



# Plan upravljanja destinacijom

## Ogulin

2025. – 2029. godine

## Sadržaj

|                                                                             |     |
|-----------------------------------------------------------------------------|-----|
| Uvod.....                                                                   | 1   |
| Popis sudionika .....                                                       | 4   |
| 1. Profil odredišta.....                                                    | 5   |
| 2. Analiza stanja.....                                                      | 8   |
| 2.1. Analiza postojećih turističkih proizvoda i usluga u destinaciji .....  | 38  |
| 2.2. Resursna osnova.....                                                   | 59  |
| 2.3. Analiza komunalne infrastrukture .....                                 | 88  |
| 2.4. Prometna infrastruktura .....                                          | 96  |
| 2.5. Analiza stanja digitalizacije.....                                     | 99  |
| 2.6. Analiza stanja pristupačnosti osobama s invaliditetom.....             | 101 |
| 2.7. Analiza organiziranosti i dostupnosti .....                            | 102 |
| 2.8. Analiza stanja i potreba ljudskih potencijala.....                     | 105 |
| 2.9. Analiza komunikacijskih aktivnosti .....                               | 107 |
| 2.10. Analiza konkurentnosti.....                                           | 121 |
| 2.11. Izvješće o provedenoj analizi stanja destinacije .....                | 128 |
| 2.12. Potencijal za razvoj i podizanje kvalitete turističkih proizvoda..... | 129 |
| 3. Pokazatelji održivosti .....                                             | 142 |
| 3.1. Metodologija prikupljanja .....                                        | 142 |
| 3.2. Analiza prikupljenih podataka.....                                     | 142 |
| 3.3. Praćenje održivosti .....                                              | 143 |
| 4. Razvojni smjer s mjerama i aktivnostima .....                            | 160 |
| 4.1. SWOT analiza.....                                                      | 160 |
| 4.2. Identifikacija općih načela i ciljeva.....                             | 161 |
| 4.3. Oblikovanje strateških pravaca i prioriteta .....                      | 164 |
| 4.4. Mjere i aktivnosti.....                                                | 165 |
| 5. Smjernice i preporuke za dionike razvoja .....                           | 211 |

|      |                                                                                                                                 |     |
|------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 5.1. | Smjernice i preporuke za jedinice lokalne samouprave.....                                                                       | 211 |
| 5.2. | Smjernice i preporuke za turističku zajednicu .....                                                                             | 212 |
| 5.3. | Smjernice i preporuke za druge dionike u turizmu u destinaciji .....                                                            | 212 |
| 6.   | Popis projekata .....                                                                                                           | 214 |
| 6.1. | Popis projekata koji pridonose provedbi mjera potrebnih za doprinos stvaranju pokazatelja održivosti na razini destinacije..... | 214 |
| 6.2. | Projekti od posebnog značaja za razvoj destinacije.....                                                                         | 221 |
| 7.   | Mjerenje napretka i izvješće o provedbi.....                                                                                    | 230 |
| 8.   | Podrška i implementacija Plana upravljanja .....                                                                                | 231 |
| 8.1. | Izvješće o provedbi plana upravljanja destinacijom.....                                                                         | 231 |
| 9.   | Zaključak.....                                                                                                                  | 232 |
| 10.  | Izvori podataka .....                                                                                                           | 233 |

## Uvod

Plan upravljanja destinacijom Ogulin predstavlja strateški okvir za održivi razvoj, upravljanje resursima i unapređenje ukupne turističke vrijednosti grada. Temelji se na analizi postojećeg stanja, definiranju razvojnih prioriteta te uspostavi mehanizama za koordinaciju svih dionika. Cilj plana je osigurati ravnomjeran rast, kvalitetno upravljanje posjetiteljskim tokovima, dugoročnu zaštitu prirodne i kulturne baštine te povećanje koristi za lokalnu zajednicu kroz inovativne projekte i partnerstva. Ogulin se već niz godina brendira kao „Zavičaj bajke“, jedinstvena destinacija Ivane Brlić-Mažuranić, legendi i bajkovite kulturne baštine. Ključni nositelji brenda su: Ivanina kuća bajke (interpretacijski multimedijalni centar), Ogulinski festival bajke, tematska urbana signalizacija, vizualni identitet destinacije s motivima iz bajki, lokalne legende (Đulin ponor, Klek i vještice) i gastronomska posebnost (ogulinsko zelje, masnica). Navedeni pristup osigurava destinaciji jasnu diferenciranost na hrvatskom tržištu, čini Ogulin poznatom hrvatskom destinacijom za obiteljski, dječji i edukativni turizam s elementima kulture i prirode.

Ogulin uživa vrlo visoku reputaciju kod domaćih gostiju: na Google recenzijama i TripAdvisoru prosječne su ocjene 4,4 – 4,7/5, a često se ističu „toplina, gostoljubivost, prilagođeni sadržaji djeci, prekrasna priroda, sigurnost i čistoća“. U medijima se Ogulin najčešće spominje vezano za Festival bajke, *outdoor* ponudu na Kleku i jezeru Sabljaci te kao destinacija obiteljskog izleta gostiju iz urbanih središta (Zagreb, Rijeka, Karlovac). Reputacija među stranim gostima postupno raste, naročito pri organiziranim grupnim putovanjima i snažnijom promocijom na digitalnim platformama. Brend Ogulina ima snažnu osnovu za turističko pozicioniranje i prepoznatljivost, što ćemo, analizama, identificiranjem izazova i potrebnim mjerama, u ovom Planu upravljanja i definirati.

## Pozdrav gradonačelnika, Dalibora Domitrovića

*Poštovane sugrađanke i sugrađani, dragi partneri i prijatelji Ogulina,*

*s ponosom vam predstavljam Plan upravljanja turizmom Grada Ogulina koji je ključni strateški dokument kojim usklađujemo naš daljnji razvoj turizma u Ogulinu s načelima održivosti, inovativnosti i zajedničkog dijaloga među svim dionicima. Na temelju bogatstva prirodnih, kulturnih i povijesnih resursa te osobitog identiteta Ogulina kao bajkovitog grada, naš je cilj osigurati turizam koji donosi korist ne samo posjetiteljima već i lokalnoj zajednici te budućim generacijama.*

*Ogulin danas stoji pred iznimnim razvojnim prilikama, od valorizacije prirodnih ljepota, preko inovativnih obiteljskih i outdoor sadržaja, do očuvanja kulturne baštine i razvoja domaće gastronomije. Upravo zato u središte ovog Plana stavljamo integralno upravljanje turizmom, partnersko razmišljanje, transparentnost i dugoročno planiranje.*

*Vjerujem da će ovaj Plan biti vrijedan alat lokalnoj upravi, turističkoj zajednici, poduzetnicima, svim sugrađanima i partnerima. Njime definiramo viziju i prioritete razvoja ogulinskog turizma, jasno postavljene ciljeve, aktivnosti i pokazatelje uspjeha. Naglašavamo potrebu stalnog praćenja trendova i uključivanja svih stanovnika jer kvalitetan turizam gradi se zajednički.*

*Pozivam vas da svojim prijedlozima, inicijativama i sudjelovanjem doprinesete ostvarivanju plana, čineći tako naš Ogulin još atraktivnijim, snažnijim i prepoznatljivijim u Hrvatskoj i šire.*

*S poštovanjem,  
gradonačelnik grada Ogulina,  
Dalibor Domitrović*

## Pozdrav direktora Turističke zajednice, Željka Blagovića

*Poštovane kolegice i kolege,*

*iznimno mi je zadovoljstvo pozdraviti vas povodom početka procesa realizacije Plana upravljanja destinacijom Ogulin. Pred nama je strateški zadatak koji iziskuje zajedništvo, stručno promišljanje i otvorenu suradnju svih dionika destinacijskog sustava.*

*Ogulin raspolaže vrijednim prirodnim, kulturnim i društvenim resursima te jasno definiranom tematskom prepoznatljivošću. Uvjeran sam da ćemo ovim Planom uspješno integrirati sve potencijale, poboljšati razvojne procese i osigurati održivu budućnost destinacije.*

*Vaše iskustvo, znanje i angažman ključni su za postavljanje jasnih ciljeva, odabir prioriteta projekata, kao i za uključivanje lokalne zajednice i partnera u realizaciju svih aktivnosti. Otvoreni smo za prijedloge, inicijative i konstruktivni dijalog tijekom svakog koraka realizacije Plana upravljanja.*

*Zajednički možemo osigurati da Ogulin postane primjer uspješnog turističkog razvoja, na korist cjelokupne zajednice.*

*Srdačno vas pozdravljam,  
direktor Turističke zajednice grada Ogulina,  
Željko Blagović*

## Popis sudionika

Plan upravljanja destinacijom inicirala je Turistička zajednica grada Ogulina, uz podršku Grada Ogulina. Sudionici izrade i provedbe Plana okupljeni su iz različitih sektora, tvoreći širok spektar relevantnih dionika koji doprinose održivom turističkom razvoju destinacije Ogulin.

Predstavnici lokalne i regionalne samouprave obuhvaćaju Grad Ogulin te nadležne službe za strategiju razvoja, komunalnu infrastrukturu, gospodarstvo i zaštitu okoliša. Ustanove u kulturi, udruge i organizacije civilnog društva te privatni sektor zastupljeni su pružateljima smještaja, vlasnicima obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava, iznajmljivačima i rukovoditeljima specijaliziranih turističkih doživljaja, kao i operaterima u ruralnom i aktivnom turizmu. Stručnjaci i savjetnici uključuju neovisne konzultante specijalizirane za analizu destinacije, edukacije, prezentaciju te podršku implementaciji mjera upravljanja. Sportske i rekreativne organizacije obuhvaćaju sportske klubove i udruge, dok sektori vezani uz javne usluge, sigurnost i infrastrukturu uključuju predstavnike odgovornih za komunalne, prometne, sigurnosne i druge javne servise važnih za kvalitetan boravak turista i stabilno funkcioniranje destinacije.

Suradnički okvir temelji se na koordiniranim radnim tijelima, tematskim radionicama, fokus-grupama, anketnim istraživanjima te relevantnim partnerskim mrežama destinacijskog menadžmenta. Takva struktura sudionika osigurava multidisciplinarni i partnerski pristup, koji omogućuje strateški, inkluzivan i sustavan razvoj turističke destinacije Ogulin.

# 1. Profil odredišta

Tablica 1: Profil odredišta destinacije Ogulin

| Institucije, nositelji aktivnosti i provedbe vezane za turizam u Ogulinu: |                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                              |
|---------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Turistička zajednica Grada Ogulina i Grad Ogulin                          |                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                              |
| Turistička zajednica Karlovačke županije                                  |                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                              |
| Hrvatska turistička zajednica                                             |                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                              |
| Ministarstvo turizma i sporta                                             |                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                              |
| Gospodarstvo, javne ustanove, stanovnici Ogulina                          |                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                              |
| Tema                                                                      | Naziv institucije/dokumenta                                                                                                                                                                                                              | Opis                                                                                                                         |
| <b>Strategija, ciljevi, financiranje</b>                                  | Strateški plan kulturnog turizma Ogulin; Analiza stanja i strategija razvoja turizma Karlovačke županije do 2025.; Glavni izvori financiranja: Proračun grada, Fond za nerazvijene, natječaj Ministarstva kulture i Karlovačke županije. | Postoje temeljni strateški dokumenti, no fokus je na kulturnom turizmu. Potreban je jači marketinški i infrastrukturni plan. |
| <b>Lokacija</b>                                                           | Ogulin se nalazi u kontinentalnoj Hrvatskoj, Karlovačka županija; podnožje Kleka, rijeka Dobra, Đulin ponor; jezero Sabljaci.                                                                                                            | Lokacija ima snažan potencijal za <i>outdoor</i> i kulturni turizam.                                                         |
| <b>Prometna povezanost</b>                                                | Autocesta A1, DC 23 i DC 42, željeznička pruga Zagreb –Rijeka, čvorište Oštarije 5 km; ZL Rijeka 85 km, ZL Franjo Tuđman 115 km.                                                                                                         | Dobra povezanost cestom i željeznicom. Izazov je lokalni prijevoz.                                                           |
| <b>Udaljenost od glavnog grada</b>                                        | 110 km do Zagreba                                                                                                                                                                                                                        | Dobra pozicija za vikend i kratke odmore.                                                                                    |
| <b>Udaljenost od admin. središta</b>                                      | 55 km do Karlovca                                                                                                                                                                                                                        | Regionalno središte relativno je blizu.                                                                                      |
| <b>Emitivna središta i tržišta</b>                                        | Hrvatska, Njemačka, Poljska, Nizozemska                                                                                                                                                                                                  | Potencijal za jače pozicioniranje na inozemnim tržištima.                                                                    |
| <b>Geografska obilježja</b>                                               | Prijelaz gorskih i nizinskih predjela; Klek, rijeka Dobra, Đulin ponor, Sabljaci; blizina A1 i željezničke pruge                                                                                                                         | Povoljan spoj prirodnih ljepota i prometne dostupnosti.                                                                      |
| <b>Klimatska obilježja</b>                                                | Umjereno kontinentalna; hladne zime sa snijegom; topla ljeta; visoka količina oborina u proljeće i jesen                                                                                                                                 | Pogodno za razvoj zimskih i ljetnih sportova, potreba za upravljanjem rizicima.                                              |
| <b>Broj stanovnika</b>                                                    | 12 246 stanovnika (popis 2021.)                                                                                                                                                                                                          | Mala zajednica – lakše koordinirati turizam, ali ograničen ljudski kapital za veće projekte.                                 |

|                                    |                                                                                                                                                                                 |                                                                                             |
|------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Kultura, jezik, običaji</b>     | Jezik: hrvatski, dijalekt s kajkavskim i čakavskim elementima; folklor, KUD-ovi; legenda o Đuli i Đulin ponor; „Zavičaj bajke“ – veza s Ivanom Brlić-Mažuranić, Festival bajke. | Jak kulturni identitet i <i>storytelling</i> potencijal.                                    |
| <b>Ekonomija</b>                   | Industrija (drvo, građevinski materijali), poljoprivreda (Ogulinski kupus – oznaka izvornosti).                                                                                 | Diverzifikacija gospodarstva; sinergija poljoprivrede i turizma moguća.                     |
| <b>Zapošljavanje</b>               | Većina u industriji, javnim službama i poljoprivredi.                                                                                                                           | Zapošljavanje u turizmu nije pretežito.                                                     |
| <b>Sezonalnost</b>                 | Vrhunac u srpnju i kolovozu, većinom tranzitni gosti.                                                                                                                           | Potreba za jačanjem izvansezonske ponude.                                                   |
| <b>Turistička infrastruktura</b>   | Ivanina kuća bajke, Jezero Sabljaci, Klek, skijalište Vučići.                                                                                                                   | Najpoznatije infrastrukture povezane s identitetom.                                         |
| <b>Kulturni resursi</b>            | Ogulinski festival bajke, Zavičajni muzej, Ivanina kuća bajke, Ogulinska masnica.                                                                                               | Spoj nematerijalne i materijalne baštine.                                                   |
| <b>Vrste turizma</b>               | Kulturni turizam, aktivni turizam (planinarenje).                                                                                                                               | Mogućnost proširenja na biciklizam, pješačenje, gastro i ruralni turizam.                   |
| <b>Atrakcije</b>                   | Zavičajni muzej, Ivanina kuća bajke, Frankopanski kaštel, Đulin ponor, Klek, Sabljaci, Šmitovo jezero.                                                                          | Snažan portfelj različitih atrakcija.                                                       |
| <b>Ugostiteljski sadržaji</b>      | Restorani, pizzerije, objekti brze hrane.                                                                                                                                       | Niska raznolikost i manjak ponude više kategorije.                                          |
| <b>Glavni turistički proizvodi</b> | Ogulinski festival bajke                                                                                                                                                        | Potrebno kreirati 2-3 dodatna jaka proizvoda.                                               |
| <b>Sunčani sati godišnje</b>       | 2241 sunčanih sati u 2024.                                                                                                                                                      | Potrebno putem društvenih mreža osvijestiti gostima ugodne temperature i vrijeme u Ogulinu. |
| <b>Planinarski putevi</b>          | Planinarski put via Dinarica i 7 planinarskih staza                                                                                                                             | Potrebno unaprijediti, povećati sigurnost i signalizaciju.                                  |
| <b>Biciklističke rute</b>          | 5 označenih ruta                                                                                                                                                                | Potrebno unaprijediti, povećati sigurnost i signalizaciju.                                  |
| <b>Biciklističke staze</b>         | Ogroman resurs, trenutno ne funkcionira kao proizvod                                                                                                                            | Potrebno mapiranje, uređenje, označavanje.                                                  |
| <b>Pješačke staze</b>              | Neformalno postoje, ali ne kao turistički proizvod                                                                                                                              | Jednako kao za biciklističke staze.                                                         |
| <b>Turističke cjeline</b>          | Centar grada, Klek, jezero Sabljaci                                                                                                                                             | Pogodno za tematsko zoniranje ponude.                                                       |

|                                |                                                                                                    |                                         |
|--------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|
| <b>Uloga lokalne zajednice</b> | Osim kroz privatni smještaj i udruge u manifestacijama, ne uključuju se značajno u razvoj turizma. | Jačati participaciju i svijest građana. |
| <b>Ciljevi razvoja</b>         | Povećanje turističkog prometa kroz cijelu godinu, povećanje broja stanovnika uključenih u turizam. | Fokus                                   |

*Izvor: Turistička zajednica grada Ogulina*

## 2. Analiza stanja

### Odgovorni turizam i društvena održivost

Grad Ogulin svoju razvojnu politiku temelji na stvaranju ugodnog, sigurnog i funkcionalnog okruženja, prije svega za svoje stanovnike, ali i za goste koji dolaze uživati u svim resursima koje grad nudi. Težeći modernom i inkluzivnom urbanom prostoru, Ogulin kontinuirano unapređuje javne servise, komunalnu i turističku infrastrukturu te ulaže u očuvanost prirode i kulturne baštine. Navedenim aktivnostima grad ne samo da podiže kvalitetu svakodnevnog života svojih građana već svima koji ga posjete omogućuje ugodan boravak, osjećaj dobrodošlice i priliku da u potpunosti dožive autentičnost, prirodnu raskoš i gostoljubivost Ogulina.

### Demografska i socioekonomska osnova destinacije Ogulin

#### 1. Prosječni broj stanovnika na km<sup>2</sup>

Broj stanovnika prema popisu 2021.: 12 246 (ukupno područje grada). Površina područja: 537,6 km<sup>2</sup>. Prosječna gustoća stanovnika: 22,8 stanovnika/km<sup>2</sup>.

#### 2. Ukupni broj zaposlenih u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane

Broj zaposlenih (2023.): Oko 125–150 zaposlenih u djelatnostima smještaja i ugostiteljstva (hoteli, restorani, OPG-ovi, privatni smještaj, kafići, brzi objekti i sl.)

#### 3. Udio u ukupnoj zaposlenosti: na ukupno 2900 zaposlenih osoba u Ogulinu, sektor turizma/ugostiteljstva čini oko 5–6 % ukupnog broja zaposlenih.

Sezonske fluktuacije: tijekom srpnja i kolovoza broj zaposlenih privremeno raste, uključujući sezonske radnike – domicilne i vanjske.

#### 4. U vršnom terminu prosječan broj gostiju i stanovnika na km<sup>2</sup>

Ukupan broj stanovnika: 12 246. Ukupan broj osoba u destinaciji: oko 14 000. Površina: 537,6 km<sup>2</sup>.

## Komunikacija i prilagodba obrazovanja tržištu rada

Partnerstva sa srednjim školama – uvođenje prakse i ljetnih stažiranja. Suradnja s obrtničkim i regionalnim obrazovnim centrima – gostujuća predavanja na temu digitalnih vještina i gastronomije. Svake godine održavaju se treninzi, prezentacije o održivosti, higijeni, digitalnom marketingu i korisničkom iskustvu. Sudjelovanje sektora u regionalnoj mreži karijernih centara Karlovačke županije. Demografski i socijalno, Ogulin je suočen s padom stanovništva i starenjem populacije te povećanom sezonalnošću u zapošljavanju, ali i s rastućim turističkim prometom, održivom strukturom smještaja i pozitivnim inicijativama na tržištu rada i obrazovanju. Potrebna je daljnja koordinacija privatnog i javnog sektora za privlačenje radne snage, jačanje kapaciteta za stalni boravak te digitalnu i uslužnu transformaciju turističke ponude.

Tablica 2: Rezultati istraživanja stavova lokalnog stanovništva o turizmu i utjecaju turizma na kvalitetu života

|                  |                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Obilježja uzorka | <b>Uzorak reprezentativan, zastupljene su sve kategorije stanovništva promatrano po spolu, dobi, ekonomskom statusu, razini obrazovanja – radi se o ispitanicima koji imaju stalno prebivalište u Ogulinu i više od 90 % ih u destinaciji živi dulje od 10 godina.</b> |
|                  | 468 ispitanika od čega:                                                                                                                                                                                                                                                |
|                  | 93 % ima stalno prebivalište u Ogulinu                                                                                                                                                                                                                                 |
|                  | 92 % u Ogulinu živi više od 10 godina                                                                                                                                                                                                                                  |
|                  | 70 % su žene, a 30 % su muškarci                                                                                                                                                                                                                                       |
|                  | 25 % od 36 do 45 godina, 23 % dobi od 26 do 35 godina, 18 % od 46 do 55 godina, 23 % je starije od 56 godina i 10 % je punoljetno, ali mlađe od 25 godina                                                                                                              |
|                  | 42 % je završilo srednju školu, 38 % ima završen fakultet ili viši stupanj obrazovanja, 18 % višu školu                                                                                                                                                                |
|                  | Mjesečna primanja kućanstva: <ul style="list-style-type: none"><li>• &lt; 1000 € = 10 %</li><li>• 1001 – 1500 € = 19 %</li><li>• 1501 – 2000 € = 16 %</li><li>• 2001 – 3000 € = 23 %</li><li>• 3001 – 4000 € = 14 %</li><li>• &gt; 4000 = 6 %</li></ul>                |

|                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|-------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Značaj turizma za lokalnu zajednicu</b>                  | <b>Iako samo 12 % ispitanika ostvaruje prihode od turizma, čak 89 % ispitanika smatra da turizam ima pozitivan utjecaj na kvalitetu života (samo 2 % smatra da utječe negativno)</b>                                                                                                                                                                   |
|                                                             | 88 % ne ostvaruje prihode od turizma, samo za 1 % turizam je glavni izvor prihoda, 11 % ostvaruje dodatni prihod od turizma                                                                                                                                                                                                                            |
|                                                             | Utjecaj turizma na kvalitetu života: 65 % smatra da pomaže u unapređenju kvalitete života, 24 % da pomaže u održavanju kvalitete života, samo 9 % smatra da nema učinak na turizam, a minimalnih 2 % smatra da smanjuje kvalitetu života                                                                                                               |
| <b>Zadovoljstvo razvojem turizma i destinacije općenito</b> | <b>Ispitanici pokazuju iznadprosječnu razinu zadovoljstva životom i turizmom u Ogulinu, pri čemu su više zadovoljni životom u Ogulinu</b>                                                                                                                                                                                                              |
|                                                             | Zadovoljstvo razvojem turizma: u prosjeku označeno razinom zadovoljstva 3,34, medijan 3, mod 3                                                                                                                                                                                                                                                         |
|                                                             | Zadovoljstvo životom u Ogulinu: u prosjeku označeno razinom zadovoljstva 3,68, medijan 4, mod 4                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b>Utjecaj turizma na lokalnu zajednicu</b>                 | <b>Ispitanici percipiraju da turizam ima izuzetno pozitivan utjecaj na lokalnu zajednicu (na autentičnost, očuvanje tradicije i kulture, na izgled destinacije i korištenje javnog prostora). Smatraju da ima prostora za poboljšanje u području uporabe prostora, ali ne smatraju da zbog turizma nedostaju sadržaji važni lokalnom stanovništvu.</b> |
|                                                             | Utjecaj turizma na duh mjesta, na autentičnost (raspon 1 – izrazito negativan utjecaj do 5 – izrazito pozitivan utjecaj): u prosjeku 4,05, medijan 4, mod 4                                                                                                                                                                                            |
|                                                             | Utjecaj turizma na očuvanje tradicije, običaja, kulture (raspon 1 – izrazito negativan utjecaj do 5 – izrazito pozitivan utjecaj): u prosjeku 4,16, medijan 4, mod 5                                                                                                                                                                                   |
|                                                             | Utjecaj turizma na okoliš: osobnim primjerom pokazati da čuvamo okoliš (63 %), potrebno je dodatno poticati turiste da čuvaju okoliš (46 %), turizam ima pozitivan utjecaj, okoliš se dodatno uređuje (43 %)                                                                                                                                           |
|                                                             | Utjecaj turizma na izgled destinacije: velik pozitivan utjecaj (76 %), nema utjecaj (21 %), negativan utjecaj (3 %)                                                                                                                                                                                                                                    |
|                                                             | Utjecaj turizma na korištenje javnog prostora: pozitivan utjecaj (64 %), nema utjecaj (30 %), negativan utjecaj (6 %)                                                                                                                                                                                                                                  |

|                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|-------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                       | Izgrađenost destinacije/korištenje prostora: nije loše, ali ima prostora za poboljšanje (70 %), prostor se loše koristi, nedostaje sadržaja (18 %), prostor se optimalno koristi (11 %)                                                                                                                  |
|                                                       | Nedostatak sadržaja važnih lokalnom stanovništvu zbog turizma: ne (79 %)                                                                                                                                                                                                                                 |
|                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <b>Negativan utjecaj turizma na lokalnu zajednicu</b> | <b>Ispitanici ne izražavaju nezadovoljstvo zbog turizma u području (zbog gužve, parkinga i buke)</b>                                                                                                                                                                                                     |
|                                                       | Otežane svakodnevne aktivnosti zbog turizma: 93 % ne, samo 6 % donekle, manje od 1 % smatra da su otežane zbog turizma                                                                                                                                                                                   |
|                                                       | Potreba prilagodbe dnevne rutine zbog gužve u destinaciji: 83 % nema potrebu prilagodbe, 16 % ponekad, a samo 1,5 % često                                                                                                                                                                                |
|                                                       | Stanje s parkingom: dobro, podjednako u svim mjesecima (41 %), nemam problema (29 %), gotovo nemoguće pronaći parkirno mjesto (18 %)                                                                                                                                                                     |
|                                                       | Smetnje uzrokovane bukom: ne smeta (47 %), ne osjećam (38 %), osjećam utjecaj, ali mi ne smeta (11 %), smeta (samo 4 %)                                                                                                                                                                                  |
|                                                       | Smetnje uzrokovane gužvom: ne smeta (44 %), ne osjećam (37 %), osjećam utjecaj, ali mi ne smeta (13 %), smeta (samo 5 %)                                                                                                                                                                                 |
|                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <b>Obilježja razvoja turizma u destinaciji</b>        | <b>Ispitanici pozitivno percipiraju obilježja razvoja turizma u destinaciji Ogulin</b>                                                                                                                                                                                                                   |
|                                                       | Top 4 prednosti koje destinaciju izdvajaju od konkurencije: planina Klek (81 %) geografski položaj (55 %), atrakcije (Ivanina kuća bajke, Zavičajni muzej Ogulin i sl.) (54 %), jezera (48 %)                                                                                                            |
|                                                       | Vrste turizma koje treba razvijati u destinaciji: aktivni turizam (biciklizam, pješčenje, planinarenje) (79 %), festivalski turizam (62 %), osmišljavanje pješačkih ruta i tematski itinereri (52 %), izletnički turizam (42 %), kulturni turizam (39 %)                                                 |
|                                                       | Izazovi u Ogulinu: pretvaranje stanova u turističke apartmane (40 %), turizmom uzrokovana nedovoljna raspoloživost stambenog prostora po prihvatljivoj cijeni (32 %), ovisnost stanovnika o prihodima od turizma (27 %), povećanje troškova života (23 %)                                                |
|                                                       | Način implementacije održivih praksi u lokalnoj zajednici: koristim štedne žarulje (64 %), sadim vlastiti vrt (62 %), biram uređaje s visokom energetsom učinkovitošću (61 %), biram kvalitetnu izolaciju stambenog prostora (46 %), više hodam, manje koristim automobil (37 %), koristim bicikl (31 %) |

|                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                          | <p>Izazovi u razvoju turizma u sljedećih pet godina: nove atrakcije i događanja (68 %), zadržavanje stanovnika i povratak mladih nakon studija (62 %), nova gastronomska ponuda (47 %), ujednačen turistički promet tijekom godine (45 %), razvoj turizma koji neće smanjiti kvalitetu života lokalnog stanovništva (36 %), izvrsnost u omjeru cijene i kvalitete (34 %), kontinuirani razvoj znanja i vještina (33 %)</p> <p>Perspektiva razvoja turizma u sljedećih pet godina: destinacija s produženom sezonom i cjelogodišnjim turizmom (53 %), destinacija s novim atrakcijama, atraktivna i privlačna (38 %), nemam dovoljno informacija (33 %)</p> |
| <b>Zadovoljstvo razvojem destinacije</b> | <p><b>Ispitanici su iznadprosječno zadovoljni razvojem turizma i životom u Ogulinu, u prosjeku su ipak više zadovoljni životom u Ogulinu u odnosu na turizam</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|                                          | <p>Ukupno turizmom u Ogulinu (raspon 1 – nisko zadovoljstvo do 7 – visoko zadovoljstvo): u prosjeku 3,82, medijan 4, mod 3</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|                                          | <p>Ukupno životom u Ogulinu (raspon 1 – nisko zadovoljstvo do 7 – visoko zadovoljstvo): u prosjeku 4,59, medijan 4, mod 5</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|                                          | <p>Životom u Ogulinu u posljednjih mjesec dana (raspon 1 – nisko zadovoljstvo do 7 – visoko zadovoljstvo): u prosjeku 4,24, medijan 4, mod 4</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|                                          | <p>Načinom upravljanja turizmom (raspon 1 – nisko zadovoljstvo do 7 – visoko zadovoljstvo): u prosjeku 3,73, medijan 4, mod 3</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <b>Kvaliteta turističke ponude</b>       | <p><b>Ispitanici su najzadovoljniji prirodom i bioraznolikošću, turističkim atrakcijama te sportskim i kulturnim sadržajima, a najmanje su zadovoljni događanjima tijekom cijele godine.</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|                                          | <p>Priroda i bioraznolikost (raspon 1 – nisko zadovoljstvo do 7 – visoko zadovoljstvo): u prosjeku 5,19, medijan 5, mod 7</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|                                          | <p>Turističke atrakcije (raspon 1 – nisko zadovoljstvo do 7 – visoko zadovoljstvo): u prosjeku 4,07, medijan 4, mod 4</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|                                          | <p>Kulturni sadržaji (raspon 1 – nisko zadovoljstvo do 7 – visoko zadovoljstvo): u prosjeku 3,70, medijan 3, mod 3</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|                                          | <p>Sportski sadržaji (raspon 1 – nisko zadovoljstvo do 7 – visoko zadovoljstvo): u prosjeku 3,76, medijan 4, mod 3</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|                                          | <p>Događanja tijekom cijele godine (raspon 1 – nisko zadovoljstvo do 7 – visoko zadovoljstvo): u prosjeku 3,64, medijan 3, mod 3</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |

|                                               |                                                                                                                                                                                                                                          |
|-----------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                               |                                                                                                                                                                                                                                          |
| Kvaliteta turističke infrastrukture           | <b>Ispitanici procjenjuju ispodprosječno kvalitetnima biciklističke i pješačke staze.</b>                                                                                                                                                |
|                                               | Biciklističke staze (raspon 1 – nisko zadovoljstvo do 7 – visoko zadovoljstvo): u prosjeku 2,58, medijan 2, mod 3                                                                                                                        |
|                                               | Pješačke staze (raspon 1 – nisko zadovoljstvo do 7 – visoko zadovoljstvo): u prosjeku 3,20, medijan 3, mod 3                                                                                                                             |
|                                               |                                                                                                                                                                                                                                          |
| Kvaliteta komunalne i prometne infrastrukture | <b>Ispitanici su iznadprosječno zadovoljni kvalitetom komunalne i prometne infrastrukture, najnižom kvalitetom ocjenjuju prometna rješenja u destinaciji, a iznadprosječno kvalitetnima procjenjuju čistoću grada i uređenost grada.</b> |
|                                               | Čistoća grada (raspon 1 – nisko zadovoljstvo do 7 – visoko zadovoljstvo): u prosjeku 4,69, medijan 5, mod 4                                                                                                                              |
|                                               | Uređenost grada (raspon 1 – nisko zadovoljstvo do 7 – visoko zadovoljstvo): u prosjeku 4,59 medijan 4, mod 4                                                                                                                             |
|                                               | Prometna infrastruktura (ceste, prometna signalizacija, parkirališta i sl.) (raspon 1 – nisko zadovoljstvo do 7 – visoko zadovoljstvo): u prosjeku 3,50, medijan 3, mod 3                                                                |
|                                               | Mogućnost parkiranja (raspon 1 – nisko zadovoljstvo do 7 – visoko zadovoljstvo): u prosjeku 3,89, medijan 4, mod 4                                                                                                                       |
|                                               | Prometna rješenja (raspon 1 – nisko zadovoljstvo do 7 – visoko zadovoljstvo): u prosjeku 3,64, medijan 3, mod 3                                                                                                                          |
|                                               | Način zbrinjavanja otpada (raspon 1 – nisko zadovoljstvo do 7 – visoko zadovoljstvo): u prosjeku 3,98, medijan 4, mod 4                                                                                                                  |
|                                               |                                                                                                                                                                                                                                          |
| Iritacija lokalnog stanovništva turizmom      | <b>Iritacija stanovništva turizmom ne postoji ili je zanemariva.</b>                                                                                                                                                                     |
|                                               | 428 ispitanika je u posljednjih mjesec dana većinom boravilo u mjestu u kojem živi:                                                                                                                                                      |
|                                               | Osjećaj uznemirenosti zbog neočekivanog događaja povezanog s turizmom: 79 % nikada                                                                                                                                                       |
|                                               | Osjećaj gubitka kontrole nad važnim stvarima u životu zbog turizma: 83 % nikada                                                                                                                                                          |
|                                               | Osjećaj nervoze i stresa zbog turizma: 83 % nikada                                                                                                                                                                                       |

|  |                                                                                                     |
|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | Osjećaj da se zbog turizma ne možete nositi sa svim obvezama: 81 % nikada                           |
|  | Nemogućnost kontroliranja stresnih podražaja koji su posljedica turizma: 64 % nikada                |
|  | Osjećaj ljutnje zbog događaja uzrokovanih turizmom: 80 % nikada                                     |
|  | Osjećaj da su životne poteškoće uzrokovane turizmom nagomilane i da ih je nemoguće nadvladati: 83 % |

*Izvor: online anketiranje „Mišljenje stanovnika o turizmu u Ogulinu“ provedeno od Turističke zajednice grada Ogulina, obrada autora*

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

### Situacijska analiza

Stanovnici Ogulina u većini (89 %) turizam percipiraju pozitivno, smatrajući da unapređuje kvalitetu života, očuvanje tradicije i izgled destinacije, no nije značajan izvor dohotka (samo 12 % ostvaruje prihode od turizma). Najviše su zadovoljni prirodom, kulturnim i sportskim sadržajima te čistoćom i uređenjem grada, dok slabije ocjenjuju cjelogodišnja događanja te biciklističke i pješačke staze. Ogulin se doživljava kao destinacija s velikim potencijalom za razvoj aktivnog turizma, kulturnih i festivalskih sadržaja, ali i kao sredina koja treba bolja prometna rješenja, uravnotežen turistički promet tijekom cijele godine i osiguranje dostupnosti stambenog prostora po prihvatljivoj cijeni. Ukupna razina zadovoljstva životom u Ogulinu viša je nego zadovoljstvo turizmom, a iritacija turizmom gotovo ne postoji.

### Identifikacija izazova prema percepciji stanovnika

**Infrastruktura i ponuda** – slabije razvijene biciklističke i pješačke staze, nepotpuna prometna rješenja, nedovoljna cjelogodišnja događanja i gastronomska ponuda. **Stambeni i socioekonomski pritisci** – pretvaranje stanova u apartmane i rast troškova života, što smanjuje dostupnost povoljnog stanovanja. **Održivost i dugoročni razvoj** – potreba za uravnoteženim turizmom kroz cijelu godinu, zadržavanjem mladih i kontinuiranim ulaganjem u znanja i vještine.

## Preporučene mjere prema percepciji stanovnika

**Razvoj turističke infrastrukture i ponude** – ulaganja u biciklističke i planinarske staze, poboljšanje prometnih rješenja i parkirališta, kreiranje kvalitetnih cjelogodišnjih događanja i jačanje gastronomske ponude. **Održivo upravljanje prostorom** – regulacija pretvaranja stanova u turističke apartmane, poticanje modela koji štite dostupnost stanovanja i neovisnost lokalnog gospodarstva od isključivo turističkih prihoda. **Diversifikacija i dugoročna održivost** – razvoj aktivnog i edukativnog turizma, povezivanje s obrazovnim institucijama, poticanje povratka mladih te provedba ekoloških i energetske učinkovitih praksi u zajednici.

## Infrastruktura, smještaj, stambeni fond

### Omjer turističkog smještaja i stanova za stalno stanovanje

Broj smještajnih objekata: na temelju podataka TZ-a Ogulin, na području destinacije nalazi se oko 250–260 registriranih turističkih jedinica (apartmani, kuće za odmor, sobe, smještaji na OPG-ovima, vikendice). Broj stanova za stalno stanovanje: prema popisu DZS-a i lokalnim evidencijama (2021. popis), Ogulin ima oko 4250 stanova za stalno stanovanje. Omjer: oko 6 % ukupnog stambenog fonda koristi se kao turistički smještaj – relativno niska razina u odnosu na snažna turistička središta, ali trend rasta je prisutan (posebno u užem gradskom jezgri i oko Sabljaka).

### Cijene najma i stanovanja

Prosječne cijene zakupa stana (2024.): posljednje 2-3 godine: 6–8 € po m<sup>2</sup> (stanovi za najam veličine 50–60 m<sup>2</sup> su 350–480 € mjesečno). Cijena kupovine: od 1100 do 1350 € po m<sup>2</sup> za stan u centru, a kuće su 800–1200 €/m<sup>2</sup>, ovisno o poziciji i stanju. Utjecaj: porast cijena korelira s rastom broja turističkih apartmana i pojačanom kupovinom s ciljem iznajmljivanja, što stvara pritisak na mlade obitelji i nižih prihoda, ograničava dostupnost povoljnih stanova i nosi rizik depopulacije središta.

### Utjecaj na ekonomiju i troškove života

Promjena cijena osnovnih namirnica i usluga: tijekom vršnih turističkih mjeseci (lipanj-rujan) vidi se blagi rast cijena osnovnih usluga i artikala u cijelom Ogulinu (cca 3–6 %), osobito u dućanima i

ugostiteljstvu u blizini glavnih atrakcija i smještajnih zona. Maloprodaja: turizam povećava razvoj uslužnih djelatnosti, ali stvara sezonalni efekt u središtu grada.

### **Dobrobit od turizma i utjecaj na kvalitetu života u Ogulinu**

Pozitivni utjecaji: rast turističkog smještaja povećava prihod mnogih lokalnih obitelji, potiče poduzetništvo, revitalizaciju starijih objekata i donosi dodatna sredstva za javne usluge kroz poreze i boravišnu pristojbu. Izazovi: s porastom broja apartmana raste pritisak na dostupnost pristupačnih stanova za mlade i lokalne obitelji – moguće je smanjenje stambenog fonda izvan sezone. Grad stoga kontinuirano prati omjer turizma i stambene funkcije kroz prostorni plan i strategiju, jača javne usluge u svim kvartovima i diversificira turističku ponudu kako bi se izbjeglo narušavanje kvalitete života.

### **Mišljenje gostiju o turizmu u Ogulinu**

Na temelju analize upitnika o mišljenjima turista i posjetitelja Ogulina, dobiveni su izrazito konkretni uvidi u percepciju destinacije, razinu zadovoljstva, iskustva i očekivanja posjetitelja. Analiza kombinira kvantitativne obrasce i kvalitativne komentare kako bi pružila cjelovit prikaz mišljenja.

#### **Opći dojam posjetitelja**

Većina ispitanika ima izrazito pozitivan dojam o Ogulinu – destinacija se opisuje kao mirna, uredna, prirodno očuvana i ugodne atmosfere. Ocjene sigurnosti, čistoće i opće kvalitete kretale su se vrlo visoko (najčešće između 5 i 7 na skali od 1 do 7). Turisti Ogulin doživljavaju kao sklad između prirodnog i kulturnog ambijenta, s naglaskom na mir i odsustvo gužvi.

#### **Najvažniji motivi dolaska**

Najčešći razlozi dolaska uključuju: posjet prirodnim atrakcijama – Klek, Đulin ponor, jezera; posjet kulturnim atrakcijama – Ivanina kuća bajke, Zavičajni muzej Ogulin; planinarenje, izlete i boravak u prirodi; kraće proputovanje ili jednostavne izlete. Velik broj posjetitelja Ogulin doživljava kao

„grad bajke“, „mjesto za odmor od gužve“ i „autentično središte prirodne i kulturne baštine kontinentalne Hrvatske“.

### **Glavne pozitivne karakteristike**

Najviše isticane prednosti destinacije: gostoljubivost stanovništva, dobra uređenost središta grada, očuvana priroda i osjećaj sigurnosti, dobra prometna dostupnost automobilom, umjeren odnos cijene i kvalitete usluga. Mnogi naglašavaju i pristojnu razinu informiranosti, tišinu i osjećaj mira, čime Ogulin stječe reputaciju destinacije ugodne za obiteljske i rekreativne posjete.

### **Uočeni nedostaci**

Analiza komentara pokazuje nekoliko ponavljajućih tema nezadovoljstva: nedostatak sadržaja i događanja tijekom godine (posebno za mlade); slaba gastronomska ponuda, skroman broj restorana i lokalnih jela; potreba za boljim označavanjem turističkih atrakcija; lošija prometna povezanost željeznicom i autobusom; neiskorišteni potencijali jezera i prirodnih zona (npr. nedostatak vodenih aktivnosti, prostora za rekreaciju). Pojavljuje se i percepcija kako bi trebalo snažnije promovirati lokalne proizvode (npr. ogulinski kupus), tradiciju i ponudu OPG-ova.

### **Profil posjetitelja**

Struktura pokazuje dominaciju domaćih gostiju iz urbanih središta (Zagreb, Rijeka, Karlovac), pretežno u srednjoj i starijoj dobi (46–65 godina), koji Ogulin posjećuju automobilom, najčešće kao jednodnevni izletnici bez noćenja. Manji broj čine posjetitelji iz inozemstva (Švicarska, Italija, Španjolska, Kanada). Uočava se i rast segmenta „vikend posjetitelja“ te turista koji Ogulin doživljavaju kao postaju na putu prema moru ili drugim destinacijama.

### **Stupanj zadovoljstva**

Ukupna razina zadovoljstva vrlo je visoka: prosječna ocjena između 6 i 7 (na skali 1–7); 80 % ispitanika navelo je da bi ponovno posjetili Ogulin; destinacija se percipira kao sigurna i neprenapučena. Posebno visoke ocjene dobili su elementi kulturne baštine, čistoće i sigurnosti, dok su niže ocjene zabilježene kod restoranske ponude i zabavnih sadržaja.

## Preporuke posjetitelja

Turisti često daju konstruktivne prijedloge za razvoj, uključujući: proširenje kulturnih i zabavnih sadržaja (festivali, radionice, manifestacije); tematske ture po prirodnim i bajkovitim lokacijama; bolju interpretaciju priča Ivane Brlić-Mažuranić u cijelom gradu; povećanje broja ugostiteljskih objekata s lokalnim jelima; dodatno ulaganje u jezersku zonu i rekreacijske aktivnosti.

## Percepcija održivosti i razvoja

Većina posjetitelja smatra da Ogulin nije preizgrađen i da bi se trebao razvijati pažljivo, uz obnovu postojećih objekata i očuvanje vizualnog identiteta grada. Ekološka svijest ispitanika je izražena, cijene prirodne resurse, mir i zelenilo te ne žele prekomjernu izgradnju.

Ogulin se u očima posjetitelja doživljava kao **autentična, mirna i sigurna destinacija bajke i prirode**, ali s još neostvarenim potencijalom u segmentima gastronomije, događanja i aktivnog turizma. Posjetitelji prepoznaju kvalitetu i dušu mjesta, no žele više sadržaja koji bi im omogućio duži boravak, veću interakciju s kulturom i prirodom te bolju promociju lokalnog identiteta.

Može se zaključiti kako **Ogulin ima visok emocionalni kapital među posjetiteljima**, koji osigurava lojalnost i potencijal za rast — pod uvjetom da daljnji razvoj balansira između očuvanja autentičnosti i uvođenja novih iskustvenih, interpretativnih i održivih sadržaja turizma.

## Kvaliteta života i zaštita građana od buke i gužve

**Zagađenje svjetlom** – Grad Ogulin ugrađuje LED rasvjetu koja je usklađena s normama o svjetlosnom onečišćenju, no povremeno u ljetnim mjesecima pojedine terase i događaji uz Sabljake ulažu žalbe na prekomjernu rasvjetu. **Zagađenje bukom** – prijave zbog buke su rjeđe (3–8 puta godišnje), uglavnom u razdoblju glavnih manifestacija ili ljetnih *partyja* na Sabljacima i u centru grada. Inspeksijske službe MUP-a i komunalno redarstvo djeluju odmah po dojavama. Grad i Turistička zajednica kontinuirano sustavno informiraju građane i goste, a poduzetnici se obvezuju prilagoditi razinu glasnoće glazbe i trajanje prema zakonskim propisima (najčešće do 23 h). Razina buke u sezoni mjeri se priručnim uređajima tijekom manifestacija (prosjeck: 48-56 dB/ dan, 38-44

dB/ noć, što je unutar dopuštenih granica za mješovite zone). **Praćenje i edukacija** – identificiraju se rizične zone za buku (centar, Sabljaci). Poduzetnici su educirani i potaknuti putem Savjeta za gospodarstvo i Turističkog vijeća TZ-a da ulažu u tišu opremu (klima-uređaje, rashladne sustave, električne skutere) i reflektore s fokusiranim svjetlom.

## Strateški plan kulturnog turizma Grada Ogulina

Strateški plan kulturnog turizma Grada Ogulina izgrađen je kao okvir za dugoročni, održivi razvoj destinacije i njene kulturne ponude. Naglašava se važnost povezivanja svih relevantnih dionika, njihova sinergija i poticajno okruženje za suradnju kako bi se osigurao uspješan razvoj kulturnog turizma. Za provedbu mjera neophodna je komplementarnost u planiranju i realizaciji projekata između Grada, Turističke zajednice i ustanova u kulturi te aktivno uključivanje civilnog sektora, lokalnih poduzetnika i zajednice.

### 1. Strateško planiranje i upravljanje destinacijom:

- razviti operativno tijelo za koordinaciju turizma
- uspostaviti sustav praćenja pokazatelja (npr. broj noćenja, zadovoljstvo turista)
- osmisliti godišnji akcijski kalendar kulturnih aktivnosti
- izraditi strategiju razvoja ljudskih resursa u kulturnom turizmu
- pokrenuti certifikacijski sustav za interpretatore baštine.

**2. Razvoj kulturnih i tematskih doživljaja:** osmisliti interaktivne bajkovite ture inspirirane djelima Ivane Brlić-Mažuranić, kreirati noćne ture uz svjetlosne i zvučne instalacije u starom gradu, postaviti urbanu bajkovitu signalizaciju u stilu ilustriranih putokaza, osmisliti program oživljene povijesti s Frankopanskom gardom, razviti audiovodiče i AR aplikacije za duh i osjećaj mjesta, organizirati interaktivne kazališne predstave u prirodi, stvoriti bajkovitu biciklističku rutu s pričama i QR kodovima.

**3. Infrastrukturne i prostorne intervencije:** uspostaviti šetnicu oko Đulinog ponora s interpretacijskim stanicama, izgraditi vidikovac i stakleni most iznad kanjona Dobre, osmisliti „Park priča“ s tematskim paviljonima bajki i legendi, postaviti adrenalinski park (*zipline*, penjanje) nad

kanjonom, uspostaviti centar biospeleologije u špilji Medvedica, adaptirati Sabljake kao centar sportskih manifestacija i rekreacije.

**4. Podrška kreativnim industrijama i umjetnicima:** osigurati radne prostore i rezidencijalne programe za umjetnike, financirati kulturne programe u okolnim selima, organizirati natječaje za umjetničke intervencije u javni prostor, uspostaviti godišnji festival vizualne umjetnosti i dizajna, digitalizirati i distribuirati zavičajne narodne priče i legende.

**5. Suradnja s lokalnom zajednicom i udrugama:** osnažiti umrežavanje između udruga, poduzetnika i ustanova, pokrenuti lokalne savjetodavne forume za kulturni turizam, razviti mentorske programe za novoosnovane udruge i obrte, uključiti škole u projektnu nastavu vezanu uz baštinu, organizirati volonterske dane i edukacije za građane.

**6. Edukacija i interpretacija:** pokrenuti treninge za vodiče specijalizirane za duh mjesta, razviti edukativne radionice za djecu u Ivaninoj kući bajke, uspostaviti „Školu interpretacije baštine“ za djelatnike muzeja i TZ-a, organizirati studijska putovanja u europske gradove dobre prakse, razviti tematske vodiče za kulturne entuzijaste (glazba, priroda, hrana...).

**7. Branding i promocija destinacije:** redizajnirati vizualni identitet destinacije „Ogulin, zavičaj bajke“, osmisliti seriju promotivnih videospotova o duhu mjesta, kreirati interaktivnu internetsku platformu s doživljajima i mapama, osmisliti kampanju „Pričajmo priče – živi Ogulin“ s lokalnim stanovnicima, organizirati dane otvorenih vrata kulturnih institucija.

**8. Poboljšanje ponude i usluga:** potaknuti otvaranje etno-gastro konoba i zavičajnih bistroa, kreirati pakete doživljaja (npr. vikend bajki, pješačke ture, *gourmet*), potaknuti razvoj *craft* proizvoda i suvenira inspiriranih bajkama, održati turističke vodiče i male poduzetnike kroz vaučere, potaknuti digitalno *bookiranje* i virtualne ture.

**9. Financiranje i održivost:** osmisliti fond za mikro projekte kulturnog turizma, aktivno se prijavljivati na EU fondove i INTERREG suradnje, uspostaviti partnerstva s kulturnim rutama Vijeća Europe, organizirati donatorske večere i prikupljanje sredstava za tematske sadržaje, uvesti ekološke takse za održavanje baštine.

**10. Održivi razvoj i klimatska otpornost:** integrirati ekoprakse u svim projektima (reciklaža, lokalne namirnice), edukacije o održivom ponašanju turista i zajednice, postaviti zelene koridore za pješaćenje i biciklističke rute, plan i ideje utemeljeni su u dokumentu Strateški plan kulturnog turizma Grada Ogulina i u duhu su njegovih temeljnih smjernica: jačanje identiteta, autentičnih doživljaja, integracije zajednice i očuvanja baštine.

## Turistička potražnja i profil posjetitelja Ogulina

### 1. Demografski profil posjetitelja

Dob: najviše noćenja u skupinama 25–34 (7443 noćenja), 35–44 (8634) i 45–54 (7032). To potvrđuje privlačnost za mlađe obitelji i aktivne putnike srednjih godina. Spol: 57 % muškarci i 43 % žene – sudjelovanje muškaraca veće, posebice u segmentu sportskih manifestacija, planinarenja i biciklizma. Domaći turisti značajno dominiraju, zatim slijede gosti iz Njemačke, Koreje, Poljske, Nizozemske, Italije i Španjolske. Profil gostiju iz DACH zemalja i srednje Europe jača ljeti. Azijski su gosti češće u tranzitu.

### 2. Segmentacija posjetitelja i motivacija putovanja

Tablica 3: Segmentacija prema tipu gosta

| Segment                                  | Udio / značaj           | Tipične motivacije/ponuda                                                  |
|------------------------------------------|-------------------------|----------------------------------------------------------------------------|
| Obiteljski gosti                         | Rastući udio            | Festival bajke, Ivanina kuća bajke, tematske šetnje, edukacije.            |
| Aktivni ( <i>outdoor</i> )               | Snažno zastupljen       | Planinarenje (Klek), biciklizam, prirodni sadržaji, ribolov na Sabljacima. |
| Kulturni turisti                         | Visoka važnost          | Kultura, baština, folklor, muzeji, manifestacije                           |
| Tranzitni gosti                          | Dominantna skupina      | Kratka stajanja, A1 tranzit – dolasci/odlasci na more, vikend putnici.     |
| Grupni i poslovni                        | Manji udio              | Edukacije, manifestacije, manja poslovna događanja.                        |
| Posebni interesi (moto susreti i slično) | Važan segment događanja | Produženi boravci za vrijeme specijalnih događanja.                        |

*Izvor: online anketiranje „Mišljenje gostiju o turizmu u Ogulinu” provedeno od Turističke zajednice grada Ogulina, obrada autora*

### 3. Ponašanje i preferencije gostiju

**Smještaj:** najveći broj novoregistriranih kapaciteta ima 3 ili 4 zvjezdice; privatni apartmani, sobe OPG-ova, ruralni objekti i hoteli zadržavaju (ili lagano povećavaju) popunjenost. **Aktivnosti:** najpopularniji su planinarenje (posebno Klek), biciklizam, kulturne ture, Festival bajke, ribolov, mototurizam. Sve veći interes za kreativne radionice (pričaonice, etno-gastro). **Prehrana:** uloga lokalne gastronomije snažno raste: ogulinsko zelje, masnica, gastro manifestacije i OPG-ovi. **Potrošnja:** prema trendovima, gosti najviše troše na smještaj i prehranu, potom aktivnosti/izlete/suvenirnicu (posebno u Kući bajke). Prisutnost obitelji i mlađih putnika povećava izdvajanje u iskustvenu ponudu i *outdoor*.

### 4. Sezonalnost, kapacitet i struktura potražnje

Popunjenost ljeti: najveća iskorištenost hotela (30,32 % noćenja), a zatim kampova (22,56 %). OPG-ovi i „objekti u domaćinstvu“ (8,31 % i 11,73 %) bilježe spor rast u izvansezonskom razdoblju. Sve više obitelji i parova traže autentičan smještaj ili boravak u prirodi. Infrastruktura i dostupnost: tijekom vrhunca sezone, parking, kapaciteti jezera Sabljaci i infrastruktura znaju biti opterećeni. Javni je prijevoz slab ili ga nema izvan centra.

### 5. Utjecaj događanja i manifestacija

Festival bajke: 10 000 posjetitelja (3 dana) – snažan turistički magnet, podiže interese obitelji i škola.

Advent i Moto susret: 4000 posjetitelja (Advent, kroz 4 vikenda), 2000 posjetitelja (Moto susret) – kontinuirano privlače goste u krugu 150 km i generiraju smještajnu i ugostiteljsku potrošnju.

### 6. Zadovoljstvo i perspektiva

Google recenzije: 4,4–4,6 (vrlo pozitivne), istaknuta gostoljubivost, bajkovita tematika, priroda. Povremene kritike na signalizaciju, parking, kvalitetu javnog prijevoza.

Stope povrata: točan podatak nije poznat, ali bilježi se sve više gostiju koji se vraćaju radi većih događanja i autentičnog smještaja te smještaja u prirodi i na OPG-u.

### 7. Zaključci i kvalitetna razrada za strategiju

Dominantni trend: kratki, intenzivni, tematski boravci s velikim potencijalom za produljenje boravka i produljenje sezone ako se aktivno razvija izvansezonska ponuda i integracija gastro, aktivnih i kulturnih proizvoda. Rast segmenta obiteljskog, *outdoor* i festivalskog turizma – ovdje Ogulin ima najbolju platformu za jačanje konkurentnosti. Gost u Ogulinu je sve više „putnik doživljaja” (obitelj, mladi aktivno orijentirani, ljubitelj kulture/baštine), fleksibilan, digitalno informiran i traži autentičnost, prirodu i edukaciju. Za još snažniji rast i zaokruženi doživljaj, rješenje je strateška inovacija, povezanost dionika i fokusiranje na produljenje boravka kroz raznovrsne (multi)sezonske proizvode.

## Usluge turističkog vođenja i turističke agencije

Na osnovi istraživanja, *online* ankete i fokus-grupa možemo zaključiti kakvo je stanje te koji su izazovi i prilike u poslovanju u turističkim agencijama te usluzi turističkog vođenja.

### Turističke agencije i organizacija putovanja

**Osnovne funkcije:** agencije se bave organizacijom i prodajom aranžmana, jednodnevnih i višednevnih izleta, rezervacijama raznolikih turističkih usluga te organizacijom tematskih i *incentive* putovanja. **Vrste ponuda:** u ponudi su i posebna događanja, tematske i kulturne ture, što prati suvremene trendove u turizmu s naglaskom na doživljaj. **Suradnja:** Turistička zajednica i lokalna samouprava prepoznate su kao kvalitetni, profesionalni partneri, što doprinosi ukupnoj suradnji. **Izazovi i slabosti: neravnomjeran promet tijekom godine** – veliki broj gostiju sezonski, pad u zimskim mjesecima i danima usred tjedna. **Umrežavanje i inovacije:** potrebno je snažnije povezivanje dionika te poticanje inovacija u ponudi (npr. digitalizacija, nove vrste tura, veća suradnja između agencija i OPG-ova). **Nova ponuda smještaja:** potrebni su novi kapaciteti jer kada dođu grupe nemaju se gdje se smjestiti, već se smještaju u destinacije oko Ogulina. **Vidljivost i PR:** pojedini vodiči/organizatori ukazuju na problem niske digitalne vidljivosti i slabijeg PR-a (ovisnost o preporukama, spor pristup novim klijentima), a tržište traži jači brending i digitalnu promociju, osobito na inozemnim platformama. **Ponude i trendovi: cijene i cjelogodišnje poslovanje:** raspon usluga je 60–120 eura, s prosječnom godišnjom edukacijom od 1000 eura po osobi, do 20 % gostiju se vraća. **Postoji dovoljna baza vodiča** za klasične ture, ali nedostaje vodiča specijaliziranih za *bike* i planinarske ture, što ukazuje na potrebu daljnje

segmentacije ponude prema trendovima aktivnosti i iskustvenog turizma. **Srednjoročna vizija:** destinacija se želi pozicionirati kao **cjelogodišnja**, s bogatim programom i inovativnim pristupom turizmu. Cilj je podići standarde usluga, inovirati ponudu, bolje brendirati destinaciju i poticati održivo povećanje kapaciteta (novi smještaj i sadržaji).

## Usluge turističke animacije

Usluge turističke animacije u Ogulinu su raznolike i obuhvaćaju bogat spektar kulturnih, edukativnih i zabavnih aktivnosti namijenjenih gostima svih uzrasta. Ističu se sljedeći oblici animacije:

### Tematske animacije i edukativni programi

**Ivanina kuća bajke** nudi interaktivne radionice, pripovijedanje bajki i tematske obilaske, posebno prilagođene djeci i obiteljima. Kroz kreativnu interpretaciju bajki i likova Ivane Brlić-Mažuranić, sudionici mogu uživati u „Čarobnoj šumi“, slušati priče, a često su animacije u kostimima. **Zavičajni muzej Ogulin** organizira stručno vodstvo, a povremeno i kostimirane ture u kojima vodič interpretira život Ivane Brlić-Mažuranić ili domaće legende. Muzej provodi i tematske edukacije (Noć muzeja, Noć tvrđava). **Animacija uz Sabljake** (jezero): školske grupe i izletnici, uz kostimirane animatore, sudjeluju u atraktivnim programima (poput „polaganje vozačke dozvole na metli“), što pruža poseban doživljaj vezan uz lokalne legende i prirodu.

### Festival i eventi s animacijom

Tijekom manifestacija poput **Ogulinskog festivala bajke** provode se animacijski programi, radionice, sportski turniri i tematske predstave za djecu i odrasle. Festival donosi i crtane filmove, igre te sudjelovanje profesionalnih animatora. **Ljeto u Ogulinu** i druge gradske manifestacije uključuju svakodnevne animacijske programe – od vođenih „ruta bajke“, koncerata, sportskih aktivnosti do filmskih i edukativnih večeri na otvorenom, a sadržaji su prilagođeni svim generacijama.

## Turistički animatori i vodiči

Djeluju organizirano kroz turističke agencije i obrte, poput „Žive riječi” (turističko pripovijedanje) i „Regoč toursa” (animirani izleti), te planinarske vodiče specijalizirane za bajke, legende i prirodu Ogulina. Postoje i specijalizirane animacije za grupe biciklista, planinara i školske djece, kao i animacije s *quadovima* (adventure vožnje).

## Dječji programi i zabava

Organizirani **dječji dočeci Nove godine** i praznični programi redovito sadrže animacijske i zabavne aktivnosti, vođene od profesionalnih animatora i dječjih grupa. Tematske radionice, igre i prikazi starinskih zanata redovito se organiziraju i tijekom posjeta organiziranih skupina školske djece.

Turistička animacija u Ogulinu kontinuirano se razvija i profesionalizira. Naglasak je stavljen na interpretaciju baštine, interaktivno uključivanje gostiju te bogatstvo sadržaja za djecu, obitelji i grupe. Kroz kostimirane ture, tematske radionice, legendarne priče i atraktivne festivale, animacija doprinosi jedinstvenosti doživljaja i višednevnom zadržavanju gostiju.

## Ruralni turizam

Ruralni turizam u Ogulinu doživljava postupan razvoj, temeljen na bogatoj prirodnoj i kulturnoj baštini, tradicionalnoj gastronomiji i autentičnim doživljajima na seoskim gospodarstvima. Ističu se aspekti i ponude o kojima će više biti rečeno u nastavku.

### Ključne karakteristike ruralnog turizma u Ogulinu

**Seoska domaćinstva i OPG-ovi** nude smještaj u autentičnim kućama za odmor, apartmanima i manjim ekološkim objektima. Gosti mogu uživati u miru, zelenilu, biciklističkim rutama te domaćoj hrani i proizvodima, poput sira, meda i ogulinskog kiselog zelja. **Događanja i nagrade:** ogulinsko kiselo zelje prepoznato je po nacionalnim nagradama („Suncokret ruralnog turizma”), čime se dodatno promoviraju lokalni proizvođači i tradicijska gastronomija. **Inovativne ponude:** OPG Salopek nudi apiterapiju i apiinhalacije, dok izletišta na okolnim gospodarstvima obuhvaćaju degustacije, tradicionalne radionice i edukativne vođene ture. **Ruralni smještaj:** mnoge kuće za

odmor, apartmani i izletišta omogućuju boravak u prirodi, okućnice su prostrane i najčešće nude dodatne sadržaje (roštilj, bicikli, dječja igrališta, *wellness* usluge).

### Izazovi i potencijali

**Izazovi** uključuju još uvijek skroman kapacitet i manju promociju ruralnih objekata, kao i nedovoljnu digitalnu integraciju te povezivanje lokalnih proizvođača u zajedničku ponudu. **Potencijal** leži u brendiranju regije kroz zaštićene proizvode, povećanje broja tematskih događanja i unapređenje mreže OPG-ova te digitalnu promociju i udruživanje u zajedničke turističke projekte. Ogulin je sve značajniji na karti ruralnog turizma kroz razvoj smještajnih i doživljajnih kapaciteta na selu, inovativne agroturističke projekte i promociju lokalne gastronomije. Definitivni iskorak moguć je kroz jaču suradnju OPG-ova, digitalnu vidljivost i dodatna ulaganja u ponudu za obitelji, bicikliste i izletničke grupe.

### Ostale specijalizirane usluge (*teambuildinzi*, školske ekskurzije)

U Ogulinu postoje brojne specijalizirane usluge prilagođene grupama za poslovni, školski i edukativni turizam. Izdvajaju se:

**Školske ekskurzije i edukativni programi: programi za škole i djecu** uključuju posjete Ivaninoj kući bajke (radionice, pripovijedanje, tematske igre), Zavičajnom muzeju (edukativne ture), Đulinom ponoru i izlete uz jezero Sabljaci s animiranim sadržajem i prirodoslovnim edukacijama. Organizirani su kompletni dnevni ili višednevni programi uz stručnu pratnju, uključujući prehranu i radionice. **Outdoor izleti i „škole u prirodi“** često kombiniraju edukaciju o prirodi, igre i sportske aktivnosti, a zimi je moguć je i tematski boravak na snijegu u suradnji s programima škole u prirodi ili zimovanjem.

**Lokalne agencije** (npr. Klek, Regoč tours) specijalizirane su za organizaciju edukativnih izleta, ekskurzija i neformalnih učenja kroz tematske šetnje, vođene posjete i radionice.

**Ostali sadržaji: mogućnost organiziranih ručaka za grupe** u suradnji s lokalnim restoranima.

**Radionice tradicijskih vještina** i animacijski programi često se uključuju kao dio ponude

specijaliziranih izleta za djecu i odrasle. **Paintball, sportske igre, pustolovna navigacija i team izazovi** dostupni su kao zasebni programi ili kao dio većih korporativnih i edukativnih paketa.

Ogulin je razvio razgranatu paletu specijaliziranih usluga za timove i školske grupe s naglaskom na prirodno-zabavnom, edukativnom i pustolovnom sadržaju u kojem se povezuje lokalna baština, aktivnosti u prirodi i razvoj grupne kohezije. Ova segmentacija značajno doprinosi cjelogodišnjoj atraktivnosti i prepoznatljivosti destinacije.

## Smještajni kapaciteti

### Statistička analiza smještaja

Turistička ponuda destinacije Ogulin trenutno se oslanja na 1133 ležaja, uz ostvarenih 42 559 noćenja godišnje, čime je prosječna popunjenost oko 10,3 %. Ovi brojevi pokazuju jasno upućuju na to da postoji znatan prostor za rast i učinkovitije korištenje postojećih kapaciteta. Planovi za budućnost usmjereni su prema povećanju popunjenosti smještaja kroz ciljane razvojne mjere, unapređenje ponude i marketinške aktivnosti, s ambicijom da se u narednim četirima godinama podigne razina popunjenosti na 15–16 %, čime bi se došlo do oko 63 000 noćenja godišnje. Dugoročni cilj, kao optimalni razvojni scenarij, predviđa popunjenost od 20 % odnosno više od 80 000 noćenja godišnje, što bi Ogulin približilo standardima uspješnijih destinacija i dodatno osnažilo njegovu poziciju na turističkoj karti regije.

U nastavku slijedi pregled osnovnih pokazatelja **turističkog prometa po danima u tjednu** za destinaciju Ogulin. Tablica prikazuje raspodjelu broja noćenja, dolazaka i prosječne popunjenosti po svakom danu, što omogućuje detaljnu analizu trendova, identifikaciju najfrekventnijih dana te usmjeravanje budućih marketinških i operativnih aktivnosti s ciljem povećanja efikasnosti i iskorištenosti smještajnih kapaciteta.

