodnevnih dolazaka na ovaj prostor.

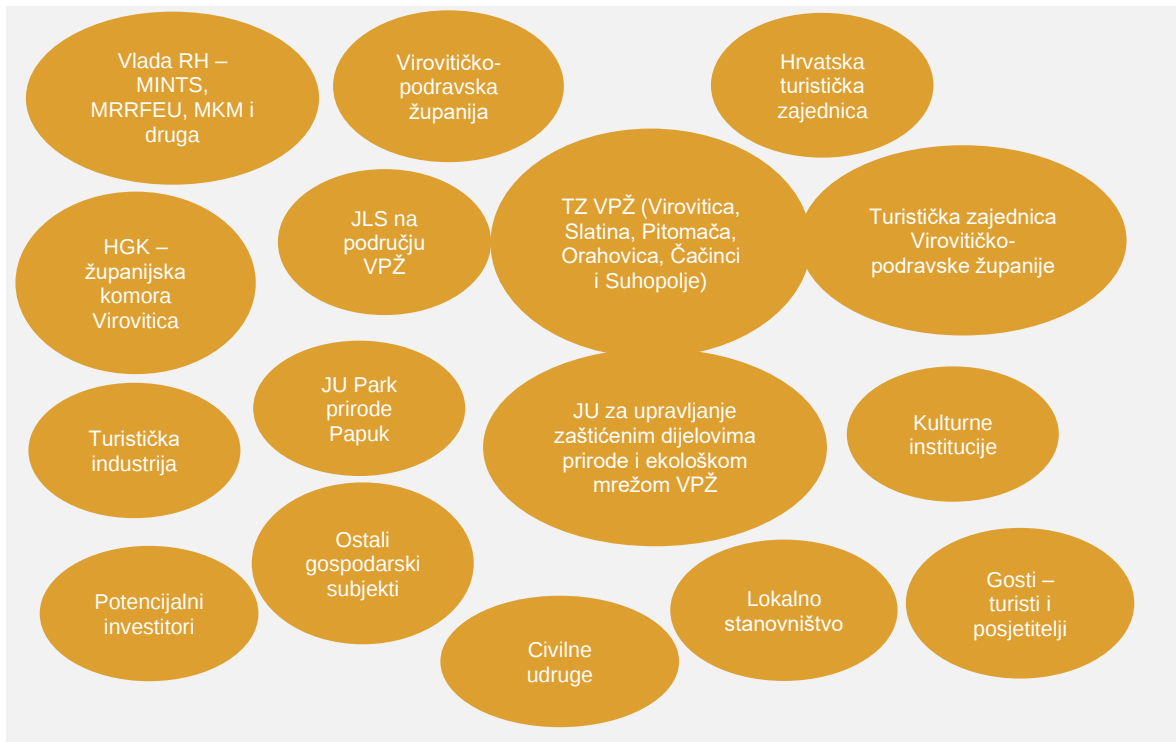
3.3. Analiza dionika

Turističko privređivanje na cijelom području Virovitičko-podravske županije još uvijek ima jako puno prostora za razvoj. To, dobrim dijelom, valja povezivati sa činjenicom da značajan dio njezine resursno-atraksijske osnove još uvijek nije adekvatno ni valoriziran, niti komercijaliziran. Samim tim, identifikacija ključnih dionika turističkog razvoja Županije, razumijevanje njihovih stavova, ali i stvarnih mogućnosti da utječu na turistički razvoj cijelog ovog područja, predstavljaju bitnu pretpostavku uspješne provedbe aktivnosti, mjera i/ili programa u cilju jačanja destinacijske konkurentne sposobnosti u budućnosti. Drugim riječima, analiza dionika turističkog razvoja Županije ima za cilj:

- identificirati potencijalno relevantne dionike i/ili interesne grupe važne za budući turistički razvoj projektnog područja;
- sagledati kontekst u kojem djeluju relevantni dionici turističkog razvoja Županije kako bi se: (i) utvrdio mogući stupanj utjecaja svakog dionika/interesne grupe na budući razvoj turizma na ovom području, (ii) stvorili preduvjeti za međusobno usklađivanje stavova, a time i za uspješniju suradnju, odnosno kako bi se (iii) utvrdila moguća ograničenja u implementaciji zaključaka/preporuka ovog dokumenta.

Relevantni dionici turističkog razvoja Županije na koje, više ili manje, valja računati u provedbi zaključaka i/ili preporuka 'Strategije razvoja turizma Virovitičko-podravske županije prikazani su na Slici 3.3.1.

Slika 3.3.1. Dionici turističkog razvoja Virovitičko-podravске županije



Izvor: Institut za turizam, Zagreb

Najveći broj dionika turističkog razvoja Virovitičko-podravске županije svjestan je sve bržih i intenzivnijih promjena na globalnom i europskom turističkom tržištu, kako onih na strani potražnje, osobito u pogledu promjene obrazaca putovanja, zahtjeva turista i stilova života te potrage za autentičnim doživljajima, tako i onih na strani ponude, a što se osobito odnosi na sve veći broj konkurenata na tržištu receptivnih turističkih zemalja te na sve izraženiji stupanj diversifikacije i inovacije turističkih proizvoda kao ključnih činitelja destinacijske konkurentnosti. U tom smislu, nadalje, većina razvojnih dionika razumije izazove s kojima se turizam na području Županije mora suočiti, a koji se ponajviše odnose na koncentraciju turističke aktivnosti na relativno malom broju lokaliteta, nedovoljno razvijenu turističku infra i suprastrukturu te destinacijski lanac vrijednosti koji treba jačati.

Isto tako, uslijed činjenice što kontinentalnim područjima RH tek prethodi jači turistički razvoj, većina je dionika, osobito nakon suočavanja sa COVID-19 izazovom, svjesna potrebe ravnomjernije prostorne distribucije turističkog prometa kroz pojačano turističko otvaranje atrakcijama bogatih kontinentalnih prostora, posebice onih koja obiluju zaštićenim prirodnim područjima i/ili vrijednom kulturnom baštinom.

Polazeći od razine razumijevanja izazova s kojima se treba uhvatiti u koštac u sljedećih nekoliko godina, pojedine grupe dionika turističkog razvoja Županije, a imajući na umu stvarne mogućnosti njihovog utjecaja na razvoj turizma na ovom prostoru, svrstane su u četiri kategorije:

- Ambasadori razvoja turizma – riječ je o institucijama/pravnim osobama koje smatraju da je razvoj turizma jedan od prioriteta prava budućeg gospodarskog razvoja većeg dijela Virovitičko-podravske županije te koje, svojim proaktivnim djelovanjem, mogu značajno pridonijeti realizaciji tog razvojnog cilja;
- Zagovornici razvoja turizma – radi se o institucijama/pravnim osobama koje također smatraju da bi razvoj turizma trebao biti jedan od prioriteta gospodarskog razvoja Županije te koje, sukladno tome, podupiru potrebu za strateškim pristupom turističkom razvoju. Neovisno o tome, međutim, radi se o institucijama/pravnim osobama koje same imaju manji utjecaj na vođenje županijske turističke/razvojne politike, a time i na operacionalizaciju željene vizije turističkog razvoja;
- Latentni dionici turističkog razvoja – radi se o institucijama/pravnim osobama koje, u načelu, nisu previše fokusirane na problematiku turističkog razvoja, a time ni na implementaciju zaključaka/preporuka ovog dokumenta. Neovisno o tome, ukoliko ih se pravilno educira i instruiira, mogu imati važan doprinos te odigrati pozitivnu ulogu u realizaciji željene vizije turističkog razvoja;
- Indiferentni dionici turističkog razvoja – unatoč potencijalnom utjecaju koji mogu imati na razvoj turizma na području Županije, radi se o institucijama/pravnim i/ili fizičkim osobama na koje je teže utjecati u smislu da problematiku razvoja turizma počnu tretirati kao svoj ključni interes i/ili razvojni prioritet.

Mapiranje ključnih turističkih dionika turističkog razvoja prema razini njihovog utjecaja na turistički razvoj Županije prikazano je na Slici 3.3.2.

Slika 3.3.2.: Karakteristične grupe dionika turističkog razvoja Virovitičko-podravske županije

AMBASADORI	ZAGOVORNICI
• Virovitičko-podravska županija • Turistička zajednica VPŽ • Ostale TZ na području VPŽ • Turistička industrija VPŽ (hotelijeri, turističke agencije, ugostiteljski objekti, privatni smještaj) • Javna ustanova Park prirode Papuk – UNESCO svjetski geopark • Javna ustanova za upravljanje zaštićenim dijelovima prirode i ekološkom mrežom Virovitičko-podravske županije • Tvrtka Terra Slavonica d.o.o.	• Hrvatska turistička zajednica • Ministarstvo turizma i sporta • Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova Europske unije • Ministarstvo kulture i medija • JLS na području VPŽ • HGK – županijska komora Virovitica • Potencijalni investitori • <i>Kulturne institucije</i> • <i>Stanovništvo</i> • <i>Gosti</i>
LATENTNI DIONICI	INDIFERENTNI DIONICI
• <i>Kulturne institucije</i> • Ostali gospodarski subjekti (posredno povezani s turizmom) • <i>Komunalna poduzeća</i> • <i>Stanovništvo</i> • <i>Gosti</i>	• <i>Komunalna poduzeća</i> • Ostala tijela državne uprave • Ostala ministarstva RH

Izvor: Institut za turizam, Zagreb

U skladu s tako definiranom pozicijom pojedinih grupa dionika turističkog razvoja, ključnu ulogu u implementaciji zaključaka i/ili preporuka ovog dokumenta u cilju oživotvorenja željene vizije turističkog razvoja Virovitičko-podravske županije trebali bi imati:

(i) Na lokalnom nivou:

- Virovitičko-podravska županija - ponajviše Upravni odjel za gospodarstvo i poljoprivredu;
- Turistička zajednica VPŽ;
- Javna ustanova Park prirode Papuk;
- Javna ustanova za upravljanje zaštićenim dijelovima prirode i ekološkom mrežom Virovitičko-podravske županije;
- Tvrtka Terra Slavonica d.o.o.;
- Turističke zajednice JLS na području VPŽ;
- Turistička industrija (hotelijeri, turističke agencije, ugostiteljsko turistički objekti...), kao i
- Potencijalni investitori.

(ii) Na nacionalnom nivou:

- HTZ – glavni ured;
- MINTS, MRRFEU, MKM;
- Potencijalni investitori i
- HGK – Županijska komora Virovitica.

S druge strane, u kategoriju razvojnih dionika čija će uloga u implementaciji zaključaka i/ili preporuka ovog dokumenta biti bitno manja, valja uvrstiti:

(iii) Na lokalnom nivou:

- Kulturne institucije;
- Ostale gospodarske subjekte na području Županije koji su samo posredno povezani s turizmom, kao i
- Komunalna poduzeća.

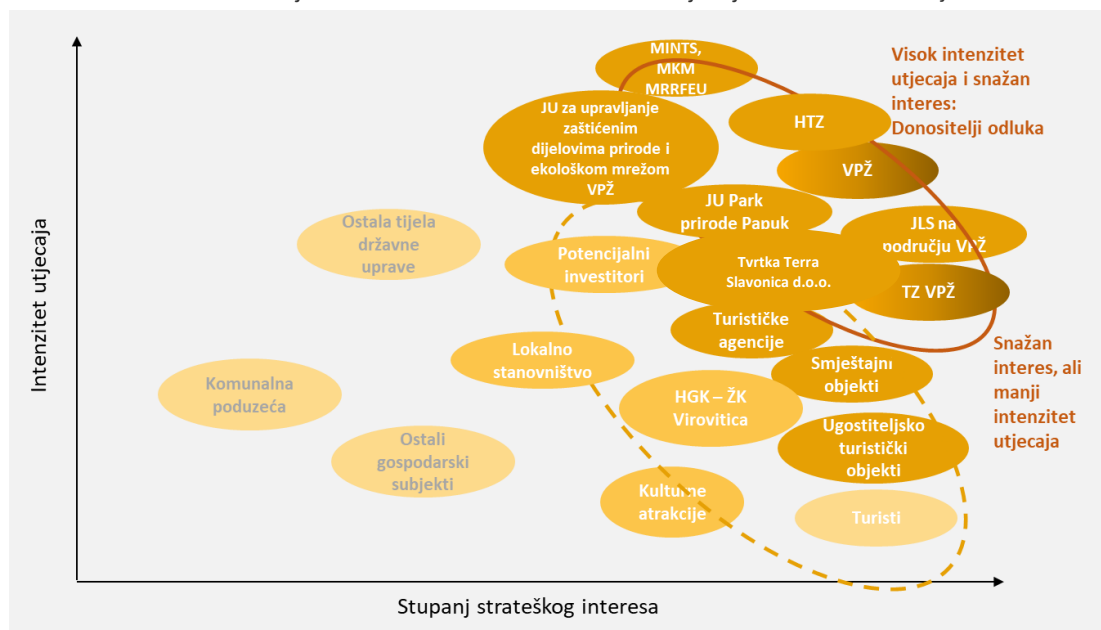
(iv) Na nacionalnom nivou:

- Ostala tijela državne uprave i
- Ostala ministarstva RH.

Osim prethodno navedenih razvojnih dionika, grupiranih na bazi njihove uloge u implementaciji zaključaka i/ili preporuka ovog dokumenta, u relevantne razvojne dionike, ponajviše uslijed implikacija budućeg turističkog razvoja Županije na stupanj njihovog zadovoljstva učinjenim pomacima, svakako treba ubrojiti i lokalno stanovništvo i goste (turiste) koji dolaze na ovo područje. Iako je riječ o interesnim skupinama koje je, u odnosu

na druge interesne grupe, teško svrstati u bilo koju kategoriju, čini se da bi obje ove kategorije mogle predstavljati ili zagovornike ili latentne dionike turističkog razvoja. Nadalje, a ovisno o intenzitetu utjecaja i opsegu odgovornosti u implementaciji zaključaka i/ili preporuka ovog dokumenta, posebno valja izdvojiti dvije interesne grupe. Riječ je, s jedne strane, o tzv. 'donositeljima odluka' koji, uz izrazito visok intenzitet utjecaja, imaju i izrazito visok stupanj strateškog interesa za turistički razvoj Županije, odnosno o grupi dionika koje nemaju toliko visok intenzitet utjecaja, ali imaju snažan interes za održivost turističkog razvoja Županije. Stoga je, međusobno koordinirano djelovanje razvojnih dionika koji čine navedene dvije interesne grupe, ključno za efikasnu implementaciju zaključaka i/ili preporuka ovog dokumenta.

Slika 3.3.3. Važnost razvojnih dionika s obzirom na intenzitet utjecaja i interes za razvoj turizma

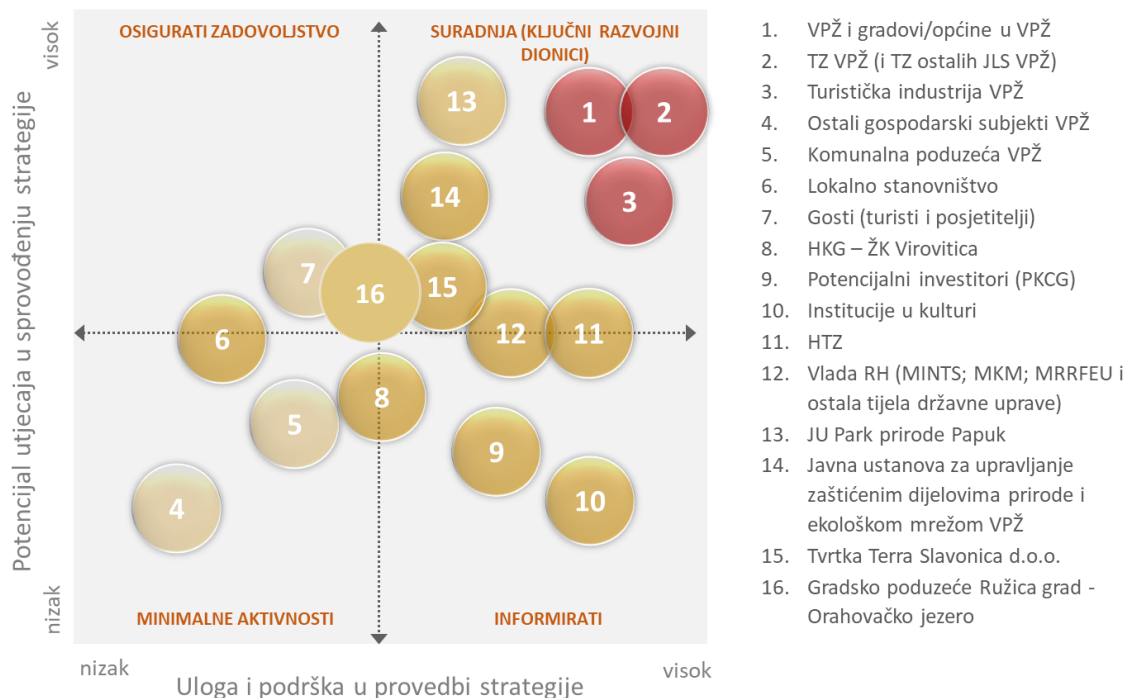


Izvor: Institut za turizam, Zagreb

S obzirom na identificirane interesne grupe čije interese valja poštovati, ne samo prilikom izrade i donošenja 'Strategije razvoja turizma Virovitičko-podravske županije', nego još i više tijekom njenog provođenja, izuzetno je važno uspostaviti kvalitetnu suradnju među svim grupama razvojnih dionika, što podrazumijeva i njihovo međusobno informiranje na redovitoj osnovi.

S obzirom na različiti stupanj mogućeg/očekivanog utjecaja i različiti način sudjelovanja u provedbi zaključaka/preporuka ovog dokumenta od strane pojedinih (skupina) razvojnih dionika, njihova je uloga detaljnije prikazana Slikom 3.3.4.

Slika 3.3.4. Uloga dionika turističkog razvoja VPŽ u izradi i provođenju zaključaka 'Strategije razvoja turizma VPŽ'



Izvor: Institut za turizam, Zagreb

Konačno, a na temelju mapiranja dionika turističkog razvoja prema intenzitetu njihovog utjecaja i strateškom interesu, u nastavku se, pobliže prezentiraju: (i) strateški interesi, (ii) ciljevi, i (iii) utjecaji najvažnijih interesnih grupa u kontekstu izrade 'Strategije razvoja turizma Virovitičko-podravske županije'.

Slika 3.3.5. Strateški interesi, ciljevi i utjecaj razvojnih dionika na nacionalnoj razini



Izvor: Institut za turizam, Zagreb

Slika 3.3.6. Strateški interesi, ciljevi i utjecaj lokalne samouprave – VPŽ i JLS u njenom sastavu



Izvor: Institut za turizam, Zagreb

Slika 3.3.7. Strateški interesi, ciljevi i utjecaj TZ VPŽ i drugih TZ na projektnom području



Izvor: Institut za turizam, Zagreb

Slika 3.3.8. Strateški interesi, ciljevi i utjecaj turističke industrije



Izvor: Institut za turizam, Zagreb

3.4. Analiza planske dokumentacije

Temeljni strateški planski dokument u kojem su određeni glavni ciljevi i prioriteti razvoja Županije je Županijska razvojna strategija (ŽRS) Virovitičko-podravške županije do kraja 2020. godine zajedno sa Strateškom studijom za okoliš. U njoj su istaknuti svi projekti koji će svojom realizacijom pridonijeti ostvarenju postavljene vizije područja. U prilog tome ide i nadopunjeni Prostorni plan Virovitičko-podravške županije (2019.). Iako se planski dokumenti odnose na proteklo vremensko razdoblje, važno je osvrnuti se na promišljanja i stavove koja su iskazana u njima, uvažiti planirane aktivnosti na koje se potrebno nadovezati i time osigurati kontinuitet koji se može slijediti u sljedećem planskom razdoblju.

Od planskih dokumenata važnih za razvoj turizma Virovitičko-podravške županije potrebno je istaknuti Marketinški plan turizma za Virovitičko-podravsku županiju (2019. - 2025.) koji je dio projekta "Strateškog marketinškog plana turizma Slavonije s planom brendiranja za razdoblje 2019. - 2025.", a osnovni cilj im je podignuti prepoznatljivost Slavonije kao turističke regije na domaćem i međunarodnom tržištu. Isto tako, Županija raspolaže i s Operativni planom razvoja cikloturizma Virovitičko-podravške županije 2017. - 2020. godine.

Županijska razvojna strategija Virovitičko-podravške županije do kraja 2020. godine

U dokumentu je istaknuto da turistička atrakcija i potencijal Županije leže na prirodnim te kulturnim i tradicijskim vrijednostima koje se koriste u svrhu razvoja ruralnog turizma, odnosno različitih specifičnih (selektivnih) oblika turizma.

Posebno su istaknute tri reljefne cjeline, Papuk, Bilogora i rijeka Drava, koje predstavljaju bogate prirodne resurse. Riječ je o prostorima koji su potpuno ili jednim svojim dijelom zaštićeni i nalaze se u Upisniku zaštićenih područja Uprave za zaštitu prirode Ministarstva zaštite okoliša i energetike (Park prirode Papuk UNESCO geopark, posebni rezervat Sekulinačke planine, geološki spomenik prirode Rupnica, park šuma Jankovac, Rezervat biosfere Mura-Drava-Dunav, pojas uz rijeku Dravu, značajni krajobraz Križnica, Jelkuš i Širinski otok na rijeci Dravi). Navedena područja imaju izrazito važan značaj u razvoju aktivnih oblika turizma, kao što je planinarenje, biciklizam, jahanje, plovdba rijekom, ali i edukaciju i odmor i uživanje u prirodi. Uspješan primjer toga je Informativno edukativni centar-hostel Dravska priča, koji se nalazi u Regionalnom parku Mura-Drava te interpretira prirodne vrijednosti tog područja, a istovremeno je izvrstan primjer obrazovnog turizma za djecu i mlade, gdje se provodi program škole u prirodi. Isto tako, u strategiji je bio planiran i strateški važan projekt u Parku prirode Papuk sa ciljem unapređenja postojeće infrastrukture i time podizanja kvalitete ponude turističke destinacije.

Osim navedenih oblika turizma, u dokumentu se ističe perspektiva razvoja lovnog turizma, zahvaljujući bogatom fondu divljači. Trenutačno na području Županije postoje 32 lovišta te tridesetak lovnih udruga koja djeluju na nizinskim i brdsko planinskim lovištima.

U Strategiji se govori i o obnovi i revitalizaciji graditeljske i hortikulturne baštine, na čemu je puno napravljeno posljednjih godina, te se naglašava i razvoj kulturnog turizma. Uspješni primjeri su revitalizacija dvorca Pejačević, otvaranje muzejskog postava Drveno doba, zatim obnova Gradskog

parka u Virovitici te rekonstrukcija dvorca Janković u mjestu Suhopolje i prenamjena u Centar za posjetitelje, kojem je cilj oživjeti plemićku priču obitelji Janković, koja je ostavila značajan trag na razvoj ovoga kraja.

Problemi koji su prepoznati u ovoj Strategiji i na čijem rješavanju treba raditi su:

- nizak udio noćenja u Županiji u odnosu na RH,
- nedovoljan broj registriranih pružatelja smještaja za ravnomjeran razvoj turizma u Županiji,
- nepostojanje receptivne turističke agencije što utječe na manjak organizirane turističke ponude (aranžmana) za dolazak turista,
- neumreženost turističkih proizvoda zbog nedostatka receptivne turističke agencije,
- ograničavajući zakonski propisi za razvoj ruralnog turizma te
- konkurentnost okolnih regija.

Županija je inicirala i izradu Akcijskog plana razvojne strategije u kojoj su istaknute akcije za izgradnju i poboljšanje ukupnih turističkih kapaciteta. Najveća ulaganja planirana su u turističko-rekreacijski centar Orahovica u kojem se predviđa razvoj Edukativnog centra Orahovica – 'Škola u prirodi i svijet bez interneta', te izgradnja bungalova – 16 studio apartmana i rekreativnog centra 'Jezero Hercegovac-Ružica grad'.

Strateška studija utjecaja na okoliš – Županijske razvojne strategije Virovitičko-podravške županije do kraja 2020. godine

Jedan od navedenih ciljeva ŽRS Virovitičko-podravške županije do 2020. godine očuvanje je okoliša i održivo upravljanje prostorom i resursima. Cilj će se ostvariti prioritarnim aktivnostima očuvanja prirodnih vrijednosti i krajobrazne raznolikosti, održivim upravljanjem prostora, kao i stvaranjem uvjeta za razvoj ruralnog prostora i održivog turizma. Konkretno, u studiji su predviđene sljedeće mjere:

- zaštita prirode i krajobrazne raznolikosti,
- ulaganje u čistoću zraka, vode i tla,
- povećanje energetske učinkovitosti i korištenje alternativnih izvora energije,
- izgradnja sustava obrane i zaštite od elementarnih nepogoda i kriznih situacija,
- razvoj selektivnih oblika turizma i
- izgradnja i poboljšanje povijesnog, kulturnog, prirodnog i tradicijskog naslijeđa.

U studiji je istaknuto da je za očuvanje okoliša i održivo upravljanje prostorom i resursima planirana provedba strateških projekata, čime će se pridonijeti poboljšanju turističkih kapaciteta. To je turističko rekreacijski centar Orahovica. Projekt se sastoji od pet kompleta tehničke dokumentacije (pet glavnih projekata) za izgradnju Edukativnog centra 'Škola u prirodi i svijet bez interneta', kao I. faze uređenja turističko-rekreativnog centra „Jezero Hercegovac-Ružica grad“ koji uključuje:

- gradnju zgrade kategorije ugostiteljski objekt - ODMARALIŠTE ZA DJECU (restoran, kuhinja, dvorana kapaciteta 140 osoba, radionice, coffee bar, vanjske terase te 22 smještajne jedinice (tip soba i apartman na dvije etaže) s ukupno 50 ležaja).
- gradnju šest samostojećih građevina, tzv. bungalova prema kategorizaciji ugostiteljskih objekata STUDIO APARTMANI, tradicionalne gradnje u šumi Parka prirode Papuk, ukupnog smještajnog kapaciteta 12 ležaja.
- gradnju 16 samostojećih građevina, tzv. bungalova prema kategorizaciji ugostiteljskih objekata STUDIO APARTMANI, tradicionalne gradnje u šumi Parka prirode Papuk, ukupnog smještajnog kapaciteta 32 ležaja.
- gradnju osam samostojećih građevina, tzv. bungalova prema kategorizaciji ugostiteljskih objekata STUDIO APARTMANI, tradicionalne gradnje u šumi Parka prirode Papuk, ukupnog smještajnog kapaciteta 16 ležaja.

Uz smještajne kapacitete i ostalu ponudu Kupališta „JEZERO“ projektom je predviđena gradnja javnih sanitarija (muški, ženski i WC za invalide) na tri lokacije u obuhvatu plaže, te uređenje raznih pratećih sadržaja u vidu sportskih i rekreacijskih terena. Plan realizacije do 2021.

Drugi važan projekt koji je turistički potencijal, a naveden je u studiji kao strateški projekt zdravstvene infrastrukture, centar je za kulturu zdravlja Cabuna. Osnovna ideja projekta je da se ostaci nekadašnjeg povijesno, arhitektonski i ambijentalno vrijednog dvorca koji ima status kulturnog dobra, rekonstrukcijom prenamjeni u centar za zdravstvenu prevenciju, odmor i sportsku rekreaciju te kao takav stavi u funkciju razvoja turizma Virovitičko-podravske županije. Na ukupnoj površini od 10.205 m² i 1.280 m² tlocrtna površine ostataka dvorca predviđena je gradnja centra sa smještajnim jedinicama (15 soba) i pratećim sadržajima (ambulanta, liječnička ordinacija, fizikalna terapija, slana soba i restoran) namijenjenim zdravstveno-preventivnom turizmu, s bogatom ponudom raznih programa očuvanja zdravlja, odmora i rekreacije.

Prostorni plan Virovitičko-podravske županije sa izmjenama i dopunama

Glavni prostorno-planski dokument na razini Županije je Prostorni plan Virovitičko-podravske županije iz 2002. godine, s više izmjena i dopuna do danas. Također, izrađeni su i prostorni planovi uređenja za sve gradove i općine u Županiji, s time da su svi doneseni nakon 2002. godine. U planu je i izrada dva prostorna plana područja posebnih obilježja: za područje Parka prirode Papuk i za područje toka rijeke Drave.

U posljednjem pročišćenom tekstu Odredbi za provođenje Prostornog plana Virovitičko – podravske županije (2019.) istaknuto je da se razvoj turizma s gledišta korištenja prostora i planiranja veže uz:

- gradove/naselja (Virovitica, Slatina, Orahovica, Pitomača i Voćin)
- lokalitet Grudnjak, lovište te uzgajalište divljih pataka uz ribnjak
- vjerski turizam s naglaskom na razvoj u Voćinu i Gradini
- lovna područja
- seoski turizam: ruralna područja prema interesu privatnih poduzetnika

- područje uz rijeku Dravu
- Eko-park Slatina
- cijeli niz raznovrsnih atraktivnih šumskih, brdskih i brežuljkastih predjela, voda tekućica i akumulacija pogodnih za šport i rekreaciju
- Park prirode Papuk
- Park šumu Jankovac
- sportsko-rekreativne cjeline/područja s mogućnošću organiziranja konjičkog športa, izgradnje golf igrališta i skijališta
- izletničko-športsko-rekreativni centar "Jezera" - jezera južno od Virovitice s kupalištem, rekreacijom na vodi, vježbalištem, športskim ribolovom, piknikom u prirodi, ugostiteljstvom na otvorenom i drugim sličnim sadržajima
- izletničko-rekreativno-ribolovni kompleks s mogućnošću kampiranja i pratećom ugostiteljskom ponudom na rijeci Dravi kod Križnice
- izletničko-rekreativni centar kod Orahovice
- umjetne jezerske površine za rekreacijski i športski ribolov s mogućnošću piknika u prirodi i pratećim ugostiteljskim sadržajima pretežito na otvorenom
- višenamjenski rekreativni centar uz geotermalne izvore
- arheološko selo
- izletničko-rekreativni centar s kupalištem na području Djedovice i mogućnošću za razvitak zdravstvenog turizma temeljenog na kvaliteti i čistoći planinskog zraka
- turističko-sportsko rekreacijski centar uz akumulacije Javorica i Slanac kod Slatine
- turističko-sportsko rekreacijski centri uz sve akumulacije i retencije.

Operativni plan razvoja cikloturizma Virovitičko-podravske županije

U Master planu turizma VPŽ 2009. - 2019. cikloturizam je istaknut kao jedan od ključnih oblika razvoja turizma Virovitičko-podravske županije. Operativnim planom razvoja cikloturizma prikazana je detaljna analiza stanja uključujući stanje biciklista u prometu, cikloturističke ponude i potražnje te suradnja u domeni cikloturizma. U SWOT analizi istaknute su prednosti u destinaciji poput: ugodna klima i povoljan geoprometni položaj, pogranično područje, prirodni resursi i prirodna raznolikost, povijesno i kulturno naslijeđe, Park prirode Papuk - UNESCO geopark koji je član europske i svjetske mreže geoparkova, enogastronomija, veliki broj dobro razgranatih lokalnih cesta s niskim intenzitetom prometa, tradicija biciklizma, visoka razina osobne sigurnosti, stručni i iskusni kadrovi za dobivanje sredstava iz EU fondova i drugo. Nadalje, u viziji je navedeno da bi do 2020. godine trebale biti izgrađene potrebne biciklističke staze i prometnice, osmišljen i primijenjen sustav signalizacije, izrađen i distribuiran info i promo materijal, stavljen u funkciju Bike & Bed i ugostiteljski segment te educirano osoblje koje kvalitetno vodi razvoj u svim njegovim segmentima i servisima.

Marketinški plan razvoja turizma Virovitičko-podravske županije za razdoblje 2019. - 2025.

Marketinški plan izrađen je u okviru projekta 'Strateškog marketinškog plana turizma Slavonije s planom brendiranja za razdoblje 2019. – 2025.'. U ovom se dokumentu polazi od analize stanja,

potom se definiraju ciljevi destinacijskog marketinga i menadžmenta te se obrađuje marketinška strategija, koja obuhvaća ciljna tržišta, pozicioniranje i brend, turističke proizvode i komunikaciju. Studija završava planom aktivnosti koje je potrebno provoditi, sa ciljem stvaranja zajedničkog brenda Slavonije kao i brenda Virovitičko-podravske županije kao njegove sastavnice.

U SWOT analizi, kao najizraženija slabost današnjeg turističkog proizvoda Virovitičko-podravske županije je istaknuto nedostatak zaokružene destinacijske ponude, pri čemu se ne misli samo na smještajne objekte, već i na relativno siromašnu ponudu objekata hrane i pića, skromnu trgovačku ponudu namijenjenu turistima, manjak turističkih agencija te manjkavu cjelokupnu turističku infrastrukturu. Uz nedovoljan broj, za tržište spremnih, turističkih doživljaja, to je i glavni razlog zašto danas još uvijek nije moguće govoriti o postojanju međunarodno prepoznatljivog turističkog identiteta cijelog područja županije. Direktna posljedice takvog stanja turističke ponude/turističkog proizvoda Virovitičko-podravske županije ogledaju se, kako u izuzetno kratkoj prosječnoj duljini turističkog boravka, tako i u niskom stupnju korištenja (ionako malog broja) smještajnih objekata.

U cilju poboljšanja turističke ponude/sadržaja ovaj marketinški plan nadovezuje se na marketinške ciljeve Slavonije kao jedinstvene turističke regije (Strateški marketinški plan turizma Slavonije s planom brendiranja za razdoblje 2019. – 2025.). Kao glavni atributi jedinstvenosti istaknuti su:

- Rijeka Drava (Križnica, Noskovci)
- Park prirode Papuk (stijene u Rupnici, Slap i jezero Jankovac)
- Slatinska sekvoja
- Plemićke obitelji Janković i Pejačević (dvorci, kultura života)
- Manifestacije
- Vizura spajanja rijeka, ravnice i gora.

Uz spomenute attribute jedinstvenosti, prepoznatljivosti Virovitičko-podravske županije svakako pridonose i brojne druge manifestacije, poput Orahovačkog proljeća. Osim toga, važno je spomenuti atrakciju Ružica grad, koja obnovom može postati veliki motiv za dolazak turista u ovo područje.

3.5. Analiza smještajnih kapaciteta

Prema podacima sustava eVisitor, na području Virovitičko-podravske županije, tijekom 2020. godine poslovala su 54 smještajna objekta koja su na raspolaganju imala 362 smještajne jedinice, odnosno 831 postelju. Prosječni broj smještajnih jedinica po objektu (sedam) ukazuje na činjenicu da je, u pravilu, riječ o malim smještajnim objektima. To se odnosi i na hotelske objekte čija se veličina, mjerena brojem smještajnih jedinica, kreće na razini od 18 soba.