Tablica 4: Noćenja prema danima popunjenosti u tjednu

|                    | Noćenja | Dolasci | Popunjenost |
|--------------------|---------|---------|-------------|
| <b>ponedjeljak</b> | 5519    | 3622    | 9,37 %      |
| <b>utorak</b>      | 4808    | 2474    | 8,16 %      |

|                 |      |      |         |
|-----------------|------|------|---------|
| <b>srijeda</b>  | 5013 | 2603 | 8,51 %  |
| <b>četvrtak</b> | 5732 | 3211 | 9,73 %  |
| <b>petak</b>    | 7657 | 5546 | 13 %    |
| <b>subota</b>   | 8090 | 4580 | 13,73 % |
| <b>nedjelja</b> | 5249 | 3330 | 8,91 %  |

*Izvor: Turistička zajednica grada Ogulina*

Tablica 5: Noćenja po svim segmentima smještaja u 2024. godini

| <b>Vrsta objekta</b>                                                     | <b>Noćenja 2024.</b> | <b>Noćenja 2023.</b> | <b>Noćenja indeks</b> | <b>Dolasci 2024.</b> | <b>Dolasci 2023.</b> | <b>Dolasci indeks</b> | <b>Popunjenost 2024.</b> | <b>Popunjenost 2023.</b> | <b>Dužina boravka 2024.</b> |
|--------------------------------------------------------------------------|----------------------|----------------------|-----------------------|----------------------|----------------------|-----------------------|--------------------------|--------------------------|-----------------------------|
| <b>Hoteli</b>                                                            | 9439                 | 10 403               | 90,73                 | 7105                 | 7159                 | 99,25                 | 26,86 %                  | 30,32 %                  | 1,33                        |
| <b>Kampovi</b>                                                           | 6696                 | 6424                 | 104,23                | 5860                 | 5568                 | 105,24                | 23,46 %                  | 22,56 %                  | 1,14                        |
| <b>Nekomercijalni smještaj</b>                                           | 197                  | 43                   | 458,14                | 4                    | 0                    | 0                     | 0,60 %                   | 0,15 %                   | 49,25                       |
| <b>Objekti na OPG-u (seljačkom domaćinstvu)</b>                          | 160                  | 182                  | 87,91                 | 68                   | 97                   | 70,1                  | 7,29 %                   | 8,31 %                   | 2,35                        |
| <b>Objekti u domaćinstvu</b>                                             | 23 265               | 22 779               | 102,13                | 11 254               | 10 179               | 110,56                | 10,17 %                  | 11,33 %                  | 2,07                        |
| <b>Ugostiteljski objekti za smještaj (Druge vrste - skupina kampovi)</b> | 2694                 | 1829                 | 147,29                | 1303                 | 851                  | 153,11                | 3,96 %                   | 3,61 %                   | 2,07                        |
| <b>Ostalo</b>                                                            | 108                  | 0                    | 0                     | 54                   | 0                    | 0                     | 0,59 %                   | 0,00 %                   | 2,00                        |
| <b>Ukupno:</b>                                                           | <b>42 559</b>        | <b>41 660</b>        | <b>102,16</b>         | <b>25 648</b>        | <b>23 854</b>        | <b>107,52</b>         | <b>10,29 %</b>           | <b>12,04 %</b>           | <b>1,66</b>                 |

*Izvor: Turistička zajednica grada Ogulina*

Tablica 6: Popunjenost 1. 1. 2024. - 31. 12. 2024.

| <b>TIP SMJEŠTAJA</b> |                                                                          | <b>KATEGORIJA</b> | <b>GODIŠNJA POPUNJENOST U %</b> |
|----------------------|--------------------------------------------------------------------------|-------------------|---------------------------------|
| <b>Apartman</b>      | Ostali ugostiteljski objekti za smještaj (Druge vrste - skupina kampovi) | 3 zvjezdice       | 6,99 %                          |
| <b>Apartman</b>      | Ostali ugostiteljski objekti za smještaj (Druge vrste - skupina kampovi) | 4 zvjezdice       | 2,60 %                          |
| <b>Hotel</b>         | Hoteli                                                                   | 3 zvjezdice       | 10,74 %                         |
| <b>Hotel</b>         | Hoteli                                                                   | 4 zvjezdice       | 59,39 %                         |

|                                                 |                                                                          |                     |                |
|-------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|---------------------|----------------|
| <b>Kamp odmoriste</b>                           | Kampovi                                                                  | Nema kategorizacije | 23,46 %        |
| <b>Kuća stanovnika općine/grada</b>             | Nekomercijalni smještaj                                                  | Nema kategorizacije | 1,31 %         |
| <b>Kuća za odmor</b>                            | Ostali ugostiteljski objekti za smještaj (Druge vrste - skupina kampovi) | 3 zvjezdice         | 1,81 %         |
| <b>Kuća za odmor</b>                            | Ostali ugostiteljski objekti za smještaj (Druge vrste - skupina kampovi) | 4 zvjezdice         | 9,84 %         |
| <b>Lovački dom</b>                              | Ostali ugostiteljski objekti za smještaj (Druge vrste - skupina kampovi) | Nema kategorizacije | 1,33 %         |
| <b>Objekti na OPG-u (seljačkom domaćinstvu)</b> | Objekti na OPG-u (seljačkom domaćinstvu)                                 | 3 sunca             | 7,29 %         |
| <b>Objekti u domaćinstvu</b>                    | Objekti u domaćinstvu                                                    | 2 zvjezdice         | 7,90 %         |
| <b>Objekti u domaćinstvu</b>                    | Objekti u domaćinstvu                                                    | 3 zvjezdice         | 9,62 %         |
| <b>Objekti u domaćinstvu</b>                    | Objekti u domaćinstvu                                                    | 4 zvjezdice         | 21,23 %        |
| <b>Objekti u domaćinstvu</b>                    | Objekti u domaćinstvu                                                    | 5 zvjezdica         | 19,58 %        |
| <b>Objekti u domaćinstvu</b>                    | Objekti u domaćinstvu                                                    | Nema kategorizacije | 12,00 %        |
| <b>Organizirano kampiranje</b>                  | Ostalo                                                                   | Nema kategorizacije | 0,59 %         |
| <b>Soba za iznajmljivanje</b>                   | Ostali ugostiteljski objekti za smještaj (Druge vrste - skupina kampovi) | 3 zvjezdice         | 2,45 %         |
| <b>Soba za iznajmljivanje</b>                   | Ostali ugostiteljski objekti za smještaj (Druge vrste - skupina kampovi) | 4 zvjezdice         | 7,87 %         |
| <b>Studio apartman</b>                          | Ostali ugostiteljski objekti za smještaj (Druge vrste - skupina kampovi) | 3 zvjezdice         | 0,41 %         |
| <b>Ukupno</b>                                   |                                                                          |                     | <b>10,23 %</b> |

Izvor: Turistička zajednica grada Ogulina

Tablica 7: Noćenja za vrijeme Festivala bajke

| <b>Objekt Kategorija</b> | <b>Objekt Vrsta objekta</b>                                              | <b>Broj noćenja</b> | <b>Broj dolazaka</b> |
|--------------------------|--------------------------------------------------------------------------|---------------------|----------------------|
| 2 zvjezdice              | Objekti u domaćinstvu                                                    | 41                  | 36                   |
| 3 zvjezdice              | Hoteli                                                                   | 47                  | 43                   |
| 3 zvjezdice              | Objekti u domaćinstvu                                                    | 449                 | 215                  |
| 3 zvjezdice              | Ostali ugostiteljski objekti za smještaj (Druge vrste – skupina kampovi) | 32                  | 16                   |
| 4 zvjezdice              | Hoteli                                                                   | 227                 | 216                  |
| 4 zvjezdice              | Objekti u domaćinstvu                                                    | 10                  | 6                    |
| 4 zvjezdice              | Ostali ugostiteljski objekti za smještaj (Druge vrste – skupina kampovi) | 127                 | 71                   |

|                     |                       |             |            |
|---------------------|-----------------------|-------------|------------|
| Nema kategorizacije | Kampovi               | 202         | 173        |
| Nema kategorizacije | Objekti u domaćinstvu | 42          | 33         |
| <b>Ukupno</b>       |                       | <b>1177</b> | <b>809</b> |

*Izvor: Turistička zajednica grada Ogulina*

## Privatni smještaj

Rezime mišljenja iznajmljivača s fokus-grupe pokazuje da smještajni subjekti na području Vrela, Bjelolasice, Zagorja i Ogulinskog Hreljina prepoznaju veliki potencijal svojih objekata zbog atraktivne prirode, domaćih životinja, blizine jezera Sabljaci i važnih izletničkih odredišta, poput Plitvica, Rastoka i Zagreba. Međutim, navode niz infrastrukturnih i sadržajnih problema: potrebna su uređena igrališta, više putokaza i infotabli te sigurniji okoliš, dok su turistički sadržaji u zimskim i izvansezonskim mjesecima vrlo ograničeni (sanjkaliste, lokalni *event*, blizina restorana i kafića).

**Iznajmljivači ističu i slabosti u promociji** – uglavnom im nedostaju profesionalne internetske stranice, aktivnost na društvenim mrežama (Instagram, Facebook, TikTok) te kvalitetne fotografije. Jasno izražavaju potrebu za edukacijom, osobito po pitanju obraćanja specifičnim segmentima gostiju (biciklisti, bikeri, obitelji s djecom, osobe s posebnim potrebama). Dobri **primjeri su kuće za odmor koje nude saunu, masažu, sportska igrališta i direktan plasman domaćih proizvoda gostima**. Napominju da nedostaje kvalitetna receptivna ili DMC agencija koja bi omogućila bolju prodaju i promociju. Pojedini iznajmljivači su certificirani *bike* vodiči, što dodatno povećava potencijal aktivnog odmora, ali tu mogućnost treba bolje povezati s cikloturizmom, označavanjem ruta i digitalnim kartama.

U razgovoru su identificirane i pravne prepreke (prenamjena zemljišta za kampove), kao i poteškoće u suradnji s kulturnim društvima koja zbog drugih obveza često ne mogu pružiti usluge na zahtjev (nastup folklornog društva i sl.). Zapaženo je da gosti sve više traže autentična iskustva (upoznavanje starih zanata, sudjelovanje u ruralnim poslovima, seoske igre).

Analiza upitnika o stavovima privatnih iznajmljivača (N=27) u Ogulinu pokazuje realnu sliku prednosti, slabosti i ključnih potreba za budući razvoj destinacije i održivost smještajne ponude.

**Koncept Local Host** pokrenulo je Ministarstvo turizma i sporta Republike Hrvatske s ciljem jačanja autentičnog i održivog turizma te promicanja lokalnih domaćina kao ambasadora svojih destinacija. Projekt naglašava važnost osobnog pristupa, tradicije i gostoljubivosti – karakteristika po kojima se i ogulinski iznajmljivači ističu – pa se preporučuje da se uključe u program i steknu certifikat Local Host koji im omogućuje jaču promociju putem Turističke zajednice.

### Ključna zapažanja

**Komparativne prednosti:** iznajmljivači smatraju da se Ogulin najviše izdvaja prirodnim ljepotama (92,6 %), geografskim položajem, blizinom autoputa i prometnom povezanošću, ali i atraktivnim manifestacijama te osjećajem sigurnosti. Aktivni, *well-being* i ruralni turizam vide kao najvažnije razvojne smjerove. **Kvaliteta i zadovoljstvo:** prosječne ocjene za kvalitetu biciklističkih, pješačkih, kulturnih i sportskih sadržaja su oko 4 od 7, a zadovoljstvo gostiju, komunikacija s lokalnom zajednicom i dostupnost sadržaja oko 4,5. Iznajmljivači posebno ističu potrebu za raznolikijom i kvalitetnijom ponudom sadržaja. **Konkurencija i stanje tržišta:** stav između iznajmljivača je podijeljen – dok dio smatra da ima previše privatnog smještaja, drugi ukazuju na još uvijek otvoren prostor za rast uz uvjet podizanja kvalitete i ponude. Naglašava se potreba za komplementarnim razvojem (poput suradnje s OPG-ovima) i filtriranje tržišta kroz jaču orijentaciju na održivost i kvalitetu. Poslovni rezultati (prosjeak iz upitnika): **cijena noćenja:** 109 € prosječno za 4 osobe. **Prosječna godišnja popunjenost:** 33 %. **Najveća popunjenost:** srpanj/kolovoz (80–100 %); najslabija: zima (ispod 10–15 %). **Prosječan povrat gostiju:** do 20 % kod većine, nekima i više. **Ulaganja u edukaciju:** više od polovice ne ulaže ništa, tek manji broj investira do 500 € godišnje. **Prosječni rashodi:** čine otprilike 30–50 % poslovnih prihoda. **Ponuda hrane:** gotovo nitko nema ugostiteljski sadržaj (doručak ili večera). **Dodatni sadržaji:** samo trećina ima dodatne pogodnosti (bazeni, saune, igrališta).

### Potrebe i budući prioriteti

**Razvoj sadržaja i ponude:** gosti traže aktivan odmor (biciklizam, planinarenje, pješčenje), kulturne programe i *wellbeing* sadržaje, a te ponude trenutačno nisu dovoljno razvijene kroz kvalitetno označene rute, digitalne karte, sportsku infrastrukturu i stalne događaje. Iznajmljivači žele više uređenih igrališta, biciklističkih i pješačkih staza, signalizacije, infopointova i ugostiteljskih

objekata te parkirališta na ključnim lokacijama. **Profesionalizacija i digitalizacija:** samo trećina ima vlastitu internetsku stranicu, većina koristi društvene mreže, ali većinu marketinga prepušta Bookingu i Airbnb. Potrebno je više edukacija o digitalnom marketingu, izradi profesionalnih fotografija i stvaranju specijalizirane, nišne ponude (npr. *bike friendly*, *family friendly*, pristupačnost za OSI). Osposobljavanje iznajmljivača za specifične segmente (*bikeri*, planinari, obitelji, osobe s posebnim potrebama) je ključno. **Održivo i odgovorno poslovanje:** više od polovice iznajmljivača nastoji u poslovanju koristiti prirodne materijale i ekorješenja (LED rasvjeta, reciklaža, kompostiranje). No mnogi još uvijek ne koriste sustave za uštedu energije i rada s kišnicom, a gotovo četvrtina nema nikakvu ekološku praksu. Potrebno je uvesti poticaje i savjetovanje za održive modele i održivu gradnju. **Pristupačnost i briga za posebne skupine gostiju:** ponuda pristupačnih jedinica za osobe slabije pokretljivosti je iznimno niska ili nepostojeća. Ovo je veliki razvojni izazov i prilika za diferencijaciju na tržištu. **Poseban naglasak za prilagodbu obiteljima s djecom, što bi mogla biti velika tržišna prednost.** **Povećanje dodanih vrijednosti i produženje sezone:** sezonska popunjenost raste u ljetnim mjesecima, dok su zima i proljeće iznimno slabi. Obogaćivanje ponude autentičnim iskustvima (gastronomija, stari zanati, sudjelovanje u OPG-aktivnostima) i vođene tematske ture mogu povećati prosječnu duljinu boravka i povrat gostiju.

### Potrebne mjere

Redovite koordinacije na kojima se rješavaju izazovi te unaprjeđuje suradnja. Važna je otvorena komunikacija s Turističkom zajednicom, Gradom i povremeno ostalim institucijama nadležnim za rješavanje izazova. Koordinacijsko tijelo za Smještaj u domaćinstvu intenzivno će raditi u cilju napretka suradnje koja mora biti obostrana.

### Novi smještaj u domaćinstvu u Ogulinu

**Resort Stribor** u Ponikvama, u Ogulinu, novi je luksuzni smještajni kapacitet kategoriziran kao sobe u domaćinstvu, inspiriran djelima Ivane Brlić-Mažuranić. Objekt sadrži devet moderno uređenih soba s ukupno 27 ležajeva te je okružen netaknutom prirodom, idealnom za ljubitelje aktivnog odmora, planinarenja, biciklizma, lova i ribolova. Resort Stribor nema klasičnu ponudu hrane, već je gostima omogućeno uživanje u doručku s domaćim jajima, sirevima i narescima od divljači, kao i raznim

*proizvodima iz Gorskog kotara i Istre. Za ručak i večeru gosti su upućeni u obližnje restorane, primjerice na janjetinu koja se poslužuje u restoranu udaljenom svega deset minuta. Ako gost želi obrok unutar resorta, može biti omogućen dolazak kuhara na poziv i priprema jela u objektu.*

*Resort često posjećuju lovci, a popularna su i team building događanja. Vlasnici, koji su zaljubljenici u lov i prirodu, lokaciju su odabrali zbog njezine iznimne atraktivnosti. Posjeduju još šest kuća u Istri te vlastite maslinike i uljaru. Posebnost resorta je grijanje bazena i objekta energijom dobivenom od mljevenih koštica maslina. U potpuno opremljenoj kuhinji mogu se organizirati i kuharske radionice za goste, a ističu: "Željeli smo se poistovjetiti s bajkom i povezati se s onime što čovjeku danas najviše nedostaje: mir, sloboda, lokalno, prirodno okruženje".*

### Potrebne mjere suradnje s iznajmljivačima

**Pojačati suradnju u destinacijskom menadžmentu** – postoji potreba za receptivnom turističkom agencijom koja bi punila smještajne kapacitete, a istovremeno osmišljavala boravak gostiju. Iznajmljivačima su potrebni **edukacijski programi** za digitalni marketing, održivost, *experience management* i specifične segmente gostiju. Potrebna su **ulaganja u sportsku, pješačku i biciklističku infrastrukturu**, infotočke, vidljivost i digitalne mape u cilju produljenog boravka u privatnom smještaju. Razvoj dodatnih sadržaja koji produljuju sezonu (zimski *outdoor*, *well-being*, autentične radionice) i uvođenje poticaja za održivu gradnju i zelene standarde. Potrebno je poticanje iznajmljivača na **otvaranje smještaja više kategorije u pretežito ruralnom dijelu**. Nikako se ne preporučuje otvaranje smještaja u stambenim zgradama. U Ogulinu je jako izražajna **gostoljubivost i osobni kontakt s gostom**, stoga se preporučuje osobno goste dočekati/ispratiti te pokoniti poklon dobrodošlice u smještaju s domaćim proizvodima na stolu.

### Hoteli

**Hotel Klek** trenutačno je dugoročno iznajmljen, a tijekom ljetnih mjeseci služi pretežno kao međulokacija za putnike na proputovanju prema moru, što znači da gosti najčešće borave samo jednu noć prije nastavka puta. Planirano je da se, nakon završetka postojećeg dugoročnog najma, hotel podvrgne rekonstrukciji s ciljem potpune rekonstrukcije i prilagodbe modernim standardima hotelijerstva. Rekonstrukcija bi trebala omogućiti razvoj komercijalne, turistički usmjerene ponude i

*osigurati veću atraktivnost hotela, kao i mogućnost dužih boravaka gostiju u Ogulinu. Ovim projektom Hotel Klek želi postati važan faktor u lokalnoj turističkoj ponudi, s naglaskom na dugoročnu održivost i kvalitetu usluge.*

**Hotel Frankopan** trenutno posluje kao ključni objekt hotelske ponude u Ogulinu, smješten uz sam povijesni centar i pored glavnih kulturnih i turističkih atrakcija poput Frankopanskog kaštela, Ivanine kuće bajke i gradske promenade. Kroz cijelu godinu privlači poslovne goste, individualne putnike i manje grupe, pružajući smještaj i ugostiteljske usluge na razini standarda gradskog hotela. U kontekstu razvoja turističke i destinacijske strategije Ogulina, Hotel Frankopan ima značajan potencijal za daljnje unapređenje ponude i pozicioniranje kao središnja točka za višednevni boravak gostiju. Poseban naglasak stavlja se na razvoj ponude usmjerene prema obiteljima, poslovnim korisnicima i specifičnim turističkim segmentima (outdoor, kulturni, event turizam). Povezivanje s lokalnim dobavljačima i sudjelovanje u autentičnim doživljajima Ogulina dodatno doprinosi atraktivnosti hotela i boravku gostiju. Hotel Frankopan predstavlja početak razvoja tematiziranih smještajnih objekata u Ogulinu. Posebnost hotela je u tome što su pojedine sobe inspirirane Ivaninim bajkama, s dizajnom, nazivima i detaljima koji gostima omogućuju da tijekom boravka dožive priče Ivane Brlić-Mažuranić na autentičan i kreativan način. Ova tematizacija doprinosi oblikovanju jedinstvenog identiteta hotela, jača pozicioniranje Ogulina kao „Zavičaja bajke“ te povećava atraktivnost destinacije za obitelji, škole i ljubitelje književnosti.

Projekt tematiziranih objekata, koji je započeo u Hotelu Frankopan, razvija novu razinu turističkog doživljaja u Ogulinu, potiče inovacije u smještajnoj ponudi i stvara podlogu za širenje ovakvih koncepta i na druge dionike u destinaciji. Ovakva ponuda ne samo da izdvaja hotel na tržištu nego i podiže cjelokupnu vrijednost destinacije, stavljaajući u prvi plan lokalnu kulturnu baštinu i *storytelling* kao temelj razvoja turizma.

### Potrebne mjere

Poticanje tematiziranja hotela, a po mogućnosti i ostalog smještaja, kao bajkovitog smještaja. Standardi, koji su sastavni dio ovog Plana upravljanja, omogućuju nadogradnju dodatnim elementima radi povećanja atraktivnosti, jačanja promocije te poticanja zadovoljstva i motivacije

dolaska gostiju u Ogulin. Tematizacija je usko povezana i s dodatnim sadržajima te ukupnim destinacijskim sadržajima.

## Kamp odmorište

*U Ogulinu se nalazi moderno uređeno kamp odmorište Sabljaci, smješteno uz samo jezero Sabljaci, svega 4 km od centra grada. Kamp je mali i obiteljski, otvoren cijelu godinu te nudi ukupno 26 parcela (uključujući 18 kamp parcela i 8 kamp mjesta) od kojih svaka ima priključak za vodu, struju i odvodnju. U kampu su dostupne moderne obiteljske kupaonice, odvojeni muški i ženski sanitarni čvorovi, wc za osobe s invaliditetom, perilica i sušilica rublja, prostor za roštiljanje, dječje igralište, besplatan Wi-Fi, prostor za pražnjenje kemijskog WC-a i ispust za otpadnu vodu.*

*Na raspolaganju su i sadržaji za aktivni boravak: najam bicikala i SUP-ova, mogućnost kupanja i ribolova na jezeru, biciklističke i pješačke staze, blizina restorana te uređene zelene površine za boravak na otvorenom. Kamp je pogodan za obitelji s djecom, bicikliste, ribolovce, ali i kao odmorište na putu prema Jadranu, zahvaljujući blizini autoputa A1.*

*Kamp odmorište Sabljaci svojim gostima nudi visoku razinu čistoće, funkcionalan i miran ambijent, pozitivan obiteljski doživljaj i izvrsnu polazišnu točku za istraživanje Ogulina i okolice. Posebno je preporučljiv za aktivni odmor i autentičan boravak u prirodi, u skladu s modernim trendovima održivog turizma.*

## Potrebne mjere

Povezanost usluge u destinaciji s ponudom gostima kampa, što bi omogućilo dulji boravak gostiju i uživanje u destinaciji. U destinacijskom menadžmentu, potrebno je na redovitim koordinacijama rješavati komunalne i slične segmente, koji poduzetnicima olakšavaju rad te ih potiču na inovacije, dodatne kapacitete i potencijalno dodatne sadržaje. Važno je umrežavanje i poticanje na izvrsnost u svim segmentima turizma.

## Utjecaj festivala i događanja na potražnju smještaja u Ogulinu

### Potrebne mjere

Događanja u Ogulinu stvaraju mjerljiv financijski prihod smještajnom sektoru. Važno je na vrijeme najaviti događanja i pružiti potencijalnim gostima usluge smještaja, događanja i dodatne destinacijske usluge, čime se potencijalno može uputiti gosta na višednevni boravak. Pravilno upravljanje terminima i organizacija događanja u vrijeme većeg broja praznih kapaciteta omogućuje jaču iskoristivost kapaciteta, produženje sezone te višestruki povrat kroz sekundarnu potrošnju gostiju, što je nužno za ukupnu održivost i razvoj destinacije. Na taj se način multiplicira ukupan učinak. Potrebno je događanja najaviti najmanje šest mjeseci ranije kako bi se svi resursi na vrijeme rezervirali i bili na raspolaganju organizatoru događanja.

### Jednodnevni posjetitelji

Jednodnevnih posjetitelja u Ogulinu ima svakodnevno, ali o tome ne postoji točna evidencija. Procjena jednodnevnih posjetitelja Ogulina temelji se na podacima o ukupnim turističkim dolascima, trajanjima boravka, trendovima jednodnevnog izletništva u kontinentalnoj Hrvatskoj te procjeni Turističke zajednice grada Ogulina. **Procjena broja jednodnevnih posjetitelja i mjesečna struktura:** s obzirom na prosječno trajanje boravka turista u Ogulinu (1,66 dana), značajan udio ukupnog turističkog prometa otpada na izletnike i jednodnevne posjetitelje – osobito vikendima, praznicima i u sezoni manifestacija. Realna procjena broja jednodnevnih posjetitelja kreće se u rasponu od **30 000 do 35 000 godišnje**, pri čemu su vršni mjeseci svibanj, lipanj, rujan i kolovoz, a zatim travanj i listopad. Najviši intenzitet bilježi se tijekom proljeća i ljeta, osobito zbog školskih grupa i obiteljskih izleta, kao i tijekom Ogulinskog festivala bajke, Planinarske Nove godine i sportskih događanja.

Jednodnevni gosti dolaze u Ogulin najčešće zbog: posjeta Ivaninoj kući bajke i sudjelovanja u Ogulinskom festivalu bajke, obilaska Rute bajki i kulturno-povijesnih atrakcija (Frankopanski kaštel, Đulin ponor), rekreacije i izleta na Sabljake i Klek (planinarenje, biciklizam, jezero, ribolov), zaustavljanja na putu prema moru (autocesta A1) – kraći boravci i osvježenje, sudjelovanja u sportskim, edukativnim ili korporativnim događanjima.

**Projekcija prihoda od jednodnevnih posjetitelja** procjenjuje se na osnovi troškova ulaznica (npr. Ivanina kuća bajke, muzej), gastronomije (restorani, kafići), suvenira i parkiranja. Ogulin ima snažan potencijal jednodnevnog turizma, prvenstveno zahvaljujući bogatstvu prirodnih i kulturnih atrakcija, manifestacijama i strateškoj poziciji uz glavne prometnice. Najveći broj gostiju su obitelji, školske ekskurzije, planinarska društva, grupe umirovljenika, sportaši rekreativci, a daljnje unaprjeđenje ponude i digitalizacije (npr. QR rute, unaprjeđenje infotočaka, novi *eventi*) može dodatno povećati i broj dolazaka i potrošnju izletnika. Glavni izazovi su kratko zadržavanje posjetitelja i relativno niska potrošnja u usporedbi s višednevnim turistima. Također, destinacija ovisi o sezonalnim događanjima i vremenskim uvjetima, što otežava ravnomjernu raspodjelu prometa tijekom godine.

### Potrebne mjere

Potrebno je ulagati u proširenje cjelogodišnjih atrakcija, digitalizaciju sadržaja (QR rute, interaktivne infotočke) i razvijanje novih događanja izvan vrhunca sezone. Dodatno, jačanjem suradnje s ugostiteljima i lokalnim OPG-ovima može se povećati prosječna potrošnja gosta i multiplicirati učinci na gospodarstvo.

### Financijski plan Turističke zajednice

Tablica 8: Financijski Plan i program Turističke zajednica grada Ogulina za 2025. godinu

| Kategorija prihoda                                           | Opis/pravna osnova                                                                                  | Plan realizacije (EUR) |
|--------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|
| <b>Izvorni prihod - turistička pristojba</b>                 | Zakon o turističkoj pristojbi, broj obveznika, fizički obujam turističkog prometa                   | 24 000,00              |
| <b>Izvorni prihod - turistička članarina</b>                 | Zakon o turističkoj članarini, rast gospodarstva i turizma, način i broj obveznika                  | 38 000,00              |
| <b>Prihod iz proračuna grada Ogulina</b>                     | Sufinanciranje programa i projekata, promicanje turizma, administrativni i projekti rashodi         | 223 000,00             |
| <b>Prihod iz proračuna Karlovačke županije</b>               | Sufinanciranje manifestacija, javni pozivi za kulturu, potpore za turističku infrastrukturu         | 15 000,00              |
| <b>Prihod iz proračuna Republike Hrvatske (Min. kulture)</b> | Sufinanciranje Ogulinskog festivala bajke i višejezičnog pripovijedanja, javni natječaji za kulturu | 45 000,00              |

|                                                                  |                                                                                                              |           |
|------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Prihod od sustava turističkih zajednica (HTZ-ovi fondovi)</b> | Fonda za nedovoljno razvijena područja, udruženi TZ-ovi, dodjela po javnom pozivu i Pravilniku               | 45 000,00 |
| <b>Prihod iz EU fondova</b>                                      | Sredstva iz EU natječaja i projekata (nije planirano za 2025. godinu)                                        | 0,00      |
| <b>Prihod od gospodarske djelatnosti</b>                         | Prihodi od turističkog vlakića, povratak djelatnosti nakon pandemije, Zakonom definirana ekonomska aktivnost | 6000,00   |
| <b>Preneseni prihod iz prethodne godine</b>                      | Sredstva za prijenos, amortizaciju, financiranje rada TZ-a i troškove aktivnosti programa rada               | 26 000,00 |
| <b>Ostali prihodi</b>                                            | Refundacije troškova režija, natječaji i sponzorstva manifestacija, prijave na natječaje                     | 1000,00   |

*Izvor: Turistička zajednica grada Ogulina*

## 2.1. Analiza postojećih turističkih proizvoda i usluga u destinaciji

### Turistički proizvodi i usluge

#### Komparativne prednosti Ogulina – jedinstvenost!

##### Jezera i planine

Ogulin se ističe bogatim prirodnim resursima: planina Klek, omiljeno odredište planinara, okružena je šumama i jezerima pogodnim za relaksaciju i rekreaciju. Đulin ponor, duboka krška jama smještena u centru grada, s ulazom u kompleksni podzemni sustav rijeke Dobre, jedan je od najzanimljivijih speleoloških fenomena u Hrvatskoj. Okolicu karakteriziraju šumski predjeli, čiste rijeke i jezera te raznolika flora i fauna.

##### Kaštel i bajke

Grad čuva vrijednu kulturnu ostavštinu Frankopanskog kaštela i starogradske jezgre. Lokalni gastronomski specijaliteti, poput ogulinskog zelja i masnice, naglašavaju autentičan identitet regije. Ogulin je rodno mjesto Ivane Brlić-Mažuranić, čiji svijet bajki inspirira brojne kulturne manifestacije, s posebnim naglaskom na Ogulinski festival bajke.

### **Blizina autoputa, dvije zračne luke**

Ogulin je smješten na strateški povoljnoj lokaciji – na pola puta između Zagreba i Jadrana, uz autocestu A1, blizu dviju zračnih luka (Zagreb i Rijeka, obje unutar 115 km cestovne udaljenosti) te u neposrednoj blizini triju nacionalnih parkova (Plitvička jezera, Sjeverni Velebit, Risnjak). Grad je izvrsno prometno povezan i lako dostupan.

### **Jedinstveno prekrasna priroda, autentičnost i mir**

Ogulin je očuvao lokalni karakter – daleko je od masovnih turističkih gužvi, nudi miran ambijent i autentične doživljaje. Topla gostoljubivost domaćina i nekomercijalizirani duh destinacije čine ga posebno privlačnim za goste koji traže individualan i iskren kontakt s prostorom.

### **Turistički proizvodi u Ogulinu**

#### **Ivanina kuća bajke**

Jedinstveni multimedijalni centar gdje posjetitelji istražuju svijet bajki Ivane Brlić-Mažuranić kroz interaktivne sadržaje i radionice. Centar je magnet za obitelji i djecu, osnažujući poziciju Ogulina kao zavičaja bajke.

*Analiza:* proizvod jača brend destinacije i nudi edukaciju kroz zabavu, ali je potreban inovativan sadržaj kako bi zadržao relevantnost i dolaske posjetitelja.

#### **Aktivni turizam (biciklizam, ribolov, *quad*, hodanje, sportske aktivnosti)**

Klek je istaknuti stjenoviti vrh na istočnom rubu masiva Velike Kapele, iznad grada Ogulina. Visok je 1182 metra. Ima oblik 3-4 km dugog hrpta smjera sjeverozapad-jugoistok, koji je od podnožja pa do bila pokriven šumskim plaštem, dok se oko podnožja planine prostiru široke livade. Pogodan je za planinarenje, penjanje i hodanje uređenim stazama, a često je poprište sportskih manifestacija. Spaja prirodnu ljepotu i izazov, privlačeći zaljubljenike u prirodu.

Ogulin pruža brojne mogućnosti za sport na otvorenom, s biciklističkim i pješačkim rutama, vožnjom na rijekama, ribolovom, *quad* vozilima i prirodnim izletima, dostupno tijekom cijele godine.

*Analiza:* aktivni turizam značajno podiže atraktivnost destinacije za sve generacije, donosi raznolikost i produljuje sezonu, ali treba voditi kontinuiranu skrb o stazama i promociju sigurnih i održivih praksi te zahtijeva dodatna ulaganja u sigurnost, infrastrukturu i kvalitetno vođenje sadržaja.

### **Đulin ponor**

Impresivan prirodni fenomen u samom centru Ogulina, poznat po dubokom krškom ponoru povezanim s tragičnom legendom o Đuli. Đulin ponor je nezaobilazna atrakcija za sve goste, mjesto susreta prirode, povijesti i legende.

*Analiza:* ponor stvara jedinstveni identitet destinacije i proširuje motiv dolazaka, ali je potreban daljnji razvoj interpretacijskih sadržaja i bolja promocija na nacionalnoj razini. U pripremi je projekt koji će iznimno podići nivo valorizacije Đulinog ponora.

### **Ogulinski festival bajke**

Manifestacija koja okuplja umjetnike, glumce i djecu u slavlju književnosti, bajki i tradicije kroz kazališne predstave, edukacije i kreativne programe. Festival je prepoznat u kulturi cijele Hrvatske i djeluje kao gravitacijska točka za turiste u lipnju. Cilj Ogulinskog festivala bajke je privući dodatni broj posjetitelja, produljiti njihov boravak u destinaciji te učvrstiti imidž Ogulina kao kulturno-turističke destinacije za obitelji i ljubitelje bajki. Dugoročno, cilj je pozicionirati festival kao jedno od top događanja Hrvatske turističke zajednice, čime bi Ogulin postao nezaobilazno odredište u kulturno-turističkom kalendaru Hrvatske.

*Analiza:* ova manifestacija jača kulturni identitet i sezonu, ali dodatni prateći sadržaji i međunarodna suradnja mogu proširiti njezin utjecaj i atraktivnost.

### **Jezero Sabljaci**

Popularno izletišta idealno za kupanje, vožnju čamcima, ribolov i rekreaciju, dostupno turistima i lokalnom stanovništvu. Sabljaci su simbol ljetnog i sportskog turizma Ogulina.

*Analiza:* jezero širi ljetnu turističku ponudu, ali zahtijeva nadogradnju infrastrukture i razradu dodatnih pratećih sadržaja za veći atraktivitet.

## Stari grad Ogulin i Zavičajni muzej

Povijesna tvrđava iz 16. stoljeća i muzej nude bogat edukativni sadržaj o tradiciji Ogulina kroz izložbe, radionice i vođene ture – često su centar kulturnih događanja.

*Analiza:* kulturne znamenitosti povezuju prošlost i sadašnjost, ali kontinuirana revitalizacija i inovativne interpretacije potrebne su za dugoročnu relevantnost kod šire publike.

### Identifikacija izazova

**Većina proizvoda je sezonska**, osobito festivali i aktivnosti na otvorenom, pa dolazi do neravnomjerne posjećenosti tijekom godine. **Infrastruktura** (biciklističke i pješačke staze, interpretacija Đulinog ponora, signalizacija i prateći sadržaji kod jezera) nije dovoljno razvijena za veću turističku potražnju. **Nedostatak integriranih tematskih ruta** i inovativnih interpretacijskih sadržaja koji objedinjuju prirodu, legendu i kulturu. **Ograničena prepoznatljivost proizvoda** na nacionalnoj i međunarodnoj razini, slabija digitalna promocija te slaba diversifikacija ponude za mlađe i aktivne goste izvan glavne sezone.

### Potrebne mjere

Veliki su izazovi koji se moraju rješavati u razvoju postojećih turističkih proizvoda. Potrebno je naglasiti da su turistički proizvodi izuzetno potentni i vrijedi u njih apsolutno ulagati sve resurse, koji će stanovnicima i gostima Ogulina biti izuzetno vrijedni. Razvojem proizvoda razvija se cijela destinacija jer se širi ponuda, jača se medijska pažnja, zanimljivost i novost se prenosi putem društvenih mreža te se jača pozicija za nove investicije. Između ostaloga, potrebno je razvijati kvalitetnu turističku infrastrukturu: obnoviti i proširiti biciklističke i pješačke staze, postaviti interpretacijske table (planiran interpretacijski centar) kod Đulinog ponora, osigurati dodatne sadržaje na jezeru Sabljaci, jačati cjelogodišnje i tematske proizvode kroz manifestacije izvan sezone, povezati kulturne i prirodne atrakcije u integrirane itinerere, ulagati u digitalnu promociju, *storytelling* i marketing te podići suradnju s nacionalnim medijima i partnerima iz *outdoor* sektora. Također je potrebno potaknuti inovacije u prezentaciji legende i tradicije (multimedija, vođene ture, tematske igre), uspostaviti modele održivog upravljanja i poticati aktivno uključivanje zajednice u kreiranju proizvoda.

## Članstvo u strukovnim organizacijama

### Međunarodne strukovne organizacije

Turistička zajednica grada Ogulina članica je Women Writers Route, Europske rute spisateljica, u partnerstvu s Ivaninom kućom bajke i Gradom Ogulinom. Ova ruta promiče značaj ženske književnosti i doprinos žena u kulturi, stvarajući dodatne mogućnosti za razvoj kulturnog turizma. Trenutno nemamo planirane troškove vezane uz članstvo, no osigurana su sredstva za eventualne buduće aktivnosti, kao što su sudjelovanja na događanjima ili promocijama.

### Potrebne mjere

Snažnije uključenje u Europsku rutu bajki (European Fairy Tale Route), tematsku kulturnu rutu certificiranu od Vijeća Europe, koja okuplja destinacije i ustanove iz cijele Europe posvećene bajkama i književnosti za djecu. Budući da je Ivanina kuća bajke već uključena u aktivnosti i promociju ove rute, preporučuje se formalizacija i produbljenje sudjelovanja, što bi Ogulinu otvorilo vrata za međunarodne projekte, zajednički marketing i dodatno jačanje reputacije.

Domaćinstvo na godišnjim konferencijama i festivalima s međunarodnim prezentacijama povećalo bi vidljivost i osnažilo brendiranje.

### Domaće strukovne organizacije

Turistička zajednica grada Ogulina članica je Hrvatske udruge za interpretaciju baštine, poznate kao Interpretirajmo Hrvatsku. Kroz ovo članstvo ostvarena je suradnja na raznim radionicama, uključujući onu održanu u Ogulinu 2017. godine, koja se fokusirala na interpretaciju hrvatske kulturne baštine. Ova suradnja omogućuje kontinuiranu edukaciju i razmjenu znanja među članovima, što je od ključne važnosti za unaprjeđenje turističke ponude. Aktivnosti udruge uključuju razvoj interpretacijskih proizvoda, sudjelovanje u europskim projektima, formiranje strategija za destinacijsko vođenje i tematske šetnje, kao i potporu inovativnim metodama prezentacije baštine. Interpretirajmo Hrvatsku važan je sugovornik u jačanju profesionalnih standarda i edukacije baštinskih djelatnika, a dosad je uključila više od 200 članova. Udruga ima znatan utjecaj na valorizaciju baštine i stvaranje novih modela razvoja kulturnog i baštinskog

turizma u Hrvatskoj, posebno kroz interdisciplinarne projekte i primjenu suvremenih interpretacijskih tehnika.

## Mjerenje učinkovitosti događanja

Mjerenje učinkovitosti događanja predstavlja ključan alat za osiguravanje strateškog upravljanja, evaluaciju ostvarenih rezultata i planiranje dugoročno održivog razvoja destinacije. Sustavno praćenje i analiza niza financijskih, operativnih i nefinancijskih pokazatelja omogućuju jasno sagledavanje stvarnog utjecaja manifestacije – od izravnih i neizravnih prihoda, strukture troškova, promjena u percepciji i zadovoljstvu posjetitelja, do doprinosa imidžu destinacije i jačanja lokalne zajednice. Takav pristup daje temelj za donošenje informiranih odluka, optimizaciju organizacije budućih događanja te maksimiziranje njihovih pozitivnih efekata na gospodarstvo i društvo u cjelini. Procjena je izrađena u suradnji s Turističkom zajednicom.

Tablica 9: Procjena učinkovitosti Ogulinskog festivala bajke

| Kategorija                        | Pokazatelj                                      | Okvirna vrijednost (Ogulinski festival bajke) |
|-----------------------------------|-------------------------------------------------|-----------------------------------------------|
| <b>PRIHODI (pozitivni efekti)</b> |                                                 |                                               |
| Prihodi u ugostiteljstvu          | Dodatna potrošnja u kafićima, restoranima       | 40 000–50 000 EUR                             |
| Prihodi od parkinga               | Povećanje prihoda na parkiralištima             | +2000 EUR                                     |
| Prihodi od smještaja              | Pov. popunjenost, dodatno prodani kapaciteti    | 20 000–25 000 EUR                             |
| Dodatni prihodi                   | Ulaznice, suveniri, lokalna prodaja             | 5000–10 000 EUR                               |
| Ukupan broj posjetitelja          | Ukupna posjećenost festivala                    | 10 000                                        |
| Broj domaćih/stranih posjetitelja | Domaći/strani udio u ukupnim gostima            | Domaći 70 % / Strani 30 %                     |
| Vrijednost PR-a                   | Objave, impresije, ukupna promotivna vrijednost | 70 000 EUR                                    |
| Vrijednost društvenih mreža       | Online spominjanja, viralni doseg               | 25 000 EUR                                    |
| Povrat uloženog (ROI)             | Odnos prihoda i troškova                        | 1,8 – 2,2                                     |
| <b>TROŠKOVI (ulaganja)</b>        |                                                 |                                               |
| Operativni ugovoreni troškovi     | Ukupna logistika, najam, izvođači, osiguranje   | 40 000–50 000 EUR                             |
| Trošak promocije / PR-a           | Marketing, oglašavanje, produkcija sadržaja     | 8000–10 000 EUR                               |

|                                           |                                                             |                    |
|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|--------------------|
| Trošak organizacije događaja              | Logistika, najam opreme, izvođači, tehničke usluge          | 40 000–50 000 EUR  |
| Trošak čišćenja i komunalnih usluga       | Pojačano održavanje grada                                   | 2500–3500 EUR      |
| Trošak sigurnosti i regulacije            | Sigurnosne službe, policija, vatrogasci, regulacija         | 3000–5000 EUR      |
| CO <sub>2</sub> otisak događaja           | Procjena emisije stakleničkih plinova (kg)                  | 2500–3000 kg       |
| <b>NEFINANCIJSKI POKAZATELJI</b>          |                                                             |                    |
| Zadovoljstvo posjetitelja (1-10)          | Rezultati javnog mijenja                                    | 9,3                |
| Zadovoljstvo lokalnog stanovništva (1-10) | Anketa o iskustvu lokalnog stanovništva                     | 8,5                |
| Broj posjetitelja                         | Ukupna posjećenost                                          | 10 000             |
| Duljina boravka turista (dani)            | Prosječna duljina boravka turista                           | 1,66               |
| Broj lokalnih partnera/volontera          | Partneri, izvođači, volonteri                               | 80–100             |
| Net Promoter Score (NPS)                  | Preporučljivost događaja među posjetiteljima                | 70                 |
| Doprinos brendu destinacije               | Jačanje imidža i percepcije Ogulina                         | Izuzetno pozitivan |
| Društvena uključenost/partnerstva         | Broj uključenih ustanova, udruga, inicijativa               | 20+                |
| Uključenost ustanova                      | Broj suradnji s obrazovnim, kulturnim, sportskim ustanovama | 10+                |

*Izvor: procjena Turističke zajednice grada Ogulina i autora*

Tablica 10: Kalendar javnih sportskih događanja – Ogulin

| Datum/<br>razdoblje         | Naziv<br>događanja                           | Organizator/klub             | Lokacija             | Opis /značaj                                                | Okvirni broj<br>sudionika/posjetitelja |
|-----------------------------|----------------------------------------------|------------------------------|----------------------|-------------------------------------------------------------|----------------------------------------|
| <b>ožujak –<br/>travanj</b> | Memorijalni<br>nogometni turnir<br>„Ogulin“  | NK Ogulin / Zaj.<br>sportova | Nogometni<br>stadion | Turnir svih<br>uzrasta, ekipe iz<br>županije i šire         | 250–500 (igrači +<br>gledatelji)       |
| <b>svibanj /<br/>lipanj</b> | Dan planinara<br>Hrvatske / Uspom<br>na Klek | PD Klek, TZ Ogulin           | Planina Klek         | Nacionalni<br>skup,<br>edukativno-<br>planinarski<br>vikend | 300–800                                |

|                              |                                                     |                         |                             |                                                  |                                       |
|------------------------------|-----------------------------------------------------|-------------------------|-----------------------------|--------------------------------------------------|---------------------------------------|
| <b>lipanj</b>                | MTB Biciklistički maraton Sabljaci                  | BK Ogulin, SRK Sabljaci | Jezero Sabljaci, okolica    | Sportsko-rekreacijski maraton biciklijada        | 150–300                               |
| <b>lipanj / srpanj</b>       | Otvoreno prvenstvo u tenisu                         | TK Ogulin               | Teniski tereni Ogulin       | Regionalni turnir, sportski kampovi za djecu     | 80–120 natjecatelja; 150+ popratno    |
| <b>srpanj</b>                | Ribički KUP „Sabljac“                               | SRK Sabljaci            | Jezero Sabljaci             | Natjecanje u sportskom ribolovu                  | 100–200 natjecatelja + gosti          |
| <b>kolovoz</b>               | Ljetna škola rukometa + turnir                      | RK Ogulin               | Sportska dvorana, igralište | Edukacija mladih, mali lokalni turniri           | 80–120 djece + obitelj                |
| <b>rujan</b>                 | Skijaška i zimska demonstracija                     | Ski klub Vučići         | Skijalište Vučići           | Prezentacije, priprema za zimu                   | 40–80                                 |
| <b>listopad</b>              | Dan sporta Ogulina                                  | Zaj. sportova grada     | Više lokacija               | Prikaz svih sportova, radionice, mini natjecanja | 500+ (ukupno, sva natjecanja zajedno) |
| <b>tijekom cijele godine</b> | Ligaška i punkt natjecanja (nog., ruk., tenis, šah) | Klubovi                 | Više lokacija               | Redovna natjecanja, domaćinstva lokalnih ekipa   | 50–300 po eventu, ovisno o sportu     |

*Izvor: Turistička zajednica grada Ogulina*

*Napomene:*

*Brojevi uključuju natjecatelje, trenere i službeno osoblje te okvirni broj gledatelja i popratnog osoblja/gostiju tijekom trajanja manifestacije. Veći događaji (maraton, Dan sporta, Dan planinara) privuku lokalno stanovništvo, goste iz županije i rekreativce-turiste. TZG Ogulina i Zajednica sportova vode službenu evidenciju i detaljan raspored radi logistike. Za događaje na otvorenom (planinarenje, biciklističke ture) broj može varirati ovisno o vremenskim uvjetima i promociji destinacije.*

## Analiza noćenja sudionika sportskih i rekreativnih manifestacija u Ogulinu

**1. Veći sportski događaji i manifestacije (planinarski, biciklistički, višednevni turniri, „Dan sporta“).** Sudionici nacionalnog planinarskog skupa (npr. Uspon na Klek, Dan planinara) u **preko 70 % slučajeva noće** barem jednu noć u Ogulinu ili okolici, zbog jutarnjih polazaka, večernjih druženja i umora od duge ture. Biciklističke maratone, *open-air* vikende te ribičke kupove najčešće prati **boravak na destinaciji u trajanju 1–2 dana**, naročito kad su natjecatelji s udaljenosti više od 100 km. Sportski kampovi i ljetne škole (rukomet, tenis, šah) traju više dana, uključeni su smještaj i prehrana za sudionike.

### **2. Jednodnevni turniri, ligaške utakmice i vikend eventi**

Lokalna natjecanja (nogomet, rukomet, biciklistički vikendi) i male turnire pojedinih sportova češće prate **odlazak gostiju istog dana**, pogotovo ako dolaze iz bliže okolice (Karlovac, Rijeka, Gorski kotar). Međutim, na događajima s večernjim dijelom (gastro, koncert, druženje) dio gostiju odluči ostati i koristiti lokalni smještaj.

### **3. Vanjski čimbenici**

Kad je broj sudionika ili posjetitelja veći od 150–200 po događaju, **kapaciteti za noćenje postaju ograničeni** (npr. hoteli Frankopan, Klek, privatni apartmani). Sudionici iz drugih županija/zemalja praktički uvijek organizirano noće (posebno kod sportskih saveza i višednevnih događanja).

## Potrebne mjere

**Većina većih i višednevnih sportskih događanja u Ogulinu uključuje barem jednu noć boravka** (u hotelu, apartmanu, plan. domu, kampu). Kod manjih, jednodnevnih sportskih aktivnosti prevladava dolazak bez noćenja, ali kvalitetna promocija, proširenje pratećeg programa i povoljne ponude (popusti, paketi) mogu povećati broj noćenja. **Turistička zajednica mora organizatorima pomoći** te povezati usluge smještaja, atrakcija, ugostiteljstva i sl. te organizator pri promociji događanja treba **aktivno nuditi smještajne mogućnosti i dodatne usluge**, vikend-aranžmane i istaknuti mogućnost produljenog boravka na svim sportskim materijalima.

## Atraktivnost i regionalna (županijska) tržišna konkurentnost

### Značaj i potencijali Ogulina na regionalnom tržištu

**1. Centralno mjesto kulture i bajki:** Ogulin je prepoznat kao „Zavičaj bajke” zahvaljujući Ivani Brlić-Mažuranić, Festivalu bajke i Ivaninoj kući bajke, što ga izdvaja od drugih gradova Karlovačke županije te ga čini jedinstvenim u nacionalnom kontekstu obiteljskog, edukativnog i kulturnog turizma. **Ključna tranzitna točka:** smješten na glavnim prometnim pravicima (A1 autocesta, željeznička pruga Zagreb – Rijeka), Ogulin je prirodni ulaz u Gorski kotar, Liku, Jadran i središnju Hrvatsku. To ga čini odličnim tranzitnim odredištem, čiji bi posjet trebalo nastojati produžiti na 2 i više dana. **Prirodna i outdoor destinacija:** zbog blizine planine Klek, jezera Sabljaci, rijeke Dobre te izvanredne očuvanosti prirode (NATURA 2000), Ogulin je glavna točka za planinarski, biciklistički, ribolovni i obiteljski *outdoor* turizam na razini županije.

**2. Povezivanje i prilike s drugim destinacijama – tematske i funkcionalne rute:** Ogulin je idealan za povezivanje u turističke proizvode s destinacijama u Karlovačkoj županiji, kao što je posjet Karlovcu, Rastokama, Plitvičkim jezerima, ali i za tematske cikloturističke i pješačke rute do Gorskog kotara, Vrbovskog i dalje prema Rijeci.

**3. Suradnja s Gorskim kotarom / Kvarnerom:** moguće je razviti „Bajkoviti prsten” (Ogulin – Mrkopalj – Ravna Gora), paketirati obiteljske i prirodne aranžmane te razviti zajednički marketing festivala, gastronomije i ekoturističke ponude.

**4. Programi „od bajke do povijesti”:** Ogulin može biti međustanica na ruti Karlovac–Slunj–Plitvice, koristeći pričanje priča i mitova kao poveznicu prema obiteljskom gostu, školskim grupama, rekreativcima, ljubiteljima folklora i gastronomije.

### Potrebne mjere

**Dizajn atraktivnog *family outdoor* proizvoda:** povezivanje ponude Ogulina s planinarenjem, biciklizmom, jezerom Sabljaci, kulturnim programima i izletima na jednodnevne ili vikend doživljaje prilagođene obiteljima i školama. **Digitalizacija i booking:** snažnije istaknuti Ogulin na županijskoj i nacionalnoj turističkoj karti, suradnja s turističkim agencijama, priprema materijala za

sve dionike, edukacija za dionike da sami promoviraju regionalne resurse. **Promocija izvan glavne sezone:** razvijati manifestacije, sajmove i sportske događaje u toku jeseni, zime i proljeća (*outdoor*, bajke, edukacija, gastro festivali) kako bi Ogulin postao izbor i izvan srpnja, kolovoza i rujna. **Edukacija, jačanje kadra, menadžment destinacije:** ulažući u edukaciju pružatelja usluga, vodiča (posebno na engleskom/njemačkom) i mlade koji se školuju za rad u turizmu, može se stvoriti prepoznatljiva kvaliteta regionalne destinacije. Ogulin može postati ključna destinacija za višednevan boravak pametnim povezivanjem s Karlovcem, Slunjem, Gorskim kotarom i Plitvicama, novim menadžmentom te razvojem sustava „**Doživljaj 360°**“ u svim sezonama. Za održivu konkurentnost potrebno je ubrzano ulagati u **prezentaciju, rezervacijske sustave i povezivanje, uz sinergiju turističkih zajednica i sinergiju s privatnim sektorom.**

## Održivi razvoj i zaštita okoliša

Grad Ogulin aktivno provodi brojne konkretne mjere i projekte usmjerene na održivi razvoj i zaštitu okoliša, u skladu s visokim udjelom zaštićenih područja i europskim ekološkim standardima.

### Konkretna mjera održivog razvoja i zaštite okoliša u Ogulinu

**1. Učinkovito gospodarenje otpadom:** uveden je sustav odvojenog prikupljanja otpada putem kontejnera za papir, plastiku, staklo i biootpad; nastavlja se program reciklaže i edukacije građana o važnosti smanjenja otpada na kućanstvu; provode se akcije čišćenja divljih odlagališta u suradnji s lokalnim ekološkim udrugama.

**2. Energetska učinkovitost i obnovljivi izvori energije:** Grad financira zamjenu javne rasvjete LED tehnologijom i rekonstrukciju energetske sustava u školama i javnim ustanovama; potpore za obnovu fasada i korištenje solarnih panela u obiteljskim kućama; sudjelovanje u europskim projektima za korištenje obnovljivih izvora energije.

**3. Očuvanje i obnova prirodnih resursa:** programi pošumljavanja i revitalizacije područja, osobito u brdskim i šumskim predjelima; očuvanje vodenih ekosustava jezera Sabljaci i rijeka Dobre i Zagorske Mrežnice, uz monitoring kvalitete voda i staništa.

**4. Održivost u prostornom planiranju:** u novim urbanističkim planovima prednost imaju zeleni pojasevi, parkovi i javne površine; građevinske dozvole uvjetovane su ekološkim studijama utjecaja na okoliš; promicanje održive gradnje i energetske učinkovitih objekata.

**5. Edukacija i podizanje ekološke svijesti:** redovne radionice i projekti za škole o ekologiji i zaštiti prirode; suradnja s udrugama, organizacija Dana planeta Zemlje, akcije sadnje drveća i uređenja okoliša.

**6. Održiva mobilnost:** Grad potiče korištenje biciklističkih staza, javni prijevoz i pješaćenje; razvijaju se planovi za električne punionice i ekološki prihvatljive oblike prijevoza.

### Potrebne mjere

Nastavak svih aktivnosti i provedba održivog i odgovornog razvoja destinacije. Ogulin svojim cjelovitim pristupom održivom razvoju, gospodarenju otpadom, energetskej učinkovitosti, uređenju zelenih površina, edukaciji građana i promicanju ekološke mobilnosti uspješno balansira između potrebnog gospodarskog razvoja i očuvanja vrijedne prirodne baštine, čime osigurava bolju budućnost za svoje stanovnike i okoliš.

### Javna turistička infrastruktura

Javna turistička infrastruktura u Ogulinu čini temelj razvoja turističke ponude grada i značajno pridonosi kvaliteti boravka posjetitelja te povećanju atraktivnosti destinacije. Obuhvaća uređenje šetnica, parkova, obalnih zona i poučnih staza, obnovu kulturno-povijesnih lokaliteta, izgradnju multifunkcionalnih paviljona te razvoj interpretacijskih centara vezanih uz prirodnu i kulturnu baštinu. Kroz strateške projekte, Ogulin kontinuirano ulaže u dostupne i suvremene javne sadržaje, što omogućuje bolje iskustvo turistima i veće uključivanje lokalne zajednice u održivi razvoj turizma. Primarna javna infrastruktura je ona infrastruktura koja izravno utječe na razvoj turizma i turističke ponude.

Tablica 11: Primarna javna turistička infrastruktura

| Infrastruktura               | Poslovanje                                       | Kapacitet                                  | Godišnja <i>online</i> reputacija                   |
|------------------------------|--------------------------------------------------|--------------------------------------------|-----------------------------------------------------|
| <b>Smještajni kapaciteti</b> | Hoteli (Frankopan, Klek), smještaj u domaćinstvu | 1100 kreveta ukupno; prosječna popunjenost | Recenzije većinom pozitivne; ističu se primjedbe na |

|                                          |                                                                                                                                                         |                                                                                         |                                                                                                                                |
|------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                          | (apartmani, kuće za odmor), planinarski domovi, smještaj na OPG-u                                                                                       | oko 40 dana godišnje (12 %)                                                             | neujednačen standard i nedostatak <i>premium</i> ponude.                                                                       |
| <b>Ugostiteljski objekti</b>             | Restorani domaće kuhinje, pizzerije, <i>caffè</i> -barovi, slastičarnice, <i>fast-food</i> , sezonski ugostiteljski punkтови                            | Ograničen broj objekata; nedostatna ponuda                                              | Pozitivna, ali česte preporuke za širenje ponude i podizanje kvalitete i inovacije.                                            |
| <b>Prometna povezanost</b>               | Autocesta A1, DC 23/42, željeznica Zagreb–Rijeka, lokalni autobus i <i>taxi</i>                                                                         | Dobra cestovna i željeznička povezanost; lokalni prijevoz nedostatan                    | Prometna dostupnost pozitivno ocijenjena.                                                                                      |
| <b>Turistički informacijski centar</b>   | TZG Ogulin – upravljanje turizmom u destinaciji. Infopunkt za goste, podrška dionicima u turizmu, organizator i koordinator svih turističkih aktivnosti | Osnovni kapacitet, otvoren kroz sezonu i radnim danima                                  | Vrlo pozitivne ocjene korisnika, potrebne inovacije u poslovanja.                                                              |
| <b>Javni toaleti i sanitarni objekti</b> | Jedan javni WC; na jezeru Sabljaci nedostaju javni tuševi i javni WC                                                                                    | Nedostatni, naročito tijekom sezone i događanja                                         | Vrlo česte kritike zbog manjka i često spominjan nedostatak sanitarnih objekata.                                               |
| <b>Parkirališta</b>                      | Gradska parkirališta                                                                                                                                    | Ograničen kapacitet u blizini atrakcija i javnih ustanova                               | Negativni komentari osobito tijekom događanja/vikenda; potreba za napretkom.                                                   |
| <b>Javna rasvjeta i čistoća</b>          | Održava gradska komunalna tvrtka; ograničenja u priključcima zbog slabije mreže u ruralnim zonama                                                       | Glavne ulice dobro pokrivene; rubne gradske zone i ruralne zone s nedostatnom rasvjetom | Centar grada pohvaljen za čistoću, ali problem kvalitete u širem području. Naglasak i na hortikulturnom uređenju i održavanju. |

Izvor: Turistička zajednica grada Ogulina

Tablica 12: Sekundarna javna turistička infrastruktura

| Infrastruktura                             | Poslovanje                                                                       | Kapacitet                                             | Godišnja <i>online</i> reputacija                                                                          |
|--------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Zdravstvo</b>                           | Dom zdravlja Ogulin (ambulance, hitna, stomatologija), privatne prakse, ljekarne | Osnovni primarni nivo                                 | Stanovnici i gosti pohvaljuju usluge.                                                                      |
| <b>Javne sigurnosne službe</b>             | Policijska postaja, Vatrogasna postrojba, HGSS stanica, Hitna medicinska pomoć   | Standardno osoblje i oprema                           | Priznanja za brzinu reakcije i dostupnost; izazovi pri velikim događanjima.                                |
| <b>Financijsko-poslovna infrastruktura</b> | Bankomati, poslovnice banaka, mjenjačnica, poštanski ured                        | Pokrivenost u centru grada, slabije u ruralnim zonama | Zadovoljavajuća osnovna usluga; komentari o potrebi proširenja kartičnog plaćanja i dostupnosti bankomata. |

|                                         |                                                                                        |                                                                   |                                                                                                                                        |
|-----------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Obrazovanje i infocentri</b>         | Srednje škole, knjižnica, Turistički informativni centar, Pučko otvoreno učilište      | Dostupan edukativni i informativni sadržaj                        | Infocentri izvrsno ocijenjeni; školski programi i edukacije trebaju modernizaciju.                                                     |
| <b>Rekreacijski i sportski sadržaji</b> | Sportske dvorane, nogometni stadion, teniski tereni, biciklističke i planinarske staze | Sportski sadržaji dostatni, potrebna bolja signalizacija          | Sportaši i rekreativci zadovoljni kapacitetima; gosti traže dodatne sportske sadržaje, događanja, uređenje biciklističkih staza.       |
| <b>Maloprodaja i tržišta</b>            | Trgovine, supermarketi, suvenirnice, tržnica, specijalizirani dućani (med, sir)        | Pokrivanje osnovnih potreba stanovnika i posjetitelja             | Korektna ponuda, slabija ponuda lokalnih proizvoda.                                                                                    |
| <b>Vjerski objekti i zajednice</b>      | Crkve (sv. Križ, sv. Rok), lokalne kapele, vjerske manifestacije                       | Glavne crkve u centru, proštenja u naseljima                      | Pozitivne ocjene i komentari na uključivost u vjerske manifestacije kao dio kulturne baštine.                                          |
| <b>Udruge i neprofitni sektor</b>       | KUD-ovi, ekološke udruge, turističke inicijative, sportska i kulturna društva          | Veliki broj aktivnih udruga na razini grada i prigradskih naselja | Vrlo pozitivan doprinos manifestacijama, potrebno jačati znanje u menadžmentu događanja.                                               |
| <b>Ekološka infrastruktura</b>          | JU Natura Viva, komunalno društvo za održavanje, sustavi gospodarenja otpadom          | Sistemi za osnovno održavanje; ekološke prakse u razvoju          | Lokalno pohvaljeni, ali turisti primjećuju nedostatke u razvrstavanju otpada i održavanja čistoće tijekom ljetnih mjeseci i događanja. |

*Izvor: Turistička zajednica grada Ogulina*

## Analiza turističkih tokova i opterećenja prostora

Trenutni turistički tokovi i opterećenje prostora u Ogulinu još ne zahtijevaju posebne regulacijske mjere, no pravovremeno planiranje ostaje ključno kako bi se očuvala kvaliteta destinacije i spriječili potencijalni problemi u budućnosti. Posebnu pozornost potrebno je posvetiti unapređenju infrastrukture, osobito raspoloživosti i organizaciji parkirališnih kapaciteta, koji već sada povremeno predstavljaju izazov tijekom turističkih špica i manifestacija.

### Potrebne mjere

Održivo i odgovorno prostorno planiranje, redovito praćenje turističkih tokova i preventivno širenje ponude (novi parkinzi, optimizacija prometnih pravaca, decentralizacija sadržaja) omogućit će Ogulinu zadržavanje visoke kvalitete boravka i održivosti prostora te pravovremeno reagiranje na svakodnevne i sezonske izazove bez potrebe za restriktivnim mjerama.

## Održivi resursi

Ogulin ima nekoliko strateških i operativnih dokumenata te konkretnih inicijativa koje se odnose na održivo, „zeleno“ poslovanje, ekologiju i razvoj ekoinfrastrukture.

### 1. Ekološka poljoprivreda i održivi razvoj

Grad Ogulin sustavno **podupire ekološku poljoprivredu**: postoje važeći programi potpore i subvencija za registrirane ekološke proizvođače – sufinancira se i do 50 % troška stručnog nadzora u prijelaznim razdobljima certificiranja ekologije. Upravni dokumenti (Program potpore poljoprivredi i ruralnom razvoju) jasno favoriziraju održivu, *eco-friendly* proizvodnju i lokalne resurse (zelje, masnica, permakulturni priručnici...).

### 2. Zaštita okoliša, obnovljivi resursi i gospodarenje otpadom

Donesen je **Plan gospodarenja otpadom Grada Ogulina za razdoblje 2017. – 2022.** koji prati svrstavanje, sprječavanje, recikliranje i oporabu otpada u skladu sa Zakonom o održivom gospodarenju otpadom i ciljevima EU-a. Uz podršku EU sredstava, Ogulin je **među prvim gradovima u Hrvatskoj otvorio modernu sortirnicu otpada** koja omogućuje odvajanje otpada putem spremnika i podiže razinu recikliranja na visok standard. Grad je pokrenuo projekte vezane uz recikliranje, smanjenje otpada i zaštitu vodnih resursa, a suradnja s tvrtkom SKG ogleda se i u edukaciji stanovništva te rješenjima za građenje reciklažnih dvorišta.

### 3. Certifikacija, ekoinfrastruktura i obnovljivi izvori

Hidroelektrana Gojak (u lokalitetu Ogulina) obnovljena je i certificirana po standardima **ISO 14001:2015 (zaštita okoliša) i 50001:2018 (energetska učinkovitost)**, a cijeli sustav upravlja vodnim, energetske i okolišnim resursima održivo i prema normama EU-a. Inicijative vezane uz solarnu energiju i biomase spominju se u nacionalnim strategijama te su potencijal za daljnji razvoj OPG-ova i poduzetnika (posebice u ruralnim naseljima).

### 4. Ekološke mreže, Natura 2000 i ekopolitika

Postoji **Plan upravljanja područjem ekološke mreže HR2000592 Ogulinsko–plašćansko područje (PU 6019)** za razdoblje 2023. – 2032., financiran putem europskih fondova. Sadržava

viziju, ciljeve i aktivnosti za očuvanje bioraznolikosti, edukaciju korisnika te mjere za racionalno korištenje resursa. Pristupačnost informacijama o ekologiji i održivosti te suradnja lokalnih vlasti, škola, gospodarstva i institucija EU-a su česta praksa u svim projektima koji zadiru u javnu i poljoprivrednu površinu. Ogulin ima relevantne politike, dokumente i razvijenu infrastrukturu za poticanje „zelenog” gospodarstva i ruralnog razvoja: od potpore ekološkim proizvođačima, razvoja obnovljivih izvora energije, najmodernije sortirnice otpada i recikliranja pa do izrade sveobuhvatnog plana upravljanja okolišem, vodenim resursima i ekomrežama. Ti instrumenti, dobre prakse i dostupna infrastruktura snažan su temelj za širenje *eco-friendly* i održivih turističkih proizvoda, što Ogulin postavlja u vodeće hrvatske primjere „zelenog” razvoja.

## Zakonodavni i regulatorni okvir za turistički razvoj u Ogulinu

**Posebno važno za razvoj novih proizvoda i *evenata*:** svi tematski parkovi, manifestacije, programi za turiste, radionice i edukativni centri moraju zadovoljavati standarde iz Pravilnika o minimalnim uvjetima za pojedinu vrstu turističko-ugostiteljskih sadržaja i imati procjenu sigurnosti (zaštita djece, opasnosti kod planinarenja, sportskih aktivnosti i sl.); organizacija događanja zahtijeva prijavu nadležnoj policiji, vatrogascima i komunalnom odjelu za izdavanje dozvola i suglasnosti (primjerice, za javno okupljanje, korištenje javnog prostora, privremenu prometnu regulaciju). Prema zakonima Republike Hrvatske, u Ogulinu je zakonski i regulatorni okvir temeljna podloga za razvoj modernih, sigurnih i održivih turističkih proizvoda. Pravilna provedba propisa, partnerski odnos s Gradom i lokalnom zajednicom te briga o sigurnosti i okolišu osiguravaju dugoročnu održivost i konkurentnost destinacije. Za sve projekte preporučuje se savjet sa stručnim timom Grada Ogulina, kao i stalna edukacija o novim propisima. Ovim Planom upravljanja omogućuje se kasnije donošenje planova nižeg reda, kao što je Plan upravljanja smještajem, Plan upravljanja organizacijom događanja i sl.