Nadalje, u razdoblju od 2016. do 2020. godine na području Virovitičko-podravske županije izgradilo se 16 novih smještajnih objekata (rast od 9,3 % prosječno godišnje), što je rezultiralo povećanjem, kako ukupnog broja soba (za 97 jedinica), tako i ukupnog broja kreveta (za 212

postelja). Isto tako, potrebno je istaknuti da se ostvareno povećanje smještajnog kapaciteta Županije odnosi na novu izgradnju, ponajviše na području Slatine (četiri objekta, 26 soba te 40 kreveta), Virovitice (tri objekta, osam soba te 20 postelja), ali i na području općina Pitomače, Čačinaca i Čađavice. Neovisno o tome, najveći broj smještajnih jedinica i kreveta na području Županije još se uvijek nalazi na području Orahovice (28,2 % svih soba, odnosno 32,5 % svih postelja).

Tablica 3.5.1. Broj smještajnih objekata, smještajnih jedinica i kreveta Županije po JLS, 2016.-2020.

VPŽ	2016.			2017.			2018.			2019.			2020.		
	Objekti	Sobe	Kreveti	Objekti	Sobe	Kreveti	Objekti	Sobe	Kreveti	Objekti	Sobe	Kreveti	Objekti	Sobe	Kreveti
Čačinci	1	2	55	2	8	67	3	11	73	3	11	73	3	11	73
Čađavica	1	2	4	2	8	38	3	11	45	3	11	45	3	11	45
Gradina				1	2	4	1	2	4						
Lukač	1	18	31	1	18	31	1	18	31	1	18	31	1	18	31
Orahovica	12	103	270	11	100	266	11	100	266	11	100	266	12	102	270
Pitomača	4	19	34	5	39	73	5	39	73	7	46	89	7	46	89
Slatina	5	23	41	7	35	65	8	48	79	9	49	81	9	49	81
Sopje	1	18	39	1	18	39	1	18	39	1	18	39	3	37	77
Špišić Bukovica	1	14	27	1	14	27	1	14	27	1	14	27	1	14	27
Virovitica	10	60	104	11	62	110	12	64	114	12	64	114	13	68	124
Voćin	1	3	6	1	3	6	1	3	6	1	3	6	1	3	6
Zdenci	1	3	8	1	3	8	1	3	8	1	3	8	1	3	8
UKUPNO	38	265	619	44	310	734	48	331	765	50	337	779	54	362	831

Izvor: eVisitor, obrada Instituta za turizam, Zagreb

Što se tiče strukture smještajne ponude po vrsti smještaja, može se zaključiti da u Županiji još uvijek prevladavaju uglavnom objekti relativno niže kvalitete (sobe za iznajmljivanje, prenoćišta i ostali smještajni objekti). Pritom ohrabruje postupni rast obiteljskog smještaja (domaćinstva), osobito u kontekstu sve većeg interesa malih poduzetnika. Relativno malen udio OPG-ova/seljačkih domaćinstava ukazuje na činjenicu da je ovaj oblik smještajne ponude manje interesantan, ponajviše zbog rigorozne zakonske regulative koja izrazito otežava poslovanje OPG-ova.

Tablica 3.5.2. Smještajni kapaciteti Županije prema vrsti smještaja, 2016. – 2021.

Virovitičko-podravska županija	2016.			2017.			2018.			2019.			2020.		
	Objekti	Sobe	Kreveti	Objekti	Sobe	Kreveti	Objekti	Sobe	Kreveti	Objekti	Sobe	Kreveti	Objekti	Sobe	Kreveti
Hotel	4	72	133	5	92	172	5	92	172	5	92	172	5	92	172
Pansion	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Kamp	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Prenoćište	6	29	55	6	29	55	6	29	55	7	35	69	7	35	69

OPG/seljačko domaćinstvo	5	16	31	3	12	21	4	15	27	4	15	27	4	15	27
Objekti u domaćinstvu	6	18	36	9	23	52	11	28	63	11	27	61	14	38	93
Soba za iznajmljivanje	9	76	132	9	76	132	9	86	142	9	86	142	10	99	162
Hostel	2	20	51	3	26	85	3	26	85	3	26	85	3	26	85
Ostalo*	6	34	181	9	52	217	10	55	221	11	56	223	11	56	223
UKUPNO	38	265	619	44	310	734	48	331	765	50	337	779	54	361	831

Izvor: eVisitor, obrada Instituta za turizam, Zagreb

Uz navedene smještajne kapacitete valja spomenuti i Planinarski dom Jankovac koji raspolaže sa 64 ležajeva te izdvojenim apartmanom, pod upravom Hrvatskih šuma, UŠP Našice.

Korištenje smještajnih kapaciteta

Na temelju podataka o broju noćenja i kreveta prikupljenih kroz sustav eVisitor od 2016. do 2020. godine, prosječna godišnja bruto stopa iskorištenosti kreveta u svim vrstama smještajnih kapaciteta na području Županije iznosi 11,7 %. Usporedi li se razina popunjenosti kreveta u Županiji posljednjih pet godina, vidljivo je da korištenje kapaciteta u Županiji značajno oscilira iz godine u godinu s najvećim padom u 2020. zbog pandemije uzrokovane koronavirusom.

Tablica 3.5.3. Prosječna zauzetost kreveta JLS Županije, 2016. – 2020.

Virovitičko-podravska županija	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.
	Kreveti (%)	Kreveti (%)	Kreveti (%)	Kreveti (%)	Kreveti (%)
Čačinci	9,1	8,3	12,1	21,6	4,8
Čađavica	2,6	1,6	3,0	1,2	1,0
Orahovica	16,7	2,8	2,3	2,7	1,7
Pitomača	12,1	7,5	10,6	5,7	2,7
Slatina	26,4	15,0	19,5	15,2	9,0
Virovitica	17,2	16,4	21,5	24,3	9,5
UKUPNO	16,0	9,4	14,3	13,2	5,2

Izvor: eVisitor, obrada Instituta za turizam, Zagreb

Napomena: zbog zaštite podataka nisu navedeni podaci za sve JLS-ove

Osim broja smještajnih jedinica svakako se treba osvrnuti i na neke posebne aspekte, odnosno, jedinstvenost smještajnih jedinica, što im daje mogućnost tematizacije. Tako se, primjerice, posebno mogu istaknuti:

Hotel kurija Janković



Izvor: www.kurija-jankovic.com

Historicistička građevina iz 19. stoljeća obnovljena uz pomoć europskih fondova u cilju očuvanja kulturnog i povijesnog naslijeđa. Kurija je kategorizirana kao heritage hotel - hotel baština sa četiri zvjezdice i raspolaže s 13 dvokrevetnih i pet jednokrevetnih komfornih soba. U ponudi su tri kategorije soba: Standard, Superior i Delux. U hotelu se poslužuje tradicionalni slavonsko-podravski doručak pripremljen od lokalnih namirnica, a svi ostali obroci mogući su uz prethodnu najavu i dogovor. Hotel nudi mogućnost organiziranja svečanih ručkova, večera te malih konferencija, skupova do 40 osoba. Osim toga, u Kuriji Janković gosti mogu uzeti u najam brdske i električne bicikle.

Centar za posjetitelje - Dvorac Janković



Riječ je o novoobnovljenom dvorcu iz 18. stoljeća. Dvorac gostima nudi 15 dvokrevetnih soba kategorije četiri zvjezdice sa uslugom tradicionalnog slavonsko-podravskog doručka. U lobby baru gosti mogu uživati u lokalnim vinima, craft pivima i autorskim slasticama. Hotel je decentno i moderno uređen. Prostorom dominiraju prirodni materijali, mirni tonovi sa šarama lokalnog predznaka. U samom prizemlju hotela nalazi se dugački hodnik s vremenskom crtom, koja obuhvaća tri stoljeća povijesti obitelji Janković te se gosti/posjetitelji mogu upoznati sa zanimljivim povijesnim činjenicama i ljubavnim legendama vezanim za obitelj Janković. Multimedijalna soba, kroz interaktivan i zabavan način, nudi povijest dvorca Janković i Suhopolja, ali i cjelokupnu turističku ponudu destinacije Slavonija i Podravina. Gosti mogu igrati Memory, potražiti neki zanimljiv plemićki recept, oslušivati i prepoznavati zvukove ptica, istražiti biciklističku rutu. U dvorcu se nalazi i 5D kino.

Hotel Višnjica



Izvor: www.visnjica.hr

Hotel je dio agro-turističkog imanja s bogatom ruralnom baštinom. U prošlosti su njime gospodarile njemačka kneževska obitelj Schaumburg-Lippe i grofovske obitelji Pejačević i Drašković te je bilo jedno od najrazvijenijih imanja te vrste u Slavoniji. Danas je cijelo imanje uređeno u skladu s tradicijom nekadašnjih veleposjedničkih gazdinstava, tzv. "pustara" te se uz uzgoj batata i žitarica, uzgajaju ljekovita bilja. Blizina dva parka prirode čine je idealnom destinacijom za organizaciju raznih izleta i sportskih aktivnosti. Od turističkih sadržaja pustara nudi smještajne jedinice, restoran te dvije sale za organiziranje raznih događanja. Hotel ima kapacitet od 36 ležajeva od kojih su četiri sobe prilagođene osobama s posebnim potrebama te depadansu s 20 ležajeva. Na imanju postoji i OPG sa

sobama u domaćinstvu kapaciteta 18 ležajeva. Imanje se prostire na površini od 10 hektara pa predstavlja veliki potencijal za razvoj ruralnog turizma u Virovitičko-podravskoj županiji.

Prenočište Zlatni klas



U Otrovancu je obiteljsko seosko imanje koje uz tradicionalnu kuhinju posljednje četiri godine nudi i smještaj, točnije 12 kreveta u pet eko soba. Smještaj nije kategoriziran, ali ima preporuku za cikloturiste Bed&Bike. Izgled imanja s restoranom i smještajem slikovit je prikaz tradicionalne podravске arhitekture s mnoštvom detalja od drveta tako da se u sobama mogu pronaći ručni radovi od drveta poput drvene škrinje, kreveta, dječje kolijevke i slično. Osnovna ponuda kuhinje okrenuta je tradicionalnim jelima, s naglaskom na zaboravljene recepte od koprive, jela od buče, slatkovodne ribe na mnogo načina te vegetarijansku kuhinju. U svakom trenutku vlasnici se trude stvoriti ugodnu atmosferu i poslužiti svakog gosta na najbolji način, pa često na pladnju bude i viška hrane. U prostranom dvorištu seoskog imanja nalazi se konjušnica, a najmlađi mogu uživati u kućici na drvetu, ljuljačkama i Pepeljuginoj kočiji u obliku bundeve.

Hostel Dravska priča



Hostel u Noskovcima je dio Posjetiteljskog centra "Dravska priča", u kojem se može doznati sve o biljnom i životinjskom svijetu područja uz rijeku Dravu. Jedinstveni hostel je tematski uređen kao 'prirodna baština'. Kapacitet hostela je 34 kreveta (četiri višekrevetne spavaonice i dvije jednokrevetne sobe) čime ispunjava osnovne uvjete za provedbu programa škole u prirodi. Osim učenika i studenata, hostel je namijenjen i za smještaj prirodoslovaca, ekologa, ornitologa koji dolaze na terensku nastavu, ali i za rekreativce. U ponudi hostel/centar nudi najam bicikla, kanua te organiziranje raznih aktivnosti poput promatranja ptica.

Kuća za odmor i sobe Jošavac d.o.o.



Izvor: <http://josavac.hr>

Riječ je o objektu koji uslugama odgovara razvoju lovnog turizma na području Virovitičko-podravске županije. Objekt je uređen na način da naglašava tradiciju slavonskog kraja.

3.6. Turistička atrakcijska osnova

Virovitičko-podravska županije raspolaže iznimno bogatim i, za razvoj turizma, zanimljivim resursima i atrakcijama. Posebno se to odnosi na prirodnu baštinu, gdje je važno istaknuti dva područja pod UNESCO zaštitom – prekogranični Rezervat biosfere Mura-Drava-Dunav i Park prirode Papuk. Atraktivnost područja dodano pojačavaju i pojedini lokaliteti, kao što su vulkanske stijene Rupnica i Park šuma Jankovac koji se nalaze u Parku prirode Papuk. Slap Skakavac i slikovita Grofova poučna staza dijelovi su Parka šume Jankovac. Također, valja spomenuti i jedinstvenost Orahovačkog jezera i sekvoju u Slatini, Hrvatsko stablo 2021. godine, kao i prirodnu oazu lokaliteta Križnica s atraktivnim visećim pješačkim mostom, ali i brojne druge atrakcije. Prirodne atrakcije čuvaju se i postepeno se planski uvode u turističku ponudu (PP Papuk, Informativno edukativni centar hostel Dravska priča i drugi) kroz različite mogućnosti organiziranog posjeta, interpretacije i poučne staze.

Uz bogatstvo prirodnih atrakcija sve je šira paleta kulturnih atrakcija kroz koje gosti mogu upoznati povijest, kulturu i način života na ovim prostorima. Među njima se posebno ističu obnovljeni dvorci poznate obitelji Pejačević u Virovitici i Janković u Suhopolju, ali i velik broj kurija, gradina i crkvi iz različitih razdoblja. U dvorcima gosti mogu, kroz suvremene interpretacijske postave, doživjeti povijest i kulturu ovog kraja.

Atrakcijsku osnovu Županije čini skup atrakcija koje mogu samostalno privlačiti goste iz šireg okruženja, ali i velik broj atrakcija koje se na njih vežu i zajedno s njima boravak mogu činiti bogatim i sadržajnim. Atrakcije čine osnovu za promišljanje turističke ponude i time predstavljaju temelj razvojnog potencijala. Stoga se u nastavku kratko opisuju glavne atrakcije te se valoriziraju s obzirom na:

- važnost resursa/atrakcije s obzirom na sposobnost privlačenja međunarodne, nacionalne ili regionalne potražnje,
- tržišne spremnosti resursa/atrakcija za prihvrat gostiju, pri čemu se misli na razinu uređenosti i turističke opremljenosti (spremne, uglavnom spremne, nespremljene).

Dodatno je važno istaknuti kako pojedine atrakcije 'nižeg' reda mogu prerasti u atrakcije 'višeg' reda, ukoliko kretanja na tržištu potražnje to pokažu.

PRIRODNE ATRAKCIJE

	ATRAKCIJA	TIP	VAŽNOST/ TRŽIŠNA SPREMNOST
Park prirode Papuk	- prvi UNESCO svjetski geopark u Hrvatskoj - iznimna geološka, biološka i kulturna raznolikost	gora	međunarodna/uglavnom spremno
<i>Rupnica s poučnom stazom</i>	posebno atraktivan lokalitet u Parku prirode Papuk	jedinstveni reljefni oblik	međunarodna/uglavnom spremno

	geološki spomenik prirode; fenomen nastao iz vulkana		
<i>Park šuma Jankovac i slap Skakavac</i>	- dio Parka prirode Papuk - Grofova poučna staza; suvenirnica, mogućnost najma bicikla i kanua - gorska dolina s dva jezera - bujna vegetacija - zaštićeno područje	šuma, jezero i vodopad	nacionalna/spremno
<i>Sekulinačke planine</i>	posebni rezervat šumske vegetacije u Parku prirode Papuk	planine	nacionalna/uglavnom spremna
<i>Dva hrasta kitnjaka u Djedovici</i>	- dio Parka prirode Papuk - spomenik prirode	zaštićene stabla	regionalna/nespremno
Rijeka Drava / Regionalni park Mura-Drava	20,35 % Parka nalazi se u Virovitičko-podravskoj županiji (17.800 hektara) - UNESCO zaštita - dio najveće europske zaštićene riječne cjeline koja obuhvaća 5 zemalja (Hrvatska, Austrija, Slovenija, Srbija i Mađarska)	rijeka	međunarodna/uglavnom spremno
Značajni krajobraz Križnica	- Zaštićeno područje površine 802,57 ha - rezervat biosfere od 2012. godine - jedan od najrazvedenijih meandara Drave	rijeka i močvarno područje	nacionalna/uglavnom spremno
Mamutovac u Slatini	- spomenik parkovne arhitekture - sekvoja (sequioa) u centru Slatine	zaštićeno stablo	nacionalna/uglavnom spremno
Orahovačko jezero	- umjetno jezero nastalo 1961. godine u podnožju Papuka, omeđeno brežuljcima i šumama - ima vlastite prirodne izvore u planini iz kojih stalno dotječe svježa voda - uz jezero su uređeni prostori za kampiranje i sportski tereni	jezero	nacionalna/spremno
Krndija	- gora koja se nadovezuje na Papuk - najviši vrh 790 m	gora	regionalna/djelomično spremno
Skupina stabla u Noskovicima	- spomenik parkovne arhitekture - perivoj s više vrsta drveća i grmlja - zaštićeno područje	zaštićena stabla	regionalna/spremno
Jezero Javorica	umjetno jezero kod Slatine	jezero	regionalna/nespremno
Virovitički ribnjaci	- niz od 9 ribnjaka smještenih pod obroncima Bilogore - ribnjaci su bogati različitim vrstama riba; okruženi su šumom	ribnjak	regionalna/uglavnom spremno
Ribnjak Grudnjak	ribnjak krajobrazne i ornitološke vrijednosti	ribnjak	regionalna/nespremno

Park oko dvorca u Virovitici	• zaštićeno područje - spomenik parkovne arhitekture • nastao početkom 19. stoljeća	park	regionalna/spremno
Park u Slatini	• zaštićeno područje – spomenik parkovne arhitekture	park	regionalna/spremno
Park u Suhopolju	• zaštićeno područje – spomenik parkovne arhitekture	park	regionalna/spremno
Arboretum Lisičine	• smješten u selu Lisičine, općina Voćin • nastao 1963. godine; teško stradao 1991. godine • obnovljen sredstvima EU	arboretum	regionalna/nespremno
Virovitičko vinogorje	• prostire se na obroncima Bilogore i malim dijelom na dijelovima Papuka	kulturni krajobraz	regionalna/djelomično spremno
Orahovačko-slatinsko Vinogorje	• duga tradicija vinarstva	kulturni krajobraz	regionalna/djelomično spremno
Značajni krajobraz Vir	• močvarno stanište u općini Pitomača • zaštićeno područje; velik broj biljnih i životinjskih vrsta	močvarno područje	regionalna/nespremno
Značajni krajobraz Širinski Otok	• zaštićeno područje – rezervat biosfere • iznimna biološka i estetska vrijednost • povremeno ili stalno obitava 150 vrsta ptica	močvarno područje	regionalna/nespremno
Značajni krajobraz Jelkuš	• zaštićeno područje – rezervat biosfere • mjesto gniježđenja brojnih vrsta ptica	močvarno područje	regionalna/nespremno

Uz prirodne atrakcije, Virovitičko-podravsku županiju krase velik broj dvoraca, kurija i sakralnih objekata koji svjedoče o zanimljivoj povijesti ovog kraja. Posebno se može istaknuti dvorac Pejačević u Virovitici s uređenim parkom koji ga okružuje i dominira vizurom središta grada. U dvorcu je smješten Gradski muzej sa zanimljivim interaktivnim stalnim postavom na temu 'Drveno doba'.³ Uz ovaj dvorac, u Županiji su još: uređen dvorac u Suhopolju, kurija u Kapeli Dvoru, u kojima se nalaze smještajne jedinice. Trenutno se obnavlja dvorac Janković u Cabuni u općini Suhopolje.⁴ U Noskovcima obnovljen je ljetnikovac grofa Draškovića. Jednu od značajnijih atrakcija čini i rodna kuća Petra Preradovića, obnovljena i pretvorena u suvremeni interpretacijski centar s mnoštvom sadržaja. Pored navedenih atrakcija, ovdje se nalazi i monumentalna srednjovjekovna gradina, Ružica grad, smješten iznad Orahovice.

³ Muzej je ove godine nominiran za nagradu Europskog muzejskog foruma za najbolje inovativne prakse muzejskog sektora u Europi.

⁴ Dvorac Janković u Cabuni nepokretno je zaštićeno kulturno dobro i njegova obnova je tijekom. Riječ je o Interpretacijskom centru za gospodarsku kulturu i baštinu čijom realizacijom će se stvoriti kulturno-turistička atrakcija s velikim mogućnostima za obogaćivanje doživljaja turista u Županiji (kultura života i rada, industrijska baština i dr.).

Bogata sakralna baština prisutna je u svim dijelovima Županije, a najpoznatije crkve su u Virovitici, Suhopolju, Slatini, Voćinu i Duzluku kraj Orahovice, ali i brojnim manjim mjestima. Svetište Gospe Voćinske jedno je od najznačajnijih slavonskih svetišta u koje, pojedinačno ili u skupinama, hodočasnici dolaze tijekom cijele godine.

U Virovitičko-podravskoj županiji mnoštvo je događanja tijekom cijele godine. Među značajnije manifestacije ubrajaju se međunarodni sajam Viroexpo, festival Pjesme Podravine i Podravlja, Dani Milka Kelemena, Rokovo u Virovitici i Ferragosto Jam u Orahovici, ali i brojne druge. U svim mjesecima u godini organiziraju se različite kulturne, zabavne i sportske manifestacije.

KULTURNE ATRAKCIJE

ATRAKCIJA	TIP	VAŽNOST/ TRŽIŠNA SPREMNOST
Zaštićena kulturna baština		
Ružica grad kod Orahovice	- jedan od najvećih fortifikacijskih kompleksa u Hrvatskoj - spomenik nulte kategorije - najočuvanija srednjovjekovna utvrda u Hrvatskoj - datira iz 14. st.	tvrdava, gradina nacionalna/djelomično spremno
Dvorac Pejačević s Gradskim muzejom u Virovitici	- dvorac iz 19. stoljeća - jednokatni dvorac u obliku izduženog pravokutnika; obnovljen (muzej, ugostiteljski objekt, TIC, suvenirnica, park)	dvorac i muzej nacionalna/spremno
Franjevački samostan i crkva Sv. Roka u Virovitici	- iz 18. stoljeća - barokna građevina sa zvonikom od bakrenog lima	sakralni objekt nacionalna/spremno
Dvorac Janković u Suhopolju	- dvorac okružen parkom - jednokatna središnja zgrada i dva prizemna krila - u dvorcu je smješten Centar za posjetitelje	dvorac, palača nacionalna/spremno
Crkva Sv. Terezije Avilske u Suhopolju	- početak 19. stoljeća - klasicistička građevina	sakralni objekt nacionalna/spremno
Crkva i svetište Bl. Djevice Marije u Voćinu (s uređenim parkom)	gotička jednobrodna crkva iz 15. stoljeća	sakralni objekt nacionalna/spremno
Manastir s crkvom Sv. Nikole u Duzluku kod Orahovice	- manastir u osami na brdima Krndije iz 16. stoljeća - nekoliko zgrada s manastirskom crkvom u sredini	sakralni objekt nacionalna/spremno

Povijesna jezgra Virovitice	očuvana i njegovana urbano-arhitektonska struktura sa dvorcem u sredini	povijesna urbanistička cjelina	regionalna/spremno
Stari grad kod Orahovice	ostaci vojne utvrde	utvrda	regionalna/nespremna
Stari grad Voćin	ruševina srednjovjekovne utvrde na brijegu iznad Voćina	tvrđava, gradina	regionalna/nespremno
Crkva Sv. Vida u Pitomači	kasnobarokna građevina iz 18. stoljeća	sakralni objekt	regionalna/uglavnom spremno
Crkva Sv. Barbare u Sladojevcima	građena krajem 18. i početkom 19. stoljeća u stilu kasnog baroka	sakralni objekt	regionalna/uglavnom spremno
Crkva Sv. Josipa u Slatini	sagrađena početkom 20. stoljeća u neogotičkom stilu	sakralni objekt	regionalna/uglavnom spremno
Crkva Sv. Petra apostola u Čađavici	spominje se u 14. stoljeću; ima sačuvane gotičke kontrafore, a barokizirana je u 18. stoljeću	sakralni objekt	regionalna/djelomično spremno
Crkva Uznesenja Blažene Djevice Marije u Novoj Bukovici	- iz 19. stoljeća - sagrađena u neogotičkom stilu	sakralni objekt	regionalna/djelomično spremno
Crkva Sv. Georgija u Slatinskom Drenovcu	sagrađena početkom 18. stoljeća	sakralni objekt	regionalna/nespremno
Crkva Sv. Georgija u Lisičinama	- sagrađena krajem 18. stoljeća - inventar crkve je pokretni spomenik kulture	sakralni objekt	regionalna/nespremno
Župna crkva Našašća Sv. Križa u Orahovici	- sagrađena sredinom 18. stoljeća - barokni stil gradnje	sakralni objekt	regionalna/uglavnom spremno
Crkva Sv. Lovre u Crkvarima	- sagrađena u 15. stoljeću - gotički stil gradnje	sakralni objekt	regionalna/djelomično spremno
Ostala kultura života i rada			
Spomenik lokomotivi u Orahovici (Guco)	- Kraussova lokomotiva uskotračnog vlaka izgrađena u Münchenu 1939. godine - jedinstvena u svijetu; obnovljena, uređena i izložena	spomenik	regionalna/spremno
Vinski turizam i gastronomija	- vinske ceste i vinogorja (Virovitičko, Orahovačko-slatinsko) - tipična jela: prgice, kruh i zeleni mlinci od koprive, bošpor, jela od divljači i slatkododne ribe i dr.	enogastronomija	regionalna/djelomično spremno
Legende	tri legende o Ružica gradu	legende i priče	nacionalna/djelomično spremno

Kulturne ustanove/ muzeji, interpretacijski i posjetiteljski centri ⁵				
Interpretacijski centar Kuća Petra Preradovića	- kuća iz 18. stoljeća, pjesnikov rodni dom, nalazi se u Grabrovnici - izložbe, događanja, edukativne radionice	interpretacijski centar	regionalna/spremno	
EPIcentar Sequioa Slatina	centar s edukativnim sadržajima i inovativnom prezentacijom zaštićene prirodne baštine	posjetiteljski i interpretacijski centar	regionalna ⁶	
Posjetiteljski centar Dravska priča	- u okviru Regionalnog parka Mura-Drava - sadržaji za programe škole u prirodi, ljubitelje prirode, rekreativce; edukativni sadržaji, usluge smještaja i stručnog vodstva	posjetiteljski centar	regionalna/spremno	
Geo info centar u Voćinu	interaktivni multimedijalni centar	posjetiteljski i interpretacijski centar	regionalna ⁷	
Gradski muzej Virovitica	- prikazuje život virovitičkog kraja od mlađeg kamenog doba do prvih desetljeća 20. stoljeća - stalni postav na temu 'Drveno doba'	muzej	nacionalna/spremno	
Centar za posjetitelje – Dvorac Janković	- suvremena interpretacija života obitelji Janković - turističke informacije	posjetiteljski i interpretacijski centar	nacionalna/spremno	
Zavičajni muzej Slatina	- osnovan 1984. godine - prikazuje povijest i kulturnu baštinu slatinskog kraja	muzej	regionalna/spremno	
Važnije manifestacije				
Viroexpo	- tradicionalni sajam gospodarstva, obrtništva i poljoprivrede - održava se od 1996. godine	gospodarska manifestacija	međunarodna/spremno	
Glazbeni festival Pjesme Podravine i Podravlja	- održava se od 1993. godine - ideja vodilja je 'rijeka Drava' koja povezuje pjesme krajeva kojima prolazi	glazbena manifestacija	nacionalna/spremno	
Dani Milka Kelemena u Slatini	- tradicija duga 25 godina - promocija lika i djela Milka Kelemena	glazbena manifestacija	međunarodna/spremno	

⁵ Gradski muzej Virovitica i Centar za posjetitelje u Dvorcu Janković obuhvaćeni su i u okviru kulturnih resursa (objekti zaštićene kulturne baštine)

⁶ Projekt u izvedbi.

⁷ Projekt u izvedbi.

Rokovo u Virovitici	25 godina tradicije održavanja - zabavni, ugostiteljski, kulturni i sportski sadržaji	zabavno-glazbena manifestacija	regionalna/uglavnom spremno
Miljevački dani kukuruza	tradicionalna manifestacija spoja kulture Slavonaca i Slovaka	zabavno-glazbena manifestacija	regionalna/spremno
Popišanac trail	tradicionalna trail utrka tri dužinske kategorije u kombinaciji makadama, šumskih puteva i asfalta	sportska manifestacija	regionalna/spremno
Šaran Outdoor Weekend	- namijenjen sportašima rekreativcima (biciklizam i trčanje) - natjecanje na stazi od 11 km; popraćeno zabavnim sadržajima	sportska manifestacija	regionalna/spremno
Panonsko-bilogorski MTB maraton	- rekreativni brdsko biciklistički maraton - održava se u rujnu	sportska manifestacija	regionalna/spremno
Papuk Extreme Challenge	organizacija raznih sportskih natjecanja u trajanju od 3 dana na izletištu Jezero u Orahovici	sportska manifestacija	regionalna/spremno
Poluatletski maraton Virovitica-Barcs	- tradicija od 30 godina - prekogranični maraton koji se održava u rujnu	sportska manifestacija	regionalna/uglavnom spremno
Ferragosto JAM	- glazbeni festival na Orahovačkom jezeru 11 godina tradicije - okuplja domaće i regionalne izvođače	glazbena manifestacija	regionalna/spremno
Srednjovjekovni viteški turnir	- održava se u listopadu u Park šumi Jankovac - program traje dva dana	povijesna manifestacija	regionalna/uglavnom spremno

Virovitičko-podravska županija pruža veliki izbor mogućnosti za sadržajan boravak. Gostima su ovdje na raspolaganju brojne biciklističke rute, atraktivna ribolovna područja uz Dravu, velik broj lovišta, a ljubitelji prirode i šetnji mogu šetati poučnim stazama i educirati se putem interpretacijskih ploča o posebitosti kraja. Uz to, oni koji vole konjički turizam mogu u Zlatnom klasu ili Pustari Višnjica doživjeti konje u istinski autohtonom i izvornom ambijentu.

TURISTIČKA INFRASTRUKTURA

ATRAKCIJA		TIP	VAŽNOST/ TRŽIŠNA SPREMNOST
Dravska biciklistička ruta i EuroVelo 13 ruta 'Željezne zavjese' (ruta europske Amazone)	duga 111 km; trasirana u dva dijela (istočni – trekking ruta i zapadni – cestovna ruta)	biciklistička ruta	međunarodna/djelomično spremna
Biciklističke rute na području cijele Županije	biciklističke rute na području Županije; 15 staza na prostoru PP Papuk	biciklističke rute	međunarodna/uglavnom spremna
Ribolovno područje uz Dravu (Križnica)	meandri rijeke Drave na malom prostoru – iznimno atraktivno	ribolov	nacionalna/uglavnom spremno
Izletište na Dravi kod Križničkog mosta	- izletište u zaštićenom krajoliku - mrijestilište velikog broja riba	izletište	nacionalna/uglavnom spremno
Grofova poučna staza na Jankovcu	staza u park-šumi Jankovac uz planinarski dom, jankovačka jezera i slap Skakavac, groblje papučkih staklara	pješački put	nacionalna/spremno
Izletište na Dravi kod Sopja	izletište na pješčanoj obali Drave, opremljeno klupama	kupalište	regionalna/spremno
Lovišta na području Virovitičko-podravske županije	32 lovišta - lovišta na obroncima Bilogore, Papuka i Krndije i uz tok Drave	lovišta	regionalna/uglavnom spremno
Seoski turizam 'Zlatni klas'	prezentacija života na selu (smještaj, aktivnosti, škole jahanja i dr.)	konjički turizam	regionalna/spremno
Pustara Višnjica	imanje s bogatom ponudom aktivnosti (jahanje, vožnja u kočiji)	konjički turizam	regionalna/uglavnom spremno
Poučna staza na Križnici 'Banov brod'	staza 2,8 km dugačka, sadrži interpretacijske točke	poučna staza	regionalna/spremno
Poučna staza na Virovitičkoj Bilogori	staza 4 km dugačka, srcolikog oblika s interpretacijskim pločama	poučna staza	regionalna/uglavnom spremno

4. Analiza tržišta

U analizi tržišta polazi se od aktualnih kvantitativnih kretanja i prognoza kako bi se dao globalni okvir o ulozi i potencijalu turizma u gospodarstvu. Potom se analiziraju kvalitativna obilježja turizma, koja su posebno značajna za promišljanje turističke ponude. Naime, pod utjecajem svih drugih gospodarskih i društvenih kretanja turizam se neprekidno mijenja u smislu preferencija i zahtjeva gostiju. Trenutna situacija uzorkovana globalnom zdravstvenom krizom pokazuje kako se kretanja i prognoze mogu brzo mijenjati i kako traže prilagodbe i na strani ponude i na strani potražnje. Osim toga, situacija ukazuje na sagledavanje velike ovisnosti i međusobnog utjecaja svih aktivnosti koje poduzima čovjek u svom djelovanju pa još više pojačava potrebu pažljivog promišljanja kako i na koji način treba koristiti resurse u bilo kojoj gospodarskoj aktivnosti, pa tako i u turizmu. Dodatno, svim destinacijama koje se tek počinju snažnije uključivati u turističke tokove, trenutna situacija naglašava važnost pažljivog planiranja i potrebu provedbe aktivnosti kojima će se uspostaviti dugoročna ravnoteža u ukupnom razvoju.

4.1. Kvantitativna kretanja i prognoze

Turizam se, bez obzira na krizu uzrokovanu pandemijom COVID-19, smatra jednom od najvažnijih gospodarskih aktivnosti u svijetu i prema svim prognozama njegova će uloga u brojnim gospodarstvima svijeta i dalje biti značajna. Razlog tome je, među ostalim, kontinuirani rast turističkih kretanja zadnjih 60-ak godina koji je bio potaknut općim gospodarskim i društvenim razvojem koji su stvorili mogućnosti putovanja za sve veći broj ljudi.

U 2019. godini bilo je zabilježeno oko 1,5 milijardi turističkih dolazaka. Osim toga, turizam se pokazao iznimno otpornim na dosadašnje krize što znači da su svaka stagnacija ili manji pad trajali kratko i da je nakon toga opet slijedio rast u broju putovanja.⁸ Prošle, 2020. godine, pandemija uzrokovana COVID-19 gotovo je u potpunosti zaustavila turistička kretanja i gospodarstva diljem svijeta, što je bilo gotovo nezamislivo u svim prognozama. Naime, 2020. godina trebala je opet biti godina rasta svjetskog turizma (predviđeni rast bio je 3 do 4 %), bilo je planirano održavanje Olimpijade u Tokiju, godina Beethovena, Rijeka je bila Europska prijestolnica kulture. U turizmu se puno počelo govoriti o temama prihvatnog kapaciteta, održivom razvoju, odgovornosti i transformaciji. Međutim, 2020. godina je prema Svjetskoj turističkoj organizaciji na globalnoj razini donijela pad turizma za 74 % u odnosu na prethodnu godinu.

U Europi je 2019. bilo ostvareno 744 milijuna turističkih dolazaka što je predstavljalo rast od 4 % u odnosu na prethodnu 2018. godinu. To je ujedno bila i godina velikih promjena na turističkom tržištu, godina Brexita, kolapsa Tomas Cooka i nekoliko europskih zračnih prijevoznika. Ipak, bez obzira na usporavanje ekonomskih pokazatelja turizam je rastao. U Europi je ostvaren 51 % od ukupnog broja turističkih dolazaka ostvarenih na svjetskoj razini, a prvih pet zemalja po broju

⁸ Primjerice, te krize su bile 1982., prva kriza i recesija, 2001. godine zbog terorističkih napada u SAD-u, 2003. godine zbog ratnih sukoba u Iranu i SARS-a te 2009. zbog ekonomske krize i recesije.

dolazaka bile su: Francuska, Španjolska, SAD, Kina i Italija. Osim toga, valja naglasiti kako se u Europi, usprkos zrelosti brojnih destinacija, još uvijek odvija 'najveći dio' svjetskog turizma, a značajan rast iz godine u godinu (do krize) pokazivale su upravo manje mediteranske zemlje (Grčka, Portugal, Hrvatska, Crna Gora).

Hrvatsku je 2020. godine posjetilo 7 milijuna turista, čime se ostvarilo tek 35,8 % prometa prethodne 2019. godine, kad je ta brojka iznosila 19,6 milijuna. Manji pad zabilježen je u kućanstvima i kampovima u odnosu na ostale oblike smještaja. Najbrojniji gosti bili su Nijemci, Slovenci, Austrijanci, Talijani i Poljaci, dok su značajniji pad pokazala sva udaljenija tržišta. Međutim, pokazatelji za 2021. godinu, za prvih sedam mjeseci, pokazuju oporavak tržišta. Naime, u odnosu na prethodnu 2020. godinu, u Hrvatskoj se trenutno bilježi rast u broju dolazaka stranih turista od 54 %, a domaćih 50 %. U Virovitičko-podravskoj županiji u istom se razdoblju bilježi rast u broju noćenja od 58% (prvih sedam mjeseci 2021. u odnosu na 2020.).

Generalno se može reći kako je novonastala situacija i pandemija virusa COVID-19 bitno smanjila međunarodni turistički promet u 2020. godini, a odražava se i na kretanja u 2021. godini. Ipak, treba očekivati da će se stavljanjem pandemije 'pod kontrolu' polako vraćati i turistički tokovi. Iako se procjene relevantnih institucija i eksperata razlikuju, potpuni oporavak očekuje se kroz dvije do tri godine.

4.2. Kvalitativni trendovi

Turistička se potražnja pod utjecajem tehnoloških, ekonomskih, društvenih, političkih i, posebno u posljednje vrijeme, zdravstvenih promjena, neprekidno mijenja pa je navike, želje i preferencije u ponašanju potrošača potrebno stalno pratiti. Te su promjene iznimno dinamične i pred one koji kreiraju ponudu stavljaju različite izazove. Naime, često je potrebno odgovoriti na niz različitih, ponekad i kontradiktornih zahtjeva gostiju, koji mu boravak mogu učiniti ugodnim i stvoriti mu osjećaj zadovoljstva, kvalitete i brige o njegovim potrebama.

Naime, današnje zahtjevno tržište potražnje, istovremeno traži sve prednosti tehnologija, ali i odmor od te iste tehnologije. Globalizacija je donijela standarde koje je potrebno unijeti u pojedine dijelove ponude, ali također valja sačuvati svoju autentičnost i posebitost. Ono što se donedavno smatralo 'previše jednostavnim' na neki drugi način postaje luksuz (hrana, smještaj i sl.). Takve promjene na tržištu zahtijevaju njihovo praćenje i razumijevanje kako bi se ponuda mogla prilagođavati na adekvatan način.

Današnji se turizam temelji na doživljajima, bijegu od rutine, zabavi, otkrivanju novoga, edukaciji i posvećenosti ekologiji. Spektar motiva koji pokreću putovanja postaje sve širi, od gradskog odmora, nautičkog turizma, gastronomije, turizma vina, adrenalinskog turizma, rekreacije i aktivnosti u prirodi, kulturnih tura i brojni drugi. Uslijed takve potražnje globalno tržište karakterizira izrazita segmentiranost potražnje (tržišne niše) i individualizacija turističke ponude. Turistički se proizvodi sve više kroje po 'mjeri potrošača' prilagođeni individualnim sklonostima i željama pojedinih turista. Veliki je naglasak na jedinstvenim obilježjima destinacije, unikatnosti ponude i specijalizaciji za pojedine grupe potrošača.

Rekreacija i briga o zdravlju postaju sve važniji suvremenim turistima pa se u destinacijama razvijaju različite ponude mogućnosti boravka u prirodi i vraćanje 'životne snage'. Neke od najvažnijih trendova moguće je rezimirati na sljedeći način:

Raste broj pripadnika starijih dobnih skupina: briga o zdravlju je veća i produljuje se životni vijek stanovništva. Vezano uz to raste potražnja za udobnim odmorom, odmorom izvan ljetnih mjeseci, kulturnim sadržajima i sadržajima u funkciji održavanja psihofizičke ravnoteže. Starije dobne skupine imaju razvijene interese, posvećuju vrijeme tim interesima pa ih posebno zanimaju, primjerice, gastronomija, turizam vina, wellness sadržaji. Skloni su pohađati tečajeve kulinarstva, obilaziti kušaonice, zanimaju ih autentičnosti i kulturno nasljeđe u destinacijama.

Raste prosječna razina obrazovanja: rast obrazovanja prati i sve veći broj različitih interesa, ali i potreba za većom razinom informiranosti i kvalitetnom komunikacijom. Razina obrazovanja donosi i različit spektar interesa prema posebnim obilježjima u destinaciji, sve se više istražuje, važno je 'pričanje priča' i nešto jedinstveno i drugačije što se može doživjeti.

Raste svijest o zdravlju i zdravom životu: rastom brige o zdravlju i prevenciji raste i potreba za aktivnim odmorom u destinacijama, zdravom hranom i lokalno uzgojenim namirnicama. Gosti žele održavati fizičko i mentalno zdravlje, žele se rekreirati, boraviti u prirodi i poduzimati aktivnosti koje tome pridonose.

Raste potreba za uspostavom ravnoteže: izloženost stresu i užurbanom životu stvara potrebu za odmorom koji će donijeti odmak od svakodnevice i povratak energije pa shodno tome raste potražnja za mirom, zelenim, odmorom u prirodi, digitalnim detoxom, više kratkih odmora umjesto jednog velikog. Posebno tržište Europe ima 'vremenom siromašne' kupce koji traže male 'mikro' avanture koje mogu biti pješačenje, planinarenje, vožnja čamcima, spavanje 'pod zvijezdama' i slično.

Raste broj iskusnih putnika i time zahtjevnost potrošača: sve je veća preferencija prema autentičnom i izvornom, a manja tolerancija prema umjetnom i standardiziranom. Gosti su danas iskusni, istražuju, prepoznaju i traže kvalitetu i to u svim aspektima ponude, od opipljivih do manje opipljivih dijelova, gostoljubivosti, iskrenosti u odnosu prema gostu.

Raste utjecaj tehnologije: tehnologija je unijela ogromne promjene u promociji i informiranju o turističkim proizvodima, a velika raspoloživost informacija omogućila je gotovo trenutnu usporedbu destinacija i njihove ponude. Zbog toga se traže načini inovativne promocije i prodaje i pružanje različitih informacija na jednostavan i brz način. Budući da je turistički proizvod neopipljiv i kupuje se unaprijed temeljem informacija i promocije važno je iskoristiti mogućnosti koje pruža tehnologija i ciljano i na zanimljiv način 'ispričati' priču o sebi i inspirirati goste.

Raste svijest o ekologiji i potrebi čuvanja okoliša: sve veći broj ljudi postaje svjestan ovisnosti o prirodi i potrebi čuvanja te prirode pa se zbog toga i od turističkih destinacija očekuje da se pažljivo odnose prema svom prostoru i brinu o resursima. Dodatno je trenutna kriza naglasila utjecaj

čovjeka na ravnotežu u prirodi i pojačala svijest o potrebi čuvanja resursa pa je za očekivati da će se još veća pažnja i naglasak stavljati na brigu o okolišu i odgovorno ponašanje.

Generalno trendovi na tržištu pokazuju potrebu upoznavanja novih i neotkrivenih destinacija što je kriza uzrokovana pandemijom COVID-19 još više istaknula. Traže se nova odredišta s unikatnim i jedinstvenim doživljajima koja svoje jedinstvene atribute mogu pretvoriti u jedinstvene priče i turističke proizvode, a koji bi pak trebali biti sadržajni i prilagođeni suvremenim gostima i njihovim preferencijama. U razvoju i promociji turističkih proizvoda Virovitičko-podravske županije stoga treba imati na umu kako će skora budućnost još više pokazati da će zeleno, uravnoteženo, autohtono i lokalno biti nešto što će čvrsto držati poziciju primarnih faktora privlačnosti i odabira destinacija za putovanje.

5. SWOT analiza

Na temelju prethodno izvršenih analiza (prvi izvještaj), a uvažavajući ponajviše bogatu i raznovrsnu resursno-atraksijsku osnovu, evidentno je da cijela Virovitičko-podravska županija predstavlja prostor prirodno predisponiran za razvoj većeg broja međunarodno konkurentnih turističkih proizvoda, osobito u sferi turizma posebnih interesa.

S druge strane, prethodne su analize, također, ukazale na činjenicu da je cijelo ovo područje još uvijek suočeno s određenim brojem razvojnih ograničenja koje valja ukloniti ili barem umanjiti, kako bi se prepoznati potencijal za razvoj turizma mogao, u budućnosti, bolje koristiti. Riječ je uglavnom o različitim (manjim ili većim) infrastrukturnim ograničenjima, izuzetno malom broju kolektivnih smještajnih objekata, nerazvijenosti izvan-smještajne uslužne ponude, još uvijek nedovoljno profiliranom tržišnom pozicioniranju, ali i relativno nepovoljnim demografskim kretanjima.

Detaljno sagledavanje snaga i slabosti, s jedne strane, kao i prilika i prijetnji cijelog ovog prostora, s druge strane, omogućava objektivno prepoznavanje ključnih dugoročnih strateških prednosti cijelog projektnog područja, ali i njegovih najizraženijih strateških nedostataka. Samim tim, SWOT analiza daje bitne informacije za promišljanje aktivnosti koje treba poduzimati u smjeru dugoročno održivog turističkog razvoja, ali i za aktivnosti u srednjem roku, kako bi Županija počela sustavno kapitalizirati svoje prednosti. Isto tako, SWOT analiza ukazuje i na određeni broj razvojnih ograničenja koje bi valjalo postupno uklanjati u cilju podizanja turističke konkurentnosti, a time i boljeg tržišnog pozicioniranja cijelog projektnog područja u vremenu koje dolazi.

Konačno, sagledavanje snaga i slabosti te prilika i prijetnji od interesa za turistički razvoj Virovitičko-podravske županije predstavlja ključnu informacijsku osnovu, kako za definiranje vizije i strateških ciljeva turističkog razvoja cijelog ovog područja, tako i specificiranje konkretnih razvojnih aktivnosti, strategija i mjera o čijoj će provedbi uvelike ovisiti realizacija zacrtane razvojne vizije.

U izradi SWOT analize Virovitičko-podravske županije, u kontekstu željenog turističkog razvoja, korištene su:

- Informacije prikupljene iz postojećih strateških razvojnih dokumenata, a što uključuje:
 - Strategiju razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine,
 - Razvojnu strategiju Virovitičko-podravske županije za razdoblje do kraja 2020. godine.
 - Master-plan turizma Virovitičko-podravske županije, 2009. – 2019.
- Informacije prikupljene iz ostalih javno dostupnih izvora (Državni zavod za statistiku i sl.);
- Informacije/saznanja prikupljena tijekom obilaska projektnog područja i tijekom razgovora s različitim dionicima razvoja turizma u Županiji;
- Informacije/saznanja prikupljena tijekom strateške radionice koja je provedena s glavnim dionicima razvoja turizma Županije.

SWOT analiza Virovitičko-podravske županije u kontekstu turističkog razvoja, obrađuje se u šest ključnih područja, a svodni zaključci izlažu se u obliku strateških prednosti i strateških nedostataka

o kojima valja posebno voditi računa prilikom planiranja budućeg turističkog razvoja ovog područja.

5.1. SWOT analiza prema područjima

U cilju sagledavanja, a potom i učinkovitog otklanjanja ključnih razvojnih ograničenja turističkog rasta i razvoja, provedena je analiza snage, slabosti, prilika i prijetnji (SWOT) prema nekoliko različitih područja. Za potrebe ovog dokumenta, kao ključna područja od interesa za dinamiziranje turističkog razvoja Virovitičko-podravske županije, prepoznata su:

- Resursna osnova, atrakcije i prostorne značajke;
- Infrastruktura;
- Razvijenost turističkog sektora;
- Ljudski potencijali;
- Razvoj proizvoda, marketing i promocija te
- Organizacija i upravljanje turističkim razvojem.

Resursna osnova, atrakcije i prostorne značajke

Ključni nalazi SWOT analize u sferi resursne osnove, atrakcija i prostornih značajki Virovitičko-podravske županije prikazani su u sljedećoj tablici.

Tablica 2.1.1. Resursna osnova, atrakcije i prostorne značajke – SWOT analiza

Snage	Slabosti
○ Zaštićena priroda (UNESCO područja) ○ Park prirode Papuk ○ Prekogranični Rezervat biosfere Mura-Drava-Dunav ○ Krajobrazna raznolikost ○ Planinski dio – Papuk, Bilogora i Krndija ○ Rijeka Drava ○ Nizinski dio ○ Ribnjaci ○ Vinogradi ○ Međunarodno umrežena Dravska EuroVelo biciklistička ruta ○ Bogato kulturno-povijesno nasljeđe ○ Utvrde/burgovi (Ružica grad - Orahovica), palače (Pejačević - Virovitica) i kurije (Mihalović - Orahovica, Janković – Kapela Dvor i Drašković - Noskovci) ○ dvorci (Janković – Cabuna i Suhopolje, Pejačević - Virovitica), ○ Muzeji (Virovitica i Slatina) ○ Plemićke obitelji (Pejačević, Schaumburg-Lippe, Janković, Drašković i Mihalović)	○ Dio resursa još uvijek nedovoljno tržišno valoriziran ○ Virovitički ribnjaci ○ Voćinska jezera ○ Jezero Javorica ○ Dio resursa s potencijalom još nije obnovljen ○ Nedefinirana vizija i razvojna stagnacija pustare Višnjica ○ Nedovoljna povezanost atrakcija u turističku ponudu

- Rodna kuća Petra Preradovića – Grabovnica)
- Kultura života i rada
 - Mikeški jestvenik
 - *Omamina kuharica*
 - Parkovna arhitektura - Virovitica, Slatina, Suhopolje i Noskovci
 - Tradicija vinarstva
- Sakralna baština
 - Marijansko svetište u Voćinu
 - Crkve i samostani (franjevački samostan i crkva Sv. Roka – Virovitica, gotička crkva Sv. Petra - Čađavica, crkva Sv. Terezije Avilske – Suhopolje, crkva Pohoda Blažene Djevice Marije – Voćin, manastir s crkvom Sv. Nikole – Duzluk; crkva Sv. Lovre – Crkvari, crkva Sv. Josipa u Slatini, crkva Sv. Trojice u Gornjem Miholjcu, crkva Sv. Barbare u Sladojevcima
 - Žitnica u Gornjem Miholjcu
- Događanja
 - Pjesme Podravine i Podravlja – Pitomača
 - Dani Milka Kelemena – Slatina
 - Viroexpo – Virovitica
 - Viteški turnir na Jankovcu

Prilike	Prijetnje
○ Mogućnost korištenja EU fondova za financiranje projekata usmjerenih na zaštitu i valorizaciju prirodnog i kulturno-povijesnog nasljeđa ○ Porast razine svijesti o potrebi pojačane zaštite prirodne i kulturno-povijesne baštine ○ Promjene u preferencijama turista koji uslijed promjena uzrokovanih pandemijom koronavirusa (odlazak u destinacije gdje nisu izloženi masovnom turizmu)	○ Brži turistički razvoj konkurencije iz okruženja ○ Narušavanje krajobraznih vrijednosti mikrolokacija u slučaju neplanskih intervencija u prostoru

Izvor: Institut za turizam, Zagreb

Infrastruktura

Ključni nalazi SWOT analize u sferi infrastrukturne raspoloživosti i/ili kvalitete na prostoru Virovitičko-podravске županije prikazani su u sljedećoj tablici.

Tablica 2.1.2. Infrastruktura – SWOT analiza

Snage	Slabosti
○ Blizina i dobra cestovna povezanost s Mađarskom ○ Relativna blizina većih središta (gradova) ○ Zadovoljavajuće stanje elektroenergetske infrastrukture ○ Zadovoljavajuća vodoopskrba i kvaliteta vode za piće ○ Dobra pokrivenost telekomunikacijskom infrastrukturom ○ Dobra plinoopskrbna pokrivenost	○ Nedovoljno dobra prometna povezanost sa Zagrebom, kao glavnim izvorom turističke/izletničke potražnje u zemlji ○ Loše stanje pojedinih lokalnih i nerazvrstanih cesta - nedovoljna sigurnost cestovnog prometa ○ Nedovoljan broj pratećih uslužnih objekata uz državne i županijske ceste ○ Nedovoljno dobra organizacija javnog lokalnog prijevoza ○ Zbrinjavanje krutog otpada – nepostojanje cjelovitog sustava gospodarenja otpadom te postojanje divljih odlagališta ○ Fekalna i oborinska odvodnja
Prilike	Prijetnje
○ Razvoj obnovljivih izvora energije i državni poticaji ○ Izražen interes Vlade za ubrzavanje razvoja kontinentalnog turizma ○ Raspoloživost sredstava iz EU fondova namijenjenih razvoju komunalne infrastrukture	○ Neodgovarajuća politika provedbe ruralnog razvoja ○ Nejasni/nedefinirani državni prioriteti u unapređivanju komunalne i prometne infrastrukture u kontinentalnim dijelovima zemlje - nedovoljna ulaganja u poboljšanje postojeće i izgradnju nove komunalne i prometne infrastrukture

Izvor: Institut za turizam, Zagreb

Razvijenost turističkog sektora

Ključni nalazi SWOT analize u domeni dostignutog stupnja razvijenosti turističkog sektora na prostoru Virovitičko-podravске županije prikazani su u sljedećoj tablici.

Tablica 2.1.3. Razvijenost turističkog sektora – SWOT analiza

Snage	Slabosti
○ Kvaliteta i kontinuitet rada županijske TZ kao i TZ na razini pojedinih JLS (Virovitica, Orahovica, Slatina, Pitomača, Suhopolje, Čačinci) ○ Kvaliteta suradnje županijske i lokalnih TZ-a s nositeljima vlasti u jedinicama lokalne samouprave ○ Velik broj manifestacija koje se održavaju tijekom cijele godine na području Virovitičko-podravске županije ○ Rastući broj obnovljenih/restauriranih kulturno-povijesnih lokaliteta/objekata	○ Nepostojanje tradicije turističkog privređivanja ○ Nedostatak tržišno spremnih turističkih proizvoda namijenjenih stacionarnim turistima, osobito u kontekstu privlačenja različitih segmenata turista sa tržišta posebnih interesa ○ Nedostatak smještajnih kapaciteta, a osobito objekata kao što su: ○ gradski hoteli/hosteli ○ mali, tematizirani, objekti u obiteljskom vlasništvu izvan većih gradskih naselja

- spremnih za turističko/izletničko tržište - Obnovljeni dvorci s inovativnim sadržajima
- Sve veća tržišna prepoznatljivost pojedinih atrakcija Županije, a osobito:
 - Parka prirode Papuk
 - Posjetiteljskog centra i hostela Dravska priča
 - Centra za posjetitelje Dvorac Janković u Suhopolju
 - Kurije Janković
 - Orahovačkog jezera
- Postojanje nekoliko dobro razvijenih i sve prepoznatljivijih turističkih proizvoda namijenjenih prvenstveno jednodnevnim izletnicima i 'weekend escape' turističkoj potražnji
- Nekoliko vrhunskih, tematiziranih, ugostiteljskih objekata s prikladnom, lokalno obojanom, ponudom hrane i pića
- kampovi u neposrednoj blizini ključnih prirodnih atrakcija
- Nerazvijen turistički lanac vrijednosti
 - Nedovoljan broj i nedovoljna diversificiranost istovrsnih pružatelja usluga
 - Nedovoljan broj pružatelja različitih vrsta turističko-ugostiteljske ponude
 - Nedostatak cjelovite, sadržajno i kvalitetom usluge, diversificirane destinacijske ponude
- Stagnacija turističkog prometa i kratka prosječna duljina boravka

Prilike	Prijetnje
○ Povećanje tržišnog interesa za odmorom u ruralnim sredinama koje nude autentično i autohtono turističko iskustvo ○ Povećanje potražnje za lokalnim, organski uzgojenim/ekološki čistim poljoprivrednim proizvodima ○ Povećanje ekološke svijesti turista i njihova sve izraženija briga za okoliš ○ Sve veća svijest o potencijalu turističkog razvoja u kontekstu ubrzavanja društveno-ekonomskog razvoja cijele Županije, ali i pojedinih njenih dijelova	○ Nedostatak poduzetničkog interesa za (pojačanim) ulaganjem u objekte turističke ponude, osobito smještajne ○ Nastavak depopulacije slavonskih županija ○ Pad ukupne gospodarske aktivnosti, a time i opadanje interesa Ministarstva turizma i sporta te drugih relevantnih ministarstava RH za ubrzavanje razvoja kontinentalnog turizma kroz različite poticajne mjere/aktivnosti

Izvor: Institut za turizam, Zagreb

Ljudski potencijali

Ključni nalazi SWOT analize u sferi ljudskih potencijala na prostoru Virovitičko-podravске županije prikazani su u sljedećoj tablici.

Tablica 2.1.4. Ljudski potencijali – SWOT analiza

Snage	Slabosti
○ Visoka razina sposobnosti i vizija pravnih osoba i pojedinaca odgovornih za destinacijski menadžment ○ Gostoljubivo i ljubazno stanovništvo	○ Gustoća naseljenosti znatno manja od hrvatskog prosjeka ○ Izražena depopulacija, osobito mladih ○ Nisko obrazovano stanovništvo

- Pojava nekoliko karizmatičnih osoba u turističkom sektoru sa izraženim liderskim karakteristikama
- Velika osposobljenost zaposlenih u razvojnoj agenciji VPŽ (VIDRA) u privlačenju različitih EU fondova/programa od interesa za turistički razvoj i unapređenje turističke atrakcijske osnove
- Tradicija i iskustvo stanovništva u poljoprivrednoj proizvodnji s naglaskom na žitarice, uljarice, ljekovito bilje, duhan, te povrtlarske kulture, među kojima se ističe proizvodnja paprike
- prepoznatljivost pojedinih proizvoda/proizvođača (npr. Jan Spider, Apolitico, PP Orahovica, med, suhomesnati proizvodi)
- mali udio osoba s visokom stručnom spremom u ukupnoj populaciji
- nedostatak kvalificirane radne snage za turističko privređivanje
- Nedostatak poduzetničkog duha
- Nerazvijena svijest lokalnog stanovništva o mogućim koristima turističkog razvoja i njihove veće uključenosti u turističko privređivanje - mali broj poduzetnika u turizmu i ugostiteljstvu
- Nedovoljan broj osposobljenih osoba za kvalitetnu provedbu ideje odgovornog destinacijskog menadžmenta
- Nedostatak ponude programa cjeloživotnog obrazovanja, a što uključuje i područje turizma

Prilike	Prijetnje
○ Sve veći broj obrazovnih programa s područja turizma, uključujući i turističko poduzetništvo ○ Mogućnost učenja 'iz kuće' i 'na daljinu' ○ Dostupnost EU fondova za podizanje razine stručnih znanja i kompetencija	○ Nastavak nepovoljnih demografskih trendova ○ Mali interes za radom/poduzetništvom u turizmu ○ Nedovoljan interes lokalnog stanovništva za razvoj turizma na području VPŽ

Izvor: Institut za turizam, Zagreb

Razvoj proizvoda, marketing i promocija

Ključni nalazi SWOT analize u sferi razvoja proizvoda, marketinga i promocije na prostoru Virovitičko-podravске županije prikazani su u sljedećoj tablici.

Tablica 2.1.5. Razvoj proizvoda, marketing i promocija – SWOT analiza

Snage	Slabosti
○ Kvalitetna resursno-atrakcijska osnova kao trajna pretpostavka dugoročno održivog razvoja većeg broja tržišno konkurentnih turističkih proizvoda namijenjenih osobito tržištu posebnih interesa ○ Postojanje nekoliko tržišno spremnih, međunarodno konkurentnih turističkih proizvoda, osobito u sferi ○ 'Activity based' turizma ○ Kulturnog turizma ○ Ekoturizma ○ Mogućnosti povezivanja različitih lokaliteta u zanimljive turističke proizvode/rute	○ Nedovoljno brz razvoj novih, za tržište spremnih, proizvoda, a što ima za posljedicu: ○ nizak udio turističkog sektora u BDP-u Županije ○ nedovoljna turistička prepoznatljivost cijele Virovitičko-podravске županije ○ Nedovoljan budžet za sustavnu i efikasnu promidžbu VPŽ kao turističke destinacije, a što rezultira: ○ nedovoljnom promocijom ključnih turističkih atrakcija i/ili lokaliteta ○ nedovoljnom tržišnom komunikacijom u sferi e-marketinga

- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ○ Sigurna i mirna destinacija ○ Velika lovna područja ○ Promotivne aktivnosti i projekti TZ Virovitičko-podravске županije ○ Zajednički nastup i sve bolja suradnja TZ VPŽ s TZ-ima drugih slavonskih županija na domaćem i stranim tržištima | <ul style="list-style-type: none"> ○ Manjak receptivnih agencija (destinacijskih menadžment kompanija) |
|--|---|

Prilike	Prijetnje
○ Segmentacija tržišta i daljnji rast potražnje za različitim vrstama turizma posebnih interesa ○ 'Nova' i neistražena destinacija ○ Rast potražnje za očuvanim ruralnim sredinama ○ Rast interesa za ekološki prihvatljivim turističkim proizvodima vezanim uz teme ekologije ○ Razvoj novih tehnologija i mogućnosti komunikacije s tržištem ○ Udružena promocija sa sustavom turističkih zajednica (posebno s klasterom Slavonija) ○ Aktualni trendovi na strani potražnje (blizina tržišta, nove destinacije)	○ Nastavak izloženosti COVID-19 opasnosti u duljem razdoblju u većem broju emitivnih zemalja/regija ○ Dugoročno ograničenje kretanja turističke potražnje na globalnom tržištu ○ Razvoj i jačanje tržišne pozicije ruralno-turističkih destinacija iz relevantnog konkurentskog okruženja (Mađarska, Slovenija, Srbija, Bosna i Hercegovina i sl.)

Izvor: Institut za turizam, Zagreb

Organizacija i upravljanje turističkim razvojem

Ključni nalazi SWOT analize u domeni organizacije i upravljanja turističkim razvojem na prostoru Virovitičko-podravске županije prikazani su u sljedećoj tablici.

Tablica 2.1.6. Organizacija i upravljanje turističkim razvojem – SWOT analiza

Snage	Slabosti
○ Pozitivan odnos nositelja javne vlasti prema turizmu i potencijalima turističkog razvoja ○ Djelovanje TZ VPŽ kao pokretača i/ili katalizatora turističkog razvoja cijelog ovog područja ○ Provedba politike tzv. 'točkastog' razvoja s jasno izraženim prioritetnim lokalitetima	○ Nedovoljna razina suradnje različitih javno-sektorskih dionika turističkog razvoja na destinacijskoj razini, osobito u kontekstu sustavnog promicanja privatnog poduzetništva u turizmu ○ Nedostatak nekoliko 'image-generating' turističkih razvojno-investicijskih projekata privatnog karaktera ○ Neravnomjeran turistički razvoj na cijelom području VPŽ - zaostajanje manjih, pretežito ruralnih JLS

Prilike	Prijetnje
○ Projektno udruživanje JLS-a i TZ ○ Daljnje povlačenje sredstava iz EU fondova ○ Mogućnost korištenja dijela dostupnih EU sredstava putem Nacionalnog plana oporavka i otpornosti ○ Raspoloživost državnih potpora i povoljnih izvora financiranja za razvoj turističkih projekata ○ Jačanje teritorijalne suradnje u sektoru turizma	○ Ograničene mogućnosti turističkog razvoja u uvjetima oporavka od COVID-19 pandemije ○ Preklapanje nadležnosti između lokalne, regionalne i nacionalne razine odlučivanja ○ Sporo i neučinkovito rješavanje imovinsko-pravnih odnosa

Izvor: Institut za turizam, Zagreb

5.2. Strateške prednosti i nedostaci

Vodeći računa o nalazima SWOT analize prema različitim područjima od interesa za razvoj turizma na području Virovitičko-podravske županije u vremenu koje dolazi, sljedeća tablica sažima sve bitne zaključke i/ili saznanja do kojih se došlo te ukazuje na ključne strateške prednosti, odnosno na ključne strateške nedostatke o kojima bi nositelji gospodarske politike Županije trebali voditi računa prilikom osmišljavanja/programiranja budućeg turističkog razvoja.

Strateške prednosti	Strateški nedostaci
○ UNESCO lokaliteti - zaštićena priroda (UNESCO geopark Papuk, RP Mura-Drava) ○ Krajobrazna raznolikost ○ Bogato kulturno-povijesno nasljeđe ○ Sve veća tržišna prepoznatljivost pojedinih atrakcija Županije, a osobito: ○ Parka prirode Papuk ○ Posjetiteljskog centra Dravska priča ○ Geo info centra u Voćinu* ○ Posjetiteljskog centra Suhopolje ○ Dvorca Pejačević u Virovitici ○ Orahovačkog jezera ○ Kurije Janković ○ Postojanje nekoliko dobro razvijenih i sve prepoznatljivijih turističkih proizvoda namijenjenih prvenstveno jednodnevnim izletnicima i 'weekend escape' turističkoj potražnji ○ Pojava nekoliko karizmatičnih osoba u turističkom sektoru sa izraženim liderskim karakteristikama ○ Realizirani projekti JLPRS-a uz stručnu i savjetodavnu podršku regionalnog koordinatora ○ Kvalitetna resursno-atraksijska osnova za tržišno konkurentne turističke proizvode namijenjene osobito tržištu posebnih interesa ○ Zajednički nastup i sve bolje suradnja TZ VPŽ s TZ-ima drugih slavonskih županija na domaćem i stranim tržištima ○ Provedba politike tzv. 'točkastog' razvoja s jasno izraženim prioritetnim lokalitetima	○ Neprepoznatljivost Županije kao turističke destinacije na tržištu ○ Značajan broj još uvijek nedovoljno tržišno valoriziranih resursa/atrakcija ○ Nepostojanje tradicije turističkog privređivanja ○ Nedostatak tržišno spremnih turističkih proizvoda namijenjenih stacionarnim turistima ○ Nedostatak smještajnih kapaciteta ○ Nedostatak obrazovanog kadra u sektoru turizma ○ Nedostatak poduzetničkog duha ○ Nerazvijena svijest lokalnog stanovništva o mogućim koristima turističkog razvoja ○ Nedovoljan broj osposobljenih osoba za kvalitetnu provedbu ideje odgovornog destinacijskog menadžmenta ○ Nedovoljan budžet za sustavnu i efikasnu promidžbu VPŽ kao turističke destinacije ○ Nedovoljna razina suradnje različitih javno-sektorskih dionika turističkog razvoja na destinacijskoj razini, osobito u kontekstu sustavnog promicanja privatnog poduzetništva u turizmu ○ Nedostatak nekoliko 'image-generating' turističkih razvojno-investicijskih projekata privatnog karaktera

Izvor: Institut za turizam, Zagreb

Napomena: * planira se otvaranje krajem 2021. godine

6. Primjeri dobre prakse

Na osnovu važnih postojećih i potencijalnih turističkih proizvoda Virovitičko podravске županije, u nastavku se daje prikaz odabranih primjera dobre prakse u domenama kulturnog turizma, eko turizma te biciklizma i pješaćenja/planinarenja. Referentni primjeri birani su među uspješnim i tržišno prepoznatljivim odredištima pretežito sa područja Hrvatske, Slovenije, Austrije i Mađarske, odnosno iz bližeg geografskog okruženja koje s Virovitičko-podravskom županijom dijeli slična ambijentalna i/ili kulturološka obilježja. Prikazane informacije prikupljene su iz javno dostupnih tiskanih i elektroničkih materijala.