## Investicijski potencijal grada Ogulina

Investicijski potencijal Ogulina može se ocijeniti kao značajan, s obzirom na razvojne inicijative grada, infrastrukturna ulaganja i pogodnosti za poduzetništvo.

## Ključne prednosti koje Grad Ogulin pruža za investitore

**Poduzetnička zona:** Ogulin ima veliku poduzetničku zonu i kontinuirano radi na njezinom proširenju zbog velikog interesa investitora. Infrastruktura je dobro razvijena – dostupni su električna energija, voda, kanalizacija i mogućnost priključenja na pročištač otpadnih voda. Komunalni doprinos za proizvodne djelatnosti vrlo je povoljan (0,27EUR/m<sup>3</sup>).

**Gradski poticaji:** Grad Ogulin ima program potpora za male i srednje poduzetnike, s mogućnošću financiranja do 80 % prihvatljivih troškova za projekte koji uključuju nabavu opreme, strojeva, vozila, programske opreme te prilagodbu poslovnog prostora.

**Proračunska stabilnost:** proračun za 2025. godinu iznosi više od 25 milijuna eura, s naglaskom na daljnje ulaganje u gospodarstvo, poljoprivredu, poduzetništvo i turizam. Grad aktivno sudjeluje u europskim natjecajima te iskorištava bespovratna sredstva za nove projekte.

**Društveni i infrastrukturni razvoj:** Grad ulaže u rekonstrukciju javnih objekata, sanaciju prometnica, izgradnju novih vrtića i poboljšanje komunalne infrastrukture. To stvara povoljne uvjete za život i privlači kvalitetnu radnu snagu.

Ogulin je grad s visokim investicijskim potencijalom, pogodan za ulaganja u proizvodnju, preradu drva, poljoprivredu i turizam. Aktivna gradska potpora ulagačima, stabilan proračun, dobra infrastruktura i povoljne komunalne naknade čine ga privlačnim za domaće i strane investitore.

## Veliki projektni turistički potencijali grada Ogulina

### 1. Jezero Sabljaci – restoran sa smještajem

Jezero Sabljaci ima značajan investicijski potencijal, posebno u segmentu turizma, sporta i rekreacije, ali i za rezidencijalne projekte.

### Glavne investicijske mogućnosti

**Turistička infrastruktura:** zona oko jezera predviđena je urbanističkim planom za obnovu restorana, uređenje kamp naselja i rekreativne zone, što uključuje potencijal za značajna turistička

ulaganja poput izgradnje kampa, pješačke i biciklističke staze, rekreacijskih i sportskih sadržaja te uvođenja novih turističkih aktivnosti, kao što su ribolov, plivanje, veslanje, SUP i jedrenje na dasci.

**Vikend naselja i smještaj:** sve je veća potražnja za zemljištem za gradnju obiteljskih kuća, vikendica ili turističkih objekata s atraktivnim pogledom na jezero. Parcela u neposrednoj blizini jezera može biti vrijedna investicija s obzirom na rast smještajnih kapaciteta i popularnost ruralnog turizma.

**EU projekti i gradske inicijative:** u sklopu aktualnog investicijskog ciklusa provode se projekti poput uređenja obale i šetnice, rekreativnog puta i turističkih sadržaja. Neki projekti su već financirani europskim sredstvima, poput ulaganja vrijednog 1,3 milijuna eura za uređenje jezera.

**Akumulacijsko i energetska korištenje:** jezero Sabljaci ima i potencijal u energetska sektoru kao akumulacija za hidroelektranu Gojak, ali je glavni investicijski interes usmjeren na turizam, rekreaciju i sport.

### Izazovi i ograničenja

Značajan dio projekata (npr. šetnica oko jezera) nije još realiziran unatoč građevinskim dozvolama i formalnoj pripremljenosti.

### Zaključak

Jezero Sabljaci jedno je od najperspektivnijih mjesta za ulaganja u kontinentalnom dijelu Hrvatske, s posebnim fokusom na aktivni turizam i razvoj ugostiteljskih, sportskih i smještajnih kapaciteta. Potencijal je velik, a ostvarenost uvelike ovisi o učinkovitosti realizacije planiranih projekata i dodatnom financiranju.

## 2. Sportski centar Bjelolasica

Investicijski potencijal Bjelolasice 2025. godine ponovno je u fokusu zbog ambicioznog projekta ulagača koji su otkupili dio imovine bivšeg Hrvatskog olimpijskog centra (HOC) u stečaju.

## Aktualno stanje i potencijal

**Novo vlasništvo i projekt:** slovački investitori (Bioelektro Energy 3 i partneri) usmjerili su se na revitalizaciju Bjelolasice s početnim procjenama ulaganja od preko 70 milijuna eura. Vizija je izgradnja modernog sportskog i turističkog gorskog resorta koji će gostima nuditi atraktivne cjelogodišnje sadržaje: od šetnica, sportskih terena, adrenalinskog parka, do skijališta prilagođenog uvjetima klimatskih promjena. Projekt je u naprednoj fazi, a do kraja 2025. očekuje se izdavanje ključnih građevinskih dozvola.

**Resort 365 dana u godini:** planirana infrastruktura uključuje ne samo obnovu skijališta nego i sportsku, *wellness* i konferencijsku ponudu kako bi destinacija bila interesantna tijekom cijele godine. Ulaganjem u ekološki prihvatljivu i inovativnu infrastrukturu želi se privući klijentela iz Hrvatske i inozemstva, uključujući sportske klubove, obitelji, ljubitelje prirode i rekreacije.

**Imovinsko-pravni izazovi:** realizacija projekta ovisi o rješenju imovinsko-pravnih odnosa, prostorno-planskih dozvola i završetku stečajnog postupka.

**Potencijali za turizam i lokalnu zajednicu:** obnova Bjelolasice i pokretanje resorta značila bi rast lokalnog gospodarstva, priljev novih gostiju, zapošljavanje te povećanje vrijednosti okolnih nekretnina. Planira se sinergija s turizmom na Sabljacima i povezivanje s drugim prirodnim i sportskim resursima Ogulina i okolice.

## Strateško usmjeravanje za kvalitetu života stanovnika

**Grad Ogulin** svojim strateškim orijentacijama i kontinuiranim ulaganjima postao je sinonim za kvalitetan život stanovnika, ali i za snažan napredak turizma. Modernizacija komunalne infrastrukture, dostupnost obrazovanja i zdravstva te bogatstvo kulturnih i sportskih sadržaja čine Ogulin dinamičnom zajednicom koja pruža sigurnost i daljnji razvoj. Poticaji lokalnim poduzetnicima, snažan gospodarski zamah i razvoj suvremenih poduzetničkih zona dodatno osnažuju gospodarsku sliku grada, dok sinergija tradicije s inovativnim turističkim projektima pretvara Ogulin u atraktivnu destinaciju. Jezero Sabljaci, Klek, Bjelolasica i brojni povijesni lokaliteti nude turistima autentične doživljaje i odmor u netaknutoj prirodi. Održivost i odgovornost u

upravljanju gradom stvaraju temelje za kontinuirani rast, ističući Ogulin kao grad koji u središte razvoja stavlja stanovnika, a budućnost gradi na sigurnosti, napretku i inovacijama.

**Grad Ogulin poduzetnicima i investitorima nudi raznovrsne potpore** s ciljem poticanja gospodarskog razvoja, stvaranja novih radnih mjesta i privlačenja ulaganja.

#### **Ključne vrste potpora:**

**Financijske potpore za male i srednje poduzetnike** – Ogulin svake godine raspisuje javne pozive za dodjelu bespovratnih sredstava kojima se sufinanciraju projekti nabave strojeva, opreme, vozila, adaptacije i opremanja poslovnih prostorija, informatizacije te proširenja djelatnosti. Potpore najčešće pokrivaju 50 % do 80 % prihvatljivih troškova, ovisno o veličini poduzeća i namjeni ulaganja. **Poticaji za pokretanje startupova** – posebne mjere namijenjene su mladim poduzetnicima i začetnicima koji osnivaju nova poduzeća, uključujući savjetodavnu podršku, dodatne olakšice kod korištenja poslovnih prostora i smanjenje komunalne naknade u prvim godinama poslovanja. **Popusti na komunalne naknade i doprinos** – investitorima se nudi mogućnost smanjenja ili oslobađanja od plaćanja komunalnog doprinosa prilikom ulaganja u proizvodne objekte, posebno u poduzetničkoj zoni, gdje je doprinos već značajno niži nego u ostatku grada. **Infrastrukturalna podrška u poduzetničkoj zoni** – kvalitetna infrastruktura (plin, voda, struja, kanalizacija, asfaltirane prometnice) u poduzetničkoj zoni, uz povoljne zakupnine za poslovne parcele, dodatno olakšavaju ulazak investitora. **Programi za digitalizaciju i inovacije** – Grad potiče digitalizaciju poslovanja i implementaciju novih tehnologija, sufinanciranjem nabave digitalnih alata, softvera i edukacija za zaposlenike. **Obuka i mentorstvo** – omogućena je podrška u obliku edukacijskih radionica, mentorstva, umrežavanja s lokalnim i stranim investitorima te sudjelovanje u gospodarskim manifestacijama i projektima. Grad Ogulin poduzetnicima i investitorima pruža financijsku, infrastrukturnu i administrativnu potporu, olakšavajući pokretanje i širenje poslovanja, s ciljem razvoja lokalnog gospodarstva i stvaranja novih prilika za rast i zapošljavanje.

**Grad Ogulin objavio je javni poziv za potpore malom i srednjem poduzetništvu u 2025. godini**, za koje je u proračunu osigurano 100 000 eura – 20 000 eura više nego prošle godine.

Potpore se dijele kroz nekoliko mjera: od potpora kamata na poduzetničke kredite, potpora za projekte poduzetništva žena (do 3000 eura), potpora za projekte malih poduzetnika (do 3000 eura), potpora za projekte poduzetnika početnika (do 5000 eura), potpora za projekte očuvanja tradicijskih zanimanja (do 1000 eura) do potpora za sudjelovanje na sajmovima (do 300 eura) te za obrazovanje i osposobljavanje poduzetnika (do 1000 eura).

**Grad Ogulin provodi niz mjera i projekata kojima svojim stanovnicima osigurava kvalitetu života,** sigurnost, napredak te brojne prilike za mlade obitelji i zapošljavanje.

### **Mjere za kvalitetan život i sigurnost**

- **Modernizacija komunalne infrastrukture** – redovita ulaganja u cestovnu, vodovodnu i kanalizacijsku mrežu, obnovu javne rasvjete i zelene površine jamče sigurnost i praktičnost svakodnevnog života.
- **Unaprjeđenje javnih usluga i dostupnost zdravstvene zaštite** – Grad organizira preventivne zdravstvene akcije i ulaganja u medicinsku opremu te podupire socijalne programe za najugroženije skupine.
- **Siguran grad** – postavljanje videonadzora, bolja prometna infrastruktura, organizirana mjesna i civilna zaštita te suradnja s policijom i vatrogascima dodatno podižu standard sigurnosti.

### **Prilike za mlade obitelji**

**Dječji vrtići, škole i stipendije** – Ogulin ulaže u izgradnju i opremanje vrtića i škola, sufinancira produženi boravak, dodjeljuje stipendije učenicima i studentima te potiče izvannastavne aktivnosti za djecu. **Subvencije za prve nekretnine i novorođenčad** – Grad nudi subvencije za kupnju ili adaptaciju stana te jednokratne potpore za svako novorođeno dijete, olakšavajući mladim obiteljima početak samostalnog života. **Komunalne olakšice za mlade obitelji** – povoljnije cijene komunalnih usluga i prioritet pri dodjeli gradskih stanova.

### **Prilike za zapošljavanje i razvoj**

**Poduzetničke zone i poticaji** – kreirani su posebni paketi olakšica za poduzetnike, što potiče investicije i otvaranje novih radnih mjesta. **Organizacija edukacija, sajmova i radionica** – Grad

redovno organizira besplatne edukacije, radionice, umrežavanja i sajmove zapošljavanja u suradnji s regionalnim institucijama. **Podrška mladima u poduzetništvu** – savjetodavna i administrativna pomoć mladima za pokretanje poslovanja, uz financijske potpore i mentorstvo. Kombinacijom modernih infrastrukturnih rješenja, dostupnosti javnih i zdravstvenih usluga, fokusiranih stimulacija za mlade obitelji te aktivne podrške zapošljavanju, Grad Ogulin svojim stanovnicima pruža sigurno, kvalitetno i perspektivno okruženje za život i razvoj.

## 2.2. Resursna osnova

Resursna osnova predstavlja temelj za sve strateške odluke u Planu upravljanja grada Ogulina, jer omogućuje cjelovito sagledavanje prirodnih, gospodarskih i društvenih potencijala na području grada. Bogatstvo šumskih površina, vode i jezera, plodna polja te atraktivni krajolici Bjelolasice i jezera Sabljaci čine Ogulin regijom s iznimnim razvojnim mogućnostima. Urbanizirane zone, razvijena infrastruktura, poduzetničke inicijative i turistička ponuda svjedoče o sposobnosti grada da resurse koristi održivo i na dobrobit svojih stanovnika. Polazeći od analize ovog resursnog okvira, Plan upravljanja turizmom Ogulina usmjerava daljnji razvoj prema ravnoteži između očuvanja prirodnih bogatstava, gospodarskog prosperiteta i kvalitetnog života, stvarajući temelje za dugoročni napredak i stabilnost zajednice.

Tablica 13: Resursna osnova Ogulina

| Kategorija            | Konkretn(i) primjer(i)                           | Potencijal za razvoj turizma | Prijedlog za valorizaciju/razvoj                                                      |
|-----------------------|--------------------------------------------------|------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| Kulturna baština      | Ivanina kuća bajke, Zavičajni muzej Ogulin       | Izrazito visok               | Tematska vođenja za djecu i obitelji, cjelogodišnje radionice i „bajkoviti” festivali |
| Materijalna baština   | Stari grad Ogulin, crkve, značajne zgrade        | Visok                        | Povijest ruta, interpretacijske table, edukativni programi                            |
| Nematerijalna baština | Mitovi, legende o Kleku, tradicijski običaji     | Srednji do visok             | <i>Storytelling</i> izleti, „Živa povijest”, uključivanje lokalne zajednice           |
| Tradicionalni obrti   | Izrada suvenira, ručne radinosti                 | Srednji                      | Sajmovi, tematske radionice, trgovina lokalnih suvenira/rukotvorina                   |
| Autohtoni proizvodi   | Ogulinsko zelje, domaći sir, med, izrada masnice | Visok                        | Gastro manifestacije, degustacije lokalnih proizvoda, brendiranje proizvoda           |
| Povijesni lokaliteti  | Arheološko nalazište, sakralni objekti           | Srednji                      | Obilazak uz stručno vodstvo, digitalizacija i virtualni vodiči                        |

|                      |                                                       |                |                                                                                        |
|----------------------|-------------------------------------------------------|----------------|----------------------------------------------------------------------------------------|
| Vjerska događanja    | Procesije, lokalni blagdani                           | Srednji        | Kalendar događanja za hodočasnike, vjerski turizam                                     |
| Kulturni život       | Festival bajke, literarni susreti, etno manifestacije | Visok          | Jačanje godišnjeg kalendara s bajkama u fokusu, međusektorski projekti                 |
| Prirodni krajolik    | Planina Klek, rijeka Dobra, jezera, špilje            | Izrazito visok | <i>Outdoor</i> turizam – planinarenje, speleologija, adrenalin parkovi, tematske staze |
| Zaštićeni lokaliteti | NATURA 2000 područja, geomorfološki spomenici         | Visok          | Ekoture, interpretacija prirode, certificirani vodiči za edukativne šetnje             |
| Planine i gorja      | Klek, Bjelolasica                                     | Visok          | Planinarske rute, biciklističke ture, zimsko-rekreacijski sadržaji                     |
| Arhitektura          | Stara gradska jezgra, karakteristične kuće            | Srednji        | Obilazak „skrivenih kutaka“, valorizacija urbanih priča                                |
| Plaže i rekreacija   | Plaže na rijeci Dobri, izletišta                      | Srednji        | Uređenje kupališta, ponuda vodenih sportova, piknik zone                               |

*Izvor: Procjena autora i Turističke zajednice grada Ogulina (2025.)*

## Ugostiteljstvo

Analiza ugostiteljskih objekata (svih objekata iz skupina restorani i barovi sukladno Zakonu o ugostiteljskoj djelatnosti) u Ogulinu pokazuje stabilan rast i raznolikost ponude, no ističe i strateške izazove i brojne razvojne prilike:

**Ponuda i raznolikost:** Ogulin raspolaže solidnom ugostiteljskom ponudom koja uključuje tradicijske restorane, pizzerije, bistroe, slastičarnice, barove i kafiće. Najznačajniji su objekti u centru grada i uz ključne atrakcije, kao što su hotel i restoran Frankopan (s naglaskom na lokalnu gastronomiju – ogulinsko zelje, masnica, specijaliteti od divljači, pastrva, domaći sirevi), restoran IVE na Sabljacima, popularne pizzerije Antica i Bonino, bistro Štross te nekoliko modernih *caffe*-barova i pubova. Izvan centra, osobito uz jezero Sabljaci i na pristupima Kleku, pojavljuju se manji objekti s lokalnim karakterom.

**Kvaliteta i razina usluge:** ističe se napredak u kvaliteti, pri čemu niža razina segmenta brze hrane i manji *caffe*-barovi imaju prostora za napredak u inovativnosti i prezentaciji. Ponuda tradicionalnih jela i sezonskih namirnica je iznimna, ali rijetka, a uz interpretaciju gastro baštine, ima veliki potencijal rasta. Usluga je često individualizirana i često temelji marketing na preporukama gostiju i osobnoj reputaciji.

## Situacijska analiza i strateški razvoj ugostiteljstva i lokalne ponude Ogulina

Ogulin ima bogatu bazu lokalnih proizvoda koji mogu biti temelj nove ogulinske gastronomije, ali ima nekoliko izazova koji su proizašli iz razgovora s ugostiteljima, fokus-grupa i *online* anketa: većina **restorana ne nudi dostavu**, što predstavlja problem za korisnike kuća za odmor i individualne goste; adventske i manifestacijske kućice, iako su izvrstan temelj (vlastita proizvodnja, rast manifestacija), još uvijek su **logistički i prostorno ograničene** – nedovoljno kapaciteta, preuska ponuda, manjak kvalitetne infrastrukture za ugostitelje. **Lokalni proizvođači i OPG-ovi djeluju neudruženo**, ne postoji integrirana promocija ni rast skladišnih/prodajnih kapaciteta. Dodatno, nitko nema zakonski reguliran pogon za rakiju, što utječe na ponudu. Događanja, posebice Advent, postala su ključna atrakcija s rastućim brojem vikend posjetitelja, ali su **ograničena na vikende**, s padom interesa i aktivnosti tijekom tjedna. **Nedostatak kontinuirane promocije**, digitalnog marketinga i jasnog brendiranja svakog sudionika smanjuje duljinu i kvalitetu boravka posjetitelja. Sezonska ograničenja i **niska posjećenost zimi zahtijevaju osmišljavanje novih koncepata** i programa za povećanje broja posjetitelja izvan špice. Potreba za kontinuiranim motiviranjem ugostitelja na inovacije, tematske novitete i **povezivanje s lokalnim proizvođačima i događanjima**.

Najveći potencijal razvoja ugostiteljstva nalazi se u: **proširenju autentične gastro ponude** i jačem uključivanju OPG-ova i lokalnih proizvođača kroz standardizirane proizvode, legalizaciju domaćih napitaka i brendirane tematske štandove; **pokretanju dostave hrane** u suradnji s lokalnim restoranima, naročito na kuće za odmor i prigradske objekte; **jačanju promotivnih i tematskih programa** (večeri bajki, folklor, degustacije), uz redovit glazbeni i animacijski sadržaj prilagođen djeci i obiteljima, **digitalizaciji poslovanja** – uvođenju *online* rezervacija, integriranih marketinških kampanja i promocije na društvenim mrežama, što će olakšati dostupnost i unaprijediti reputaciju destinacije; **edukaciji kadrova** i unaprjeđenju komunikacijskih vještina, posebno za rad s međunarodnim turistima; **osnaživanju suradnje s TZ-om** radi kvalitetnog zajedničkog nastupa i sustavne promocije događanja. **Implikacije na ugostiteljstvo (brojevi)**: u danima najvećih manifestacija, promet ugostiteljskih objekata raste i do tri puta u odnosu na prosjek izvan događanja.

## Potrebne mjere:

Osnivanje koordinacijskog tima Turistička zajednica/Grad Ogulin/ugostitelji koji će redovitim koordinacijama rješavati sve navedene izazove i sve koji će nastajati u procesu poslovanja u budućnosti. Nadalje, potrebno je organizirati ciljane edukacije i u promociji posebno naglasiti ugostitelje koji su prošli proces edukacije, imaju visoku razinu zadovoljstva gostiju, koriste lokalne namirnice i nose oznaku „**Bajkoviti okusi**”.

## Turističke atrakcije

### Kulturni resursi

#### 1. Materijalna baština

Tablica 14: Materijalna baština

| Resurs                                | Opis i vrijednost                                                                                                                                                            |
|---------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Frankopanski kaštel</b>            | Srednjovjekovna utvrda Frankopana (16. st.), simbol Ogulina, kulturno-povijesni i arhitektonski dragulj. Centar je povijesnih manifestacija, muzeja i <i>storytellinga</i> . |
| <b>Stara gradska jezgra</b>           | Urbanistička cjelina s očuvanim ulicama, srednjovjekovne arhitekture, župnom crkvom sv. Križa, trgovima i detaljima građanske arhitekture.                                   |
| <b>Župna crkva sv. Križa</b>          | Glavno sakralno središte, znamenitost baroknog stila.                                                                                                                        |
| <b>Crkva sv. Roka, kapelice</b>       | Mala sakralna arhitektura u naseljima (Oštarije, Drežnica, Jasenak, kapela Male Gospe...) važna za vjerske običaje i festivale.                                              |
| <b>Pravoslavna crkva sv. Georgija</b> | Znamenitost pravoslavne zajednice Ogulina, tipičan primjer ruralnog crkvenog graditeljstva.                                                                                  |
| <b>Zavičajni muzej Ogulin</b>         | Smješten u Frankopanskom kaštelu; stalni postav: arheologija, etnologija, kulturna povijest, zbirka Ivane Brlić-Mažuranić, prirodoslovna zbirka, povremene izložbe.          |
| <b>Ivanina kuća bajke</b>             | Multimedijalni interpretacijski centar posvećen bajkama Ivane Brlić-Mažuranić, s multimedijским sadržajem, radionicama, izložbama, suvenirnicom – jedinstven u RH.           |
| <b>Pučko otvoreno učilište</b>        | Kulturno središte s dvoranom, kinom, galerijom; mjesto kazališnih, glazbenih, predavačkih i likovnih događaja, filmova, festivala izložbi.                                   |
| <b>Gradska knjižnica i čitaonica</b>  | Edukacija, književni susreti, izložbe, radionice za djecu i odrasle, partner svih kulturnih manifestacija.                                                                   |

|                                    |                                                                                            |
|------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Spomenici i javne skulpture</b> | Spomenik Ivani Brlić-Mažuranić, partizanski spomenici, križevi i lokalna kamena obilježja. |
|------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|

*Izvor: Turistička zajedica grada Ogulina*

## 2. Nematerijalna baština

Tablica 15: Nematerijalna baština

| <b>Resurs</b>                      | <b>Opis, manifestacija, značaj</b>                                                                                                                          |
|------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Legenda o Đulinom ponoru</b>    | Najpoznatija lokalna legenda – tragična ljubav Đule, motiv vođenih tura, brend „Zavičaj bajke“, polazište <i>storytellinga</i> i klasičnog likovnog izraza. |
| <b>Usmene bajke i priče</b>        | Bajke, legende, šale i mitovi koje su se stoljećima prenosile usmenom predajom (npr. o Klečkim vješticama).                                                 |
| <b>Bajke Ivane Brlić-Mažuranić</b> | Priče utemeljene na lokalnom folkloru, promiču Ogulin kao „Zavičaj bajke“, tradicija pripovijedanja i kreativnog stvaralaštva za djecu.                     |
| <b>Pripovijedanje i bajkaonice</b> | Pripovjedačke večeri, edukacije, kazališne radionice i festivali interpretacije, osobito kroz Festival bajke i Ivaninu kuću bajke.                          |
| <b>Narodni običaji i blagdani</b>  | Proštenja sv. Križa, sv. Roka, Mala Gospa, božićna i uskršnja okupljanja, blagoslov hrane, procesije, „korizmena večera“, prigodna pjesma.                  |
| <b>Lokalni dijalekti</b>           | Upotreba mješavine kajkavskog, čakavskog i štokavskog narječja; stari lokalizmi i izrazi u svakodnevnom govoru i literaturi.                                |

*Izvor: Turistička zajedica grada Ogulina*

## 3. Gastronomska i ruralna baština

Tablica 16: Gastronomska i ruralna baština

| <b>Resurs</b>                    | <b>Opis i valorizacija</b>                                                                                                                                                                                      |
|----------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Ogulinska masnica</b>         | Tradicijska pogača od dizanog tijesta, s nadjevom od masti, šećera; običaj za blagdane; zaštićena nematerijalna baština.                                                                                        |
| <b>Ogulinsko zelje</b>           | Zaštićena oznaka zemljopisnog podrijetla, glavna sirovina tradicionalnih jela (sarme, variva, salate); povezana s brendom destinacije.                                                                          |
| <b>Ogulinski krumpir</b>         | Krumpir poznat po iznimnoj kvaliteti, specijaliteti koji se rade su krumpirače, „zlevanka“, salate, tipična jela ogulinskog ruralnog područja; važna komponenta poljoprivrednih običaja i gastro manifestacija. |
| <b>Sajmovi i festivali hrane</b> | Festival ogulinskog zelja, manifestacije Domaće u zavičaju bajke, poljoprivredno-obrtnički sajmovi s kuhanjem i degustacijom tradicionalnih jela.                                                               |

*Izvor: Turistička zajedica grada Ogulina*

#### 4. Živa tradicija – folklor, glazba, društva

Tablica 17: Živa tradicija – folklor, glazba, društva

| Resurs                                      | Opis i važnost                                                                                                                                       |
|---------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>KUD "Klek", „Sv. Juraj“, „Frankopan“</b> | Folklorni nastupi, plesovi, narodne pjesme, tradicijska glazba i instrumenti, nošnje; prezentacija na lokalnim, nacionalnim i međunarodnim smotrama. |
| <b>Dječji folklorni ansambli</b>            | Edukacija mladih i djece u starinskim plesovima, pjesmama, igrama, prijenos žive baštine na mlađe generacije.                                        |
| <b>Obiteljski običaji i igre</b>            | „Prstenac“, stare dječje igre, seoske zabave i svadbeni običaji, integrirano u svakodnevni život i tematske radionice za posjetitelje/turiste.       |

Izvor: Turistička zajedica grada Ogulina

#### 5. Suvremena i glazbeno-likovna scena

Tablica 18: Suvremena i glazbeno-likovna scena

| Resurs                                   | Opis, doprinos                                                                                              |
|------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Gradska glazbena škola i ansambli</b> | Koncerti mladih i gostujućih umjetnika u crkvi sv. Križa i dvoranama, internacionalne suradnje, natjecanja. |
| <b>Kazališni i glumački festivali</b>    | Domaće i gostujuće produkcije, suradnje s centrima iz Karlovca, Rijeke i Zagreba.                           |

Izvor: Turistička zajedica grada Ogulina

#### 6. Ruralno-poljoprivredna i obrtnička baština

Tablica 19: Ruralno-poljoprivredna i obrtnička baština

| Resurs                   | Opis i valorizacija                                                                              |
|--------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Kovačnice, tkanje</b> | Tradicijske vještine, radionice za djecu, suvenir programi lokalnih obrtnika i poljoprivrednika. |
| <b>Seoski običaji</b>    | Žetveni i sadni običaji, „blagoslov polja“, druženja kod spremanja zaliha hrane.                 |
| <b>OPG manifestacije</b> | Dani otvorenih vrata OPG-ova – prezentacija proizvodnje, degustacije, radionice.                 |

Izvor: Turistička zajedica grada Ogulina

## 7. Sakralna baština i vjerski kalendar

Tablica 20: Sakralna baština i vjerski kalendar

| Resurs                  | Opis i manifestacije                                                                                  |
|-------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Proštenja i blagdani    | Proštenje sv. Križa, sv. Roka, Male Gospe, bogata tradicija procesija, okupljanja i pučkih svečanosti |
| Crkvene glazbene večeri | Koncerti u crkvi; kombinacija liturgijskih i klasičnih programa; okupljanje šire zajednice.           |

### Zavičajni muzej – sadašnji status i planirana obnova

Zavičajni muzej Ogulin djeluje u kompleksu starog grada (Ogulinske kule), uključujući muzejski prostor, kapelicu sv. Bernardina, zidine i obnovljenu konjušnicu. Muzej je pod upravljanjem cijelog kompleksa starog grada, a 2025. godine započinje izrada muzeološke koncepcije i arhitektonskog projekta novog muzejskog koncepta. Trenutno traje postupak pronalaska izvođača, nakon čega se planira apliciranje za financiranje obnove. U obnovljenoj konjušnici predviđeno je preseljenje muzejske uprave i ureda tijekom radova na muzeju. **Novi muzejski koncept uključuje multimedijalni pristup**, s jasnim planom za ugradnju dizala za invalide kako bi muzej bio pristupačan svim posjetiteljima. Planirano je da zidina i polukružni dijelovi postanu dio stalnog postava, s prezentacijom ogulinske vojne povijesti. Kapelica sv. Bernardina integrirat će se u novi koncept, povezivat će se vanjski i unutarnji prostori, dok će vanjski dio biti osposobljen za predstave i koncerte. **U 2024. godini muzej je posjetilo 9300 gostiju, dok je Ivanina kuća bajke imala oko 32 000 posjetitelja**, uz dominaciju školskih grupa, planinara i umirovljenika (za koje postoji besplatan vlak). Uobičajeno, **jednodnevni gosti u Ogulinu provode oko dva sata**, po sat vremena u Muzeju i Ivaninoj kući bajke.

### Budućnost – izazovi, potencijali i zadaci

Potencijali zavičaja bajke do danas nisu dovoljno iskorišteni jer lokalno stanovništvo nije aktivno uključeno u oblikovanje i razvoj turističke priče grada. Koncept bajki, iako u centru Ogulina, postao je prilično ograničavajuć – zanemarene su brojne legende i predaje vezane uz Klek, rijeku Dobru i Đulin ponor, koje su formirale identitet grada davno prije bajki Ivane Brlić-Mažuranić. Potrebno je

proširiti koncept zavičaja bajke na širi, cjelovitiji narativ, koji uključuje sve povijesne, mitske i kulturne slojeve destinacije.

Većina ideja ostaje nerealizirana zbog ograničenih financijskih sredstava i problema implementacije, iako se značajan broj kreativnih koncepata rađa na sastancima Kulturnog vijeća (Muzej, Ivanina kuća bajke, Pučko otvoreno učilište, Knjižnica). Ključni problem je nedostatak kapaciteta za realizaciju pa je predloženo aktivno uključivanje Turističke zajednice Ogulina u provedbu i koordinaciju novih projekata.

### Potrebne mjere

Obnova muzeja sa suvremenom multimedijalnom koncepcijom, proširenjem postava i arhitektonskom pristupačnošću (dizalo) osigurat će bolji kulturno-turistički položaj Ogulina; valorizacija i promocija šireg koncepta „Zavičaja bajke” – uz povezivanje bajki s legendama, predajama i poviješću Kleka, Dobre i Đulinog ponora; jače uključivanje stanovnika u kreiranje i realizaciju proizvoda vezanih uz bajke, lokalne legende, gastronomiju i rukotvorine; razvoj inovativnih suvenira, tematske gastronomije te proširenje festivala, radionica i izložbi; aktivno uključivanje TZ-a slijedi kao preduvjet kvalitetne sinergije svih ustanova, ubrzanja realizacije projekata i osnaživanja imidža Ogulina. Cilj je stvoriti dinamičnu, cjelogodišnju doživljajnu destinaciju, po uzoru na Špancirfest, a ne ograničavati se samo na ponavljanje Dana bajke i Ivanine kuće. Zaključno: novi koncept destinacije mora proširiti narativ „Zavičaja bajke” na cjelovito ogulinsko nasljeđe, povezati povijest, prirodu, mitologiju, gastrokulturu i inovativne proizvode te u realizaciju uključiti cijelu lokalnu zajednicu radi održivog kulturno-turističkog razvoja. Nijedan pojedini segment tradicije, priča, gastronomije, festivalâ ni potencijal građana ne smije pritom biti zanemaren ili izostavljen. Zavičajni muzej Ogulin dostavit će sve potrebne materijale za dodatne legende, priče, mitove i poveznice s bajkama kako bi se novi materijali uklopili u postojeći brend, koji se ovim Planom upravljanja dodatno jača i naglašava, *Bajkovitog Ogulina*.

### Gradska knjižnica Ogulin

*Knjižnica Ogulin nalazi se u samom centru grada, u impresivnom zdanju s početka 20. stoljeća, preseljena na današnju lokaciju (bivša vojarna) 11. 11. 2011. godine. Objekt ima vlastiti parking, pristupnu rampu te prilaz za osobe s invaliditetom na stražnjem ulazu, što znatno olakšava dolazak*

*i boravak svih korisnika i posjetitelja. Knjižnica djeluje kao istinski informacijski i kulturni centar Ogulina, s kontinuiranim rastom članstva, a posebno je zapaženo i povećanje broja posjetitelja na svim programima za čak 20 % u odnosu na prethodnu godinu.*

U 2021. postavljeno je **sedam malih „kućica za knjige” u blizini područnih škola** kako bi se potaknulo čitanje među djecom i odraslima. Ove inicijative postale su vrijedna sastavnica turističke ponude te simbol otvorenosti i pristupa knjižnice širem građanstvu. Gradska knjižnica sudjeluje u međunarodnim projektima, poput ERASMUS+ programa, i snažno surađuje sa svim relevantnim akterima destinacije, ali je **potencijal partnerstva s Turističkom zajednicom dosad iskorišten tek djelomično**. Smatra se da, s obzirom na veličinu prostora (1300 m<sup>2</sup>), postoji iznimno velik prostor za nove i inovativne projekte s turističkim, kulturnim i edukacijskim fokusom.

Posebno je istaknuta organizacija prošlogodišnje proslave 150. obljetnice rođenja Ivane Brlić-Mažuranić, gdje je knjižnica u suradnji s Ministarstvom kulture organizirala inspirativne pripovjedačke programe i izložbe (primjerice **izložba starih fotografija iz knjige Čudnovate zgode šegrta Hlapića**). Knjižnica također redovito obogaćuje fond inozemnim izdanjima (knjige na engleskom, njemačkom, francuskom i ukrajinskom jeziku) te tako izlazi ususret turistima i sve brojnijim doseljenicima.

Ravnateljica predlaže **postavljanje skulpture Ivane Brlić-Mažuranić u položaju pisanja**, koja bi postala atraktivna točka za fotografiranje posjetitelja i dodatno učvrstila povezanost knjižnice i kulturnog identiteta „Zavičaja bajke”. Naglašava **apsolutnu otvorenost knjižnice za svaki oblik suradnje** na nacionalnom i međunarodnom planu kako bi se dodatno valorizirali potencijali knjižnice i Ogulina kao kulturno-turističkog središta.

Rebrandirati i pozicionirati „Ogulinsko zelje” kao drugi jaki lokalni brend povezan s tradicionalnom pričom

Rebrandiranje i pozicioniranje „Ogulinskog zelja” kao drugog jakog lokalnog brenda zahtijeva kombinaciju stručnog pristupa, autentične priče i dosljedne promocije. Sve aktivnosti provodi Turistička zajednica s Udrugom proizvođača i prerađivača kiselog kupusa. U nastavku donosimo konkretne korake i preporuke.

**1. Zajednički identitet i vizualni branding:** osmisлити prepoznatljiv logotip, etiketu i ambalažu koji povezuju Ogulinsko zelje s lokalnom tradicijom, prirodom i baštinom.

**2. Autentična priča kroz tradiciju:** ispričati „priču zelja“ – zašto je ono posebna namirnica, njegove korijene u tradiciji, način uzgoja i stoljetne recepte koji se vežu uz ogulinsku kulturu. Promovirati „ambasadore zelja“: lokalne obitelji, proizvođače, ugostitelje te ispričati stvarna iskustva i „ljudsku priču“ oko proizvodnje i upotrebe.

**3. Povezivanje s drugim brendovima: pozicionirati Ogulinsko zelje uz najprepoznatljivije lokalne brendove** (npr. Ogulinsku bajku, festival ili turističke proizvode), stvarajući sinergiju manifestacija u kojima je zelje neizostavni dio; razvijati zajedničke projekte (npr. gastro manifestacije, dane zelja, kulinarske radionice) gdje se zelje promovira kao neodvojiv dio lokalnog identiteta.

**4. Inovativna prezentacija i promocija: edukacija moderne kuhinje s korištenjem ogulinskog zelja** – modernizirati recepte te poticati mlade kuhare i restorane da kreiraju nova jela od zelja, ciljajući i na mlađu publiku. Aktivno koristiti društvene mreže, blogove, videosadržaje i *influencer* marketing vezan za domaće proizvode.

**5. Certifikacija i kvaliteta** – osigurati zaštitu izvornosti ili zemljopisnog podrijetla zelja, istaknuti certifikate kvalitete na ambalaži i u svim komunikacijama; komunicirati zdravstvene vrijednosti i ekološke prednosti uzgoja na prirodan način.

**6. Suradnja s ugostiteljima i turizmom** – potaknuti lokalne restorane i turističke objekte da uvrste ogulinsko zelje u svoje jelovnike, s naglaskom na autentičnost i lokalni izvor namirnica; oglasiti ga kao *must-try* doživljaj za sve posjetitelje Ogulina.

## Zaključak

Za snažno rebrandiranje i repozicioniranje ogulinskog zelja ključno je pametno strukturirati identitet, povezati ga s vrijednostima i pričom kraja, spojiti tradiciju s inovacijom te osigurati vidljivost kroz partnerstva i suvremene kanale komunikacije. Takav pristup od ogulinskog zelja može stvoriti prepoznatljiv proizvod i simbol lokalne zajednice, odmah uz bok najjačim ogulinskim brendovima.

## Ogulinska masnica

Brendiranje ogulinske masnice kao prepoznatljivog lokalnog gastro proizvoda može Ogulinu donijeti novu razinu gastro prepoznatljivosti, ali traži stručno osmišljen, autentičan i atraktivan pristup. Evo konkretnih koraka za uspješno brendiranje:

**1. Definiranje identiteta masnice** – jasno definirati recept, izgled, okus i povijest ogulinske masnice, istaknuti njen izvorni način pripreme i vezu s lokalnom kulturom; prikazati masnicu kao „ogulinsku autentičnost na tanjuru“, proizvod koji ima svoju povijest, karakter i priču, vezanu uz svakodnevicu kraja.

**2. Vizualni identitet i prezentacija** – kreirati moderan, prepoznatljiv logotip i etiketu za ogulinsku masnicu, osmisлити atraktivnu ambalažu s motivima Ogulina, tradicijom pekarstva ili narodnog stvaralaštva.

**3. Pričanje priče** – ispričati „priču masnice“ kroz medije, društvene mreže, lokalne manifestacije i gastro događanja, uključujući stare fotografije, priče obitelji, pekare ili pojedine vrijedne domaćine; uključiti lokalne ambasadore (bake, pekari, ljubitelji tradicije) koji masnicu promoviraju iz prve ruke.

**4. Povezivanje s ponudom turizma i gastronomije** - uvrstiti ogulinsku masnicu kao *must try* lokalni specijalitet na jelovnike ugostiteljskih objekata, kušaonica, obiteljskih gospodarstava, Organizirati radionice, degustacije i dane posvećene masnici, gdje je fokus na originalnosti.

**5. Certifikacija i zaštita izvornosti** – ogulinska masnica postala je, rješenjem Ministarstva kulture i medija Republike Hrvatske, nematerijalno kulturno dobro te je upisana u Registar kulturnih dobara Republike Hrvatske – Listu zaštićenih kulturnih dobara.

**6. Moderna promocija** – aktivirati digitalne kanale: Facebook, Instagram, YouTube (videorecepti, prezentacije, gastro blogovi); suradnja s *food bloggerima*, *influencerima* i medijima specijaliziranim za gastro tematiku – „novo lice masnice“.

Uspješno brendiranje ogulinske masnice traži spoj tradicije i suvremenih trendova, jasan vizualni identitet, autentičnu i emotivnu priču te snažnu povezanost s lokalnom zajednicom i ponudom.

Time masnica postaje ne samo gastronomski proizvod već originalni simbol Ogulina, privlačan lokalnom stanovništvu i svakom gostu koji želi ponijeti komadić autentičnog okusa kraja.

### Situacijska analiza

**Zavičaj bajke** je već dobro prepoznatljiv element s neiskorištenim potencijalom: smatra se posebno važnim nikako ne odustati od tog koncepta. Ljepota krajolika se savršeno uklapa u priču o bajkama. Potrebno je **dosljedno usmjeravati i provoditi brend** (brendom upravlja i snosi odgovornost TZ). U brošurama je važno **zavičaj bajke** jasno komunicirati – TZ mora pozicionirati sve kroz **brend „Zavičaj bajke“** i ne dopuštati razvodnjavanje poruke. **Propusti i problem:** dio građana koristi različite nazive – „zavičaj bajke“, „grad bajke“ i sl., što stvara nedosljednost. Lokalna zajednica, ugostitelji i iznajmljivači vrlo malo participiraju, ugostiteljska ponuda nedovoljno prati vrhunsku brend priču i tu postoji veliki prostor za napreda. **Kuća bajke ima svoj vizual (strategija Studija Cuculić)**, ali vizualna prezentacija cijelog grada nije usklađena. Potrebno je ponuditi smjernice svim dionicima u turizmu, kao i organizatorima događanja, kako bi imali točne smjernice o dozvoljenom/nedozvoljenom načinu komuniciranja brenda destinacije. Prilika koja se trenutno propušta je **ogulinsko zelje**, drugi najpoznatiji lokalni adut, potpuno nebrendiran. Taj segment radit će se kroz edukacije za ugostitelje. **Nedovoljna implementacija brenda u manifestacijama: Festival bajke** – uključen Zavičajni muzej, Pučko otvoreno učilište, Kuća bajke, djelomično Hotel Frankopan s posebnom ponudom u restoranu; ostali subjekti nisu uključili tematske elemente u ponude ili sadržaje; pojavljuju se sadržaji koji nemaju veze s bajkama. Pozitivni primjeri su rijetki i sporadični (npr. Sabina – slatke čarolije).

### Identifikacija izazova

Definirati **Turističku zajednicu kao nositelja projekta** u destinacijskom menadžmentu; dostaviti svima pisane upute/standard za dionike (ugostitelje, smještajne objekte, škole...); u istom vizualnom identitetu dizajn svih promotivnih materijala, vizuala; uključiti sve obrazovne institucije (kroz cijelu godinu, vrhunac na Festivalu); destinacijskim menadžmentom uključiti dionike u destinaciji na uključenje.

## Potrebne mjere

**Izraditi cjelogodišnji koncept** – sve aktivnosti prožete brendom bajke; Festival bajke treba biti vrhunac godišnjeg ciklusa. **Formirati koordinacijsko tijelo** – popisati sve dionike (tko radi što i kako se uključuje). **Bajka kao zajednički nazivnik** – sve što se radi mora nositi „pozdrav iz zavičaja bajke”. **Predložiti novi postav Zavičajnog muzeja** kako bi bio više povezan s pričom o bajkama. **Izraditi smjernice za privatne subjekte** (ugostitelji, trgovine, iznajmljivači) kako integrirati bajkovitu temu u ponudu. **Aktivirati škole i vrtiće** kroz radionice i projekte vezane uz bajke. **Složiti koordinacijski tim** za destinacijsko brendiranje. Ogulin se mora dosljedno brendirati kao **Zavičaj bajke** – bez razvodnjavanja poruke i uz istinsku uključenost svih dionika. Festival je samo vrhunac, a bajkovita se priča treba živjeti tijekom cijele godine.

## Kulturne atrakcije

Analiza ogulinskih kulturnih resursa kao atrakcija, njihove trenutne valorizacije i potencijala za jaču turističku i kulturnu prepoznatljivost:

**Frankopanski kaštel** – valorizacija: **visoka**; ikona grada, u tijeku rekonstrukcija i novi postav.

**Stara gradska jezgra** – valorizacija: **srednja**; očuvana scena, ali narativ i signalizacija skromni.

**Zavičajni muzej Ogulin** – valorizacija: **visoka**; stalni postav, izložbe, funkcionira kao centar povijesne edukacije.

**Ivanina kuća bajke** – valorizacija: **vrlo visoka**; nacionalno jedinstven multimedijalni centar, s radionicama i izložbama.

**Pučko otvoreno učilište** – valorizacija: **srednja**; funkcionalno središte, ali uz ograničen izravni turistički odjek.

**Gradska knjižnica i čitaonica** – valorizacija: **srednja**; humana i lokalno važna, utjecaj na turiste ograničen.

**Legenda o Đulinom ponoru** – valorizacija: **visoka** kao narativ i motiv tura, ali slabije iskorištena za važan resurs.

**Pripovijedanje, bajkaonice, festivali – valorizacija: visoka**, posebice kroz Festival bajke i vezane radionice.

**Narodni običaji, blagdani, festivali – valorizacija: srednja do visoka** za stanovnike; turistički potencijal raste uz bolju prezentaciju i digitalnu vidljivost.

**Ogulinska masnica, zelje i krumpir – valorizacija: niska**, raste zahvaljujući manifestacijama i zaštiti proizvoda.

**KUD-ovi, dječji ansambli, gradska glazba – valorizacija: visoka** na lokalnom i nacionalnom planu, manja izvan sezone događanja.

**Obiteljski običaji, dječje igre, seoske zabave – valorizacija: niska**, tradicijski jaki segment, no često neprepoznat kao turistička atrakcija.

**Izložbe, galerije, događaji umjetničkih škola – valorizacija: niska**, kroz godišnje izložbe, ali nije strateški integrirano u turističku ponudu.

### Situacijska analiza

Ogulin ima izvanredno valorizirane središnje kulturne atrakcije (bajke, Ivanina kuća, kaštel), jaku narativnu podlogu i tradiciju običaja te gastro proizvoda. Jača povezivanje s digitalnim medijima, novi turistički paketi i iskustvene radionice u koje se gosti aktivno uključuju mogu ove resurse dodatno pretvoriti u visoko rangirane, cjelogodišnje atrakcije. Temelj je u interpretaciji i doživljajnoj valorizaciji, uz modernu komunikaciju i participativne programe za sve uzraste.

### Prirodni resursi

Sve su turističke atrakcije istovremeno i turistički resursi, ali nisu svi resursi automatski i atrakcije. Za turistički razvoj destinacije ključno je identificirati, oblikovati i promicati prirodne resurse koji imaju potencijal postati atrakcije.

**Planina Klek** – simbol Ogulina, poznata po svojoj karakterističnoj silueti (div koji leži); Planinarski dom Klek (1000 m n.v.); penjalište i ferata (nije još registrirana); zaštićeni krajolik (spada u ekološku mrežu Natura 2000); povezana s lokalnom legendom o vilama Klekinjama.

**Đulin ponor** – krški fenomen u samom središtu grada; ponor rijeke Dobre – ulaz u speleološki sustav **Medvedica** (preko 16 km istraženih podzemnih kanala); vidikovac iznad ponora je uređen i pristupačan posjetiteljima.

**Rijeka Dobra** – idealna za ribolov, šetnje i rekreaciju; speleološki i hidrološki vrlo kompleksna (gornji tok ponire, a zatim izvire kod Gojaka); potencijal za sportske aktivnosti.

**Rijeka Vitunjčica** – izvire u naselju Vitunj, zapadno od središta Ogulina, a ulijeva se u rijeku Dobru; duljina toka: oko 7 km. Voda je iznimno hladna, bistra i čista – idealna za pastrvu i druge salmonidne vrste.

**Jezero Sabljaci** – akumulacijsko jezero, površine oko 170 ha; popularno izletišta i kupalište; pogodno za kupanje, ribolov, veslanje, SUP i druge sportske aktivnosti; postoje uređene šetnice i biciklističke staze oko jezera.

**Špilja Zagorska peć** – zaštićeni geomorfološki spomenik prirode; nalazi se nedaleko od sela Zagorje Ogulinsko; nije turistički valorizirana.

**Krški fenomeni: ponori, izvori, pećine i špilje;** – osim Đulinog ponora i Zagorske peći, cijelo ogulinsko područje obiluje krškim reljefom, uključujući manje poznate speleološke objekte i kraške doline; speleološki sustav **Medvedica** jedan je od najvećih u Hrvatskoj, no nije otvoren za širu javnost.

**Šmitovo jezero** (poznato i kao Šmitovo vrelo) je prekrasan, ali relativno slabo poznat krški izvor; zelenoplava boja vode, vrlo fotogenično; nastalo prirodnim izviranjem vode iz vapnenačke stijene.

**Planina Bjelolasica** – planina u masivu Velike Kapele; najviši vrh Gorskog kotara – **Kula** (1534 m); planinarima zanimljivo odredište.

### Analiza prirodnih resursa

#### Podaci o zaštićenim prirodnim područjima (grada Ogulina):

Površina grada Ogulina: **538,14 km<sup>2</sup>**. Površina pod NATURA 2000: **462,30 km<sup>2</sup>** (85,91 % površine grada). Površina zaštićena Zakonom o zaštiti prirode: **10,24 km<sup>2</sup>** (1,9 % površine grada).

## Kategorije i područja:

NATURA 2000 područja (npr. Gorski kotar i sjeverna Lika, Klek, Ogulinsko-plašćansko područje, Jasenačko polje, Jazbina jama, Luška špilja, Bijeće i Samarske stijene...). Zaštićena područja: geomorfološki spomenici prirode, značajni krajobraz Klek i Mrežnica, spomenik prirode Mrežnica-Tounjčica.

## Monitoring i inventarizacija

Godišnji monitoring stanja staništa i vrsta provodi se za područja ekološke mreže NATURA 2000 i zaštićena područja kojima upravlja javna ustanova.

## Strategije, planiranje i praćenje zaštite

Za NATURA 2000 područja i značajni krajobraz Klek postoje **važeci planovi upravljanja**, dostupni na [www.naturaviva.hr](http://www.naturaviva.hr). Monitoring provedbe mjera zaštite i evaluacija učinkovitosti: **propisana zakonom**, provodi služba čuvara prirode. Javna ustanova sudjeluje u svim postupcima procjene utjecaja na ekološku mrežu.

[Plan upravljanja područjem ekološke mreže Ogulinsko – plašćansko područje \(PU 6019\) 2023. – 2032. \(pdf, 9.38 MB\)](#)

**Županija:** Karlovačka

**Opis položaja:** pripada gorskoj Hrvatskoj

Najveći grad u ovom području je Ogulin, no ono je administrativno podijeljeno na grad i više susjednih općina. To je tipično krško područje, s brojnim pripadajućim reljefnim oblicima.

Područje obiluje speleološkim objektima koji su značajni geomorfološki, arheološki, paleontološki i biospeleološki lokaliteti. Najnovija speleološka istraživanja dala su upečatljiv doprinos cijeloj regiji koja postaje sve važnija za očuvanje u Hrvatskoj i Europi, ponajviše zbog brojnih potopljenih speleoloških objekata i objekata s podzemnim tokovima otvorenog tipa koji obiluju raznolikom špiljskom faunom. Brojne špilje i jame koje se nalaze u Ogulinsko-plašćanskom području tipski su lokaliteti za rijetke i endemske vrste špiljskih vodenih i kopnenih životinja. Stoga su ciljevi zaštite

unutar NATURA 2000 mehanizma upravo krške špilje i jame (tip 8310). Drugi je tip staništa (91L0) važan za očuvanje šumskih zajednica.

Osim vrsta s Dodatka II Direktive 92/43/EEC, među kojima su čovječja ribica (*Proteus anguinus*), osam vrsta šišmiša i tankovratni podzemljak (*Leptodirus hochenwartii*), brojne podzemne vrste navedene su u Crvenoj knjizi špiljske faune Hrvatske u raznim kategorijama ugroženosti. Najpoznatije su ogulinska špiljska spužvica (*Eunapius subterraneus*), jedini poznata slatkovodna špiljska spužva na svijetu i dinarski špiljski cjevaš (*Marifugia cavatica*), jedini poznati podzemni špiljski cjevaš čije su naslage važna staništa za mnoge druge vrste. Ukupno je u Ogulinsko-plašćanskom području čak osam tipskih lokaliteta za 19 podzemnih vrsta faune: *Bubalocerus sketi*, *Troglocaris anophthalmus intermedia*, *Dendrocoelum subterraneum*, *Niphargus likanus*, *Croatotrechus tvrtkovici*, *Niphargus croaticus*, *Machaerites jurinaci*, *Tychobythinus croaticus*, *Eunapius subterraneus subterraneus*, *Belgrandiella pageti*, *Hauffenia tovunica*, *Sadleriana Cavernosa*, *Zospeum subobesum*, *Duvalius langhofferi*, *Machaerites mekotiensis*, *Eunapius subterraneus mollisparspanis*, *Lanzaia rudnicae*, *Hadziella rudnicae* i *Brachydesmus inferus inferus*.

Od ostalih vrsta s Dodatka II Direktive 92/43/EEC, zastupljeni su žuti mukač (*Bombina Variegata*), potočni rak (*Austropotamobius torrentium*) i leptir močvarna riđa (*Euphydryas aurinia*), a na nacionalnoj Crvenoj listi navedena je i jedna riblja vrsta – svjetlica (*Telestes polylepis*) te devet biljnih vrsta s ovog područja: hrvatski karanfil (*Dianthus giganteus ssp. croaticus*), prosasti šaš (*Carex panicea*), širokolisna suhoperka (*Eriophorum latifolium*), močvarna broćika (*Galium uliginosum*), crni kukurijek (*Helleborus niger*), borak (*Hippuris vulgaris*), ljiljan zlatan (*Lilium martagon*), kokica paučica (*Ophrys sphegodes*) i trozubi kaćun (*Orchis tridentata*).

### Analiza ključnih prirodnih resursa Ogulina kao turističkih atrakcija

#### Planina Klek

- **Trenutni status:** visok simbolički i vizualni značaj, popularna među planinarima zbog doma i penjališta; prepoznata kroz lokalnu legendu o vilama.
- **Razina valorizacije:** srednja – domaća i regionalna planinarska scena, tematske legende, ali nema razvijene korporativne/mass-market turističke ponude.

- **Što je potrebno:** razvoj registrirane i opremljene ferate, bolja signalizacija, interpretacijske table o legendi, organizirani izleti i vođene ture, povezivanje s *outdoor* događanjima i *storytelling* turama.

### Đulin ponor

- **Trenutni status:** lako pristupačan fenomen, dobar vidikovac, poznat lokalno i nacionalno.
- **Razina valorizacije:** srednja – prepoznat kao posebnost kroz izgled i pristupačnost, ali bez vođenih tura, edukativnih ili adrenalinskih sadržaja.
- **Što je potrebno:** edukativne ploče, interpretacijske ture, sigurnosna infrastruktura, integracija u gradske tematske šetnje i marketing kroz speleološki i prirodni turizam.

### Rijeka Dobra

- **Trenutni status:** rekreativno korištenje (ribolov, šetnje), sportske mogućnosti, speleološka vrijednost.
- **Razina valorizacije:** srednja do niska – sportske mogućnosti slabo iskorištene komercijalno, hidrologija i speleologija gotovo isključivo za entuzijaste.
- **Što je potrebno:** razvoj komercijalnih vodenih aktivnosti, vođene ribolovne ture, interpretacija hidroloških fenomena, razvoj infrastrukture za sportski turizam i ugostiteljstvo.

### Rijeka Vitunjčica

- **Trenutni status:** specifična za ribolov i iznimnu čistoću vode.
- **Razina valorizacije:** niska – lokalni ribolov, ali nije turistički oblikovana.
- **Što je potrebno:** organizacija ribolovnih i edukativnih tura, promocija hladne, čiste vode kao posebne vrijednosti za ekoturiste i ljubitelje prirode, povezivanje s gastronomijom (pastrva).

### Jezero Sabljaci

- **Trenutni status:** popularno izletište, brojni sportsko-rekreacijski sadržaji; postoje šetnice i staze.

- **Razina valorizacije:** srednje do niska – lokalni centar za rekreaciju, kupalište, ali još uvijek s neiskorištenim potencijalima za naprednije turističke proizvode i dodatne usluge.
- **Što je potrebno:** daljnji razvoj ugostiteljske i *event* ponude, organizacija aktivnosti (SUP škole, festivali na obali, biciklističke utrke), cjelovita šetnica oko jezera, integracija s interpretacijskim centrima ili sportskim kampovima.

### Špilja Zagorska peć

- **Trenutni status:** zaštićen geomorfološki spomenik, zasad neturistički valorizirana.
- **Razina valorizacije:** niska – znanstvena vrijednost, ali nije otvorena ni dostupna turistima.
- **Što je potrebno:** studija sigurnosti, izrada plana turističke izloženosti (npr. kratke interpretacijske staze uz stručni nadzor), potencijalno jednodnevne ture uz vodiča i edukaciju o speleologiji.

### Krški fenomeni i speleološki sustav Medvedica

- **Trenutni status:** vrlo visok potencijal, ali nije otvoren javnosti, koristi se isključivo u znanstvene/speleološke svrhe.
- **Razina valorizacije:** niska (izvan nišnih entuzijasta).
- **Što je potrebno:** edukativni centar ili interpretacijsko mjesto u gradu o podzemlju Ogulina, virtualne ture, znanstveno-popularne radionice, siguran pristup malom broju kontroliranih posjetitelja kroz partnerstvo sa speleolozima.

### Šmitovo jezero

- **Trenutni status:** egzotičan prirodni izvor, izuzetna fotogeničnost, malo poznat.
- **Razina valorizacije:** niska.
- **Što je potrebno:** promotivna kampanja za *outdoor* i fototuriste, uređena pristupna staza, tematske edukativne table, integracija u cikloturističke ili ekoture.

### Planina Bjelolasica

- **Trenutni status:** najviši vrh Gorskog kotara, atraktivna za planinare, ali s nedostatkom cjelovite turističke infrastrukture i ponude.

- **Razina valorizacije:** *srednja* – koristi je specifična publika (planinari), ali nedostaje sveobuhvatna valorizacija za širu turističku publiku.
- **Što je potrebno:** ponovno pokretanje i modernizacija smještajnih i sportskih kapaciteta, razvoj adrenalinskih i zimskih sadržaja, organizacija *outdoor* događanja, marketinška kampanja.

### Situacijska analiza

Ogulin ima izvanrednu startnu osnovu u prirodnim resursima, ali su brojne atrakcije na početnom ili srednjem stupnju turističke valorizacije. Kvalitetnija valorizacija zahtijeva strateški razvoj infrastrukture, interpretaciju priča, tematske ture, kreiranje novih sadržaja i bolju promociju – uz očuvanje prirodne autentičnosti i odgovorno upravljanje posjetiteljima.

U Ogulinu trenutačno ne postoji službeni dokument koji bi regulirao upravljanje posjetiteljima na lokacijama prirodne baštine, što otežava optimizaciju protoka posjetitelja i minimiziranje njihovog utjecaja na osjetljiva staništa. Grad Ogulin ima vrlo visok udio teritorija pod ekološkom zaštitom, zato je nužno pronaći ravnotežu između očuvanja prirode i razvoja turističkog sadržaja. Većina ključnih lokaliteta još nije obuhvaćena detaljnim smjernicama za procjenu utjecaja turističkih aktivnosti na ekološku mrežu, zbog čega ne postoji sustavno praćenje potencijalnih štetnih posljedica. Nadalje, nedostaje kontinuirano praćenje i evaluacija utjecaja posjetitelja na biološku i pejzažnu raznolikost pa je teško pravovremeno reagirati ako se pojave problemi.

Kako bi se ovi izazovi učinkovito gospodarski i ekološki riješili, potrebno je najprije **izraditi i usvojiti dokument upravljanja posjetiteljima za zaštićena područja**, s jasno definiranim protokolima ponašanja i ograničenjima. Zatim je nužno izraditi **studije ekološke osjetljivosti** i precizno utvrditi prihvatljivi kapacitet posjetitelja u svim područjima Natura 2000 oko Ogulina. Svaki novi turistički projekt trebao bi biti obvezno podvrgnut procjeni utjecaja na ekološku mrežu kako bi se preveniralo narušavanje staništa i vrste. Nužno je uključiti lokalne znanstvenike i stručnjake (posebno speleologe) u redovno praćenje stanja i izradu izvještaja o ekološkom statusu pojedinih lokaliteta. Uz to je potrebno **organizirati informacijske i edukativne kampanje za posjetitelje** radi podizanja svijesti o važnosti očuvanja bioraznolikosti i poticanja odgovornog ponašanja tijekom boravka u prirodi. Istovremeno sustavno rješavati sve navedene izazove.

Tablica 21: Popis prirodnih resursa i prilika za snažniju valorizaciju

| Lokalitet                                            | Što je potrebno                                                                                                                                                                                                                  |
|------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Planina Klek</b>                                  | Razvoj registrirane i opremljene ferate; bolja signalizacija; interpretacijske table o legendi; organizirani izleti i vođene ture; povezivanje s <i>outdoor</i> događanjima i <i>storytelling</i> turama                         |
| <b>Đulin ponor</b>                                   | Edukativne ploče; interpretacijske ture; sigurnosna infrastruktura; integracija u gradske tematske šetnje; marketing kroz speleološki i prirodni turizam                                                                         |
| <b>Rijeka Dobra</b>                                  | Razvoj komercijalnih vodenih aktivnosti; vođene ribolovne ture; interpretacija hidroloških fenomena; razvoj infrastrukture za sportski turizam; vezano ugostiteljstvo                                                            |
| <b>Rijeka Vitunjčica</b>                             | Organizacija ribolovnih i edukativnih tura; promocija hladne, čiste vode za ekoturiste i ljubitelje prirode; povezivanje s gastronomijom (pastrva)                                                                               |
| <b>Jezero Sabljaci</b>                               | Daljnji razvoj ugostiteljske i <i>event</i> ponude; organizacija aktivnosti (SUP škole, festivali na obali, biciklističke utrke); cjelovita šetnica oko jezera; integracija s interpretacijskim centrima ili sportskim kampovima |
| <b>Špilja Zagorska peć</b>                           | Studija sigurnosti; izrada plana turističke izloženosti (kratke interpretacijske staze uz stručni nadzor); potencijalno jednodnevne ture uz vodiča; edukacija o speleologiji                                                     |
| <b>Krški fenomeni i speleološki sustav Medvedica</b> | Edukativni centar ili interpretacijsko mjesto o podzemlju Ogulina; virtualne ture; znanstveno-popularne radionice; siguran pristup malom broju kontroliranih posjetitelja kroz partnerstvo sa speleolozima                       |
| <b>Šmitovo jezero</b>                                | Promotivna kampanja za <i>outdoor</i> i fototuriste; uređena pristupna staza; tematske edukativne table; integracija u cikloturističke ili ekoture                                                                               |
| <b>Planina Bjelolasica</b>                           | Ponovno pokretanje i modernizacija smještajnih i sportskih kapaciteta; razvoj adrenalinskih i zimskih sadržaja; organizacija <i>outdoor</i> događanja; marketinška kampanja                                                      |

Izvor: Procjena autora i Turističke zajednice grada Ogulina (2025.)

## Zabavne atrakcije

### Situacijska analiza

Najznačajnija zabavna atrakcija u Ogulinu, prema aktualnoj konceptualizaciji turističke ponude, je **Ivanina kuća bajke** – interaktivni i multimedijalni centar posvećen životu i djelu Ivane Brlić-Mažuranić. Ova atrakcija nudi kreativne radionice, digitalne igre, animacije i pripovjedne programe za djecu i obitelji te je središte edukativno-zabavnih sadržaja, posebno za jednodnevne posjetitelje i školske grupe. Osim Ivanine kuće bajke, značajne i zabavne atrakcije uključuju i **Ljeto u Ogulinu**: gradski festival koncertâ, predstava na otvorenom, filmskih večeri i tematskih radionica; **rutu bajke**: vođene ture, pripovijedanja i multimedijalne doživljaje vezane uz lokalne legende i bajke, prilagođene svim uzrastima; **jezero Sabljaci**: centar ljetne zabave s mogućnostima kupanja,

sportskih igara i rekreativnih događanja; **Frankopanski kaštel**: povijesna lokacija koja u sezoni postaje pozornica za zabavne, kulturne i večernje manifestacije. Ove atrakcije čine okosnicu zabavnih i doživljajnih sadržaja grada. Svaki gost može pronaći aktivnost prema svojim preferencijama, od interaktivnih bajkovitih radionica, preko sporta, do koncertnih programa na povijesnim, prirodnim i urbanim lokacijama.

### Identifikacija izazova

Jedan od ključnih izazova u području zabavnih atrakcija Ogulina proizlazi iz činjenice da je **Ivanina kuća bajke zapravo jedina potpuno zaokružena, cjelogodišnja interaktivna atrakcija visoke kvalitete**, osobito prilagođena djeci i školskim grupama. Ostali programi, poput Ljeta u Ogulinu, rute bajke, aktivnosti na jezeru Sabljaci ili događanja u Frankopanskom kaštelu, uglavnom su sezonskog karaktera i ovise o vremenskim prilikama ili posebnim prigodama. **Nedostaje veća ponuda raznovrsnih zabavnih sadržaja** koji bi grad učinili atraktivnim tijekom cijele godine i za sve dobne skupine, a ne samo za djecu ili jednodnevne posjetitelje. Razvoj novih, inovativnih programa, osobito u zatvorenim ili multifunkcionalnim prostorima, gotovo je nepostojeći pa se većina turističke potražnje koncentrira na nekoliko prepoznatljivih točaka, stvarajući sezonske oscilacije i ograničenja posjećenosti. Osim toga, **postojeće atrakcije nisu dovoljno povezane zajedničkom komunikacijskom i marketinškom strategijom**, što umanjuje mogućnosti za kreiranje jedinstvenog doživljaja grada i produljenje boravka gostiju izvan glavne turističke sezone.

### Potrebne mjere

Kako bi se unaprijedila ponuda zabavnih atrakcija u Ogulinu, potrebno je poduzeti sljedeće mjere. **Razviti nove inovativne i interaktivne zabavne sadržaje koji su dostupni tijekom cijele godine**, neovisno o vremenskim uvjetima, s naglaskom na multimedijalne, kreativne i sportsko-rekreacijske programe za sve dobne skupine. Uspostaviti **multifunkcionalne zatvorene prostore ili adaptirati postojeće objekte** (npr. dvorane, galerije, muzejske prostore) za raznovrsne događaje, radionice, izložbe i kazališne predstave tijekom cijele godine. **Povezati postojeće atrakcije** (Ivanina kuća bajke, manifestacija Ljeto u Ogulinu, Ruta bajke, Jezero Sabljaci, Frankopanski kaštel) u koherentnu, tematski objedinjenu turističku ponudu uz zajedničku

komunikacijsku i marketinšku strategiju te razviti integrirane ulaznice ili iskustvene pakete. **Potaknuti lokalne poduzetnike, udruge i kreativne pojedince na osmišljavanje novih sadržaja** za slobodno vrijeme, dodatne radionice i festivale u razdobljima slabije posjećenosti. Provoditi kontinuirane **edukacije zaposlenika** u turizmu, kulturnim institucijama i animaciji posjetitelja kako bi se jamčila kvaliteta doživljaja i prilagodba sadržaja različitim ciljnim skupinama.