Kulturni turizam

Dvorci i kurije kao turističke atrakcije				
	Dvorac Rakičan (SLO)	Ptujski dvorac (SLO)	Dvorac Hohenwerfen (AUT)	Dvorac Tratzberg (AUT)
Stalni postav	• istraživački i obrazovni centar • video mapping projekcija 'svetlobno zvočni šov' • izložba slovenskih slikara • istraživanje povijesti dvorca kroz naočale za hologramske projekcije	• kolekcija starih glazbenih instrumenata u Sloveniji • Zbirka oružja dvorca s više od 500 komada oružja – mogućnost oblačenja vojnika od prije gotovo 300 godina uz pomoć holografskih naočala • Galerija dvorca s raznim izložbama i kolekcijom tradicionalnih karnevalskih maski s poznatim kurentima • Kapela	• povijest sokolarstva • povijest Salzburga, doba vještica i čarobnjaka • zatvor – izložene su razne sprave za mučenje	• Careva soba • Lovačka soba • Carska dvorana • Kapelica
Ulaznice	• individualne, posebno za odrasle, obitelj, učenike, studente i umirovljenike • grupne	• individualne, posebno za djece, učenike, studente, obitelj i umirovljenike • slobodan ulaz za djecu do 7 godina	• ulaznice za obilazak unutarnjih prostorija • ulaznice za obilazak vanjskih prostorija • individualne, posebno za djecu i obitelj, učenike, studente	• individualne, posebno za djecu, obitelj, studente i umirovljenike • grupne (više od 20 ljudi) • online ulaznice

	• grupne ulaznice za 15 do 25 posjetitelja • kupnja putem interneta za 'brzi' ulazak			
Mogućnosti obilaska i vodstva	• Organizirana stručna vodstva na slovenskom i engleskom jeziku	• Organizirana stručna individualna i grupna vodstva na slovenskom i engleskom jeziku	• Obilazak dvorca moguć je samo s vodičem, i uz pomoć audio-vodiča na engleskom ili njemačkom	• Vođena tura 'Povijest dvorca' • Virtualni vodič kroz muzej • Vožnja vlakom šumom oko dvorca
Radionice i događanja	• Različite radionice za djecu na povijesne teme: vitezovi, igre s konjima • Seminari za odrasle • Poseban doživljaj je vožnja električnom kočijom • Manifestacije: Ples Noć čarovnic – dvorac postaje mjesto za viteške igre, zanimljive radionice i večernje koncerte • Vjenčanja i proslave	• Muzejske radionice za obitelj • Tematska predavanja • Slušanje i testiranje glazbenih instrumenata • Glazbena i plesna događanja • Blagdanske muzejske radionice • Izložbe • Vjenčanja i proslave	• Demonstracije sokolarstva • Dječje radionice, predstave na temu čarobnica i vještica	• Dječja tura s igrom i kvizom • Dječji igrokaz 'Tratzi i Adele' • Razne igre na igralištu ispred dvorca • Vožnja vlakom • Proslava rođendana • Snimanje filma
Kupnja	• Trgovina suvenira	• Trgovina suvenira	• Trgovina suvenira	• Trgovina suvenira s bogatom ponudom suvenira na temu dvorca
Ugostiteljstvo, smještaj i ostali sadržaji	• Restoran i kafić	• Restoran i kafić • Info-centar • Najam soba za sastanke	• Restoran i kafić	• Restoran • Vjenčanja • Vinska recepcija
Promocija	• Pregledna i privlačna web stranica muzeja • Naglasak na aktualnim događanjima	• Internet stranica - pregledna s dobro organiziranim informacijama i privlačnim dizajnom	• Interaktivna internet stranica, dobro organizirana s privlačnim dizajnom	• Internet stranica na engleskom i njemačkom, pregledna sa svim potrebnim informacijama te povezana s društvenim mrežama Facebook, Instagram, TripAdvisor

Cikloturizam

				
Regija	Gorski kotar (HR)	Istra (HR)	Bled (SLO)	Štajerska (A)
Broj staza	33 staze - asfaltne staze, makadamske i kombinirane	124 staze - asfaltne staze, makadamske i kombinirane	19 staza - asfaltne staze, makadamske i kombinirane	12 staza - asfaltne staze, makadamske i kombinirane
Specijalizirane usluge u destinaciji	- Mogućnost najma bicikla na 10-ak lokacija - Trgovine i servisi u gradovima (Rijeka, Matulji, Čavle, Fužine, Kostrena)	33 ponuđača za najam bicikla - Oko 20-ak specijaliziranih trgovina 18 servisa	- Brojni ponuđači za najam bicikla - Veći broj specijaliziranih trgovina i servisa - Razvijeni kriteriji za destinacije za bicikliste	- Brojni ponuđači za najam bicikla - Veći broj specijaliziranih trgovina i servisa - Ponuda 'Bike & Train' - Punjači za e-bicikle u oko 25 % smještajnih objekata
Smještaj	1 specijalizirani hotel 4 specijalizirana ostala smještajna objekta (pansioni, apartmani, hosteli, OPG-ovi, sobe i kuće za odmor) - Marka/standard kvalitete 'Bike Friendly'	12 specijaliziranih hotela 100 'Bed&Bike' smještajnih objekata - Biciklistički kamp - Marka/standard kvalitete: 'Istra Bike Hotels', 'Istra Boutique Bike hotels', 'Istra Bed&Bike',	14 specijaliziranih hotela 6 specijaliziranih ostalih smještajnih objekata (hosteli, kamp, terme)	11 specijaliziranih hotela 170 specijaliziranih ostalih smještajnih objekata - Sela za bicikliste (više drvenih kućica u zelenilu) - Marka/standard kvalitete 'Bett+Bike'
Događanja	- Gorski kotar Bike Tour - Kamenjakova goranska biciklijada - Rekreativna biciklijada Dvorac Stara Sušica - BOJ - Biciklom oko jezera - Fužine2Sea	Etablirane manifestacije: MTB Parenzana Cube, Valamar Terra Magica, Istra Granfondo, Kamenjak Rocky Trails	Etablirane manifestacije: Bled Bike Festival, Bled Epic UCI, Bled Marathon, Bled Easy	Etablirane manifestacije: Dan biciklizma Lannacher; FIS RSC Međunarodni biciklistički tjedan; Maraton - dvije zemlje (Austrija i Slovenija); Maraton Wildon lječilišta; Olspat – iskustvo biciklizma; Tour de Mur

Razvoj proizvoda	• TZ Kvarner	• Istra Bike DMC • IRTA (razvojna agencija)	• Ministarstvo prometa, inovacija i tehnologija • Radna skupina kojom predsjedava Federalno ministarstvo za poljoprivredu, šumarstvo i upravljanje vodama • Regionalne, gradske i lokalne uprave
Promocija	• Internetske stranice županijske turističke zajednice • Internetska stranica Gorski kotar Bike • Mobilna aplikacija 'Gorski kotar Bike' • Letak 'Istraži biciklom Kvarner' • Promoviraju se smještaj, događanja i specijalizirane usluge	• Internetska stranica županijske turističke zajednice • Specijalizirana internetska stranica za biciklizam u Istri s dobro organiziranim, detaljnim i ažurnim informacijama • 11 brošura za bicikliste po mikro-regijama • Brošure i karte • Mobilna aplikacija 'mX Istra' • Promoviraju se smještaj, manifestacije i specijalizirane usluge	• Specijalizirana internetska stranica za biciklizam na Bledu s dobro organiziranim, detaljnim i ažurnim informacijama • Internetska stranica nacionalne turističke organizacije • Brošure i karte • Promoviraju se smještaj i atrakcije • Internetska stranica regionalne turističke organizacije • Specijalizirana internetska stranica s dobro organiziranim, detaljnim i ažurnim informacijama • Internetska stranice Mura-Drava Bike • Brošura Mura-Drava Bike • Vodiči i karte • Promoviraju se ture sa svim detaljima, hoteli i teme (vino, hrana) te različite atrakcije (konji, priroda, buće)

Pješačenje/planinarenje

				
Regija	Međimurje (HR)	Istra (HR)	Pomurje i Maribor-Pohorje, Donje Podravje i Koruška (SLO)	Štajerska (A)
Broj staza	7 tematiziranih staza 24 staze kojima nedostaju putokazi znakovi (u razvoju)	82 staze - dio staza tematiziran	50 staza - dio staza tematiziran, npr. dugačke (7 staza), kulturne i etnološke, sportske i rekreacijske, tema prirode	47 staza - dio staza tematiziran, npr. dugačke, uz vodu, obiteljske
Smještaj	- uspostavljeni standardi - nema specijaliziranih objekata	standardi nisu uspostavljeni	26 specijaliziranih objekata - Marka/standard kvalitete: Hiking hotels (1 do 5 šetača)	29 specijaliziranih objekata - Marka/standard kvalitete: Austrian Hiker's Seal of Quality
Događanja	- Vincekov Pohod – PD Bundek; - Vincekov pohod – PD Nedelišće, - Vincekovo po štrigovskim bregima; - Vincekovo Sv. Martin na Muri	- više od 50-ak događanja tijekom godine (utrke, trekking, maratoni i sl.) - veće manifestacije: Istra Trek, Istra Wine Run, Valamar Trail	- veći broj događanja tijekom godine - veće manifestacije: Vinotour nordijsko hodaње – Maribor; Hiking festival – dolina Mure	- veći broj događanja tijekom godine - veće manifestacije: Graz maraton; Parkterme – trčanje u Bad Radkersburg; Lipizzanerheimat trčanje
Promocija	- internetske stranice županijske turističke zajednice - interaktivna karta - mobilna aplikacija 'Biking and Trekking Međimurje' - promoviraju se staze i manifestacije	- internetske stranice županijske turističke zajednice - specijalizirana internetska stranica s dobro organiziranim, detaljnim i ažurnim informacijama - brošure i katalozi - interaktivna karta	- internetske stranice nacionalne turističke organizacije s velikim brojem detaljnih informacija - brošura - interaktivna karta - promoviraju se staze i atrakcije	- internetske stranice regionalne turističke organizacije s velikim brojem detaljnih informacija - interaktivna karta - promoviraju se smještaj,

-
- promoviraju se staze, manifestacije i aktualna ponuda

atrakcije i
gastronomija

Primjeri dobre prakse ukazuju na nekoliko zajedničkih odrednica. To su, ponajviše, složenost turističkog proizvoda, orijentiranost prema tematizaciji i specijalizaciji te promocija, koja integrira klasične promocijske materijale i nove tehnologije. Kad je riječ o proizvodu sve destinacije pokušavaju umrežiti što više sadržaja i usluga kako bi gostima omogućile istinski doživljaj prožet različitim mogućnostima. Kroz tematizaciju i specijalizaciju vidljiva je orijentiranost prema specifičnim zahtjevima ciljnih segmenata. Turistička ponuda Virovitičko-podravske županije također slijedi ove odrednice, ali je vrijedno pratiti što rade destinacije u okruženju koje slične turističke proizvode nude na tržištu.

7. Strategija razvoja turizma

U strategiji razvoja turizma polazi se od načela razvoja turizma pri čemu se u obzir uzimaju sagledavanje uloge turizma u nacionalnoj razvojnoj strategiji i turističkoj politici održivog razvoja do 2030. godine. Također, u obzir se uzimaju glavna prostorna i resursna obilježja Županije, važna za promišljanje turističkog razvoja vodeći ponajprije računa o njihovoj zaštiti i očuvanju. Vizija i ciljevi razvoja turizma temelje se na onome što se u ovome prostoru može realizirati u skoroj budućnosti, a što će turističkom tržištu iz današnje perspektive biti iznimno relevantno i važno prilikom odabira destinacije i putovanja.

7.1. Načela razvoja turizma

Načela razvoja turizma predstavljaju osnovne temelje iz kojih proizlaze sve aktivnosti koje će se poduzimati u domeni infrastrukture, ljudskih resursa, turističkih proizvoda i komunikacije s tržištem. Također, načela razvoja turizma proizlaze iz strateških dokumenata i stavova dionika o tome na kojim principima treba počivati budućnost turizma u ovoj Županiji. Nacionalna turistička strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine i nacionalni plan razvoja održivog turizma 2021. – 2027. imat će fokus na održivosti, proizvodima dodane vrijednosti i posebnim oblicima turizma.

Nacionalna razvojna strategija Republike Hrvatske do 2030. godine ističe ulogu turizma u hrvatskom BDP-u te potrebe njegove održivosti i poticanja ostalih djelatnosti. Strategija je također definirala prioritetne javne politike koje će pridonijeti razvoju održivog, inovativnog i otpornog turizma, a one se odnose na: poticanje ulaganja u održiv, niskougljični rast turizma, povećanje multiplikacijskih učinaka turizma na području poljoprivrede, prometa, energije i okoliša te sporta i kreativnih industrija, razvoj funkcionalnosti i održivih turističkih regija radi cjelovitosti turističkog doživljaja, ponude dodatnih sadržaja i produljenja sezone, turističku valorizaciju i prezentaciju kulturne i prirodne baštine, gastronomske i enološke ponude, prijelaz prema nišama više dodane vrijednosti, uz naglasak na rast kvalitete ponude, digitalizaciju, inovacije i povećanje ponude smještajnih kapaciteta visoke kvalitete, otklanjanje administrativnih prepreka i poboljšanje dostupnosti javne infrastrukture za realizaciju investicija u turizmu, pozicioniranje prema novim i velikim, brzorastućim globalnim emitivnim tržištima, promoviranje Hrvatske kao sigurne i zdrave destinacije koja nudi visokokvalitetnu i raznovrsnu turističku uslugu.⁹

⁹ Izvor: Hrvatski sabor (2021.) Nacionalna razvojna strategija Republike Hrvatske do 2030. Narodne novine 13/2021.

Vezano uz načela razvoja turizma u Virovitičko-podravskoj županiji može se navesti sljedeće:



Zaštita cjelokupnog prostora osnovno je i temeljno načelo razvoja turizma u Virovitičko-podravskoj županiji, kako, zbog činjenice da je riječ o Županiji iznimno atraktivnih zaštićenih prostora koji se ni u jednom svojem dijelu, uslijed razvoja turizma ne smiju ugroziti, tako i zbog činjenice da bi se njegovom devastacijom uništili glavni resursi koji čine posebitost i atraktivnost ove Županije. Održivi razvoj jedini je prihvatljivi oblik razvoja i u svim drugim domenama razvoja pa time i turizam na sebe preuzima dio odgovornosti. Konačno, preuzimanje odgovornosti podrazumijeva i provedbu konkretnih aktivnosti koje će voditi prema takvom razvoju, a to znači održivo upravljanje prostorima, primjenu 'zelenih' praksi u poslovanju svih subjekata i zaštitu i upravljanje prirodnim i kulturnim resursima na način da ih se primjereno održava i valorizira kroz turizam.

Ekonomska i socijalna održivost odnosi se na ulaganja u opravdane projekte koji će dugoročno biti održivi s ekonomskog i socijalnog aspekta i koji će pridonijeti kvalitetnom razvoju turizma. Isto tako, bitno je u Županiji osigurati uravnotežen razvoj koji podrazumijeva kvalitetu života u svim njenim gradovima, općinama i naseljima. Konačno, važno je osigurati poticajno investicijsko okruženje kako bi se u što većoj mjeri inicirali poduzetnički projekti.

Kvaliteta u svim segmentima ponude treće je načelo razvoja turizma, što znači da se turističkim razvojem Virovitičko-podravska županija pretvara u destinaciju visokokvalitetnih 'boutique' turističkih sadržaja. To podrazumijeva težnju svih dionika, iz privatnog i javnog sektora, da prate zahtjeve suvremene ponude i da se tim zahtjevima prilagođavaju na način da primjenjuju

suvremene standarde, ali i da paze na očuvanje svojih jedinstvenih autohtonih vrijednosti. Turizam visoke kvalitete u svim segmentima nameće se zbog više faktora. Prvo, jer se radi o prostoru visoke kvalitete i očuvane ljepote u kojoj sve što čovjek stvara svojim djelovanjem treba također biti visokokvalitetno. Samo se na taj način može ostvariti cjelokupna kvaliteta doživljaja u svim njegovim komponentama, odnosno, destinacijski lanac vrijednosti. Zbog toga svi dionici trebaju biti orijentirani na kvalitetu onoga što čini turistički proizvod i izravno je u doticaju s turistima, ali i na sve ono što čini društveni standard što destinaciju stvara atraktivnom i uređenom.

Voditi se prethodno navedenim načelima nije moguće, ukoliko se stalno ne ulaže u nova znanja i vještine, ukoliko se ne ulaže u razmjenu i dijeljenje tih znanja i ukoliko se ne razvijaju partnerstva i suradnja. Prvi je uvjet te suradnje razvijena kultura komunikacije među dionicima i razmjena informacija. Upravo je razmjena informacija i njihova dostupnost važna za osjećaj uključenosti dionika i razumijevanja njihove uloge u razvoju turizma.

7.2. Vizija i ciljevi razvoja turizma

Kad je riječ o viziji razvoja turizma ona se odnosi na željenu budućnost turizma, odnosno, sliku kako bi Virovitičko-podravska županija, kao turistička destinacija, trebala izgledati u skoroj budućnosti, odnosno, razdoblju od desetak godina. Riječ je o sažetom iskazu onoga što se želi postići u turističkom razvoju iz perspektive razvojnih dionika u Županiji.

Vizija je rezultat konzultativnog procesa s dionicima iz Virovitičko-podravske županije koji su provedeni prilikom izrade ove studije i polazi od ključnih obilježja Županije, koji se odnose na očuvanost okoliša i bogatstvo jedinstvene kulturne baštine. Glavne odrednice s kojima se mogu povezati ova obilježja su čist, zelen i zdrav okoliš, *boutique* sadržaji u kojima se inzistira na kvaliteti svih njegovih komponenti.

S obzirom na postavljena načela razvoja vizija se može iskazati na sljedeći način:

VIROVITIČKO-PODRAVSKA ŽUPANIJA

Turistička destinacija snažno usmjerena prema ekologiji, kvaliteti i ponudi jedinstvenih doživljaja kulture života i rada.

Virovitičko-podravska županija prepoznata je po snažnoj **ekološkoj orijentaciji i održivosti razvoja, uređenosti prostora, kvaliteti i *boutique* sadržajima**. Prostor, iznimno bogat raznolikim mogućnostima doživljaja, prostor je otkrivanja – otkrivanja niza 'mikro' atrakcija u skladnoj prirodi, kulture i života rada kroz nasljeđe plemićkog života – dvorce i kurije, industrijsku povijest i poljoprivredne kulture, otkrivanja priča iz zanimljive prošlosti kroz suvremenu i inovativnu interpretaciju.

Destinacijski menadžment i razvoj turizma ponajprije je usmjeren prema podizanju materijalnih i nematerijalnih aspekata kvalitete života lokalnog stanovništva kao i na privlačenje onih segmenata gostiju koji su spremni na otkrivanja.

Ciljevi turističkog razvoja proizlaze iz vizije i, na određeni način, dijele viziju na konkretne operativne mjere. Prepoznate strateške nedostatke koji su identificirani u SWOT matrici potrebno je prevladati, a na glavnim prednostima graditi turistički razvoj.

Virovitičko-podravska županija posljednjih je godina realizirala nekoliko velikih kapitalnih projekata, posebno u domeni zaštite i revitalizacije prirodne i kulturne baštine i time stekla preduvjete za snažnije otvaranje prema turističkom tržištu te se stoga kao glavni cilj nameće pozicioniranje Županije kao destinacije 'snažne ekološke orijentacije, visoko kvalitetne ponude i jedinstvenih doživljaja kulture života i rada' na turističkom tržištu.

Ciljevi i operativne strategije u razvoju turizma Virovitičko-podravске županije:

Glavni cilj	Podizanje prepoznatljivosti Virovitičko-podravске županije i njeno pozicioniranje na turističkom tržištu		
Operativni ciljevi	Razvoj destinacijskog doživljaja	Podizanje kvalitete upravljanja i ljudskih resursa	Stvaranje prepoznatljivosti
Razvojne strategije	- Turistička infrastruktura - Razvoj proizvoda - Unapređenje smještajne ponude - Unapređenje gastronomске ponude	- Unapređenje destinacijskog menadžmenta - Unapređenje ljudskih resursa	- Imidž projekti - Komunikacijske aktivnosti

Virovitičko-podravska županija danas je razmjerno još uvijek nedovoljno poznata kao turistička destinacija, pa često, u turistima koje je posjećuju, izaziva osjećaj 'neočekivanog'¹⁰ i otkrivanja nepoznatog i novog. U Županiji su realizirani brojni infrastrukturni projekti u domeni kulture i prirode koji postaju iznimno atraktivne turističke točke. Ti projekti pozitivno utječu i potiču druge manje projekte i stvaraju polako 'vez' za cjelokupni destinacijski doživljaj. Ono što prethodi su, svakako, snažnija povezivanja i poticanje poduzetničkih aktivnosti.

Stoga se operativni ciljevi, a kasnije i mjere koje se u okviru njih planiraju, odnose na sljedeće:

I. Razvoj destinacijskog doživljaja

Ovaj operativni cilj odnosi se na podizanje kvalitete ukupnog destinacijskog doživljaja, u njegovom dijelu infrastrukture, smještaja i gastronomije, kao i u razvoju i širenju palete turističkih proizvoda, posebno za pojedine specifične tržišne segmente. Konkretno, cilj podrazumijeva podizanje kvantitete i kvalitete ukupnih smještajnih kapaciteta.

Cilj bi se ostvarivao kroz sljedeće razvojne strategije:

- podizanje kvalitete turističke infrastrukture
- razvoj turističkih proizvoda
- unapređenje smještajne ponude
- unapređenje gastronomске ponude.
-

¹⁰ Upravo je 'neočekivana' ključna riječ aktualne komunikacijske platforme sa ciljem da se ukaže na doživljaje koji jedan za drugim premašuju očekivanja turista.

II. Podizanje kvalitete upravljanja i ljudskih resursa

Ovaj cilj podrazumijeva da se u predstojećem razdoblju unaprijedi destinacijski menadžment, na način da se uspostave i provedu mjerenja kvalitete i održivosti razvoja destinacije, kao i da se putem provedbe različitih obrazovnih programa podigne kvaliteta ljudskih resursa i profesionalizira odnos prema turističkoj potražnji.

Cilj bi se ostvario kroz četiri razvojne strategije:

- Unapređenje destinacijskog menadžmenta
- Unapređenje ljudskih resursa u turizmu.

III. Stvaranje prepoznatljivosti

Konačno, cilj je da Virovitičko-podravska županija stekne prepoznatljivost na tržištu i to po svojim glavnim atributima razlikovanja od konkurencije i da izgradi imidž na njima. Zbog toga se u predstojećem razdoblju planiraju provoditi mjere u okviru sljedećih razvojnih strategija:

- Imidž projekti
- Komunikacijske aktivnosti.

7.3. Brend koncept razvoja

Destinacijski brend koncept pruža podlogu/temelj za razvoj turističkih proizvoda i sve komunikacijske aktivnosti koje će se poduzimati u području turizma Virovitičko-podravske županije. Brend je važan i zbog činjenica da Županija tek treba izgraditi svoju poziciju i prepoznatljivost, odnosno, kroz određeno vrijeme treba stvoriti privlačan imidž na turističkom tržištu, kojima će privlačiti goste u svoj prostor.

Brend se, s jedne strane, mora temeljiti na stvarnim odlikama destinacije i onome što ona istinski može pružiti gostima, i stoga se ističe da mora odgovarati istini. To je važno iz razloga što će se kroz komunikacijske aktivnosti gostima 'obećati' turistička iskustva i ta 'obećanja' moraju odgovaraju onome što gosti zaista i mogu doživjeti tijekom posjeta i boravka u Županiji.

Kad se govori o brend konceptu Virovitičko-podravske županije važno je navesti koncept brenda Slavonije kao jedinstvene turističke destinacije, u koju se svaka od pet slavonskih županija uklapa na svoj način stvarajući jedinstvenu regiju. Virovitičko-podravska županija s Papukom i sakralnim elementima povezana je s Požeško-slavonskom županijom, s Dravom i dvorcima s Osječko-baranjskom županijom, ali i sa ostalim županijama kroz renesansu (Ružica grad, Knezovi iločki), razvoj znanja, glazbu i druga obilježja. Kao glavni atributi jedinstvenosti Slavonije ističu se: kontinuitet života i znanja, njegovanje tradicije i običaja, srednjoeuropska građanska/plemička tradicija, tradicionalna slavonska gostoljubivosti, slavonska ruralna arhitektura, bogata gastronomija i tradicija vinarstva, čista i očuvana priroda – bogatstvo rijeka i vizure ravnice i gora.

U sve ove nabrojane attribute uklapa se Virovitičko-podravska županija, ali sa svojim specifičnostima. Konačni koncept brenda Slavonija spojen je s brendom Podravine, počiva na identitetu ovog prostora koji se gradi na širini prostora/vizura i širokogrudnosti/gostoljubivosti ljudi čime se stvara destinacija 'koja ispunjava dušu'. Brend Slavonije i Podravine tako se temelji na snažnoj emotivnoj poruci koja je relevantna suvremenom čovjeku koji traži odmak od svakodnevice, mir, opuštanje i osjećaj ravnoteže.

Uz ovo, važno je istaknuti još dvije činjenice. Jedna se odnosi na aktualna kretanja na tržištu turističke potražnje koje se pod utjecajem posljedica pandemije mijenja i sve izraženije traga za mirnim i netaknutim prostorima, otkrivanju novih destinacija, mjestima bez gužvi i novim iskustvima. Druga se odnosi na činjenicu da je Virovitičko-podravska županija danas još uvijek razmjerno slabo poznata širem turističkom tržištu, u smislu poznavanja atrakcija na njenom prostoru i vrste doživljaja koje može pružiti. Iako se u ovome trenutku to može smatrati nedostatkom, ostaje činjenica da se time pruža ogroman prostor za istraživanje i otkrivanje i time poticaj gostima da dođu i posjete njima 'nepoznat' kraj.

Turistička zajednica Virovitičko-podravske županije je recentno pokrenula kampanju 'neočekivana' koja izvrsno odgovara tome što ova Županija želi poručiti tržištu, a to je da goste očekuju 'pozitivna iznenađenja' vezana uz turistički doživljaj, da će Županija nadmašiti ono što očekuju od turističke destinacije, da će doživjeti 'wau' efekte i mjesta koja će ih 'oboriti s nogu'. Konačno, kući se će vratiti puni dojmova i novih iskustava.

Za takva 'otkrivanja' koja će rezultirati brojnim pozitivnim osjećajima do sada je već napravljeno niz preduvjeta – od uređenja dvoraca, staza za cikloturizam, inovativnih muzeja, interpretacijskih centara za zaštićenu prirodu, događanja i manifestacija.

'Otkrivanja' i 'neočekivanost' također se temelje na jedinstvenim obilježjima u svakome od turističkih proizvoda pa se, u tom kontekstu, upravo u predstojećem razdoblju valja usmjeriti na isticanje specifičnosti/jedinstvenosti u Županiji u svakom od proizvoda. Primjerice, kultura života i rada – industrijska povijest, lovstvo, plemići, gastronomija, zaštićena priroda – Rupnica, ekologija, rijetke i očuvane vrsta biljaka i životinja.

Temeljem navedenog moguće je izdvojiti glavne attribute jedinstvenosti Virovitičko-podravske županije kao turističke destinacije:

- Drava – ekološki očuvana oaza
- Papuk – 'neočekivana brdovita' Slavonija
- Dvorci i plemstvo – jedinstvena kultura života

s 'neočekivanim' točkama iznenađenja koje traže da budu otkrivene.

Drava – ekološki očuvana oaza. Riječ je o slikovitom prostoru uz rijeku s lijepim vizurama spajanja zelenila i rijeke, bogatim životinjskim i biljnim svijetom. Prostor je to mnoštva mogućnosti za one koji traže mir, tišinu, vraćanja ravnoteže kroz druženje s prirodom i njenom snagom i ljepotom. U tom prostoru posebne točke iznenađenja čine atraktivni pješački most s drvenim gazištima, polja makova na Križnici, meandar riječnog toka, Posjetiteljski centar Dravska priča.

Papuk – 'neočekivana brdovita' Slavonija. Šumovita planina s brojnim stazama za planiranje, pješačenje, cikloturizam i boravak s lijepim pogledima i vizurama prema nizini. Prostor je za sve one koji traže malo zabave, učenja o prirodi, aktivni odmor i 'slikovite detalje'. U tom prostoru posebne točke iznenađenja čine Rupnica, slap Skakavac, Ružica grad i jezera.

Jedinstvena kultura života i rada – od plemstva do suvremenosti. Plemstvo je ovaj prostor biralo za život i ostavilo tragove u prostoru – u dvorcima, tradiciji lova, gastronomiji, konjima.... Životi izdignutih obitelji, povlaštenog društvenog sloja i njihovog ugleda kasnije je zamijenila jedinstvenost u uzgoju duhana, proizvodnji šećera, uzgoju slatkovodnih riba, poljoprivredno-prehrambenoj tradiciji, drvenoj industriji do današnje proizvodnje piva, slatkih likera, kvalitetnih vina, uzgoja batata... Svaka ova etapa ostavlja tragove u vremenu koji traže otkrivanje.

Slika 4.3.1. Brend koncept Virovitičko-podravske županije



Izvor: Institut za turizam

7.4. Turistički proizvodi

Uzimajući u obzir resursno atrakcijsku osnovu Virovitičko-podravске županije, s jedne strane, i trendove na turističkom tržištu i promjene u obilježjima potrošača, s druge strane, moguće je definirati portfelj turističkih proizvoda.

Slika 4.4.1. Portfelj turističkih proizvoda Virovitičko-podravске županije

Proizvodi rekreacije i boravka u prirodi	Ekoturizam	Cikloturizam	Planinarenje i trekking	Lov i ribolov	Seoski turizam
Proizvodi kulturnog turizma	Turizam baštine	Vjerski turizam	Manifestacije i događanja	Gradski turizam	
Gastronomski i vinski turizam	Enogastronomski turizam				
Poslovni turizam	Poslovni sastanci, skupovi i team building programi				
Posebni proizvodi	Tranzitni turizam	Sportske pripreme i natjecanja			

Primarni  Sekundarni  Tercijarni 

Najveći dio turističkih proizvoda odnosi se na proizvode rekreacije i boravka u prirodi i na taj način valoriziraju zaštićena područja i lijepe krajolike u Županiji. Proizvodi gradskog, gastronomskog i vinskog turizma valoriziraju bogatu kulturnu baštinu i nasljeđe. Proizvodi kojima se nadopunjuje paleta proizvoda su: seoski turizam, poslovni sastanci, manji poslovni sastanci i skupovi te *team building* programi, sportske pripreme i natjecanja te tranzitni turizam.

Neki od proizvoda bit će više orijentirani na izletničku i vikend potražnju, a neki više na stacionarnu potražnju. Kombinacijom proizvoda stvaraju se uvjeti za produljenje turističkog boravka i ostvarenje više noćenja. Ekoturizam, cikloturizam, planinarenje i trekking, lov i ribolov, turizam baštine, vjerski turizam, manifestacije, gastronomija i vinski turizam, zasigurno mogu privlačiti potražnju koja traži vikend odmora i odmak od svakodnevice. Riječ je o velikom potencijalu potražnje koje traga za 'mikro' avanturama za vraćanje životne snage. Najveći dio među njima su oni koji traže rekreaciju prilagođenu 'običnim' ljudima koji bez posebnih fizičkih priprema mogu

'konzumirati' rekreativne sadržaje. Takve sadržaje vole obogatiti kvalitetnom lokalnom gastronomijom ili posjetima vinarijama.

Neki od turističkih proizvoda su već danas spremni iako su velikim dijelom 'točkastog' karaktera. Iskoraci su napravljeni u smislu kreiranja ruta (Plemićka ruta, Sakralna ruta i Zelena ruta) kojima se povezuju srodne atrakcije u tematske obilaske i time se ciljaju segmenti prema specifičnim interesima. Takve rute treba i dalje razvijati, a posebno se usmjeriti na ponudu i putem receptivnih turističkih agencija i poticati individualne obilaske.

U nastavku se opisuju turistički proizvodi važni za budući razvoj Virovitičko-podravske županije.

REKREACIJA I BORAVAK U PRIRODI



- **Eko-turizam**
- **Cikloturizam**
- **Planinarenje/trekking**
- **Lov i ribolov**
- **Seoski turizam**

EKOTURIZAM

Ekoturizam uključuje sve aktivnosti na području zaštićenih područja, pa u tom kontekstu i aktivnosti rekreacije u prirodi (cikloturizam, trekking, planinarenje, kanuing) također čine ekoturizam. Uz navedene aktivnosti na prostoru Virovitičko-podravske županije važnu ulogu imaju i edukativni programi o zaštićenim prostorima i svim sadržajima u njima, a posebno i promatranje ptica.

Ciljne skupine	• Individualci i grupe sa izraženim interesom za prirodu • Školska djeca (škole u prirodi) • Promatrači ptica • Studenti – terenska nastava • Djeca školske/srednjoškolske dobi i • Obitelji s djecom
Pozicioniranje	Županija sa snažnom ekološkom orijentacijom i obiljem 'zaštićenih prostora' koje treba otkrivati
Glavne atrakcije i sadržaji	• Park prirode Papuk – UNESCO svjetski geopark s: ○ geološkim spomenikom Rupnica i poučnom stazom ○ Park šumom Jankovac s jezerima i slapom Skakavac • UNESCO prekogranični Rezervat biosfere Mura-Drava-Dunav ○ Posjetiteljski centar Dravska priča • Poučna staza Ružica grad

	• Poučna staza Virovitička Bilogora • EPIcentar Sequoia Slatina • Stablo sekvoje u Slatini • Jezero Orahovica • Zelena ruta – ruta koja povezuje glavne ekološke 'točke' Županije
Razvoj proizvoda	• Daljnji razvoj edukativnih programa i tura namijenjenih različitim ciljnim skupinama • Uključivanje posjetitelja u razne aktivnosti i/ili programe zaštite (npr. volontiranje) • Razvoj suradnje s obrazovnim institucijama na području volontiranja u zaštićenim područjima • Integracija sustava obilaska s biciklističkim i pješačkim stazama • Razvoj programa edukacije za lokalno stanovništvo • Daljnji razvoj turističke signalizacije i interpretacije • Uključivanje stručnjaka (geolozi, ihitolozi, ornitolozi i sl.) u programe obilaska • Daljnje ulaganje u infrastrukturu za promatranje biljnog i životinjskog svijeta
Komunikacija s tržištem	• Orijentacija na doživljajnu i edukativnu komponentu boravka • Posebne imidž kampanje vezane uz komunikaciju Virovitičko-podravске županije kao 'Županije zaštićenih područja'

CIKLOTURIZAM

Riječ je o svim turističkim putovanjima po destinaciji biciklom, odlasku na biciklističke izlete, rekreaciju po biciklističkim rutama kao i sudjelovanje na biciklističkim manifestacijama. Posljednjih godina popularnost mu iznimno raste zbog sve veće orijentiranosti na zdrav život, boravak u prirodi, potrebu za opuštanjem zbog svakodnevnog stresa. Cikloturisti su i sve zahtjevniji gosti, visoke platežne moći sa sve većom potrebom na prilagođenim oblicima smještaja i ugostiteljstva (certifikati).

Ciljne skupine	• Mladi profesionalci (26-35) • Obitelji s djecom • Zrela dob (50-65)
Pozicioniranje	Cikloturizam u Županiji zaštićene prirode s mnoštvom razolikih staza za različite segmente gostiju
Glavne atrakcije i sadržaji	• EuroVelo 13 – Ruta željezne zavjese • Devet biciklističkih ruta ○ Podravski krug ○ Dravski đir ○ Ruta od Čačinaca do Jankovca

	○ Slatinski đir ○ Virovitički đir ○ Od Papuka do obale Drave ○ Preko Bilogore i Papuka do Voćina ○ 'Cross Country Route', Orahovica ○ Enduro i downhill staze, Orahovica ○ Papuk extreme challenge ○ MTB staza Put šarana • obilježene biciklističke staze u Parku prirode Papuk koje prožimaju prostor cijelog Papuka • Manifestacije: natjecanja – Panonsko bilogorski MTB maraton, XC utrka Put šarana, biciklijade – Bajsom i žlicom po Podravini, Virovitička biciklijada, MTP biciklijada Zelena blaga Bilogore, Biciklistički maraton 'Javorica'
Razvoj proizvoda	• Daljnje povezivanje cikloturističkih ruta • Opremanje ruta kvalitetnim i opremljenim odmorištima (nadstrešnica, alat, pitka voda) • Dostupnost pružatelja servisnih usluga i prikladnih specijaliziranih smještajnih objekata • Izrada specijaliziranih aplikacija (GPS tehnologija) • Daljnji razvoj i promocija 'marker' manifestacije
Komunikacija s tržištem	• Unapređenje informacija kroz web portal (karte, pretraživanja, specijalizirane informacije) • Mobilne aplikacije • Društveni mediji

PLANINARENJE I TREKKING

Uključuje kretanje po planinarskim stazama i šumskim predjelima radi rekreacije i zdravlja. Planiranje i trekking su sve popularnije aktivnosti u destinaciji zbog izraženije svijesti o potrebi rekreacije i očuvanja zdravog života, svijesti o ekologiji i održivosti i potrebe vraćanja životne ravnoteže narušene užurbanim životima. Kod potrošača je zanimljiv trend potrebe za 'lutanjem' u destinaciji. Šetnje i planinarenje postaju obiteljska aktivnost, aktivnost koja okuplja ljude i pruža im mogućnost za druženje. Raste i potreba za individualno organiziranim izletima, a istovremeno se traže vodiči koji imaju individualni pristup. Krajolici i vizure u odabiru destinacije za hodaње i planinarenje imaju veliku ulogu.