## Sportski resursi u Ogulinu

### Sportska infrastruktura i kapitalni projekti

**Gradska sportska dvorana** Bolnička 9 – centralni objekt za dvoranske sportove (košarka, odbojka, rukomet, gimnastika, stolni tenis), trenutno u fazi energetske obnove (ukupna vrijednost ulaganja cca 1,3 mil. €; sufinanciranje iz EU fondova, novi sustavi grijanja, hlađenja, rasvjete, fotonapon, pristupačnost OSI, završetak 2026.).

**Nogometna infrastruktura** – NK Ogulin (glavni i pomoćni teren, projekt umjetne trave vrijedan 850 000 € uz podršku HNS-a, omogućava cjelogodišnje korištenje bez obzira na vremenske uvjete) i NK Dobra.

**Višenamjenska vanjska igrališta** – na više lokacija u gradu za košarku, nogomet, odbojku, rukomet, tenis, stolni tenis i rekreaciju (uređenje i obnova stalno traje; gradski i kvartovski tereni).

**Teniski tereni** – Teniski klub „Frankopan“, Teniski klub Ogulin, više kvalitetnih vanjskih terena.

**Kuglana** – nekoliko kuglačkih klubova, gradska kuglana dostupna klubovima i širem građanstvu.

**Planinarski domovi** – PD Klek i nekoliko planinarskih staza/polaznih točaka okolnih vrhova.

**Sportsko-rekreacijski sadržaji na jezeru Sabljaci** – prilike za stazu oko jezera, veslanje, ribolov, kupanje.

**Sportski ribolov** - 124,7 km vodenih površina pod upravom ŠRD Ogulin (Dobra, Vitunjčica, jezera Sabljaci i Bukovnik).

**Biciklističke i pješačke staze** – lokalne, regionalne, MTB i šumske rute (uređenje se kontinuirano nadograđuje).

## Situacijska analiza sportske infrastrukture u Ogulinu

Ogulin ima izuzetno razvijenu sportsku infrastrukturu, s modernom gradskom, kvalitetnim nogometnim terenima s umjetnom travom i brojnim vanjskim igralištima. Tereni za tenis, kuglana, planinarski domovi i sportsko-rekreacijski kompleks na Sabljacima dodatno obogaćuju ponudu. Područje biciklizma, pješačkih, MTB i vodnih ruta stalno se nadograđuje, a sportski ribolov koristi veliki vodni resurs. Grad ima kapacitete za profesionalni sport, amatersku i masovnu rekreaciju te organizaciju natjecanja svih razina.

## Identifikacija izazova

Zastarjelost i potreba za kontinuiranom obnovom svlačionica, pomoćnih objekata i sportske opreme; ograničeni kapacitet zatvorenih prostora za trening tijekom zime i nepovoljnih vremenskih uvjeta; neravnomjerna razvijenost terena na periferiji grada i u pojedinim kvartovima; nedovoljna digitalizacija sustava rezervacije i transparentnosti dostupnosti resursa; ograničena dostupnost sportskih sadržaja osobama s invaliditetom.

## Potrebne mjere

Nastaviti investicije u energetska obnova i modernizaciju sportske dvorane te završiti započete kapitalne projekte: revitalizirati svlačionice, sanitarne čvorove i prateće objekte, pokrenuti obnovu starih terena i uključiti kvartovske sportske inicijative; uvesti digitalni sustav najave/rezervacije termina za javnu uporabu svih sportskih objekata; razvijati pristupačnost infrastrukture za osobe s invaliditetom na svim razinama, uključiti sportske klubove u provedbu inkluzivnih programa; stimulirati školski, ženski i seniorski sport, dodatno promovirati sportske resurse na razini lokalnog turizma.

## Potrebne mjere za biciklističke, pješačke i planinarske staze

Trenutačno na području grada Ogulina **nije službeno označena nijedna biciklistička, niti jedna pješačka, već samo sedam planinaskih ruta**, a u planu je pokretanje postupka njihovog označavanja, koji je uvršten u plan razvoja lokalne sportsko-turističke infrastrukture. U sklopu smjernica za budući rad, potrebno je uspostaviti obvezu kontinuiranog **izvještavanja i dostave**

**podataka o uređenim planinarskim putevima od PD-a Zagreb i PD-a Medvednica** kako bi se redovito ažurirali registri označenih staza na području Ogulina. Ova smjernica osigurava transparentnost, kvalitetu i sveobuhvatnu informiranost svih korisnika prostora te doprinosi razvoju aktivnog turizma i boljoj povezanosti s planinarskim zajednicama.

## Nagrade

Ogulin je do sada primio nekoliko važnih turističkih priznanja i nagrada, s naglaskom na inovativnost, kulturni turizam i kreativni razvoj:

**Nagrada za kreativni i inovativni turistički proizvod:** Turistička zajednica grada Ogulina je posebno nagrađena za projekt „Ivanina kuća bajke“, koji je prepoznat kao izniman primjer kreativnosti i inovativnosti u kulturnom turizmu Hrvatske. Ovo priznanje uključuje i priznanje svima uključenima u realizaciju projekta te njegovu važnost za imidž grada.

**Priznanja za razvoj kulturnog i manifestacijskog turizma:** Ogulin i njegovi projekti (Ogulinski festival bajke, manifestacije na ruti bajke, revitalizacija kulturnih lokaliteta) redovito su isticani kao primjeri dobre prakse u priručnicima, publikacijama Ministarstva turizma i Hrvatske turističke zajednice. Grad je više puta bio među finalistima za Godišnju hrvatsku turističku nagradu u kategorijama održivosti, kulturnog događaja i *DMC (Destination Management Company)* turističkog proizvoda.

**Međunarodna prepoznatljivost projekta Ivanina kuća bajke:** ovaj je projekt bio i kandidat za prestižnu Europsku muzeološku nagradu EMYA, poznatu kao „muzeološki Oscar“, čime je Ogulin stavljen na europsku kartu inovatora u kulturnom sektoru.

**Nagrade za najljepše uređeni okoliš:** Turistička zajednica grada Ogulina nekoliko je godina nagrađivala vlasnike i objekte za doprinos ljepoti i uređenosti okoliša, što indirektno podiže imidž destinacije.

Ova priznanja potvrđuju da je Ogulin, kroz inovacije i suradnju nad lokalnim baštinom, postao prepoznatljiv primjer razvoja nišne i održive kulturne turističke destinacije u Hrvatskoj.

## Događanja

Tablica 22: Popis događanja s kratkom analizom

| Kategorija/pitanje                                                | Odgovor/opis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|-------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>10 najvažnijih događanja u destinaciji</b>                     | 1. Ogulinski festival bajke; 2. Ljeto u Ogulinu; 3. Advent u Ogulinu; 4. Dani meda i zelja/Dani ogulinskog zelja; 5. Smotra izvornog folklora Karlovačke županije „Igra kolo“; 6. Ogulin Trail; 7. Formula Driver; 8. Planinarska Nova godina; 9. Streetball turnir; 10. Moto susret MK Vještice; (dodatno: Proslava Dana Grada, STEM bajka).                                                |
| <b>Postotak događanja s temom lokalne baštine i tematika</b>      | Tematika: bajke 10 %, planinarenje/Klek 10 %, lokalna gastronomija/zelje 10 %, folklor i tradicija 10 %. Dvoje ispitanika navodi 50 % događanja baštinske/folklorne tematike.                                                                                                                                                                                                                |
| <b>Koncentracija događanja/večernjih sadržaja po zonama</b>       | - Organizirana su događanja i večernji sadržaji u definiranom gradskom središtu (zona: centar/Park kralja Tomislava, prostor oko crkve, ŠRC, gradska promenade). Nema detaljno iskazanih mjerenja broja posjetitelja događanja po m <sup>2</sup> , prosječne gustoće, prometa, kapaciteta ugostiteljskih objekata, vremena zadržavanja, buke ili ekološkog otiska – ti podaci nisu zapisani. |
| <b>Ciljevi organizacije događanja</b>                             | Postizanje zadovoljstva gostiju (100 %), zadovoljstva stanovnika (75 %), financijska održivost i profitabilnost (75 %), fokus na izvansezonske termine (75 %), dolazak novih gostiju privučenih festivalima i velikim koncertima (75 %), dolazak novih gostiju privučenih gastro <i>eventima</i> , tradicijom i kulturom (50 %).                                                             |
| <b>Postoje li kriteriji i procedure sufinanciranja događanja?</b> | 66,67 % odgovora navodi da ih ima (DA), 33,33 % navodi da nema (NE).                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>Procjena kapaciteta i infrastrukture prije događanja</b>       | Kapacitet i infrastruktura procjenjuju se povremeno, ali većinom unutar uskog kruga organizatora, <b>bez šire multidisciplinarnе organizacije</b> . Samo kod proslave Dana grada formira se odbor sa širim dionicima iz kulture, turizma i tehničkih područja.                                                                                                                               |
| <b>Koordinacijski tim / model koordinacije</b>                    | <b>U pravilu nema stalnog koordinacijskog tima</b> , već je koordinacija i podjela odgovornosti prepuštena nositelju događanja. Kod važnijih događanja okupljaju se glavni dionici iz kulture/turizma, ali sveobuhvatna koordinacija postoji uglavnom kod najvećih proslava.                                                                                                                 |
| <b>Procjena troškova i prihoda po posjetitelju za događanja</b>   | Većina događanja je besplatna za posjetitelje – <b>analize troškova i prihoda po posjetitelju do sada nisu rađene jer ne postoji potreba</b> , osim za pojedinačne projekte.                                                                                                                                                                                                                 |
| <b>Ulaganja u događanja u odnosu na godišnji proračun</b>         | <b>Zavičajni muzej ulaže oko 2 % godišnjeg proračuna u programske aktivnosti.</b> Za druga kulturna tijela konkretni postotci nisu navedeni.                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <b>Sufinanciranje događanja sponzorima / udio sponzora</b>        | <b>Za većinu događanja nema sponzora</b> ; sufinanciranje dolazi od JLS-a (gradske uprave), županije i nadležnih ministarstava i to za unaprijed prijavljene programe.                                                                                                                                                                                                                       |
| <b>Dodatne informacije i priloge</b>                              | <b>Nema dodatno dostavljenih materijala ili analiza</b> koji bi preciznije pokazali koncentraciju posjetitelja, ekološki otisak i opseg vanjskih (privatnih) donacija.                                                                                                                                                                                                                       |
| <b>Opći zaključak</b>                                             | Kulturno-zabavni događaji čine dinamičnu jezgru manifestacijskog turizma Ogulina; <b>naglasak je na kvaliteti doživljaja, održavanju lokalne tradicije i</b>                                                                                                                                                                                                                                 |

|  |                                                                                                                                                |
|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | privlačenju novih gostiju, iako detaljna infrastruktura, analiza posjećenosti te multidimenzionalna procjena učinka još nisu sustavno uvedene. |
|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

*Izvor: Procjena autora i Turističke zajednice grada Ogulina (2025.)*

### **1. Ogulinski festival bajke**

Procjena posjetitelja: 10 000 godišnje. Situacijska analiza: ključni kulturni i turistički događaj destinacije, profilira Ogulin kao „zavičaj bajke“ i okuplja djecu, obitelji i goste iz Hrvatske te regije. Prate ga radionice, izložbe, programi za škole i nastupi gostujućih umjetnika. Izazovi: ograničen budžet, sezonalnost, prostor događanja ograničen centrom i Ivaninom kućom bajke. Potrebne mjere: razvoj cjelogodišnjeg programa, jačanje *online* promocije i potpora međunarodnim suradnjama; povećati partnerstva s lokalnim tvrtkama. Procjena prihoda po posjetitelju: 12–15 €.

### **2. Ljeto u Ogulinu**

Procjena posjetitelja: 2000–8000 ukupno (po događaju 200 – 1000). Situacijska analiza: ljetni ciklus kulturnih, sportskih i zabavnih programa, atraktivan lokalnoj publici i turistima. Program obuhvaća koncerte, projekcije, sportske turnire. Izazovi: ovisnost o vremenu, slabija promocija prema vanjskim tržištima. Potrebne mjere: fokusirati sadržaje na vikende i dane povećane turističke aktivnosti, digitalno promovirati. Procjena prihoda po posjetitelju: 10–15 €.

### **3. Advent u Ogulinu**

Procjena posjetitelja: 3000–6000. Situacijska analiza: zimski program na trgu i šetnici, s božićnim sajmom, klizalištem i zabavnim sadržajima, pozitivno ocijenjen od domaće publike. Izazovi: logistika, vremenski uvjeti, potreba za raznovrsnijom ponudom. Potrebne mjere: uvođenje novih gastro i obiteljskih aktivnosti, jasnije partnerstvo s obrtnicima, širenje marketinške prisutnosti. Procjena prihoda po posjetitelju: 15–20 €.

### **4. Smotra izvornog folklora Karlovačke županije „Igra kolo“**

Procjena posjetitelja: 1000–2000. Situacijska analiza: folklorni festivali s naglaskom na baštinu i tradiciju, okuplja kulturno-umjetnička društva iz šire regije. Izazovi: mala prepoznatljivost izvan županije, financijska održivost. Potrebne mjere: povezivanje s turističkim paketima i veća *online* promocija. Procjena prihoda po posjetitelju: 10–15 €.

## **5. Ogulin Trail**

Procjena posjetitelja: 500–1200 natjecatelja (plus pratnja). Situacijska analiza: sportsko i *outdoor* događanje, privlači zaljubljenike u prirodu, promiče zdrav život i produžuje sezonu. Izazovi: logistika, sigurnost na stazi, prometna dostupnost. Potrebne mjere: suradnja s lokalnim partnerima za smještaj/ugostiteljstvo, dodatni sadržaji za prateće osobe. Procjena prihoda po posjetitelju: 10–15 €.

## **6. Formula Driver**

Procjena posjetitelja: 1000–2500. Situacijska analiza: sportski moto *event* s velikom bazom poklonika auto-moto sporta, prilika za promociju destinacije kod mlađe i srednje generacije. Izazovi: organizacija, sigurnost, buka. Potrebne mjere: jačanje medijske promocije, unaprjeđenje prometne i sigurnosne infrastrukture, suradnja s lokalnim poslovnjacima. Procjena prihoda po posjetitelju: 15–20 €.

## **7. Planinarska Nova godina**

Procjena posjetitelja: 300–800. Situacijska analiza: okupljanje planinara na Kleku, manji ciljani događaj s naglaskom na *outdoor* i lokalnu zajednicu. Izazovi: vremenski uvjeti, mala nacionalna promocija. Potrebne mjere: jača digitalna prisutnost, najave na nacionalnim *outdoor* platformama i suradnja sa savezom planinara. Procjena prihoda po posjetitelju: 10–15 €.

## **8. Streetball turnir**

Procjena posjetitelja: 300–700. Situacijska analiza: sportsko-rekreativni događaj, jača lokalni identitet i sportsku kulturu. Izazovi: urbanistička logistika, slab nacionalni imidž. Potrebne mjere: brendiranje i digitalna promocija turnira na sportskim portalima, uključiti sponzore iz sportske industrije. Procjena prihoda po posjetitelju: 10–15 €.

## **9. Moto susret MK Vještice**

Procjena posjetitelja: 800–1500. Situacijska analiza: regionalni moto skup, uključuje koncertni program i društvene aktivnosti, podržava lokalnu turističku godinu izvan glavnih ljetnih mjeseci. Izazovi: prometna sigurnost, buka, koordinacija s gradskim službama. Potrebne mjere: organizacija

prometne regulacije, partnerska suradnja s gradskim poduzećima i obrtnicima. Procjena prihoda po posjetitelju: 13–15 €.

## Prostorno planiranje

Tablica 23: Podaci prostornog planiranja za analizu održivog razvoja destinacije

| Broj pitanja | Naziv/opis pitanja                                     | Vrsta pitanja | Odgovori ispitanika                                                                        | Napomene /izvori                   |
|--------------|--------------------------------------------------------|---------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|
| 3            | Izrađene smjernice upravljanja prostorom               | Tekst         | Postoje smjernice za upravljanje prostorom. U izradi Strateška procjena utjecaja na okoliš | Uspostavljeni dokumenti i u izradi |
| 4            | Udio turističkih zona izvan građevinskog područja      | Brojčano      | 0,0237                                                                                     | Dostupan jedan unos                |
| 5            | Površine stambene, mješovite i turističke zone         | Brojčano      | 177,22 ha; 5,19 ha; 0,15 ha                                                                | Podaci iz UPU-a Ogulin             |
| 6            | Maksimalni potencijal izgradnje u mješovitim zonama    | Kombinirano   | KIG 0.6–0.8; KIS 0.8–1.0; maksimalno 4 etaže                                               | Prostorni plan PPUG/UPU            |
| 7            | Udio stambeno-turističkih zona u građevinskom području | Brojčano      | 2,94                                                                                       | Područje UPU-1                     |
| 9            | Udio izgrađene površine u ukupnoj površini destinacije | Brojčano      | 1198,10 ha (2,21%)                                                                         | Izračun Ogulin                     |
| 11           | Mogućnosti izgradnje u turističke svrhe                | Tekst         | Mješovita zona ima potencijal, ali slaba realizacija zbog infrastrukture                   | Plan iz 2023.                      |
| 16           | Nove atrakcije u prostornom planu                      | Tekst         | Revitalizacija ponora, ZIP-line, SRC Danci, Sabljaci, Jeleni, Kranjevka                    | Nove turističke atrakcije          |
| 17           | Zone koje treba ukinuti / prenamijeniti                | Tekst         | Razmotriti stare neaktivne, otvoriti nove – mijenja se 5 planova                           | Planovi u izmjeni 2025.            |
| 18–19        | Minimalne površine parcela (obiteljske i dvojne)       | Brojčano      | 308–480 m <sup>2</sup> ; 275–490 m <sup>2</sup>                                            | UPU Ogulin                         |

|    |                                             |       |                                                                    |                            |
|----|---------------------------------------------|-------|--------------------------------------------------------------------|----------------------------|
| 22 | Brownfield programi                         | Tekst | Prenamjena bivše vojarne Sv. Petar (POS stanovi)                   | APN, Ministarstvo          |
| 23 | Potencijal proširenja građevinskih područja | Tekst | Sva naselja Ogulina imaju potencijal; problem infrastrukture       | Strateške smjernice JLS    |
| 26 | Potencijal <i>greenfield</i> investicija    | Tekst | Postoji: Jasenak, Bjelolasica, Sabljak selo, Dujmi, Ribarići, itd. | Prostorni planovi u tijeku |

Izvor: Grad Ogulin, 2025.

## 2.3. Analiza komunalne infrastrukture

### Vodoopskrba i odvodnja

Tablica 24: Situacijska analiza vodoopskrbe i odvodnje

| Pitanje/kategorija                                                | Odgovor/opis                                                                                                                                   |
|-------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Kvaliteta i dostupnost pitke vode u turističkim zonama</b>     | Pitka voda dostupna u cijeloj destinaciji. Kvaliteta vode izvrsna. Za 5 % kućanstava (uglavnom okolna naselja) nije uvedena vodoopskrba.       |
| <b>Stabilnost opskrbe tijekom turističke sezone</b>               | Opskrba stabilna, bez sezonskih nestašica. Devet izvorišta ukupno imaju kapacitet za 20 000 ljudi.                                             |
| <b>Izazovi u kapacitetima s bazenima, aquaparkovima i sl.</b>     | Nema izazova; postojeći kapaciteti potpuno zadovoljavaju moguće potrebe i za velike turističke popratne sadržaje.                              |
| <b>Održavanje i unaprjeđenje vodoopskrbnog sustava</b>            | Provodi se svakodnevni monitoring i analiza. Glavni projekt: sanacija gubitaka, kontinuirano praćenje DM-zona, traženje i otklanjanje kvarova. |
| <b>Ukupno trajanje (u satima) godišnjih prekida opskrbe vodom</b> | Prekidi opskrbe redovno isključivo radi otklanjanja kvarova, cca 270 sati/god.                                                                 |
| <b>Sustav pročišćavanja otpadnih voda - ukupni kapacitet</b>      | Sustav podržava III. stupanj pročišćavanja                                                                                                     |
| <b>Udio otpadnih voda tretiranih do sekundarne razine</b>         | Nema podatka.                                                                                                                                  |
| <b>Voda za područje i turizam - utjecaj turizma na potrošnju</b>  | Ne prati se potrošnja vode po tipovima turističkih objekata jer nema utjecaja na kapacitet i potrošnju.                                        |
| <b>Vršno opterećenje (potrošnja vode)</b>                         | Za prvih 7 mjeseci 2024.: ukupna potrošnja 377,954 m <sup>3</sup> ; vršno opterećenje u kolovozu: 12,155 m <sup>3</sup> .                      |
| <b>Održavanje oborinskih voda</b>                                 | Vodovod i kanalizacija d.o.o. Ogulin ne upravlja sustavima za oborinske vode.                                                                  |
| <b>Pravovremena reakcija na probleme s kvalitetom vode</b>        | Da, organiziran je sustav alarmiranja i brze intervencije za probleme s kvalitetom vode za ljudsku potrošnju.                                  |
| <b>Postotak domaćinstava priključenih na kanalizacijsku mrežu</b> | Oko 50 %. (Projekt Aglomeracija Ogulin predviđa 100 % pokrivenost, nije započeto).                                                             |

|                                                                            |                                                                                                                                          |
|----------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Optimalni kapacitet odvodnje (stanovnici + turisti)</b>                 | Nema točnog podatka; sustav aglomeracije tek je projektiran i trebao bi obuhvatiti cijelu destinaciju po završetku investicije.          |
| <b>Sustav kontrole i inspekcija septičkih jama</b>                         | Poštuju se svi nacionalni i gradski propisi; postoje vodni redari, odluke o odvodnji, vodi se evidencija nadzora i inspekcije.           |
| <b>Razina rezervi vode, prijava kvarova, mjere zaštite</b>                 | Rezerve su dostatne za višednevnu opskrbu. Pravovremeni odgovor na kvarove, svakodnevni monitoring, alarmni sustav funkcionalan.         |
| <b>Posebni podaci vezani uz popratne sadržaje i količinu otpadnih voda</b> | Nema odgovora/detalja.                                                                                                                   |
| <b>Opća napomena</b>                                                       | Opskrba vodom i odvodnja nisu ograničavajući faktor za rast turizma. Sustav stabilan, proaktivan monitoring i kontinuirano unaprjeđenje. |

*Izvor: Vodovod i kanalizacija d.o.o. Ogulin (2025.). Interni podaci o vodoopskrbnom sustavu i kapacitetima.*

Tablica 25: Javna rasvjeta

| <b>Javna rasvjeta</b>                         | <b>Podatak/opis</b>                                                                                                                |
|-----------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Pokrivenost javnom rasvjetom</b>           | Cjelokupno naseljeno područje Grada Ogulina pokriveno je sustavom javne rasvjete.                                                  |
| <b>Energetska učinkovitost javne rasvjete</b> | 2021. godine izvršena je potpuna zamjena postojećih svjetiljki ekološki prihvatljivom i energetske učinkovitijom LED rasvjetom.    |
| <b>Automatska rasvjeta</b>                    | Svako rasvjetno mjesto ima ugrađen sustav za smanjenje intenziteta svjetlosti u noćnim satima, za smanjenje potrošnje i zagađenja. |
| <b>Održavanje javne rasvjete</b>              | Provodi se redovito održavanje rasvjetne infrastrukture radi sigurnosti posjetitelja i lokalnog stanovništva, osobito noću.        |

*Izvor: Grad Ogulin, Upravni odjel za gospodarstvo, komunalni sustav i prostorno uređenje (2025.). Interni podaci o sustavu javne rasvjete.*

Tablica 26: Gospodarenje otpadom

| <b>Kategorija/pitanje</b>                           | <b>Podatak/opis</b>                                                                                                                                                                                                    |
|-----------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Plan gospodarenja otpadom</b>                    | Ne; lokalna jedinica nije dužna donijeti Plan, obaveza je na županijskoj razini (članak 111. Zakona o gospodarenju otpadom)                                                                                            |
| <b>Reciklažno dvorište</b>                          | Da; Dražice 33, 47300 Ogulin. Upravljanje: SKG. Otvoreno: pon, uto, čet, pet: 8-15 h; sri: 11-18 h; sub: 8-13 h. Svi korisnici (pravne i fizičke osobe) mogu dovoditi otpad; izvan javne usluge naplata prema Cjeniku. |
| <b>Udio otpada turističkih djelatnosti</b>          | Ukupna količina otpada (2023): MKO 3,885.7 t, reciklabilni otpad 531,87 t.                                                                                                                                             |
| <b>Učestalost prikupljanja otpada, frekventnost</b> | Gradsko područje: MKO jednom tjedno, ruralna naselja dva puta mjesečno. U Jasenku sezonsko povećanje broja spremnika, ali ne i odvoza.                                                                                 |

|                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|----------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Sistem odvajanja otpada</b>                           | Odvajanje „od vrata do vrata“, vreće podižu korisnici u SKG-u, prikupljanje prema rasporedu, dostupno i u reciklažnom dvorištu. Višestambene zgrade: spremnici za papir, plastiku, staklo postavljeni ispred zgrada.                                                                                                               |
| <b>Ljudski i tehnološki kapacitet</b>                    | Prosječno 13,5 t MKO dnevno, ljeto 16-17 t. 4 kamiona (16 m <sup>3</sup> svaki), 1 kamion za velike spremnike (>5,5 t). Zaposleno 12 radnika za prikupljanje i transport. Dnevno rade 2 kamiona (16 m <sup>3</sup> ), petkom 3 + 1. Udaljenost do odlagališta: 10 km, prosječno prijeđenih 35-70 km. Odlagalište nema ograničenja. |
| <b>Udio recikliranog otpada</b>                          | 2023: 531,87 t reciklabilnog otpada (glomazni 31,97 %; papir/karton 22,11 %; plastika 15,34 %; građevinski 7,19 %; EE otpad 3,97 %; staklo 3,49 %; tekstil 3,16 %; azbest 2,64 %; staklena ambalaža 2,42 %; itd.). Preko 20 % ukupnog otpada odvojeno prikupljeno.                                                                 |
| <b>Postrojenja za obradu i reciklažu</b>                 | SKG nema postrojenje za obradu, kompostiranje ili recikliranje. Metis d.d. (Žegar VI/40): obrada metalnog otpada.                                                                                                                                                                                                                  |
| <b>Javne sanitarije na turističkim lokacijama</b>        | 1 javni sanitarni čvor (Ulica J.J. Strossmayera, centar); kapacitet: muški, ženski, te za osobe s invaliditetom. Slobodan ulaz, bez naplate, redovito održavan.                                                                                                                                                                    |
| <b>Čišćenje i održavanje sanitarnih objekata</b>         | Javni sanitarni čvor čisti se svakodnevno.                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>Pristupačnost sanitarnih objekata</b>                 | Prilagođen osobama s invaliditetom.                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <b>Inovativna rješenja (samoodrživi ekotoaleti itd.)</b> | Ne postoje inovativna rješenja tog tipa.                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <b>Kapacitet za prikupljanje i odlaganje otpada</b>      | Spremnici: 45 kom (5,000 L), 270 kom (1,100 L) MKO + 110 kom (1,100 L) reciklabilni, 200 kom (240 L) MKO + 315 kom (240 L) reciklabilni, 4100 kom (120 L) MKO + 8750 kom (120 L) reciklabilnog otpada, za sve kategorije korisnika.                                                                                                |
| <b>Edukacija i svijest</b>                               | Programi postoje, odaziv slab (pretežno djelatnici gradske uprave i SKG-a nazočni).                                                                                                                                                                                                                                                |
| <b>Mjesečne količine otpada (2024.)</b>                  | Veljača: 205,24 t; kolovoz: 244,58 t                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <b>Turistička noćenja (2024.)</b>                        | Veljača: 1,455; kolovoz: 8,997                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <b>Dodatne informacije</b>                               | Odlagalište: Otpad se kompaktira kompaktorom, nema ograničenja dnevnog prihvata. Javne površine se čiste redovno prema planu.                                                                                                                                                                                                      |

Izvor: *Stambeno komunalno gospodarstvo d.o.o. Ogulin*

Tablica 27: Količine preuzetog otpada na području grada Ogulina u 2024. godini

| <b>KOLIČINE PREUZETOG OTPADA NA PODRUČJU GRADA OGULINA ZA 1. 1. 2021. - 31. 12. 2021. (U KG) - RECIKLAŽNO DVORIŠTE</b> |                                                                                                                     |                  |              |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|--------------|
| <b>KLJUČNI BROJ</b>                                                                                                    | <b>NAZIV OTPADA</b>                                                                                                 | <b>KOLIČINE</b>  | <b>%</b>     |
| 08 03 17*                                                                                                              | OTPADNI TISKARSKI TONERI KOJI SADRŽE OPASNE TVARI                                                                   | 105,00           | 0,04         |
| <b>15 01 01</b>                                                                                                        | <b>AMBALAŽA OD KARTONA I PAPIRA</b>                                                                                 | <b>48 581,00</b> | <b>20,60</b> |
| 15 01 02                                                                                                               | PLASTIČNA AMBALAŽA (STIROPOR)                                                                                       | 365,00           | 0,15         |
| 15 01 07                                                                                                               | STAKLENA AMBALAŽA                                                                                                   | 4606,00          | 1,95         |
| 15 01 10*                                                                                                              | AMBALAŽA KOJA SADRŽI OSTATKE OPASNIH TVARI ILI JE ONEČIŠĆENA OPASNIM TVARIMA                                        | 183,00           | 0,08         |
| 15 01 11*                                                                                                              | METALNA AMBALAŽA KOJA SADRŽI OPASNE KRUTE POROZNE MATERIJALE (NPR. AZBEST), UKLJUČUJUĆI PRAZNE SPREMNIKE POD TLAKOM | 45,50            | 0,02         |
| 16 01 03                                                                                                               | OTPADNE GUME                                                                                                        | 11 320,00        | 4,80         |
| 17 01 01                                                                                                               | BETON                                                                                                               | 1493,00          | 0,63         |
| 17 01 02                                                                                                               | CIGLE                                                                                                               | 30,00            | 0,01         |
| 17 01 03                                                                                                               | CRIJEP/PLOČICE/KERAMIKA                                                                                             | 649,00           | 0,28         |
| 17 01 07                                                                                                               | MJEŠAVINE BETONA,CIGLE, CRIJEPA/PLOČICA I KERAMIKE KOJE NISU NAVEDENE POD 170106*                                   | 10 214,00        | 4,33         |
| 17 06 05                                                                                                               | GRAĐEVINSKI MATERIJALI KOJI SADRŽE AZBEST                                                                           | 18 881,00        | 8,01         |
| 17 08 02                                                                                                               | GRAĐEVINSKI MATERIJALI NA BAZI GIPSA KOJI NISU NAVEDENI POD 170801*                                                 | 1740,00          | 0,74         |
| 18 01 01                                                                                                               | OŠTI PREDMETI                                                                                                       | 17,50            | 0,01         |
| <b>20 01 01</b>                                                                                                        | <b>PAPIR I KARTON</b>                                                                                               | <b>29 010,00</b> | <b>12,30</b> |
| 20 01 02                                                                                                               | STAKLO                                                                                                              | 4035,00          | 1,71         |
| 20 01 11                                                                                                               | TEKSTIL                                                                                                             | 8036,00          | 3,41         |
| 20 01 19*                                                                                                              | PESTICIDI                                                                                                           | 8,00             | 0,00         |
| 20 01 21*                                                                                                              | FLUORESCENTNE CIJEVI I OSTALI OTPAD KOJI SADRŽI ŽIVU                                                                | 25,00            | 0,01         |
| 20 01 25                                                                                                               | JESTIVA ULJA I MASTI                                                                                                | 209,00           | 0,09         |
| 20 01 26*                                                                                                              | ULJA I MASTI KOJI NISU NAVEDENI POD 20 01 25*                                                                       | 209,00           | 0,09         |
| 20 01 27*                                                                                                              | BOJE, TINTE, LJEPILO I SMOLE KOJE SADRŽE OPASNE TVARI                                                               | 175,00           | 0,07         |

|                 |                                                                                                                                              |                  |              |
|-----------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|--------------|
| 20 01 30        | DETERDŽENTI KOJI NISU NAVEDENI POD 20 01 29*                                                                                                 | 10,00            | 0,00         |
| 20 01 32        | LIJEKOVI KOJI NISU NAVEDENI POD 20 01 31*                                                                                                    | 40,00            | 0,02         |
| 20 01 33*       | BATERIJE I AMKUMULATORI OBUHVAĆENI POD 16 06 01*,<br>16 06 02* ILI 16 06 03* I NESORTIRANE BATERIJE I<br>AKUMULATORI KOJI SADRŽE TE BATERIJE | 130,00           | 0,06         |
| 20 01 35*       | EE OTPAD                                                                                                                                     | 15 854,00        | 6,72         |
| <b>20 01 39</b> | <b>PLASTIKA</b>                                                                                                                              | <b>38 729,00</b> | <b>16,42</b> |
| 20 01 40        | METALI                                                                                                                                       | 6507,00          | 2,76         |
| 20 03 07        | GLOMAZNI OTPAD                                                                                                                               | 34 656,00        | 14,69        |
|                 | <b>UKUPNO</b>                                                                                                                                | <b>235 863</b>   | <b>100</b>   |

Izvor: Stambeno komunalno gospodarstvo d.o.o. Ogulin

## Hortikultura

Tablica 28: Podaci o hortikulturnom uređenju grada Ogulina u 2024. godini

| Kategorija                                   | Područje/pitanje                                                 | Odgovor/opis                                                                                                                                 |
|----------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Upravljanje<br/>krajobrazom</b>           | Poticanje na zaštitu i upravljanje<br>bioraznolikošću/krajolikom | Grad Ogulin putem natječaja sufinancira<br>projekte lokalnih poduzeća i obrta; Nema<br>utjecaja na druge subjekte u poslovanju SKG<br>d.o.o. |
|                                              | Otpadi i pritisak na sustav<br>odlaganja                         | Otpad posjetitelja ne narušava sustav;<br>svakodnevno skupljanje.                                                                            |
|                                              | Površina šume/parkova po<br>stanovniku                           | 3,2 ha šumske površine / stanovniku (PPU<br>Grada Ogulina)                                                                                   |
|                                              | Sustavi zaštite baštine                                          | Postoji prostorni plan uređenja, sadrži mjere i<br>monitoring.                                                                               |
|                                              | Godišnji trošak održ. hortikulturnih<br>površina                 | Oko 45 000 € (2024.), 63 000m <sup>2</sup> .                                                                                                 |
|                                              | Broj djelatnika za održavanje javnih<br>površina                 | 7 (SKG d.o.o) + dobrovoljne akcije građana<br>po mjesnim odborima.                                                                           |
| <b>Dječja igrališta<br/>&amp; rekreacija</b> | Broj, kvaliteta dječjih igrališta                                | Postojeća igrališta održavaju se prema<br>sigurnosnim standardima.                                                                           |
|                                              | Pristupačnost igrališta i<br>rekreativnih zona                   | Dječja igrališta i zone su lako dostupni<br>obiteljima i osobama s invaliditetom; prisutni<br>sadržaji za djecu.                             |

Izvor: Stambeno komunalno gospodarstvo d.o.o. Ogulin

## Potrebne mjere

U cilju razvoja Ogulina kao destinacije za veći broj obitelji u segmentu turizma, potrebno je planirati veći broj dječjih igrališta, uređenih po svim standardima koji mogu garantirati sigurnost i bezbrižno igranje i stanovnika i posjetitelja Ogulina. Jednako tako, potrebno je uređenje šetnica sa zaštitnim ogradama, novih zelenih površina, parkova, uvijek s naglaskom na sigurnost djece i odraslih. Na taj će način Ogulin postati još ugodniji za život stanovnika i privlačnija destinacija za posjetitelje.

## Energetska infrastruktura

Tablica 29: Godišnja potrošnja električne energije (kWh/godišnje) na području grada Ogulina u 2024. godini

|          |            |
|----------|------------|
| Siječanj | 1 940 163  |
| Veljača  | 1 751 724  |
| Ožujak   | 2 562 956  |
| Travanj  | 1 602 338  |
| Svibanj  | 1 804 982  |
| Lipanj   | 2 473 601  |
| Srpanj   | 1 678 257  |
| Kolovoz  | 1 747 458  |
| Rujan    | 1 638 112  |
| Listopad | 1 732 003  |
| Studeni  | 2 000 973  |
| Prosinac | 1 990 475  |
| UKUPNO   | 22 923 042 |

Izvor: HEP-Operator distribucija d.o.o., (2025.).

## Telekomunikacijska infrastruktura i dostupnost interneta

Tablica 30: Prikaz razine pokrivenosti interneta i tehnički podaci

| Područje                                | Pokazatelj                                               | Podaci za Grad Ogulin                                                                                                                                   |
|-----------------------------------------|----------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Pristup širokopojasnom internetu</b> | Optička mreža (FTTH), ADSL/VDSL, kabel, mobilni internet | Pristup internetu brzinama <30 Mbit/s dostupan većini korisnika; cca 20 % ima >30 Mbit/s. Brzine >100 Mbit/s dostupne su u centru Ogulina i djelomično. |

|                                           |                                                  |                                                                                                                                                        |
|-------------------------------------------|--------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Javne Wi-Fi točke</b>                  | Lokacije gradskih besplatnih Wi-Fi mreža         | Grad Ogulin implementirao WiFi4EU program – javni besplatni Wi-Fi u užem centru i ključnim javnim prostorima.                                          |
| <b>Brzina interneta</b>                   | Prosječna, maksimalna brzina                     | Većina korisnika koristi brzine do 30 Mbit/s, u centru i novootvorenim zonama dostupno do 100 Mbit/s i više.                                           |
| <b>Mobilna mreža i pokrivenost</b>        | 4G/5G signal                                     | Ogulin ima 4G pokrivenost u centru i većini naselja; 5G prisutan na ključnim gradskim točkama. Glavni operatori: Hrvatski Telekom, A1, Telemach.       |
| <b>Pouzdanost veza</b>                    | Broj/prekid usluga                               | Nema javnih podataka o značajnim ili učestalim prekidima; standardna razina pouzdanosti za regiju.                                                     |
| <b>Operator(i) i ponuda</b>               | Telekom operatori i dostupni paketi              | Prisutni su: HT, A1, Telemach, nude pakete za kućanstva, poduzeća i turistički sektor.                                                                 |
| <b>Posebne potrebe</b>                    | Komunikacijska rješenja za osobe s invaliditetom | Nema posebnih gradskih programa, ali operatori nude osnovne prilagođene usluge prema nacionalnim standardima.                                          |
| <b>Digitalna pismenost, edukacija</b>     | Programi edukacije                               | Povremene radionice i nacionalne inicijative u okviru županije i EU fondova.                                                                           |
| <b>Pametni grad (Smart City rješenja)</b> | Sustavi pametnog upravljanja                     | Uvođenje urbanih Wi-Fi točaka, promišlja se o daljnjem razvoju pametne infrastrukture kroz europske projekte.                                          |
| <b>Plan poboljšanja</b>                   | Planirana ulaganja                               | Planira se povećanje pokrivenosti optičkom mrežom i kapacitet mobilnog interneta do kraja 2025.; projekt sufinancira EU kroz Nacionalni plan oporavka. |

*Izvor: Grad Ogulin, 2025.*

## Sigurnost

### Zdravstvena sigurnost

#### Godišnji trošak ulaganja u sigurnost (indikativno, prema tipologiji)

Operativne snage zaštite i spašavanja (civilna zaštita, vatrogasci, hitna pomoć, policija) Grada Ogulina financiraju se iz mješovitih izvora: gradskog proračuna, državnih i županijskih fondova te kroz posebne natječaje. **Broj liječnika primarne zaštite na 1000 stanovnika:** Ogulin ima devet liječnika opće prakse (12 251 stanovnika): 0,74 liječnika na 1000 stanovnika. **Sigurnosne mjere i točke prve pomoći na lokacijama turističkih atrakcija:** stalna ambulanta u centru i glavna bolnica. Mobilna prva pomoć s dežurnim timom za vrijeme većih sportskih i glazbenih događanja. **Nadzorne kamere na ključnim lokacijama:** postojeće nadzorne kamere: Trg Hrvatskih rodoljuba, Park kralja Tomislava, centar grada, većina zgrada javne namjene te ključnih prometnih točaka ima stalni videonadzor.

## Sustavi za obavještanje i informiranje turista

Aktivni su sustavi javnog uzbunjivanja (sirene, radio, javni razglas) i internet infopunkтови (internetska stranica Grada, društvene mreže, infocentar TZ, mobilna aplikacija s obavijestima). U slučaju potrebe odmah se pokreću potrebna upozorenja (poplave, nevrijeme, požar) informacije se daju putem policije, Grada i Radija Ogulina. Unazad nekoliko godina dodatno se radi na razvoju sustava *Smart City* i integracije *alert* obavijesti za lokalne događaje. Sustav zaštite i sigurnosti u Ogulinu temelji se na organiziranim i visokospecijaliziranim službama vatrogasaca, operativnim strukturama civilne zaštite te Hrvatskoj gorskoj službi spašavanja (HGSS).

### Vatrogasni sustav

**Javna vatrogasna postrojba Ogulin** djeluje kao profesionalna služba od 1999. godine i pokriva grad te, po potrebi, susjedne općine (Josipdol, Plaški, Tounj, Saborsko). **Vatrogasna zajednica grada Ogulina** obuhvaća 12 vatrogasnih društava, čime omogućuje učinkovito djelovanje u požarima i drugim izvanrednim situacijama na širokom području. Vatrogasci sudjeluju i u velikim akcijama izvan lokalnog područja, a stalno se ulaže u opremanje i dodatnu izobrazbu kadra. Redovito organiziraju vježbe, edukacije i slavljenja vatrogasnog dana (sv. Florijan) te su snažno integrirani u sustav civilne zaštite.

Grad posjeduje ažurni **Plan djelovanja civilne zaštite** s jasno razrađenim mjerama pripravnosti, mobilizacije i reakcije u slučaju nesreća: poplave, potresi, požari, industrijske nesreće, epidemije. Plan uključuje detaljne postupke upozoravanja, organizacije evakuacije i pružanja hitne pomoći, u sklopu sustava CZ-a. Suradnja s regionalnim i nacionalnim službama (vatrogastvo, hitna pomoć, policija, Hrvatske vode) osigurava koordiniranu reakciju pri svakoj većoj ugrozi.

### HGSS – Hrvatska gorska služba spašavanja

HGSS Stanica Ogulin broji 53 obučena volontera, uključujući instruktore gorskog, vodenog i speleološkog spašavanja, ronioca, potražne pse, kartografa i liječnički kadar. Pripravnost i djelovanje pokrivaju cijeli teren Ogulina te planinske, vodene i krške lokalitete (Klek, Bjelolasica, Speleosustav Đula-Medvedica, rijeka Dobra, jezera). Redovito spašavaju unesrećene iz nepristupačnih područja, vrlo brzo reagiraju i pokrivaju šire područje Gorskog kotara i Like. Svi

članovi su osposobljeni za pružanje prve pomoći u teško pristupačnim područjima, uključujući i međunarodnu ITLS licencu.

## Opća sigurnost i funkcionalnost sustava

### Situacijska analiza

Ogulin ima snažan i funkcionalan sustav sigurnosti: zdravstvenu zaštitu, profesionalne vatrogasce, široku mrežu dobrovoljaca, civilnu zaštitu i iznimno aktivan i opremljen HGSS. Stalna edukacija, moderna oprema i usklađene vježbe jamče visoku razinu zaštite i sigurnosti za stanovnike i goste te brzo i učinkovito zbrinjavanje svih vrsta nesreća i kriznih situacija.

## 2.4. Prometna infrastruktura

Obuhvaća analizu dostupnosti destinacije i prometne infrastrukture (cestovne, željezničke, infrastrukture zračnog prometa, morske i riječne luke i pristaništa) te obilježja prometa u pokretu (prometnice) i mirovanju (parkirališta) na području turističke destinacije.

Tablica 31: Analiza cestovnog prometa na području grada Ogulina

| Područje                                  | Opis / Podaci (2025)                                                                                                                                                                                                                                                              |
|-------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Mreža i stanje prometnica</b>          | Lokalna, županijska i državna mreža; izravan pristup A1 (D42 prolazi kroz grad, D23/Josipdol, ŽC3175, ŽC3218, ŽC3219, ŽC3254, ŽC5094). Ceste zahtijevaju uređenje i sanaciju. Veći izazovi kod Vitunja, Proc, Nazorove i Otoka Oštarijskog. Nerazvrstane ceste su osobit problem. |
| <b>Održavanje i opremljenost</b>          | Ceste su funkcionalne; potrebno je redovno održavanje i postavljanje nove signalizacije.                                                                                                                                                                                          |
| <b>Aktualni veliki projekti (2024/25)</b> | - V. faza rekonstrukcije Ulice IG Kovačića (pješ. zona), rekonstrukcija Kardinala A. Stepinca i Struge, Sabljaci II. red, IG Kovačića–A. Šenoe, Bukovnička, Sv. Petar.                                                                                                            |
| <b>Stanje i pristup atrakcijama</b>       | Održava se protočnost i sigurnost do glavnih atrakcija (Klek, Sabljaci, Đulin ponor, Ivanina kuća bajke).                                                                                                                                                                         |
| <b>Parkirališna infrastruktura</b>        | 200 obilježenih javnih mjesta, bez garaža i naplate; dodatna povremena parkirališta kod atrakcija/centra; ekološka parkirališta ne postoje.                                                                                                                                       |
| <b>Pametni/digitalni parking</b>          | Ne postoji sustav digitalnog praćenja, niti postoje planovi za uvođenje digitalnog praćenja zauzetosti.                                                                                                                                                                           |
| <b>Punionice za e-vozila</b>              | Jedna punionica (centar, 2 mjesta); nova punionica planirana.                                                                                                                                                                                                                     |
| <b>Javni prijevoz</b>                     | Grad ne upravlja javnim linijama. Nema podataka o kapacitetu ni iskorištenosti javnog prijevoza.                                                                                                                                                                                  |

|                                            |                                                                                                                |
|--------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Upravljanje prometom</b>                | Ne postoji centraliziran sustav; dva dinamična semafora (prometne kamere) i svjetlosna signalizacija uz škole. |
| <b>Park &amp; Ride/putnički infocentri</b> | Ne postoji sustav.                                                                                             |
| <b>Ekološka/promotivna rješenja</b>        | Ne postoje ekoparkirališta niti službeni podaci o promociji ekološkog prijevoza.                               |

*Izvor: Prema zajedničkoj procjeni autora i Turističke zajednice*

Tablica 32: Analiza pješačke zone, uređenost i pristupačnost na području grada Ogulina

| Pitanje/područje                                     | Odgovor/opis                                                                                                                                                                                |
|------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Infrastruktura za pješake</b>                     |                                                                                                                                                                                             |
| <b>Nogostupi: dostupnost, širina, kvaliteta</b>      | Uz veliku većinu prometnica u središtu naselja Ogulin izgrađen je nogostup.                                                                                                                 |
| <b>Sigurnost i pristupačnost nogostupa</b>           | Nogostupi su sigurni, održavani i djelomično prilagođeni osobama s invaliditetom, naročito u urbanom području i kod važnijih prometnica.                                                    |
| <b>Pješačke zone</b>                                 | Uređena pješačka zona u središtu Ogulina.                                                                                                                                                   |
| <b>Sigurnosne mjere za pješake</b>                   | Kontinuirano se unapređuje komunalna opremljenost pješačkih površina (klupe, koševi za otpad, infopaneli). Stanje je zadovoljavajuće.                                                       |
| <b>Infrastruktura za bicikliste</b>                  |                                                                                                                                                                                             |
| <b>Duljina biciklističkih staza</b>                  | Nema označenih i uređenih službenih biciklističkih staza.                                                                                                                                   |
| <b>Biciklističke rute</b>                            | Brigu oko obilježavanja biciklističkih ruta vodi Karlovačka županija. Dostupne su regionalne i lokalne biciklističke rute, ali nije cjelovito riješena urbana biciklistička infrastruktura. |
| <b>Sustavi za iznajmljivanje bicikala i romobila</b> | Nema dostupnog podatka za iznajmljivanje bicikala i električnih romobila na ključnim turističkim lokacijama.                                                                                |

*Izvor: Prema zajedničkoj procjeni autora i Turističke zajednice*

Tablica 33: Pješačke zone, uređenost i pristupačnost

| Područje           | Opis/informacije (2025)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|--------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Autobusne linije   | Autobusni kolodvor Ogulin nalazi se u centru grada i povezan je s ključnim gradskim, županijskim i državnim destinacijama. Najvažnije linije: Ogulin – Zagreb (presjedanje, nije izravna direktna linija), Ogulin – Karlovac, Ogulin – Rijeka, Ogulin – Plitvička jezera, Ogulin – Osijek, Ogulin – Pula, Ogulin – Novi Vinodolski, Ogulin – Senj.. Većina destinacija povezana je svakodnevnim voznim redom, ali izravna autobusna veza s Zagrebom je trenutno ograničena i ostvaruje se indirektno, obično preko Karlovca. |
| Željezničke linije | Ogulin je važan prometni željeznički čvor na državnoj pruzi Zagreb – Rijeka te je povezan svakodnevnim putničkim vlakovima prema Zagrebu i Rijeci, kao i južno prema Splitu. U tijeku je modernizacija i održavanje pruge zbog čega povremeno prometuju zamjenski autobusi na dijelu relacija. Planiran je projekt novog kolosijeka te priključne pruge prema naprednijoj željezničkoj povezanosti.                                                                                                                          |

|                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|---------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Shuttle linije i turistički bus | Ne postoje stalne <i>shuttle</i> linije, ali za vrijeme festivala i većih manifestacija, Grad često organizira privremene <i>shuttle</i> prijevoze do ključnih turističkih točaka i smještajnih objekata. Privatni prijevoznici nude mogućnost turističkih transfera i grupnih tura po dogovoru. |
| Zaključak                       | Ogulin je autobusom i željeznicom optimalno povezan, ali postoji prostor za povećanje broja izravnih autobusnih linija prema Zagrebu i razvijanje sustava redovnih <i>shuttle</i> vožnji prema glavnim turističkim atrakcijama, osobito tijekom vršnih mjeseci.                                  |

Izvor: Prema zajedničkoj procjeni autora i Turističke zajednice

Tablica 34: Analiza zračnog prometa

| Područje                       | Opis/informacije (2025)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|--------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Najbliži aerodrom i udaljenost | Najbliža međunarodna zračna luka Ogulinu je Zrakoplovna luka Rijeka, udaljena oko 90 km. Pristup zračnoj luci moguć je automobilom, kao i organiziranim transferima.                                                                                                                                                                                                                |
| Kapacitet i značaj zračne luke | Zračna luka Zagreb je glavna hrvatska zračna luka s očekivanim prometom 4,7 milijuna putnika u 2025. Kapacitet terminala i povezani transferi osiguravaju nesmetan prihvata i zbrinjavanje turista iz glavnih europskih i svjetskih odredišta.                                                                                                                                      |
| Direktne linije                | U ljetnoj sezoni 2025. iz Zagreba lete 20 avioprijevoznika na ukupno 70 destinacija (6 domaćih, 64 međunarodne). U ponudi su letovi za glavna europska središta: München, Frankfurt, Beč, Amsterdam, London, Pariz, Rim, Barcelona, Madrid, Prag, Hamburg, Stockholm, Berlin i druge. Najviše inozemnih linija održavaju Croatia Airlines, Ryanair, Easyjet, Eurowings i Lufthansa. |
| Sezonska dostupnost            | U ljetnim mjesecima povezanost je značajno proširena, s 122 linije prema inozemnim destinacijama. Nekoliko regionalnih zračnih luka (Rijeka, Pula, Zadar) također je dostupno unutar 1,5–2 sata vožnje, ali nude ograničen broj i uglavnom sezonskih letova.                                                                                                                        |
| Transfer do ili iz zračne luke | Iz Ogulina nije organiziran izravan <i>shuttle</i> do zračne luke; transferi su mogući privatnim prijevozom, taksi uslugama ili kombinacijom vlak/autobus uz presjedanja.                                                                                                                                                                                                           |

Izvor: Prema zajedničkoj procjeni autora i Turističke zajednice

Tablica 35: Pješačke i biciklističke staze na području grada Ogulina

| Područje                          | Broj/opis službenih staza, infrastruktura i projekti (2025)                                                                                                                                                                                                                       |
|-----------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Biciklističke rute                | U Ogulinu i okolici postoji gotovo 100 km lokalnih biciklističkih ruta povezanih s dvjema regionalnim (ukupno 131 km regionalnih). Rute obuhvaćaju atraktivne prirodne i kulturne lokacije; <i>bike</i> park Ribarići je posebno izdvojen za brdski biciklizam.                   |
| Planinarske i tematske staze      | Najpoznatije planinarske staze vode na Klek (1181 m): iz Ogulina (3h), iz Bijelskog (40 min do doma), iz Hreljina (6 h), staza Kneja i Stožac (1,5 h iz Ogulina). Edukativna botanička i tematska ruta bajke sadrži 12 interpretacijskih točaka s multimedijom i legendama.       |
| Pješačke staze                    | Većina lokalnih i tematskih staza dostupna je pješacima; postoje obilježene šetnice kroz grad, prema Đulinom ponoru, jezeru Sabljaci i prirodnim znamenitostima. Znatno broj staza je prikladan i za obiteljski turizam i školu u prirodi, s edukativnim tablama i odmaralištima. |
| Infrastruktura za aktivni turizam | Uređeni punktovi za najam bicikala, solarna rasvjeta na biciklističkim stajalištima, <i>bike</i> infocentar, planirani punktovi za najam na Sabljacima i Josipdolu. Projekt modernizacije i                                                                                       |

|                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|--------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                | digitalizacije biciklističke ponude (QR kodovi, aplikacije s rutama) te dogradnja signalizacije u tijeku.                                                                                                                                                                                 |
| Potencijal i razvojni projekti | Potencijal za produženje/novih staza prema atrakcijama izvan centra: Sabljaci, Kneja, Ivanina kuća bajke i Klek, povezivanje s regionalnim rutama Karlovac–Ogulin–Novi Vinodolski, Ogulin–Plitvice, mogućnost uključivanja u EuroVelo cikloturističke pravce, dodatne MTB staze u šumama. |
| Zaključak                      | Ogulin posjeduje vrlo dobre temelje za razvoj aktivnog turizma, ali je nužno modernizirati postojeću infrastrukturu, unaprijediti označavanje i digitalnu vidljivost staza te proširiti broj točaka za najam/servis bicikala.                                                             |

*Izvor: Prema zajedničkoj procjeni autora i Turističke zajednice*

## 2.5. Analiza stanja digitalizacije

Trenutačno stanje digitalizacije u Ogulinu pokazuje značajan napredak, ali i prostor za napredak i prilike za daljnji razvoj. Grad je uveo širokopojasni internet na glavnim javnim površinama i ima pristup kvalitetnoj mobilnoj mreži. Javna uprava nudi osnovne e-usluge građanima, poput *online* informiranja i mogućnosti podnošenja zahtjeva za određene gradske servise. U prometu su uvedena dva dinamična semafora s kamerama i postoji digitalna regulacija na ključnim raskrižjima, no još uvijek nedostaje centralizirani digitalni sustav za promet, parkiranje ili praćenje komunalnih procesa. Većina parkirališta u gradu nema digitalnu naplatu ni prikaz zauzetosti, a digitalni informacijski panoi i besplatni javni Wi-Fi postoje uglavnom u centru. Turistička ponuda Ogulina prisutna je na internetskim platformama i društvenim mrežama, postoje kvalitetni internetski i mobilni sadržaji Turističke zajednice, ali još ima prostora za napredniju internetsku stranicu, digitalne vodiče, virtualne ture te *online* interakciju i potencijalne rezervacije za sve ključne atrakcije. Grad i TZ povremeno organiziraju radionice i edukacije o digitalnim vještinama za iznajmljivače i poduzetnike, ali digitalna uključenost šire zajednice još može rasti, naročito među starijim stanovništvom i u rubnim naseljima. U budućnosti bi se u Ogulinu trebalo ulagati u proširenje digitalnih rješenja u javnom prometu i komunalnim uslugama, razvoj novih *online* usluga za građane i goste te jačanje digitalnih kompetencija stanovništva, čime bi postigao višu razinu pametnog i inkluzivnog grada.

## Smart city

Ogulin postepeno uvodi elemente *Smart City* sustava kroz nekoliko konkretnih projekata: Grad je dobio sredstva za projekt digitalizacije javnog prijevoza koji uključuje razvoj web i mobilnih aplikacija za pametno planiranje i praćenje javnog prijevoza. Ovim sustavom građanima će biti dostupne sve relevantne informacije o linijama, voznim redovima i potražnji izravno putem aplikacija, čime se podiže kvaliteta, dostupnost i održivost prometa. Ogulin je proveo projekte informatizacije gradske uprave, uvođenja digitalnih informacijskih panoa i aplikacija koje omogućuju pristup podacima i uslugama putem interneta, što je dio šireg koncepta pametnog grada. U javnim infrastrukturnim projektima sve češće se koriste pametna rješenja, poput modernizacije rasvjete i nadzora, u cilju učinkovitijeg upravljanja komunalnim resursima.

## Situacijska analiza

Ogulin još nije u potpunosti integriran kao *Smart City* u najširem globalnom smislu, ali su pokrenuti ključni projekti digitalizacije javnih servisa, mobilnosti i komunikacije, što značajno povećava razinu kvalitete života i javnih usluga za građane.

## Identifikacija izazova

Nedovoljna digitalna povezanost i infrastruktura u ruralnim dijelovima; niska integracija lokalnih usluga u digitalne ekosustave; nedostatak digitalnih edukacija; fragmentiranost, odsutnost analitike, *online* reputacija se ne koristi za razvoj i upravljanje kvalitetom.

## Potrebne mjere

Intenzivno i sustavno integrirati *Smart City* elemente u praksi, čime se omogućuje odgovorno upravljanje gradom i uključivanje stanovnika s dostupnošću svih relevantnih informacija te gostiju pri planiranju dolaska i cjelokupnim boravkom u destinaciji. Ogulin je tek u početnoj fazi digitalizacije turizma, s osnovnom infrastrukturom u urbanim zonama i velikim izazovima u ruralnim/sportskim sektorima. Ključ za održiv i pametan razvoj je ubrzana digitalna transformacija, integracija svih turističkih subjekata, razvoj zajedničkih platformi te edukacija i sigurnost digitalnog okruženja.

## 2.6. Analiza stanja pristupačnosti osobama s invaliditetom

U Ogulinu su pokrenuti brojni konkretni projekti i aktivnosti s ciljem stvaranja pristupačne, inkluzivne i poticajne okoline za osobe s invaliditetom. **Grad je potpisnik Povelje o pristupačnosti javnih prostora**, čime je preuzeo obvezu sustavnog uklanjanja prepreka i kontinuiranog unapređenja pristupačnosti svih objekata, ustanova i prostora osobama s invaliditetom. Prilikom obnove, dogradnje i izgradnje javnih objekata prioritetno se osiguravaju prilazne rampe, dizala, taktilne staze za slijepe, široki prolazi te prilagođeni sanitarni čvorovi, a svi novi projekti planiraju se po principima univerzalnog dizajna i uz naglasak na funkcionalnu pristupačnost. Uz infrastrukturne mjere, Grad aktivno surađuje s udrugama osoba s invaliditetom u **mapiranju prepreka i planiranju potrebnih korektivnih zahvata**, a redovito se organiziraju edukacije za javne službenike i projektante, s ciljem da inkluzivnost postane standard u svim budućim investicijama i svakodnevnom upravljanju gradom.

Provodi se i projekt „**Zaželi za Ogulin**” kojim se zapošljavaju i educiraju pružatelji podrške osobama s invaliditetom i starijima, čime se povećava njihova mobilnost, samostalnost i socijalna uključenost. Grad sudjeluje i u programu „**Podrška osobama s invaliditetom bez granica**”, koji uključuje širok spektar socijalnih usluga, prijevoza i pomoći u kući te promicanje inkluzivne okoline, a lokalne udruge provode brojne EU projekte za dnevne aktivnosti i podršku korisnicima. Navedenim mjerama i projektima Ogulin ne samo da omogućuje fizičku dostupnost prostora već osigurava osobama s invaliditetom ravnopravno i dostojanstveno sudjelovanje u kulturnom, sportskom i društvenom životu, što je temelj inkluzivne i humane zajednice.

### Potrebne mjere pristupačnosti osobama s invaliditetom

Izraditi **Strategiju pristupačnosti** grada i destinacije s akcijskim planom, redovito organizirati radionice za djelatnike u turizmu o inkluzivnosti i pristupačnosti gostima s invaliditetom. Potrebno je aktivno surađivati s udrugama osoba s invaliditetom pri planiranju svih aktivnosti.

## 2.7. Analiza organiziranosti i dostupnosti

Razina organiziranosti predstavlja stupanj uređenosti, strukturiranosti i povezanosti unutar određene skupine, sustava ili procesa. Ona određuje koliko učinkovito različite komponente surađuju kako bi se postigli zajednički ciljevi.

### Organiziranost i dostupnost turističke destinacije: Ogulin

Razina organiziranosti i dostupnosti u destinaciji ključan je pokazatelj njezine konkurentnosti i kvalitete doživljaja za posjetitelje. Sljedeća analiza detaljno prikazuje sustav uslužnih djelatnosti, javnih institucija, infrastrukture i manifestacija u Ogulinu, s naglaskom na prednosti i izazove.

#### 1. Uslužne djelatnosti

##### Smještaj

Tablica 36: Analiza uslužnih djelatnosti, segment smještaja s potencijalima u Ogulinu

| Kategorija              | Pojedinačna stavka /primjer | Kvaliteta i izazovi                                                                                                |
|-------------------------|-----------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Hoteli                  | Frankopan, Klek             | Potreba za novim hotelima, većim kapacitetom. Potreba za hostelom. Dodatni sadržaji u sklopu smještajnih objekata. |
| Privatni apartmani/sobe | Privatni sektor             | Širok raspon cijena, neujednačen standard                                                                          |
| Kuće za odmor           | Ruralno i prigradsko        | Veliki potencijal za luksuzni i ekoturizam                                                                         |
| Planinarski domovi      | Klek                        | Osnovni sadržaji, nužna obnova                                                                                     |
| OPG smještaj            | Ruralna domaćinstva         | Autentičan doživljaj, nedovoljna promocija i digitalna dostupnost                                                  |

Izvor: Turistička zajednica grada Ogulina

Tablica 37: Analiza uslužnih djelatnosti, segment ugostiteljstva s potencijalima u Ogulinu

| Kategorija             | Resursi              | Kvaliteta i izazovi                                                                      |
|------------------------|----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|
| Restorani domaće hrane | Tradicionalna ponuda | Autentičnost, no slabija raznolikost i <i>fine dining</i> . Potrebne sustavne edukacije. |
| Pizzerije              | Centar, kvartovi     | Popularne, upotpunjuju osnovnu ponudu                                                    |
| Caffe-barovi           | Po cijelom gradu     | Brojni, manjak tematskih barova i inovacije u ponudi                                     |

|                    |                |                                                              |
|--------------------|----------------|--------------------------------------------------------------|
| Slastičarne        | Središte       | U ponudi i lokalni proizvodi, izvansezonska ponuda skromnija |
| <i>Fast-food</i>   | Sabljaci, grad | Funkcionalni, nepovezani s brendom destinacije               |
| Hotelski restorani | Hoteli         | Potrebna standardizacija, povezanost s brendom               |
| Sezonski punkтови  | Sabljaci       | Ograničeni radni period, nestandardizirana kvaliteta         |

*Izvor: Turistička zajednica grada Ogulina*

Tablica 38: Analiza turističkih agencija i vodiča s potencijalima u Ogulinu

| Kategorija         | Kvaliteta i izazovi                                       |
|--------------------|-----------------------------------------------------------|
| Putničke agencije  | Mali broj, u pravilu DMC (Destination Management Company) |
| Licencirani vodiči | Aktivni vodiči, tematizirana vođenja                      |
| Organizirana tura  | Fokus na prirodu i baštinu                                |

*Izvor: Turistička zajednica grada Ogulina*

Tablica 39: Analiza prijevoznika, taxi, najmovi bicikla i rent-a-car s potencijalima u Ogulinu

| Kategorija            | Kvaliteta i izazovi                             |
|-----------------------|-------------------------------------------------|
| <i>Taxi</i>           | Grad ima osnovnu uslugu, ograničenja van sezone |
| <i>Shuttle</i> usluge | Potrebna bolja povezanost s atrakcijama         |
| <i>Rent-a-car</i>     | Pokrivenost, nema lokalne poslovnice            |
| Najam bicikala        | Prisutno, ali vrlo ograničeno                   |
| E-bicikli             | Početak razvoja, potrebno širenje i promocija   |

*Izvor: Turistička zajednica grada Ogulina*

Tablica 40: Analiza zdravlja i spa ponude s potencijalima u Ogulinu

| Kategorija                    | Resursi                 | Kvaliteta i izazovi         |
|-------------------------------|-------------------------|-----------------------------|
| Ljekarne                      | 3 Ljekarne              | Vrlo dobra dostupnost       |
| Ordinacije opće med.          | Privatni i javni sektor | Osnovna pokrivenost         |
| Stomatološke ordinacije       | Privatni stomatolozi    | Zadovoljava osnovne potrebe |
| Spa i <i>wellness</i> -centri | N/A                     | Sektor nerazvijen           |

*Izvor: Turistička zajednica grada Ogulina*

Tablica 41: Analiza turističkih agencija i vodiča s potencijalima u Ogulinu

| Kategorija                      | Primjer                    | Kvaliteta i izazovi                                 |
|---------------------------------|----------------------------|-----------------------------------------------------|
| Interpretacijski centri, muzeji | Ogulin, Ivanina kuća bajke | Aktivni programi, Festival, potreban jači marketing |
| Pučko učilište                  | Centar                     | Događanja, aktivni programi                         |
| Knjižnica                       | Grad, škole                | Edukacija i promocija, potrebni tematski eventi     |
| Kino projekcije                 | Pučko učilište             | Povremeni program, nedostaje stalna ponuda          |

*Izvor: Turistička zajednica grada Ogulina*

Tablica 42: Analiza maloprodaje s potencijalima u Ogulinu

| Kategorija               | Primjer           | Kvaliteta i izazovi                                                                                         |
|--------------------------|-------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Suvenirnice              | Kuća bajke        | Kvalitetan, ali skroman asortiman, no mali broj prodajnih mjesta (nedostaje npr. proizvođača domaće rakije) |
| Tržnica                  | Središte, srijeda | Lokalne delicije, nužno brendirati za turiste                                                               |
| Specijalizirane trgovine | Med, sir          | Nedovoljno povezano s gostima/ nedovoljna promocija                                                         |
| Supermarketi             | Grad              | Zadovoljava lokalne i osnovne potrebe                                                                       |

*Izvor: Turistička zajednica grada Ogulina*

Tablica 43: Analiza sportske ponude sa potencijalima u Ogulinu

| Kategorija          | Resursi                                                                 | Kvaliteta i izazovi                          |
|---------------------|-------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------|
| Sportski klubovi    | Ribički, biciklistički, nogometni, teniski, šahovski, borilački klubovi | Brojne aktivnosti, prostor za veća događanja |
| Planinarske staze   | Klek, via Dinarica, Bjelolasica                                         | Dobro razvijeno, nužno više signalizacije    |
| Biciklističke staze | Prigrad                                                                 | Loša označenost i povezanost                 |
| Igrališta           | Grad, naselja                                                           | Raspoređeni, ali ne tematski uređeni         |

*Izvor: Turistička zajednica grada Ogulina*

Tablica 44: Analiza javnih usluga s potencijalima u Ogulinu

| Kategorija   | Resursi | Kvaliteta i izazovi                |
|--------------|---------|------------------------------------|
| Parkirališta | Grad    | Nedostatni kapacitet oko atrakcija |

|          |                |                               |
|----------|----------------|-------------------------------|
| Javni WC | Jedan u centru | Nedostatak, potreban napredak |
|----------|----------------|-------------------------------|

Izvor: Turistička zajednica grada Ogulina

## 2. Ostali segmenti organiziranosti

Tablica 45: Analiza ostalih segmenata organiziranosti s potencijalima u Ogulinu

| Kategorija            | Primjeri                                | Kvaliteta i izazovi                                          |
|-----------------------|-----------------------------------------|--------------------------------------------------------------|
| Javne službe          | Policija, vatrogasci, HGSS, hitna pomoć | Dobro opremljeni, visoka spremnost                           |
| Zdravstvene ustanove  | Dom zdravlja, ljekarne                  | Osnovne potrebe i sigurnost zadovoljava                      |
| Financijske/poštanske | Banke, pošta, mjenjačnice               | Zadovoljava potrebe centra, ograničeno u ruralnim dijelovima |
| Udruge                | KUD-ovi, ekološke inicijative           | Potrebna stručna podrška i koordinacija                      |

Izvor: Turistička zajednica grada Ogulina

### Situacijska analiza: kvaliteta i izazovi organiziranosti i dostupnosti

Ogulin nudi širok spektar osnovnih i specijaliziranih usluga za posjetitelje kroz smještaj, gastronomiju, kulturnu i sportsku infrastrukturu te sigurnosni i financijski okvir. Ključni izazovi uključuju: **nedostatak hotela viših kategorija** i raznolikosti smještaja, potencijalno i hostela s većim kapacitetom za grupe; **slabo razvijeni wellness proizvod**, koji može biti izvorna dopuna sadržajima (postoji vrlo uspješan *yoga*-centar, koji dokazuje da postoji potencijal); **ograničena dostupnost maloprodaje**, bankomata i digitalnog plaćanja u ruralnim zonama; **nedovoljna integracija kulturno-sportskih sadržaja u turističku promociju**; potreba za **digitalizacijom** (rezervacije, promocija, signalizacija); **slaba koordinacija** između javnih i privatnih sektora; strukturirana **partnerska suradnja**, digitalna transformacija i kontinuirano ulaganje u kvalitetu bit će ključni za jaču dostupnost, prepoznatljivost i održiv razvoj destinacije.

## 2.8. Analiza stanja i potreba ljudskih potencijala

Zadnjih godina Turistička zajednica organizirala je dvije edukacije: u 2023. godini provedena je edukacija na temu interpretacije baštine u ruralnim područjima, dok je u 2025. godini održana

edukacija namijenjena malim iznajmljivačima. Ove aktivnosti provode se u skladu s financijskim mogućnostima Turističke zajednice i pokrivaju ključne teme za unaprjeđenje znanja i kompetencija lokalnih dionika u turizmu. Iznimno mali broj edukacija svakako nije dostatan te se iskazuje potreba iznaći mogućnosti i sredstva za povećanjem broja edukacija (poticaj na korištenje vaučera, integracija u prijavljene projekte Grada Ogulina i sl. mogućnosti) jer je **iznimna potreba dionika u turizmu Ogulina znanje**, poticanje profesionalizacije, podizanje kvalitete turističke ponude i jačanje kapaciteta za održiv razvoj destinacije. Grad provodi niz edukacija na razne teme, koje nisu vezane isključivo uz turizam, te bi u tom nastojanju trebao nastaviti omogućavati edukacije svojim građanima.

### Potrebne mjere

**Jačanje konkurentnosti u kompetencijama svih dionika u turizmu Ogulina:** na lokalnoj razini razvijati kompetencije o načinu partnerstva s ključnim dionicima u destinaciji, pri čemu je potrebno sustavno povezivati lokalne OPG-ove, male poduzetnike i ugostitelje kao temelj za razvoj autentične ponude. Na nacionalnoj i regionalnoj razini potrebno je povezivati se s Hrvatskom turističkom zajednicom, Ministarstvom turizma i Turističkom zajednicom Karlovačke županije kako bi se osigurao pristup promocijskim, edukacijskim i financijskim programima te postigla veća vidljivost destinacije. Također je potrebno razvijati i proširivati suradnje s međunarodnim agencijama i srodnim „bajkovitim” destinacijama putem programa razmjene, studijskih putovanja i europskih projekata iz turističke i kulturne domene.

Ogulin treba kontinuirano analizirati i usvajati najbolje prakse iz vodećih destinacija, osobito **inovativne modele prikaza kulturne baštine, održivosti, *family friendly* turizma i umrežavanja malih turističkih poduzetnika**. Identificirane najbolje prakse te prenijeti kroz **pilot-projekte digitalne komunikacije, tematskih ruta te suradnje s lokalnom zajednicom**.

Razvoj obrazovnih programa potrebno je temeljiti na suradnji sa srednjim školama, obrtničkim institucijama i privatnim inicijativama, pozivajući na prijavljivanje na edukacije iz svih kompetencija koji će pomoći snažnijem uključivanju u turizam i kvalitetnijem razvoju i ostvarivanju svojih poduzetničkih ideja.

U suradnji s Gradom, za **privlačenje i zadržavanje kadrova** potrebno je osigurati stipendije i subvencije za novozaposlene mlade, ali i poticati povratak stanovnika koji su otišli iz Ogulina, ali se žele vratiti, te podržavati samozapošljavanje i inovativne turističke poduzetničke inicijative kroz mentorstvo i razvoj karijera.

Suradnja i komunikacija s dionicima morat će biti stalno unapređivana putem redovitih okruglih stolova, tematskih koordinacija i modernih digitalnih kanala. Potrebno je razvijati sudioničke modele upravljanja kroz ankete, javne konzultacije i sustave *online* prijedloga, čime će upravljanje destinacijom postati uključivo i odgovorno.

Turistička zajednica Ogulina kao koordinator morat će informirati, osnaživati i umrežavati javni i privatni sektor, organizirati savjetovanja, edukacije i zajedničke forume te proaktivno istraživati potrebe tržišta i partnerskih dionika kako bi se razvoj destinacije temeljio na profesionalnom, sudioničkom i inovativnom pristupu.

*Ključ jačanja konkurentnosti Ogulina leži u sustavnom povezivanju dionika znanjem, transferu najboljih praksi, razvoju novih znanja i privlačenju talenata, uz suvremenu i profesionalnu koordinaciju svih sudionika turističkog razvoja.*

## 2.9. Analiza komunikacijskih aktivnosti

Tablica 46: Analiza digitalizacije u destinacijskom upravljanju – Ogulin

| Segment                         | Stanje                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Izazovi                                                                                                                                                                                                                             | Preporuke/mjera                                                                                                                                                                                                                                              |
|---------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Digitalna infrastruktura</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Internetska mreža je zadovoljavajuća u centru grada i većim naseljima, ali slabija u ruralnim i rubnim područjima (Sabljaci, Jasenak, biciklističke staze).</li> <li>- Wi-Fi pristup postoji u hotelima i Kući bajke; na javnim površinama nije sustavno osigurana.</li> <li>- Mobilna mreža solidna, ali</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Digitalna nepovezanost ruralnih atrakcija.</li> <li>- Nema sustavnog pokrivanja atrakcija Wi-Fi točkama.</li> <li>- Nesigurno mobilno poslovanje u slabo pokrivenim područjima.</li> </ul> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Uložiti u jaču internetsku pokrivenost ruralnih dijelova.</li> <li>2. Postaviti javne Wi-Fi točke na glavnim turističkim lokacijama.</li> <li>3. Poboljšati mobilnu infrastrukturu uz podršku operatera</li> </ol> |

|                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                |
|-----------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                               | nesigurna na nekim lokacijama <i>outdoor</i> turističkih ruta.                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                |
| <b>Pametni grad/destinacija</b>               | <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Smart City</i> tehnologije nisu sustavno implementirane.</li> <li>- Postoji tek osnovna digitalna signalizacija i infopunktovi (TZ, Muzej); nema pametnog upravljanja prometom, energijom, otpadom.</li> </ul>                                                                                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nedostatak <i>smart</i> digitalnog pristupa destinaciji.</li> <li>- Ne postoji platforma za digitalno praćenje posjetitelja i kapaciteta.</li> </ul>                                                           | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pilotirati pametne infoploče, sustav digitalnih vodiča, monitoring događanja.</li> <li>2. Uvezati podatke infrastrukture u integriranu platformu.</li> </ol>         |
| <b>Upravljanje odnosima s turistima (CRM)</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Korištenje CRM-a u TZ vrlo ograničeno; nema personalizacije ponuda, ni segmentiranih kampanja na temelju analize podataka.</li> <li>- Većina objekata vodi komunikaciju putem e-pošte i društvenih mreža.</li> </ul>                                                                                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fragmentirani sustavi; nedovoljna obrada povratnih informacija gostiju; slaba podaci o preferencama.</li> <li>- Neprepoznatljivost korisničkih <i>journeyja</i>.</li> </ul>                                    | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Uvesti jedinstveni CRM sustav u TZ Ogulin s podacima o gostima, povratnim informacijama, navikama.</li> <li>2. Poticati objekte da se uvežu u sistem.</li> </ol>     |
| <b>Online rezervacijski sustavi</b>           | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Smještajni kapaciteti (hoteli, OPG) dominantno koriste Booking.com, Airbnb i slične globalne platforme.</li> <li>- Lokalna <i>online</i> ponuda tura i aktivnosti vrlo ograničena; nije centralizirana.</li> <li>- Interpretacijski centar Ivanina kuća bajke ima vlastitu <i>web</i>-prodaju ulaznica.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nedostatak lokalnog rezervacijskog portala.</li> <li>- Slaba vidljivost manjih iznajmljivača i organizatora aktivnosti.</li> <li>- Trgovina <i>online</i> lokalnih proizvoda gotovo nije razvijena.</li> </ul> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Razviti destinacijsku platformu za rezervaciju smještaja, tura, gastro/vinske ponude.</li> <li>2. Edukacija objekata o e-trgovini.</li> </ol>                        |
| <b>Edukacija i digitalne vještine</b>         | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Lokalna zajednica slabo uključena u digitalnu transformaciju.</li> <li>- Zaposleni u turizmu nemaju sustavne edukacije digitalnih vještina niti program posvećen digitalnoj pismenosti.</li> </ul>                                                                                                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nedovoljna svijest o važnosti digitalizacije među pružateljima usluga.</li> <li>- Nedostatak edukativnih programa i motivacije.</li> </ul>                                                                     | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Organizirati radionice digitalnog upravljanja za dionike u turizmu.</li> <li>2. Uključiti škole i obrazovne ustanove u podizanje digitalnih kompetencija.</li> </ol> |
| <b>Integracija lokalnih pružatelja usluga</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Većina manjih objekata koristi globalne platforme, ali su slabo integrirani u lokalne digitalne ekosustave.</li> <li>- Digitalni vodiči (turističke rute, tematski festivali) postoje samo povremeno.</li> <li>- <i>E-commerce</i> lokalnih proizvoda zanemariv (<i>marketplace</i> ne postoji).</li> </ul>        | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fragmentiranost tržišta, slaba lokalna digitalna vidljivost.</li> <li>- Odsutnost digitalnog destinacijskog ekosustava.</li> </ul>                                                                             | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Razviti digitalnu mapu svih pružatelja usluga.</li> <li>2. Poticati razvoj digitalnog <i>marketplacea</i> za lokalne proizvode i ponude.</li> </ol>                  |

|                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                              |
|--------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Kibernetička sigurnost i privatnost</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sigurnost sustava nije tematizirana niti na razini TZ-a ni objekata; nedostatno <i>e-commerce</i> povjerenje - GDPR se provodi osnovno na platformama globalnih pružatelja.</li> <li>- Skladištenje i obrada podataka je fragmentirana.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Rizik od kibernetičkih prijetnji; slaba zaštita privatnosti podataka gostiju.</li> <li>- Nema edukacija o sigurnosti.</li> </ul> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Edukacija partnera o digitalnoj sigurnosti i zaštiti podataka.</li> <li>2. Postaviti osnovne sigurnosne protokole i prateću strategiju.</li> </ol> |
|--------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

*Izvor: Prema zajedničkoj procjeni autora i Turističke zajednice*

Tablica 47: Analiza digitalnih i informativnih sustava za posjetitelje u Ogulinu

| Pitanje/segment                                        | Stanje u Ogulinu (2025.)                                                                                                                                                                                                                                                                         | Izazovi i preporuke                                                                                                                                         |
|--------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Informativni sustavi za turiste</b>                 | Postoji <b>Turističko-informativni centar TZ Ogulin</b> (centar grada); osnovne infoploče kod glavnih atrakcija (Klek, Sabljaci, Kuća bajke). <b>Nema interaktivnih kioska ni digitalnih karata s GPS koordinatama</b> za bicikliste/hodače/planinare; karte su dostupne samo u tiskanom obliku. | Usmjeriti ulaganja u digitalne interaktivne ploče s kartama, uvođenje GPS sustava i isticanje tura/staza <i>online</i> i putem QR kodova.                   |
| <b>Sustavi za upravljanje odnosima s gostima (CRM)</b> | TZ i većina iznajmljivača <b>ne koriste napredne CRM sustave</b> ; najviše se koristi <i>e-mail</i> komunikacija i društvene mreže. Povratne informacije gostiju analiziraju se samo osnovno (npr. komentari s Bookinga), a personalizacija ponude je u začetima.                                | Implementirati CRM za destinacijsko upravljanje, motivirati pružatelje da koriste alate za praćenje navika/recenzija i kreirati baze gostiju.               |
| <b>Interaktivne mape i digitalni vodiči (AR/VR)</b>    | Digitalni vodiči, interaktivne mape i aplikacije <b>na razini grada nisu razvijeni</b> . Dio biciklističkih i pješačkih ruta je dostupan na Google Mapsu (dodali lokalni entuzijasti), a TZ nudi PDF/ <i>print</i> karte na <i>webu</i> . <b>AR ili VR sadržaja gotovo da i nema.</b>            | Razviti mobilni digitalni vodič s GPS rutama, kreirati AR/VR tumače za atrakcije (Klek, Kuća bajke), koristiti QR kodove uz atrakcije.                      |
| <b>Chatbotovi i virtualni asistenti</b>                | <b>Ne postoji chatbot</b> na <i>webu</i> TZ-a Ogulin, niti u bilo kojoj službenoj komunikaciji s gostima. Pružatelji pojedinih smještaja povremeno koriste WhatsApp ili Viber za upite.                                                                                                          | Uvesti AI <i>chatbot</i> asistenta na <i>web</i> TZ-a i ključne portale; omogućiti 24/7 odgovaranje na najčešća pitanja turista, osobito za vrijeme sezone. |
| <b>Analitika turističkih kretanja / GPS / senzori</b>  | <b>Nisu uvedeni digitalni alati za praćenje protoka posjetitelja</b> (nema senzora na atrakcijama, ni analitike korištenjem Wi-Fi/mob. podataka). Pregled prometa na THM ide ručno (izvještaji iznajmljivača, TZ, događaji).                                                                     | Uvesti praćenje posjetitelja putem Wi-Fi <i>analytics</i> i <i>beacon</i> tehnologije; surađivati s operaterima/IT firmama za agregaciju mobilnih podataka. |
| <b>Digitalni alati za održivi turizam</b>              | Edukativni digitalni alati za održivost (aplikacije, prijava nepravilnosti, ekološki info) <b>ne postoje</b> .                                                                                                                                                                                   | Kreirati mobilnu aplikaciju s ekološkim edukacijama,                                                                                                        |

|                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                        |
|-----------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                 | Podizanje osviještenosti provodi se kroz letke i događanja. Niti jedna aplikacija nije posvećena edukaciji ili informiranju gostiju o ekopraksama.                                                                                                   | moogućnostima prijave nepravilnosti, gamificiranim ekološkim kvizovima i nagradama.                                                                                                                                    |
| <b>Primjena IoT i pametnih uređaja</b>                          | Hoteli u Ogulinu <b>ne koriste pametne sobe ni digitalni ključevi</b> ; <i>smart</i> hotelske prakse ne postoje. Nema interaktivnih infotočaka, niti razvijenih sigurnosno-inteligentnih IoT sustava (detekcija dima, automatsko osvjetljenje, itd.) | Postaviti pilot-projekt sustav pametnih soba/prijenosne digitalne ključeve u hotelima i smještaju u domaćinstvu <i>premium</i> kategorije. Integrirati <i>info beacons</i> uz atrakcije i razviti interaktivne kioske. |
| <b>Mobilne aplikacije destinacije</b>                           | Sve informacije su dostupne putem internetske stranice TZ-a (klasične, ne mobilne optimizirane platforme).                                                                                                                                           | Izraditi internet stranicu za destinaciju (sve informacije, <i>booking</i> , <i>event</i> kalendar, digitalni vodič, izravna pitanja/preporuke).                                                                       |
| <b>Promocija destinacije preko videoigrica/gamifikacija</b>     | <b>Ne koriste se videoigre, niti postoji destinacijski gamification</b> ; ni u promociji, ni u integraciji informacija o gradu kroz interaktivne modele.                                                                                             | Kreirati jednostavne kvizove za infototeme i društvene mreže (npr. bajkoviti kviz Ogulina za djecu); surađivati s festivalima za digitalnu komunikaciju.                                                               |
| <b>Pristupačnost digitalnih resursa (osobe s invaliditetom)</b> | Web TZ-a Ogulin nema prilagodbu osobama s invaliditetom.                                                                                                                                                                                             | Usuglasiti digitalne resurse sa standardima pristupačnosti osobama s invaliditetom, razviti posebne prilagodbe                                                                                                         |

*Izvor: Prema zajedničkoj procjeni autora i Turističke zajednice*

### Identifikacija izazova:

Nedovoljna digitalna infrastruktura i pokrivenost ruralnih/atraktivnih lokacija; nizak stupanj digitalne pismenosti lokalnih dionika; nepovezanost ponude (*booking*, aktivnosti, izleti, info, *online* naplate); digitalni marketing destinacije provodi se samo u baznom segmentu; nedovoljne edukacije i znanja o održivoj digitalnoj praksi; nema analitike i praćenja iskustva korisnika putem digitalnih alata.

### Potrebne mjere

Osmisliti i provesti edukacijski program, izraditi digitalnu strategiju, povezati sve dionike na jedinstvenu destinacijsku platformu, pilotirati IoT i analitička rješenja, osigurati sredstva za digitalizaciju iz EU fondova i Ministarstva turizma i sporta.

## Analiza komunikacijskih kanala

### Pregled korištenja postojećih komunikacijskih kanala

Turistička zajednica grada Ogulina u 2025. godini planira profesionalno i sveobuhvatno provoditi aktivnosti komunikacije i oglašavanja, kombinirajući *online* i *offline* strategije za maksimalan doseg i učinak. *Offline* promocija uključuje sudjelovanje na nacionalnim i međunarodnim sajmovima, poslovnim radionicama i specijaliziranim prezentacijama, gdje se direktno predstavljaju turistički proizvodi i usluge destinacije potencijalnim gostima i partnerima. Poseban naglasak stavlja se na pozicioniranje Ogulina kao „Zavičaja bajke“, razvoj *outdoor* i kulturnih proizvoda te suradnju s Hrvatskom turističkom zajednicom i Turističkom zajednicom Karlovačke županije. Aktivno uključivanje u ovakve događaje omogućuje uspostavljanje novih poslovnih kontakata, prenošenje lokalnih vrijednosti te jačanje imidža destinacije putem direktne interakcije s turističkim operaterima, medijima i agencijama. Suradnja s organizatorima putovanja predviđa intenziviranje kontakata s domaćim i međunarodnim turističkim djelatnicima, novinarima, blogerima i *influencerima*, kroz organizaciju studijskih putovanja i destinacijskih gostovanja. Kroz tu aktivnost

Tablica 48: Digitalno prisustvo – internetska stranica, društvene mreže i digitalno oglašavanje

| Element                                  | Trenutno stanje/pokazatelji (2024.)                                                                                                                                                                                            | Analiza/izazovi/preporuke                                                                                                                                                                  |
|------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Internetska stranica TZG-a Ogulin</b> | Nema povezanosti s Google Analyticsom – <b>ne prate se podaci o posjećenosti</b>                                                                                                                                               | Izostanak analitike onemogućava praćenje trendova, profiliranje korisnika i optimizaciju sadržaja. Hitno integrirati Analytics ili barem mjesečne analitičke izvještaje s domaćinom/IT-om. |
| <b>Najposjećeniji web-sadržaji</b>       | Nisu eksplicitno praćeni zbog izostanka alata; tematski najviše traženi Festival bajke, Ivanina kuća bajke, Klek/planinarenje, osnovni info za smještaj i događanja                                                            | Preporuka: pratiti klikove i <i>bounce rate</i> na određitim stranicama, prilagoditi sadržaj najtraženijim temama i upitima korisnika.                                                     |
| <b>Društvene mreže – Facebook</b>        | Glavni i najkorišteniji kanal – koristi se za promociju događanja, informiranje te digitalnu kampanju; zadnja 2 mjeseca: FB dosegnuo <b>37 000 ljudi</b> , 2000 interakcija, 120 novih pratitelja (poglavito za advent i OGFB) | Angažman raste sa sadržajem vezanim za aktualnosti (festival, advent); slabija strategija na Instagramu, TikTok i ostalim kanalima.                                                        |

|                               |                                                                                                                                 |                                                                                                                                                       |
|-------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Drugi društveni kanali</b> | Ostali kanali nisu (ili su vrlo slabo) aktivirani (npr. Instagram, YouTube, TikTok)                                             | Proširiti prisutnost na vizualne i dinamične kanale – relevantno za mlađu publiku i internacionalni doseg.                                            |
| <b>Digitalno oglašavanje</b>  | FB Ads korišteni povremeno – jesenska kampanja za 19. OGFB i Advent u Ogulinu 2024.; budžet <b>1500 €</b>                       | Uz mali proračun ostvareni solidni brojevi <i>reacha</i> , ali bez podataka o konverziji (broj klikova, noćenja, dolazaka). Google Ads se ne koristi. |
| <b>Engagement/ izazovi</b>    | Slab angažman izvan glavnih događanja, izazovi su: održavanje pažnje, motivacija za interakciju, vizualna raznolikost sadržaja. | Niska frekvencija objava i česta neaktivnost, izostanak strategije. Nedostatak blogova, <i>storyja</i> , videosadržaja i plana <i>remarketinga</i> .  |

*Izvor: Turistička zajednica grada Ogulina*

### 1. Tradicionalni *offline* komunikacijski alati

Promotivni materijali, tematske brošure i letci bit će osmišljeni i distribuirani u skladu sa sezonom i velikim lokalnim manifestacijama, dok će informativne aktivnosti obuhvatiti koordinaciju podataka s turističkim uredom, partnerima i regionalnim/nacionalnim tijelima, sustavno informiranje posjetitelja te ciljano oglašavanje atrakcija i aktualnih događanja.

Tablica 49: Analiza promidžbenih materijala Turističke zajednice

| Element                       | Stanje/praksa                                                                                             | Analiza/preporuke                                                                                                  |
|-------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Tiskani materijali</b>     | Karte grada, letci i brošure tematski dostupni u TZ-u, smještajima, Kući bajke                            | Nedostatak inovacije; <i>reprinta</i> se povremeno. I dalje su važni za stariju publiku i punktove bez signala.    |
| <b>Plakati, oglasne ploče</b> | Povremeno postavljanje plakata u javnim prostorima, suradnja s Gradom                                     | Potrebno bolje grafičko i sadržajno usklađenje te vizualna konzistentnost s brendom.                               |
| <b>Prezentacije sajmovi</b>   | U posljednjih godina prezentacija na sajmu Alpe Adria (Ljubljana, u suradnji s TZ-om Karlovačke županije) | Promociju u inozemstvu radi Turistička zajednica Karlovačke županije                                               |
| <b>Događanja radionice</b>    | Lokalna prisutnost na gradskim daniima, Adventu, Festivalu bajke                                          | Preporučuje se prikupljanje povratnih informacija i uvođenje QR kodova na letke za brz ulaz u digitalno okruženje. |

*Izvor: Turistička zajednica grada Ogulina*

Tablica 50: Analiza komunikacijskih kanala i praćenje učinkovitosti

| Kanal                       | Korištenje/povezanost                                                  | Mjerenje/KPI                         | Preporuka                                                                        |
|-----------------------------|------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Web-stranica</b>         | Regularno se ažurira, ali bez analitičkog praćenja                     | Nema                                 | Integrirati Analytics, UTM oznake i definirati odredišne stranice.               |
| <b>Facebook</b>             | Najkorišteniji kanal zbog niskih troškova i jednostavnosti uporabe     | Prati se doseg i broj <i>lajkova</i> | Postaviti ciljeve i pratiti analitiku                                            |
| <b>Ostale mreže</b>         | Slabo ili uopće ne koriste (npr. Instagram, <i>e-mail newsletter</i> ) | Slabo                                | Usmjeriti objave i prilagoditi poruku svakom kanalu posebno.                     |
| <b>E-pošta (newsletter)</b> | Povremeno, neautomatizirano                                            | Ne prati se                          | Razviti <i>mailing</i> listu, segmentirati primatelje, uvesti sustavne kampanje. |
| <b>Line (offline)</b>       | Brošure dostupne fizički na atrakcijama i infopunktovima               | Povremena distribucija               | Povremene ankete među korisnicima, međuprijenos u digitalne kanale.              |

Izvor: Turistička zajednica grada Ogulina

## 2. Marketinško pozicioniranje i povezivanje s regionalnim i nacionalnim razinama

**Cilj:** pozicionirati Ogulin kao destinaciju kulturnog i aktivnog turizma, s naglaskom na autentična iskustva i cjelogodišnju ponudu. **Aktivnosti:** istaknuti ključne brendove: Festival bajke, Klek, Sabljaci, Ivanina kuća bajke, ogulinsko zelje, masnica, folklor, nematerijalnu baštinu. **Usklađenost:** sudjelovanje u regionalno/nacionalnim kampanjama kroz Turističku zajednicu Karlovačke županije, prioritet „održivi turizam“ i digitalna vidljivost. **Preporuka:** redovito ažuriranje svih materijala, sinergija s nacionalnim događanjima i usklađen identitet na svim razinama.

## 3. Izvori i distribucija informacija turistima

**Primarni izvori:** društvene mreže (prvenstveno FB), *web*-stranica, klasični infomaterijali (brošure). **Ažuriranje:** periodično, veća ažuriranja za vrijeme sezonskih manifestacija; kvartalno ažuriranje *event* kalendara. **Povratne informacije:** prikupljaju se povremeno putem FB *inboxa*, telefonski ili kod upita u infocentru, ali nema strukturiranih anketa ili *online* evaluacija. **Preporuka:** uvesti digitalne anketne alate (Google Forms, QR kod na infomaterijalima), platformu s upitnikom za posjetitelje i sudionike događanja.

## Ključni izazovi i preporuke za unaprjeđenje komunikacije

Nedostatak praćenja učinkovitosti (nema analitike *weba*, osim Facebook statistike); fokus na samo jedan digitalni kanal (Facebook); slab *e-mail*, Instagram, video i blog prisutnost; skroman budžet onemogućuje širi doseg i profesionalno vođenje komunikacije; nepostojanje dosljedne strategije, identiteta i automatizacije za različite kanale.

## Preporuke za unaprjeđenje marketinških aktivnosti

Postaviti KPI-jeve za svaki kanal i periodično ih evaluirati. Uložiti u osnovni Google/Meta Analytics, educirati djelatnike turističke zajednice o digitalnom marketingu. Važno je imati znanje da bi se mogao postaviti projektni zadatak i kontrolirati rezultate. Diversificirati budžet: potrebno je izdvojiti najmanje 20 % budžeta za marketing da bi se vidjela učinkovitost i da cjelokupno brendiranje dobije potpuni smisao (Instagram Reels, Story, TikTok, *influenceri*). Planira se stalno unaprjeđenje internetske stranice TZ-a Ogulin, koja će biti vizualno privlačna, funkcionalna, dostupna na više jezika i obogaćena multimedijalnim sadržajima, poput fotografija, videozapisa, virtualnih tura i interaktivnih mapa. Redovito održavanje, ažuriranje i lokalizacija informacija pridonose digitalnoj dostupnosti i pozitivnom korisničkom iskustvu. Spremna baza profesionalnih fotografija i videomaterijala omogućit će kreiranje izuzetno kvalitetnih vizualnih kampanja i promociju Ogulina na svim relevantnim digitalnim kanalima – od *weba* do društvenih mreža. Dio promidžbe provodi se i kroz QR kodove na tiskanim materijalima te kroz digitalizaciju informacija koje osiguravaju brzi pristup aktualnim sadržajima posjetiteljima na terenu.

## Suradnja s medijima

TZ Grada Ogulina je u 2024. godini, sukladno mogućnostima, investirala u suradnju s medijima i promociju turizma. Prema službenom programu rada Turističke zajednice, vrijednost planiranih uložених sredstava za PR aktivnosti iznosila je 15 000 €, slično kao prethodnih godina. Ta sredstva koristila su se za rad PR agencije, medijske objave, izradu promotivnih letaka, suradnju s nacionalnim i regionalnim medijima, organizaciju *press*-putovanja za novinare i *influencere* te za suradnju na društvenim mrežama i digitalnim platformama.

Aktivnosti su uključivale objave na službenim internetskim i Facebook stranicama TZ-a i kulturnih institucija, redovito izvještavanje portala (OgPortal, Ogulin.eu), priloge na Radiju Ogulin i lokalnoj televiziji, kao i brojne reportaže u nacionalnim medijima te nastupe u emisijama kao što su „Dobro jutro Hrvatska“ i IN Magazin Nove TV. U 2024. godini tiskano je i distribuirano više od 2000 komada promotivnih letaka na hrvatskom i engleskom jeziku za ključne atrakcije (Ivanina kuća bajke, Zavičajni muzej Ogulin).

Zahvaljujući ovim PR aktivnostima, u 2024. godini zabilježen je rast broja medijskih objava, povećana vidljivost kulturnih i turističkih događanja, a kanali PR-a izravno su utjecali na povećanje posjećenosti i potražnje za ključnim atrakcijama u Ogulinu te na pojačanu turističku percepciju grada, posebno kod inozemnih gostiju.

S obzirom na realnu vrijednost medijskog prostora, primjerice tri minute u „Dobro jutro, Hrvatska“ (20 000 €), i uzimajući u obzir objave o Ogulinu u nacionalnim TV emisijama, dnevnim novinama, portalima, društvenim mrežama, specijaliziranim magazinima i radiju tijekom 2024. godine, ukupna procijenjena vrijednost PR-a i neplaćenih medijskih objava za Ogulin u turizmu u 2024. iznosi između 180 000 i 250 000 €. U procjenu je uključeno: najmanje 4–5 značajnih TV reportaža ili gostovanja (Dobro jutro Hrvatska, IN Magazin, HRT Dnevnik, RTL Danas...), desetci priloga na lokalnim i nacionalnim radio postajama, više od 60 objava u regionalnim i specijaliziranim novinama/magazinima, posebne tematske članke i vodiče na vodećim nacionalnim i regionalnim portalima, kontinuirane digitalne i društveno-mrežne kampanje i objave, izvještavanje o svim većim manifestacijama i uspjesima destinacije. Svaka medijska objava i reportaža ima tržišnu vrijednost prema važećim cjenicima oglasnog prostora (AVE metoda – Advertising Value Equivalency), što ovu procjenu čini podcijenjenom – realni učinak na percepciju i dolaske gostiju je još višestruko veći.

## Suradnja s trećim osobama

### Potrebne mjere

Kontaktirati poznate osobe vezane za Ogulin, koji žele pomoći u promociji Ogulina jer Ogulin vole i žele svojim primjerom pozvati ostale da dođu i uživaju u Ogulinu.

## Sportaši i ambasadori s ogulinskim korijenima

**Luka Cindrić** – svjetski poznat rukometaš, hrvatski reprezentativac, rođen u Ogulinu. Simbol uspjeha, odličan za promociju sporta, mladih i zdravih vrijednosti.

Ogulin može unaprijediti suradnju s *influencerima* i poznatim osobama iz javnog života primjenom strukturiranog i proaktivnog pristupa, s ciljem povećanja vlastite vidljivosti, promocije autentičnih doživljaja i širenja dosega prema ciljanim skupinama.

Sustavna suradnja s poznatim osobama i *influencerima* Ogulinu omogućuje veću medijsku prisutnost uz minimalne troškove promocije, autentično predstavljanje lokalnih vrijednosti, izgradnju prepoznatljivosti i privlačenje novih ciljnih skupina – osobito mlađe publike i novih tržišnih segmenata. Ključ uspjeha su individualizirani pristup, stvaranje doživljaja i dugoročni partnerski odnos.

## Marketinška analiza dionika u destinaciji

Digitalna prisutnost gospodarskih subjekata na području Ogulina je fragmentirana. Mali privatni iznajmljivači najčešće nemaju vlastitu internetsku stranicu, a ponudu smještaja prezentiraju isključivo putem međunarodnih i regionalnih OTA platformi poput Bookinga, Airbnb-a ili društvenih mreža (uglavnom putem Facebook grupa). Hotelski objekti i pojedini OPG-ovi posjeduju osnovne internetske stranice, ali im nedostaju napredni digitalni alati, kao što su *online* rezervacijski sustavi, višejezičnost i mogućnost izravnog *bookinga*, što značajno umanjuje konkurentnost na inozemnom tržištu. Većina ugostiteljskih objekata praktički je nevidljiva u *online* prostoru, dok se komunikacija vodećih restorana uglavnom svodi na nepovezane Facebook profile sa slikama i osnovnim informacijama; *community management* i strateško upravljanje brendom gotovo da ne postoje, a prisutnost na Instagramu, tematskim blogovima i kod *influencera* je zanemariva.

Glavne atrakcije (Sabljaci, sportski sadržaji, kulturna baština) imaju slabu ili gotovo nepostojeću digitalnu prezentaciju – informacije su često minimalne, nedovoljno ažurirane i neprilagođene potrebama današnjih gostiju koji očekuju brzu i preglednu dostupnost podataka. Subjekti destinacije ipak se pojavljuju na Google Mapsu i nekim turističkim portalima, a digitalni trag

evidentan je na stranicama pojedinih društvenih, sportskih i kulturnih organizacija. Ova disperzirana i nesustavna digitalna prisutnost rezultira slabom identifikacijom lokalne turističke ponude, otežava informiranje gostiju o autentičnim značajkama destinacije i usmjerava *booking* prema posredničkim platformama.

Među ključnim izazovima ističe se nepostojanje mobilnih aplikacija i specijaliziranih *online* rješenja. Nedostatak kvalitetnog vizualnog brendiranja, *storytellinga* na digitalnim kanalima, aktivnog *community managementa* te ulaganja u SEO i digitalni marketing onemogućuje privatnim iznajmljivačima i ugostiteljima izravnu prodaju i dugoročnu gradnju baze gostiju. Posljedica toga je zanemarivanje modernih marketinških alata, što usporava rast destinacije i umanjuje njezinu prepoznatljivost na digitalnom tržištu. Digitalna prisutnost turističkih subjekata u destinaciji još je na niskoj razini i karakterizira je nedovoljno razvijen i nesustavan *online* nastup. Veći dio privatnih iznajmljivača smještaj promovira isključivo putem globalnih posredničkih platformi poput Bookinga, Airbnb-a i nekoliko regionalnih Facebook grupa, dok vlastite internetske stranice gotovo i nemaju. Hotelski objekti i poneki OPG-ovi posjeduju osnovne internetske stranice, no nedostaju im moderni rezervacijski alati, višestrani jezični moduli i mogućnost direktnog *bookinga*, čime gube dio konkurentnosti i *online* rezervacija. Ugostiteljski objekti su praktički nevidljivi na internetu – rijetki imaju pristojno vođene profile na društvenim mrežama, dok *community management*, digitalni marketing i ciljano brendiranje gotovo uopće nisu zastupljeni; većina se i dalje oslanja na usmene preporuke ili osnovne Google recenzije. Ključne atrakcije poput planinarskog doma, Sabljaka i kulturnih znamenitosti ne raspolažu strukturiranim internetskim stranicama ni korisnički usmjerenom prezentacijom sadržaja. Nedostatak ažurnih informacija, profesionalnog vizualnog identiteta, *storytellinga*, SEO optimizacije i lokalnih aplikativnih rješenja dodatno otežava digitalnu identifikaciju destinacije te smanjuje mogućnost izravne *online* prodaje. Posljedica ovih izazova jest oslanjanje na posredničke platforme, usporeni razvoj direktnih marketinških kanala i slaba vidljivost autentične turističke ponude na nacionalnom i inozemnom tržištu

## Promotivni materijali (digitalni, tiskani, video)

**Stanje:** gotovo sva tiskana i promotivna produkcija (karte, vodiči, letci, tematske brošure, suveniri s QR kodom itd.) realizira se na razini Turističke zajednice i Grada, dok privatni sektor (smještaj, ugostiteljstvo, atrakcije) iznimno rijetko proizvodi vlastite digitalne promotivne materijale. Ulaganja u videosadržaje, virtualne ture i profesionalne fotografije su minimalna. Primjetan je i nedostatak kvalitetnog materijala koji prezentira ugostiteljske objekte, pripremu tradicionalnih jela te sadržaje u neposrednoj blizini restorana i kafića. Analiza materijala dionika ukazuje na jako slabo korištenje digitalnih alata za *storytelling*. Na taj način propušta se prilika za autentičnu digitalnu promociju, jačanje identiteta destinacije i aktivno uključivanje gostiju kroz suvremene komunikacijske kanale.

## Tehnologija i e-turizam (platforme, alati, *booking*)

**Stanje:** smještaj u Ogulinu gotovo u potpunosti ovisi o vanjskim OTA kanalima (Booking.com, Airbnb, Travel Advisor, Expedia), koji omogućuju vidljivost i *online* prodaju, te o nacionalnom eVisitor sustavu kao jedinom strukturiranom informatičkom alatu koji svi pružatelji smještaja koriste zbog zakonske obaveze. Većina smještajnih objekata ne koristi vlastite profesionalne kanale, poput *channel manager* sustava, što otežava brzinu, koordinaciju i efikasnost prodaje te ograničava mogućnost upravljanja kanalima distribucije. *Online booking* je moguć uglavnom samo putem OTA platformi, dok internetske stranice koje podržavaju direktnu rezervaciju, *online check-in* ili izdavanje poklon-bonova predstavljaju rijetkost na tržištu privatnog smještaja i lokalnih atrakcija.

**Izazovi:** nedostatna digitalna integracija značajno usporava cijeli sustav rezervacija i smanjuje razinu proaktivnosti dionika. Na destinacijskom tržištu ne postoje edukacijski programi iz područja digitalnog marketinga i suvremenih prodajnih tehnika, zbog čega lokalni subjekti propuštaju mogućnosti za jačanje kompetencija i profesionalni razvoj. Inovativna rješenja koja bi unaprijedila marketinške aktivnosti, prodaju i ukupnu konkurentnost destinacije nedovoljno se koriste, što rezultira slabijim poslovnim rezultatima i ograničenom prepoznatljivošću na turističkom tržištu.

**Preporučene mjere: edukacija digitalnih vještina** treba se provoditi kroz redovite radionice za sve dionike u destinaciji. Teme koje treba obraditi: izrada vlastite internetske stranice, vođenje društvenih mreža, foto- i *videostorytelling*, Google My Business te napredne *booking* alate. Posebni dodatni moduli za iznajmljivače: *booking engine*, postavljanje *online* prodaje, digitalno fotografiranje i sl. U edukacijama za ugostitelje posebni moduli za standardizaciju digitalnih menija te osnovne vidljivosti na Google Mapsu i TripAdvisoru. Stvarne mogućnosti za organski rast i vidljivost Ogulina prilika je u ciljanom obrazovanju i zajedničkim digitalnim projektima jer bez njih destinacija ne iskorištava značajan dio potencijalnih prihoda i mogućnosti za jačanje imidža.

## Integralno upravljanje destinacijom

Upravljanje kvalitetom u destinaciji Ogulin treba biti usmjereno na kontinuirano poboljšanje turističke ponude i osiguranje visokih standarda u uslugama koje se pružaju posjetiteljima. U suradnji s predstavnicima turističke ponude, uključujući ugostitelje, smještajne kapacitete, vodiče i pružatelje kulturnih sadržaja, Turistička zajednica Ogulina treba poticati razvoj i unapređenje autentičnih proizvoda i iskustava kako bi se destinacija oblikovala kao atraktivna i konkurentna. Aktivnosti trebaju uključivati organizaciju sastanaka, edukacija i radionica kojima se osigurava podrška ključnim akterima u turizmu te podizanje razine kvalitete usluga i gostoprimstva.

Grad Ogulin i Turistička zajednica podržat će projekte koji pridonose razvoju infrastrukture i konkurentnosti, uključujući programe poput *City card* i sl., kako bi se omogućio praktičniji pristup turističkoj ponudi i povećalo zadovoljstvo posjetitelja.

**Cilj aktivnosti:** glavni ciljevi uključuju povećanje kvalitete turističke ponude, razvoj autentičnih turističkih proizvoda, jačanje konkurentnosti destinacije te podizanje zadovoljstva posjetitelja. Upravljanje kvalitetom nastoji poboljšati uvjete boravka turista, osigurati održivi rast turizma u Ogulinu i pozicionirati destinaciju kao poželjno mjesto za posjetitelje tijekom cijele godine.

Integralno upravljanje kvalitetom destinacije ključno je za održavanje i stalno unaprjeđenje turističke ponude Ogulina kao autentične, prirodne i bajkovite destinacije. Sustavnim praćenjem *online* reputacije, kontinuiranim mjerenjem mišljenja gostiju i postavljanjem visokih standarda

kvalitete, usklađenih s ciljevima održivog razvoja, Grad Ogulin osigurava izvrsnost usluga, zadovoljstvo posjetitelja te dugoročan razvoj temeljen na vrijednostima prirodnog *wellbeinga* i lokalne tradicije.

### **1. Za mjerenje zadovoljstva gostiju potrebno je:**

kontinuirano prikupljati i analizirati ocjene i komentare gostiju s *online* platformi (TripAdvisor, Google, Booking, društvene mreže) za svaki turistički subjekt, kao i za destinaciju u cjelini; kreirati godišnja izvješća o zadovoljstvu gostiju koja prikazuju trendove, najčešće ocijenjene aspekte kvalitete, slabosti i snage destinacije; mjerenje *online* reputacije treba koristiti kao osnovu za donošenje odluka o unaprjeđenju usluga, ponude, komunikacije i infrastrukture.

### **2. Za postavljanje destinacijskih standarda potrebno je:**

definirati standarde kvalitete usluga koji se temelje na pozicioniranju Ogulina kao bajkovite destinacije, destinacije s prekrasnom prirodom, autentičnim iskustvima i vrhunskim elementima prirodnog *wellbeinga*; implementirati sustav standardiziranih protokola (higijena, gostoljubivost, održivost, digitalna pristupačnost, autohtonost ponude) za svaki tip smještaja, ugostiteljski objekt, turističku atrakciju i javnu uslugu; redovito provoditi edukacije, interne audite i evaluacije za zaposlenike u turizmu prema postavljenim standardima; uključiti lokalnu zajednicu u kreiranje, praćenje i unaprjeđivanje standarda kvalitete.

### **3. Sve aktivnosti temeljiti na SDG-u (Sustainable Development Goals), ciljevima održivog razvoja**

U upravljanju destinacijom, djelovanje treba uskladiti s ciljevima održivog razvoja (SDG), osobito s onima koji se odnose na održivost turizma: očuvanje prirode, ravnopravnost, uključivost i kružno gospodarstvo. Potrebno je pratiti relevantne pokazatelje (potrošnju energije, korištenje vode, upravljanje otpadom, lokalne nabavne lance) u svim segmentima destinacije i promovirati ekološki osviješten stil života edukacijom zaposlenika i posjetitelja.

#### 4. Kontinuirano mjeriti mišljenja dionika

Redovno provoditi digitalne ankete, intervjuje i analize zadovoljstva dionika. Potrebno je mjeriti zadovoljstvo individualno za svaki turistički subjekt, prema segmentima (iznajmljivači, ugostitelji, atrakcija i sl.), ali i kumulativno za destinaciju, radi otkrivanja specifičnih potreba i mogućnosti za poboljšanje.

#### 5. Kontinuirano mjeriti mišljenja stanovnika

*Samo zadovoljan stanovnik može biti kvalitetan domaćin!*

Potrebno je mjeriti i pratiti mišljenja stanovnika te sustavno reagirati na njihove smjernice i na taj način usmjeravati potrebne aktivnosti u razvoju turizma i destinacijskog menadžmenta. Povratne informacije integrirati u upravljanje, razvoj proizvoda i kreiranje novih aktivnosti.

#### Zaključak

Integralno upravljanje kvalitetom u Ogulinu podrazumijeva uspostavu jasnih standarda kvalitete, stalno praćenje mišljenja gostiju, implementaciju principa održivog razvoja (SDG) i aktivno korištenje mjerenja *online* reputacije. Takav sustav osigurava da Ogulin ostane autentična, prirodna i bajkovita destinacija, s izvrsnom reputacijom i stalnim napretkom u svim segmentima turističke ponude.

## 2.10. Analiza konkurentnosti

Ova analiza uključuje nekoliko važnih koraka:

#### Identifikacija konkurentskih destinacija

Tablica 51: „Bajkovite“ destinacije koje se u turizmu brendiraju na motivima bajki

| Tip           | Destinacija i država                                            | Zašto je „bajkovita“                                                          | Naglasak u ponudi                                                                     |
|---------------|-----------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| Tematske rute | Njemačka „Grimm Fairy-Tale Route“ (600 km od Hanaua do Bremena) | 60-ak gradova i dvoraca vezanih uz Crvenkapicu, Ivicu i Maricu, Trnoružicu... | Putokazi sa siluetama likova, festivalski kalendar „Grimm-Fest“, interaktivni muzeji. |

|                                            |                                                       |                                                                                           |                                                                                           |
|--------------------------------------------|-------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                            | <b>Hans Christian Andersen Trail – Odense, Danska</b> | Andersenov muzej + 16 skulptura koje „oživljavaju” Mala sirena, Ružno pače itd.           | Digitalni audiovodiči, <i>storytelling</i> šetnje, godišnji Andersenov festival.          |
| <b>Tematski parkovi/ šume</b>              | <b>Efteling „Sprookjesbos”,</b> Nizozemska            | 30 bajki (Pinokio, Snjeguljica, Vuk i sedam kozlića) izvedenih kao „živi” diorami u šumi. | Bajkovita arhitektura + nove <i>dark-ride</i> atrakcije („Danse Macabre” 2024.).          |
| <b>Autentična sela/ gradovi</b>            | <b>Shirakawa-go,</b> Japan                            | UNESCO selo drvenih „slamnato-krovnih” kuća – japanski ekvivalent „snježne bajke”).       | Noćna zimska iluminacija, zanatske radionice.                                             |
|                                            | <b>Hallstatt,</b> Austrija & <b>Colmar,</b> Francuska | Vizualni predlošci za Disneyev „Frozen” i „Ljepoticu i Zvijer” .                          | <i>Fotopoint</i> ture, <i>storybook</i> navigacija, ograničenje kapaciteta radi očuvanja. |
| <b>Prepoznatljivi dvorci/fortifikacije</b> | <b>Neuschwanstein</b> (Bavarska)                      | Originalna inspiracija za Disneyjev „Sleeping Beauty Castle”.                             | VR rekonstrukcija Ludwigove bajke.                                                        |
|                                            | <b>Carcassonne,</b> Francuska                         | Najveći europski srednjovjekovni zid („gotička bajka”).                                   | Većernji <i>son-et-lumière</i> , bajkoviti escape-route za djecu.                         |
| <b>Prirodni mitovi i legend-parks</b>      | <b>Rovaniemi (Finska Laponija)</b>                    | Službeni „dom Djeda Božićnjaka” – moderna božićna bajka.                                  | Posjet Djeda, aurora iglu-hotel, arktički <i>storytellers</i> .                           |
|                                            | <b>Giant’s Causeway,</b> S. Irska                     | Mit o divu Finnu McCoolu; interpretacijski centar koristi <i>hero’s journey</i> narativ.  | <i>Augmented-reality</i> „priče” na liticama.                                             |

*Izvor: obrada autora prema više izvora*

## Benchmarking

Analiza trendova na strani turističke potražnje za Ogulin usmjerena je na praćenje i interpretaciju ponašanja, preferencija i putnih navika turista s glavnih emitivnih tržišta, poput Hrvatske, Slovenije, Njemačke i Austrije. Posebna pozornost posvećuje se motivima dolaska, dominantnim vrstama putovanja i očekivanjima vezanim uz smještaj, sadržaje i doživljaje. Proučavaju se sezonalni obrasci, duljina boravka te spremnost turista na potrošnju, čime se identificiraju prilike za produljenje sezone i diverzifikaciju ponude. Analiza uključuje i praćenje društvenih i demografskih promjena na emitivnim tržištima, primjerice rastuće potražnje za aktivnim odmorom, kulturnim iskustvima i održivim putovanjima. Dobiveni uvidi omogućuju Ogulinu

strateško usmjeravanje razvoja turističkih proizvoda i promocije prema najperspektivnijim segmentima tržišta.

### Demografska obilježja turista

Struktura turističke potražnje za Ogulin danas pokazuje dominaciju obiteljskih putnika srednje dobi, uz rastući udio mladih parova i individualnih gostiju koji traže aktivan i autentičan doživljaj prirode. Među posjetiteljima prevladavaju žene, osobito u segmentu kulturnog, obiteljskog i vikend turizma, dok su muški gosti brojniji u području avanturističkih i sportskih aktivnosti. Većina turista ima srednju do visoku razinu obrazovanja te dolazi iz profesionalnih i poslovnih zanimanja, što ukazuje na traženje kvalitete i personalizirane usluge. Prihodovna struktura posjetitelja uglavnom je srednja, s izraženom spremnošću na potrošnju za iskustvene sadržaje poput vođenih tura, gastronomske ponude i aktivnosti u prirodi. U budućnosti se očekuje rast interesa mladih putnika i digitalnih nomada, dok će starije dobne skupine i dalje predstavljati stabilan segment usmjeren na mir, sigurnost i prirodni ambijent Ogulina.

Tablica 52: Analiza konkurencije

| Segment                             | Ogulin                                                                                   | Jastrebarsko                                              | Otočac                                                   | Karlovac                                                                                    | Slabosti Ogulina<br>(destinacija koja je<br>snažnija)                                                                                                     |
|-------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Turistička<br>ponuda na<br>vodi     | Jezero Sabljaci,<br>rijeka Dobra:<br>kupanje,<br>sportsko-<br>rekreacijske<br>aktivnosti | Ribnjaci, umjetna<br>jezera,<br>interpretirane<br>šetnice | Rijeka Gacka:<br>ribolov,<br>veslanje                    | Četiri velike<br>rijeke: rafting,<br>kajak,<br>kupališta,<br><i>outdoor</i><br>događanja    | Karlovac i Otočac<br>imaju<br>prepoznatljiviju i<br>raznovrsniju<br>ponudu turističkih<br>aktivnosti na vodi<br>te snažnije<br>brendiranje<br>destinacije |
| <i>Outdoor</i> i<br>aktivni turizam | Klek, Đulin<br>ponor,<br>biciklizam,<br>planinarenje                                     | Plešivica:<br>integrirane vinske<br>biciklističke rute    | Gacka: ruralni<br><i>hiking</i> ,<br>sportski<br>ribolov | Biciklističke i<br><i>trekking</i> rute,<br>sportski<br>festivali, urbani<br><i>outdoor</i> | Karlovac i<br>Jastrebarsko imaju<br>integriraniju<br><i>outdoor</i> ponudu,<br>veću promociju i<br>atraktivnost za<br>ciljane skupine                     |
| Smještajni<br>kapacitet             | 1133 ležaja,<br>dominantan<br>privatni smještaj                                          | 590 ležaja, hoteli i<br>ruralni objekti                   | Oko 600<br>ležajeva,<br>agroturizam i                    | Preko 1800<br>ležajeva: hoteli,<br>butik smještaj,                                          | Karlovac ima<br>najrazvijeniju i<br>najraznovrsniju                                                                                                       |

|                         |                                                                     |                                                                     |                                                     |                                                                          |                                                                                                                                        |
|-------------------------|---------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                         |                                                                     |                                                                     | OPG kapaciteti                                      | kampovi, hosteli                                                         | mrežu smještajnih kapaciteta, Otočac prednjači u segmentu agroturizma                                                                  |
| Gastronomija            | Tradicionalni specijaliteti: ogulinsko zelje, masnice, mošnje       | Plešivička vinska cesta, pjenušci, enogastronomski sadržaji         | Gacka pastrva, zavičajna jela, ruralna gastronomija | Autentični riblji restorani, lokalne pivovare, gastro festivali          | Karlovac i Jastrebarsko su prepoznatljiviji na nacionalnoj razini s razvijenim festivalima i visokom vinskom/gastro reputacijom        |
| Manifestacije           | Festival bajke, Ivanina kuća bajke, tematske kulturne manifestacije | Vinski festivali, „Ljeto u Jaski“, ruralne fešte                    | Dani pastirve, ribarske fešte, kulturni programi    | Dani piva, nacionalne manifestacije, sportsko-kulturni događaji          | Karlovac kontinuirano njeguje veliki broj manifestacija visoke posjećenosti, Jastrebarsko lider u vinskim <i>eventima</i>              |
| Prometna infrastruktura | Autocesta A1, željeznička postaja, ceste za prometovanje            | Autocestovni i željeznički čvor, kvalitetna cestovna infrastruktura | Snažna cestovna tranzitnost prema Plitvicama        | Ključni prometni čvor (cestovno i željeznički), blizina Zagreba          | Karlovac ima najbolje prometno čvorište u regiji, dok Jastrebarsko nudi viši razred željezničke i cestovne povezanosti prema tržištima |
| Destinacijski branding  | „Zavičaj bajke“, kulturni identitet, bajkovita tematika             | „Vinski raj“, reputacija vrhunske eno-gastro destinacije            | Rijeka Gacka i ribolovni identitet                  | „Grad na 4 rijeke“ – <i>outdoor</i> , pivski, povijesni i kulturni brand | Karlovac ima snažno prepoznat <i>outdoor</i> i povijesni brand, Jastrebarsko nacionalno prepoznatljivo u eno-gastro brendiranju        |
| <b>Segment</b>          | <b>Ogulin</b>                                                       | <b>Jastrebarsko</b>                                                 | <b>Otočac</b>                                       | <b>Karlovac</b>                                                          | <b>Kompetitivna prednost Ogulina</b>                                                                                                   |

|                         |                                                                                            |                                                         |                                                     |                                                   |                                                                         |
|-------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|---------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|
| Tematska identitet      | „Zavičaj bajke“, Ivanina kuća bajke, Festival bajke, interpretacija književnosti i legendi | „Vinski raj“, vinske ceste, manifestacije u vinogradima | Gacka i ribolovni brend                             | „Grad na 4 rijeke“, <i>outdoor</i> , pivski brend | Najrazvijeniji nacionalni brend vezan uz bajke i <i>storytelling</i>    |
| Planina/aktivna priroda | Klek – mitska planina, legenda o vješticama, specijalizirane ture i speleologija           | Plešivica, biciklističke rute, vinske šetnje            | <i>Hiking</i> Gacka, ruralne rute, sportski ribolov | Biciklizam, rafting, šetnice                      | Jedinstvena integracija bajkovite planine u turističku ponudu           |
| Edukativna ponuda       | Edukativni turizam (Ivanina kuća bajke), programi za obitelji, škole i djecu               | Vinske edukacije, manifestacijsko obrazovanje           | Edukacija o Gacki i ribolovu                        | Kulturni centri, muzeji                           | Visoko razvijen edukacijski turizam kroz bajke na nacionalnoj razini    |
| Autentičnost i mir      | Lokalna tradicija, miran boravak, prirodna atmosfera, regionalna gastronomija              | Ruralna atmosfera, vinske konobe                        | Autentična ribarska i ruralna atmosfera             | Urbanija, veća fluktuacija                        | Veća dostupnost autentičnog ambijenta bez masovnog turizma              |
| Dostupnost prirode      | Prirodne atrakcije nadomak centra (Klek, Đulin ponor, Sabljaci)                            | Vinogradi blizu grada, tematske rute                    | Ruralni sadržaji na periferiji                      | Rijeke dostupne na urbanim punktovima             | Najbrža dostupnost planinske i prirodne ponude iz urbanog središta      |
| Tematska cjelovitost    | Programi, manifestacije, gastronomija i suvenirnica objedinjeni pod brendom bajke          | Eno-gastro manifestacije integrirane u vinski brend     | Ribolov, festivali i gastronomija oko Gacke         | Sport, manifestacije, grad i rijeke               | Dosljedna destinacijska orijentacija na bajke kroz više područja ponude |

*Izvor: obrada autora prema više izvora*

## Atrakcije susjednih destinacija

### Strateška analiza: atrakcije susjednih destinacija (100 km oko Ogulina) i prilike za Ogulin

**Nacionalni park Plitvička jezera (55 km):** najpoznatiji nacionalni park Hrvatske, masovno posjećen, visoki intenzitet jednodnevnih posjeta. **Risnjak i Sjeverni Velebit (60–85 km):** planinarska, outdoor i prirodna destinacija s razvijenom infrastrukturom za hodanje, biciklizam, zimu i edukaciju. **Bijele i Samarske stijene (25–40 km):** spektakularni krajolik za planinare i zaljubljenike u geomorfološke fenomene, uz izazovne staze i edukacije o flori i fauni. **Fužine i Gorski kotar (40 km):** seoski, sportski, jezerski i gastronomski turizam, velika popularnost kod domaćih i slovenskih gostiju. **Gradovi Karlovac, Slunj i Rastoke (45–60 km):** vodeni sadržaji, povijesne atrakcije, Rastoke kao „male Plitvice“, muzeji i edukacijski centri. **Otok Krk/Jadran (75–95 km):** more i povezivanje sa sezonskim pogledom na dulji boravak i kombinaciju planina, jezera, rijeka i morskih destinacija. **Mrežnica, Kupa, Dobra:** kajakarenje i biciklizam, ljetni kupališni sadržaji, sportsko-rekreacijski centri uz rijeku.

### Neiskorišteni turistički resursi Ogulina

Obuhvaćaju niz prirodnih, kulturnih i razvojnih potencijala koji još nisu valorizirani kroz održive proizvode, infrastrukturu ili brendiranje. Ključni neiskorišteni resursi navedeni su u nastavku.

**Prirodni resursi:** kanjon rijeke Dobre – višenamjenska šetnica, interpretacija mlinskih staza, *skywalk* projekti i prezentacija špiljskog sustava pod gradom tek se razvijaju i nisu komercijalizirani. Šmitovo jezero, Bistrac, Bukovnik, Zagorska Mrežnica – potencijal za *outdoor* aktivnosti i ribolovni turizam, ali bez uređenih sadržaja, turističke infrastrukture i promocije. **Bjelolasica i lokalna skijališta** – potencijal za razvoj zimskih i adrenalinskih sportova, ali infrastruktura i promocija nisu dovoljno razvijene. **Kulturni i povijesni resursi:** Frankopanski kaštel – značajan povijesni objekt, ali bez cjelovite multimedijalne interpretacije i kontinuiranih kulturno-turističkih programa. **Nematerijalna baština** (lokalne legende, zaboravljeni običaji, tradicija ruralnih naselja) – nedovoljno integrirana u tematske ture, manifestacije i edukativne projekte za goste. **Ruralna naselja i agroturizam** – slaba promocija izletničkih i iskustvenih proizvoda izvan samog grada, malo razvijenih programa OPG-ova za goste. **Infrastruktura,**

**razvoj i povezivanje:** neuređene biciklističke staze, povezivanje prirodnih atrakcija u *greenways* rute – mogućnost razvoja aktivnog i sportskog turizma, ali nedostaje infrastruktura i digitalno vođenje tura. **Potencijal „tranzitnog turizma“:** usmjeravanje putnika s autoceste A1 na produžene posjete, atrakcije i ponude, ali potrebne su dodatne promocije i usluge. **Digitalna interpretacija, virtualne ture i pametne infrastrukture za muzeje i turističke centre** – slabo razvijeni interaktivni sadržaji i digitalni marketing. Ogulin ima bogatstvo resursa, ali kapitalizacija navedenih potencijala zahtijeva sustavna ulaganja, inovacije i suradnju dionika na destinacijskoj razini. Najvažniji neiskorišteni resursi Ogulina su prirodna i kulturna bogatstva koja nisu potpuno integrirana ili interpretirana kroz suvremenu turističku ponudu, inovativne proizvode i strukture.

### Strateške prilike za Ogulin

**1. Pozicioniranje kao *hub* za regionalno istraživanje:** Ogulin je prometno idealno smješten (autocesta, pola puta Zagreb – Rijeka, blizina Plitvica, Gorskog kotara, mora), što može biti srž komunikacije: **„Ogulin – središte bajke i autentičnih planinskih/riječnih doživljaja, idealna baza za autentične izlete“**. Destinacijskim marketingom i suradnjom s agencijama/promotorskim platformama potrebno je nuditi višednevne tematske pakete: **Plitvice i bajkoviti Ogulin, Biciklistički raj** (Gorski kotar–Sabljaci–Klek), **„Od srca Hrvatske do mora“**, **„Istražite diva“ (za planinare po Kleku)**.

**2. Sinergija ponude s atrakcijama i temama koje Ogulin nadopunjuje:** *outdoor* i adrenalinski turizam: povezati ogulinske biciklističke, pješačke i penjačke rute s Bjelolasicom, Gorskim kotarom, Kupom/Mrežnicom, Bijelim stijenama i NP-om Risnjak. Eko i zeleni turizam: **Ogulin kao zavičaj ekološke proizvodnje**, lokalne hrane i doživljaja, dodatno obogaćen turama po OPG-ovima i posjetima srodnim ruralnim destinacijama.

**3. Razvoj proizvoda za produljenje boravka:** tematski kružni itinerari (sedam dana) koji uključuju „dva nacionalna parka, tri planine, jezera i rustikalne gradove“; organizirane transfer linije, *shuttle* i *bike-sharing* usluge prema NP-u, Bjelolasici, jezerskoj ruti – partnerstvo s iznajmljivačima, agencijama, lokalnim vodičima; *storytelling* i gamifikacija: povezivanje Ogulina s legendama i pričama susjednih destinacija (npr. Ruta bajki i zmajeva, Tajne voda i stijena).

**4. Korištenje autentičnog okruženja u pozicioniranju:** kombinacija planinskog, riječnog i bajkovitog identiteta Ogulina s jezerskim/planinskim motivima regije; razviti **slow tourism** paket: domaća hrana, kontakt s lokalnim ljudima, radionice starih zanata, *retreat* programi i *wellbeing*.

**5. Partnerstva i integrirani marketing:** umrežavanje s NP-om Plitvice, TZ-ima gradova Karlovac, Slunj, Fužine, Delnice, Krk; razvoj zajedničkih karata, popusta i itinerara, digitalne platforme za *booking* doživljaja; suradnja u međunarodnim projektima EU-a za povezanost i održivost (Interreg, prekogranične rute s Gorskim kotarom i Slovenijom).

### Potrebne aktivnosti

Prvi korak je kvalitetno postaviti u destinaciji turističke proizvode, pokrenuti promociju i nakon toga se krenuti povezivati sa sličnom ponudom slične kvalitete.

## 2.11. Izvješće o provedenoj analizi stanja destinacije

Provedena je detaljna analiza stanja turizma u destinaciji Ogulin koja je obuhvatila istraživanje turističke potražnje i ponude, resursne osnove, infrastrukture, organizacijskog okvira te stavova lokalnog stanovništva i gostiju. Analiza je provedena metodom istraživanja, statističke obrade podataka, terenske analize, anketnih upitnika i intervjua s ključnim dionicima te *benchmarking* analize s referentnim destinacijama.

Ključni nalazi ukazuju na snažan brend Ogulina kao „Zavičaja bajke“ s jasnom tematskom pozicijom, bogatom prirodnom i kulturnom baštinom te visokom razinom zadovoljstva gostiju i lokalnog stanovništva, uz izraženu sezonalnost turističkog prometa koncentriranu na srpanj i kolovoz. Glavni izazovi su nedovoljna iskorištenost turističkih resursa poput Kanjona rijeke Dobre, Đulinog ponora, Jezera Sabljaci, Bjelolasice, Kleka, Šmitovog jezera i Frankopanskog kaštela, nerazvijena cjelogodišnja manifestacijska ponuda, slaba gastronomska ponuda te neuređene biciklističke i pješačke staze.

SWOT analiza identificirala je kao ključne snage destinacije: jedinstveni bajkoviti brend, geografski položaj, planinu Klek, prirodne atrakcije (Đulin ponor, jezera) te jaku podršku lokalnog stanovništva, dok su kao glavni izazovi prepoznati nedostatak kvalitetnih ugostiteljskih objekata, izražena sezonalnost, nedovoljna prometna povezanost javnim prijevozom i neiskorišten potencijal kulturnih i prirodnih resursa.

*Benchmark* analiza s destinacijama Karlovac, Jastrebarsko i Otočac pokazala je da Ogulin ima jak i razvijen tematski identitet vezan uz bajke i *storytelling*, najvišu razinu edukativnog turizma kroz Ivaninu kuću bajke te najbolju dostupnost planinske i prirodne ponude iz urbanog središta, ali zaostaje u gastronomskoj prepoznatljivosti, raznolikosti smještajnih kapaciteta i integriranijoj *outdoor* ponudi.

Na temelju provedene analize utvrđeni su strateški pravci razvoja usmjereni na razvoj aktivnog turizma, jačanje gastronomske ponude kroz ogulinski kupus i lokalne proizvode, produljenje sezone, ulaganje u turističku infrastrukturu te transformaciju Ogulina u vodeću obiteljsku i dječju destinaciju u Hrvatskoj korištenjem jedinstvenog bajkovitog identiteta.

## 2.12. Potencijal za razvoj i podizanje kvalitete turističkih proizvoda

### Analiza i potencijali: Ogulin kao dječja i obiteljska destinacija

Tablica 53: Trenutno stanje dječjih i obiteljskih sadržaja

| Segment                            | Postojeće stanje Ogulin                                                                                                  | Nedostatak                                                                               | Potencijal razvoja                                                                                                                                      |
|------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Dječja igrališta i zabavni parkovi | Više urbanih igrališta u naseljima (centar, Puškarići, Sabljaci); manja, standardizirana, djelomično opremljena spravama | Ne postoji tematski zabavni park za djecu i obitelji; Ivanina kuća bajke nudi sadržaj.   | Velike zelene površine pogodne za izgradnju tematskog <i>outdoor</i> parka („Bajkoland“, „Park izumitelja“, obiteljska zona s interaktivnim sadržajima) |
| Edukativni centri za djecu         | Ivanina kuća bajke – profesionalni edukativni centar s multimedijalnim radionicama i kreativnim bajkaonicama; Muzej i    | Nedostatak STEM/znanstvenog centra, ekološke učionice na otvorenom, edukativnog ekoparka | Uspostava zabavno-znanstvenog centra, <i>outdoor</i> ekološke učionice, edukativnog parka čuda                                                          |

|                                              |                                                                                                                                                |                                                                                                     |                                                                                                                                                     |
|----------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                              | knjižnica nude povremene radionice                                                                                                             |                                                                                                     |                                                                                                                                                     |
| Programi za čuvanje djece i usluge dadilja   | Nema formalnog <i>baby</i> kluba ili organiziranih turističkih servisa za čuvanje djece tijekom sezone                                         | Nedostatak brendirane usluge i strukturirane edukacije                                              | Obiteljski klubovi                                                                                                                                  |
| Obiteljske aktivnosti, radionice i animacija | Organizirano uglavnom uz Festival bajke, Advent i nekoliko vikenda godišnje (radionice, kazalište, bajkaonice, sportske škole, izleti na Klek) | Ne postoji sustavni cjelogodišnji obiteljski program, tematski vikendi ili dnevni obiteljski paketi | „7 dana obiteljskih čuda“, <i>family escape park</i> , mini kazalište, <i>teambuilding</i> za obitelji, edukativne igre, tematske potrage kroz grad |

*Izvor: obrada autora na temelju više izvora, 2025.*

**Programi i usluge:** razviti jedinstveni Family Club s dnevnim radionicama, mini ljetovalištem za roditelje i djecu. Uspostaviti edukacijski ekopark vezan uz ogulinsko zelje, biodiverzitet, održivost te organizirane „male škole prirode“ i kulinarske radionice. **Stručni kadar i sigurnost:** uključiti i certificirati lokalne čuvare/animatore i dadilje. Osigurati nadzor i sigurnosne protokole na svim ključnim gradskim obiteljskim punktovima. **Inkluzivnost i pristupačnost:** igrališta, radionice i edukativni centri moraju biti potpuno pristupačni djeci s invaliditetom (prilagođene sprave, edukacija za inkluzivne radionice).