Ciljne skupine	• Mladi profesionalci (26-35) • Obitelji s djecom • Zrela dob (50-65)
Pozicioniranje	Destinacija isprepletena planinarskim i trekking stazama kroz zaštićenu prirodu s nizom atrakcija na tim putevima

Glavne atrakcije i sadržaji	• Sve planinarske i pješačke staze • Tematizirane staze • Planinarska staza Vilinsko oko • Manifestacije: Popišanac trail i Canicross
Razvoj proizvoda	• Daljnje uređenje planinarskih i pješačkih staza i atrakcija pored njih • Širenje tematskih staza • Edukacija za specijalizirane vodiče • Povezivanje ruta sa smještajnom i ugostiteljskom ponudom (posjeti OPG-ovima, vinarima i sl.) • Kreiranje ponude za privatno vođene prilagođene ture (specijalizirane agencije)
Komunikacija s tržištem	• Promocija 'koristi' za fizičko i mentalno zdravlje • Promocija planinarskih i pješačkih staza i lokalnom stanovništvu (podizanje svijesti o vrijednosti vlastite kulturne i prirodne baštine)

LOV I RIBOLOV

Lov i ribolov čine važan dio ukupne turističke ponude Virovitičko-podravske županije, posebno zbog, šumom bogatih područja, obronaka Bilogore i Papuka kao i dravske doline. Iznimno čista priroda obiluje divljači, posebno divljim svinjama, jelenima, srnjacima, prepelicama, zečevima, fazanima, trčkama i divljim patkama. Na prostoru Županije postoji više od 30-ak lovišta. I za ribolov na ovom području postoje velike mogućnosti, zbog Drave i brojnih jezera koja krase prostor.

Ciljne skupine	• Zrela dob (55-65) • Pasionirani lovci • Pasionirani ribolovci • Udruge i lovačka društva • Ribolovna društva
Pozicioniranje	Županija uređenih lovišta s bogatim fondom divljači i tradicijom lova te s mnoštvom uređenih, kvalitetno opremljenih i organiziranih ribolovnih točaka
Glavne atrakcije i sadržaji	• Uređena lovišta • Dostupne, označene, atraktivne i uređene točke za ribolov uz Dravu i uz jezera
Razvoj proizvoda	• Daljnje uređenje platformi za ribolov • Opremanje smještajnih objekata potrebnom opremom za lovce i ribolovce • Mogućnost kupnje ribolovne opreme u destinacijama • Specijalizacija ponude u ugostiteljskim objektima

Komunikacija s tržištem	• Organizacija nekoliko 'marker' manifestacija
	• Promocija kroz specijalizirane medije
	• Posebna komunikacija sa specijaliziranim udrugama i društvima

SEOSKI TURIZAM

Riječ je o očuvanim ruralnim prostorima u kojima se može doživjeti i upoznati 'život' na seoskim imanjima. Za ovakvim proizvodima raste interes zbog mogućnosti novih iskustava, potpuno različitih od svakodnevnog okruženja, a povezan je s autentičnim i lokalnim vrijednostima.

Ciljne skupine	• Obitelji s djecom • Zrela dob (50-65) • Mladi (26-35)
Pozicioniranje	Županija u kojoj je kvalitetno interpretiran život na seoskim imanjima i može se doživjeti u svom autentičnom okruženju.
Glavne atrakcije i sadržaji	• Pustara Višnjica • Agroturizam Zlatni klas • Seoska imanja
Razvoj proizvoda	• Poticanje uređenja naselja, kuća i okućnica s tradicijskim materijalima • Poticanje OPG-ova na smještajnu i ugostiteljsku ponudu temeljenu na lokalnim elementima nasljeđa • Organizacija tradicijskih manifestacija • Razvoj programa s mogućnostima sudjelovanja u aktivnostima sela
Komunikacija s tržištem	• Promocija kroz online i offline medije • Naglasak na doživljajnoj komponenti boravka

KULTURNI TURIZAM



- | | |
|-------------------|-----------------------------|
| • Turizam baštine | • Manifestacije i događanja |
| • Vjerski turizam | |

TURIZAM BAŠTINE

Turizam baštine obuhvaća cjelokupno kulturno nasljeđe u Županiji, obilazak muzeja i galerija, dvoraca, tvrđava i gradskih središta. Turisti koji su motivirani baštinom više su platežne moći, sve zahtjevniji u odnosu na prezentaciju baštine i doživljajnu komponentu njenog upoznavanja.

Ciljne skupine	• Zrela dob (50-65) • Mladi • Obitelji s djecom
Pozicioniranje	Destinacija koju je za život biralo plemstvo
Glavne atrakcije i sadržaji	• Muzeji i galerije: Gradski muzej Virovitica s novim stalnim postavom Drveno doba, Zavičajni muzej Slatina • Tvrđave: Ružica grad, Stari grad Voćin, Stari grad, Kurija Hercegovac • Dvorci i kurije: dvorac Pejačević, dvorci Janković u Suhopolju i Cabuni, kurija Janković, kurija Mihalović, kurija Drašković • Crkve i samostani: Franjevački samostan sa crkvom Sv. Roka u Virovitici, Crkva Pohođenja Blažene Djevice Marije u Voćinu, Crkva Sv. Terezije u Suhopolju, Manastir Sv. Nikole u Duzluku, Crkva Sv. Vida u Pitomači, Crkva Sv. Josipa u Slatini, Crkva Sv. Trojice u Gornjem Miholjcu, Crkva Sv. Barbare u Sladojevcima i druge • Rodna kuća Petra Preradovića • Spomenik lokomotivi u Orahovici-Guco, stara vodenica • Plemićka ruta – ruta koja povezuje utvrde, dvorce, kurije, perivoje i muzeje
Razvoj proizvoda	• Daljnje unapređenje prezentacije baštine • Tematska povezivanja (daljnja unapređenja sadržaja na Plemićkoj ruti) • Kontinuirano osuvremenjivanje prezentacije • Uvođenje <i>storytellinga</i> u interpretaciji atrakcija • Partnerstva i povezivanja kulturnog i turističkog sektora
Komunikacija s tržištem	• Naglasak na <i>storytellingu</i> • Prilagođena promocija pojedinim tržišnim segmentima

VJERSKI TURIZAM

Vjerski turizam privlači sve veći broj ljudi, a zbog svetišta i dolaska na određena mjesta hodočasnici i vjernici spremni su prelaziti velike udaljenosti. Iako potaknuti ponajviše vjerskim razlozima gosti u destinaciji trebaju i brojne kulturne, gastronomske i druge sadržaje.

Ciljne skupine	• Hodočasnici
----------------	---

	• Vjerom inspirirani turisti • Kulturni turisti
Pozicioniranje	Destinacija marijanskog svetišta, mira i suživota
Glavne atrakcije i sadržaji	• Svetište Gospe Voćinske • Manastir Sv. Nikole u Duzluku • Dva gradinska čuda • Crkva Sv. Lovre u Crkvarima • Sakralna ruta – ruta koje povezuje glavne sakralne objekte
Razvoj proizvoda	• Suradnja s vjerskim institucijama • Istražiti mogućnost obnove hodočasničkih putova • Unaprijediti mogućnosti smještaja za vjernike • Potencijalno izgraditi ponudu za duhovne obnove
Komunikacija s tržištem	• Ciljana promocija prema hodočasnici i vjernicima • Korištenje specijaliziranih kanala promocije prema specifičnim ciljnim segmentima

MANIFESTACIJE I DOGAĐANJA

Manifestacije i događanja mogu potaknuti goste na dolazak u destinaciju, posebno kad se radi o vikend potražnji. Osim toga, u velikoj mjeri mogu obogatiti boravak turista tijekom posjeta. Danas je sve izraženiji trend sudjelovanja i aktivnog uključivanja u događanje. Ona trebaju biti zanimljiva sa zvučnim imenima koja mogu potaknuti na dolazak, i sadržajno stalno unapređivana. Važno je i kvalitetno ih medijski popratiti, kako bi im i popularnost rasla.

Ciljne skupine	• Posjetitelji na događanjima koji žele vidjeti događanje • Posjetitelji koji sudjeluju u događanju ○ mladi i srednja dob ○ stariji parovi ○ obitelji s djecom
Pozicioniranje	Destinacija događanja tijekom cijele godine u kojoj svatko može pronaći manifestaciju za sebe.
Glavne atrakcije i sadržaji	• Viroexpo u Virovitici • Pjesme Podravine i Podravlja u Pitomači • Dani Milka Kelemena u Slatini • Ferragosto Jam u Orahovici • Orahovačko proljeće • Srednjovjekovni viteški turnir na Jankovcu • Vinski festival <i>Slavonija & Podravina wine not</i>
Razvoj proizvoda	• Pravovremena promocija i najava događanja i programa • Osiguranje kvalitetne infrastrukture koja prati događanje • Stalno unapređenje suradnje organizatora događanja s dionicima u turizmu (sustav turističkih zajednica, mediji)

	• Izdvajanje i dodatna promocija nekoliko 'marker' događanja • Povezivanje atrakcije i zajednički marketing • Osmišljeni paketi usluga (ulaznice, smještaj, gastronomija, atrakcije) • Stalno osuvremenjivanje portfelja događanja
Komunikacija s tržištem	• Unapređenje prodaje paket aranžmana s fokusom na događanja • Provedba posebnog medijskog plana za pojedine manifestacije • Korištenje društvenih mreža za informiranje i komunikaciju sa ciljnim skupinama

GASTRONOMIJA I VINSKI TURIZAM



Enogastronomski turizam

ENOGASTRONOMIJA

Svi svjetski trendovi kao i trendovi o potražnji u hrvatskim destinacijama pokazuju sve veći interes za enogastronomijom, kako, kao primarnim motivom dolaska u destinacije, tako i kao važnim elementom tijekom boravka u destinaciji. Hrana i piće su izvrstan medij za prezentaciju autentičnosti, lokalnih vrijednosti i posebitosti. Trend je na zdravoj hrani, lokalnim namirnicama i kvalitetnoj prezentaciji uz puno 'dobrih i zanimljivih' priča.

Ciljne skupine	• Zrela dob (55-65) • Mladi parovi (26-35) • Treća dob (65+) • Obitelji s djecom • Ljubitelji vina i <i>foodies</i>
Pozicioniranje	Virovitičko-podravska županija 'slatka' je destinacija s najboljim slastičarima i slasticama, dugom tradicijom proizvodnje pjenušca, bogatom ponudom 'netipičnih' jela inspiriranih životom uz rijeku (slatkovodne ribe), jelima od divljači.
Glavne atrakcije i sadržaji	• Tomo Boutique vinarija • Vinarija Podrum Vineda

	• Vinska cesta Orahovica • PP Orahovica • Nekoliko 'marker' slastica koje se prodaju i promoviraju kroz ugostiteljske objekte • Restorani s ponudom lokalnih specijaliteta • 'Slatka kuća' – mjesto interpretacije industrijske tradicije (proizvodnja šećera), tradicija u izradi slastica, uzgoja slatkovodne ribe, proizvodnja slatkih likera, velik broj medara, uzgoj 'slatkog krumpira' (batata) i slastica, i svega 'slatkog' što Županija ima (projekt)
Razvoj proizvoda	• Oformiti grupu stručnjaka (renomirani <i>chefovi</i> iz Županije) i izraditi poseban plan za razvoj ponude slastica 'slatka Županija', njihovu ponudu, prezentaciju i gradnju gastronomskog imidža Županije na temu slastica • Osigurati ponudu nekoliko tipičnih slastica u svim restoranima • Izrada autentičnih jelovnika i unapređenje prezentacije kroz '<i>storytelling</i>' • Provedba edukacija za podizanje kvalitete ljudskih resursa uključenih u kreiranje destinacijske gastronomske ponude • Praćenje i implementacija suvremenih globalnih trendova u gastronomiji – suvremena interpretacija tradicionalnih specijaliteta • Izbor 'marker' jela ili namirnica i njihova dodatna promocija
Komunikacija s tržištem	• Provedba nekoliko imidž kampanja na temu 'Slatka Županija' • Intenzivna promocija kroz sve online medije (uključujući promociju renomiranih <i>chefova</i> sa područja Županije)

POSLOVNI TURIZAM



Poslovni sastanci, skupovi i team building programi

POSLOVNI SASTANCI, SKUPOVI I TEAM BUILDING PROGRAMI

Riječ je o proizvodu za koji trendovi ukazuju na važnost ekološke odgovornosti, očuvanosti destinacija te generalno atraktivnost okruženja u kojem se događanja organiziraju.

Ciljne skupine	• Domaće i međunarodne tvrtke • Vladine i nevladine organizacije • Udruge
Pozicioniranje	Virovitičko-podravska županija destinacija je s mnoštvom različitih mogućnosti za sadržajan boravak segmenta poslovnih gostiju.
Glavne atrakcije i sadržaji	• Centar za posjetitelje Dvorac Janković, Suhopolje • Dvorane u centrima za posjetitelje i smještajnim objektima
Razvoj proizvoda	• Podizanje prepoznatljivosti Virovitičko-podravske županije • Povezivanje s drugim turističkim proizvodima • Aktivnosti unapređenja prodaje • Intenziviranje promocijskih aktivnosti
Komunikacija s tržištem	• Ciljana promocija na poslovni segment gostiju • Intenzivna promocija kroz sve online medije

POSEBNI PROIZVODI



- **Tranzit**
- **Sportske pripreme i natjecanja**

TRANZITNI TURIZAM

Riječ je o gostima koji se kreću kroz destinaciju i koji se kratko zadržavaju u destinaciji sa ciljem odmora, obilaska nekih ključnih atrakcija ili ugostiteljstva. Za ove goste važno je osigurati popratne objekte, kvalitetnu interpretaciju i signalizaciju.

Ciljne skupine	• Svi putnici u tranzitu, uključujući vozače teretnih vozila
Glavne atrakcije i sadržaji	• Državna cesta D-2 Podravska magistrala • Državna cesta D-5 Terezino Polje – Pakrac - Okučani
Razvoj proizvoda	• Uspostaviti atraktivne prateće uslužne objekte • Suradnja s drugim relevantnim subjektima
Komunikacija s tržištem	• Kvalitetna signalizacija

SPORTSKE PRIPREME I NATJECANJA

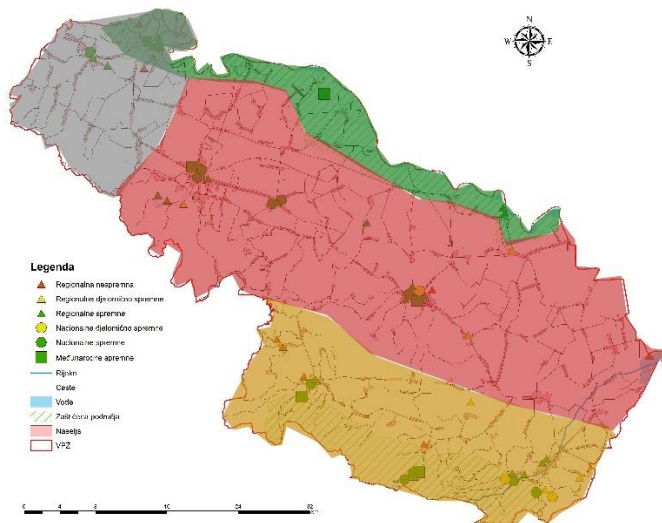
Sportske pripreme i natjecanja specifičan su proizvod koji uz sportsku infrastrukturu i smještajne kapacitete ovisi o suradnji turističkog i sportskog sektora. Rast zanimanja za ovim proizvodom potaknut je trendom unapređivanja zdravlja te razvojem različitih oblika sportsko-rekreacijskih događanja.

Ciljne skupine	• Sportski savezi i klubovi • Sportska udruženja • Sportaši rekreativci
Glavne atrakcije i sadržaji	• Sportska infrastruktura u županijskim središtima • Atraktivni lokaliteti u prirodi za sportove na otvorenom
Razvoj proizvoda	• Unapređenje suradnje između turističkog i sportskog sektora i stvaranje alijansi sportskih i turističkih organizacija • Specijalizacija turističkih agencija za formiranje paketa 'sportskih priprema' • Unapređenje prodaje kroz objedinjavanje ponude i poticanje sportskih saveza na organizaciju natjecanja i događanja • Kreiranje programa usmjerenih na aktivni odmor
Komunikacija s tržištem	• Unapređenje promocije kroz online kanale specijalizirane za ovaj proizvod

7.5. Prostorna koncepcija razvoja turizma

Uzimajući u obzir krajobrazne značajke Virovitičko-podravске županije te resursno-atraksijsku osnovu i njen raspored u prostoru, moguće je izdvojiti četiri zasebne prostorne cjeline koje se tematski nadograđuju te mogu stvarati široku paletu doživljaja za zanimljiv boravak u trajanju od više dana.

Slika 4.5.1. Područja turističkih aktivnosti u Virovitičko-podravskoj županiji



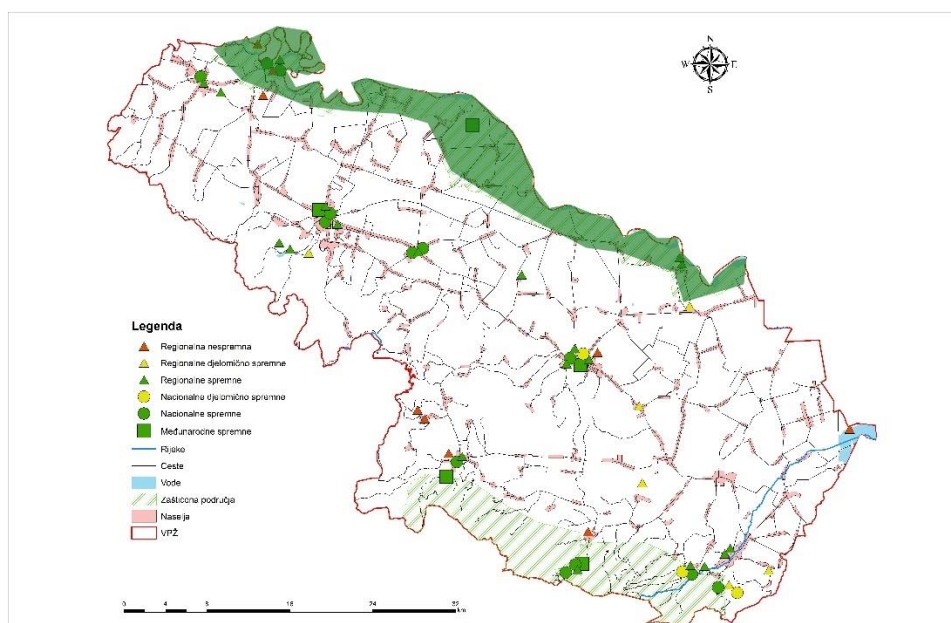
Izvor: Institut za turizam

Područje uz Dravu	Riječ je o prostoru koji se proteže od Đuretine do Ilminog Dvora, odnosno, prostor UNESCO Rezervata biosfere Mura-Drava-Dunav, koji se Županijom proteže na 72,5 km uz tok rijeke Drave. Obuhvaća značajni krajobraz Križnicu na kojem Drava stvara prelijepe meandre na malom prostoru, u okviru kojeg se nalazi mali otok. Cijeli prostor krase bogata flora i fauna i primarno je orijentiran na ekoturističke doživljaje i aktivan odmor u prirodi.
Područje Papuka i Krndije	Područje Papuka odlikuje nekoliko iznimnih lokaliteta, Park prirode Papuk - UNESCO svjetski geopark s Park šumom Jankovac i Rupnicom te Orahovica s jezerom. Na ovom se prostoru nalazi i Svetište u Voćinu. Atraktivan Geo info centar u Voćinu mjesto je edukativnih i zanimljivih sadržaja za sve ljubitelje prirode.

Središnji (nizinski) prostor s dijelom Bilogore	Središnji prostor uređen je s nizom zanimljivih 'turističkih točaka' koje svaka pojedinačno nude različite vrste kulturnih doživljaja, a zajedno različite kulturno tematske itinerere vezane uz život i rad na ovom prostoru. To su ponajprije Virovitica, Suhopolje, Višnjica, Slatina. Svaka od njih nudi nešto novo za 'otkrivanje' i ima svoju jedinstvenu atrakciju i priču.
Područje Podravine i Bilogore	Područje Podravine zahvaljujući povijesnom razdoblju ima svoje jedinstvene kulturološke specifičnosti pa se razmatra kao posebna prostorna cjelina. Obilježava ga mogućnost razvoja eno-gastronomskih doživljaja, ali i kulture i aktivnog odmora. Riječ je o najzapadnijem dijelu oko Pitomače koji pripada regiji Srednje Podravine. Ovdje se stanovništvo služi kajkavskim dijalektom, ima specifičnu i drugačiju narodnu kulturu. Područje uključuje i Značajni krajobraz Križnica i u ovom se dijelu preklapa s područjem uz Dravu. Naime, Značajni krajobraz Križnica nalazi se u sjeveroistočnom dijelu općine Pitomača i u tom smislu dio je ove cjeline, ali isto tako prirodno se nadovezuje na cjelokupno područje uz Dravu na prostoru Županije. Područje Bilogore ističe se svojim potencijalom u razvoju turističkih proizvoda vezanih uz prirodu, posebno eko turističkih proizvoda (zbog uključenosti u ekološku mrežu NATURA 2000). Isto tako, područje Bilogore povezuje tri županije (Virovitičko-podravsku, Bjelovarsko-bilogorsku i Koprivničko-križevačku) što je potencijal za suradnju, zajednički razvoj proizvoda i stvaranje jedinstvene destinacije.

Područje uz Dravu – ekologija, aktivni odmor

Slika 4.5.2. Područje uz Dravu



Izvor: Institut za turizam

Prostor uz Dravu čine prelijepe vizure čiste, zelene, pitome prirode s bogatstvom biljnog i životinjskog svijeta. Slikovita mjesta uz Dravu, okruženje rijeke i njenih obala, staze za šetnje i vožnju biciklom, mogućnosti rekreacije na vodi i uz vodu nude bezbroj mogućnosti za odmakom od svakodnevnice, vrepe i gužvi. Cijeli prostor odiše energijom mira i ravnoteže, stvara osjećaj 'očuvanog kutka' koji treba čuvati i štititi da ostane takav kakvim ga je priroda oblikovala.

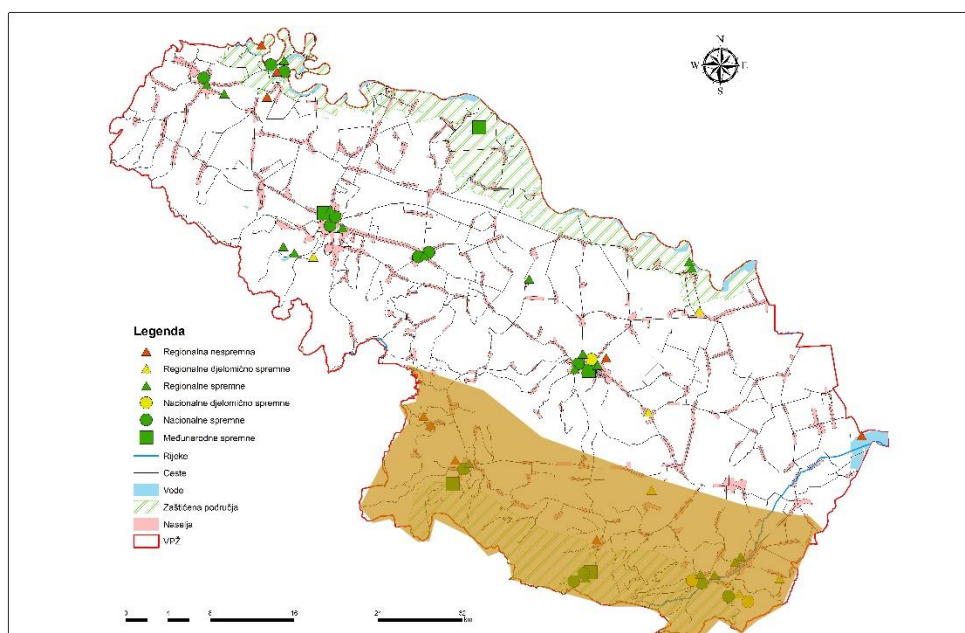
Glavne destinacijske 'točke'	• Križnica • Noskovci
Turistički sadržaji	Pješačke rute: - Pješačke staze uz Dravu Cikloturističke rute: - Dravska ruta (lagana ruta, opremljena sa stanicama za popravak bicikla, biciklističkim stajalištima) - Mogućnost najma bicikla u Posjetiteljskom centru Dravska priča, s mogućnošću organizacije biciklističkih tura Kanuing:

	- Posjetiteljski centar Dravska priča: organizirane ture vožnje Dravom i dravskim rukavcima Tematske eko staze: - Označene staze uz Dravu s interpretacijom flore i faune Lokacije za promatranje ptica: - Promatranje atraktivnih i rijetkih ptica: pčelarica, pupavac, vodomar, štekavac, vlastelica - Promatračnica za ptice kod Noskovaca i potencijalno postavljanje novih promatračnica Ribolov: - Nekoliko uređenih i opremljenih ribolovnih točaka uz Dravu Rekreacijske zone i izletišta: - Uređeno kupalište i izletište Križnica kod Križničkog mosta - Izletište na Dravi kod Sopja Centri za posjetitelje: - Posjetiteljski centar Dravska priča s prezentacijskim postavom, bio istraživačkom stanicom, suvenirnicom i oporavilištem za bijele rode - Centar za posjetitelje Križnica (u Izgradnji) Manifestacije: - <i>Big jump for living rivers</i> na Križnici - Bajsom i žlicom po Podravini - Dravsko proljeće - Drava tour adventure
Moguće aktivnosti	- Zabava i druženje uz Dravu - Vožnja biciklom ili šetnje uređenim stazama - Promatranje ptica - Edukativne ture na temu ekologije - Škole u prirodi i terenske nastave - Ribolov - Sudjelovanje na manifestacijama
Smještaj i ugostiteljstvo	Smještaj: - Hostel Dravska priča - Smještaj na obiteljskim gospodarstvima Dravska iža i Ribička klet - Specijalizacija smještaja (cikloturizam) Restorani: - Dravska iža Križnica - Ribička klet Rengel

	- Naglasak na lokalnoj gastronomiji (riječna riba, domaći specijaliteti, lokalno proizvedene namirnice, ugodna priroda i okruženje, ljubazni domaćini)
Marketing	Receptivna agencija: - Ponuda različitih programa boravka za pojedine ciljne segmente Promocija: - Ciljana promocija kroz sustav turističkih zajednica, društvene medije, specijalizirane online i offline medije

Zona Papuka i Krndije – ekologija, geologija, aktivni odmor, kulturni i vjerski turizam

Slika 4.5.3. Zona Papuka i Krndije



Izvor: Institut za turizam

Zona Papuka i Krndije je zona planine, šuma i jezera koja pozivaju na 'otkrivanje' drugačije i 'neočekivane' Slavonije. Prostor je to isprepleten šumskim puteljcima, visinama, jezerima i slikovitim vizurama koje se mijenjaju ovisno o godišnjim dobima. Ljeti imaju dovoljno svježine za ugodan boravak i rekreaciju, a zimi i u hladnoći još više dolazi do izražaja 'fotogeničnost' ovog prostora. 'Točke' poput Rupnice ili slapa Skakavac izazivaju dodatno divljenje prema onome što je priroda tisućama godina kreirala. Stoga ne čudi što je i čovjek ovdje tražio utočišta 'mira' i posvećenja i što su nastali svetište i manastir. Zona Papuka i Krndije na određeni način predstavlja

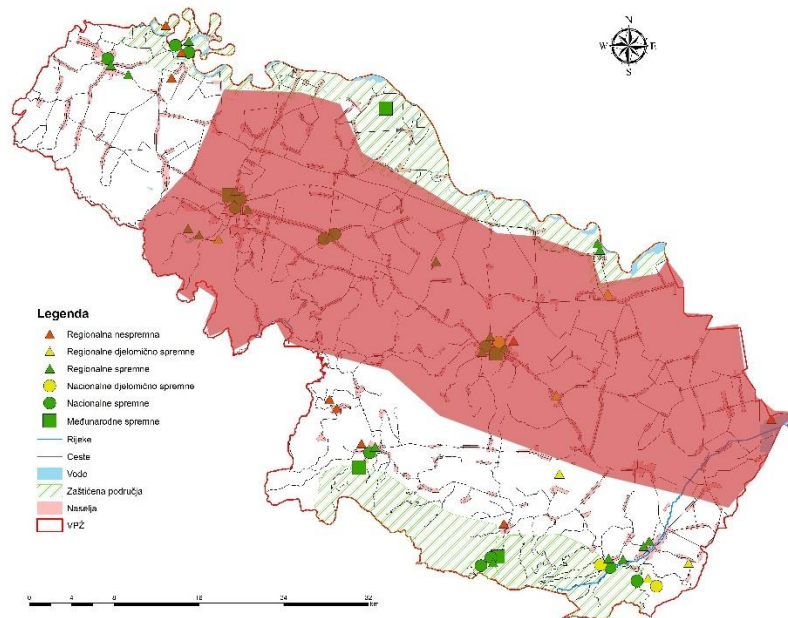
drugu stranu prirode, nasuprot prostoru uz Dravu i omogućuje svim ljubiteljima prirode, prirodnosti i duhovnosti sadržaje ugodnog boravka oplemenjenog raznolikim doživljajima s nekoliko 'točaka' koje zasigurno kod svakoga mogu izazvati osjećaj oduševljenja.

Glavne destinacijske 'točke'	• Park prirode Papuk - UNESCO svjetski geopark s: ○ Park šumom Jankovac ○ Grofovom poučnom stazom i slapom Skakavac ○ prvim geološkim spomenikom prirode u RH – Rupnicom ○ grobljem papučkih staklara ○ Planinarskim domom Jankovac • Ružica grad • Orahovačko jezero • Svetište Gospe Voćinske • Manastir Sv. Nikole, Orahovica
Turistički sadržaji	Planinarske rute: - mreža planinarskih staza (oko 300 km) Cikloturističke rute: - Biciklističke rute po PP Papuk (oko 200 km) na kojima se nalaze prepoznatljive točke poput Jankovca, Ružice grada, geološkog spomenika Rupnice, Svetišta Gospe Voćinske, spomenika prirode Dva hrasta i drugih brojnih prirodnih, geoloških i kulturno-povijesnih točki - enduro i downhill staze na Papuku - Mogućnost najma brdskog ili električnog bicikla u Jankovcu Pješačke tematske staze: - Grofova poučna staza na Jankovcu - Geološka poučna staza Rupnica - Poučna staza Ružica - Pješačko-poučna staza od Slatinskog Drenovca do Jankovca (planirana) Rekreacijske zone i izletišta: - Izletište i planinarski dom Jankovac - Izletište Orah - Turističko-rekreacijski centar Jezero-Hercegovac-Ružica grad (projekt u provedbi) Centri za posjetitelje: - Eko točka Jankovac - Geo info centar u Voćinu - Centar za posjetitelje u Slatinskom Drenovcu (planiran) Manifestacije: - Ferragosto Jam - Srednjovjekovni viteški turnir

	- <i>Wine & Run</i> Orahovica - Orahovica Bike Weekend - Gastronomske manifestacije: Kestenijada; Fišijada; Čobanijada Vjerske atrakcije: - Manastir Sv. Nikole - Svetište Gospe Voćinske
Moguće aktivnosti	- Planinarenje uređenim i označenim stazama - Vožnja biciklom - Obilazak poučnih staza - Plivanje, druženje i zabava na otvorenom uz jezero - Sudjelovanje na manifestacijama - Obilazak kulturnih atrakcija obogaćen <i>storytellingom</i> i kvalitetnom interpretacijom - Posjet sakralnim objektima - Duhovna obnova
Smještaj i ugostiteljstvo	Smještaj: - Planinarski dom Jankovac - Hotel Dukat u Orahovici - Centar za edukaciju GDCK iz Osijeka u Orahovici - Kuće za odmor i sobe u domaćinstvu Restorani: - Planinarski dom Jankovac - Restoran Dukat - Restoran Ružica grad - Kušaonica/Centar za posjetitelje u Orahovici ('Ložiona') Proizvodnja rakije, likera i gina: - Destilerija Kostelac Vinarije s uslugom kušaonica: - Vinarija Patkoš - Vinarija Matković
Marketing	Receptivna agencija: - Receptivna agencija sa ciljanim programima za različite grupe korisnika Promocija: - Ciljana promocija kroz sustav turističkih zajednica, stranice PP Papuk, društvene medije, online i offline kanale

Središnji pretežito nizinski prostor s dijelom Bilogore – kulturni turizam/kultura života i rada, rekreacija

Slika 4.5.4. Središnji pretežito nizinski prostor



Izvor: Institut za turizam

U središnjem pretežito nizinskom prostoru nastajali su gradovi i mjesta sa svim društvenim i kulturnim sadržajima. Kultura života i rada ovdje je vidljiva na svakom koraku – od prelijepih (i obnovljenih) dvoraca, od Gradskog muzeja Virovitica u kojem se prikazuje uloga drva u ovome kraju, od Zavičajnog muzeja u Slatini do ergele/farme Višnjica na kojoj se može osjetiti 'snaga' suživota čovjeka, zemlje i konja. Prostor je to slavonske ravnice, ali ravnice okružene planinom i rijekom koja je tijekom povijesti pružala bogatstvo uvjeta za život zbog čega su je birali i plemići. Tragovi te plemićke povijesti mogu se osjetiti kroz arhitekturu, gastronomiju, razvijeno lovstvo, krajobraznu uređenost i parkove. To ovaj prostor čini jedinstvenim u njegovom *boutique* izričaju.

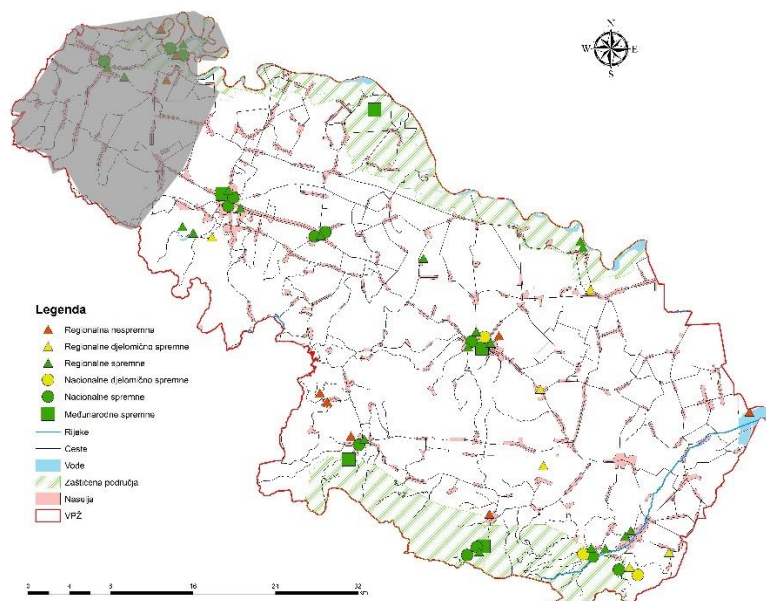
Glavne destinacijske 'točke'	• Virovitica • Suhopolje • Višnjica • Slatina
Turistički sadržaji	Turizam baštine - Gradski muzej Virovitica u dvorcu Pejačević - Franjevački samostan sa crkvom Sv. Roka u Virovitici - Crkva Sv. Terezije Avilske u Suhopolju - Dvorac Janković u Suhopolju

	- Hotel/ergela/farma Višnjica - Kurija Janković - Zavičajni muzej Slatina Cikloturističke rute - Virovitička ruta - Slatinska ruta - Dio Dravske rute - Dio rute od Noskovaca do Duzluka Centri za posjetitelje - Centar za posjetitelje Dvorac Janković u Suhopolju - Centar za posjetitelje Kuća čaja – oaza mira u Špišić Bukovici (projekt u provedbi) - Centar za kulturu zdravlja/Interpretacijski centar za gospodarsku kulturu i baštinu – dvorac Janković Cabuna (projekt u provedbi) - EPICentar Sequoia Slatina Rekreacijske zone i izletišta - Ergela/farma Višnjica - Sportski centar Viroexpo - TRC Virovitički ribnjaci (projekt u izvedbi) - TRC Javorica (projekt u izvedbi) Manifestacije - Viroexpo - Dani Milka Kelemena - Slatinsko ljeto - Popišanac trail - Miljevački dani kukuruza - Rokovo u Virovitici
Smještaj i ugostiteljstvo	Smještaj - Hotel kurija Janković - Centar za posjetitelje – Dvorac Janković u Suhopolju - Hotel Mozart - Hotel Višnjica i sobe za iznajmljivanje - EPICentar Sequoia Slatina – hostel i sobe za iznajmljivanje (smještaj u pripreмноj fazi) - Kuće za odmor i sobe u domaćinstvu (u pripreмноj fazi) Restorani i vinarije - Apolitico – Boutique Winery - Bistro i cafe Infinity u Virovitici - Restoran Park Suhopolje - Vinarija i kušaonica OPG Dvojak

	- Agro-turističko imanje Jošavac - Restoran Stari podrum
Marketing:	Receptivna agencija: - Receptivna agencija sa ciljanim programima za različite grupe korisnika Promocija: - Ciljana promocija kroz sustav turističkih zajednica, društvene medije, online i offline kanale

Prostor Podravine i Bilogore – kulturni turizam/kultura života i rada, rekreacija

Slika 4.5.5. Prostor Podravine i Bilogore



Izvor: Institut za turizam

Prostor Podravine, pomalo drugačiji od ostalog dijela Županije, najbolje predstavljaju ljudi - kroz svoju toplinu i neposrednost. Gostoljubivi i nenametljivi prezentiraju svoj stil života kvalitetnom hranom i vinima, običajima života u ruralnom prostoru. Veličina ovog prostora upravo je u jednostavnosti i pristupačnosti, koja zbog toga otvara mogućnost opuštanja i ladanja. Ladanje obogaćuju kulturni sadržaji poput upoznavanja životnog puta pjesnika Petra Preradovića ili otkrivanje kulture života i rada 'jučer i danas' – uzgoj duhana ili proizvodnju piva i vina.

Glavne destinacijske 'točke'	• Pitomača • Grabrovnica
-------------------------------------	---

	• Značajni krajobraz Križnica • Obronci Bilogore s turističkim sadržajima
Turistički sadržaji	Turizam baštine - Interpretacijski centar Kuća Petra Preradovića - Turističko-informativni centar Klopotec u Kladarskom bregu (projekt u provedbi) - Centar za posjetitelje Križnica (projekt u provedbi) - Narodni običaji Cikloturističke rute - Podravska ruta - Bilodravski biciklistički trokut Rekreacijske zone i izletišta - Izletište Križnica Manifestacije - Glazbeni festival Pjesme Podravine i Podravlja - Preradovićeve dani - Gastronomski festivali: Dani pečenjakov, Festival rezidbe i bunceka, Martinje, Vincekovo, Vidovo
Smještaj i ugostiteljstvo	Smještaj - Prenocíšte Zlatni klas - Hotel Divino - Mali obiteljski smještaj Restorani lokalne gastronomije - Restoran Zlatni klas - Restoran Dravska iža - Ribička klet Rengel Vinarije - Podrum Vineda Pivovara - Pitomačka pivovara
Marketing	Receptivna agencija: - Receptivna agencija sa ciljanim programima za različite grupe korisnika Promocija: - Ciljana promocija kroz sustav turističkih zajednica, društvene medije, online i offline kanale

8. Operativne strategije i mjere

Ovom se strategijom predviđaju četiri operativne razvojne strategije koje su povezane sa ciljevima turističkog razvoja, a u okviru njih osam mjera koje uključuju različite aktivnosti koje je potrebno provesti u predstojećem razdoblju. Operativne strategije su:

- Unapređenje destinacijskog turističkog doživljaja
- Unapređenje smještajne i druge uslužne ponude
- Unapređenje organizacije, marketinga i upravljanja
- Gradnja turističkog imidža

Unapređenje destinacijskog turističkog doživljaja: ova strategije uključuje aktivnosti vezane uz razvoj turističke infrastrukture i razvoj turističkog proizvoda. U domeni turističke infrastrukture brojni su projekti provedeni ili su započeti, a njihovom će se realizacijom uvelike obogatiti boravak turista na prostoru Županije u smislu ponude šire palete turističkih doživljaja i mogućnosti provođenja odmora. Naglasak je na uređenju postojećih resursa kako bi se mogli valorizirati kroz turizam.

Unapređenje smještajne i druge uslužne ponude: budući da je SWOT analiza ukazala na nekoliko nedostataka, a velikim dijelom upravo na postojeće stanje smještajne ponude ovim mjerama i aktivnostima koje su predviđene u okviru ove strategije predviđaju se novi smještajni kapaciteti, kako u broju, tako i u njihovoj raznolikosti i tematizaciji sa ciljem usmjeravanja na pojedine posebne tržišne niše. Uz to, mjerama se predviđa i unapređenje eno gastronomske ponude, kao važnog aspekta boravka i privlačenja gostiju u Županiju. Ove su mjere posebno važne zbog produljenja boravka gostiju u Županiji, odnosno, većeg privlačenja stacionarne potražnje.

Unapređenje organizacije, marketinga i upravljanja: kvalitetan destinacijski menadžment i ljudski resursi uvjet su dugoročno održivog turističkog razvoja, koji će se temeljiti na ravnoteži ekonomskih, okolišnih i socijalnih koristi. Stoga se u okviru ove strategije predviđaju mjere i aktivnosti kojima će se osigurati kvalitetno upravljanje razvojem turizma, dobra suradnja među dionicima, kontinuirana edukacija svih sudionika turističkog razvoja.

Gradnja turističkog imidža: mjere i aktivnosti obuhvaćene ovom strategijom u funkciji su osnovnog cilja koji se želi postići u predstojećem razdoblju, a to je povećanje prepoznatljivosti Virovitičko-podravске županije na turističkom tržištu i njeno pozicioniranje. Za to se predviđa intenziviranje komunikacijskih aktivnosti prema tržištima, kao i provedba nekoliko imidž projekata koji će pomoći u stvaranju 'mentalnih slika' o Županiji kao turističkoj destinaciji.

Iako su izvori financiranja za planirane aktivnosti najvećim dijelom proračunska sredstava koja dolaze iz: I) sredstava jedinica lokalnih samouprava, II) nacionalnih fondova i III) fondova Europske unije, svoj dio odgovornosti za realizaciju treba preuzeti i privatni sektor. Pojedine aktivnosti iz domene marketinga i upravljanja implementirat će se i iz budžeta turističkih zajednica, ali treba uzeti u obzir da se radi o iznimno skromnim financijskim sredstvima.

Razvojne strategije	Unapređenje destinacijskog turističkog doživljaja	Unapređenje smještajne i druge uslužne ponude	Unapređenje organizacije, marketinga i upravljanja	Gradnja turističkog imidža
Mjere	Turistička infrastruktura	Smještajna ponuda	Unapređenje destinacijskog menadžmenta	Komunikacijske aktivnosti
Aktivnosti	• Uređenje Virovitičkih ribnjaka • Daljnja turistifikacija Parka prirode Papuk • TRC Jezero-Hercegovac-Ružica grad – koncept najbolje uporabe i provjera tržišne/financijske održivosti • TRC Jezero Javorica – koncept najbolje uporabe i provjera tržišne/financijske održivosti • Turistička revitalizacija Voćinskih jezera - koncept najbolje uporabe i provjera tržišne/financijske održivosti • Kongresno-kulturni centar u Voćinu • Muzej duhana u Pitomači – koncept najbolje uporabe	• Izgradnja nekoliko novih hotelskih objekata različite veličine (gradskih i/ili tematiziranih) na za to prikladnim lokacijama • Izgradnja 5 - 10 B&B pansiona i 10 - 15 ruralnih kuća za odmor • Uspostava inovativne/eko kamp ponude na izabranim lokalitetima • Povećanje kvalitete i prezentabilnosti kapaciteta obiteljskog smještaja	• Podizanje razine svijesti o potencijalima turizma • Praćenje kvalitete u turizmu • Praćenje održivosti turizma • Razvoj i ponuda agencijskih programa • Razvoj i promocija programa za individualne obilaske • Jačanje znanja i kompetencija nositelja izvršne vlasti na području VPŽ • Poduzetnički razvojno investicijski servis	• Baza imidž materijala ('ikone' Županije) • Baza materijala za <i>storytelling</i> • Provedba posebnih imidž kampanja • Izrada/ujednačavanje svih promocijskih materijala
Mjere	Razvoj proizvoda	Unapređenje gastronomske ponude	Ljudski resursi	Imidž projekti
Aktivnosti	• Pretvaranje Virovitice u mjesto susreta • Akcijski plan razvoja turizma događanja • Pustara Višnjica – koncept najbolje uporabe, provjera tržišne/financijske održivosti i poslovni plan • Ružica grad – konzervacija, revitalizacija, interpretacija • Unapređenje smeđe turističke signalizacije • Unapređenje turističkih sadržaja na Plemićkoj ruti • Unapređenje usluga u Centru za posjetitelje Dvorac Janković u Suhopolju	• Podizanje kvalitete enogastronomske ponude • Vinske ceste i putevi	• Program edukacija za poduzetnike • Podrška B2B aktivnosti	• Projekt 'Slatka destinacija' • Razvoj 'weekend escape' programa – 'odmor po mjeri' • Projekt 'Dodaj kap u eko slap'

8.1. Unapređenje destinacijskog turističkog doživljaja

Ova razvojna strategija uključuje provođenje aktivnosti unutar dvije mjere:

- Turistička infrastruktura
- Razvoj proizvoda

TURISTIČKA INFRASTRUKTURA

Aktivnost 1.	Uređenje Virovitičkih ribnjaka (zajedno s rijekom Ođenicom) – koncept najbolje uporabe lokaliteta
Cilj:	Osiguranje sadržajnog i poticajnog boravka/odmora
Opis:	Virovitički ribnjaci nalaze se 7 km jugozapadno od Virovitice, pod obroncima Bilogore. Sastoje se od devet ribnjaka (jezera) te predstavljaju najveće i najbogatije ribolovne vode na virovitičkom području. Najvećim dijelom vodnog potencijala danas gospodari ŠRU „Ođenica“ Virovitica, koja osigurava mogućnost rekreativno-sportskog ribolova tijekom cijele godine. Ribnjaci su okruženi šumom koja je isprepletena mnogim šumskim putovima, od kojih je jedan pretvoren u kružnu <i>cross country</i> stazu („Put šarana“), duljine 11.300 metara s ukupno 330 metara nadmorske visine uspona. Podloga se sastoji od 300 m makadama, 700 m šumskog puta te 10.300 m šumskog <i>traila</i>. Uz prvi je ribnjak uspostavljena i poučna staza (dugačka oko 4 kilometra) duž koje je postavljeno 11 informativnih ploča kao i 5 klupa i natkrivena sjenica. Isto tako, na prvom su ribnjaku postavljeni stolovi i roštilji, a izgrađeno je dječje igralište pa je taj dio omiljeno izletište mnogobrojnih Virovitičana. Iako je nedavno iniciran projekt cjelovitog uređenja Virovitičkih ribnjaka, na temelju dosadašnjih saznanja, ne predviđa se previše sadržaja nužnih za značajniji turistički iskorak, osobito u kontekstu privlačenja većeg broja stacionarnih turista na ovo područje.¹¹ To tim prije ako se u obzir uzme činjenica da su nedavnim ispitivanjima na području ribnjaka otkrivena dva termalna izvora vode, a što cijelom ovom lokalitetu daje novu razvojnu dimenziju.

¹¹ Naime, na temelju dostupnih informacija, a u suradnji s Hrvatskim vodama, cijeli bi se projekt uređenja Virovitičkih ribnjaka trebao realizirati u dvije faze. Prva se odnosi na izgradnju temeljnog ispusta na 1. ribnjaku, izmuljenje svih jezera, izgradnju akumulacije Ribnjak, ali i prateće urbanističke sadržaje, a druga na uspostavu akumulacije Franjevin, uređenje korita Ođenice (mostove, 3 ustave, vodne stepenice), akumulaciju Bajer (obrana od poplava) te dodatne urbanističke sadržaje - biciklističke staze, nogostupe, šetnice, drvorede i ostalo.

S obzirom da su Virovitički ribnjaci prepoznati kao 'najvažniji turistički potencijal' grada Virovitice, a vrlo vjerojatno i jedan od najvažnijih turističkih razvojnih lokaliteta cijele Županije, osobito u kontekstu privlačenja stacionarne turističke potražnje, čini se da bi bilo oportuno cijelu problematiku poželjne turistifikacije ovog nesumnjivo potentnog (izletničkog) lokaliteta dodatno propitati kako bi se maksimalno iskoristio njegov turistički potencijal. U tom smislu, a vodeći računa o svim interesima i dosadašnjim razmišljanjima, predlaže se izrada koncepta najbolje uporabe (tzv. „*best use concept*“) za cijelo područje Virovitičkih ribnjaka. Samo će na taj način biti moguće staviti ovaj lokalitet u turističku funkciju na dugoročno optimalan način.

Aktivnosti:	• Priprema projektnog zadatka • Raspisivanje javnog natječaja za izradu koncepta najbolje uporabe • Izbor najboljeg ponuđača • Početak realizacije projekta (fazni pristup)									
Nositelj:	Grad Virovitica									
Ostali uključeni dionici:	• TZ grada Virovitica • Virovitičko-podravska županija • TZ Virovitičko-podravske županije • Turistički konzultanti • Razvojna agencija VTA • Civilne udruge									
Vrijeme provedbe:	2022.	2023.	2024.	2025.	2026.	2027.	2028.	2029.	2030.	
Razina prioriteta:	visoka									

Aktivnost 2.	Daljnja turistifikacija Parka prirode Papuk									
Cilj:	Osiguranje sadržajnog i poticajnog boravka/odmora									
Opis:	PP i geopark Papuk zasigurno danas predstavlja najatraktivniju i neprepoznatljiviju turističko-rekreativnu i izletničku lokaciju na području cijele Virovitičko-podravske županije. Upravo zbog toga, a imajući na umu potrebu daljnjeg razvoja lokaliteta, ne samo u kontekstu stalnog rasta potražnje, već i potrebe diversifikacije i podizanja kvalitete cjelokupnog doživljaja, postojeću je uslužnu ponudu Parka potrebno dodatno dograđivati i nadopunjavati novim sadržajima, vodeći računa o njihovoj međusobnoj komplementarnosti. U skladu s navedenim, a uslijed očekivanog i dalje rastućeg broja posjetitelja PP Papuk, bit će potrebno rasteretiti izletnište Jankovac od									

sve većeg broja istodobnih posjetitelja i prometnih gužvi, bilo da je riječ o organiziranom prijevozu, bilo da je riječ o osobnim vozilima. U tom smislu, nametnula se potreba za otvaranjem još jedne ulazne točke u PP Papuk. Najprikladnija lokacija za to je Slatinski Drenovac na kojem će se osigurati prijemna točka. Riječ je o atraktivnoj lokaciji na kojoj se nalazi zgrada koja će se urediti u info točku za posjetitelje, edukacijski dio, u kojoj će se nalaziti uredski prostori te povremeni smještaj za terenske gostujuće istraživače. Posjetiteljima se planira osigurati i adrenalinski park, suvenirnica i ugostiteljski sadržaji. U trećoj fazi planira se ulaganje u mobilne kućice i novi eko-park. Budući da se očekuje rast potražnje za posjetom PP Papuku sa ciljem rasterećenja prometa i parkinga na relaciji do Jankovca u budućem bi razdoblju valjalo osigurati parkiralište za veći broj osobnih vozila.¹²

Posebno valja naglasiti i činjenicu da cijela projektna ideja podrazumijeva i uspostavu poučne biciklističke staze kojom bi se spojili Park Šuma Jankovac, izletišta Jankovac i naselje Slatinski Drenovac. Staza bi bila duljine 6.090 metara, a nudila bi različite edukativno-rekreativne sadržaje.

Konačno, a u želji da se cijelo područje PP Papuk dodatno popularizira na tržištu posebnih interesa, bilo bi oportuno razmisliti u budućnosti i o izgradnji još jednog, ekološki tematiziranog, planinarskog doma manjeg kapaciteta, o uspostavi još jednog ili dva mala eko kampa na, za to prikladnim, infrastrukturno opremljenim, lokacijama.

Konačno, realizacija cijelog projekta ovisi i o osiguravanju potrebnih izvora sredstava kako za pojedine razvojne faze, tako i za cijeli projekt. U tom smislu, potrebno je provjeriti ekonomsku opravdanost svake razvojne faze, bilo kroz izradu tržišne i financijske *prefeasibility* studije za sve predviđene uslužne sadržaje privatnog karaktera (ugostiteljski i slični sadržaji uslužne ponude), odnosno izradu *cost-benefit* analize, za sve predviđene uslužne sadržaje javnog karaktera (financiranje iz EU fondova).

Aktivnosti:	• Izrada dokumentacije za 'Vrata Papuka' (sredstva su osigurana i ova faza je u izradi) • Izrada dokumentacije za svaku daljnju fazu projekta • Raspisivanje javnog natječaja za izbor najboljeg ponuđača • Početak realizacije projekta (fazni pristup)
Nositelj:	Javna ustanova PP Papuk

¹² Za parkiralište se već predviđa lokacija tj. privatna platforma koja je pod upravom Županijske uprave za ceste VPŽ

Ostali uključeni dionici:	• TZ općine Čačinci • Virovitičko-podravska županija • TZ Virovitičko-podravske županije • Sportske udruge/klubovi • VIDRA
Vrijeme provedbe:	2022. 2023. 2024. 2025. 2026. 2027. 2028. 2029. 2030.
Razina prioriteta:	visoka

Aktivnost 3.	Turističko-rekreacijski centar Jezero-Hercegovac-Ružica grad - koncept najbolje uporabe i provjera tržišne/financijske održivosti
Cilj:	Osiguranje sadržajnog i poticajnog boravka/odmora
Opis:	Orahovačko jezero, uz Park prirode Papuk već danas predstavlja jedno od najpoznatijih i najposjećenijih izletišta na području Virovitičko-podravske županije. Samim tim, a imajući na umu, ne samo činjenicu da na području cijele Županije danas nema dovoljno smještajnih kapaciteta za brži razvoj stacionarnog turizma, već i izuzetnu geomorfološku i pejzažnu prikladnost cijelog lokaliteta za daljnji razvoj turističke i druge, s turizmom povezane ponude, projektna ideja odnosi se na izgradnju zaokruženog turističko-rekreacijskog centra. Drugim riječima, osim izgradnje odmarališta za djecu s igralištem (za potrebe održavanja tzv. 'škole u prirodi'), odnosno 14 bungalova za obiteljski odmor i prikladnih sportsko-rekreacijskih terena, za što je već osigurano financiranje iz EU izvora, projektna ideja obuhvaća i proširenje smještajne ponude kroz izgradnju dodatnih 16 apartmana, izgradnju aqua-parka i/ili adrenalinskog parka. S obzirom na veličinu zahvata, a vodeći računa o uobičajenom pristupu realizaciji većih investicija u turističko-rekreacijskoj domeni, bilo bi potrebno pristupiti izradi koncepta najbolje uporabe cijelog lokaliteta, ne samo u kontekstu konačnog definiranja tržišne smislenosti svih predviđenih sadržaja ponude, već i u kontekstu njihove veličine i prostornog razmještaja. Za sve uslužne sadržaje privatnog karaktera potrebno je izraditi tržišne i financijske <i>prefeasibility</i> studije (ugostiteljski i slični sadržaji uslužne ponude), a <i>cost-benefit</i> analize za sve predviđene uslužne sadržaje javnog karaktera (financiranje iz EU fondova).
Aktivnosti:	• Priprema projektnog zadatka • Raspisivanje javnog natječaja za izradu koncepta najbolje uporabe, odnosno <i>prefeasibility studije/cost.benefit</i> analize • Izbor najboljeg ponuđača

• Početak realizacije projekta (fazni pristup)	
Nositelj:	Grad Orahovica
Ostali uključeni dionici:	• Zavod za prostorno uređenje VPŽ • TZ grada Orahovica • Virovitičko-podravska županija • TZ Virovitičko-podravske županije • Privatni poduzetnici
Vrijeme provedbe:	2022. 2023. 2024. 2025. 2026. 2027. 2028. 2029. 2030.
Razina prioriteta:	niža

Aktivnost 4.	Turističko-rekreacijski kompleks „Jezero Javorica“ – koncept najbolje uporabe i provjera tržišne/financijske održivosti
Cilj:	Osiguranje sadržajnog i poticajnog boravka/odmora
Opis:	Jezero Javorica relativno je popularno slatinsko izletište usprkos posvemašnjem nedostatku prijeko potrebnih uslužnih sadržaja. Riječ je o lijepoj vodenoj površini/stalnoj stajaćici koja je okružena brežuljkastim reljefom te koja pokriva dio istoimenog potoka koji je nekoć ovdje prolazio. Teren je mjestimično izložen intenzivnijim poplavama. S obzirom da na prostoru grada Slatine nema prikladnijeg mjesta za jače privlačenje turističko-rekreativne, izletničke i/ili dokoličarske potražnje, jezero Javorica zasigurno predstavlja prikladan lokalitet za razvoj sportskih i turističko-rekreativnih sadržaja. U skladu s takvim promišljanjem, Grad Slatina krenuo je u privođenje svrsi ovog lokaliteta te je, u tom smislu, pribavio lokacijsku dozvolu za uspostavu „Turističko-rekreacijskog kompleksa jezero Javorica“. Podlogu za izdavanje lokacijske dozvole predstavlja Idejni projekt, a koji na predmetnom lokalitetu predviđa izgradnju pješačko-biciklističke staze, parkirališta, sunčališta sa šetnicom, javnih zelenih površina, pješačko-biciklističkog mosta, sportsko-rekreacijske zone, zip linea i aromaterapeutskog parka. Svaka od spomenutih građevina čini zasebnu razvojnu fazu/cjelinu, koje se mogu paralelno ili pojedinačno projektirati i izvoditi, s tim da je pješačko-biciklistička staza osnovna građevina kojom se osigurava pristup ostalim građevinama. Pod pretpostavkom da se, temeljem dobivene lokacijske dozvole omogućiti i stjecanje dijela zemljišta na lokalitetu koje je još uvijek u vlasništvu RH, cijeli bi projekt mogao zaživjeti u sljedećih nekoliko godina, pri čemu valja odrediti prioritetne razvojne faze/cjeline. Konačno, realizacija cijelog projekta ovisi i o osiguravanju potrebnih izvora sredstava kako za pojedine faze/cjeline, tako i za cijeli projekt. U tom

smislu, potrebno je pristupiti izradi tržišne i financijske *prefeasibility* studije za sve predviđene uslužne sadržaje privatnog karaktera (ugostiteljski i slični sadržaji uslužne ponude) odnosno izradu *cost-benefit* analize, za sve predviđene uslužne sadržaje javnog karaktera (financiranje iz EU fondova).

Aktivnosti:	• Priprema projektnog zadatka • Raspisivanje javnog natječaja za izradu koncepta najbolje uporabe, <i>prefeasibility</i> studije i poslovnog plana • Izbor najboljeg ponuđača • Početak realizacije projekta (fazni pristup)									
Nositelj:	Grad Slatina									
Ostali uključeni dionici:	• Virovitičko-podravska županija • TZ grada Slatina • GRAS - Gradska razvojna agencija Slatine • TZ Virovitičko-podravske županije • Privatni poduzetnici • Civilne udruge									
Vrijeme provedbe:	2022.	2023.	2024.	2025.	2026.	2027.	2028.	2029.	2030.	
Razina prioriteta:	niža									

Aktivnost 5.	Turistička revitalizacija Voćinskih jezera – koncept najbolje uporabe i provjera tržišne/financijske održivosti									
Cilj:	Osiguranje sadržajnog i poticajnog boravka/odmora									
Opis:	Dva Voćinska jezera, a osobito akumulacijsko jezero Slanac predstavljaju značajan razvojni potencijal za pojačano privlačenje izletničke, a možda i stacionarne turističke potražnje na područje općine Voćin i grada Slatine. Jezero Slanac prostire se na površini od 81 hektara, sadrži oko 2,5 milijuna prostornih metara vode te ima šest puta veću površinu i zapremninu od slatinskog jezera Javorica. Iako je osnovna funkcija akumulacije Slanac povezana sa obranom od poplava, riječ je o lokalitetu na kojem je moguće uspostaviti i nove turističke sadržaje za potrebe turističkih aktivnosti (cikloturizam, trekking, jahanje), odnosno lovnog i ribolovnog turizma. Na taj bi se način, cijelo područje općine Voćin, paralelno s izgradnjom novog Kongresno-kulturnog centra za potrebe vjerskog turizma i revitalizacijom arboretuma Lisičine, učinilo znatno privlačnijim različitim segmentima turističke potražnje, ali i izletnicima. Umrežavanje postojećih i budućih									

sadržaja kojima upravlja PP Papuk¹³ dodatno će pridonijeti raznolikosti ponude i povećati mogućnost produljenja boravka gostiju na prostoru Virovitičko-podravске županije.

Iako je, za potrebe turističkog oživljavanja Voćinskih jezera, već izrađen idejni projekt, njegovu bi validnost, a što se tiče predviđenih sadržaja ponude, njihove veličine i prostornog razmještaja, valjalo dodatno provjeriti kroz izradu koncepta najbolje uporabe cijelog lokaliteta. Nadalje, za zatvaranje financijske konstrukcije, a osobito u kontekstu privlačenja interesa privatnih poduzetnika i/ili osiguravanju novca iz EU fondova, bilo bi potrebno provjeriti tržišnu i financijsku isplativost pojedinih dijelova projekta ili projekta u cjelini kroz izradu *prefeasibility* studije i/ili provedbu cjelovite *cost benefit* analize.

Aktivnosti:	Operacionalizacija projekta podrazumijeva: • Pripremu projektnog zadatka • Raspisivanje javnog natječaja za izradu koncepta najbolje uporabe, <i>prefeasibility</i> studije/<i>cost-benefit</i> analize • Izbor najboljeg ponuđača • Početak realizacije projekta (fazni pristup)									
Nositelj:	Općina Voćin u suradnji s Gradom Slatina									
Ostali uključeni dionici:	• Virovitičko-podravska županija • TZ Virovitičko-podravске županije • GRAS - Gradska razvojna agencija Slatine • VIDRA • Park prirode Papuk • Privatni poduzetnici									
Vrijeme provedbe:	2022.	2023.	2024.	2025.	2026.	2027.	2028.	2029.	2030.	
Razina prioriteta:	niža									

Aktivnost 6.	Kongresno-kulturni centar u Voćinu
Cilj:	Osiguranje sadržajnog i poticajnog boravka/odmora i produljenje boravka gostiju u Županiji
Opis:	Općina Voćin, ponajviše zbog brojnih hodočašća u Svetište Gospe Voćinske - kasnogotičku župnu crkvu Pohoda blažene djevice Marije, sve je posjećenije odredište brojnih poklonika vjerskog turizma. U tom smislu, a

¹³ PP Papuk upravlja Geo info centrom i planinarskim stazama, a planira i uređenje geološkog spomenika prirode Rupnica te uspostavu učionice na otvorenom Trešnjevica

imajući na umu i posvemašnji nedostatak bilo kakve turističke i druge uslužne ponude u Voćinu, projektna ideja odnosi se na izgradnju suvremenog kongresno-kulturnog centra. Riječ je o objektu javne turističke suprastrukture koji će služiti potrebama ponajviše hodočasnika/vjerskom turizmu, a koji će u svom sastavu, osim suvremenih kongresnih sadržaja, nuditi i mogućnost smještaja te okrijepe (restoran).

Aktivnosti:	• Priprema projektnog zadatka • Raspisivanje javnog natječaja za izradu koncepta najbolje uporabe i <i>prefeasibility</i> studije • Izbor najboljeg ponuđača • Početak realizacije projekta									
Nositelj:	Općina Voćin									
Ostali uključeni dionici:	• Virovitičko-podravska županija • TZ Virovitičko-podravske županije • Park prirode Papuk • Vjerske institucije (svetište Gospe Voćinske)									
Vrijeme provedbe:	2022.	2023.	2024.	2025.	2026.	2027.	2028.	2029.	2030.	
Razina prioriteta:	srednja									

Aktivnost 7.	Muzej duhana u Pitomači – koncept najbolje uporabe									
Cilj:	Osiguranje sadržajnog i poticajnog boravka/odmora									
Opis:	Stara zgrada župnog dvora najstarija je građevina u Pitomači (druga polovica 18. st.). Radi se o napuštenom zdanju koje je neiskorišteno dugi niz godina kako u gospodarskom, tako i u kulturno-povijesnom i društvenom smislu. Samim tim, njenom obnovom, a što podrazumijeva i utvrđivanje najprikladnije buduće namjene/funkcije, cijelom bi se gradu bitno povećala ne samo kvaliteta života u Pitomači, već i njena turistička privlačnost. Iako je, na temelju dostupnih informacija, u ovoj zgradi planirano uređenje Zavičajnog muzeja (multikriterijskog postava), čini se da bi buduća namjena ovog zdanja trebala biti posvećena ponajviše kulturi uzgoja i prerade duhana, gospodarskoj grani koja je dulji niz godina obilježavala (i još uvijek obilježava) privređivanje na području općine Pitomača. U prilog takvoj primarnoj namjeni obnovljene zgrade župnog dvora najbolje govori činjenica da na prostoru RH danas ne postoji nijedan sličan muzej, a što bi cijelo ovo područje sadržajno, tematski i proizvodno diferenciralo od drugih (podravske i slavonske, ali i svih kontinentalne hrvatske) destinacije.									

Osim što bi već i djelomična realizacija ovog projekta dodala potpuno novi i inovativni sadržaj u kulturno-turističku ponudu županije, očekivano je da bi revitaliziran, sadržajno inoviran i marketinški podržan projekt revitalizacije stare zgrada župnog dvora mogao, na ovo područje, na godišnjoj razini, privući značajan broj jednodnevnih posjetitelja iz svih dijelova Hrvatske, ali i šire.	
Aktivnosti:	Operacionalizacija projekta podrazumijeva sagledavanje nekoliko mogućih razvojnih scenarija turističkog korištenja razmatranog zdanja na temelju kojih bi se, potom, a vodeći računa o društveno-ekonomskoj opravdanosti potrebnih ulaganja, izvršio izbor koncepta njegove najbolje uporabe. U drugoj bi se fazi, u suradnji s konzervatorima, pristupilo izradi projektne dokumentacije i ishodovanju potrebnih dozvola. Treća faza projekta odnosi se na osiguravanje financijskih sredstava, pri čemu se maksimalno valja osloniti na EU izvore, dok se četvrta faza projekta odnosi na početak radova na planiranoj obnovi.
Nositelj:	TZ općine Pitomača u suradnji s razvojnom agencijom VPŽ (VIDRA)
Ostali uključeni dionici:	• Općina Pitomača • Turistička zajednica Virovitičko-podravske županije • Kulturne institucije • Civilne udruge
Vrijeme provedbe:	2022. 2023. 2024. 2025. 2026. 2027. 2028. 2029. 2030.
Razina prioriteta:	visoka

RAZVOJ PROIZVODA

Aktivnost 1.	Pretvaranje Virovitice u 'mjesto susreta'
Cilj:	Osiguranje sadržajnog i poticajnog boravka/odmora
Opis:	Uređenost, opremljenost i ponuda sadržaja u nekom gradu/naselju sastavni je dio njegovog identiteta i imidža koji se projicira prema potencijalnim turistima i/ili posjetiteljima. Istodobno, riječ je o činiteljima koji svakodnevno pridonose kvaliteti života lokalnog stanovništva. Sukladno navedenom, a nadovezujući se na imidž, uređenost i privlačnu snagu Virovitice kao županijskog središta, projekt ima za cilj konceptualno razraditi te predložiti strukturu, još uvijek nedostajućih, javnih i/ili privatnih sadržaja koji će omogućiti tržišno pozicioniranje Virovitice kao poželjnog 'mjesto susreta' i ugodnog boravka za različite korisnike – turiste, jednodnevne posjetitelje i/ili

lokalno stanovništvo. Drugim riječima, sustav iskustava koje valja osmisлити podrazumijeva ponudu različitih sadržaja u rasponu od zabavnih i rekreativnih do edukativnih i doživljajnih. Svi sadržaji moraju biti međusobno komplementarni te usklađeni s individualnim potrebama različitih korisnika.

Projekt predstavlja trajni proces te uključuje provođenje različitih aktivnosti koje za cilj imaju definirati i sadržajno opremiti nekoliko ključnih točaka zadržavanja potencijalnih korisnika.

Osim toga, projektom bi valjalo definirati alternativne načine (tematiziranog) obilaska/doživljaja grada i njegovih atrakcija za različite grupe korisnika (ovisno o interesu, vremenu na raspolaganju i sl.).

Aktivnosti:	Operacionalizacija projekta podrazumijeva: • detaljno snimanje i inventarizaciju raspoloživih, a nekorisćenih javnih i/ili privatnih prostora pogodnih za smještaj novih sadržaja uslužne, zabavne i/ili kulturne ponude i/ili društvenog standarda • utvrđivanje prikladnih uslužno-zabavno-edukacijskih sadržaja na podesnim lokacijama, kako javnim, tako i privatnim • osmišljavanje prikladnog sustava bankarskog kreditiranja i javnih poticaja privatnim poduzetnicima uključenim u revitalizaciju pojedinih javnih/privatnih prostora, pri čemu su poželjna i javno-privatna partnerstva • izrada tender dokumentacije/projektnog zadatka i raspisivanje natječaja za izbor najprikladnijih ponuđača									
Nositelj:	Grad Virovitica									
Ostali uključeni dionici:	• TZ grada Virovitica • Virovitičko-podravska županija • TZ Virovitičko-podravske županije • Privatni poduzetnici • Kulturne institucije • Civilne udruge									
Vrijeme provedbe:	2022.	2023.	2024.	2025.	2026.	2027.	2028.	2029.	2030.	
Razina prioriteta:	visoka									

Aktivnost 2.	Akcijski plan razvoja turizma događanja
Cilj:	Osiguranje sadržajnog i poticajnog boravka/odmora
Opis:	Iako cijelo područje Virovitičko-podravske županije, a osobito gradskih aglomeracija, karakterizira održavanje relativno velikog broja različitih

kulturno-zabavnih, vjersko-tradicijskih i/ili sportsko-adrenalinskih događanja, većina njih još uvijek ne privlači dovoljan broj (autonomno generiranih) posjetitelja.

S obzirom da su atraktivna događanja/manifestacije, osobito na dugi rok, jedan od ključnih preduvjeta destinacijske različitosti, a time i konkurentnosti, potrebno je kritički propitati smisao, opravdanost i organizacijske troškove povezane s održavanjem nekih od postojećih manifestacija/događanja, osobito onih koja se održavaju tijekom glavne turističke sezone, odnosno onih koja troše relativno velik dio raspoloživih proračunskih/TZ sredstava.

Propitivanje smislenosti održavanja pojedinih, već postojećih, manifestacija, ali i osmišljavanje novih manifestacija prikladnih za produljivanje sezone, pretpostavlja izradu tzv. Akcijskog plana razvoja turizma događanja. Riječ je o projektu koji se temelji na definiranju portfelja atraktivnih događanja – od tzv. 'hallmark' događanja, do nacionalnih i regionalnih - koji će predstavljati novi, potpuno autonomni motiv turističkog dolaska na područje županije.

Akcijski plan razvoja turizma događanja predstavlja projekt koji iziskuje relativno mala sredstva i može se vrlo brzo implementirati, a u cijelosti se uklapa u suvremene trendove gdje posjetitelji najviše uživaju u atmosferi i raznim uličnim aktivnostima. Istodobno, s razvojnog stajališta, ovo je za cijelo projektno područje, a osobito za grad Viroviticu, zasigurno ekonomski najučinkovitija strategija tržišnog (re)pozicioniranja jer se, s jedne strane, oslanja na kreativne potencijale lokalnih dionika te, s druge strane, zahtijeva manja ulaganja i kraći rok efektuiranja od, primjerice, dodatnih ulaganja u turističku infra i suprastrukturu.

Operacionalizacija projekta podrazumijeva osiguranje financijskih poticaja od strane JLS na projektnom području, aktivnu promociju od strane TZ Virovitičko-podravske županije i ostalih TZ na projektnom području, ali i međusobnu suradnju i dogovor svih dionika turističkog razvoja oko optimalnih termina i prioriteta pojedinih događanja.

Aktivnosti:

Operacionalizacija projekta podrazumijeva sljedeće aktivnosti:

- analizu ciljeva svakog događanja te utvrđivanje (važnosti) postojeće ponude događanja u smislu privlačenja turističke potražnje
- rangiranje postojećih turističkih događanja po njihovom utjecaju na privlačenje turističke potražnje (od tzv. 'hallmark' događanja, preko događanja nacionalne važnosti do događanja regionalne/lokalne važnosti)

- osmišljavanje novih, potencijalno interesantnih, događanja od interesa za turističko pozicioniranje županije
- odrediti ulogu nositelja (županijske i/ili lokalne) izvršne vlasti kao i sustava TZ (Virovitičko-podravska županija, gradske i općinske TZ) u organizaciji/financiranju svakog pojedinog događanja (glavni organizator događanja, financiranje - u cijelosti ili djelomično, organizacijska pomoć i podrška, promocija događanja, priprema događanja za plasiranje turističkom tržištu i sl.).

Nositelj:	TZ Virovitičko-podravske županije u suradnji s lokalnim turističkim zajednicama									
Ostali uključeni dionici:	• Virovitičko-podravska županija • JLS VPŽ • Kulturne institucije • Civilne udruge									
Vrijeme provedbe:	2022.	2023.	2024.	2025.	2026.	2027.	2028.	2029.	2030.	
Razina prioriteta:	visoka									

Aktivnost 3.	Pustara Višnjica – koncept najbolje uporabe, provjera tržišne/financijske održivosti i poslovni plan									
Cilj:	Osiguranje sadržajnog i poticajnog boravka/odmora									
Opis:	Na mjestu nekadašnje pustare, u pitomoj ravnici između obronaka Papuka i rijeke Drave, danas se prostire agro – turističko imanje Višnjica. Uređeno u skladu s tradicijom nekadašnjih naselja bezemljaša, tzv. „pusta“, ona predstavlja jedinstven primjer obnove slavonske gospodarske baštine prošlih stoljeća. Imanje predstavlja idealno mjesto za organizaciju svih vrsta svečanosti, od proslava rođendana, preko proslave crkvenih sakramenata, do značajnih obljetnica s obzirom da svojim gostima može ponuditi kvalitetan smještaj u hotelu Višnjica (kategoriziran s 3*), restoran s nekoliko sala različitih veličina (za 30, 50, 100 i 300 gostiju). Tu je i potrebna oprema za manje seminare i poslovna druženja. Isto tako, u sklopu imanja nalazi se nekoliko koralja za konje kao i pregonski pašnjaci na 200-tinjak ha za stoku, što je i bilo glavno obilježje nekadašnjih veleposjedničkih gazdinstava, tzv. „pustara“. Iako je agro-turističko imanje/pustara Višnjica 2011. godine osvojila prestižnu nagradu Europske komisije EDEN (European Destinations of Excellence), a koja, između ostaloga, uz regionalnu raznolikost promovira i kvalitetu sadržaja i usluga, teško se oteti dojmu da cijelo									

imanje danas, usprkos iznimnim naporima vlasnika, izgleda nedovoljno artikulirano, ne samo uslijed nedostatka kapitala, već i uslijed pomanjkanja cjelovite razvojne vizije. Samim tim, a kako se (turistička) budućnost cijelog imanja ne bi, u nedostatku prikladnog razvojnog koncepta, dodatno kompromitirala u vremenu koje dolazi, bilo bi potrebno, što je moguće prije, pristupiti: (i) izradi koncepta najbolje uporabe cijelog imanja, temeljem čega bi se definirale (ii) prioritetne razvojne zone i sadržaji, a potom i (iii) izradi tržišne *prefeasibility* studije koja bi verificirala razvojni kredibilitet cijelog koncepta. Na temelju svega toga, bilo bi, u konačnici potrebno izraditi i (iv) peto/desetogodišnji strateški/poslovni plan.

Aktivnosti:	• Priprema projektnog zadatka • Raspisivanje javnog natječaja za izradu koncepta najbolje uporabe, <i>prefeasibility</i> studije i poslovnog plana • Izbor najboljeg ponuđača • Početak realizacije projekta (fazni pristup)									
Nositelj:	Pustara Višnjica d.o.o.									
Ostali uključeni dionici:	• Virovitičko-podravska županija • Općina Sopje • Turistički konzultanti									
Vrijeme provedbe:	2022.	2023.	2024.	2025.	2026.	2027.	2028.	2029.	2030.	
Razina prioriteta:	visoka									

Aktivnost 4.	Ružica grad – konzervacija, revitalizacija, interpretacija
Cilj:	Osiguranje sadržajnog i poticajnog boravka/odmora
Opis:	Uvažavajući povijesni kontekst nastanka obrambenih fortifikacija na prostoru Virovitičko-podravske županije i grada Orahovice, očuvane srednjovjekovne utvrde o kojima se mogu pričati istinite priče/legende, a u koje svakako valja ubrajati i Ružica grad, izrazito su važne za turističko pozicioniranje neke destinacije na tržištu specijalnih interesa. U tom smislu, ovu bi utvrdu, kako uslijed povijesnog konteksta njenog nastanka, tako i zbog izuzetnog položaja (vizure) svakako valjalo učiniti turistički pristupačnijom širokom krugu raznorodnih posjetitelja kroz dobro osmišljen tematski plan njene interpretacije. Sukladno navedenom, specifični ciljevi realizacije ovog projekta su: (i) osigurati plan konzerviranja utvrde, po fazama, s popratnom dokumentacijom; (ii) osigurati dostupnost objekta – planirana cestovna

infrastruktura¹⁴ i parking mjesta za automobile i autobuse (iii) osigurati cjelovitu tematsku interpretaciju kompleksa utemeljenu na povijesnim događanjima i s njima povezanim (stvarnim ili mitskim) osobama (iv) potaknuti tematsko povezivanje lokaliteta/kompleksa s drugim sličnim utvrdama u bližem okruženju i njihovom povijesti, (v) stvoriti preduvjete za diversifikaciju turističkih doživljaja te povećanje turističke potrošnje na samom lokalitetu, odnosno u njegovom neposrednom okružju.

Aktivnosti:	Operacionalizacija projekta odnosi se na: • izradu plana konzerviranja utvrde po fazama • osiguravanje dostupnosti (cestovna infrastruktura i parking mjesta za automobile i autobuse) • detaljnu razradu ideje interpretacije Ružica grada • uspostavu načina/plana obilaska, • postavljanje info-ploča, • poboljšavanje pristupa lokaciji te • definiranje potrebnih sadržaja ponude.									
Nositelj:	Javna ustanova Park prirode Papuk u suradnji s Virovitičko-podravskom županijom i Gradom Orahovica									
Ostali uključeni dionici:	• TZ grada Orahovice • TZ Virovitičko-podravske županije • Park prirode Papuk • Kulturne institucije • Civilne udruge									
Vrijeme provedbe:	2022.	2023.	2024.	2025.	2026.	2027.	2028.	2029.	2030.	
Razina prioriteta:	visoka									

Aktivnost 6.	Unapređenje smeđe turističke signalizacije i interpretacije
Cilj:	Podići zadovoljstvo gostiju boravkom u destinaciji
Opis:	Riječ je o aktivnostima koje kontinuirano provodi sustav turističkih zajednica, a daljnjim razvojem turizma potrebno je kontinuirano nadopunjavati i održavati turističku signalizaciju i interpretaciju. Smeđa turistička signalizacija upućuje goste na atrakcije, a kvalitetna i dobro organizirana interpretacija omogućuje da gosti upoznaju atrakcije i educiraju se zbog čega su važne i izdvojene, što ih čini posebnima i vrijedima pažnje.

¹⁴ Asfaltna cesta od jezera u Duzluku do utvrde Ružica grad

	Dobro je kad je turistička interpretacija kvalitetno izvedena u smislu materijala, korištenja i zanimljivosti opisa. Isto tako, u što je većoj mjeri moguća jednoobraznost u njihovu izvođenju to je gostima lakše snalaziti se među njima i prepoznavati ih u prostoru. Važno je da interpretacijske ploče budu na vidljivim i dostupnim mjestima, uz mogućnost sigurnog parkiranja i, ukoliko je moguće, odmorišnim sadržajima (klupice).									
Aktivnosti:	• Izrada koncepta jednoobraznih informativnih ploča • Definiranje lokaliteta • Izrada projektnog zadatka • Izrada interpretacijskih ploča, postavljanje, održavanje i nadopunjavanje									
Nositelj:	Turistička zajednica Virovitičko-podravске županije i lokalne turističke zajednice									
Ostali uključeni dionici:	• Jedinice lokalne samouprave									
Vrijeme provedbe:	2022.	2023.	2024.	2025.	2026.	2027.	2028.	2029.	2030.	
Razina prioriteta:	visoka									

Aktivnost 7.	Unapređenje turističkih sadržaja na rutama									
Cilj:	Obogatiti doživljaj obilaska ruta i podignuti zadovoljstvo gostiju									
Opis:	U Virovitičko-podravskoj županiji gostima je na raspolaganju više ruta, ovisno o njihovim interesima i preferencijama. Posebno se mogu istaknuti 'Plemićka', 'Sakralna', 'Zelena'. Za ove rute izrađen je poseban promocijski materijal u kojem se ukratko prikazuju glavne atrakcije na ruti, te je predložen terminski plan obilaska. Ove rute su zanimljive iz razloga što objedinjuju srodne atrakcije u tematske obilaske čime gostima uvelike olakšavaju planiranje boravka. Rute se dodatno mogu obogaćivati sadržajima interpretacije, materijalima, <i>storytellingom</i>, sudjelovanjem i uključivanjem gostiju u pojedine aktivnosti, gastronomskim doživljajima, ponudom suvenira, mogućnostima kupnje lokalnih proizvoda i sl. Dodatno se predlaže osmišljavanje promotivnih materijala koji bi uključivali karte, mobilne aplikacije. Rute bi se trebale promovirati i kroz web stranice turističkih zajednica na cijelom području s interaktivnom kartom, sadržajima na ruti i njihovim opisima.									
Aktivnosti:	• Uključivanje i promoviranje ruta kroz sve materijale i aktivnosti svih turističkih zajednica na području Virovitičko-podravске županije									

	• Dodavanje sadržaja na rute s prijedlogom sudjelovanja u pojedinim aktivnostima (mogućnost selektiranja i odabira)								
Nositelj:	• Sustav turističkih zajednica na području Županije								
Ostali uključeni dionici:	• Javne ustanove za upravljanje zaštićenim prostorima • Vjerske institucije • Jedinice lokalne samouprave • Institucije koje upravljaju kulturnim atrakcijama								
Vrijeme provedbe:	2022.	2023.	2024.	2025.	2026.	2027.	2028.	2029.	2030.
Razina prioriteta:	visoka								

Aktivnost 8.	Unapređenje usluga u Centru za posjetitelje Dvorac Janković, Suhopolje
Cilj:	Osiguranje kvalitete boravka / pružanje nezaboravnog iskustva
Opis:	Obnovom dvorca Janković u Suhopolju, Virovitičko-podravska županija dobila je suvremeni, moderni multimedijalni izložbeni prostor usmjeren prema oživljavanju bogate baštine i stvaranju turističkog proizvoda. Uz moderno 5D kino, konferencijsku salu te kreativni laboratorij i interpretacijski prostor u hodnicima, dvorac nudi 15 smještajnih jedinica. To je veliki doprinos turističkoj ponudi same Županije, međutim nedostatan da bi turistički proizvod, doživljaj bio potpun. Započetu priču iz prizemlja dvorca gdje se nudi većina sadržaja potrebno je nastaviti i u ostalim dijelovima dvorca. Ideja da svaka smještajna jedinica ima svog grofa zanimljiva je, ali nedovoljna ako se ona ne može dalje doživjeti/istražiti u sobi i restoranu. U sobi to može biti kratka priča o toj plemićkoj obitelji u obliku slikovnice koju gost može ponijeti kući za uspomenu. U restoranu, baru moglo bi se ponuditi specifično jelo i piće, a turističke ture personalizirati prema toj temi. Također, u dvorcu se mogu organizirati razne tematske radionice na tu temu i gosta uključiti u istraživanje, otkrivanje. Gost je radoznao, želi saznati priču, za njega je to iskustvo i potrebno mu je to omogućiti. Nadalje, u uslužnoj djelatnosti kvaliteta usluge stvara konkurentnu prednost na tržištu. Važno je da se poslovni procesi u uslužnoj djelatnosti uspostave tj. standardiziraju. Također, potrebno je uspostaviti sustav odnosa s gostima da bi se ostvarila kvaliteta usluge od prvog kontakta s gostom do odlaska i ponovnog povratka ili preporuke. Sukladno navedenom, projekt ima za cilj unapređenje kvalitete usluga u dvorcu i proširenje tematskih priča u svim gostinskim prostorima

dvorca. Realizacijom projekta osigurala bi se kvaliteta usluge za pružanje nezaboravnog iskustva što bi rezultiralo zadovoljnim i stalnim gostima.										
Aktivnosti:	○ Osmišljavanje tematskih priča za svaku smještajnu jedinicu te povezivanje s ugostiteljskim sadržajima ○ Stvaranje standardnih operativnih procedura u odjelu smještaja i edukacija zaposlenika kroz razne radionice ○ Stvaranje standardnih operativnih procedura u odjelu hrane i pića i edukacija zaposlenika kroz razne radionice ○ Stvaranje programa/sustava za upravljanje odnosima s kupcima ○ Poticanje zaposlenika za pružanje kvalitete usluga kroz razne programe i aktivnosti									
Nositelj:	○ Virovitičko-podravska županija									
Ostali uključeni dionici:	○ TZ Virovitičko-podravske županije ○ TZ Suhopolje ○ Kreativne udruge iz Virovitičko-podravske županije (primjerice, udruga KREDA iz Suhopolja i dr.) ○ Turistički konzultanti									
Vrijeme provedbe:	2022.	2023.	2024.	2025.	2026.	2027.	2028.	2029.	2030.	
Razina prioriteta:	visoka									

8.2. Unapređenje smještajne i druge uslužne ponude

Ova razvojna strategija uključuje provođenje aktivnosti unutar dvije mjere:

- Unapređenje smještajne ponude
- Unapređenje druge uslužne ponude

UNAPREĐENJE SMJEŠTAJNE PONUDE

Aktivnost 1.	Izgradnja nekoliko novih hotelskih objekata različitih veličina (gradskih i/ili tematiziranih) na, za to prikladnim, lokacijama
Cilj:	Stvaranje preduvjeta za ubrzani razvoj stacionarnog turizma
Opis:	Na cijelom teritoriju Virovitičko-podravske županije dosad nije bilo izraženijeg interesa privatnog sektora za izgradnjom hotelskih objekata. Razlog za to vjerojatno treba tražiti u činjenici da cijela županija, bez obzira na turistički potentnu resursno-atraksijsku osnovu, nije, u očima (lokalnih) poduzetnika bila percipirana kao (dovoljno) interesantna destinacija za stacionarni turistički boravak. Takvo stanje stvari treba hitno promijeniti kako bi cijelo ovo područje dugoročno popravilo svoju konkurentnost na tržištu turističkih destinacija. Raznovrsna ponuda hotelskog smještaja, osobito ako je riječ o prikladno tematiziranim i sadržajno dobro osmišljenim objektima zadovoljavajuće kvalitativne razine, aktivno doprinosi ne samo imidžu određene turističke destinacije, već i stvaranju neophodnih pretpostavki za ubrzani razvoj stacionarnog turizma. Nadalje, riječ je o objektima destinacijske ponude koji uvelike determiniraju i kvalitativnu razinu ostale uslužne ponude u okruženju, a što uvelike ubrzava cijeli proces destinacijskog tržišnog (re)pozicioniranja. U skladu s prethodnim naznakama, projekt se odnosi na izgradnju određenog broja manjih (od 10 do 15 smještajnih jedinica) i srednje velikih hotela (oko 30-ak smještajnih jedinica) srednje/više kategorije pri čemu naglasak valja staviti ponajviše na veće urbane aglomeracije (Virovitica, Slatina, Orahovica), a jednim dijelom i na izabrane lokalitete u blizini vodećih županijskih prirodnih atrakcija i/ili lovničkih područja (obronci Bilogore, Papuka i Krndije, pustara Višnjica, rijeka Drava na potezu od Križnice do Noskovaca). Na kraju, posebno valja naglasiti da će brzina i obuhvat realizacije cijelog projekta uvelike ovisiti o osiguravanju/ustanovi prikladnog/poticajnog načina financiranja svakog pojedinog projekta, pri čemu bi ključnu ulogu trebao odigrati HBOR.

Aktivnosti:	Operacionalizacija projekta sastoji se od nekoliko, međusobno povezanih, faza: • Prva faza odnosi se na utvrđivanje najpogodnijih lokaliteta za izgradnju hotelskih objekata (kako u gradovima, tako i na lokalitetima u blizini vodećih županijskih atrakcija) • Druga faza odnosi se na prilagođavanje postojeće prostorno-planske dokumentacije (uvjeti i poželjni gabariti izgradnje), • Treća faza odnosi se na rješavanje imovinsko-vlasničke problematike, odnosno otkup i infrastrukturno opremanje zemljišta, u slučaju da se ne radi o javnom vlasništvu • Četvrta faza odnosi se na pripremu javnog natječaja za prikupljanje ponuda (s detaljnim opisom projektnog zadatka) • Konačno, peta se faza odnosi se provedbu javnog natječaja, izbor najboljeg ponuđača i početak izgradnje.									
Nositelj:	Virovitičko-podravska županija/JLS u suradnji s privatnim sektorom									
Ostali uključeni dionici:	• TZ Virovitičko-podravske županije • Gradske/općinske TZ na području VPŽ • HBOR • Turistički konzultanti • Privatni poduzetnici									
Vrijeme provedbe:	2022.	2023.	2024.	2025.	2026.	2027.	2028.	2029.	2030.	
Razina prioriteta:	visoka									

Aktivnost 2.	Izgradnja 5 - 10 B&B pansiona i 10 - 15 ruralnih kuća za odmor¹⁵
Cilj:	Stvaranje preduvjeta za ubrzavanje razvoja stacionarnog turizma
Opis:	Najveći dio teritorija Virovitičko-podravske županije odnosi se na slabije naseljeni, izrazito atraktivni i ekološki očuvani ruralni prostor, izuzetno pogodan za razvoj različitih oblika turizma posebnih interesa (turizam aktivnosti, lov/ribolov, seoski turizam, eko turizam i sl.). Aktivniji pristup turističkom razvoju ovog dijela projektnog područja trebao bi rezultirati njegovom postupnom ekonomskom i demografskom revitalizacijom. U tom smislu, projekt se odnosi na uspostavu nekoliko (10-ak) manjih, obiteljsko vođenih, prikladno tematiziranih B&B pansiona (veličine 10-ak soba, 400 - 500m ² bruto razvijene površine) i/ili samostojećih ruralnih kuća za odmor (tradicijski graditeljski izričaj, dobra uklopljenost u autohtoni ambijent). Uspostava B&B pansiona/ruralnih kuća za odmor

¹⁵ Jedan od dobrih primjera su smještajni kapaciteti visoke kategorije u općini Špišić Bukovica u okviru projekta 'Kuća čaja – oaza mira' koji je u tijeku provedbe.

može biti, kako rezultat nove izgradnje, tako i prenamjene i/ili revitalizacije nekorištenih/zapuštenih građevina čistog vlasničkog statusa. Kao posebno interesantna područja/zone za izgradnju ove vrste smještajne ponude nameću se Križnica, cijeli potez uz Dravu od Križnice do Noskovaca, obronci Bilogore, Virovitički ribnjaci, pustara Višnjica, područje u neposrednoj blizini Orahovačkog jezera, kao i kontaktni prostor uz Voćinska jezera i jezero Javorica. Također, zanimljivo je uzeti u obzir i potencijal bivših industrijskih građevina u malim ruralnim mjestima koje se nalaze uz važnije cestovne pravce i koje mogu biti zanimljive gostima u tranzitu.

Osim pružanja usluga smještaja i prehrane, gosti tematiziranih ruralnih B&B pansiona/ruralnih kuća za odmor, uz sve pogodnosti bijega od svakodnevnog stresa, mogli bi birati između pasivne psihofizičke relaksacije i mogućnosti provođenja aktivnog (obiteljskog) odmora u prirodnom, ekološki očuvanom okruženju.

Projekt uspostave kritične mase malih, obiteljski vođenih smještajnih objekata tradicijskog arhitektonskog izričaja značajno bi pridonio jačanju interesa za stacionarnim boravkom na području Županije, osobito u dane vikenda, ali i tijekom turističke pred i posezone.

Projekt bi trebao biti potpomagan i proračunskim sredstvima gradova/općina na cijelom projektnom području (bespovratna sredstva za potrebe provjere tržišne održivosti i financijske isplativosti), ali i kroz djelovanje Poduzetničkog razvojno-investicijskog servisa. Na kraju, posebno valja naglasiti da će brzina i obuhvat realizacije ovog projekta velikim dijelom ovisiti o osiguravanju/uspostavi poticajnog načina financiranja svakog pojedinačnog investicijskog poduhvata, pri čemu bi ključnu ulogu trebao odigrati HBOR. Isto tako, u cilju jačanja interesa privatnih poduzetnika, bilo bi korisno da Virovitičko-podravska županija, odnosno JLS na njenom području ponude konkretne fiskalne poticaje tijekom prvih 5 ili više godina poslovanja.

Aktivnosti:	Operacionalizacija projekta sastoji se od tri, međusobno povezane, faze. • Prva faza odnosi se na definiranje uvjeta i prostorno-planskih gabarita poželjne izgradnje • Druga faza podrazumijeva izradu razvojnog koncepta (idejno rješenje) za svaki pojedini objekt, kao i na provjeru njegove tržišne održivosti i financijske isplativosti. • Treća faza odnosi se na početak izgradnje.
Nositelj:	Virovitičko-podravska županija/JLS u suradnji s privatnim sektorom

Ostali uključeni dionici:	• JLS Virovitičko-podravske županije • HBOR • Turistički konzultanti • Privatni poduzetnici
Vrijeme provedbe:	2022. 2023. 2024. 2025. 2026. 2027. 2028. 2029. 2030.
Razina prioriteta:	visoka

Aktivnost 3.	Uspostava inovativne/eko kamp ponude na izabranim lokalitetima
Cilj:	Unapređenje strukture smještajne ponude i diversifikacija proizvoda kroz izgradnju novih objekata turističke suprastrukture
Opis:	Ukupna smještajna ponuda cijelog projektnog područja danas je, ne samo siromašna, već i nedovoljno diversificirana. To je zasigurno i jedan od razloga, iako ne ključni, zašto se gosti češće ne odlučuju za provođenje (duljeg) odmora na području Virovitičko-podravske županije. U tom smislu, diversifikacija smještajne ponude, osobito u kontekstu boljeg korištenja turističkog potencijala najznačajnijih prirodnih atrakcija u područjima turistički slabo valoriziranih ruralnih dijelova županije, podrazumijeva uspostavu ekološki nenametljive, tematizirane i infrastrukturno manje zahtjevne smještajne ponude primjerene, kako režimu zaštite prirodno vrijednog i/ili zaštićenog prostora, tako i zahtjevima sve većeg broja ekološki osviještenih potrošačkih segmenata. Uvažavajući prethodne konstatacije, a u želji povećane, ali kontrolirane turistifikacije lokaliteta/zona u blizini prirodnih atrakcija, osobito onih povezanih s vodenim površinama (Križnica, Virovitički ribnjaci, Orahovačko jezero, Voćinska jezera, jezero Javorica i sl.) kao idealno rješenje nameće se izgradnja nekoliko manjih eko-kampova primjerene kvalitete i opremljenosti. Pritom, naravno, valja voditi računa o izboru najboljih mikrolokacija za svaki od ovih oblika smještajne ponude.¹⁶ Projekt bi trebao biti potpomagan i proračunskim sredstvima gradova/općina na cijelom projektnom području (bespovratna sredstva za potrebe provjere tržišne održivosti i financijske isplativosti), ali i kroz djelovanje Poduzetničkog razvojno-investicijskog servisa. Isto tako, i u ovom slučaju valja naglasiti da će brzina i obuhvat realizacije cijelog projekta velikim dijelom ovisiti o osiguravanju/uspostavi poticajnog načina financiranja svakog pojedinačnog investicijskog poduhvata, pri čemu bi ključnu ulogu trebao odigrati HBOR.

¹⁶ Park prirode Papuk u trećoj razvojnoj fazi prijemne točke Vrata Papuka u Sl. Drenovcu planira izradu tehničke dokumentacije i infrastrukturno ulaganje u mobilne kućice i drugi eko-kamp, što će pridonijeti diverzifikaciji smještajne ponude.

Aktivnosti:	Operacionalizacija projekta sastoji se od nekoliko, međusobno povezanih, faza: • Prva faza podrazumijeva definiranje turistički najpotentnijih mikrolokacija u javnom vlasništvu koje su, u prostorno-planskom smislu, već predestinirane za turistički razvoj • Druga faza odnosi se na izradu koncepta najboljeg načina korištenja (tzv. <i>'best use concept'</i>) za svaku od izabranih lokacija. Svrha ove faze je definiranje svih bitnih elemenata (veličina, struktura i kvaliteta te prostorni razmještaj) poželjnih sadržaja turističke ponude. • Treća faza odnosi se na provjeru tržišne održivosti i financijske isplativosti željenog razvojnog koncepta svake od izabranih lokacija. • Četvrta faza odnosi se na infrastrukturno opremanje svake od definiranih mikrolokacija. • Peta faza podrazumijeva pripremu projektne dokumentacije za raspisivanje javnog natječaja za prikupljanje ponuda. • Konačno, šesta se faza odnosi na provedbu javnog natječaja, izbor najboljeg ponuđača i početak izgradnje.									
Nositelj:	Virovitičko-podravska županija/JLS u suradnji s privatnim sektorom									
Ostali uključeni dionici:	• JLS Virovitičko-podravske županije • HBOR • Turistički konzultanti • Privatni poduzetnici									
Vrijeme provedbe:	2022.	2023.	2024.	2025.	2026.	2027.	2028.	2029.	2030.	
Razina prioriteta:	visoka									

Aktivnost 4.	Povećanje kvalitete i prezentabilnosti kapaciteta obiteljskog smještaja									
Cilj:	Osiguranje sadržajnog i poticajnog boravka/odmora									
Opis:	Obiteljski smještaj (turistički apartmani, sobe, smještaj na OPG-ovima) čini danas značajni, dio ukupno raspoloživog, statistički registriranog, komercijalnog smještajnog kapaciteta Virovitičko-podravske županije. Radi se o smještaju različite kvalitativne razine i prezentabilnosti u vlasništvu osoba neujednačene osposobljenosti za pružanje turističko-ugostiteljskih usluga. Samim tim, riječ je o smještajnom kapacitetu različite konkurentske sposobnosti i različitog tržišnog potencijala. U cilju unapređenja današnje kvalitete i/ili tržišne pozicije obiteljskog smještaja na području cijele županije, projektom bi trebalo definirati									

mjere, aktivnosti i/ili programe unapređenja i standardizacije ove vrste smještaja, vodeći osobito računa o potrebi:

- uspostave marki kvalitete,
- ekološki odgovornog poslovanja,
- unapređenja sustava komercijalizacije i promocije,
- podizanja razine postojećih znanja i vještina.

Aktivnosti:	Uz maksimalno pridržavanje i primjenu odredbi postojećih pravilnika o minimalnim tehničkim uvjetima u sferi obiteljskog smještaja, operacionalizacija projekta trebala bi se temeljiti na osiguravanju obvezne periodične edukacije njihovih vlasnika (svakih pet godina) u cilju usvajanja novih znanja i vještina osobito u sferi: • tržišnog nastupa i cjenovne politike • osiguravanja primjerene kvalitete usluge u uvjetima sve veće konkurencije • financijskog praćenja poslovanja i izvještavanja • suradnje s drugim turističkim poduzetnicima u smislu stvaranja složenih turističkih proizvoda									
Nositelj:	TZ Virovitičko-podravske županije i lokalne turističke zajednice									
Ostali uključeni dionici:	• Vlasnici obiteljskog smještaja • Turistički konzultanti									
Vrijeme provedbe:	2022.	2023.	2024.	2025.	2026.	2027.	2028.	2029.	2030.	
Razina prioriteta:	visoka									

UNAPREĐENJE DRUGE USLUŽNE PONUDE

Aktivnost 1.	Podizanje kvalitete enogastronomске ponude
Cilj:	Podignuti zadovoljstvo gostiju boravkom u destinaciji
Opis:	Istraživanja pokazuju da enogastronomска ponuda destinacije postaje sve veći faktor zadovoljstva boravkom u destinaciji, a i sve veći motiv putovanja za određene grupe potrošača. Enogastronomija predstavlja veliki potencijal za Županiju, ali je potrebno stalno podizati kvalitetu ugostiteljske ponude kako bi se izgradio imidž 'destinacije posebnih i izvornih okusa'. To znači dalje nastaviti razvijati ponudu u smjeru lokalnih specijaliteta, lokalnih namirnica i njihove kvalitetne prezentacije gostima (i kroz <i>storytelling</i>). Gastronomsku priču također valja razvijati na destinacijskoj razini, što znači mogućnost obilaska polja, edukaciju u pripremi tipičnih jela,

stavljanje naglaska na slastice i 'slatku Županiju', razvoj tematskih manifestacija i događanja vezanih uz pojedine namirnice, jela i sezone.

Posebnu pažnju valja staviti i na uređenje restorana u smislu njihovog ambijenta i atmosfere, izradi jelovnika i naziva jela, kao i naziva samih restorana. Unapređenje enogastronomске ponude ostvaruje se kroz niz radionica (koje se mogu pripremiti u suradnji s poznatim *chefovima* iz Županije, studijskim putovanja na kojima se mogu vidjeti primjeri dobre prakse i slično).

Aktivnosti:	• Edukacija i studijska putovanja za djelatnike u objektima hrane i pića • Pružanje tehničke pomoći zainteresiranim objektima (izrada jelovnika i dr.) • Osmišljavanje/objedinjavanje manifestacija na temu hrane i pića (mogućnosti 'marker' manifestacije) • Daljnje označavanje objekata markom 'Okusi Podravine i Slavonije' • Pojačana promocija enogastronomije
Nositelj:	Turistička zajednica Virovitičko-podravské županije i lokalne turističke zajednice
Ostali uključeni dionici:	• Nositelji enogastronomské ponude • Muzeji na području Županije • Lokalne udruge (KREDA, Rukotvorine i dr.) • Jedinice lokalne samouprave
Vrijeme provedbe:	2022. 2023. 2024. 2025. 2026. 2027. 2028. 2029. 2030.
Razina prioriteta:	srednja

Aktivnost 2.	Vinske ceste i putevi
Cilj:	Podignuti sadržajnost boravka i razinu zadovoljstva gostiju u Županiji
Opis:	Vinska cesta podrazumijeva udružene dionike koji nude usluge kušanja vina, voćnih rakija i sl. proizvoda iz vlastite proizvodnje, hranu i piće i smještaj, a zajedno pridonose ukupnoj kvaliteti turističke ponude u destinacijama. Uobičajeno se vinske ceste formiraju na područjima koja su krajobrazno lijepa, na kojima se nalaze neke kulturne znamenitosti i koja imaju tradiciju u vinarstvu. Dionici na vinskoj cesti trebaju biti povezani, trebaju postojati putokazi tj. ona mora biti označena. Također, na takvom području treba biti i kvalitetna ugostiteljska ponuda i atrakcije koje pridonose cjelokupnom doživljaju.

Vinska cesta treba biti organizirana na način da je gostima uvijek na raspolaganju dio vinarija koje su dostupne, otvorene i u kojima mogu kušati i kupiti proizvode. Također, zanimljivo je ukoliko se u interpretaciju uključuju i sami vinari, što cijeli doživljaj čini još atraktivnijim. Uz vinarije, zanimljivi su vidikovci, manifestacije, muzeji i slično.

Aktivnosti:	• Označavanje vinskih cesta • Edukacija vinara kroz studijska putovanja • Promocija vinskih cesta								
Nositelj:	Turistička zajednica Virovitičko-podravske županije i cijeli sustav turističkih zajednica								
Ostali uključeni dionici:	• Vinari • Jedinice lokalne samouprave								
Vrijeme provedbe:	2022.	2023.	2024.	2025.	2026.	2027.	2028.	2029.	2030.
Razina prioriteta:	srednja								

8.3. Unapređenje organizacije, marketinga i upravljanja

Ova razvojna strategija uključuje provođenje aktivnosti unutar dvije mjere:

- Unapređenje destinacijskog menadžmenta
- Unapređenje ljudskih resursa

DESTINACIJSKI MENADŽMENT

Aktivnost 1.	Podizanje razine svijesti o potencijalima turizma
Cilj:	Potaknuti lokalno stanovništvo u uključivanje u turistički razvoj
Opis:	Budući da u Virovitičko-podravskoj županiji ne postoji duga tradicija u turizmu ovom se aktivnošću želi podignuti svijest o potencijalima koji turizam može donijeti, odnosno, njegov doprinos kvaliteti života. Vezano uz to, potrebno je provoditi aktivnosti internog marketinga kojim bi se distribuirale informacije vezane uz turizam širokom krugu ljudi i time podigla svijest o resursima, atrakcijama i drugim vrijednostima u Županiji koje se mogu valorizirati kroz turizam. Podizanje razine svijesti o potencijalima turizma pridonijelo bi rastu interesa lokalnog stanovništva u poduzimanje poduzetničkih aktivnosti kao i njihovo uključivanje u turističke tokove. Također, trebalo bi pozitivno djelovati i u smislu boljeg poznavanja svih atrakcija i resursa u Županiji i time mogućnostima pružanja informacija gostima. Aktivnosti internog marketinga podrazumijevaju priloge u lokalnim online i offline medijima, intervju s dionicima, priloge o aktualnim projektima i planovima koji se žele realizirati, o turističkom prometu i novitetima u turističkoj ponudi, odnosno, o svim temama i projektima koje se tiču turizma.
Aktivnosti:	Operacionalizacija projekta podrazumijeva: • kontinuirano plasiranje vijesti o projektima i aktivnostima koje se tiču turizma u Županji • organizaciju radionica na temu turizma i mogućnostima koje razvoj turizma donosi lokalnom stanovništvu • generalno, nastupe u lokalnim medijima i promociju svih događanja vezanih uz turizam
Nositelj:	Turistička zajednica Virovitičko-podravske županije i lokalne turističke zajednice

Ostali uključeni dionici:	• Lokalni mediji • Dionici važni za turistički razvoj
Vrijeme provedbe:	2022. 2023. 2024. 2025. 2026. 2027. 2028. 2029. 2030.
Razina prioriteta:	visoki

Aktivnost 2.	Praćenje kvalitete u turizmu
Cilj:	Osigurati kvalitetu ponude na destinacijskoj razini
Opis:	Kontinuirani rad na kvaliteti turističke ponude put je prema održivosti razvoja turističke destinacije i zaštiti kulturne i prirodne baštine. Koncept kvalitete znači ravnotežu između očekivanja i zadovoljstva gostiju, pa je stoga važno osigurati dugoročno ulaganje u kvalitetu svih elemenata u destinacijskoj ponudi. Implementacija sustava kvalitete podrazumijeva postavljanje ciljeva, podršku procesima i mjerenje učinkovitosti s obzirom na postavljene standarde. Kvaliteta destinacije nije samo zbroj njenih komponenti već predstavlja složen proces u kojem koordiniraju lokalne tvrtke, stanovništvo i javni sektor. Praćenje kvalitete znači i kvalitetne informacije koje se dobivaju ovim procesom kao inputi za donošenje poslovnih odluka na svim razinama. Pokazatelji kvalitete najčešće uključuju pokazatelje na razini kvalitete destinacije i kvalitete turističkih proizvoda i njihovim se prikupljanjem kroz vrijeme dolazi do kvalitetnih informacija za donošenje poslovnih odluka. Podatke o njima važno je distribuirati svim dionicima u destinaciji, a ujedno se kroz taj proces i promovira 'kvaliteta' kao jedna od osnovnih odrednica razvoja turizma u Virovitičko-podravskoj županiji. Definiran skup pokazatelja kvalitete ovisi o specifičnosti destinacije. Dio pokazatelja prati se na razini određenih javnih institucija, a za dio je moguće provoditi primarna istraživanja. Primjerice, pokazatelji mogu biti: rast broja poduzetnika u turizmu, zadovoljstvo podrškom turističkoj industriji, sigurnost, kvaliteta smještaja, kvaliteta informacija, ponuda aktivnosti i drugi.
Aktivnosti:	Proces uključuje: • imenovanje institucije/koordinatora za praćenje pokazatelja • definiranje dionika koji će biti uključeni u proces • definiranje pokazatelja praćenja kvalitete • kontinuirano prikupljanje podataka iz sekundarnih izvora • kontinuirana provedba potrebnih primarnih istraživanja • praćenje i usporedba rezultata kroz planska razdoblja

	• unapređenje istraživanja								
Nositelj:	Turistička zajednica Virovitičko-podravске županije i lokalne turističke zajednice								
Ostali uključeni dionici:	• Dionici iz javnog sektora • Dionici iz privatnog sektora								
Vrijeme provedbe:	2022.	2023.	2024.	2025.	2026.	2027.	2028.	2029.	2030.
Razina prioriteta:	visoka								

Aktivnost 3.	Praćenje održivosti turizma								
Cilj:	Pratiti pokazatelje i osigurati dugoročno održivi razvoj turizma								
Opis:	Zbog zaštićenih područja na području Županije i njihovoj vrijednosti važno je osigurati i praćenje održivosti turizma, posebno u kontekstu očekivanog rasta broja posjetitelja. Za praćenje održivosti potrebno je odrediti pokazatelje koji će se pratiti za što već postoje formirani sustavi za praćenje (ETIS, CROSTO). Primjerice, bazni CROSTO pokazatelji definirani su u četiri područja održivosti: ekonomski, socijalni, okolišni, prostorni. Neki od njih primjereni su za praćenje na regionalnoj razini, a neki na lokalnoj. Budući da je svaka destinacija specifična i u drugoj fazi životnog ciklusa razvoja, za Virovitičko-podravsku županiju predlaže se definiranje skupa prikladnih pokazatelja/indikatora. Posebnu pažnju treba obratiti na okolišne pokazatelje zbog zaštićenih prostora i očekivanog rasta potražnja za njima.								
Aktivnosti:	• Definiranje pokazatelja • Prikupljanje i praćenje pokazatelja								
Nositelj:	Sustav turističkih zajednica u suradnji sa ustanovama koje upravljaju zaštićenim područjima								
Ostali uključeni dionici:	• Vlasnici smještajnih objekata • Drugi nositelji turističkih usluga								
Vrijeme provedbe:	2022.	2023.	2024.	2025.	2026.	2027.	2028.	2029.	2030.
Razina prioriteta:	niža								

Aktivnost 4.	Razvoj i ponuda agencijskih programa								
Cilj:	Umrežavanje i povezivanje različitih turističkih dionika - stvaranje složenog turističkog proizvoda								
Opis:	Trendovi na suvremenom turističkom tržištu ukazuju na rast potražnje za turističkim doživljajima koji se temelje na lokalnim posebitostima								

nekoj područja, na njegovim autohtonim obilježjima i specifičnostima koje nije moguće doživjeti u nekoj drugoj destinaciji. U tom smislu potrebno je poticati ponudu receptivnih turističkih agencija koje će razvijati ponudu temeljenu na lokalnim resursima i atrakcijama te formirati zanimljive turističke pakete usmjerene prema domaćoj, izletničkoj potražnji, ali i prema stacionarnoj potražnji.

Turističke ture poput 'Plemićke', 'Sakralne' i 'Zelene' predstavljaju potencijal da se područje Virovitičko-podravске županije nudi kao zanimljiva destinacija jedinstvenih iskustava i doživljaja. Naglasak bi trebao biti na 'otkrivanju' boutique destinacije koja je bogata očuvanom i zaštićenom prirodom te 'plemićkim' životom, ali i na eko turističkim turama na kojima destinacija također može graditi imidž.

Receptivne agencije trebale bi što više prepoznavati taj potencijal te na tržištu nuditi kvalitetne i zanimljive turističke proizvode/pakete.

Aktivnosti:	○ Daljnji razvoj složenih turističkih proizvoda ○ Povezivanje i poticanje različitih turističkih posrednika za kreiranje složenih turističkih proizvoda ○ Organizacija radionica za poslovni segment ○ Organizacija studijskih putovanja za predstavnike agencija
Nositelj:	○ TZ Virovitičko-podravске županija i lokalne turističke zajednice
Ostali uključeni dionici:	○ Virovitičko-podravska županija ○ Gradovi/općine na području Županije ○ Lokalne/županijske ustanove i gospodarski subjekti javnog sektora ○ Privatni sektor
Vrijeme provedbe:	2022. 2023. 2024. 2025. 2026. 2027. 2028. 2029. 2030.
Razina prioriteta:	visoka

Aktivnost 5.	Razvoj i promocija programa za individualne obilaske
Cilj:	Stvaranje jedinstvenog doživljaja
Opis:	Suvremeni turisti očekuju i traže jedinstvena i autentična iskustva tijekom putovanja i boravka u turističkoj destinaciji. Njihova pozitivna iskustva pridonose imidžu turističke destinacije i odanosti turista istoj, koja se manifestira ponovnim dolaskom u destinaciju i njezinom preporukom drugim turistima. Značajna odrednica nezaboravnog turističkog doživljaja je iskustvo lokalne kulture i interakcija turista s lokalnim stanovništvom. U tom smislu veoma je bitno da se posjetiteljima ili gostima u boravku ponude personalizirani obilasci odredišta koja će biti obogaćena <i>storytellingom</i> tj. pričom iz/o lokalnim zajednicama i njihovim kulturnim tradicijama.

Na području Virovitičko-podravske županije postoji zanimljiva ponuda za individualne turističke obilaske, koje je potrebno dalje razvijati, promovirati i nuditi na tržištu. Moguće aktivnosti su: posjet skrivenim mjestima grada s lokalnim vodičem, odlazak u lov/ribolov ili promatranje ptica sa stručnim vodičem, vožnja kanuom, zatim kreiranje personalizirane plemićke ture u kojoj gost istražuje zanimljivosti specifične plemićke obitelji, kako su živjeli, radili. Također, to se može napraviti i sa Zelenom i Sakralnom turom, ali bitno je da budu personalizirane i da uključe gosta u aktivno "otkrivanje destinacije". Zatim, posjet imanju Višnjica mogućnost je da se gostu/posjetitelju pokaže kakav je život bio nekada na tom području, mogu se organizirati konjičke predstave, programi jahanja, edukativne radionice za djecu, obitelj.

Aktivnosti:	• Formiranje tima stručnjaka za kreiranje individualnih ruta • Izrada informativno-promidžbenih materijala • Poticanje putničkih agencija za privlačenje turista tematskim turama/obilascima u Županiju • Koordinacija s vodičima zainteresiranim za vođenje individualnih tura u Županiji • Evaluacija i unapređenje informativno-promidžbenih materijala i programa									
Nositelj:	TZ Virovitičko-podravske županije									
Ostali uključeni dionici:	• Pružatelji različitih usluga u turizmu na području VPŽ • Turistički vodiči									
Vrijeme provedbe:	2022.	2023.	2024.	2025.	2026.	2027.	2028.	2029.	2030.	
Razina prioriteta:	visoka									

Aktivnost 6.	Jačanje znanja i kompetencija nositelja izvršne vlasti na području Virovitičko-podravske županije									
Cilj:	Unapređenje investicijske klime									
Opis:	Uspješna implementacija zaključaka i preporuka ovog dokumenta ovisit će o tome u kojoj će mjeri nositelji izvršne vlasti u jedinicama lokalne samouprave na cijelom prostoru Županije, u suradnji sa sustavom turističkih zajednica, inicirati promjene, potaknuti suradnju s turističkim poduzetnicima, motivirati lokalne poduzetnike i osigurati međusobno povjerenje svih relevantnih dionika turističkog razvoja. Budući turistički razvoj Virovitičko-podravske županije bit će usko koreliran s uspostavom jakog i odgovornog projektnog vodstva ('leadership'), odnosno inauguriranja uskog tima posvećenih profesionalaca koji čvrsto vjeruju u mogućnost dubokih strukturnih									

promjena u dosad prevladavajućem načinu promišljanja i upravljanja turističkim razvojem.

Uspostava takvog jakog i odgovornog vodstva ('*leadershipa*') podrazumijeva dubinsko poznavanje problematike turističkog razvoja na makro i mikro razini, ali i teorije eksternalija kako bi se spriječile moguće negativne posljedice nedovoljno promišljenog razvoja, odnosno, promoviranja turističkih razvojno-investicijskih projekata koji bi mogli biti u suprotnosti s konceptom održivog razvoja.

Aktivnosti:	Operacionalizacija projekta podrazumijeva: • Definiranje programskih područja potrebne edukacije nositelja izvršne vlasti u JLS na području Županije • Izradu liste potencijalnih pružatelja edukacijskih usluga • Osiguravanje potrebnih financijskih sredstava • Provedba kontinuirane edukacije									
Nositelj:	Izvršne vlasti gradova/općina									
Ostali uključeni dionici:	• VIDRA • TZ VPŽ • TZ gradova/općina • Turistički konzultanti • Pružatelji edukacijskih usluga									
Vrijeme provedbe:	2022.	2023.	2024.	2025.	2026.	2027.	2028.	2029.	2030.	
Razina prioriteta:	visoka									

Aktivnost 7.	Poduzetnički razvojno-investicijski servis									
Cilj:	Unapređenje investicijske klime i smanjivanje poduzetničkih rizika									
Opis:	Nedostatak kvalitetnih informacija za potencijalne investitore, nedostatak interesa, kao i nedostatak vještina uz pripremu projektne dokumentacije za osiguranje financijskih izvora za manje poduzetničke projekte zasigurno predstavljaju velike prepreke u dinamiziranju turističkog poduzetništva na području Virovitičko-podravske županije. Zbog toga je važno postojećim i potencijalnim poduzetnicima osigurati kvalitetne informacije i stručnu podršku u procesu pripreme (manjih) poduzetničkih poduhvata. Riječ je o svojevrsnom informacijsko-edukativnom 'one stop shopu' za sve poduzetne građane na projektnom području koji razmišljaju o pokretanju vlastitih poduzetničkih projekata. Informacijsko-edukativni 'one stop shop' mogao bi se formirati u okviru područnih razvojnih agencija ili poduzetničkih inkubatora sa ciljem: besplatnog osiguravanja relevantnih informacija za pripremu projekata, diseminacije informacija o aktualnim i dostupnim mogućnostima									

	financiranja (HBOR, EU fondovi, bespovratna sredstva različitih ministarstava RH, sredstva Hrvatske turističke zajednice i dr.), pravnim zahtjevima, propisima, porezima, registraciji, tržišnim trendovima, najboljim praksama u vođenju poslovanja, marketingu, financijskom kontrolingu itd., ali i osiguranja savjetodavnih usluga (seminari, radionice, 'ad hoc', konzultacije) i pomoći u pripremi dokumentacije za poduzetničke razvojne projekte.									
Aktivnosti:	Operacionalizacija projekta podrazumijeva: • Uspostavu posebne organizacijske jedinice pri gradskoj upravi • Osiguravanje posebnih financijskih sredstava za djelovanje servisa • Provođenje javnog natječaja i izbor kandidata (VSS zaposlenik)									
Nositelj:	Izvršna vlast Županije/grada Virovitice									
Ostali uključeni dionici:	• Razvojne agencije • Poduzetnički inkubatori • Stari i novi (potencijalni) poduzetnici • TZ Virovitičko-podravske županije • Turistički konzultanti									
Vrijeme provedbe:	2022.	2023.	2024.	2025.	2026.	2027.	2028.	2029.	2030.	
Razina prioriteta:	visoka									

UNAPREĐENJE LJUDSKIH RESURSA

Aktivnost 1.	Program edukacija za poduzetnike
Cilj:	Poticanje poduzetničke aktivnosti i jačanje kapaciteta ljudskih resursa u javnom sektoru
Opis:	Budući da se u Virovitičko-podravskoj županiji želi potaknuti poduzetništvo u turizmu, važno je osigurati edukacije za poduzetnike i potencijalne poduzetnike. Naime, zbog nepostojanja tradicije u turističkom privređivanju pretpostavka je da nedostaju znanja i da postoje određeni 'strah i neizvjesnost' od ulaganja u poslove vezane uz turizam. Zbog toga je važno organizirati edukaciju za sve one koji žele pokrenuti poslovanje kako bi se predstavile mogućnosti turizma i pružala konkretna znanja o pokretanju i vođenju određenih poslova. Za takve edukacije potrebno je provesti istraživanje među lokalnim poduzetnicima i stanovništvom kako bi se vidjela zainteresiranost za

određene teme i znanja. Program edukacija može se organizirati svake godine, a u suradnji sa stručnjacima iz različitih područja (financije, marketing, prodaja i dr.).	
Aktivnosti:	• Istražiti interes među dionicima • Kreirati program za edukacije • Angažirati obrazovne institucije i provoditi edukacije • Evaluirati edukacije
Nositelj:	Sustav turističkih zajednica s jedinicama lokalne samouprave
Ostali uključeni dionici:	• VIDRA • Veleučilište u Virovitici • Razvojne agencija na području Županije • Poduzetnički inkubator VPŽ
Vrijeme provedbe:	2022. 2023. 2024. 2025. 2026. 2027. 2028. 2029. 2030.
Razina prioriteta:	visoka
Aktivnost 2.	Podrška kroz B2B aktivnosti
Cilj:	Podrška javnom i privatnom sektoru u jačanju znanja i kompetencija
Opis:	Riječ je o aktivnostima podrške usmjerenim prema poslovnom sektoru kroz pružanja aktualnih informacija, a mogu uključivati rezultate relevantnih istraživanja, upute za pojedine aktivnosti, pomoć pri donošenju odluka i slično. Isto tako, uključuje i aktivnosti edukacije kroz organizaciju poslovnih studijskih putovanja, upoznavanje primjera dobre prakse, radionica na kojima sudjeluju stručnjaci iz prakse vezano uz određene konkretne teme. Vezano uz to, na stranicama Turističke zajednice Virovitičko-podravske županije predlaže se organizirati posebnu sekciju koja se odnosi na pružanje kvalitetno i pregledno organiziranih i aktualnih informacija koje mogu pomoći poslovnom sektoru u unapređenju njihova poslovanja. Vremenom bi ta sekcija mogla postati mjesto stalnog informiranja i povezivanja dionika u turizmu. Informacije koje se ovdje mogu nalaziti su primjerice: aktualni projekti u turizmu u Županiji, planirane aktivnosti u tekućoj godini, aktualni razvojni i marketinški planovi vezani uz turistički razvoj, informacije o tržištima – pregled relevantnih i dostupnih rezultata istraživanja, EU projekti, adresari, upute za dionike (kako komunicirati brend, kako prezentirati baštinu i sl.).
Aktivnosti:	Operacionalizacija projekta podrazumijeva,; • Izrada web arhitekture za B2B • Dodavanje sekcije B2B na portal TZ VPŽ

	Kontinuirano ažuriranje informacija									
Nositelj:	Turistička zajednica Virovitičko-podravske županije									
Ostali uključeni dionici:	- Tvrtka za izradu internetskih stranica - Turistički konzultanti									
Vrijeme provedbe:	2022.	2023.	2024.	2025.	2026.	2027.	2028.	2029.	2030.	
Razina prioriteta:	srednja									

8.4. Gradnja turističkog imidža

KOMUNIKACIJSKE AKTIVNOSTI

Aktivnost 1.	Baza imidž materijala ('Ikkone' Županije)
Cilj:	Podizanje prepoznatljivosti Virovitičko-podravske županije
Opis:	Virovitičko-podravska županija, sa ciljem podizanja prepoznatljivosti, u što većoj mjeri treba promovirati i ponavljati u promocijskim aktivnostima i materijalima svoje glavne 'ikone' kako bi se tijekom vremena glavne atrakcije vezale uz ovaj prostor. Naime, još uvijek postoji veliko nepoznavanje od strane turističkog tržišta, što sve ovaj prostor nudi i koje su tu ključne atrakcije. Budući da prostor Županije ima nekoliko iznimno 'fotogeničnih' atrakcija koje prilikom posjeta zaista iznenađuju i izazivaju oduševljenje, svakako treba odabrati nekoliko najjačih koje mogu izazvati snažnu reakciju interesa i potaknuti na posjet i otkrivanje. Dodatno, te 'ikone' treba prikazati upravo na način da izazovu zanimanje pri čemu se mogu koristiti poruke u vidu pitanja i slično. To su, primjerice, slap Skakavac, Rupnica, oblik riječnog meandra na Križnici (cvijet), dvorac Suhopolje, polja maka, polja duhana, Mamutovac u Slatini i sl. Mogu se koristiti i samo detalji atrakcija, prenositi doživljaj ljudi prilikom posjeta (iznenađenje, otkrivanje, učenje, druženje) s naglaskom na prijenos emotivne komponente doživljaja. Nakon odabira 'ikona' moguće je napraviti kampanju 'u koracima otkrivanja' i tako upoznavati tržište s njima.
Aktivnosti:	- Odabir/selekcija 'ikona' - Definiranje projektnog zadatka (što se o svakoj 'ikoni' želi turistički ispričati i koji doživljaj prenijeti) - Angažiranje stručnjaka - Izrada baze
Nositelj:	Turistička zajednica Virovitičko-podravske županije

Ostali uključeni dionici:	• Stručnjaci (fotografi, snimatelji i dr.)
Vrijeme provedbe:	2022. 2023. 2024. 2025. 2026. 2027. 2028. 2029. 2030.
Razina prioriteta:	srednja
Aktivnost 2.	Baza materijala za <i>storytelling</i>
Cilj:	Pružiti gostima visokokvalitetan autentični doživljaj
Opis:	Kvaliteta turističkog doživljaja uvelike ovisi o tome kako i na koji način se interpretiraju pojedini elementi jedinstvenosti prostora koji su posjetili, kako i na koji način se govori o povijesti i kulturi, nasljeđu, prirodi. Iznošenje i nabranje činjenica 'suhoparno' je i nije u funkciji ukupnog doživljaja. Zbog toga je bitno osigurati da se 'priče' sakupe, čuvaju i da ih se ispriča na zanimljiv način koji suvremeni turisti traže. Činjenice, godine i nabranja obično zanima uski krug ljudi, često iz profesionalnih razloga, dok većina turista traži zabavni i lepršavi dio njihovog boravka. Taj zabavni moment upravo se može 'isporučiti' kroz zanimljive priče, a pri tome se ne treba ispustiti i edukativni dio koji se želi prenijeti gostima. Dobra kombinacija činjenica i priča može završiti iznimno kvalitetnim doživljajem i nečime što se dugo pamti. Zbog toga je važno priče sakupljati po temama i izdvajati što i na koji način se mogu koristiti u turističkoj interpretaciji. Nakon toga, važno je i educirati stručnjake/vodiče, ali i sve one koji su u kontaktu s gostima kako i na koji način te u kojoj mjeri se te priče mogu ispričati. S tim se ciljem mogu provoditi radionice, objaviti materijali (tekstovi, video materijali) na B2B portalu.
Aktivnosti:	• Prikupiti zanimljive priče (natječaj) • Tematski organizirati priče • Izraditi materijale za edukaciju • Provoditi radionice
Nositelj:	• Turistička zajednica Virovitičko-podravске županije
Ostali uključeni dionici:	• Stručnjaci iz područja komunikacije • Stručnjaci iz područja interpretacije
Vrijeme provedbe:	2022. 2023. 2024. 2025. 2026. 2027. 2028. 2029. 2030.
Razina prioriteta:	visoka
Aktivnost 3.	Provedba posebnih imidž kampanja
Cilj:	Podizanje prepoznatljivosti Županije na turističkom tržištu

Opis:	Riječ je o posebnim kampanjama koje se provode sa ciljem stvaranja imidža Virovitičko-podravske županije i, generalno, podizanja njene prepoznatljivosti na tržištu. Ova aktivnost povezana je s aktivnostima stvaranja 'ikona' i 'storytellinga' što služi kao baza za provedbu kampanja kojima se podiže vidljivost Županije u online i offline medijskom prostoru. Predlaže se provedba barem jedne snažne kampanje godišnje koja bi bila tematski određena i obuhvatila šire tržište i medijsku pokrivenost. Kampanje bi trebale biti osmišljene na 'izazovan' način u smislu da potaknu interes na otkrivanje Županije i njenih atributa jedinstvenosti ('ikona'). Izvrsna je komunikacijska podloga koja se temelji na 'neočekivanom' iz koje se mogu izvoditi brojne zanimljive poruke kojima se može poticati tržište na dolazak. Pri provedbi kampanja potrebno je osigurati kontinuitet (vizuali, boje, način komunikacije i dr.) kako bi se gradila prepoznatljivost.									
Aktivnosti:	• Osmišljavanje koncepta kampanja u skladu s kretanjima na tržištu • Provedba natječaja za kreativna rješenja • Provedba kampanja • Evaluacija kampanja									
Nositelj:	Turistička zajednica Virovitičko-podravske županije									
Ostali uključeni dionici:	• Profesionalne agencije • Mediji									
Vrijeme provedbe:	2022.	2023.	2024.	2025.	2026.	2027.	2028.	2029.	2030.	
Razina prioriteta:	visoka									
Aktivnost 4.	Izrada/ujednačavanje svih promocijskih materijala									
Cilj:	Podizanje prepoznatljivosti Županije									
Opis:	Danas sustav turističkih zajednica raspolaže skupom promocijskih materijala koje su realizirali kroz određeno vrijeme. Budući da su kreirane nove promocijske konstante (logo i slogan), predlaže se da se svi budući promocijski materijali tijekom vremena konceptualno i vizualno ujednače. Predlaže se sljedeći skup materijala: • Imidž-info brošura: kombinacija fotografija i kratkih tekstova s naglašenom doživljajnom komponentom (opuštanje, druženje, relaksacija, aktivni odmor i dr.)									

- Brošure turističkih proizvoda/ruta (manjeg formata koje se mogu dodavati u brošuru)
- Karte
- Letci (po potrebi)

Također i sve online aktivnosti treba ujednačiti s novim komunikacijskim konstantama i konceptualno prilagoditi tržišnim segmentima i prezentaciji jedinstvenih turističkih proizvoda. Pri izradi web stranica treba se voditi načelom pokrivanja 'ciklusa putovanja', tj. da u svoj fazi putovanja korisnik može dobiti potrebne informacije. Kroz prve stranice potrebno ga je inspirirati, a poslije mu na strukturiran način (i u što manje klikova) omogućiti da dođe do svih potrebnih informacija.

Aktivnosti:	• Formiranje projektnog zadatka • Provedba natječaja i izbor izvođača • Evaluacija materijala
Nositelj:	Turistička zajednica Virovitičko-podravske županije i lokalne turističke zajednice
Ostali uključeni dionici:	• Profesionalne agencije za promociju i komunikaciju
Vrijeme provedbe:	2022. 2023. 2024. 2025. 2026. 2027. 2028. 2029. 2030.
Razina prioriteta:	srednja

IMIDŽ PROJEKTI

Aktivnost 1.	Projekt 'Slatka destinacija'
Cilj:	Izgradnja prepoznatljivosti i imidža Županije
Opis:	Virovitičko-podravska županija obiluje pričama o 'slatkom' – Viro – tvornica šećera (industrijska baština i nasljeđe), bogata tradicija spravljanja slastica u Slavoniji i Podravini, proizvodnja likera, značajna proizvodnja meda kao dio gospodarske tradicije. Riječ je o tradiciji, ali i o pričama iz suvremenosti. Zbog toga 'priča o slatkom' zasluhuje da se o njoj priča i da se interpretira na različite načine. Ta priča zasluhuje posebnu komunikacijsku kampanju (jedna od imidž kampanja), da se priča kroz ugostiteljske objekte, kroz vinarije i kušaonice, kroz proizvođače meda, kroz interpretacijske centre. Tijekom vremena moguće je i jedan objekt (ili jedan od posjetiteljskih centara) posvetiti priči o 'slatkom'. Kako bi ta priča zaista i 'živjela kroz destinaciju' potrebno je osigurati da se upravo lokalne slastice s pričom nađu u jelovnicima svih ugostiteljskih objekata. Riječ je o jednoj ili nekoliko slastica koje se mogu tijekom

vremena vezati uz ovaj kraj. Kako bi se tema još više popularizirala moguće je osmisliti noseću gastronomsku manifestaciju vezanu uz slastice.

Na temu 'slatkog' potrebno je osmisliti i suvenirsku gastronomsku ponudu.

Aktivnosti:	• Osmisliti i izraditi cjelokupni projekt 'Slatka destinacija' (aktivnosti, termini, budžet) • Oformiti tim stručnjaka za izbor slastica • Istražiti interes ugostitelja za ponudom slastica • Organizacija i provedba edukacija • Osmišljavanje i provedba internih promocijskih aktivnosti oko ponude i prezentacije/<i>storytellinga</i> na temu slastica i 'slatkog' • Osmišljavanje i provedba kampanja na temu 'slatkog'
Nositelj:	Turistička zajednica Virovitičko-podravske županije i lokalne turističke zajednice
Ostali uključeni dionici:	• Ugostitelji, vinari i drugi poduzetnici • Ponuđači smještaja • Centri za posjetitelje
Vrijeme provedbe:	2022. 2023. 2024. 2025. 2026. 2027. 2028. 2029. 2030.
Razina prioriteta:	srednja

Aktivnost 2.	Razvoj 'Weekend escape' programa – 'odmor po mjeri'
Cilj:	Poticati turističku potražnju iz okruženja (gradovi) na boravak u Županiji
Opis:	Budući da tržište pokazuje veliki interes za vikend (i prošireni vikend) programima sa ciljem vraćanja energije, snage i odmorom, potrebno je osmisliti nekoliko zanimljivih programa i promovirati ih u okruženju. Interes je posebno velik za boravkom u prirodi i laganom rekreacijom koja može pružiti osjećaj 'odmaka' i 'rada na sebi'. Lagana fizička aktivnost koja ne traži posebne pripreme, opremu i znanja u funkciji je povratka ravnoteži koje je često izgubljena uslijed stresa i poslovnih obaveza. S druge strane, boravak na otvorenom i u prirodi pruža mogućnost neopterećenog druženja s prijateljima ili druženje s obitelji za koju se često nema vremena u svakodnevici. Svemu tome može se dodati i faktor krize uzrokovane pandemijom COVID-19 te pojačanom potrebom za boravkom na otvorenom i na mjestima gdje nema gužvi. Stoga se predlaže osmišljavanje i promocija nekoliko 'weekend escape' programa usmjerenih na pojedine tržišne segmente. To su, ponajviše, mladi poslovni ljudi – društva i obitelji s djecom. Takvim programima važno je dati upečatljiv naziv (koji će privlačiti) s konotacijom 'otkrivanja'

i 'neočekivanog'. Riječ je o programima sa svim zadanim aktivnostima u određenom vremenu koji su zapravo gotovi, tržišnim segmentima prilagođeni paketi.

Aktivnosti:	• Osmišljavanje programe za tržišne segmente • Promocija programa putem online i offline kanala komunikacije
Nositelj:	• Osmišljavanje i promocija – Turistička zajednica Virovitičko-podravske županije • Provedba za grupe – turističke agencije
Ostali uključeni dionici:	• Hotelijeri • Ugostitelji • Javne ustanove iz područja prirode i kulture
Vrijeme provedbe:	2022. 2023. 2024. 2025. 2026. 2027. 2028. 2029. 2030.
Razina prioriteta:	visoka

Aktivnost 3.	Projekt 'Dodaj kap u eko slap'
Cilj:	Gradnja imidža Županije kao 'eko destinacije'
Opis:	Virovitičko-podravska županija obiluje zaštićenim i očuvanim područjima koji su raznoliki i zanimljivi turističkom tržištu. U ovome trenutku su relativno nepoznati i očekivano je da će ih turisti sve više otkrivati. S druge strane, lokalno stanovništvo koje živi u takvim prostorima često nije u potpunosti osviješteno koliko su takvi prostori iznimni i vrijedni i koliko ih je važno čuvati. Stoga se ovaj projekt odnosi na edukaciju i osvještavanje posjetitelja, turista i lokalnog stanovništva o tome da je Županija posebna u ekološkom smislu i da svatko ima ulogu biti dio te 'eko priče', da ona ostane i u budućnosti takva. U okviru projekta moguće je osmišljavati različite ekološke kampanje i aktivnosti usmjerene prema djeci vrtićke i školske dobi, prema lokalnom stanovništvu i turistima posebno isticati da se nalaze u zaštićenim prostorima.
Aktivnosti:	• Osmišljavanje i provedba eko aktivnosti na godišnjoj razini • Praćenje i evaluacija aktivnosti
Nositelj:	• Javne ustanove koje upravljaju zaštićenim područjima u suradnji s Turističkom zajednicom Virovitičko-podravske županije
Ostali uključeni dionici:	• Obrazovne institucije • Ustanove u kulturi

- Jedinice lokalne samouprave

Vrijeme provedbe:	2022.	2023.	2024.	2025.	2026.	2027.	2028.	2029.	2030.
Razina prioriteta:	srednja								

9. Terminski plan aktivnosti

Aktivnosti	2022.	2023.	2024.	2025.	2026.	2027.	2028.	2029.	2030.
Unapređenje destinacijskog turističkog doživljaja									
Turistička infrastruktura									
A1: Uređenje Virovitičkih ribnjaka (zajedno s rijekom Ođenicom) – koncept najbolje uporabe lokaliteta									
A2: Daljnja turistifikacija Parka prirode Papuk									
A3: Turističko-rekreacijski centar Jezero-Hercegovac-Ružica grad koncept najbolje uporabe i provjera tržišne/financijske održivosti									
A4: Turističko-rekreacijski kompleks 'Jezero Javorica' – koncept najbolje uporabe i provjera tržišne/financijske održivosti									
A5: Turistička revitalizacija Voćinskih jezera – koncept najbolje uporabe i provjera tržišne/financijske održivosti									
A6: Kongresno-kulturni centar u Voćinu									
A7: Muzej duhana u Pitomači – koncept najbolje uporabe									
Razvoj proizvoda									
A1: Pretvaranje Virovitice u 'mjesto susreta'									
A2: Akcijski plan razvoja turizma događanja									
A3: Pustara Višnjica – koncept najbolje uporabe, provjera tržišne/financijske održivosti i poslovni plan									
A4: Ružica grad – konzervacija, revitalizacija, interpretacija									
A5: Unapređenje smeđe turističke signalizacije									
A6: Unapređenje turističkih sadržaja na rutama									
A7: Unapređenje usluga u Centru za posjetitelje Dvorac Janković, Suhopolje									
Unapređenje smještajne i druge uslužne ponude									
Unapređenje smještajne ponude									
A1: Izgradnja nekoliko novih hotelskih objekata različite veličine (gradskih i/ili tematiziranih) na za to prikladnim lokacijama									
A2: Izgradnja 5-10 B&B pansiona i 10-15 ruralnih kuća za odmor									
A3: Uspostava inovativne/eko kamp ponude na izabranim lokalitetima									
A4: Povećanje kvalitete i prezentabilnosti kapaciteta obiteljskog smještaja									

Unapređenje druge uslužne ponude									
A1: Podizanje kvalitete enogastronomске ponude									
A2: Vinske ceste i putevi									
Unapređenje organizacije, marketinga i upravljanja									
Unapređenje destinacijskog menadžmenta									
A1: Podizanje razine svijesti o potencijalima turizma									
A2: Praćenje kvalitete u turizmu									
A3: Praćenje održivosti turizma									
A4: Razvoj i ponuda agencijskih programa									
A5: Razvoj i promocija programa za individualne obilaske									
A6: Jačanje znanja i kompetencija nositelja izvršne vlasti na području Virovitičko-podravске županije									
A7: Poduzetnički razvojno-investicijski servis									
Unapređenje ljudskih resursa									
A1: Program edukacija za poduzetnike									
A2: Podrška kroz B2B aktivnosti									
Gradnja turističkog imidža									
Komunikacijske aktivnosti									
A1: Baza imidž materijala ('ikone' županije)									
A2: Baza materijala za <i>storytelling</i>									
A3: Provedba posebnih imidž kampanja									
A4. Izrada/ujednačavanje svih promocijskih materijala									
Imidž projekti									
A1: Projekt 'Slatka destinacija'									
A2: Razvoj 'Weekend escape' programa – 'odmor po mjeri'									
A3: Projekt 'Dodaj kap u eko slap'									