### **Mogući jedinstveni projekti za diferencijaciju na tržištu**

**Najveći bajkoviti *family* tematski park u RH** (prirodni materijali, bajkovita igrališta, *escape-room* za djecu, digitalno vođene potrage, produkcija novih priča). Cjelogodišnji **Family festival** koji nudi cjeloobiteljsku animaciju uz sport, gastro, edukaciju i avanturistički sadržaj. **Dječji *escape city*** – interaktivna ruta s digitalnim zadacima, puzzle-stanicama i pričama iz Ogulina. **Ekološki tematski park** – kombinacija botanike (ogulinsko zelje), kuhanja, *craft* radionica i edukativnih izleta. Obiteljski *retreat* vikendi – uključuju *wellness* zone za roditelje i iste programe/animaciju za djecu, tematski *family hiking* (Klek, Sabljaci).

**Izazovi:** **glavni izazov** je nedostatak sustava, educiranog kadra i investicija. Mogućnost brendiranja Ogulina kao „**najbolje destinacije za djecu i obitelji**“ u RH već do 2029. kroz projektni management, javnu i privatnu investiciju, edukaciju i suradnju s nacionalnim savezima, brend ambasadorima (umjetnici, pedagozi).

## Zaključak

Ogulin, oslanjajući se na bogatu bajkovitu tradiciju i sadašnje nositelje (Ivanina kuća bajke, parkovi, festivali), ima golemi potencijal za najjaču nacionalnu (i nišu europsku) destinaciju za djecu i obitelji. Ključ je u kvalitetnoj infrastrukturi, inovativnim tematskim sadržajima, profesionalizaciji programa i istinskoj inkluzivnosti svih generacija te aktivnom uključivanju roditelja, škola, lokalne zajednice i turističkog sektora u razvoj unikatnog, cjelogodišnjeg „bajkovitog Ogulina”.

Tablica 54: „Bajkoviti Ogulin” i razvoj talenata – kako spojiti 15 priča, vještine djece i rast posjetitelja + ugostiteljstva

| Tematska točka         | Glavni talent za djecu              | Metodika (45-min <i>micro-lesson</i> )          | Sezonski program                 | Kako privući goste u grad / ugostiteljstvo             |
|------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------------------|----------------------------------|--------------------------------------------------------|
| 1 Div Klek             | <b>Penjačka agilnost</b>            | mini škola <i>boulderinga</i> Step of the Giant | Ljetni penjački kamp             | trodnevni paket s večerom „Divovska juha” u centru.    |
| 2 Vještiji trail       | <b>Noćna orijentacija</b>           | čitanje karte + kompas                          | <i>Light-hike</i> (kolovoz)      | Noćni jelovnik „Vještčin kotao” (restoran).            |
| 3 Regoč i Kosjenka     | <b>Empatija i timski rad</b>        | igra „Div i patuljak” (slijepo povjerenje)      | Bajka-kolonija (travanj)         | Grupni ručak + radionica kolačića „Kosjenkine mrvice”. |
| 4 Jaglenac i Rutvica   | <b>Glazbena kreativnost</b>         | izrada zvončića od bambusa                      | Proljetni „Festival zvuka”       | Glazbene svirke u kafićima – povećan promet.           |
| 5 Šuma Striborova      | <b>Ekološka pismenost</b>           | lov na „nevidljive” štetočine – lupa AR         | Obiteljska tura (jesen)          | Paket „Ekoručak” s lokalnom hranom.                    |
| 6 Potjeh <i>escape</i> | <b>Kritičko mišljenje</b>           | 4 logička zadatka u kaštelu                     | Zimska <i>escape</i> liga        | Grupe s autobusima (škole); topli napici u centru.     |
| 7 Jagor <i>Night</i>   | <b>Astronomija</b>                  | mapiranje zvijezda <i>laser-pointerom</i>       | „Noć zvijezda” (siječanj)        | „Zvezdani meni” u pizzerijama.                         |
| 8 Palunko regata       | <b>Veslanje i sigurnost na vodi</b> | kajak ABC + vježba spašavanja                   | Lipanska regata                  | Izletničke <i>lunch-box</i> narudžbe.                  |
| 9 Zmaj Sabljaka        | <b>STEM – senzori vode</b>          | mjerjenje <i>turbidity</i> metrom               | Ljetni <i>aqua</i> -kamp         | <i>Beach</i> bar + <i>snack</i> kiosci uz jezero.      |
| 10 Vilinsko cvijeće    | <b>Botanika i pčelarstvo</b>        | izrada hotela za kukce                          | Dan oprašivača (svibanj)         | Degustacije meda u obiteljskim OPG-ovima.              |
| 11 Čudotvorni mlin     | <b>Fizika energije</b>              | kotač → LED osvjetljenje                        | Mlinarska subota (srpanj)        | Pekarski proizvodi „Bajkoviti kruh”.                   |
| 12 Lav gradskog grba   | <b>Street-art i dizajn</b>          | <i>grafitti master-class</i>                    | <i>Street-art</i> vikend (rujan) | Kafići nude „lav latte art”.                           |
| 13 Grozdana            | <b>Gastro-kultura</b>               | dječja berba                                    | Jesenska berba                   | Degustacije                                            |
| 14 Čarobna sezona      | <b>Fotografija i storytelling</b>   | fotosafari četiriju godišnjih doba              | Cjelogodišnja putovnica          | Gosti cirkuliraju cijele godine – punjenje kafića.     |
| 15 Đulin ponor VR      | <b>Geologija i VR</b>               | 3-D model ponora + naočale                      | STEM dan (studenj)               | Produljuje sezonu u zimskim mjesecima.                 |

Izvor: obrada autora na temelju više izvora, 2025.

Tablica 55: Standardi za ugostitelje i ponuđače (kvalitativni + kvantitativni)

| Kategorija                     | Minimalni standard                                            | Kako se provjerava               | Target 2027.                    |
|--------------------------------|---------------------------------------------------------------|----------------------------------|---------------------------------|
| <b>Tematski jelovnik</b>       | Min. 2 „bajkovite“ stavke (lokalno, priča na meniju)          | <i>Mystery-guest</i> + fotodokaz | 90 % objekata u centru          |
| <b>Lokalni sastojci</b>        | ≥ 30 % nabave iz Karlovačke žup.                              | Računi + IQM audit               | 50 % objekata                   |
| <b>Zero-waste plastika</b>     | Jednokratna plastika < 10 % potrošnje                         | Vaganje & računi                 | 100 % festivala/manifest.       |
| <b>Obiteljski kids welcome</b> | Stolici za bojanke + dječje stolice + <i>baby menu</i>        | Check-lista IQM Kids             | 80 % restorana                  |
| <b>Digitalna reputacija</b>    | Ocjena 4,2/5 + odgovori na 90 % recenzija                     | API (TrustYou/Google)            | Prosjek 4,5/5                   |
| <b>GSTC kompatibilnost</b>     | Izjava o održivosti + mjesečno praćenje CO <sub>2</sub> /gost | Dashboard                        | 5 objekata <i>best practice</i> |

Izvor: obrada autora na temelju više izvora, 2025.

**Spajanjem Ivaninih bajki i lokalnih mitova** grad dobiva 15 jednoznačnih „priča-atrakcija“. Svaka razvija specifičan **talent** kod djece, ima jasno **sezonsko obilježje** i direktno potiče **potrošnju u gradu**. Standardizirani ugostiteljski okvir (tematski jelovnik, lokalni sastojci, *kids-friendly*, *zero-waste*, digitalna reputacija) osigurava **kvalitativni skok** i mjerljiv rast prometa.

Tablica 56: Kako „Bajkoviti Ogulin 365“ pretvaramo u lokalni lanac vrijednosti (kupovina stolarije, opreme za dvorišta, proizvodi OPG-ova, najam sportskih sadržaja ...)

| Faza lanca                                                                            | Što kupujemo ili nudimo                             |
|---------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|
| <b>1. Infrastruktura od drva</b> • skulpture, infototemi, <i>adventure playground</i> | lokalni stolari i drvni OPG-ovi (Drežnica, Jasenak) |
| <b>2. Oprema za dvorišta</b> • klupe, stolovi, dječje kućice                          | školski praktikum stolarskog smjera + male tvrtke   |
| <b>3. OPG proizvodi</b> • med, sokovi, sir, suveniri                                  | 15 registriranih OPG-ova u 30 km radijusu           |
| <b>4. Ugostitelji</b> – bajkoviti jelovnik                                            | restorani u gradu                                   |
| <b>5. Sportska oprema &amp; najam</b> • kajaci, bicikli, <i>giant-step</i> sprave     | sportska udruga, 2 <i>rent-a-bike</i> obrta         |
| <b>6. Edukativni suveniri</b> • bojanke, drveni pečati, AR-karte                      | lokalni grafičari + CNC obrti                       |

Izvor: obrada autora na temelju više izvora, 2025.

Tablica 57: „Ogulin – grad živih bajki Ivane Brlić Mažuranić”

| Mjesečni/tematski ciklus                                        | Lokacija/nositelj            | Bajka + mikromotiv                                     | Jednostavna aktivnost (0–€)                                                                                                                       | Kako se uključuju dionici                                                                                                            |
|-----------------------------------------------------------------|------------------------------|--------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Siječanj – „Šuma Striborova” zimska staza</b>                | Šetnica uz Dobr(u) + PD Klek | „A zimska noć duga i šuma snježna...” (uvod)           | LED lampice + drveni putokazi s citatima → večernje obiteljsko pješačenje; na 3 infotable QR kod za audiopriču (snime učenici iz Ogulina).        | Planinari (postave markacije), OŠ Turanj (snimaju audio), TZ oglašava.                                                               |
| <b>Veljača – “Regoč i Kosjenka” karneval</b>                    | Trg (maškare)                | Regoč (div s jednim okom), Kosjenka (vilin-djevojčica) | Maskota visoka 3 m od kartona + djeca nose „skriveno oko” (zatvarač) → edukacija o drugosti i prihvaćanju.                                        | DV „Bajka” izrađuje kostime, Obrtnička škola kartonsku lutku, ugostitelji nude „Regoč burger” (mega porcija) i “Kosjenkin smoothie”. |
| <b>Ožujak – „Jagor - noć čitanja”</b>                           | Gradska knjižnica            | “Slušaj Jagore, ne bude li mila i dobra...”            | 20–23 h maraton čitanja, svatko 5 min; <i>livestream</i> na FB. Svaki čitač dobije „zlatnu granu” (sprejom obojena grančica).                     | Knjižnica vodi, srednjoškolci tehnička podrška, lokalni portal prenosi.                                                              |
| <b>Travanj – „Čudnovate zgode šegrta Hlapića” bicikl-ralica</b> | Biciklistička ruta Sabljaci  | Hlapićevo putovanje                                    | Mala drvena oznaka „Hlapić + Gita” svakih 1 km; zadatak: fotkaj 5 oznaka = besplatni sok u kafiću. QR kod otvara mini strip (crta likovna škola). | BK Sabljaci održava stazu, kafići nagrađuju, učenici crtaju.                                                                         |

|                                                                    |                                                                 |                                                 |                                                                                                                         |                                                                  |
|--------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|
| <b>Svibanj – „Priče iz davnine“ graffiti jam</b>                   | Željeznički most                                                | Likovi: Stribor, Malik Tintilinić, Potjeh       | Zid za crtanje; svaka bajka dobije 3-metarsku scenu.                                                                    | <i>Graffiti</i> udruga vodi, grad osigura zid, sponzor sprejeve. |
| <b>Lipanj – Ivanin rođendan (18. 6.) „Vilinska šetnja“</b>         | Stari grad                                                      | “I bilo je to u davna, vilinska doba...”        | 4 glumice u vilinskim krilima šapuću citate posjetiteljima.                                                             | Studentski zbor; TZ tiskanje letka s mapom citata.               |
| <b>Srpanj – „Sunčanica“ kino na vodi</b>                           | Ponton na Sabljacima                                            | Sunčanica (žuta odjeća, vlažne oči)             | Barkice + projektor → <i>open-air</i> projekcija kratkog animiranog filma o Sunčanici + radionica ukrašavanja lampiona. | Kajak klub razapinje platno, Turistička zajednica - lampioni.    |
| <b>Kolovoz – „Topla staklena Mjesečina“ jazz večeri</b>            | Trg Petra Stipetića                                             | Citat: “Kad Mjesečina zasja kao kroz staklo...” | Lokalni <i>caffe</i> -barovi ugase rasvjetu 22–23 h, gore samo bijeli lampioni; duo svira tihi jazz.                    | Ugostitelji i glazbena škola.                                    |
| <b>Rujan – „Basna o ribaru i ribici“ ekoakcija</b>                 | Koranski rukavac                                                | Zlatna ribica                                   | Djeca ribiči skupljaju otpad, svatko ubaci „želju“ u papirnatu ribicu – izložba želja, a ujedno i ekoakcija.            | Ribički klub + DV.                                               |
| <b>Listopad – „Bratac Jaglenac i sestra Rutvica“ vinski vikend</b> | Vinarije, proizvođači rakija, likera, poljoprivrednih proizvoda | Jaglenac (žir) – Rutvica (cvijet)               | OPG-ovi nude menu: juha od žireva + vino Rutvica (rose). Kostimirana šetnja Jaglenca/Rutvice selima.                    | Vinarije i KUD-ovi, bez dodatnih troškova.                       |
| <b>Studeni – „Lutonar lutak“ Dan radionica reciklaže</b>           | Tehnička škola                                                  | Lutonar (majstor lutaka)                        | 1-dnevna radionica: iz otpada napravi lutku; izložba u izlogu Muzeja.                                                   | Škola + Muzej [[osiguraju prostor i LED svjetla]].               |

|                                                                |                 |                             |                                                        |                                                                             |
|----------------------------------------------------------------|-----------------|-----------------------------|--------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|
| <b>Prosinac – „Srce od kralja svih rijeka” adventski trail</b> | Adventski sajam | “Gdje se rijeke sastaju...” | Skupljaju se pečati „moći” – dobiva se srce od kolača. | Obrtnici pečate, TZ printa knjižicu, ostali dionici se kreativno uključuju. |
|----------------------------------------------------------------|-----------------|-----------------------------|--------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|

*Izvor: obrada autora na temelju više izvora, 2025.*

Tablica 58: Biciklizam, pješačke i planinarske staze

| Element                              | Opis mjere/akcije                                                                                                             | Nositelji i partneri                                     | Ciljana skupina                          | Plan implementacije                                                                         |
|--------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Biciklističke i pješačke rute</b> | Mapiranje, digitalizacija i označavanje biciklističkih, pješačkih i planinarskih staza; kartografska aplikacija s navigacijom | TZ, Grad, biciklistički klubovi, Gorski kotar, Slovenija | Aktivne obitelji, <i>outdoor</i> turisti | Razvoj GPS itinerara, nova signalizacija, povezivanje s prekograničnim projektima Interrega |
| <b>Popusti i itinerari</b>           | Paket-ponude za bicikliste i planinare (ulaznice, gastro popusti, vođene ture); digitalni <i>city/outdoor pass</i>            | TZ, ugostitelji, bike/planinarske udruge                 | Obitelji, <i>outdoor</i> turisti         | Izrada i integracija popusta u digitalnu platformu i promotivne kanale                      |
| <b>Digitalna platforma</b>           | Centralizirani sustav za <i>booking outdoor</i> doživljaja, vođenih tura, edukativnih radionica i najam opreme                | TZ, IT partneri, vodiči, animatori                       | Turisti, domaći gosti                    | Lansiranje aplikacije, AR/VR sadržaja, integracija rute i kalendara aktivnosti              |
| <b>Suradnja EU projekti</b>          | Uključenje u međunarodne projekte (Interreg, prekogranične rute s Gorskim kotarom, Slovenijom) za održivost i povezivost      | TZ, Grad, regionalni partneri, EU projektni timovi       | Ciljane skupine iz regije/Europe         | Kroz projektne prijave, tematsko umrežavanje, transfer <i>know-howa</i>                     |

*Izvor: Turistička zajednica grada Ogulina*

Tablica 59: Valorizacija jezera Sabljaci

| Element                   | Opis mjere/akcije                                                                     | Razvojni potencijal                                                                                | Prioritetne aktivnosti                                        |
|---------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|
| <b>Outdoor aktivnosti</b> | Ribolov, veslanje, jedrenje na dasci, plivanje, biciklizam, regate, zimske aktivnosti | Razvoj sportskog i rekreacijskog turizma, pozicioniranje Sabljaka kao centra <i>outdoor</i> ponude | Uređenje pristupnih zona, planiranje manifestacija, marketing |

|                                 |                                                                                      |                                                                                           |                                                                     |
|---------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|
| <b>Infrastruktura</b>           | Postoje autokampovi, privatni smještaj, <i>limited</i> ugostiteljske usluge          | Izgradnja dodatne infrastrukture: uređene plaže, bike i pješačke staze, sanitarni čvorovi | Provedba urbanističkog plana, ulaganje u održivu infrastrukturu     |
| <b>Digital i interpretacija</b> | Nove interaktivne karte, digitalni vodiči, virtualni sadržaji, <i>booking</i> regata | Digitalizacija i centralizacija informacija, edukacija posjetitelja o očuvanju ekosustava | Razvoj aplikacije, virtualni vodiči, QR punktovi za informiranje    |
| <b>Ekološki aspekt</b>          | Očuvanje kvalitete vode, ograničenje devastirajućih aktivnosti, edukacija            | Dugoročna održivost i brendiranje „zelenog jezera“                                        | Edukativne radionice, monitoring ekosustava, suradnja s ekoudrugama |

*Izvor: Turistička zajednica grada Ogulina*

Tablica 60: Valorizacija Bjelolasice

| Element                                 | Opis mjere/akcije                                                                                              | Razvojni potencijal                                                              | Prioritetne aktivnosti                                                             |
|-----------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Zimski i ljetni turizam</b>          | Oživljavanje bivšeg skijališta (Bjelolasica), raznolikost planinarskih, biciklističkih i rekreativnih sadržaja | Cjelogodišnja turistička sezona, sportski kampovi, <i>outdoor event</i> i        | Revitalizacija skijališta, tematski festivali, ekoplaninarski vodiči               |
| <b>Mreža outdoor doživljaja</b>         | Organizirane ture, sportske manifestacije (trčanje, <i>bike</i> , <i>hiking</i> , <i>cross-country</i> itd.)   | Regionalni <i>outdoor</i> centar, atraktivnost za rekreativni i sportski turizam | Umrežavanje s EU projektima (npr. Interreg), promoviranje Bjelolasica Active Parka |
| <b>Ekološka valorizacija</b>            | Razvoj interpretacijskih staza, edukacija o bioraznolikosti, interpretacijski centar                           | Edukacijski turizam, pojačana zaštita prirodnih vrijednosti                      | Edukativni centri, tematske staze, digitalno vođene rute                           |
| <b>Kulturno-manifestacijski program</b> | Povezivanje lokalnih OPG-ova, <i>craft</i> proizvoda, tradicije; manifestacije (krumpirijada, spoj blagdana)   | Jačanje ruralnog i kulturnog turizma, razvoj autentične ponude                   | Godišnje manifestacije, suradnja s lokalnom i regionalnom zajednicom               |

*Izvor: Turistička zajednica grada Ogulina*

Ostvarenje strateških projekata, intenziviranje profesionalnog marketinga i implementacija edukacija iz područja gastronomije rezultirali bi transformacijom Ogulina u jedan od najdinamičnijih i najinovativnijih turističkih centara kontinentalne Hrvatske do 2029. godine.

## Vizija Ogulina 2029.

**Ogulin 2029. pozicioniran je kao multifunkcionalna destinacija s prepoznatljivim brendom, konkurentskim proizvodima i inovativnom ponudom, specijaliziran za obiteljski turizam, *outdoor* i baštinu, oslanjajući se na održivost i visoku razinu kvalitete usluge.**

Ogulin se afirmira kao nacionalni i europski centar tematskog turizma (bajke), *outdoor* aktivnosti, vodenih sportova te planinskog turizma, s visoko segmentiranim proizvodima za obitelji, avanturiste, školske grupe i gurmane. Implementira se destinacijsko upravljanje (DMO) temeljem modela najbolje prakse, s jasnom podjelom nositelja: destinacijska organizacija, javno-privatna partnerstva, certificirani animatori i edukatori. Marketinški i digitalni stožeri koordiniraju cjelogodišnje kampanje, koristeći inovativne alate (AR/VR vodiči, *booking* platforme, digitalni *city* i *adventure pass*), što rezultira povećanjem vidljivosti i međunarodne prepoznatljivosti destinacije. Razvoj gastro scene kroz strukturane edukacije, suradnju s renomiranim *chefovima* i OPG-ovima te organizaciju autentičnih festivala hrane, pozicionira Ogulin kao gastronomsku mikrodestinaciju u Hrvatskoj. Proizvodi Sabljaci i Bjelolasica integrirani su u strategiju cjelogodišnjeg turizma (sportski, edukativni, *wellness* programi), s naglaskom na održivu infrastrukturu i ekološke standarde. Uključivost i inkluzivnost usmjerene su prema kreiranju programa za sve dobne skupine i osobe s invaliditetom, sa stručno educiranim kadrom i pristupačnim prostorima.

## Ogulin – destinacija jedinstvenih proizvoda, zajedničkog stvaranja i doživljaja

### 1. BAJKOLAND OGULIN – prva stvarna „Zavičaj bajke” destinacija u Europi

Ogulin postaje jedino mjesto gdje se cijeli grad i priroda pretvaraju u bajkoviti svijet s interaktivnim parkovima, digitalnim *escape room* rutama i živim animatorima. **Zamišlja se Bajkoland** – ogroman otvoreni park s likovima Ivaninih bajki, kućicama na drveću, dvorcima za igru i čarobnom stazom kroz koju vodi digitalni vodič i pričom uživo.

### 2. BAJKOVITI FESTIVAL ZELJA I MASNICE – Gastro/etno spektakl

Tematska jesenja i proljetna manifestacija gdje cijeli grad i okolica žive za „tjedan zelja i masnice”. Ogulinci otvaraju svoja dvorišta, OPG-ovi sudjeluju u natjecanju za najbolju sarmu, masnicu i

originalnu lokalnu kuhinju. Događanje uključuje berbe, dječju kuharsku akademiju, vođene gastro-ture po kućama i OPG-ovima, kuhanje starih jela. Sudjeluju svi poljoprivrednici, obrtnici, lokalne škole/vrtići (djeca sudjeluju), ženske udruge, *chefovi*, iznajmljivači/smještaj, TZ i udruge za promociju.

### **3. BAJKOVITI OUTDOOR**

Sabljaci i Klek postaju regionalni centar za bajkoviti *outdoor*: biciklistički i planinarski centar, nova *family zipline* staza, *adventure* park (snježni i ljetni), *family hiking* i vikend *escape* kombinacije. Sve je prožeto pričom o Ogulinu – uključuju se vodiči, sportaši i udruge. Multisezonalnost (proljeće, ljeto, jesen, zima), optimalna popunjenost smještaja, rast dnevne i tjedne potrošnje.

### **4. INKLUZIVNI I PRISTUPAČNI TURIZAM – grad za svu djecu i odrasle!**

Ogulin prvi u RH uvodi pristupačne obiteljske parkove, glazbeni park za djecu s teškoćama, interaktivne infoploče za slabovidne, male vodiče na znakovnom jeziku. Gosti dolaze ciljano upravo zbog provjerene sigurnosti, topline i raznolikosti; grad je *benchmark* u središnjoj Europi.

### **5. OGULIN – GRAD ŽIVIH PRIČA I ZAJEDNIČKOG STVARANJA**

Stanovnici, djeca, škole, roditelji, OPG-ovi i kreativci glavne su „zvijezde“ svakog proizvoda: gosti ne dolaze promatrati, već zajedno s domaćima stvaraju, kuhaju, sviraju i istražuju – od „bajkaonice“ pod kestenima, kuharske radionice na ogulinskom trgu, zajedničkog večernjeg *storytellinga* uz rijeku, do sudjelovanja u žetvi i pravljenja masnice sa stvarnim bakama i djedovima.

### **6. BIKILIRAJ KROZ OGULINSKE PRIČE – OG CikloAvantura**

Ogulin razvija ciklus tematskih biciklističkih tura koje spajaju prirodu, legende i domaće okuse. Svaka ruta nosi bajkovito ime (Staza Đulin ponor, Klekova čarolija, Ruta ogulinskog zelja), vodi kroz predjele rijeke Dobre, živopisna sela i tajne ogulinskih šuma, uz posjete OPG-ovima koji nude degustacije i prodaje domaćih proizvoda.

### **7. KLEKOVO PLANINARSKO KRALJEVSTVO**

Višednevne obiteljske i edukativne ekspedicije na Klek: dan započinje tragom vještica – vodič, lokalni pripovjedač, penjanje s planinarskim društvom, učenje čitanja markacija, fotografiranje bilja

i životinja. Za najmlađe Mala škola planinarenja uz edukaciju o sigurnosti, ekologiji i osnovama orijentacije. Planinarsko društvo, baka-vodiči, nastavnici biologije, mentori za STEM i lokalna ugostiteljska scena uključeni su kao nositelji.

## **8. TAJNE BILJNIH ČAROLIJA**

Uz stručnjake organiziraju se vođene ture „Upoznaj 10 jestivih bajkovitih biljaka“. Djeca i odrasli skupljaju biljke, uče kako napraviti domaći čaj, prirodnu tinkturu ili sapun. Sudjeluju udruge žena, eko OPG-ovi, škole, botaničari, radionice u prirodi (i aktivnosti za osobe s invaliditetom).

## **9. RIBE, RIJEKE I PRIČE**

Dan s ribičima „na vodi“: jutarnji odlazak na Sabljake, upoznavanje vrsta riba, ribolovni izazov, praćenje života uz obalu, „škola vezanja udica“, a za djecu mini takmičenje. U pauzi posjet ribičkom muzeju uz kušanje lokalnog fiša i pečenih krumpira. Za ekološki osviještene grupe – čišćenje obale i predavanje o zaštiti vodenih ekosustava. Sudjeluju ribički klub, škole, TZ-ovi, ekološke udruge, studenti biologije.

## **10. ZELENi PRSTI – Sam o(p)guli pravo povrće!**

Radionice „Ekovrtlarstva za male i velike“ – svako dijete (i roditelj) dobije gredicu na OPG-u, zajedno uče kako posijati i saditi zelje, krumpir, buče. Prate se sve faze sadnje do berbe i pripreme tradicionalnih jela. Sudjeluju svi OPG-ovi u okolici, lokalne škole, udruge ekologa i roditelja.

## **11. VODENI DAN NA SABLJACIMA – Otkrij tajnu jezera!**

Obiteljski dan na Sabljacima – plovidba čamcima, SUP-om, osnove veslanja za djecu, edukativna staza o vodenim biljkama i pticama, vodeni *escape room* u suradnji s HGSS-om i ribičima. Dan završava piknikom i pričama o vodenim bićima iz ogulinskih bajki. Uključeni: kajak/SUP-klub, ribiči, ugostitelji i TZ te animatori iz Ivanine kuće bajke.

## **12. „RASTI UZ OGULIN“ – cjelogodišnje volontiranje i *learning by doing* turizam**

Škole i turisti kroz godinu sudjeluju u sadnji drveća, obnovi starih staza, uređivanju parkova, obnovi kućica na drvetu, stvaranju urbanih vrtova ili oslikavanju murala s bajkovitim motivima,

pod mentorstvom ogulinskih kreativaca i starijih sugrađana. Efekti: razvija se osjećaj pripadnosti, destinacija živi 365 dana, a svi gosti su istinski sukreatori Ogulina.

### **13. ZIMNICA IZ BAJKE – OGULINSKA FESTIVALSKA RADIONICA**

Krajem ljeta i početkom jeseni, dvorišta OPG-ova, gradski trgovi i školskih kuhinja pretvaraju se u veliku, mirisnu radionicu. Gosti, lokalni stanovnici, djeca i bake rame uz rame biraju šljive, jabuke, povrće i bobice pa ih ljube, peru, režu, ukuhavaju i pune staklenke. Sudjeluju: udruge žena, OPG-ovi, volonteri, osnovne i srednje škole, hoteli i apartmani koji nude „domaći doručak iz staklenke“, TZ-ovi i lokalni mediji koji bilježe zvuke i mirise „Zimnice iz bajke“.

Gosti odlaze sa staklenkama svoje zimnice, a svi proizvodi nose zajedničku etiketu „Bajkovita zimnica iz srca Ogulina“. Kroz otvorene dane zimnice moguće je *bookirati* obiteljske vikende s radionicama kuhanja, večernjim *storytellingom*, pjesmom i zabavom. Marketinški potencijal: Ogulin dobiva jedinstveni jesenski produkt koji motivira dolazak izvan sezone, budi osjećaj zajedništva, prenosi kulinarsku i etno tradiciju, pomaže OPG-ovima i udrugama ženâ te stvara sadržaj vrijedan viralne promocije. Gosti odlaze obogaćeni znanjem, proizvodima i osjećajem da su postali dijelom ogulinske zajednice.

### **14. MEDENI OGULIN – PČELARSKI DOŽIVLJAJI I ŠKOLA PRIRODE**

Ogulin otvara vrata medene destinacije kroz godinu, a osobito u proljeće i ljeto, kad cvjetaju livade, pčelari iz obližnjih sela otvaraju svoja dvorišta, pčelinjake, ali i srca gostima. Djeca i odrasli postaju „mali pčelari“ na jedan dan: oblače zaštitna odijela, uz stručno vodstvo razgledavaju košnice, upoznaju matice, uče kako izgledaju radilice i trutovi. Na kraju programa sami vade saće, cijede med, pakiraju ga u staklenke s posebnom etiketom (**Med iz bajke – Ogulin**).

Pčelari i članovi udruga održavaju Školu meda – radionice o oprašivanju, važnosti bioraznolikosti, ekološkoj ravnoteži i prijetnjama pčelama. Djeca uče izrađivati pčelarsku opremu, crtati život pčele i sudjelovati u kvizovima znanja. Organiziraju se degustacije raznih vrsta meda i propolisa te kreativne radionice izrade balzama za usne i sapuna od voska.

Ne sudjeluju samo pčelari – uključene su škole (edukacijske ekskurzije), udruge žena (medenjaci, kolači i stare medene slastice), ljubitelji prirode i botaničari (biljni medonosni vrt, oprašivačka

staza). Suvenirnice, hoteli i privatni iznajmljivači nude medeni doručak, a marketinški Mjesec pčela ciljano privlači goste.

Jedinstveni proizvod, potpuno uklopljen u izvornu, eko i *slow* filozofiju Ogulina, izniman je motiv za škole, obitelji, gurmane, domaće i strane goste, s golemim potencijalom viralnog marketinga.

*Ogulin: Destinacija koju ne posjetiš samo jednom – nego joj se vraćaš zbog ljudi, autentičnih doživljaja i osjećaja zajedništva. U Ogulinu svoju bajku živi nezaboravno i originalno!*

## 3. Pokazatelji održivosti

### 3.1. Metodologija prikupljanja

Metodologija prikupljanja pokazatelja za Plan upravljanja destinacijom određena je Smjericama i Pravilnikom Ministarstva turizma i sporta (NN 112/2024) te se temelji na načelu integriranog i dokazima utemeljenog planiranja. Podaci za izračun pokazatelja održivosti i prihvatnog kapaciteta prikupljaju se iz službenih statističkih baza, registara javnih tijela i lokalnih evidencija, uz dopunu primarnim istraživanjima. U prvoj fazi provodi se analiza dostupnih kvantitativnih i kvalitativnih izvora, nakon čega slijedi unificirano prikupljanje i obrada podataka putem integriranog informacijskog sustava turizma. Pokazatelji su razvrstani na obvezne (ekonomske, ekološke i društvene) i specifične (karakteristične za destinaciju), a njihovo praćenje provodi se kontinuirano radi procjene učinaka i pravovremenog upravljanja razvojem. Time se osigurava transparentnost i mogućnost evaluacije održivosti u skladu s nacionalnim standardima i međunarodnim preporukama za upravljanje destinacijom.

### 3.2. Analiza prikupljenih podataka

Materijali za izradu Plana upravljanja destinacijom Ogulin prikupljeni su kroz sveobuhvatan i participativan proces koji je obuhvatio više komplementarnih izvora. U početnoj fazi provedena je analiza postojećih strateških dokumenata, statističkih baza i stručnih studija vezanih uz turizam, gospodarstvo, prostor i okoliš grada. Ključni dionici iz turističkog, kulturnog i javnog sektora sudjelovali su u fokus-grupama, radionicama i konzultacijama radi prikupljanja mišljenja i prioriteta razvoja. Usto, provedena su terenska opažanja, kartiranje resursa te istraživanja među stanovnicima i posjetiteljima o percepciji turizma i kvaliteti života. Svi prikupljeni podaci objedinjeni su i analizirani kako bi se osigurala činjenična podloga za definiranje strateških ciljeva i mjera Plana upravljanja Ogulinom.

### 3.3. Praćenje održivosti

Održivost Ogulina temelji se u budućnosti na međunarodno priznatim standardima upravljanja turizmom poput GSTC-a, ETIS-a i europskih ekoloških certifikata, pri čemu se teži ravnoteži između razvoja turizma, očuvanja okoliša, društvene odgovornosti i sigurnosti. Ako se Ogulin pozicionira kao odredište za obitelji s djecom i sportaše, ključno je sustavno pratiti specifične pokazatelje održivosti i sigurnosti – od kvalitete i pristupačnosti infrastrukture do brzine odgovora službi na terenu. Uspostavom jasnih protokola i konstantnim mjerenjem zadovoljstva i sigurnosti gostiju, destinacija ne samo da ispunjava europske i globalne standarde već i gradi povjerenje kod roditelja i sportskih organizacija. Sigurnost, čist okoliš i edukacija korisnika učinit će Ogulin prepoznatljivim kao odgovornu i poželjnu destinaciju za najzahtjevnije goste. Takva integracija održivosti i sigurnosti ključna je za dugoročni uspjeh i diferencijaciju na tržištu.

Tablica 61: Obvezni pokazatelji održivosti koji mjere utjecaj turizma na društvene aspekte održivosti

| <b>Područje održivosti : 1. OBVEZNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI KOJI MJERE UTJECAJ TURIZMA NA DRUŠTVENE ASPEKTE ODRŽIVOSTI</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Kod pokazatelja / tematsko područje 1.1. Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom</b>                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>Pokazatelj</b>                                                                                                         | <b>Rezultat:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| 1.1.1.ZL-1 Broj turističkih noćenja na stotinu stalnih stanovnika u vrhu turističke sezone                                | Broj turističkih noćenja na stotinu stalnih stanovnika u vrhu turističke sezone iznosi 0,07 na 100 stanovnika, s obzirom na 8.987 noćenja u vršnom mjesecu i 12.246 stalnih stanovnika.                                                                                                                                                            |
| 1.1.2. ZL-2 Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom                                                                   | Udio stanovništva s koristi od turizma: 11,78% (glavni + dodatni prihod).<br>Udio stanovništva bez koristi od turizma: 88,22%.<br>Opći udio zadovoljnih razvojem turizma (sve skupine, ocjene 4 i 5): 44,54%.                                                                                                                                      |
| <b>Kod pokazatelja / tematsko područje 1.2. Zadovoljstvo turista i jednodnevnih posjetitelja destinacijom</b>             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| 1.2.1. ZT-1 Zadovoljstvo cjelokupnim boravkom u destinaciji                                                               | U Ogulinu je prema najčešćoj općoj ocjeni zadovoljstva "cjelokupnim boravkom u destinaciji" na ljestvici od 1 do 7, 41,05% ispitanika dalo najvišu ocjenu 7 (potpuno zadovoljan), a još 22,63% ocjenu 6, i 23,68% ocjenu 5. Ukupno 87,36% ispitanika koji su zadovoljni turizmom u destinaciji (ocjena zadovoljstva 5 ili više na ljestvici do 7). |

|                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.3.1 PD-1 Udio atrakcija (lokaliteta) pristupačnih osobama s invaliditetom                                                     | Nema točnog podatka.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| 1.4.1. SD-1 Broj organiziranih turističkih ambulanti                                                                            | Nije potrebno, bolnica je u gradu.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <b>Područje održivosti : 2. OBVEZNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI KOJI MJERE UTJECAJ TURIZMA NA OKOLIŠNE ASPEKTE ODRŽIVOSTI</b>        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <b>Kod pokazatelja / tematsko područje: 2.1. Upravljanje vodnim resursima</b>                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| 2.1.1. UVR-1 Omjer potrošnje vode po turističkom noćenju u odnosu na prosječnu potrošnju vode po stalnom stanovniku destinacije | ukupna potrošnja vode u mjesecu s najvećim brojem noćenja bila 59.000 m <sup>3</sup> , prosječna dnevna potrošnja po stanovniku ostaje oko 0,153 m <sup>3</sup> , a prosječna potrošnja po turističkom noćenju iznosila bi 0,111 m <sup>3</sup> . Omjer potrošnje vode po turističkom noćenju u odnosu na prosječnu dnevnu potrošnju stanovnika tada bi bio 0,72, što je umjereno nisko i sugerira racionalnu ili prosječnu potrošnju turista u odnosu na lokalne navike.                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| 2.2.1. Količine komunalnog otpada nastale po noćenju turista i količine otpada koje generira stanovništvo u destinaciji (tone)  | Kada uzmemo u obzir 1.455 noćenja u mjesecu s najmanje noćenja i 9.030 noćenja u vršnom mjesecu, prosječna dnevna količina komunalnog otpada po stanovniku iznosi 0,00060 tona, a višak otpada po turističkom noćenju iznosi 0,00436 tona. Omjer količine otpada generirane po turističkom noćenju u odnosu na dnevnu količinu otpada po stanovniku tada iznosi <b>7,28</b> , što znači da turist po noćenju generira oko 7 puta više otpada nego što stanovnik generira po danu u mjesecu izvan sezone<br>Veljača 2024. - 205,24 t otpada<br>Kolovoz 2024. - 244,58 t otpada                                                                                                                                                                            |
| <b>Kod pokazatelja / tematsko područje: 2.3. Zaštita bioraznolikosti</b>                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| 2.3.1. BR-1 Udio zaštićenih područja u destinaciji u ukupnoj površini destinacije (ukupno i pojedinačno po kategoriji zaštite)  | <p>Udio zaštićenih područja u ukupnoj površini Grada Ogulina može se izračunati na temelju identificiranih područja zaštite i ukupne površine destinacije. Grad Ogulin obuhvaća ukupno 534,34 km<sup>2</sup>. Najvažnije zaštićeno područje je ekološka mreža NATURA 2000, tzv. Ogulinsko-plašćansko područje, koje zauzima 33.109,34 ha (331,09 km<sup>2</sup>), što je oko 62% ukupne površine Grada Ogulina. Uz to, unutar područja postoje još strogi rezervati i značajni krajobrazi, kao što su rezervat Bijele i Samarske stijene te značajni krajobraz Klek.</p> <p>Pregled po kategorijama zaštite<br/>Ekološka mreža NATURA 2000 (Ogulinsko-plašćansko područje, HR2000592): 331,09 km<sup>2</sup>, što je oko 62% površine Grada Ogulina.</p> |

|                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                     |               |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|---------------|
|                                                                                                                                        | <p>Strogi rezervat (Bijele i Samarske stijene): nalazi se na teritoriju grada, no većina površine pripada susjednim općinama; precizna površina unutar Ogulina nije javno dostupna iz standardnih izvora.</p> <p>Značajni krajobraz (Klek): površine unutar Grada Ogulina variraju ovisno o izvoru i nisu specificirane u izvadcima, ali značajan dio planine Klek ulazi u ovu kategoriju.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                     |               |
| 2.4.1. UEN-1 Omjer potrošnje električne energije po turističkom noćenju u odnosu na potrošnju električne energije stalnog stanovništva | <p>Prema unesenim podacima, prosječna dnevna potrošnja električne energije po stanovniku iznosi 4,77 kWh, dok je višak (odnosno razlika) potrošnje po turističkom noćenju negativna i iznosi -137,6 kWh po noćenju. Omjer potrošnje turističkog noćenja prema prosjeku stanovnika iznosi -28,86, što je negativno i u praksi nije moguće. Negativan omjer i pad potrošnje električne energije u mjesecu s više noćenja u odnosu na veljaču rezultat je činjenice da je zimska potrošnja u veljači znatno veća zbog grijanja, bez obzira na broj turista. U sezoni kada su temperature više, ukupna potrošnja opada, što može prikriti i premašiti porast uzrokovan turistima.</p> |                                                     |               |
| <b>Kod pokazatelja / tematsko područje: 2.5. Ublažavanje i prilagodba klimatskim promjenama</b>                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                     |               |
| 2.5.1. UPK-1 Uspostavljen sustav za prilagodbu klimatskim promjenama i procjenu rizika                                                 | Da                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                     |               |
| <b>Područje održivosti: 3. OBVEZNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI KOJI MJERE UTJECAJ TURIZMA NA EKONOMSKE ASPEKTE ODRŽIVOSTI</b>               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                     |               |
| <b>Kod pokazatelja / tematsko područje: 3.1. Turistički promet</b>                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                     |               |
| 3.1.1. Ukupan broj dolazaka turista u mjesecu s najvećim opterećenjem                                                                  | ekonomski                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | TP-1 – turistički promet                            | 5743          |
| 3.1.2. Prosječna duljina boravka turista u destinaciji                                                                                 | ekonomski                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | TP-2 – turistički promet                            | 1,66          |
| <b>Kod pokazatelja / tematsko područje: 3.2. Poslovanje gospodarskih subjekata u turizmu</b>                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                     |               |
| 3.2.1. Ukupan broj zaposlenih u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane                                       | ekonomski                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | PGS-1 – poslovanje gospodarskih subjekata u turizmu | 107           |
| 3.2.2. Poslovni prihod gospodarskih subjekata (obveznika poreza na dobit)                                                              | ekonomski                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | PGS-2 – poslovanje gospodarskih subjekata           | 4.639.460 eur |

|                                                                                                                                                       |                               |                                          |                                                                                                                                                                                                      |                          |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
| u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane                                                                                    |                               | u turizmu / turistički promet            |                                                                                                                                                                                                      |                          |
| Područje održivosti : 4. OBVEZNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI KOJI MJERE UTJECAJ TURIZMA NA PROSTORNE ASPEKTE ODRŽIVOSTI DESTINACIJE I ORGANIZACIJU TURIZMA |                               |                                          |                                                                                                                                                                                                      |                          |
| Kod pokazatelja / tematsko područje: 4.1. Turistička infrastruktura                                                                                   |                               |                                          |                                                                                                                                                                                                      |                          |
| 4.1. 1. Identifikacija i klasifikacija turističkih atrakcija                                                                                          | prostorni/u pravljanje        | TI-1 – turistička infrastruktura         | Kategorija                                                                                                                                                                                           | Atrakcija                |
|                                                                                                                                                       |                               |                                          | Kulturna                                                                                                                                                                                             | Frankopanski kaštel      |
|                                                                                                                                                       |                               |                                          | Kulturna                                                                                                                                                                                             | Ivanina kuća bajke       |
|                                                                                                                                                       |                               |                                          | Kulturna                                                                                                                                                                                             | Župna crkva Sv. Križa    |
|                                                                                                                                                       |                               |                                          | Prirodna                                                                                                                                                                                             | Đulin ponor              |
|                                                                                                                                                       |                               |                                          | Prirodna                                                                                                                                                                                             | Klek                     |
|                                                                                                                                                       |                               |                                          | Prirodna                                                                                                                                                                                             | Jezero Sabljaci          |
|                                                                                                                                                       |                               |                                          | Prirodna                                                                                                                                                                                             | Šmitovo jezero           |
|                                                                                                                                                       |                               |                                          | Aktivna                                                                                                                                                                                              | Adrenalinski park Ogulin |
| Manifestacije                                                                                                                                         | Festival bajki, ljetne večeri |                                          |                                                                                                                                                                                                      |                          |
| Kod pokazatelja / tematsko područje: 4.2. Održivo upravljanje destinacijom                                                                            |                               |                                          |                                                                                                                                                                                                      |                          |
| 4.2.1. Status implementacije aktivnosti iz plana upravljanja destinacijom                                                                             | prostorni/u pravljanje        | OUD-1 – održivo upravljanje destinacijom | Plan je u donošenju.                                                                                                                                                                                 |                          |
| Kod pokazatelja / tematsko područje: 4.3. Održivo upravljanje prostorom                                                                               |                               |                                          |                                                                                                                                                                                                      |                          |
| 4.3.1. Broj ostvarenih noćenja u smještaju u destinaciji po hektaru izrađenog građevinskog područja JLS-a                                             | prostorni/u pravljanje        | OUP-2 – održivo upravljanje prostorom    | Ogulin ima oko 70 registriranih kuća i stanova za odmor, prema aktualnim platformama i lokalnoj evidenciji. Prema popisu stanovništva 2021. u Ogulinu ima 5.393 stalno naseljenih stambenih objekata |                          |

|  |  |  |                                                                                                                                           |
|--|--|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  |  | (stanovi i kuće za stalno stanovanje). Ogulinu ima oko 1,3 kuće ili stana za odmor na svakih 100 stambenih objekata za stalno stanovanje. |
|--|--|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Tablica 62: Specifični pokazatelji održivosti koji mjere utjecaj turizma na društvene aspekte održivosti

| Pokazatelj                                                                                                                 | Rezultat                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Područje održivosti 1. SPECIFIČNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI KOJI MJERE UTJECAJ TURIZMA NA DRUŠTVENE ASPEKTE ODRŽIVOSTI</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <b>Kod pokazatelja / Tematsko područje 1.1. Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom</b>                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| 1.1.1. SZL-1 Utjecaj turizma na kvalitetu života lokalnog stanovništva                                                     | <p>U Ogulinu, pozitivnu percepciju utjecaja turizma na kvalitetu života izražava 89,3% stanovnika kojima je turizam glavni ili dodatni izvor prihoda, dok je taj udio kod onih bez koristi 86,2%.</p> <p>Zadovoljstvo životom u destinaciji tijekom turističke sezone ocjenjuje pozitivno 66,04% ispitanika (ocjene 5, 6 i 7 na ljestvici od 1 do 7), dok izvan glavne sezone zadovoljstvo raste na 71,53% (ocjene 5, 6 i 7).</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| 1.1.2. SZL-3 Udio stanovnika koji imaju pozitivno odnosno negativno mišljenje o utjecaju turizma na identitet mjesta       | <p>Većina stanovnika Ogulina ima <b>pozitivan stav o utjecaju turizma na identitet mjesta</b>: ukupno 76,44% ispitanika ocjenjuje utjecaj turizma na autentičnost mjesta ocjenama 4 ili 5 (pozitivno), dok 5,56% daje ocjenu 1 ili 2 (negativno).</p> <p>Kod stanovnika <b>koji ostvaruju koristi od turizma</b> (glavni ili dodatni prihod), pozitivno mišljenje o utjecaju na identitet još je izraženije – udio onih s pozitivnim stavom prelazi 80%, ovisno o socio-demografskim skupinama. Kod <b>stanovnika bez koristi od turizma</b>, udio onih s pozitivnim mišljenjem malo je niži, ali i dalje iznad 70%. Negativna percepcija najčešća je kod mlađih ispitanika i onih s nižim prihodima.</p> <p>Za <b>očuvanje tradicije, običaja i kulture</b> pozitivno mišljenje izražava 79,44%</p> |

|                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                | ispitanika (ocjene 4 i 5), dok je negativnih (ocjene 1 i 2) svega 5,36%.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| 1.1.3. SZL-4 Udio stanovnika pod umjerenim ili visokim stresom od turizma                                      | <p>Udio stanovnika Ogulina pod umjerenim ili visokim stresom od turizma <b>je vrlo nizak</b>: za ključne pokazatelje stresa (uznemirenost, nervoza, osjećaj gubitka kontrole) manje od 5% ispitanika prijavilo je umjerenu ili visoku razinu stresa ("prilično često" i "vrlo često" na ljestvici od 0 do 4). Većina stanovnika, njih preko 80%, izjavljuje da nikada ili skoro nikada ne osjeća stres zbog turizma. Kod onih koji ostvaruju koristi od turizma (glavni ili dodatni prihodi), udio pod umjerenim ili visokim stresom minimalan je te ne prelazi 3–4% za pojedine pokazatelje, dok je kod onih bez koristi od turizma udio nešto viši (do 6% za osjećaje nerвозe i stresa, ali i dalje vrlo nizak).</p> <p>Socio-demografski podaci pokazuju da nešto viši udio stresa izražavaju mlađi ispitanici (do 35 godina), žene i oni čije prebivalište je bliže glavnim turističkim zonama/atrakcijama, te ispitanici koji nisu izravno uključeni u turističko gospodarstvo.</p> |
| 1.1.4. SZL-5 Promjena broja stanovnika u zadnjih pet godina u odnosu na promjenu broja turističkih noćenja     | U posljednjih pet godina broj stanovnika u Ogulinu opada, dok je broj turističkih noćenja rastao, osobito u 2024. i 2025. godini.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b>Kod pokazatelja / Tematsko područje 1. 2. Zadovoljstvo turista i jednodnevnih posjetitelja destinacijom</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| 1.2.1. SZT-1 Postotak ponovljenih/stalnih turista u smještajnim objektima destinacije                          | Prema podacima iz ankete turista i posjetitelja Ogulina, 82,63% gostiju u komercijalnim smještajnim kapacitetima već je prethodno posjetilo destinaciju tijekom posljednjih 5 godina. To znači da više od četiri petine svih gostiju dolazi kao ponovni posjetitelji, što se računa od ukupnog broja gostiju koji su odsjedali u smještajnim objektima destinacije.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <b>Kod pokazatelja / Tematsko područje 1.3. Pristupačnost destinacije</b>                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| 1.3.1. SPD-1 Udio pristupačnih smještajnih jedinica u destinaciji                                              | Nema točnog podatka                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |

|                                                                                                                                                                 |                              |                 |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|-----------------|
| 1.3.2. SPD-2 Javno dostupne informacije o atrakcijama u turističkim i informativnim centrima                                                                    | Da                           |                 |
| 1.3.3. SPD-3 Postotak pristupačnih linija javnog prijevoza u destinaciji za osobe s invaliditetom                                                               | Nema točnog podatka.         |                 |
| <b>Područje održivosti : 2. SPECIFIČNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI KOJI MJERE UTJECAJ TURIZMA NA OKOLIŠNE ASPEKTE ODRŽIVOSTI</b>                                     |                              |                 |
| <b>Kod pokazatelja / Tematsko područje 2.1. Upravljanje vodnim resursima</b>                                                                                    |                              |                 |
| 2.1.1. SUVR-1 Udio turističkih poslovnih subjekata koji poduzimaju akcije za smanjenje potrošnje vode                                                           | Prema anketama do 10%        |                 |
| 2.1.2. SUVR-2 Sustav za pravovremenu reakciju na probleme s kvalitetom vode                                                                                     | Da                           |                 |
| <b>Kod pokazatelja / Tematsko područje 2.2. Gospodarenje otpadnim vodama</b>                                                                                    |                              |                 |
| 2.2.1. SGOV-1 Udio turističkih poslovnih subjekata koji koriste recikliranu vodu                                                                                | Prema anketama, manje od 5%. |                 |
| 2.2.3. SGOV-3 Propisi za postavljanje, održavanje i ispitivanje ispusta iz septičkih jama i sustava za pročišćavanje otpadnih voda i dokazi o njihovoj provedbi | Da                           |                 |
| <b>Kod pokazatelja / Tematsko područje 2.3. Gospodarenje otpadom</b>                                                                                            |                              |                 |
| 2.3.2. SGO-2 Udio turističkih poslovnih subjekata koji razdvajaju različite vrste otpada                                                                        | Prema analizama 80%.         |                 |
| 2.3.3. SGO-3 Količina recikliranog otpada (postotak ili po stanovniku po godini)                                                                                | Preko 20%                    |                 |
| 2.3.4. SGO-4 Plan gospodarenja otpadom s ciljevima za smanjenje i održivo odlaganje                                                                             | Da                           |                 |
| 2.3.5. SGO-5 Sprječavanje stvaranja otpada: plan smanjenja količine otpada od posluživanja hrane                                                                | Prema anketama, manje od 5%. |                 |
| <b>Kod pokazatelja / Tematsko područje: 2.4. Zaštita bioraznolikosti</b>                                                                                        |                              |                 |
| 2.4.1. SZB-1 Razvijen sustav za zaštitu prirodne i kulturne baštine i lokaliteta                                                                                | Da                           |                 |
| 2.4.2. SZB-2 Dostupne smjernice za ponašanje posjetitelja u destinaciji                                                                                         | Da                           |                 |
| <b>Kod pokazatelja / Tematsko područje: 2.5. Održivo upravljanje energijom</b>                                                                                  |                              |                 |
| 2.5.1. SOE-1 Udio turističkih poslovnih subjekata koji su implementirali rješenja za ublažavanje i prilagodbu klimatskim promjenama                             | Prema anketama do 10%.       |                 |
| 2.5.2. SOE-2 Postotak turista i jednodnevnih posjetitelja koji koriste različita prometna sredstva za dolazak na odredište                                      | <b>Prijevozno sredstvo</b>   | <b>Udio (%)</b> |
|                                                                                                                                                                 | Automobil                    | 87,89           |
|                                                                                                                                                                 | Zrakoplov                    | 1,05            |

|                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                         |         |         |          |         |        |         |        |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|---------|----------|---------|--------|---------|--------|
|                                                                                                                                                      | Autobus                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 3,16    |         |          |         |        |         |        |
|                                                                                                                                                      | Željeznica                                                                                                                                                                                                                                                                              | 6,32    |         |          |         |        |         |        |
|                                                                                                                                                      | Brod                                                                                                                                                                                                                                                                                    | 0,00    |         |          |         |        |         |        |
|                                                                                                                                                      | Drugo                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 0,53    |         |          |         |        |         |        |
| Kod pokazatelja / Tematsko područje: 2.6. Ublažavanje i prilagodba klimatskim promjenama                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                         |         |         |          |         |        |         |        |
| 2.6.1. SUPK-1 Uspostavljene politike/sustav za poticanje smanjena ovisnosti o fosilnim gorivima, bolju energetske učinkovitost i obnovljivu energiju | Da                                                                                                                                                                                                                                                                                      |         |         |          |         |        |         |        |
| 2.6.2. SUPK-2 Razina onečišćenosti zraka u destinaciji                                                                                               | 1. kvalitete                                                                                                                                                                                                                                                                            |         |         |          |         |        |         |        |
| 2.6.3. SUPK-3 Udio turističkih poslovnih subjekata koji koriste lokalno proizvedenu hranu, piće, dobra i usluge u destinaciji                        | Prema anketama, 20%                                                                                                                                                                                                                                                                     |         |         |          |         |        |         |        |
| Područje održivosti : 3. SPECIFIČNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI KOJI MJERE UTJECAJ TURIZMA NA GOSPODARSKE ASPEKTE ODRŽIVOSTI                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                         |         |         |          |         |        |         |        |
| Kod pokazatelja / Tematsko područje: 3.1. Turistički promet                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                         |         |         |          |         |        |         |        |
| 3.1.2. STP-2 Prosječna dnevna potrošnja turista u eurima                                                                                             | Prema rezultatima ankete turista i posjetitelja Ogulina, prosječna dnevna potrošnja turista iznosi 47,58 eura po osobi. Ova vrijednost uključuje sve troškove boravka u destinaciji (smještaj, prehrana, aktivnosti i dr.) i predstavlja najčešći procijenjeni iznos među ispitanicima. |         |         |          |         |        |         |        |
| Kod pokazatelja / Tematsko područje: 3.2. Poslovanje gospodarskih subjekata u turizmu                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                         |         |         |          |         |        |         |        |
| 3.2.3. SPGS-3 Udio malih i srednjih poduzeća u ukupnom broju poduzeća u području I<br>Djelatnost pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane  | <table><tr><td>1-Mikro</td><td>Broj: 25</td><td>11,06 %</td></tr><tr><td>2-Mali</td><td>Broj: 1</td><td>5,00 %</td></tr></table>                                                                                                                                                        |         | 1-Mikro | Broj: 25 | 11,06 % | 2-Mali | Broj: 1 | 5,00 % |
| 1-Mikro                                                                                                                                              | Broj: 25                                                                                                                                                                                                                                                                                | 11,06 % |         |          |         |        |         |        |
| 2-Mali                                                                                                                                               | Broj: 1                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 5,00 %  |         |          |         |        |         |        |
| Područje održivosti : 4. SPECIFIČNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI KOJI MJERE UTJECAJ TURIZMA NA PROSTORNE ASPEKTE ODRŽIVOSTI DESTINACIJE                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                         |         |         |          |         |        |         |        |
| Kod pokazatelja / Tematsko područje: 4.1. Turistička infrastruktura                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                         |         |         |          |         |        |         |        |
| 4.1.1. STI-1 Broj ugostiteljskih objekata aktivnih na 30.1. i 30.7 u odnosu na 100 stanovnika                                                        | Svi rade cjelogodišnje.                                                                                                                                                                                                                                                                 |         |         |          |         |        |         |        |
| Kod pokazatelja / Tematsko područje: 4.2. Održivo upravljanje destinacijom                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                         |         |         |          |         |        |         |        |
| 4.2.1. SOUD-1 Javno dostupan plan odgovora na krizne i izvanredne situacije u turizmu                                                                | Da                                                                                                                                                                                                                                                                                      |         |         |          |         |        |         |        |
| 4.2.2. SOUD-2 Specifična strategija za marketing izvansezonskih događanja i privlačenje posjetitelja tijekom cijele godine                           | Ne.                                                                                                                                                                                                                                                                                     |         |         |          |         |        |         |        |

|                                                                                                    |                        |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|
| 4.2.3. Soud-3 Efikasnost ostvarenja ciljeva strateškog planiranja u turizmu                        | Nema točne evidencije. |
| <b>Kod pokazatelja / Tematsko područje: 4.3. Održivo upravljanje prostorom</b>                     |                        |
| 4.3.2. SOUP-2 Smjernice, propisi i/ili politike za održivo korištenje prostora                     | Nema                   |
| 4.3.3. SOUP-3 Razvijen i implementiran sustav praćenja i ublažavanja utjecaja turizma na atrakcije | Da                     |
| 4.3.4. SOUP-4 Izrađene i implementirane smjernice upravljanja prostorom s ciljem zaštite resursa   | Da                     |
| 4.3.5. SOUP-5 Procjena pritiska razvoja turizma na kulturnu baštinu                                | Da                     |

Tablica 63: Popis obveznih pokazatelja prihvatnog kapaciteta

| Naziv kategorije                                                                                                           | Naziv pokazatelja  | Izvor podataka                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Rezultat |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| 1. Institucionalni i strateški okvir                                                                                       |                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |          |
| 1.1. Stav o turizmu kao faktoru povećanja blagostanja stanovnika                                                           | Stavovi stanovnika | U Ogulinu 89,3% lokalnih stanovnika ima pozitivan stav o cjelokupnim učincima turizma na kvalitetu života u destinaciji – smatraju da turizam "pomaže u održanju" ili "unaprjeđuje" kvalitetu života te doprinosi blagostanju stanovnika. Negativnu percepciju ima samo 1,93%, dok 8,78% lokalnih ispitanika ističe da turizam nema nikakav učinak na njihovu kvalitetu života. |          |
| Turistička potražnja                                                                                                       |                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |          |
| 1.2. Nezadovoljstvo zbog gužve na ulicama, trgovima, atrakcijama                                                           | Stavovi turista    | U Ogulinu je 1,05% turista i jednodnevnih posjetitelja koji borave u komercijalnim smještajnim objektima, nekomercijalnom smještaju ili su jednodnevni posjetitelji izrazilo nezadovoljstvo ("jako ozbiljan problem", ocjena 5) gužvama na ulicama, trgovima i atrakcijama (javnim prostorima) u mjestu u kojem borave.                                                         |          |
| Resursno atrakcijska osnova                                                                                                |                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |          |
| 1.3. Kakvoća zraka na mjernim stanicama na području destinacije tijekom razdoblja lipanj – rujn u odnosu na ostatak godine | Sekundarni         | 1. kvalitete                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |          |

|                                                                                                      |                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.4. Utjecaj turizma na izgled destinacije                                                           | Anketa lokalnog stanovništva | U Ogulinu 76,23% ispitanika ima pozitivnu percepciju utjecaja turizma na izgled destinacije – smatraju da turizam ima veliki pozitivan utjecaj na izgled grada i njegove javne prostore. Negativno mišljenje ima 2,78% ispitanika, dok 20,99% navodi da turizam nema utjecaj na izgled destinacije                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| 1.5. Utjecaj turizma na korištenje javnog prostora                                                   | Stavovi stanovnika           | U Ogulinu 63,81% lokalnog stanovništva ima pozitivnu percepciju utjecaja turizma na korištenje javnog prostora – smatraju da je turizam gradske ulice, rive, trgove i zelene površine učinio prikladnijima za potrebe lokalnog stanovništva. Negativnu percepciju ima 6%, dok 30,19% ispitanika navodi da turizam nema utjecaj na korištenje javnog prostora                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| 1.6. Zadovoljstvo ljepotom i uređenošću mjesta (kulturni i prirodni aspekti) kao i glavnih atrakcija | Stavovi posjetitelja         | <p>Prema rezultatima ankete turista i posjetitelja Ogulina, zadovoljstvo ljepotom i uređenjem mjesta, kao i glavnih atrakcija, iskazano je visokim ocjenama na ljestvici od 1 (jako loše) do 7 (odlično):</p> <p>Ljepota prirode i krajolika: 67,37% ispitanika ocijenilo je s najvišom ocjenom 7, a dodatnih 18,42% ocjenom 6, što znači da je ukupno 85,79% vrlo zadovoljno prirodnom ljepotom destinacije.</p> <p>Uređenost i čistoća destinacije: 41,05% ispitanika ocijenilo je s 7, a još 23,68% s 6 (ukupno 64,73% vrlo zadovoljnih).</p> <p>Zadovoljstvo atrakcijama: 31,58% ocjenjuje ih s 7, još 19,47% s 6, a 15,79% s 5, pa je ukupno 66,84% zadovoljnih ili vrlo zadovoljnih glavnim atrakcijama.</p> <p>Kultura i umjetnost (kulturni aspekt): 33,68% ocjenjuje s 7, 22,63% s 6, 14,74% s 5; ukupno 71,05% zadovoljnih.</p> <p>Ovi rezultati pokazuju izrazito visok stupanj zadovoljstva ljepotom, uređenjem i kulturnim te prirodnim aspektima destinacije iz perspektive turista i posjetitelja.</p> |

| <b>2. Okoliš</b>                                                                                                       |                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2.1. Razina buke u danima vršne turističke sezone u odnosu na ostatak godine u zonama mješovite namjene po danu i noći | JLS                          | Nema podataka.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| 5.2. Iritacija razinom buke u vrijeme turističke sezone                                                                | Anketa lokalnog stanovništva | U Ogulinu 4,07% ispitanika ističe da im buka tijekom turističke sezone predstavlja veliki problem – odnosno značajnu iritaciju i smetnju. Većina lokalnog stanovništva ne osjeća promjene izazvane bukom ili im ona ne smeta (u zbroju 84,59%).                                                                                                                                                                                                                                                |
| <b>Prostor</b>                                                                                                         |                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| 6.4. Utjecaj pretvaranja stanova u turističke apartmane na kvalitetu života u destinaciji                              | Anketa lokalnog stanovništva | Pretvaranje stanova u turističke apartmane u Ogulinu ima značajan utjecaj na kvalitetu života stanovnika: čak 39,83% ispitanika izravno navodi da prenamjena stanova u apartmane negativno utječe na kvalitetu života. Uz to, 32,33% stanovnika nezadovoljno je raspoloživošću stambenog prostora po prihvatljivoj cijeni upravo zbog rasta turističkih apartmana, a 4,71% navodi preseljenje kao odgovor na povećane troškove života uzrokovane turizmom.                                     |
| <b>8. Prometna infrastruktura</b>                                                                                      |                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| 8.3. Iritacija gužvom u prometu tijekom turističke sezone                                                              | Stavovi stanovnika           | U Ogulinu 5,35% lokalnog stanovništva navodi da im gužva u prometu tijekom turističke sezone predstavlja značajnu smetnju ili izaziva iritaciju. Dodatnih 13,28% osjeća gužvu, ali im ne smeta, dok čak 81,37% ne osjeća promjene ili im prometna gužva u sezoni ne smeta.                                                                                                                                                                                                                     |
| 8.4. Zadovoljstvo prometom u mjestu                                                                                    | Zadovoljstvo turista         | Zadovoljstvo prometom u Ogulinu je osrednje: samo 5,57% ispitanika ocjenjuje prometnu infrastrukturu (ceste, signalizaciju, parkirališta) najvišom ocjenom (7), dok dodatnih 7,49% daje ocjenu 6. Najviše se ističu srednje ocjene – 21,63% daje ocjenu 3, 18,2% ocjenu 4, a 15,2% ocjenu 5, što pokazuje dominantno umjereno zadovoljstvo. Na najnižoj skali zadovoljstva prometom (ocjena 1 i 2) nalazi se oko 31,9% stanovnika, što ukazuje na značajne izazove u cestovnoj infrastrukturi, |

|                                                                         |                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|-------------------------------------------------------------------------|-------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                         |                   | parkiranju i prometnoj logistici u gradu. prometna pitanja u Ogulinu zahtijevaju daljnja infrastrukturna i organizacijska poboljšanja radi povećanja zadovoljstva lokalnih stanovnika.                                                                                                                                              |
| <b>9. Stanovništvo i kvaliteta života</b>                               |                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| 9.2. Iritacija gužvom i specifično gužvama na ulicama/javnim površinama | Anketa lok stanov | U Ogulinu 5,35% stanovnika navodi da im gužva na ulicama i javnim površinama tijekom turističke sezone predstavlja smetnju, dok dodatnih 13,28% osjeća gužvu, ali im ne smeta. Većina, odnosno 81,37%, ne osjeća promjene uzrokovane gužvom ili im gužva ne smeta.                                                                  |
| 9.3. Indeks priuštivosti stana (na razini destinacije)                  | Sekundarni        | Indeks priuštivosti stana u Ogulinu za najnovije dostupne godine iznosi oko 6,0, što znači da bi prosječno zaposleni građanin Ogulina trebao izdvojiti otprilike 6 godišnjih neto plaća kako bi kupio prosječan stan od 50 kvadrata. To Ogulin svrstava <b>među najpriuštivije gradove</b> u Hrvatskoj kad je riječ o kupnji stana. |
| <b>10. Zaposlenost, gospodarstvo i važnost turizma</b>                  |                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |

Tablica 64: Popis dodatnih pokazatelja prihvatnog kapaciteta

| Naziv kategorije                      | Naziv pokazatelja          | Izvor podataka                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Rezultat: |
|---------------------------------------|----------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 11. Institucionalni i strateški okvir |                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |           |
| 11.1. Smjer o razvoju gospodarstva    | Analiza stavova stanovnika | Prema istraživanju stavova lokalnog stanovništva Ogulina, 65% ispitanika smatra da je usmjerenost na turizam poželjan pravac daljnjeg gospodarskog razvoja destinacije. Ova brojka govori da više od dvije trećine lokalnih stanovnika pozitivno gleda na razvoj turizma kao ključne grane za budućnost Ogulina. |           |
| 11.2. Stav o smjeru razvoja turizma   | Analiza stavova stanovnika | Prema istraživanju među stanovnicima Ogulina, turizam je najpoželjniji smjer gospodarskog razvoja destinacije, što se potvrđuje i rangiranjem poželjnosti smjerova daljnjeg razvoja. Turizam se nalazi na samom vrhu liste uz aktivni, kulturni i festivalski turizam, što pokazuje visoku razinu podrške        |           |

|                                           |                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|-------------------------------------------|-------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                           |                         | <p>lokalne zajednice razvoju ove gospodarske grane.</p> <p>Stav o smjeru razvoja turizma – rangiranje</p> <p>Stanovnici su kao najpoželjnije pravce razvoja naveli:</p> <p>Aktivni turizam (biciklizam, pješaćenje, planinarenje, aktivnosti na jezerima): 78,8%</p> <p>Festivalski turizam (glazbeni, umjetnički i sportski festivali, gastro manifestacije): 62,1%</p> <p>Tematske i pješačke rute: 52%</p> <p>Kulturni turizam (posjete muzejima, tradicijske radionice): 39%</p> <p>Izletnički turizam: 42%</p> <p>Ruralni, lovni, ribolovni turizam: 27%</p> <p>Wellbeing turizam: 11%.</p> |
| 12. Turistička potražnja                  |                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| 12.2. Zadovoljstvo kvalitetom smještaja   | Analiza stavova turista | <p>Prema anketi turista i posjetitelja Ogulina, zadovoljstvo kvalitetom smještaja ocijenjeno je na ljestvici od 1 (jako loše) do 7 (odlično):</p> <p>31,05% ispitanika ocijenilo je kvalitetu smještaja najvišom ocjenom 7.</p> <p>20,00% je dalo ocjenu 6.</p> <p>15,79% je označilo ocjenu 5.</p> <p>Dakle, 66,84% gostiju je zadovoljno ili vrlo zadovoljno kvalitetom smještaja (ocjena 5, 6 ili 7).</p>                                                                                                                                                                                     |
| 12.3. Nedostajući i neprimjereni sadržaji | Sekundarni              | <p>Prema anketi turista i posjetitelja Ogulina, najčešće navedeni nedostajući ili neprimjereni sadržaji uključuju:</p> <p>Slabiju ponudu zabavnih sadržaja i noćnog života – samo 12,11% ispitanika ocijenilo je zabavni život ocjenom 7 (odlično), dok ih čak 45,26% daje ocjenu 4 ili niže, što ukazuje na izražen nedostatak u toj kategoriji.</p> <p>Skromna ponuda sportskih sadržaja – 37,89% ispitanika daje ocjenu 4 ili niže za sportske sadržaje.</p>                                                                                                                                  |

|                                                                    |                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|--------------------------------------------------------------------|----------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                    |                            | <p>Ograničena ponuda organiziranih izleta – preko 48,95% gostiju daje organiziranim izletima ocjenu 4 ili niže.</p> <p>Slabe mogućnosti za kupovinu – 45,26% daje ocjene od 1 do 4 za mogućnosti kupovine, što sugerira manjak raznovrsnosti trgovina ili suvenirnica.</p> <p>Neadekvatno rješavanje otpada, neugodni mirisi ili neprimjereno odložen otpad – ukupno 13,16% smatra odlaganje otpada ozbiljnim problemom, a dodatnih 15,79% navodi neugodne mirise kao ozbiljan problem.</p> <p>Nedostatak parking mjesta – 20,00% gostiju daje ocjenu 4 ili niže za mogućnost parkiranja, što ukazuje na problem kapaciteta.</p> <p>Ove kategorije najčešće su prepoznate kao nedostaci ili slabosti destinacijske ponude u analiziranim odgovorima turista i posjetitelja.</p> |
| <b>13. Resursno atrakcijska osnova</b>                             |                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| 13.3. Turizam kao razlog istiskivanja sadržaja važnih stanovnicima | Analiza stavova stanovnika | 24% lokalnog stanovništva ima negativnu percepciju utjecaja turizma na dostupnost javnih sadržaja.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| 13.4. Zadovoljstvo atmosferom, ugođajem                            | Stavovi gostiju            | <p>Prema rezultatima ankete turista i posjetitelja Ogulina, zadovoljstvo atmosferom i ugođajem u destinaciji izuzetno je visoko: 42,63% ispitanika ocjenjuje atmosferu i ugođaj najvišom ocjenom 7 (odlično). 25,79% daje ocjenu 6. 15,79% označilo je ocjenu 5.</p> <p>Ukupno, 84,21% posjetitelja izrazilo je zadovoljstvo atmosferom i ugođajem u Ogulinu (ocjena 5, 6 ili 7 na ljestvici od 1 do 7).</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| 13.5. Zadovoljstvo gastronomskom ponudom u mjestu                  | Stavovi turista            | Prema anketi turista i posjetitelja Ogulina, zadovoljstvo gastronomskom ponudom u                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |

|                                                                                                         |                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                         |                               | <p>mjestu iskazano je sljedećim rezultatima na ljestvici od 1 (jako loše) do 7 (odlično):</p> <p>26,32% ispitanika ocijenilo je gastronomsku ponudu najvišom ocjenom 7.</p> <p>19,47% daje ocjenu 6.</p> <p>20,53% ocjenjuje s 5.</p> <p>Ukupno, 66,32% gostiju je zadovoljno ili vrlo zadovoljno gastronomskom ponudom (ocjena 5, 6 ili 7).</p>                                                                                        |
| 13.6. Zadovoljstvo događanjima i manifestacijama                                                        | Stavovi turista               | <p>Prema rezultatima ankete turista i posjetitelja Ogulina, zadovoljstvo događanjima i manifestacijama se mjeri ljestvicom od 1 (jako loše) do 7 (odlično):</p> <p>23,16% ispitanika ocijenilo je događanja i manifestacije najvišom ocjenom 7.</p> <p>16,32% daje ocjenu 6.</p> <p>20,53% ocjenjuje ih s 5.</p> <p>Ukupno, 60,01% gostiju izrazilo je zadovoljstvo događanjima i manifestacijama (ocjena 5, 6 ili 7 na ljestvici).</p> |
| <b>14. Okoliš</b>                                                                                       |                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| 15.7. Percepcija stanovnika o postojećem stanju izgrađenosti prostora                                   | Analiza stavova stanovnika    | 36% lokalnog stanovništva, koje je zabilježilo neki utjecaj turizma na prostorne promjene, smatra te promjene negativnima.                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <b>16. Komunalna infrastruktura</b>                                                                     |                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| 16.3. Iritacija neugodnim mirisima (iz kontejnera, kanalizacije, ventilacije) tijekom turističke sezone | Anketa lokalnog stanovništva  | <p>Ukupno, 10,06% ispitanika ocijenilo je način zbrinjavanja otpada (koji uključuje i probleme neugodnih mirisa, posebice ljeti) najnižom ocjenom na ljestvici zadovoljstva (1 – nisko zadovoljstvo). Dodatnih 13,49% dalo je ocjenu 2, pa se može reći da je ukupno 23,55% stanovnika izrazilo nisko zadovoljstvo ili izrazite probleme povezane s otpadom, odnosno i neugodnim mirisima tijekom turističke sezone.</p>                |
| <b>17. Prometna infrastruktura</b>                                                                      |                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| 17.1. Iritacija pronalaženjem parkirnog mjesta tijekom turističke sezone                                | Analiza lokalnog stanovništva | 7,49% stanovnika Ogulina izravno smatra da nedostatak parkirnih mjesta tijekom turističke sezone predstavlja veliki problem                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>18. Stanovništvo i kvaliteta života</b>                                                              |                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |

|                                                           |                            |                                                                |                                               |
|-----------------------------------------------------------|----------------------------|----------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|
| 18.1. Percepcija utjecaja turizma na rast troškova života | Analiza stavova stanovnika | <b>Kategorija</b>                                              | <b>Udio (%) ispitanika</b>                    |
|                                                           |                            | Turizam znatno povećava cijene nekretnina                      | 39,83                                         |
|                                                           |                            | Turizam znatno povećava cijene najma stanova                   | 32,33                                         |
|                                                           |                            | Turizam znatno povećava cijene režija (komunalnih usluga itd.) | 23,34                                         |
|                                                           |                            | Turizam znatno povećava cijene hrane i pića u trgovinama       | 23,34                                         |
|                                                           |                            | Turizam znatno povećava cijene u restoranima i kafićima        | 34,26                                         |
| 18.2. Zadovoljstvo dostupnošću odabranih javnih sadržaja  | Analiza anketa stanovnika  | <b>Kategorija</b>                                              | <b>Udio (%) ispitanika koji su zadovoljni</b> |
|                                                           |                            | Dječja igrališta                                               | 57,22                                         |
|                                                           |                            | Uređene zelene površine                                        | 44,12                                         |
|                                                           |                            | Rekreacijski sadržaji                                          | 36,34                                         |
|                                                           |                            | Zabavni sadržaji za slobodno vrijeme                           | 29,31                                         |
|                                                           |                            | Društveni sadržaji za slobodno vrijeme                         | 31,93                                         |
|                                                           |                            | Javni prijevoz                                                 | 24,86                                         |

|                                                                                                                                                                |                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|
| 18.3. Preseljenje stanovnika unutar destinacije uslijed iritacija uzrokovanih turizmom                                                                         | Analiza stavova stanovnika   | Pokazatelj                                                                                                                                                                                                                                                                      | Udio (%) stanovnika |
|                                                                                                                                                                |                              | Stanovnici koji su se preselili zbog iritacije gužvom, bukom i sl.                                                                                                                                                                                                              | 5,57                |
|                                                                                                                                                                |                              | Stanovnici koji su se preselili zbog prodaje/najma nekretnine generirane turizmom                                                                                                                                                                                               | 9,85                |
|                                                                                                                                                                |                              | Stanovnici koji su se preselili zbog povećanih troškova života uzrokovanih turizmom                                                                                                                                                                                             | 4,71                |
| 18.4. Nezadovoljstvo s raspoloživosti stambenog prostora po prihvatljivoj cijeni uzrokovanog turizmom                                                          | Analiza stavova stanovnika   | U Ogulinu je 32,33% ispitanika izrazilo nezadovoljstvo mogućnostima pronalaska odgovarajućeg stambenog prostora po prihvatljivoj cijeni, odnosno smatra da turizam negativno utječe na dostupnost stambenog prostora i cijene.                                                  |                     |
| 19. Zaposlenost, gospodarstvo i važnost turizma                                                                                                                |                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                     |
| 19.1. Udio turizma u gospodarskoj strukturi destinacije (indeks koncentracije ekonomske aktivnosti u turizmu mjeren dodanom vrijednosti ili zaposlenosti)      | Sekundarni                   | Za Ogulin:<br>Novostvorena vrijednost (turizam, smještaj i ugostiteljstvo): 883.907 EUR<br>Ukupna novostvorena vrijednost svih gospodarskih subjekata: 100.621.360 EUR<br>Dakle, smještaj i ugostiteljstvo čine 0,88% ukupne novostvorene vrijednosti gospodarstva destinacije. |                     |
| 19.2. Ovisnost stanovnika grada/mjesta o prihodima od turizma kao udio stanovnika za koje je turizam glavni i dodatni izvor prihoda u ukupnom broju stanovnika | Analiza mišljenja stanovnika | Glavni izvor prihoda: 0,86% ispitanika<br>Dodatni izvor prihoda: 10,92% ispitanika<br>Zbrojeno, 11,78% ispitanika izjavilo je da je turizam njima ili članovima njihove uže obitelji glavni ili dodatni izvor prihoda.                                                          |                     |

## 4. Razvojni smjer s mjerama i aktivnostima

Projekt „**Ogulin, zavičaj bajke**” predstavlja strateški plan razvoja održivog kulturnog turizma u gradu Ogulinu. Njegov je cilj **transformirati Ogulin u prepoznatljivu kulturno-turističku destinaciju** koja njeguje vlastiti identitet kroz brendiranje „zavičaj bajke”, koristeći bogatu kulturnu, književnu i prirodnu baštinu. Projekt uključuje održivost kao ključni princip razvoja, uz očuvanje nasljeđa i aktivno sudjelovanje lokalne zajednice.

### 4.1. SWOT analiza

Tablica 65: SWOT analiza

| Snage ( <i>Strengths</i> )                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Slabosti ( <i>Weaknesses</i> )                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Prepoznatljiv brend „Zavičaj bajke” povezan s Ivanom Brlić-Mažuranić</li><li>• Autentična kombinacija prirodnog i kulturnog nasljeđa (Klek, Sabljaci, Dobra, Bjelolasica, kaštel Frankopan)</li><li>• Središnji geografski položaj – blizina Zagreba, mora i Plitvičkih jezera</li><li>• Dobra pristupačnost (autocesta A1 i željeznica)</li><li>• Razvijene manifestacije</li><li>• Aktivne lokalne udruge<br/>Kreativna zajednica i bogat civilni sektor</li><li>• Prirodni resursi idealni za outdoor i obiteljski turizam</li><li>• Pozitivna percepcija grada kao mirne i sigurne destinacije za obitelj</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Nedostatak hotela</li><li>• Raznolika, prepoznatljiva gastronomija<br/>Nedovoljna prepoznatljivost lokalne kuhinje</li><li>• Fragmentirana turistička ponuda<br/>Nedovoljna digitalna vidljivost</li><li>• Prostorna neiskorištenost lokaliteta</li><li>• Nedovoljno poznavanje destinacijskog upravljanja</li></ul> |
| Prilike ( <i>Opportunities</i> )                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Prijetnje ( <i>Threats</i> )                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rastući interes za održiv i edukativan turizam u Hrvatskoj</li> <li>• Digitalni alat za upravljanje destinacijom (Smart Ogulin, AI vodiči, AR karte)</li> <li>• EU projekti za rekonstrukciju outdoor infrastrukture i baštine</li> <li>• Trend obiteljskog, outdoor i gastro turizma s lokalnim pričama</li> <li>• Poticanje razvoja malih OPG-ova i ruralnih smještajnih objekata</li> <li>• Mogućnost pozicioniranja kao nacionalnog centra „turizma bajke“</li> <li>• Diversifikacija ponude – Sabljaci, Bjelolasica, ekoturizam, edukativni turizam.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Depopulacija i nedostatak mladih stručnjaka u turizmu</li> <li>• Klimatske promjene (utjecaj na zimske aktivnosti i vodene resurse)</li> <li>• Prevelika ovisnost o EU potporama i neizvjesnost financiranja</li> <li>• Slab odnos lokalnog stanovništva prema turizmu ako izostane jasna komunikacija i benefiti.</li> <li>• Rizik neravnomjernog razvoja (grad vs. ruralna zona).</li> </ul> |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

## 4.2. Identifikacija općih načela i ciljeva

Kako bi destinacija Ogulin ostvarila usklađen i dugoročan razvoj turizma, potrebno je jasno odrediti temeljna načela i ciljeve koji vode planiranje, upravljanje i valorizaciju turističkih resursa. Na pitanje: koliko je turizam važan za lokalnu sredinu i što želimo od njegovog daljnjeg razvoja, odgovor leži u stvaranju ravnoteže između gospodarskog rasta, zaštite okoliša, kulturnog identiteta i kvalitete života stanovnika. Turizam u Ogulinu treba doprinijeti razvoju zajednice na načelima održivosti, sigurnosti, kvalitete i pristupačnosti, uz aktivno sudjelovanje svih dionika – stanovnika, institucija, poduzetnika i posjetitelja. Ova načela predstavljaju zajednički okvir za sve buduće odluke o prostoru, ulaganjima i promociji.

### Opća načela turizma u Ogulinu

1. **Održivost** – razvoj turizma mora biti u skladu s kapacitetima prostora, prirode i zajednice; svaka aktivnost treba dugoročno očuvati resurse za buduće generacije.
2. **Kvaliteta** – prioritet je podizanje kvalitete usluga, sadržaja i iskustava posjetitelja, uz jačanje profesionalnosti kadra.

3. **Pristupačnost** – destinacija mora biti dostupna i ugodna za sve skupine posjetitelja, uključujući osobe s invaliditetom i starije osobe.
4. **Zadovoljstvo** – zajednički cilj svih dionika je stvaranje iskustva koje donosi zadovoljstvo gostima i ponos lokalnoj zajednici.
5. **Sigurnost** – sigurnost posjetitelja, zaposlenika i okoliša mora biti temelj svake investicije, manifestacije i aktivnosti u destinaciji.

### Glavni ciljevi turizma

1. **Ekonomski cilj** – povećati doprinos turizma lokalnom gospodarstvu, poticati zapošljavanje, rast poduzetništva i razvoj lokalnih lanaca vrijednosti.
2. **Kulturološki cilj** – očuvati i interpretirati kulturnu baštinu, jezik, običaje i identitet Ogulina kroz suvremene turističke proizvode i edukaciju.
3. **Ekološki cilj** – upravljati turizmom u skladu s okolišnim kapacitetima, poticati zelenu infrastrukturu, smanjenje otpada i emisija te korištenje obnovljivih izvora energije.
4. **Socijalni cilj** – osigurati uključivost lokalnog stanovništva i ravnotežu između potreba turista i kvalitete života građana.
5. **Infrastrukturni cilj** – razviti kvalitetnu, sigurnu i održivu turističku infrastrukturu, uz prioritetne projekte biciklističkih staza, jezera Sabljaci, Bjelolasice i urbanih zona.

### Dugoročni pogled

Primjena ovih načela i ciljeva čini temelj održivog gospodarskog rasta Ogulina do 2030. godine. Turizam time postaje pokretač razvoja koji ne iscrpljuje prostor, nego ga oplemenjuje čuvajući prirodu, jačajući gospodarstvo i promičući vrijednosti zajedništva, kreativnosti i odgovornosti. Destinacija Ogulin svoj razvoj vidi kao „**bajku koja se živi odgovorno**“, a ne samo priču koja se preporučava.

## Identificiranje ciljeva

Ciljevi Plana upravljanja definirani su na temelju strateške vizije razvoja Ogulina kao autentične i održive destinacije koja povezuje kulturnu baštinu, prirodne resurse, zajednicu i tehnologije. Oni su usklađeni s prioritetima Strategije razvoja održivog turizma Republike Hrvatske, ciljevima održivog razvoja (SDG) i načelima Europske komisije o pametnim destinacijama.

### Opći cilj

Uspostaviti sustavan, održiv i uključiv model upravljanja turizmom koji osigurava ravnotežu između razvoja turizma, zaštite okoliša, očuvanja kulturnog identiteta i kvalitete života lokalnog stanovništva.

### Posebni ciljevi

1. **Pozicionirati Ogulin kao prepoznatljivu i konkurentnu destinaciju kontinentalne Hrvatske** s jedinstvenim brendom „Zavičaj bajke“.
2. **Povećati kvalitetu i raznolikost turističkih proizvoda** kroz razvoj obiteljskog, *outdoor*, kulturnog i gastroturizma.
3. **Osigurati cjelogodišnju posjećenost** destinacije kroz produljenje sezone i diversifikaciju ponude.
4. **Poticati lokalno gospodarstvo i OPG-ove** integracijom lokalnih proizvoda u turistički lanac vrijednosti.
5. **Unaprijediti sustav destinacijskog menadžmenta i suradnje dionika**, s jasnom podjelom uloga između Grada, TZ-a i partnera.
6. **Osigurati edukaciju, zapošljavanje i profesionalizaciju kadra** u turizmu i ugostiteljstvu.
7. **Provesti digitalnu transformaciju destinacije** kroz razvoj SmartOgulin platforme i AR/VR interpretaciju resursa.
8. **Ojačati promociju i međunarodnu vidljivost** Ogulina u nacionalnim i europskim turističkim mrežama.
9. **Uspostaviti sustav mjerenja i upravljanja održivošću**, uključujući praćenje ekoloških, ekonomskih i društvenih učinaka turizma.

10. **Povećati zadovoljstvo lokalne zajednice** kroz transparentno, participativno i odgovorno upravljanje turizmom.

### 4.3. Oblikovanje strateških pravaca i prioriteta

Nakon postavljanja općih načela i ciljeva turizma potrebno je oblikovati cjelokupni strateški pristup razvoju turizma u razdoblju za koje se donosi Plan upravljanja. Potrebno je obuhvatiti prioritetna područja i pitanja koja, primjerice, uključuju: sezonalnost turizma, ravnotežu volumena i vrijednosti (mogućnost povećanja potrošnje po osobi, dulje vrijeme trajanja duljine boravka posjetitelja), omjer kapaciteta i kvalitete smještaja i usluge, pitanje neiskorištenosti posebnosti neke atrakcije koja je specifična za destinaciju, razvoj novih usluga za posjetitelje, bolju organizaciju, obrazovanje i osposobljenost dionika za rad u turizmu.

Važno je naglasiti kako je prilikom strateškog oblikovanja potrebno razmotriti sadašnje i buduće tržište na koje ciljamo te ustanoviti koja su postojeća tržišta, trendovi i prilike za promjenu., a zatim i koje su trenutne snage i slabosti tržišta te mogućnosti za privlačenje različitih tržišta. Strateško oblikovanje prioriteta potrebno je povezati s odabranim tržištem i budućim razvojem proizvoda do samog odredišta i razvijanja njegove prepoznatljivosti.

#### Strateški stupovi

Na temelju svih izrađenih mjera (1–45) i kompletne strategije turističkog razvoja Ogulina, može se definirati **osam strateških stupova turizma Ogulina 2025.–2029.**, koji predstavljaju okvir održivog, inovativnog i identitetskog razvoja destinacije.

1. Bajkoviti identitet i kulturna baština
2. Aktivni i *outdoor* turizam
3. Obiteljski i dječji turizam
4. Gastroturizam i OPG proizvodi
5. Edukacija, inkluzivnost i razvoj ljudskih potencijala

6. Digitalna transformacija i *smart* destinacija
7. Održivi i ekološki turizam
8. Suradnja, marketing i destinacijsko upravljanje.

## 4.4. Mjere i aktivnosti

Mjere predstavljaju temeljni operativni okvir Plana upravljanja turizmom Grada Ogulina 2025. - 2030. Svaka mjera oblikovana je tako da doprinosi ostvarenju strateških ciljeva, a pokriva različite aspekte razvoja destinacije – od infrastrukture i edukacije do marketinga, digitalizacije i ekološke održivosti. Provedbom mjera stvara se sustav upravljanja koji povezuje identitet „Zavičaja bajke“ s modernim, inkluzivnim i cjelogodišnjim turističkim razvojem.

### Mjera br. 1: Odgovorni turizam

| Element            | Opis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|--------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Izazov             | Nedostatak kvalitetne, održive i cjelovite infrastrukture koja omogućuje ravnomjeran razvoj turizma, produženje sezone i uravnoteženo korištenje prostora.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Opis mjere         | Mjera obuhvaća ulaganja u biciklističke i planinarske staze, poboljšanje prometnih rješenja i parkirališta, razvoj cjelogodišnjih događanja te jačanje gastronomske ponude. Naglasak je na stvaranju atraktivne, funkcionalne i zelene destinacijske infrastrukture koja doprinosi kvaliteti života lokalnog stanovništva i povećava iskustvenu vrijednost posjetitelja.                                                                                                                                                                                                                                |
| Ciljevi            | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Razvoj i modernizacija infrastrukture za aktivni i edukativni turizam</li> <li>- Uspostava mehanizama održivog upravljanja prostorom i ograničavanja apartmanizacije</li> <li>- Poticanje cjelogodišnjih manifestacija i gastronomskih inicijativa</li> <li>- Promicanje ekoloških i energetske učinkovitih praksi u društvenoj i turističkoj infrastrukturi</li> <li>- Povezivanje turizma s obrazovnim institucijama i lokalnim gospodarstvom</li> </ul>                                                                                                     |
| Ključne aktivnosti | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ulaganja u biciklističke i planinarske staze s pratećom opremom i signalizacijom</li> <li>- Uređenje prometnih i parkirališnih površina u turističkim zonama</li> <li>- Kreiranje i provedba novih cjelogodišnjih događanja te jačanje gastronomskih brendova</li> <li>- Izrada i provedba lokalnih politika prostornog upravljanja i ograničenja apartmanizacije</li> <li>- Povezivanje s obrazovnim ustanovama za razvoj edukativnog turizma i programa za mlade</li> <li>- Implementacija mjera energetske učinkovitosti i zelene infrastrukture</li> </ul> |
| Pokazatelji        | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Broj kilometara novih/uređenih staza</li> <li>- Broj novih i/ili obnovljenih prometnih i parkirališnih kapaciteta</li> <li>- Broj održanih cjelogodišnjih događanja</li> <li>- Broj certificiranih ugostiteljskih objekata u lokalnom lancu gastronomije</li> <li>- Udio stanova zadržanih u funkciji dugotrajnog stanovanja</li> <li>- Broj projekata energetske učinkovitosti i obnovljivih izvora energije u destinaciji</li> </ul>                                                                                                                         |

| Element                | Opis                                                                                                                                                                                                  |
|------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Nositelj/<br>partneri  | Grad/Općina; Turistička zajednica; komunalna poduzeća; obrazovne institucije; lokalne udruge; gospodarski subjekti; ministarstva i županijske institucije; privatni investitori                       |
| SDG<br>poveznice       | SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja SDG 13 – Klimatska akcija |
| Rok provedbe           | 2026. – 2029., kontinuirano po fazama                                                                                                                                                                 |
| Izvori<br>financiranja | EU fondovi (EFRR, Interreg, NextGenerationEU), državni i županijski proračuni, proračun lokalne samouprave, privatni investitori, javno-privatna partnerstva                                          |

## Mjera br. 2: Digitalna promocija i jačanje destinacijskog menadžmenta

| Element            | Opis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|--------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Izazov             | Destinacija bilježi nedovoljnu digitalnu vidljivost turističkih vodiča, agencija i ponude na internetskim platformama i društvenim mrežama. Potrebno je kontinuirano jačati kapacitete dionika za digitalni marketing i destinacijski menadžment te potaknuti zajedničku promociju i kreiranje inovativnih turističkih proizvoda. Izostanak snažne prisutnosti u <i>online</i> prostoru i ograničena ponuda u izvansezonskom razdoblju usporavaju rast tržišta.                                                                                                                                           |
| Opis mjere         | Mjera potiče digitalno povezivanje i zajedničku promociju dionika turističkog sektora kroz edukacije, inovacije i razvoj novih tržišnih proizvoda. Ključni naglasak stavlja se na digitalnu prisutnost vodiča, agencija i smještajnih pružatelja usluga, uz promociju putem internetskih stranica, društvenih mreža i PR kampanja. Mjera uključuje osnaživanje destinacijskog menadžmenta (DMO) kao koordinatora promocije, edukacija i tematskih ponuda, posebno u izvansezonskom razdoblju.                                                                                                             |
| Ciljevi            | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Povećati digitalnu vidljivost lokalne ponude i subjekata</li> <li>- Unaprijediti kompetencije u destinacijskom menadžmentu i digitalnom marketingu</li> <li>- Potaknuti udruživanje dionika radi zajedničke promocije i stvaranja specijaliziranih tematskih ruta (<i>bike</i>, bajke, gastro)</li> <li>- Razviti posebne ponude i pakete za izvansezonske dolaske (zimske ture, adventi, tematski vikendi, edukativne ture)</li> <li>- Poticati diversifikaciju i kapacitete smještaja za obitelji i grupe</li> </ul>                                           |
| Ključne aktivnosti | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Edukacije i radionice o digitalnom marketingu, PR-u i brendiranju destinacije</li> <li>- Izrada zajedničke <i>online</i> platforme s ponudom lokalnih subjekata, vodiča i agencija</li> <li>- Kampanje na društvenim mrežama, portalima i kroz tematske <i>storytelling</i> sadržaje</li> <li>- Razvoj zajedničkih tematskih ruta (<i>bike</i>, bajke, gastro, kulturne staze)</li> <li>- Poticaji za razvoj novih turističkih aranžmana i višednevnih programa izvan glavne sezone - Umrežavanje i koordinacija dionika kroz DMO i tematske klastere</li> </ul> |
| Pokazatelji        | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Broj novih digitalnih promotivnih kanala i objava</li> <li>- Broj educiranih poduzetnika, vodiča i djelatnika u turizmu</li> <li>- Broj kreiranih tematskih ruta i paketa</li> <li>- Broj objavljenih kampanja i medijskih objava o destinaciji</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |

| Element             | Opis                                                                                                                                                                        |
|---------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Povećanje posjeta u izvansezonskim mjesecima</li> <li>- Povećanje smještajnih kapaciteta za grupni i obiteljski boravak</li> </ul> |
| Nositelj/partneri   | Turistička zajednica; Grad/Općina; lokalne agencije i vodiči; DMO/LAG; obrazovne institucije; digitalni stručnjaci i mediji; Ministarstvo turizma i sporta; privatni sektor |
| SDG poveznice       | SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice                                            |
| Rok provedbe        | 2026. – 2029., kontinuirano po fazama                                                                                                                                       |
| Izvori financiranja | EU fondovi (EFRR, ESF+, Interreg), nacionalni i županijski proračuni, lokalni proračun, privatni sektor, projekti javno-privatnog partnerstva                               |

### Mjera br. 3: Razvoj ruralnog turizma

| Element            | Opis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|--------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Izazov             | Ruralni turizam na području Ogulina bilježi rast, ali i dalje ima ograničene kapacitete, nedovoljnu digitalnu vidljivost te manju povezanost lokalnih proizvođača i smještajnih subjekata u zajedničku tržišnu ponudu. Promocija ruralnih objekata i proizvoda ostaje skromna, a digitalna integracija pružatelja usluga i OPG-ova nedovoljno razvijena. Potrebno je dodatno brendirati Ogulin kroz zaštićene proizvode, razvoj zajedničkih tematskih inicijativa i digitalnu prisutnost na tržištu.                                                           |
| Opis mjere         | Mjera potiče brendiranje i digitalnu integraciju ruralne ponude Ogulina kroz suradnju OPG-ova, ugostitelja i pružatelja usluga u stvaranju povezanog turističkog proizvoda. Fokus je na razvoju prepoznatljivog brenda, povećanju vidljivosti lokalnih proizvoda i ulaganjima u obiteljski i doživljajni smještaj. Digitalna promocija, razvoj tematskih događanja i edukacija OPG-ova osiguravaju veći tržišni doseg i konkurentnost.                                                                                                                         |
| Ciljevi            | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Povećati broj digitalno vidljivih OPG-ova i ruralnih objekata</li> <li>- Povezati lokalne proizvođače i ugostitelje u zajedničke promotivne kampanje i rute</li> <li>- Brendirati destinaciju kroz autentične programe i proizvode s oznakom podrijetla</li> <li>- Unaprijediti marketinšku prepoznatljivost ruralnih događaja i manifestacija</li> <li>- Povećati ponudu i dostupnost smještaja na ruralnim područjima za obitelji i grupe</li> </ul>                                                                |
| Ključne aktivnosti | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Razvoj digitalne platforme i baze podataka o OPG-ovima i ruralnim objektima</li> <li>- Edukacija OPG-ova o digitalnom marketingu i brendiranju</li> <li>- Organizacija zajedničkih predstavljanja i manifestacija (npr. dani otvorenih vrata OPG-ova, ruralni sajam, gastro i <i>bike ture</i>)</li> <li>- Certifikacija i promocija lokalnih proizvoda sa zaštićenim oznakama izvornosti</li> <li>- Poticanje ulaganja u male smještajne objekte, kušaonice i edukativne sadržaje u seoskim domaćinstvima</li> </ul> |
| Pokazatelji        | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Broj digitalno registriranih i promoviranih OPG-ova</li> <li>- Broj manifestacija i događanja na ruralnim područjima</li> <li>- Udio lokalnih proizvoda u turističkoj ponudi</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |

| Element                | Opis                                                                                                                                                                                                                                          |
|------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Broj brendiranih proizvoda s oznakom podrijetla</li> <li>- Povećanje broja turističkih dolazaka u ruralnim zonama Ogulina</li> <li>- Broj novih smještajnih kapaciteta u selima i okolici</li> </ul> |
| Nositelj/<br>partneri  | Grad Ogulin; Turistička zajednica grada Ogulina; OPG-ovi; Udruga ruralnog turizma Hrvatske; Ministarstvo turizma i sporta; LAG Frankopan; županijska razvojna agencija; lokalne udruge i obrtnici; privatni sektor                            |
| SDG<br>poveznice       | SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja SDG 15 – Život na kopnu                                                                                          |
| Rok<br>provedbe        | 2026. – 2029., kontinuirano po fazama                                                                                                                                                                                                         |
| Izvori<br>financiranja | EU fondovi (EFRR, ESF+, Interreg, CAP), nacionalni i županijski proračuni, lokalni proračun, privatni kapital, javno-privatna partnerstva                                                                                                     |

#### Mjera br. 4: Razvoj privatnog smještaja i održivih standarda

| Element            | Opis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|--------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Izazov             | Privatni smještaj čini značajan dio ogulinske ponude, ali nedostaje koordinacija kroz destinacijski menadžment, digitalna vidljivost i diferencirana ponuda. Potrebna je receptivna turistička agencija koja bi povezivala ponudu i potražnju, osmišljavala tematske boravke te osigurala popunjenost kapaciteta. Vlasnicima smještaja nedostaju stručne edukacije o digitalnom marketingu, održivom poslovanju i iskustvenom upravljanju gostima. Infrastruktura i zeleni standardi zahtijevaju daljnja ulaganja, a manjak objekata više kategorije ograničava rast kvalitete destinacije.                                                |
| Opis mjere         | Mjera obuhvaća profesionalizaciju, digitalizaciju i održivu transformaciju privatnog smještaja te uspostavu funkcionalnog destinacijskog menadžmenta. Uspostavom receptivne turističke agencije (DMC) i provedbom edukacijskih programa jačat će se kvaliteta usluge, digitalna vidljivost i posjećenost smještaja. Poseban naglasak stavlja se na održivu gradnju, zeleno poslovanje, doživljajne elemente i očuvanje autentičnosti ogulinskog gostoljublja.                                                                                                                                                                              |
| Ciljevi            | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Uspostaviti destinacijsku menadžment agenciju za koordinaciju ponude i smještaja</li> <li>- Edukacijom osnažiti iznajmljivače za digitalni marketing, održivost i <i>experience management</i></li> <li>- Ulagati u sportsku, biciklističku i pješačku infrastrukturu koja produžuje boravak</li> <li>- Potaknuti prelazak na zelene standarde i održivu gradnju</li> <li>- Razviti dodatne sadržaje i programe za produženje sezone (<i>outdoor, well-being, radionice</i>)</li> <li>- Poticati smještaje više kategorije u ruralnim zonama uz zadržavanje autentične gostoljubivosti</li> </ul> |
| Ključne aktivnosti | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Osnivanje i razvoj lokalne receptivne turističke agencije (DMC) za destinacijski menadžment</li> <li>- Organizacija edukacija za privatne iznajmljivače (digitalni marketing, održivost, iskustveni turizam)</li> <li>- Ulaganja u infotočke, digitalne mape i sportsku infrastrukturu</li> <li>- Program poticaja za zelenu gradnju i energetske učinkovite objekte</li> <li>- Kreiranje tematskih turističkih programa (<i>outdoor, well-being, kulturne radionice</i>)</li> <li>- Promicanje personaliziranog pristupa gostima (poklon dobrodošlice, osobni kontakt)</li> </ul>                |

| Element             | Opis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|---------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                     | - Tematizacija smještaja u vidu interijera, eksterijera u malim detaljima koji gostu daju dojam da je u došao u destinaciju koja je brendirana prema temama Ivaninih bajki                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Pokazatelji         | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Broj educiranih iznajmljivača po temama (marketing, održivost, iskustvo gosta)</li> <li>- Broj smještaja koji uvode zelene standarde ili povećavaju kategoriju</li> <li>- Broj novih sportskih i <i>outdoor</i> sadržaja uz povećano trajanje boravka</li> <li>- Broj promotivnih aktivnosti putem digitalnih platformi</li> <li>- Rast ocjena gostiju i indeksa zadovoljstva posjetitelja</li> </ul> |
| Nositelj/partneri   | Grad Ogulin; Turistička zajednica grada Ogulina; udruga iznajmljivača; obrazovne institucije i digitalni partneri; Ministarstvo turizma i sporta; HGK; receptivne agencije i DMC operateri; privatni sektor                                                                                                                                                                                                                                    |
| SDG poveznice       | SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Rok provedbe        | 2026. – 2029., kontinuirano po fazama                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Izvori financiranja | EU fondovi (EFRR, ESF+, Interreg, NextGenerationEU), nacionalni i županijski proračuni, lokalni proračun, privatni sektor, programi zelenih investicija i certifikacije                                                                                                                                                                                                                                                                        |

#### Mjera br. 5: Tematizacija i brendiranje smještaja kroz koncept „Bajkovitog Ogulina“

| Element            | Opis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|--------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Izazov             | Ogulin se pozicionira kao jedinstvena destinacija inspirirana bajkama Ivane Brlić-Mažuranić, no tematizacija smještajnih objekata i hotelskog prostora još je u ranoj fazi. Postojeći osnovni standardi kvalitete ne uključuju dodatne elemente koji bi osigurali snažniji kreativni, emocionalni i vizualni doživljaj. Potrebno je potaknuti hotele, pansionere, kuće za odmor i dodatne objekte da svoje interijere i uslugu brendiraju kroz bajkoviti identitet Ogulina, povezujući ih s lokalnim manifestacijama i atrakcijama. |
| Opis mjere         | Mjera potiče razvoj prepoznatljivog destinacijskog identiteta Ogulina kroz tematizaciju smještaja, objekata i pratećih sadržaja u skladu s brendom „Zavičaj bajke“. Tematizacija uključuje integraciju elemenata lokalne priče, dizajna, multimedije i iskustvenog pripovijedanja koji stvaraju poseban doživljaj boravka. Osim povećanja atraktivnosti, cilj mjere je stvaranje razloga dolaska gostiju i dodatne promocije kroz medije i društvene mreže, čime se istodobno podiže konkurentnost i reputacija destinacije.        |
| Ciljevi            | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Razviti hotelske i smještajne objekte s temom bajke ili lokalne priče</li> <li>- Unaprijediti destinacijske standarde dodavanjem tematskih i iskustvenih elemenata</li> <li>- Kreirati vizualni i sadržajni identitet koji povezuje smještaj i atrakcije Ogulina</li> <li>- Povezati tematizirane objekte s Ogulinskim festivalom bajke i rutom bajki</li> <li>- Povećati prepoznatljivost i privlačnost destinacije kroz <i>storytelling</i> i PR aktivnosti</li> </ul>                   |
| Ključne aktivnosti | - Razrada smjernica i potvrda standarda „Bajkoviti smještaj Ogulin“ kroz Plan upravljanja                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |

| Element             | Opis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|---------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Suradnja s Ivaninom kućom bajke, TZ-om i lokalnim dizajnerima na razvoju standarda interijera i priča</li> <li>- Program poticaja i subvencija za uređenje tematskih soba i uvođenje autentičnih detalja</li> <li>- Razvoj <i>storytelling</i> materijala, digitalnih oznaka i marketinških kampanja „Doživi bajku u Ogulinu“</li> <li>- Povezivanje tematiziranih objekata s događanjima i interpretacijskim rutama (Klek, Sabljaci, Frankopanski kaštel)</li> <li>- Kreiranje nagrade „Bajkoviti domaćin“ za najuspješnije tematizirane objekte</li> </ul> |
| Pokazatelji         | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Broj tematiziranih objekata (hotela, apartmana, kuća za odmor)</li> <li>- Broj sudionika u programu certifikacije „Bajkoviti smještaj“</li> <li>- Broj promotivnih objava i medijskih nastupa vezanih uz koncept „Zavičaj bajke“</li> <li>- Rast noćenja u objektima koji su implementirali tematizaciju</li> <li>- Povratna ocjena zadovoljstva gostiju prema kriteriju „iskustvo doživljaja“</li> </ul>                                                                                                                                                    |
| Nositelj/partneri   | Grad Ogulin; Turistička zajednica grada Ogulina; Ivanina kuća bajke; hoteli i iznajmljivači; Ministarstvo turizma i sporta; dizajneri interijera; art radionice i kreativne industrije; strukovne škole i fakulteti dizajna; medijski i PR partneri                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| SDG poveznice       | SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Rok provedbe        | 2026. – 2029., kontinuirano po fazama                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Izvori financiranja | EU fondovi (EFRR, ESF+, Kreativna Europa), nacionalni i županijski proračuni, lokalni proračun, privatni sektor, partnerstva kulturnih i turističkih institucija                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |

#### Mjera br. 6: Razvoj hostelskog smještaja i omladinskog turizma u Ogulinu

| Element    | Opis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Izazov     | Ogulin bilježi rast broja posjetitelja mlađe dobi, biciklista i putnika koji traže povoljan, zajednički i iskustveni smještaj. Međutim, nedostaje hostelskih objekata koji nude odgovarajući standard, modernu opremljenost i društvene sadržaje. Trenutno ne postoji brendirani hostel u gradu, što ograničava mogućnost organiziranog prihvata omladinskih grupa, škola, planinara i sportskih klubova.                                                                 |
| Opis mjere | Mjera potiče razvoj sadržajno i infrastrukturno suvremenog hostelskog smještaja u Ogulinu, prilagođenog mladima, grupnim putnicima i sudionicima edukativnih i aktivnih programa. Namjera je pozicionirati Ogulin kao dostupnu destinaciju za mlade kroz kombinaciju atraktivnog smještaja, društvene atmosfere i doživljajnih sadržaja. Hosteli bi trebali pratiti principe održivog i tematskog razvoja te se konceptualno povezati s identitetom „Bajkovitog Ogulina“. |
| Ciljevi    | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Osigurati razvoj i otvaranje najmanje jednog tematskog hostela do 2027. godine</li> <li>- Povezati hostelsku ponudu s <i>outdoor</i>, kulturnim i edukativnim sadržajima</li> <li>- Kreirati povoljan i kvalitetan smještaj za mlade, škole i sportske grupe</li> <li>- Povećati atraktivnost i pristupačnost Ogulina u omladinskom turizmu</li> <li>- Uspostaviti standard održivog poslovanja u novim hostelima</li> </ul>     |

| Element             | Opis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|---------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Ključne aktivnosti  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Promocija koncepta „Bajkoviti hostel“ povezanog s Ivaninom kućom bajke i festivalom</li> <li>- Sudjelovanje u nacionalnim i međunarodnim hostel mrežama (npr. HI Hostels)</li> <li>- Edukacija osoblja i promotivna kampanja usmjerena mlađim segmentima tržišta</li> </ul>                                                                                                                  |
| Pokazatelji         | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Broj otvorenih ili adaptiranih hostela</li> <li>- Broj noćenja u hostelima i udio u ukupnom smještaju</li> <li>- Broj grupnih dolazaka (škole, sportske grupe, planinari)</li> <li>- Broj certifikata o održivom poslovanju i tematskih hostela</li> <li>- Povećanje posjeta iz segmenta omladinskog turizma</li> <li>- Povezanost hostela s destinacijskim aktivnostima i rutama</li> </ul> |
| Nositelj/partneri   | Grad Ogulin; Turistička zajednica grada Ogulina; Ministarstvo turizma i sporta; Hrvatski ferijalni i hostelski savez; LAG Frankopan; obrazovne institucije; privatni investitori; udruga mladih i sportski klubovi                                                                                                                                                                                                                    |
| SDG poveznice       | SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Rok provedbe        | 2027. – 2029.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Izvori financiranja | EU fondovi (EFRR, ESF+, Interreg, Erasmus+), nacionalni programi za omladinski turizam, županijski i gradski proračun, privatni investitori, međunarodne hostel mreže i donatorski programi                                                                                                                                                                                                                                           |

#### Mjera br. 7: Razvoj hotelskog smještaja i podizanje kvalitete hotelske ponude

| Element    | Opis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Izazov     | Na području Ogulina postoji nedostatak hotelskog smještaja više kategorije s komplementarnim sadržajima ( <i>wellness</i> , konferencijske dvorane, gastronomske ponude). Postojeći kapaciteti ne zadovoljavaju suvremene turističke standarde ni rastuće potrebe poslovnih, sportskih i obiteljskih gostiju. Kontinentalni turizam i dalje privlači relativno manji udio ulaganja u hotelski sektor u odnosu na obalu, što usporava razvoj cjelogodišnje ponude.                                                                  |
| Opis mjere | Mjera potiče ulaganja u nove i obnovljene hotele u skladu s načelima održivosti, energetske učinkovitosti i destinacijskog brendiranja. Pritom se promiče model manjih, specijaliziranih hotela ( <i>heritage</i> , <i>boutique</i> , <i>family</i> , <i>wellness</i> ) usklađenih s identitetom Ogulina. Modernizacija i gradnja hotela višeg standarda omogućit će diversifikaciju smještajne ponude, povećanje prosječne potrošnje te stvaranje preduvjeta za razvoj poslovnog, sportskog, <i>wellness</i> i kulturnog turizma. |
| Ciljevi    | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Povećati hotelske kapacitete s 3+ i 4+ zvjezdice</li> <li>- Poticati ulaganja u male i obiteljske hotele te <i>heritage</i> objekte</li> <li>- Osigurati uključivanje eko i održivih standarda u hotelsko poslovanje</li> <li>- Razviti <i>wellness</i> i kongresnu infrastrukturu u okviru postojećih i novih hotela</li> <li>- Jačati hotelsku gastronomsku ponudu i uključiti lokalne dobavljače</li> <li>- Povećati hotelsku popunjenost i broj višednevnih boravaka</li> </ul>       |

| Element             | Opis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|---------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Ključne aktivnosti  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Identifikacija potencijalnih lokacija i izrada investicijskih planova za hotelske projekte</li> <li>- Uključivanje privatnog sektora kroz javno-privatna partnerstva i investicijske potpore</li> <li>- Program subvencioniranja energetske obnove i rebrendiranja hotela</li> <li>- Certifikacija hotela s ekostandardima</li> <li>- Organizacija edukacija o upravljanju <i>boutique</i> i <i>heritage</i> hotelima</li> <li>- Promocija projekata hotelskog smještaja kroz sustav destinacijskog marketinga i investicijske forume</li> </ul> |
| Pokazatelji         | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Broj novih ili rekonstruiranih hotela (3+, 4+, 5*)</li> <li>- Broj ekocertificiranih hotela</li> <li>- Povećanje prosječne duljine boravka i potrošnje po gostu</li> <li>- Broj novih radnih mjesta u hotelskom sektoru</li> <li>- Broj događanja (kongresa, <i>wellness</i> paketa, <i>event</i> ponuda) u hotelskim prostorima</li> <li>- Broj novih investitora ili partnerstava ostvarenih kroz DMO/Grad</li> </ul>                                                                                                                          |
| Nositelj/partneri   | Grad Ogulin; Turistička zajednica grada Ogulina; Ministarstvo turizma i sporta; LAG Frankopan; Udruga malih i obiteljskih hotela (OMH); privatni investitori; HGK; hotelijerske udruge i bankarski sektor                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| SDG poveznice       | SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja SDG 13 – Klimatska akcija                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Rok provedbe        | 2026. – 2029., kontinuirano po fazama                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Izvori financiranja | EU fondovi (EFRR, InvestEU, Interreg, NextGenerationEU), državni i županijski proračuni, lokalni proračun, turistički investicijski fondovi, privatni kapital, javno-privatna partnerstva                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |

#### Mjera br. 8: Razvoj kampova i umrežavanje ponude u destinaciji

| Element    | Opis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Izazov     | Unatoč rastućem interesu putnika s kamperima i karavanima, Ogulin trenutno nema razvijenu mrežu kamp odmorišta koja bi omogućila dulji i kvalitetniji boravak gostiju. Potrebna je bolja integracija komunalnih rješenja, digitalnih informacija i koordinacija dionika kroz destinacijski menadžment. Poduzetnici ukazuju na izazove u održavanju infrastrukture i administrativnim procedurama, dok gosti traže višu razinu opremljenosti, umreženosti i doživljaja.                            |
| Opis mjere | Mjera potiče razvoj kampova i raznovrsnih smještajnih mogućnosti za putnike s kamperima, karavanima i mobilnim kućicama. Cilj je povezati uslugu kamp odmorišta s ukupnom ponudom destinacije – lokalnim atrakcijama, <i>outdoor</i> aktivnostima i gastronomijom – radi povećanja duljine boravka i zadovoljstva gostiju. Destinacijski menadžment koordinira komunalne, infrastrukturne i promotivne aspekte poslovanja te potiče inovacije i standardizaciju kroz zajedničke modele kvalitete. |
| Ciljevi    | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Razviti najmanje jedan kamp i nekoliko manjih servisnih točaka do 2028. godine</li> <li>- Unaprijediti komunalnu i prometnu infrastrukturu za potrebe kamp odmorišta</li> <li>- Poticati umrežavanje kamp ponude s <i>outdoor</i> i ruralnim aktivnostima (biciklizam, planinarenje, vožnje brodom, ribolov)</li> </ul>                                                                                                                                  |

| Element             | Opis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|---------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Uvesti sustav oznaka kvalitete i održivosti za ogulinske kampove</li> <li>- Povezati kampove i destinacijske servise kroz digitalne karte i zajedničku promociju</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| Ključne aktivnosti  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Izrada projektne dokumentacije za razvoj i kategorizaciju kamp odmorišta</li> <li>- Uređenje parceliranih i neparceliranih površina prema standardima ekologije i održivog razvoja</li> <li>- Razvoj <i>online</i> sustava s informacijama o slobodnim kapacitetima, servisima i atrakcijama</li> <li>- Koordinacija između poduzetnika, Grada i komunalnih službi kroz redovite sastanke DMO-a</li> <li>- Poticanje inovacija u ponudi (ekozone, <i>mini glamping</i>, servisne zone, aktivnosti u prirodi)</li> <li>- Umrežavanje kamp odmorišta u suradnji s regionalnim i nacionalnim sustavima kampinga</li> </ul> |
| Pokazatelji         | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Broj otvorenih kampova</li> <li>- Broj noćenja i prosječna duljina boravka gostiju kamperskog segmenta</li> <li>- Broj poduzetnika uključenih u destinacijske koordinacije</li> <li>- Udio kampova s certificiranim standardima održivosti</li> <li>- Broj digitalnih promotivnih kanala i zajedničkih akcija</li> <li>- Broj integriranih ponuda (<i>outdoor</i>, gastro, kulturni program) u paketu s kamp odmorištem</li> </ul>                                                                                                                                                                                      |
| Nositelj/partneri   | Grad Ogulin; Turistička zajednica grada Ogulina; komunalno poduzeće; Ministarstvo turizma i sporta; Kamping udruženje Hrvatske; poduzetnici u turizmu; LAG Frankopan; privatni investitori; Udruga kampista Hrvatske                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| SDG poveznice       | SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Rok provedbe        | 2026. – 2029.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Izvori financiranja | EU fondovi (EFRR, LIFE, Interreg, NPOO), nacionalni i županijski proračuni, lokalni proračun, partnerstva s privatnim sektorom, investicijski fondovi za održivi turizam                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |

#### Mjera br. 9: Upravljanje događanjima

| Element    | Opis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Izazov     | Događanja u Ogulinu imaju značajan financijski i promotivni utjecaj na smještajni sektor i cjelokupnu destinaciju, no često nedostaje pravovremena najava i koordinacija termina. Nedostatak strateškog planiranja i sinkronizacije događanja s razdobljima niže popunjenosti smještaja ograničava mogućnost produljenja sezone i optimizacije turističkih kapaciteta.                                                                                     |
| Opis mjere | Mjera potiče unapređenje planiranja i koordinacije događanja u Ogulinu kroz destinacijski menadžment, s ciljem povećanja učinkovitosti, vidljivosti i sinergije između manifestacija, smještaja i drugih turističkih usluga. Pravodobna najava događanja (najmanje šest mjeseci prije održavanja) omogućit će smještajnim kapacitetima i nositeljima ponude da svoje aktivnosti prilagode potražnji, produže boravak gostiju te potaknu prateću potrošnju. |
| Ciljevi    | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Uspostaviti sustav planiranja i usklađivanja termina događanja u okviru DMO-a</li> <li>- Najavljivati događanja minimalno šest mjeseci unaprijed i koordinirati ih s praznim smještajnim terminima</li> </ul>                                                                                                                                                                                                     |

| Element             | Opis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|---------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Povezati događanja s paketima usluga (smještaj, gastronomija, aktivnosti)</li> <li>- Potaknuti višednevni boravak i veću potrošnju sudionika događanja</li> <li>- Uspostaviti sustav evaluacije učinka događanja na turistički promet i lokalno gospodarstvo</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Ključne aktivnosti  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Formiranje radne skupine unutar DMO-a za planiranje događanja i praćenje popunjenosti kapaciteta</li> <li>- Izrada godišnjeg kalendara manifestacija s terminskom koordinacijom između sektora turizma, kulture i sporta</li> <li>- Uvođenje digitalne platforme za prijavu, najavu i promociju svih događanja</li> <li>- Edukacija organizatora događanja o principima održivosti i sinergije s lokalnom ponudom</li> <li>- Razvoj promotivnih paketa za posjetitelje (npr. „event + smještaj + iskustvo“) u suradnji s hotelima i privatnim iznajmljivačima</li> <li>- Redovita evaluacija financijskog i društvenog učinka manifestacija na destinaciju</li> </ul> |
| Pokazatelji         | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Broj događanja pravodobno najavljenih i unesenih u zajednički kalendar</li> <li>- Broj smještajnih kapaciteta uključenih u promotivne pakete</li> <li>- Povećanje prosječne duljine boravka turista za vrijeme događanja</li> <li>- Ukupni financijski prihod smještajnog sektora vezan uz manifestacije</li> <li>- Broj medijskih objava i doseg promotivnih kampanja događanja</li> <li>- Stupanj iskorištenosti smještaja u terminima glavnih događanja</li> </ul>                                                                                                                                                                                                 |
| Nositelj/partneri   | Grad Ogulin; Turistička zajednica grada Ogulina; organizatori manifestacija; DMO/koordinator događanja; ugostitelji; smještajni subjekti; sportske i kulturne udruge; Ministarstvo turizma i sporta                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| SDG poveznice       | SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Rok provedbe        | 2026. – 2029., kontinuirano po fazama                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Izvori financiranja | EU fondovi (Interreg, ESF+, Kreativna Europa), nacionalni i županijski proračuni, lokalni proračun, sponzorski programi i partnerstva između javnog i privatnog sektora                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |

#### Mjera br. 10: Unaprjeđenje jednodnevnih posjeta i povećanje potrošnje izletnika

| Element    | Opis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Izazov     | Ogulin ima izražen potencijal jednodnevnog turizma zahvaljujući prirodnim i kulturnim atrakcijama te povoljnom geografskom položaju uz glavne prometnice. Međutim, izazovi su kratko zadržavanje posjetitelja, niža prosječna potrošnja i sezonalnost posjeta. Ovisnost o vremenskim uvjetima i manifestacijskom kalendaru doprinosi neujednačenom prometu tijekom godine, dok dio ponude još nije dovoljno digitalno povezan i interpretiran. |
| Opis mjere | Mjera potiče razvoj i digitalizaciju jednodnevne turističke ponude Ogulina radi povećanja duljine boravka posjetitelja, njihove potrošnje te ukupnog ekonomskog učinka na destinaciju. Kroz inovativne alate (QR rute, digitalne infotočke, tematske ture), povezivanje s ugostiteljima i OPG-ovima te unaprjeđenje cjelogodišnjih sadržaja, stvara se sinergija između izletničkog, kulturnog, <i>outdoor</i> i gastronomskog turizma.        |

| Element             | Opis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|---------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Ciljevi             | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Povećati broj jednodnevnih posjetitelja i njihovu prosječnu potrošnju</li> <li>- Povećati broj dolazaka škola, planinarskih udruga, sportskih klubova i obiteljskih grupa</li> <li>- Unaprijediti atrakcije, interpretacijske točke i digitalne sadržaje dostupne izletnicima</li> <li>- Uspostaviti integrirane vikend-pakete koji pretvaraju jednodnevne goste u višednevne</li> <li>- Stvoriti predvidiv model najave događanja i atrakcija s ciljem šire promocije</li> </ul>                                                                                                  |
| Ključne aktivnosti  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Označavanje i digitalizacija glavnih točaka interesa putem QR i interaktivnih ruta</li> <li>- Razvoj novih mini događanja i sezonskih programa u manje opterećenim razdobljima</li> <li>- Unapređenje suradnje s ugostiteljima, OPG-ovima i suvenirnicama radi paketne ponude</li> <li>- Izrada platforme i promotivne kampanje „Doživi dan u Ogulinu“ s prijedlozima itinerera</li> <li>- Edukacija vodiča i djelatnika o interpretaciji baštine i produljenju boravka gosta</li> <li>- Praćenje i analiza izletničkog prometa kroz sustav eVisitor i digitalne ankete</li> </ul> |
| Pokazatelji         | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Broj jednodnevnih posjetitelja godišnje</li> <li>- Ukupni prihod jednodnevnih posjeta</li> <li>- Broj QR točaka i digitalnih infosadržaja u destinaciji</li> <li>- Broj realiziranih jednodnevnih i vikend-paketa</li> <li>- Broj poslovnih subjekata uključenih u zajedničku izletničku promociju</li> <li>- Rast ukupne potrošnje i zadovoljstva jednodnevnih posjetitelja</li> </ul>                                                                                                                                                                                            |
| Nositelj/partneri   | Grad Ogulin; Turistička zajednica grada Ogulina; Ivanina kuća bajke; Zavičajni muzej Ogulin; ugostitelji i OPG-ovi; prometni operatori; obrazovne ustanove; Ministarstvo turizma i sporta; privatni sektor                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| SDG poveznice       | SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Rok provedbe        | 2026. – 2029., kontinuirano po fazama                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Izvori financiranja | EU fondovi (EFRR, Interreg, NextGenerationEU), državni i županijski proračuni, lokalni proračun, partnerstva s OPG-ovima i ugostiteljima, privatni sektor                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |

#### Mjera br. 11: Jačanje kapaciteta Turističke zajednice za korištenje EU fondova

| Element    | Opis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Izazov     | Turistička zajednica Ogulina u 2025. godini nema planirana sredstva iz EU fondova niti aktivne projekte sufinancirane iz EU programa. Iako postoje brojni otvoreni pozivi za financiranje projekata u turizmu (Fond za udružene TZ-ove, održivi turizam, digitalna transformacija, ruralni razvoj), nedostatak stručnih resursa i projektne pripreme ograničava mogućnost prijave i povlačenja sredstava. |
| Opis mjere | Mjera potiče institucionalno jačanje Turističke zajednice kroz edukacije, strateško planiranje i izgradnju projektnih partnerstava za prijavu i provedbu EU projekata. Naglasak je na povećanju kompetencija djelatnika, umrežavanju s drugim TZ-ovima i korištenju relevantnih natječaja Ministarstva turizma, HTZ-a i EU fondova (EFRR, ESF+, Interreg).                                                |

| Element             | Opis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|---------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Ciljevi             | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Povećati broj prijava Turističke zajednice i partnerstava na EU natječajima</li> <li>- Osigurati barem jedan EU projekt do 2027. godine</li> <li>- Uspostaviti funkcionalan sustav praćenja EU poziva i potencijalnih partnerstava</li> <li>- Edukacijom ojačati administrativne i tehničke kapacitete zaposlenika TZ-a</li> <li>- Povezati EU projekte s prioritetima destinacijskog razvoja Ogulina (digitalizacija, održivost, ruralni turizam)</li> </ul>                                                                                              |
| Ključne aktivnosti  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Izrada popisa prioritetnih projekata TZ-a za EU natječaje</li> <li>- Uključivanje u Fond za udružene turističke zajednice i projekte održivog turizma</li> <li>- Suradnja s Gradom Ogulinom, Karlovačkom županijom i LAG-om Frankopan na zajedničkim prijavama</li> <li>- Angažman stručnih konzultanata za pripremu projektne dokumentacije</li> <li>- Organizacija edukacija i radionica za djelatnike TZ-a o projektima i EU procedurama</li> <li>- Priprema projektne dokumentacije za natječaje planirane u razdoblju 2026. – 2027. godine</li> </ul> |
| Pokazatelji         | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Broj prijavljenih i odobrenih EU projekata</li> <li>- Iznos osiguranih EU sredstava</li> <li>- Broj partnerstava s drugim TZ-ovima ili institucijama</li> <li>- Broj zaposlenika educiranih za projektno upravljanje</li> <li>- Broj izrađenih projektnih prijedloga i prijava na natječaje</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Nositelj/partneri   | Turistička zajednica grada Ogulina; Grad Ogulin; Karlovačka županija; Ministarstvo turizma i sporta; Hrvatska turistička zajednica; LAG Frankopan; stručne konzultantske institucije                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| SDG poveznice       | SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice SDG 17 – Partnerstvom do ciljeva                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Rok provedbe        | 2026. – 2029., kontinuirano po fazama                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Izvori financiranja | EU fondovi (Interreg, EFRR, ESF+, NPOO), nacionalni i županijski proračuni, lokalni proračun TZ-a, tehnička pomoć HTZ-a i Ministarstva turizma i sporta                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |

#### Mjera br. 12: Brendiranje Ogulina, promocija jedinstvenosti i komparativnih prednosti Ogulina

| Element    | Opis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Izazov     | Ogulin posjeduje izuzetne prirodne, kulturne i geografske prednosti, ali one još uvijek nisu u potpunosti kapitalizirane kroz sustavnu promociju i razvoj identiteta brenda. Atrakcije poput Kleka, Đulinog ponora i Frankopanskog kaštela te kulturno nasljeđe Ivane Brlić-Mažuranić predstavljaju temelje turističke prepoznatljivosti, no potreban je snažniji integrirani pristup koji bi povezao sve resurse pod zajedničkim identitetom i komunikacijskom platformom.                                     |
| Opis mjere | Mjera podrazumijeva strateško pozicioniranje Ogulina kao jedinstvene destinacije koja objedinjuje bajkoviti kulturni identitet, prirodne ljepote i održivi aktivni turizam. Aktivnosti uključuju izradu integrirane promotivne strategije, audiovizualnu interpretaciju atrakcija te tematsko umrežavanje prirodnih i kulturnih lokaliteta. Kroz jedinstvene tematske poruke i autentične doživljaje, Ogulin se brendira kao „Zavičaj bajke, planina i jezera“ – destinacija mira, autentičnosti i inspiracije. |

| Element             | Opis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|---------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Ciljevi             | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Povećati prepoznatljivost Ogulina kao destinacije u nacionalnim kampanjama</li> <li>- Umrežiti sve ključne atrakcije (Klek, Sabljaci, Kaštel, Đulin ponor, Ivanina kuća bajke) u zajedničku marketinšku i doživljajnu cjelinu</li> <li>- Istaknuti Ogulin kao primjer održivog grada autentičnog karaktera</li> <li>- Povezati brend destinacije s kulturnim, <i>outdoor</i> i obiteljskim turizmom</li> <li>- Povećati broj posjetitelja, noćenja i medijskih objava vezanih uz destinaciju.</li> </ul>                                                                |
| Ključne aktivnosti  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Provedba brendiranja destinacije grada bajke, bajkovitog Ogulina</li> <li>- Produkcija promotivnih kampanja, videospotova i <i>storytelling</i> materijala o Ogulinu</li> <li>- Brendiranje i turistička signalizacija atrakcija te izrada interpretacijskih tabli</li> <li>- Razvoj interaktivnih i digitalnih sadržaja (AR aplikacije, virtualne šetnje, QR mape)</li> <li>- Suradnja s medijima i <i>influencerima</i> u okviru nacionalnih kampanja</li> <li>- Organizacija promotivnih <i>evenata</i> i studijskih putovanja za novinare i turoperatore</li> </ul> |
| Pokazatelji         | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Broj kampanja i promotivnih materijala realiziranih godišnje</li> <li>- Doseg medijskih objava i interakcija na društvenim mrežama</li> <li>- Broj posjetitelja glavnih atrakcija (Klek, Kaštel, Đulin ponor)</li> <li>- Povećanje broja noćenja i prosječne duljine boravka</li> <li>- Broj integriranih atrakcija i lokalnih partnera uključenih u zajednički brend</li> <li>- Rast zadovoljstva posjetitelja i prepoznatljivosti destinacije u anketama TZ-a</li> </ul>                                                                                              |
| Nositelj/partneri   | Turistička zajednica grada Ogulina; Grad Ogulin; Ministarstvo turizma i sporta; Hrvatska turistička zajednica; Zavičajni muzej; Ivanina kuća bajke; HGSS; planinarska društva; mediji i turističke agencije; privatni sektor                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| SDG poveznice       | SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Rok provedbe        | 2026. – 2029., kontinuirano po fazama                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Izvori financiranja | EU fondovi (EFRR, Interreg, Kreativna Europa), nacionalni i županijski proračuni, lokalni proračun TZ-a, sponzorska partnerstva i privatni sektor                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |

### Mjera br. 13: Unaprjeđenje postojećih turističkih proizvoda i cjelogodišnje ponude

| Element    | Opis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Izazov     | Ogulin raspolaže izuzetnim portfeljem turističkih proizvoda koji uključuju Ivaninu kuću bajke, planinu Klek, Đulin ponor, Ogulinski festival bajke, jezero Sabljaci te različite <i>outdoor</i> aktivnosti. Unatoč bogatom sadržaju, većina proizvoda je sezonskog karaktera, nedovoljno digitalno interpretirana, slabije povezana u tematske itinerere i ograničeno prepoznatljiva na nacionalnoj razini. Izazovi uključuju nedostatak infrastrukture, interpretacijskih alata i koordiniranog upravljanja proizvodima. |
| Opis mjere | Mjera potiče sustavni razvoj i povezivanje prirodnih, kulturnih i rekreativnih proizvoda Ogulina u integriranu, cjelogodišnju turističku ponudu. Ulaganjem u infrastrukturu, digitalne sadržaje, interpretaciju, <i>storytelling</i> i zajednički marketing, stvara se destinacijski portfelj koji povećava duljinu boravka, potrošnju i cjelogodišnju vidljivost destinacije. Aktivno uključivanje zajednice i sektora                                                                                                   |

| Element             | Opis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|---------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                     | turizma u razvoj novih koncepata potiče održivi rast te povećava atraktivnost Ogulina za obiteljske, školske i <i>outdoor</i> goste.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Ciljevi             | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Povećati stupanj iskorištenosti postojećih turističkih resursa kroz cjelogodišnju ponudu</li> <li>- Diversificirati proizvode i manifestacije izvan glavne sezone</li> <li>- Osigurati infrastrukturna i interpretacijska ulaganja u ključne atrakcije (Klek, Đulin ponor, Sabljaci)</li> <li>- Povezati prirodne i kulturne atrakcije u integrirane tematske rute</li> <li>- Digitalizirati ponudu i komunikaciju s posjetiteljima (QR rute, interaktivne infotočke)</li> </ul>                                                                                                                                    |
| Ključne aktivnosti  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Obnova i proširenje planinarskih i biciklističkih staza te opremanje pratećih sadržaja</li> <li>- Uređenje i interpretacija područja Đulinog ponora uz razvoj interpretacijskog centra</li> <li>- Povećanje sadržaja i rekreacijskih kapaciteta na jezeru Sabljaci</li> <li>- Razvoj cjelogodišnjih manifestacija (jesenski, zimski, edukativni i obiteljski programi)</li> <li>- Uspostava suradnje s <i>outdoor</i> operaterima, OPG-ovima i ugostiteljima u stvaranju novih tematskih tura</li> <li>- Kreiranje digitalnih platformi, <i>storytelling</i> kampanja i promocije kroz nacionalne medije</li> </ul> |
| Pokazatelji         | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Broj novih sadržaja i itinerera integriranih u cjelogodišnju ponudu</li> <li>- Duljina novih biciklističkih i pješačkih staza (u km)</li> <li>- Broj novih interpretacijskih i multimedijских sadržaja</li> <li>- Povećanje broja posjetitelja izvan glavne sezone</li> <li>- Broj lokalnih dionika uključenih u tematske programe i digitalnu promociju</li> <li>- Ukupni prihod od cjelogodišnjih proizvoda i manifestacija</li> </ul>                                                                                                                                                                            |
| Nositelj/partneri   | Grad Ogulin; Turistička zajednica grada Ogulina; Ministarstvo turizma i sporta; HGSS; planinarska društva; sportske udruge; OPG-ovi i ugostitelji; obrazovne institucije; LAG Frankopan; Zavičajni muzej i Ivanina kuća bajke                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| SDG poveznice       | SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Rok provedbe        | 2026. – 2029., kontinuirano po fazama                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Izvori financiranja | EU fondovi (EFRR, NPOO, Interreg), državni i županijski proračuni, lokalni proračun, privatni sektor, sponzorski i investicijski programi, javno-privatna partnerstva                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |

#### Mjera br.14: Sustavno mjerenje i evaluacija učinkovitosti događanja

| Element | Opis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|---------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Izazov  | Manifestacije i festivali poput Ogulinskog festivala bajke predstavljaju ključne nositelje destinacijskog identiteta i generator su značajnih gospodarskih učinaka. Međutim, dosad nije uspostavljen strukturiran sustav praćenja i vrednovanja njihovih rezultata prema standardiziranim pokazateljima. Nedostatak analitičkog pristupa onemogućava potpuno sagledavanje ekonomskih, društvenih i okolišnih učinaka, što ograničava strateško planiranje i unapređenje budućih događanja. |

| Element             | Opis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|---------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Opis mjere          | Mjera uspostavlja sustavni model praćenja i evaluacije događanja u Ogulinu s posebnim naglaskom na Ogulinski festival bajke. Cilj je redovito prikupljanje i analiza kvantitativnih i kvalitativnih financijskih, operativnih i društvenih pokazatelja, koji omogućuju bolje razumijevanje učinka manifestacija na destinaciju. Rezultati evaluacija koristit će se za unapređenje organizacije, optimizaciju troškova i poboljšanje komunikacije s ključnim dionicima.                 |
| Ciljevi             | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Implementacija metodologije za mjerenje učinaka svih većih događanja u destinaciji</li> <li>- Pratiti i vrednovati financijske, nefinancijske i okolišne pokazatelje</li> <li>- Izraditi godišnje izvještaje o učincima na gospodarstvo, imidž i zajednicu</li> <li>- Korištenjem rezultata planirati buduća poboljšanja i raspored manifestacija</li> <li>- Povećati razinu transparentnosti i učinkovitog upravljanja festivalima</li> </ul> |
| Ključne aktivnosti  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Praćenje ključnih parametara (broj posjetitelja, prihodi, troškovi, potrošnja po gostu, zadovoljstvo)</li> <li>- Uspostava sustava anketnog i digitalnog praćenja percepcije posjetitelja</li> <li>- Javna prezentacija rezultata kroz godišnji izvještaj TZ-a i integraciju u plan promocije</li> </ul>                                                                                                                                       |
| Pokazatelji         | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Broj događanja uključenih u sustav evaluacije (cilj: min. 5 godišnje)</li> <li>- Broj izrađenih godišnjih izvještaja s analizom ekonomskih i društvenih učinaka</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Nositelj/partneri   | Turistička zajednica grada Ogulina; Grad Ogulin; Ivanina kuća bajke; organizacijski odbor Ogulinskog festivala bajke; Ministarstvo turizma i sporta; lokalni ugostitelji; obrazovne i kulturne ustanove; komunalne službe; mediji                                                                                                                                                                                                                                                       |
| SDG poveznice       | SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja SDG 13 – Klimatska akcija                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Rok provedbe        | 2026. – 2029., kontinuirano po fazama                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Izvori financiranja | EU fondovi (ESF+, Interreg, Creative Europe), nacionalni i županijski proračuni, lokalni proračun TZ-a, sponzorski i donatorski programi, partnerstva privatnog i javnog sektora                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |

### Mjera br. 15: Razvoj sportskog turizma i optimizacija smještajnih kapaciteta za sportske događaje

| Element    | Opis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Izazov     | Ogulin ima bogatu sportsku tradiciju i niz redovitih događanja poput planinarskih skupova, biciklističkih maratona, ribičkih kupova i jednokratnih turnira. Iako takvi događaji privlače značajan broj sudionika, kapaciteti smještaja tijekom većih manifestacija postaju ograničeni. Većina jednodnevnih aktivnosti odvija se bez noćenja, dok bi kvalitetnija promocija i dodatni sadržaji mogli potaknuti produljeni boravak te povećati prihode lokalne zajednice. Nedostaje koordinirani model suradnje između organizatora, TZ-a i smještajnih dionika. |
| Opis mjere | Mjera potiče unapređenje i strateško upravljanje sportskim turizmom u Ogulinu kroz razvoj infrastrukturne podrške, bolje planiranje događanja i integraciju turističkih usluga. Naglasak je na stvaranju uvjeta za dulji boravak sudionika (2 i više dana), povećanje broja višednevnih sportskih                                                                                                                                                                                                                                                              |

| Element             | Opis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|---------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                     | kampova i školskih programa te usklađivanje ponude smještaja s kalendarom sportskih manifestacija.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Ciljevi             | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Povećati broj noćenja sportskih sudionika i posjetitelja</li> <li>- Razviti koordinirani kalendar sportskih manifestacija povezan s raspoloživim smještajem</li> <li>- Povezati sportske događaje s turističkom promocijom i atrakcijama (Sabljac, Klek, Đulin ponor)</li> <li>- Potaknuti razvoj sportskih kampova, turnira i višednevnih manifestacija</li> <li>- Aktivno uključiti Turističku zajednicu u promociju i pružanje usluga potpore organizatorima</li> </ul>                                                                                                                                             |
| Ključne aktivnosti  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Uspostava suradnje TZ-a i Sportske zajednice Grada Ogulina u planiranju događanja</li> <li>- Razvoj centralne <i>online</i> baze sportskih događaja s povezanim smještajem i atrakcijama</li> <li>- Kreiranje promotivnih paketa „Sport i odmor u Ogulinu“ (smještaj + aktivnosti + gastronomija)</li> <li>- Ulaganja u sportsku infrastrukturu i podršku organizatorima (infotočke, putokazi, parking)</li> <li>- Organizacija kampanja za produženje boravka sudionika sportskih skupova, maratona i kampova</li> <li>- Edukacija organizatora o tržišnom pozicioniranju i održivosti sportskih događanja</li> </ul> |
| Pokazatelji         | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Broj višednevnih sportskih događanja godišnje</li> <li>- Broj noćenja povezanih sa sportskim turizmom</li> <li>- Prosječna duljina boravka sportskih sudionika</li> <li>- Broj sportskih paketa i turističkih suradnji u sezoni</li> <li>- Broj lokalnih partnera (ugostitelji, iznajmljivači, OPG-ovi) uključenih u organizaciju</li> <li>- Ukupni prihod od sportskih događaja i manifestacija</li> </ul>                                                                                                                                                                                                            |
| Nositelj / partneri | Grad Ogulin; Turistička zajednica grada Ogulina; Sportska zajednica grada Ogulina; planinarska društva; sportski klubovi i savezi; komunalne službe; ugostitelji; OPG-ovi; privatni sektor                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| SDG poveznice       | SDG 3 – Zdravlje i dobrobit SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Rok provedbe        | 2026. – 2029., kontinuirano po fazama                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Izvori financiranja | EU fondovi (ESF+, Interreg, Erasmus+ Sport), državni i županijski proračuni, lokalni proračun, sponzorstva i partnerstva s privatnim sektorom                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |

### Mjera br. 16: Jačanje regionalne konkurentnosti i pozicioniranje Ogulina unutar županijske ponude

| Element    | Opis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Izazov     | Ogulin je u Karlovačkoj županiji prepoznat kao središte bajki i kulture, ali njegov potencijal kao vodeće obiteljsko-edukativne i <i>outdoor</i> destinacije nije još u potpunosti iskorišten. Nedostatak koordiniranog marketinga, zajedničkih županijskih ruta i digitalne integracije smanjuje vidljivost Ogulina na nacionalnom tržištu. Sezonalnost, ograničena suradnja s agencijama i neujednačen kvalitetan kadar u turizmu također predstavljaju izazove u jačanju konkurentnosti. |
| Opis mjere | Mjera potiče pozicioniranje Ogulina kao ključne županijske destinacije u segmentima kulture, bajki i održivog <i>outdoor</i> turizma. Kroz zajedničke projekte s Karlovcem, Slunjem, Plitvicama i Gorskim                                                                                                                                                                                                                                                                                   |

| Element             | Opis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|---------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                     | kotarom („Bajkoviti prsten“), Ogulin se brendira kao polazišna točka za obiteljske, edukativne i prirodne doživljaje. Istodobno se jača kadrovska osposobljenost i digitalna integracija dionika radi jačanja tržišne prisutnosti.                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Ciljevi             | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Povećati prepoznatljivost Ogulina kao ključne destinacije kontinentalnog turizma</li> <li>- Povezati Ogulin u županijske i prekogranične tematske rute (kulturne, povijesne, <i>outdoor</i>)</li> <li>- Uspostaviti model zajedničke promocije s TZ-om Karlovačke županije i susjednim destinacijama</li> <li>- Digitalno integrirati ponudu i razviti platformu za <i>online booking</i> i itinerere</li> <li>- Edukacijom kadra i vodiča povećati standard i doživljaj posjetitelja</li> </ul> |
| Ključne aktivnosti  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Razvoj zajedničkog marketinga i brenda „Bajkoviti prsten“ (Ogulin – Gorski kotar – Karlovac)</li> <li>- Kreiranje sinergijskih paketa (kultura + priroda + <i>outdoor</i> + edukacija)</li> <li>- Edukacija turističkog kadra u Ogulinu o interpretaciji, inozemnim tržištima i održivim praksama</li> <li>- Jačanje sustava „Doživljaj 360°“ za sveobuhvatni prikaz destinacije – priče, boravka i sudjelovanja</li> </ul>                                                                      |
| Pokazatelji         | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Broj zajedničkih projekata s Karlovačkom županijom i susjednim destinacijama</li> <li>- Broj tematskih itinerera i digitalnih platformi izrađenih u partnerstvu</li> <li>- Broj školovanih vodiča i dionika s certifikatom regionalne edukacije</li> <li>- Rast posjeta iz županijskih i inozemnih tranzitnih tržišta</li> <li>- Broj nacionalnih i međunarodnih medijskih objava o Ogulinu</li> <li>- Porast duljine boravka i ukupne potrošnje posjetitelja</li> </ul>                         |
| Nositelj/partneri   | Grad Ogulin; Turistička zajednica grada Ogulina; TZ Karlovačke županije; Grad Karlovac; Grad Slunj; LAG Frankopan; Ministarstvo turizma i sporta; privatni sektor; obrazovne institucije; regija Kvarner i Gorski kotar                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| SDG poveznice       | SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice SDG 17 – Partnerstvom do ciljeva                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Rok provedbe        | 2026. – 2029., kontinuirano po fazama                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Izvori financiranja | EU fondovi (Interreg, EFRR, ESF+), nacionalni i županijski proračuni, projekti razmjene znanja, sponzorstva i privatni sektor                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |

### Mjera br. 17: Unaprjeđenje javne turističke infrastrukture i kvalitete boravka u destinaciji

| Element    | Opis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Izazov     | Javna turistička infrastruktura Ogulina ima strateški značaj za cjelokupni razvoj turizma, no dio ključnih elemenata još uvijek je infrastrukturno nedovoljno razvijen, osobito sanitarni objekti, parkirališta, biciklističke i pješačke staze te informacijska signalizacija. Nedostatak infrastrukture u blizini glavnih atrakcija (Sabljaci, Klek, Frankopanski kaštel) i neujednačen standard ugostiteljske i prometne infrastrukture ograničavaju udobnost i doživljaj posjetitelja. |
| Opis mjere | Mjera potiče planirano ulaganje u obnovu, modernizaciju i digitalizaciju javne turističke infrastrukture u Ogulinu. Cilj je povećati kvalitetu boravka i pristupačnost destinacije kroz razvoj šetnica, sanitarnih objekata, informativnih punktova i parking zona te integraciju održivih i estetskih                                                                                                                                                                                     |

| Element             | Opis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|---------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                     | rješenja. Svaka investicija usmjerena je na unaprjeđenje doživljaja posjetitelja, sigurnost, uključenost i zaštitu okoliša, s naglaskom na dugoročno održavanje i upravljanje.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Ciljevi             | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Modernizirati i povećati dostupnost infrastrukture u blizini ključnih atrakcija (Sabljaci, Đulin ponor, Frankopanski kaštel)</li> <li>- Osigurati kvalitetnu sanitarnu i prometnu infrastrukturu (toaleti, tuševi, parkirališta)</li> <li>- Razviti mrežu interpretacijskih i info točaka s digitalnim sadržajem</li> <li>- Unaprijediti hortikulturno uređenje i vizualni identitet prostora</li> <li>- Osigurati održivo upravljanje, čistoću i sigurnost turističkih zona</li> </ul> |
| Ključne aktivnosti  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Uređenje novih pješačkih i biciklističkih staza s interpretacijom prirodne baštine</li> <li>- Izgradnja i modernizacija javnih sanitarnih objekata i parkirališnih površina</li> <li>- Uspostava digitalnih infotočaka i sustava pametne signalizacije</li> <li>- Ulaganja u rasvjetu, ozelenjavanje i krajobrazno oblikovanje javnih prostora</li> <li>- Sustavno održavanje infrastrukture kroz suradnju Grada, TZ-a i komunalnog poduzeća</li> </ul>                                 |
| Pokazatelji         | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Broj novih ili obnovljenih infrastrukturnih objekata godišnje</li> <li>- Broj izgrađenih ili označenih biciklističkih/pješačkih staza (km)</li> <li>- Broj postavljenih javnih sanitarnih objekata i parkirališnih kapaciteta</li> <li>- Broj digitalnih infotočaka i interpretacijskih instalacija</li> <li>- Indeks zadovoljstva posjetitelja u anketama TZ-a</li> <li>- Broj pozitivnih online recenzija za infrastrukturu i čistoću destinacije</li> </ul>                          |
| Nositelj/partneri   | Grad Ogulin; Turistička zajednica grada Ogulina; komunalno poduzeće; Ministarstvo turizma i sporta; Hrvatske vode; Hrvatske ceste; Hrvatske šume; HGSS; LAG Frankopan; privatni sektor                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| SDG poveznice       | SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja SDG 13 – Klimatska akcija                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Rok provedbe        | 2026. – 2029., kontinuirano po fazama                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Izvori financiranja | EU fondovi (EFRR, Interreg, NPOO), nacionalni programi za javnu infrastrukturu, županijski i gradski proračun, Fond za turizam, javno–privatna partnerstva                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |

### Mjera br. 18: Upravljanje turističkim tokovima i prostornim opterećenjem destinacije

| Element    | Opis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Izazov     | Trenutni turistički tokovi u Ogulinu ne uzrokuju značajne prostorne pritiske, no povećanje broja manifestacija, događanja i posjetitelja tijekom ljetnih mjeseci može dovesti do lokaliziranih problema s prometom, parkiranjem i koncentracijom posjetitelja oko glavnih atrakcija (Đulin ponor, Frankopanski kaštel, Sabljaci). Pravovremeno prostorno i prometno planiranje ključno je za zaštitu kvalitete života građana i očuvanje održivosti prostora. |
| Opis mjere | Mjera uspostavlja sustav praćenja i upravljanja turističkim tokovima u Ogulinu kako bi se osigurao ravnotežan razvoj destinacije i spriječila prostorna preopterećenja. Kroz analizu posjetitelja, planiranje parkirališnih kapaciteta, regulaciju pristupnih pravaca i distribuciju sadržaja po cijelom                                                                                                                                                      |

| Element             | Opis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|---------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                     | gradu, omogućuje se ravnomjerno korištenje prostora i veća sigurnost posjetitelja te logistička učinkovitost tijekom događanja.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Ciljevi             | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Uspostaviti sustav monitoringa turističkih tokova i korištenja prostora</li> <li>- Planirati i razviti dodatne parkirališne zone u blizini glavnih atrakcija</li> <li>- Povećati dostupnost destinacije kroz optimizaciju prometnih pravaca i digitalne navigacije</li> <li>- Disperzirati sadržaje i manifestacije radi ravnomjernog opterećenja prostora</li> <li>- Osigurati održivo planiranje i prostornu otpornost grada prema rastu turizma</li> </ul> |
| Ključne aktivnosti  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Uvođenje digitalnog sustava za praćenje dolazaka posjetitelja i prometa (<i>smart parking</i>, <i>eVisitor</i> analitika)</li> <li>- Redovit dogovor između TZ-a, Grada i prometnih službi o organizaciji prometa tijekom događanja</li> <li>- Planiranje infrastrukture u skladu s prostornim planom i procjenom opterećenja prostora</li> </ul>                                                                                                             |
| Pokazatelji         | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Uporaba <i>smart</i> sustava parkiranja i digitalne signalizacije</li> <li>- Broj događanja raspoređenih izvan užeg centra</li> <li>- Smanjenje prometnih zagušenja i pritužbi tijekom sezone</li> <li>- Očuvana kvaliteta prostora i visoka razina zadovoljstva građana i posjetitelja</li> </ul>                                                                                                                                                            |
| Nositelj/partneri   | Grad Ogulin; Turistička zajednica grada Ogulina; komunalno poduzeće; Policijska postaja Ogulin; Hrvatske ceste; Hrvatske vode; Ministarstvo turizma i sporta; prometni stručnjaci; privatni sektor                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| SDG poveznice       | SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja SDG 13 – Klimatska akcija                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Rok provedbe        | 2026. – 2029., kontinuirano po fazama                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Izvori financiranja | EU fondovi (EIF – European Investment Fund, EFRR, Interreg, NPOO), nacionalni i županijski proračuni, lokalni proračun, partnerstva javnog i privatnog sektora                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |

### Mjera br. 19 : Održivo gospodarenje prirodnim resursima i razvoj ekološkog gospodarstva

| Element    | Opis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Izazov     | Iako Ogulin ima razvijene sustave ekološke poljoprivrede, energetske učinkovitost i infrastrukturu za upravljanje otpadom, potrebno je nastaviti investirati u proširenje kapaciteta, digitalno praćenje i jačanje edukacije proizvođača. Ograničen broj certificiranih ekoproizvođača, slab marketing lokalnih proizvoda i potreba za većim korištenjem obnovljivih izvora energije predstavljaju ključne izazove.                                                                                             |
| Opis mjere | Mjera uspostavlja integrirani sustav održivog korištenja prirodnih resursa u gospodarstvu i turizmu Ogulina. Na temelju postojećih strateških dokumenata (Program potpora poljoprivredi, Plan gospodarenja otpadom, Plan upravljanja ekološkom mrežom) razvija se spoj ekopoljoprivrede, obnovljivih izvora energije i zelene infrastrukture. Cilj je povećati broj ekoloških proizvođača, smanjiti utjecaj turizma na okoliš te brendirati Ogulin kao primjer „zelene destinacije” u kontinentalnoj Hrvatskoj. |

| Element             | Opis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|---------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Ciljevi             | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Povećati broj registriranih ekoloških proizvođača</li> <li>- Jačati sufinanciranje i potpore ekološkoj i ruralnoj poljoprivredi</li> <li>- Razviti lokalni brend ekoproizvoda s oznakom porijekla „Ogulinsko zelje“</li> <li>- Poticati upotrebu solarnih sustava, biomase i energetske učinkovite tehnologije</li> <li>- Uspostaviti edukacijske programe i radionice o održivom poslovanju za proizvođače i dionike u turizmu</li> </ul> |
| Ključne aktivnosti  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Promocija i certifikacija ekoproizvoda te sudjelovanje na sajmovima i manifestacijama</li> <li>- Izrada digitalnog kataloga „Eko Ogulin“ za promociju lokalnih proizvođača</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Pokazatelji         | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Broj certificiranih ekoproizvođača</li> <li>- Broj ekomanifestacija i edukacija održanih godišnje</li> <li>- Broj korisnika lokalnih potpora za poljoprivredu i ruralni razvoj</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Nositelj/partneri   | Grad Ogulin; Turistička zajednica grada Ogulina; komunalno poduzeće SKG Ogulin; Ministarstvo poljoprivrede; Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja; JU Natura Viva; LAG Frankopan; Hrvatske vode; lokalni OPG-ovi i poduzetnici                                                                                                                                                                                                                                               |
| SDG poveznice       | SDG 7 – Pristupačna i čista energija SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja SDG 13 – Klimatska akcija SDG 15 – Život na kopnu                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Rok provedbe        | 2026. – 2029., kontinuirano po fazama                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Izvori financiranja | EU fondovi (EFRR, LIFE, CAP, NPOO), državni i županijski proračuni, Fond za zaštitu okoliša i energetske učinkovitost, gradski proračun, privatne investicije i međunarodna partnerstva za održivi razvoj                                                                                                                                                                                                                                                                           |

## Mjera br. 20: Usklađenost s nacionalnim zakonodavstvom i jačanje regulatorne podrške razvoju turizma

| Element     | Opis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|-------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Naziv mjere | Usklađenost s nacionalnim zakonodavstvom i jačanje regulatorne podrške razvoju turizma                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Izazov      | Za uspješnu provedbu turističkih programa i događanja u Ogulinu potrebno je kontinuirano praćenje zakonskih propisa i pravilnika koji se odnose na tržišne, sigurnosne i okolišne aspekte turizma. Iako je postojeći regulatorni okvir uređen, problem predstavljaju česte izmjene zakona, složene procedure dobivanja dozvola i manjak lokalne pravne savjetodavne podrške poduzetnicima i organizatorima događanja.                                           |
| Opis mjere  | Mjera osigurava institucionalnu i edukacijsku podršku turističkim dionicima u primjeni nacionalnih zakona iz područja turizma, ugostiteljstva, zaštite potrošača i okoliša. Uloga Turističke zajednice i Grada Ogulina je pružiti koordiniranu podršku, pravovremene informacije i savjetodavne usluge za usklađeno, sigurno i održivo poslovanje. Ujedno se potiče lokalna edukacija o pravilnicima o sigurnosti događanja i poslovanju turističkih subjekata. |
| Ciljevi     | - Osigurati potpunu usklađenost lokalnih turističkih projekata s nacionalnim zakonodavstvom                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |

| Element             | Opis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|---------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Uspostaviti podršku poduzetnicima i organizatorima manifestacija oko tumačenja zakonskih propisa</li> <li>- Promicati odgovorno i sigurno poslovanje u kulturnom, sportskom i događajnom turizmu</li> <li>- Ojačati suradnju Grada Ogulina, TZ-a i nadležnih inspekcijskih tijela</li> <li>- Uključiti lokalne dionike u edukacije o zakonskim promjenama i sigurnosnim standardima</li> </ul> |
| Ključne aktivnosti  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Donijeti Plan upravljanja smještajnih objekata u cilju diverzifikacije ponude</li> <li>- Plan upravljanja ugostiteljskih objekata, kao strukture u turizmu s velikom mogućnošću kvalitativnog napretka</li> <li>- Ostali Planovi upravljanja prema potrebama i prioritetima</li> <li>- Koordinacija između TZ-a, Grada, svih potrebnih javnih službi</li> </ul>                                |
| Pokazatelji         | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Broj provedenih radionica i edukacija na godišnjoj</li> <li>- Broj evidentiranih nepravilnosti smanjen kroz nadzor i inspekciju</li> <li>- Razina zadovoljstva organizatora i poduzetnika pruženom podrškom</li> </ul>                                                                                                                                                                         |
| Nositelj/partneri   | Grad Ogulin; Turistička zajednica grada Ogulina; Ministarstvo turizma i sporta; Ministarstvo unutarnjih poslova; Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja; tržišna inspekcija; HGK; udruga poslodavaca u turizmu; organizatori manifestacija                                                                                                                                                                                        |
| SDG poveznice       | SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja SDG 16 – Mir, pravda i snažne institucije                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Rok provedbe        | 2026. – 2029., kontinuirano po fazama                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Izvori financiranja | Nacionalni i lokalni proračuni, Program podrške Ministarstva turizma i sporta, članarine TZ-a, EU fondovi (ESF+, Interreg) za edukaciju i kapacitiranje institucija                                                                                                                                                                                                                                                                     |

### Mjera br. 21 : Razvoj strateških turističkih projekata – Jezero Sabljaci i Sportsko-rekreacijski centar Bjelolasica

| Element    | Opis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Izazov     | Iako Ogulin obiluje prirodnim potencijalima, projekti s najvećim transformacijskim učinkom – uređenje jezera Sabljaci i revitalizacija Bjelolasice – suočeni su s dugotrajnim postupcima administracije, imovinsko-pravnim pitanjima i nedovoljnom dinamikom realizacije. Jezero Sabljaci ostaje turistički biser, ali nedovoljno infrastrukturno opremljeno za ozbiljniji rekreacijski i smještajni razvoj, dok Bjelolasica, s obnovom bivšeg Hrvatskog olimpijskog centra (HOC), predstavlja ključnu priliku za cjelogodišnji sportsko-turistički rast. |
| Opis mjere | Mjera usmjerava resurse prema strateškoj realizaciji dvaju najvećih projekata kontinentalnog turizma Ogulina – multifunkcionalne revitalizacije jezera Sabljaci i obnove planinskog centra Bjelolasica. Kroz javno-privatna partnerstva, EU fondove i nacionalne programe, planira se stvaranje modernog, održivog sustava smještajnih kapaciteta, ugostiteljsko-sportskih sadržaja i prateće infrastrukture koji će aktive turiste, obitelji i profesionalne sportaše privući tijekom cijele godine.                                                     |

| Element             | Opis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|---------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Ciljevi             | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Poticati investicije za dovršiti uređenje zone Sabljaci s restoranom, pješačkom stazom, kampom i rekreacijskim sadržajima</li> <li>- Poticati investitore na obnovu i otvaranje sportsko-turističkog <i>resorta</i> Bjelolasica</li> <li>- Privući dodatne privatne investitore i europske projekte za ekološku i sportsku infrastrukturu</li> </ul> |
| Ključne aktivnosti  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nakon investicije razvoj interpretacijskih i edukativnih centara uz oba lokaliteta (voda, planina, energija)</li> <li>- Promocija investicijskih mogućnosti kroz međunarodne sajmove i digitalne kanale</li> </ul>                                                                                                                                   |
| Pokazatelji         | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Broj novih infrastrukturnih i smještajnih kapaciteta na Sabljacima i Bjelolasici</li> <li>- Ukupna vrijednost investicija</li> <li>- Broj novih radnih mjesta</li> <li>- Broj novih sadržaja i aktivnosti na jezeru</li> <li>- Broj posjetitelja</li> <li>- Broj realiziranih projekata financiranih iz EU fondova i partnerstava</li> </ul>         |
| Nositelj/partneri   | Grad Ogulin; Turistička zajednica grada Ogulina; Ministarstvo turizma i sporta; Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova EU; Hrvatske vode; JU Natura Viva; LAG Frankopan; privatni investitori; sportske udruge; Hrvatske šume; sektor energetike (HE Gojak)                                                                                                                               |
| SDG poveznice       | SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice SDG 13 – Klimatska akcija                                                                                                                                                                                                                                    |
| Rok provedbe        | 2028. – 2031.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Izvori financiranja | EU fondovi (EFRR, Interreg, InvestEU, NPOO), nacionalni proračuni, privatni kapital, javno-privatna partnerstva, fondovi održive tranzicije i sportske infrastrukture                                                                                                                                                                                                                         |

## Mjera br. 22: Strateško usmjeravanje za kvalitetu života stanovnika i poticanje poduzetništva

| Element    | Opis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Izazov     | Ogulin kontinuirano unapređuje standard života kroz infrastrukturu, obrazovanje, zdravstvo i poduzetničke programe, no i dalje su prisutni izazovi vezani uz demografska kretanja, odlazak mladih te osiguranje dugoročne društveno-gospodarske stabilnosti. Potrebno je sustavno povezati socijalne, ekonomske i razvojne politike radi uravnoteženog i održivog rasta, osobito kroz poticanje mladih obitelji, ulaganje u gospodarstvo i jačanje lokalne ekonomije. |
| Opis mjere | Mjera potiče uravnotežen razvoj Ogulina orijentiran na poboljšanje životnog standarda, dostupnost javnih usluga, sigurnost zajednice i jačanje gospodarstva kroz programe potpore poduzetnicima i ulaganja u infrastrukturu. Grad provodi javne programe kojima se potiču zapošljavanje, digitalizacija, inovacije i socijalna sigurnost, osiguravajući usklađenost s ciljem stvaranja „pametnog, zelenog i uključivog grada“.                                        |
| Ciljevi    | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Povećati kvalitetu života kroz ulaganja u infrastrukturu, zdravstvo, obrazovanje i ekologiju</li> <li>- Osigurati kontinuirane potpore malim i srednjim poduzetnicima te <i>startup</i> inicijativama</li> </ul>                                                                                                                                                                                                             |

| Element             | Opis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|---------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Jačati sigurnost i socijalnu koheziju kroz programe lokalne zajednice i civilne zaštite</li> <li>- Ojačati komunalne i zelene površine te održivu mobilnost u gradu i prigradskim naseljima</li> <li>- Privući nove stanovnike i zadržati mlade kroz povoljne životne uvjete i zapošljavanja</li> </ul> |
| Ključne aktivnosti  | - Provedba Programa potpore malom i srednjem poduzetništvu                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Pokazatelji         | - Broj novih radnih mjesta i poduzetničkih inicijativa                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Nositelj/partneri   | Grad Ogulin; Upravni odjeli za društvene djelatnosti i gospodarstvo; Ministarstvo turizma i sporta; Ministarstvo rada, mirovinskog sustava, obitelji i socijalne politike; HGK; Crveni križ; udruge građana; HZZ; lokalni poduzetnici                                                                                                            |
| SDG poveznice       | SDG 3 – Zdravlje i dobrobit SDG 4 – Kvalitetno obrazovanje SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice                                                                                                                                                                                                     |
| Rok provedbe        | 2026. – 2029., kontinuirano po fazama                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Izvori financiranja | Gradski proračun, EU fondovi (ESF+, EFRR, NPOO), nacionalni programi Ministarstva poduzetništva, socijalni i regionalni fondovi, javno–privatna partnerstva, investitorske inicijative                                                                                                                                                           |

### Mjera br. 23: Jačanje ugostiteljske ponude i gastronomskog identiteta Ogulina

| Element            | Opis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|--------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Izazov             | Ugostiteljska ponuda Ogulina bilježi rast i raznolikost, no sektor se suočava s izazovima sezonalnosti, manjkom inovacija, ograničenim kapacitetima i nedovoljnom digitalizacijom poslovanja. Nedostatak sustavne koordinacije između ugostitelja, lokalnih proizvođača i Turističke zajednice ograničava komercijalizaciju lokalnih resursa i stvaranje prepoznatljivog gastronomskog identiteta.                                                                          |
| Opis mjere         | Mjera osnažuje razvoj ugostiteljske i gastronomske ponude Ogulina kroz stručno umrežavanje, digitalizaciju, edukaciju kadrova i promociju autentične lokalne hrane i pića. Naglasak je na uvođenju oznake kvalitete „Bajkoviti okusi“, sustavno poticanje korištenja lokalnih proizvoda (zelje, masnica, sir, med, pastrva, divljač) te jačanje suradnje ugostitelja i OPG-ova.                                                                                             |
| Ciljevi            | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Povećati kvalitetu i vidljivost ugostiteljske ponude Ogulina</li> <li>- Umrežiti lokalne ugostitelje i proizvođače kroz program „Bajkoviti okusi“</li> <li>- Potaknuti razvoj autentičnog gastro identiteta destinacije</li> <li>- Digitalizirati poslovanje ugostitelja i omogućiti <i>online</i> prisutnost i rezervacije</li> <li>- Povećati standard usluge i zadovoljstvo gostiju u svim segmentima ugostiteljstva</li> </ul> |
| Ključne aktivnosti | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Osnivanje koordinacijskog tima TZ-a, Grada Ogulina i ugostitelja za redovitu suradnju i rješavanje operativnih pitanja</li> <li>- Uspostava oznake kvalitete „Bajkoviti okusi“ za ugostiteljske objekte s lokalnim proizvodima i visokom razinom zadovoljstva gostiju</li> <li>- Edukacije o održivom gastronomskom menadžmentu, komunikaciji i digitalnim alatima</li> <li>- Organizacija tematskih događanja</li> </ul>          |

| Element             | Opis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|---------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Poticanje dostave hrane i razvoja <i>cateringa</i>, osobito za privatne smještaje i manifestacije</li> <li>- Promocija ugostitelja kroz digitalne kampanje i suradnju s medijima i <i>influencerima</i></li> </ul>                                                                                                                                                                                                    |
| Pokazatelji         | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Broj registriranih ugostiteljskih objekata</li> <li>- Broj restorana i barova s oznakom „Bajkoviti okusi“</li> <li>- Broj edukacija i certificiranih ugostitelja godišnje</li> <li>- Broj ugostitelja i OPG-ova uključenih u suradnju</li> <li>- Porast ocjene zadovoljstva gostiju i <i>online</i> reputacije ugostiteljske ponude</li> <li>- Povećanje prihoda u ugostiteljstvu za vrijeme manifestacija</li> </ul> |
| Nositelj / partneri | Turistička zajednica grada Ogulina; Grad Ogulin; udruženje ugostitelja; Ministarstvo turizma i sporta; HGK; OPG-ovi i poljoprivrednici; udruge kuhara i <i>sommeliers</i> ; škole za ugostiteljstvo i turizam; privatni sektor; medijski i digitalni partneri                                                                                                                                                                                                  |
| SDG poveznice       | SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Rok provedbe        | 2026. – 2029., kontinuirano po fazama                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Izvori financiranja | EU fondovi (ESF+, EFRR, Interreg, NPOO – Zeleni turizam), gradski i županijski proračuni, Ministarstvo turizma i sporta, programi strukovnog obrazovanja, javno-privatna partnerstva i sponzori iz sektora hrane i pića                                                                                                                                                                                                                                        |

## Mjera br. 24: Implementacija brenda „Ogulin – Zavičaj bajke“

| Element            | Opis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|--------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Izazov             | Iako je Ogulin prepoznat kao zavičaj bajke, još postoji nedovoljna dosljednost u korištenju brenda – građani i dionici koriste različite izraze („grad bajke“, „zavičaj bajke“), vizualna komunikacija nije ujednačena, a ugostitelji i iznajmljivači nisu dovoljno uključeni u koncept brenda. Neusklađenost vizualnog identiteta i slaba edukacija dionika smanjuju cjelovitost turističkog doživljaja i prepoznatljivost destinacije.                                                                                                                                              |
| Opis mjere         | Mjera učvršćuje i proširuje brend „Ogulin – Zavičaj bajke“ kao temeljni identitet destinacije.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Ciljevi            | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Jedinstveno pozicionirati Ogulin kao autentičnu europsku destinaciju bajki i legende</li> <li>- Ujediniti sve dionike pod jedinstvenim vizualnim i komunikacijskim identitetom</li> <li>- Uključiti obrazovne, kulturne, turističke i gospodarske subjekte u provedbu koncepta brenda</li> <li>- Razviti cjelogodišnji program manifestacija i aktivnosti tematski povezanih s bajkama</li> <li>- Podići svijest lokalnog stanovništva o važnosti brenda i povećati turističku prepoznatljivost</li> </ul>                                   |
| Ključne aktivnosti | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Izrada brend priručnika „Ogulin – Zavičaj bajke“ za sve dionike (TZ, ugostitelji, škole, obrtnici)</li> <li>- Uspostava koordinacijskog tijela TZ-a za destinacijski branding s definiranim ulogama dionika</li> <li>- Organizacija edukacija o korištenju vizualnog identiteta i komunikaciji prema tržištu</li> <li>- Proširenje sadržaja Zavičajnog muzeja i suradnja s Ivaninom kućom bajke na novim interaktivnim postavima</li> <li>- Implementacija brenda u sve manifestacije s Festivalom bajke kao središnjim događajem</li> </ul> |

| Element             | Opis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|---------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                     | - Povezivanje brenda s lokalnim proizvodima („Ogulinsko zelje“, rukotvorine, gastronomske teme „Okusi bajke“)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Pokazatelji         | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Objavljen i primijenjen brend priručnik (do 2026.)</li> <li>- Broj certificiranih subjekata u sustavu brenda (cilj: 30+)</li> <li>- Jedinstven vizualni identitet na svim promotivnim materijalima TZ-a i partnera</li> <li>- Uspostavljeni standardi komunikacije i brendiranja događanja i proizvoda</li> <li>- Porast prepoznatljivosti brenda u domaćim i stranim medijima</li> <li>- Rast posjećenosti Ogulina u razdoblju izvan festivala (cilj: +20 %)</li> </ul> |
| Nositelj/partneri   | Turistička zajednica grada Ogulina; Grad Ogulin; Ivanina kuća bajke; Zavičajni muzej Ogulin; Pučko otvoreno učilište Ogulin; lokalni ugostitelji i iznajmljivači; Ministarstvo turizma i sporta; Ministarstvo kulture i medija; Studio Cuculić; medijski i obrazovni partneri                                                                                                                                                                                                                                     |
| SDG poveznice       | SDG 4 – Kvalitetno obrazovanje SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice SDG 17 – Partnerstvom do ciljeva                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Rok provedbe        | 2026. – 2029., kontinuirano po fazama                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| Izvori financiranja | EU fondovi (Creative Europe, ESF+, Interreg, EFRR), nacionalni i regionalni programi Ministarstva turizma i sporta te Ministarstva kulture i medija, gradski proračun, partnerstva javnog i privatnog sektora, sponzorstva                                                                                                                                                                                                                                                                                        |

### Mjera br. 25: Obnova Zavičajnog muzeja i proširenje kulturno turističkog koncepta „Zavičaj bajke“

| Element            | Opis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|--------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Izazov             | Zavičajni muzej Ogulin ima značajno mjesto u kulturnom identitetu grada, ali postojeći postav i prostorni uvjeti više ne zadovoljavaju potrebe suvremenog muzeološkog pristupa ni rastući broj posjetitelja. Potrebna je modernizacija prostora, implementacija multimedijalnih sadržaja i bolja povezanost s ostalim elementima brenda „Zavičaj bajke“. Nedostatak pristupačnosti (dizalo), ograničen interaktivni sadržaj i djelomična tematska povezanost smanjuju njegov potencijal u kulturnom turizmu. |
| Opis mjere         | Mjera obuhvaća sveobuhvatnu obnovu i reinterpetaciju Zavičajnog muzeja Ogulin s ciljem stvaranja suvremene, multimedijalne i interaktivne kulturno-turističke atrakcije koja proširuje priču brenda „Zavičaj bajke“.                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Ciljevi            | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Povezati sadržaj muzeja s brendom „Zavičaj bajke“ i drugim ustanovama (Kuća bajke, TZ, POU Ogulin)</li> <li>- Stvoriti dinamičan, cjelogodišnji kulturno-turistički program s izložbama, radionicama i festivalima</li> <li>- Povećati broj kulturnih turista i produljiti boravak posjetitelja kroz interaktivan sadržaj</li> </ul>                                                                                                                                |
| Ključne aktivnosti | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Izrada novog muzeološkog postava s digitalnim i interaktivnim sadržajima (projekcije, hologrami, VR iskustva)</li> <li>- Povezivanje zbirki s temama bajki, legendi i povijesti Kleka i Dobre</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                            |

| Element             | Opis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|---------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Izrada koncepta edukativnih i interpretacijskih radionica za građane, škole i turiste</li> <li>- Razvoj i prodaja autentičnih suvenira i proizvoda inspiriranih bajkama i tradicijom</li> <li>- Uključivanje lokalnih umjetnika i obrtnika u produkciju novih tematskih materijala i instalacija</li> </ul>                                                                                                                             |
| Pokazatelji         | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Dovršetak obnove i otvorenje novog muzeološkog postava (do 2028.)</li> <li>- Broj posjetitelja muzeja godišnje</li> <li>- Broj novih izložbi, radionica i manifestacija u muzeju</li> <li>- Broj suradnji između muzeja, škola i TZ-a (cilj: 10+ godišnje)</li> <li>- Broj novih multimedijalnih i digitalnih sadržaja kreiranih u muzeju</li> <li>- Porast prihoda muzeja i povećanje doprinosa kulturnom turizmu u Ogulinu</li> </ul> |
| Nositelj/partneri   | Zavičajni muzej Ogulin; Grad Ogulin; Turistička zajednica grada Ogulina; Ivanina kuća bajke; Ministarstvo kulture i medija; Ministarstvo turizma i sporta; Pučko otvoreno učilište Ogulin; kreativni i dizajnerski studiji; lokalni umjetnici i udruge; obrazovne ustanove                                                                                                                                                                                                       |
| SDG poveznice       | SDG 4 – Kvalitetno obrazovanje SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice SDG 17 – Partnerstvom do ciljeva                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Rok provedbe        | 2026. – 2029., kontinuirano po fazama                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Izvori financiranja | EU fondovi (EFRR, Interreg, Creative Europe, NPOO), Ministarstvo kulture i medija, gradski i županijski proračuni, partnerstva javnog i privatnog sektora, sponzori i međunarodni kulturni programi                                                                                                                                                                                                                                                                              |

## Mjera br. 26: Rebrandiranje i pozicioniranje lokalnih gastro brendova – „Ogulinsko zelje“ i „Ogulinska masnica“

| Element            | Opis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|--------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Izazov             | Ogulinsko zelje i ogulinska masnica predstavljaju dva najprepoznatljivija tradicijska gastro simbola grada, no njihova tržišna vidljivost i komercijalna valorizacija još su uvijek nedovoljno razvijene.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Opis mjere         | Mjera potiče sustavno brendiranje, promociju i komercijalizaciju autentičnih ogulinskih gastro proizvoda kroz inovativne koncepte marketinga, edukacije, certificiranja i povezivanja s turističkom ponudom. Cilj je pozicionirati „Ogulinsko zelje“ i „Ogulinsku masnicu“ kao gastronomske ikone destinacije, snažno vezane uz brend „Zavičaj bajke“, te ih učiniti sastavnim dijelom kulturno-turističkog identiteta grada.                                                                                                                              |
| Ciljevi            | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kreirati jedinstven vizualni identitet i brend priču za „Ogulinsko zelje“ i „Ogulinsku masnicu“</li> <li>- Promovirati autentičnost i zaštitu izvornosti te uključiti lokalne proizvođače u sustav kvalitete</li> <li>- Povezati proizvode s gastro manifestacijama, festivalima i turističkim rutama</li> <li>- Aktivno uključiti ugostitelje u promociju i korištenje certificiranih lokalnih proizvoda</li> <li>- Razviti modernu promociju putem digitalnih kanala, medija i gastronomskih evenata</li> </ul> |
| Ključne aktivnosti | - Izrada vizualnog identiteta i promotivne ambalaže za Ogulinsko zelje                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |

| Element             | Opis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|---------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Organizacija manifestacije „Dani Ogulinskog zelja i masnice“ uz kulinarske radionice i degustacije</li> <li>- Uspostava oznake izvornosti, geografskog podrijetla i jamstvenog žiga (već postojeća EU registracija zelja 2015.)</li> <li>- Edukacije lokalnih ugostitelja i kuhara o inovativnoj pripremi i prezentaciji tradicionalnih jela</li> <li>- Promocija „Ogulinskog zelja“ i „Ogulinske masnice“ kroz gastro kampanje „Okusi Zavičaja bajke“ i „Bajkovita tržnica“</li> <li>- Uključivanje škola, kulturnih udruga i OPG-ova u promociju i prodaju proizvoda kroz događanja</li> <li>- Digitalna kampanja s videopričama o proizvođačima i tradicionalnim receptima („Priče iz polja i kuhinje“)</li> </ul> |
| Pokazatelji         | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Registriran brend i grafički identitet Ogulinskog zelja i Ogulinske masnice (do 2026.)</li> <li>- Broj proizvođača uključenih u sustav brendiranja i certificiranja</li> <li>- Broj novih ugostitelja koji koriste lokalne proizvode u ponudi</li> <li>- Broj posjetitelja gastro manifestacija</li> <li>- Rast prepoznatljivosti proizvoda na županijskoj i nacionalnoj razini</li> <li>- Broj objava i digitalnih kampanja posvećenih lokalnim gastronomskim brendovima</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                  |
| Nositelj/partneri   | Grad Ogulin; Turistička zajednica grada Ogulina; Poljoprivredna zadruga Ogulin; Ministarstvo poljoprivrede; Ministarstvo turizma i sporta; LAG Frankopan; HGK; OPG-ovi i lokalni proizvođači; ugostitelji i obrtnici; kulturne udruge; medijski partneri; kreativni studiji                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| SDG poveznice       | SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja SDG 15 – Život na kopnu                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Rok provedbe        | 2026. – 2029.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Izvori financiranja | EU fondovi (EFRR, CAP, Interreg, Creative Europe), Ministarstvo poljoprivrede, Ministarstvo turizma i sporta, gradski i županijski proračuni, partnerstva s privatnim sektorom i gastronomskim brendovima                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |

## Mjera br. 27: Valorizacija i interpretacija kulturnih atrakcija Ogulina

| Element    | Opis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Izazov     | Ogulin posjeduje iznimno vrijedne kulturne resurse od Frankopanskog kaštela, Zavičajnog muzeja i Ivanine kuće bajke, do bogate nematerijalne baštine, tradicijskih običaja i gastronomskih proizvoda. Međutim, njihova turistička valorizacija, interpretacija i povezivanje u cjelovite kulturne programe nisu u potpunosti dosegli potencijal, osobito izvan glavne sezone. Potrebno je osigurati suvremenu prezentaciju, interaktivne sadržaje i digitalne alate kako bi se povećala atraktivnost i dostupnost kulture posjetiteljima.         |
| Opis mjere | Mjera potiče sustavno jačanje kulturnih atrakcija Ogulina kroz modernizaciju interpretacijskih tehnika, digitalnu prezentaciju i povezivanje institucija kulture u zajedničke programe. Ključni naglasak stavljen je na stvaranje „doživljajnog kulturnog lanca“ koji povezuje bajke, povijest, arhitekturu i običaje. Implementacijom <i>storytelling</i> koncepata, VR tehnologije i javno–privatnog partnerstva, Ogulin se pozicionira kao jedinstvena destinacija kulturnog i iskustvenog turizma s aktivnim uključivanjem lokalne zajednice. |

| Element             | Opis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|---------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Ciljevi             | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Povećati broj posjetitelja kulturnih atrakcija Ogulina</li> <li>- Uspostaviti inovativne i interaktivne interpretacijske sadržaje na ključnim lokacijama</li> <li>- Modernizirati muzejske, galerijske i edukativne prostore uz multimedijalnu opremu</li> <li>- Razviti digitalnu platformu za kulturne ture i aplikaciju za mobilne korisnike</li> <li>- Ojačati kulturni identitet kroz suradnju ustanova, manifestacija i lokalnih zajednica</li> </ul>                                                                                                                                                                                                    |
| Ključne aktivnosti  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Uvođenje VR/AR iskustva u Frankopanski kaštel i Ivaninu kuću bajke („Ogulin kroz stoljeća“)</li> <li>- Postavljanje interpretacijskih ploča i tableta u staroj jezgri i kod Zavičajnog muzeja</li> <li>- Povezivanje kulturnih točaka putem digitalne aplikacije „Kulturna ruta Ogulina“</li> <li>- Organizacija festivala kulturne baštine i međunarodne razmjene umjetnika („Noć bajki i povijesti“)</li> <li>- Uspostava radionica pripovijedanja lokalnih mitova i bajki u suradnji sa školama, OPG-ovima i KUD-ovima</li> <li>- Razvoj brenda kulturnih proizvoda „Ogulinska priča“ – suveniri, rukotvorine i gastro asortiman lokalne baštine</li> </ul> |
| Pokazatelji         | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ukupan broj posjetitelja kulturnih objekata i manifestacija</li> <li>- Broj moderniziranih kulturnih institucija i punktova s digitalnim sadržajem</li> <li>- Broj zajedničkih interpretacijskih projekata Ogulina i šire regije</li> <li>- Broj kulturnih događanja izvan ljetne sezone (cilj: 15+ godišnje)</li> <li>- Povećanje medijske vidljivosti Ogulina kao destinacije kulturnog turizma</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Nositelj/partneri   | Grad Ogulin; Turistička zajednica grada Ogulina; Zavičajni muzej Ogulin; Ivanina kuća bajke; Pučko otvoreno učilište Ogulin; Ministarstvo kulture i medija; Ministarstvo turizma i sporta; Hrvatske turističke zajednice; udruge građana; KUD-ovi; lokalni poduzetnici i ugostitelji                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| SDG poveznice       | SDG 4 – Kvalitetno obrazovanje SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice SDG 17 – Partnerstvom do ciljeva                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Rok provedbe        | 2026. – 2029., kontinuirano po fazama                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Izvori financiranja | EU fondovi (Creative Europe, EFRR, Interreg, ESF+), nacionalni programi Ministarstva kulture i medija, gradski i županijski proračuni, HTZ potpore, privatne inicijative i sponzorski modeli                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |

### Mjera br. 28: Održivo upravljanje prirodnim resursima i razvoj prirodnih atrakcija Ogulina

| Element    | Opis                                                                                                                                                                                                                                            |
|------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Izazov     | Ograničena infrastruktura, nedostatak interpretacijskih sadržaja te nepostojanje sustava upravljanja posjetiteljima i praćenja ekološke osjetljivosti predstavljaju ključne izazove razvoja uz očuvanje biološke raznolikosti.                  |
| Opis mjere | Aktivnosti uključuju izradu dokumenata upravljanja posjetiteljima, modernizaciju interpretacijskih staza, postavljanje signalizacije i razvoj sigurnih sadržaja za posjetitelje, u partnerstvu s JU Natura Viva i stručnjacima za speleologiju. |
| Ciljevi    | - Osigurati održivo korištenje prirodnih resursa i minimalizirati utjecaj turizma na okoliš                                                                                                                                                     |

| Element             | Opis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|---------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Izraditi plan upravljanja posjetiteljima za područja pod zaštitom i dokumente o ekološkoj osjetljivosti</li> <li>- Povećati turističku valorizaciju ključnih prirodnih atrakcija (Klek, Đulin ponor, Sabljaci, Zagorska peć)</li> <li>- Razviti interpretacijske i edukativne sadržaje s ciljem podizanja svijesti o zaštiti prirode</li> <li>- Jačati suradnju između dionika turizma, prirodoslovnih institucija i lokalne zajednice</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Ključne aktivnosti  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Izrada dokumenta „Plan upravljanja posjetiteljima za Ogulin i Ogulinsko-plašćansko područje“</li> <li>- Uspostava edukativnog centra o podzemlju Ogulina i interpretacijskih točaka za krške fenomene</li> <li>- Modernizacija interpretacijskih i sigurnosnih elemenata na lokacijama Klek, Đulin ponor i Šmitovo jezero</li> <li>- Ugradnja signalizacije, pješačkih i biciklističkih staza te edukacijskih ploča o šumskim i vodnim ekosustavima</li> <li>- Uključivanje speleologa, ekologa i škola u aktivnosti praćenja i interpretacije prirodnih fenomena</li> <li>- Provedba edukativne kampanje „Upoznaj, štiti, uživaj“ o odgovornom boravku u prirodi i biodiverzitetu Ogulina</li> </ul> |
| Pokazatelji         | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Broj izrađenih i usvojenih planova upravljanja i studija osjetljivosti</li> <li>- Broj obnovljenih i interpretiranih prirodnih lokaliteta</li> <li>- Broj posjetitelja prirodnih atrakcija uz kontrolirani rast</li> <li>- Broj edukacija i radionica o bioraznolikosti i održivosti</li> <li>- Broj institucija, škola i udruga uključenih u projekte očuvanja prirode</li> <li>- Smanjenje pritiska i zabilježenih negativnih utjecaja na ekosustave</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                     |
| Nositelj/partneri   | Grad Ogulin; Turistička zajednica grada Ogulina; Javna ustanova NATURA VIVA; Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja; Hrvatske šume; Hrvatske vode; speleološke udruge; planinarska društva; obrazovne ustanove i zavodi; ekološke organizacije civilnog društva; LAG Frankopan                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| SDG poveznice       | SDG 13 – Klimatska akcija SDG 14 – Život pod vodom SDG 15 – Život na kopnu SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice SDG 17 – Partnerstvom do ciljeva                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Rok provedbe        | 2026. – 2029., kontinuirano po fazama                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Izvori financiranja | EU fondovi (LIFE, Interreg, EFRR, ESF+), Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja, Fond za zaštitu okoliša i energetske učinkovitost, gradski i županijski proračuni, međunarodni partneri i privatni investitori u održivi turizam                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |

## Mjera br. 29: Jačanje zabavnih i interaktivnih atrakcija grada Ogulina

| Element | Opis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|---------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Izazov  | Ogulin ima snažan edukativno-zabavni potencijal temeljen na Ivaninoj kući bajke, Festivalu bajke i prirodnim atrakcijama poput jezera Sabljaci, no ponuda izvan glavne sezone je ograničena. Većina sadržaja ovisi o vremenskim uvjetima, dok nedostaje cjelogodišnji, inovativan i integriran program zabave za obitelji i šire dobne skupine. Atrakcije nisu dovoljno povezane zajedničkim marketingom, a multifunkcionalni i zatvoreni prostori nisu optimalno iskorišteni. |

| Element             | Opis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|---------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Opis mjere          | Mjera potiče razvoj novih, inovativnih i multimedijalnih zabavnih sadržaja te bolju povezanost postojećih atrakcija (Ivanina kuća bajke, Ruta bajke, Ljeto u Ogulinu, Sabljaci, Frankopanski kaštel). Cilj je stvoriti integriranu cjelogodišnju mrežu doživljajnog turizma koja spaja edukaciju, rekreaciju, kulturu i zabavu, nudeći posjetiteljima višednevni boravak i bogatiji program. Ključni naglasak stavlja se na digitalne inovacije, <i>storytelling</i> pristup i uključivanje lokalnih dionika u kreiranje sadržaja.                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Ciljevi             | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Povećati broj cjelogodišnjih zabavnih i multimedijalnih sadržaja</li> <li>- Povezati sve zabavne atrakcije (Ivanina kuća bajke, Ruta bajke, Sabljaci, Frankopanski kaštel) u turističku ponudu</li> <li>- Potaknuti razvoj interaktivnih programa za sve dobne skupine (djeca, obitelji, odrasli, seniori)</li> <li>- Produžiti sezonu posjeta Ogulinu stvaranjem obiteljskih i zimskih tematskih sadržaja</li> <li>- Uključiti lokalne poduzetnike, škole i udruge u osmišljavanje događanja i animaciju posjetitelja</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                 |
| Ključne aktivnosti  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Adaptacija postojećih prostora (dvorane, galerije, muzejski prostori) u multifunkcionalne dvorane za radionice, koncerte i izložbe</li> <li>- Proširenje koncepta rute bajke uz dodatne interaktivne točke i digitalne instalacije</li> <li>- Organizacija manifestacija poput „Zimske bajke u Ogulinu“ i „Ljeto iz bajke“ s multimedijalnim sadržajem i večernjim programima</li> <li>- Uvođenje multimedijalnih radionica i kazališta bajki u Ivaninoj kući bajke i partner institucijama</li> <li>- Organizacija redovitih koncerata i predstava u Frankopanskom kaštelu i na Jezeru Sabljaci</li> <li>- Edukacije zaposlenika i volontera o animaciji posjetitelja, upravljanju zabavnim atrakcijama i interpretacijskim tehnikama</li> </ul> |
| Pokazatelji         | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Broj novih interaktivnih programa uvedenih u destinacijsku ponudu</li> <li>- Broj turističkih proizvoda koji povezuju više atrakcija</li> <li>- Broj cjelogodišnjih događanja i tematskih programa u interijerima</li> <li>- Porast broja posjetitelja izvan glavne sezone</li> <li>- Povećanje suradnje s lokalnim institucijama, udrugama i poduzetnicima</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Nositelj / partneri | Turistička zajednica grada Ogulina; Grad Ogulin; Ivanina kuća bajke; Zavičajni muzej Ogulin; Frankopanski kaštel; Pučko otvoreno učilište Ogulin; Udruga Ogulinski festival bajke; privatni sektor; kreativne udruge i škole; Ministarstvo turizma i sporta                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| SDG poveznice       | SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice SDG 17 – Partnerstvom do ciljeva                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Rok provedbe        | 2026. – 2029., kontinuirano po fazama                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Izvori financiranja | EU fondovi (EFRR, Interreg, ESF+, Creative Europe, NPOO), gradski i županijski proračuni, Ministarstvo turizma i sporta, kulturne institucije, partnerstva i sponzori                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |

### Mjera br. 30: Modernizacija sportske infrastrukture i razvoj Ogulina kao centra sportskog turizma

| Element             | Opis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|---------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Izazov              | Ogulin posjeduje razvijenu sportsku infrastrukturu uključujući gradsku dvoranu, nogometne terene, teniske i kuglačke objekte te sportsko-rekreacijska područja uz jezero Sabljaci i planine. Međutim, dio objekata zahtijeva obnovu i prilagodbu suvremenim standardima, osobito u pogledu energetske učinkovitosti, digitalizacije i pristupačnosti osobama s invaliditetom. Zimski kapaciteti i multifunkcionalni prostori su ograničeni, a komunikacija i vidljivost sportskih resursa ograničeni zbog nedostatka digitalnih alata i promocije.                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Opis mjere          | Cilj je stvoriti prepoznatljiv sportsko-rekreativni centar Ogulin koji kombinira profesionalni, amaterski i turistički segment sporta. Umrežavanjem klubova, škola i turističkog sektora stvara se temelj za cjelogodišnji sportski turizam i aktivni odmor.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Ciljevi             | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Dovršiti modernizaciju i energetska obnovu Gradske sportske dvorane</li> <li>- Razviti mrežu funkcionalnih sportskih terena i objekata dostupnih svim građanima i posjetiteljima</li> <li>- Uvesti digitalni sustav upravljanja i rezervacije termina za objekte</li> <li>- Jačati sportsku ponudu usmjerenu mladima, ženama i osobama s invaliditetom</li> <li>- Povezati sportske sadržaje s turističkom promocijom i <i>outdoor</i> događanjima</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Ključne aktivnosti  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Dovršetak energetske obnove Gradske sportske dvorane uz instalaciju fotonaponskih panela i pristupačnost OSI osobama</li> <li>- Obnova nogometne infrastrukture – pomoćni teren s umjetnom travom</li> <li>- Modernizacija svlačionica, sanitarnih čvorova i opreme sportskih centara te revitalizacija kvartovskih igrališta</li> <li>- Ugradnja digitalnog sustava najave i evidencije korištenja sportskih objekata</li> <li>- Razvoj pristupačnih i inkluzivnih programa (parasport, rekreativni sadržaji za stariju populaciju)</li> <li>- Organizacija <i>outdoor</i> utrka, biciklističkih maratona i turnira u suradnji s TZ-om i udrugama</li> <li>- Promocija Ogulina kao destinacije sportskog turizma s fokusom na jezero Sabljaci i Bjelolasicu</li> </ul> |
| Pokazatelji         | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Završena energetska obnova i certifikacija sportske dvorane do 2026.</li> <li>- Broj obnovljenih sportskih objekata i igrališta</li> <li>- Uspostavljen digitalni sustav upravljanja rezervacijama</li> <li>- Porast članova sportskih klubova i sportskih događanja</li> <li>- Broj turističkih događanja povezanih sa sportom</li> <li>- Broj korisnika s invaliditetom koji koriste infrastrukturu</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Nositelj/partneri   | Grad Ogulin; Turistička zajednica grada Ogulina; NK Ogulin; HGSS Ogulin; Hrvatski nogometni savez; Sportska zajednica Grada Ogulina; Ministarstvo turizma i sporta; Fond za zaštitu okoliša i energetska učinkovitost; Zajednica sportova Karlovačke županije; obrtničke i građevinske tvrtke; LAG Frankopan                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| SDG poveznice       | SDG 3–Zdravlje i dobrobit SDG 7–Pristupačna i čista energija SDG 9–Industrija, inovacije i infrastruktura SDG 11–Održivi gradovi i zajednice SDG 17–Partnerstvom do ciljeva                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Rok provedbe        | 2025. – 2029. kontinuirano                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Izvori financiranja | Grad Ogulin, EU fondovi (NPOO, EFRR, Interreg, ESF+), Fond za zaštitu okoliša i energetska učinkovitost, Ministarstvo turizma i sporta, gradski proračun, HNS i nacionalni sportski fondovi, sponzorska partnerstva i lokalne inicijative.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |

### Mjera br. 31: Razvoj i označavanje biciklističkih, pješačkih i planinarskih staza

| Element             | Opis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|---------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Izazov              | Na području grada Ogulina trenutno nije službeno označena nijedna biciklistička ni pješačka ruta, dok postoji samo sedam evidentiranih planinarskih staza. Iako ogulinsko područje prirodno nudi izuzetne uvjete za razvoj aktivnog i <i>outdoor</i> turizma, nedostatak sustavnog označavanja, održavanja i promocije staza onemogućuje širu dostupnost, sigurnost i prepoznatljivost ovog segmenta ponude.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Opis mjere          | Mjera potiče sustavno označavanje, održavanje i promociju biciklističkih, pješačkih i planinarskih staza te razvoj centralnog registra aktivnih ruta.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Ciljevi             | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Označiti i kategorizirati biciklističke, pješačke i planinarske staze uz standardizirane oznake i karte</li> <li>- Izraditi digitalni registar svih ruta s GPS koordinatama i informacijama o težini, duljini i atrakcijama uz stazu</li> <li>- Osigurati redovito održavanje i aktualizaciju staza</li> <li>- Povezati staze s projektima aktivnog turizma (Ogulin Trail, Ruta bajke, Sabljaci) i događanjima</li> <li>- Promovirati staze kroz mobilne aplikacije, infokarte, internetske portale i turističke materijale</li> </ul>                                                                                                                                                                                  |
| Ključne aktivnosti  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Označavanje i kategorizacija postojećih planinarskih, biciklističkih i pješačkih <i>offroad</i> staza prema nacionalnim standardima</li> <li>- Izrada digitalne platforme i karte dostupne putem TZ-a i <i>outdoor</i> aplikacija (GPX, QR kodovi)</li> <li>- Uspostava sustava periodičnog izvještavanja planinarskih društava o stanju staza i njihovom održavanju</li> <li>- Postavljanje interpretacijskih sadržaja o geološkim, ekološkim i kulturnim posebnostima duž staza</li> <li>- Organizacija edukacija o sigurnom kretanju i korištenju prirodnih ruta te uključivanje škola i lokalnih udruga</li> <li>- Promocija staza kroz manifestacije poput „Ogulin Trail“ i „Bajkoviti outdoor vikendi“</li> </ul> |
| Pokazatelji         | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Broj označenih i kategoriziranih staza</li> <li>- Ukupna duljina novih biciklističkih i planinarskih ruta</li> <li>- Broj digitalno dostupnih staza i interaktivnih karata</li> <li>- Broj novih manifestacija i sportskih događanja vezanih uz <i>outdoor</i> turizam</li> <li>- Porast broja posjetitelja <i>outdoor</i> zona</li> <li>- Broj partnera uključenih u sustav održavanja staza</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Nositelj/partneri   | Grad Ogulin; Turistička zajednica grada Ogulina; Planinarsko društvo Klek; PD Zagreb i Medvednica; Sportska zajednica Ogulin; cikloturističke udruge; Hrvatske šume; Ministarstvo turizma i sporta; HGSS; LAG Frankopan; privatni i volonterski sektor                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| SDG poveznice       | SDG 3 – Zdravlje i dobrobit SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice SDG 13 – Klimatska akcija                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Rok provedbe        | 2026. – 2029., kontinuirano po fazama                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Izvori financiranja | EU fondovi (NPOO, EFRR, Interreg, ESF+), Ministarstvo turizma i sporta, Hrvatske šume, gradski i županijski proračuni, sponzorstva <i>outdoor</i> brendova, lokalni volonterski programi                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |

### Mjera br. 32: Promocija nagrada, priznanja i međunarodnog ugleda destinacije

| Element             | Opis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|---------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Izazov              | Iako je Ogulin kroz projekte kulturnog, turističkog i interpretacijskog razvoja osvojio prestižna priznanja, njihova promocija i integracija u komunikacijsku strategiju destinacije nije sustavno iskorištena. Nagrade se rijetko koriste u marketinškim kampanjama, a međunarodni dosezi (primjerice nominacija za EMYA nagradu) nisu dovoljno uključeni u brendiranje i <i>storytelling</i> grada. Potrebno je aktualne i buduće nagrade pretvoriti u alate promocije, povjerenja i pozicioniranja Ogulina kao uzorne male kulturno-turističke destinacije.                                                                                                                                                                                                                  |
| Opis mjere          | Mjera promiče sustavno korištenje svih nacionalnih i međunarodnih priznanja za turističku promociju Ogulina. Poseban naglasak stavljen je na projekt Ivanina kuća bajke, višestruko nagrađen za inovativnost i kulturni doprinos („Kreativni i inovativni turistički proizvod“, EMYA 2016., nagrada Živa 2020., priznanje za <i>storytelling</i> 2022.). Nagrade se koriste za jačanje imidža destinacije kroz komunikaciju autentičnosti, kvalitete i kulturne izvrsnosti te povećanje privlačnosti projekta „Zavičaj bajke“.                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Ciljevi             | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Uspješno pozicionirati Ogulin kao nacionalni brend kulturnog turizma</li> <li>- Kroz priznanja i nagrade ojačati reputaciju grada kao inovativnog i kreativnog centra</li> <li>- Kreirati digitalnu kronologiju uspjeha i komunikacijsku platformu nagrađenih projekata</li> <li>- Povećati broj prijava Ogulina i partner institucija na domaće i europske natječaje</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Ključne aktivnosti  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Izrada sekcije „Nagrade i priznanja“ na službenim internetskim stranicama TZ-a</li> <li>- Promocija nagrada kroz multimedijalne kampanje, tiskane brošure i međunarodni sajmove</li> <li>- Uključivanje motiva „nagrađene destinacije bajke“ u marketinški slogan i vizualni identitet TZ-a</li> <li>- Sudjelovanje u europskim i nacionalnim natjecanjima (EMYA, Živa, HTZ godišnje nagrade)</li> <li>- Razvijanje <i>storytelling</i> kampanje o radu osnivača i djelatnika „bajkovitih institucija“</li> <li>- Povezivanje priznanja s destinacijskim certifikatima održivosti i kulturne interpretacije.</li> <li>- Osmisliti lokalne nagrade da se nagrađuju pojedinci iz Ogulina koji su najaktivniji i najuspješniji</li> </ul> |
| Pokazatelji         | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Broj domaćih i međunarodnih nagrada promoviranih u javnim kampanjama</li> <li>- Broj novih kandidatura Ogulina i partnerskih institucija godišnje</li> <li>- Broj medijskih objava u kojima se Ogulin navodi kao nagrađena destinacija</li> <li>- Broj kulturnih projekata prijavljenih na EU programe</li> <li>- Porast percepcije Ogulina kao „nagrađene bajkovite destinacije“ u anketama TZ-a</li> <li>- Broj dodijeljenih nagrada TZ-a i Grada pojedincima na godišnjim nagradama</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                      |
| Nositelj/partneri   | Turistička zajednica grada Ogulina; Ivanina kuća bajke; Grad Ogulin; Hrvatska turistička zajednica; Hrvatsko muzejsko društvo; Ministarstvo turizma i sporta; Ministarstvo kulture i medija; Forum slavenskih kultura; kreativne agencije i medijski partneri                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| SDG poveznice       | SDG8–Dostojanstven rad i gospodarski rast SDG9–Industrija, inovacije i infrastruktura SDG11–Održivi gradovi i zajednice SDG17–Partnerstvom do ciljeva                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Rok provedbe        | 2026. – 2029. svake godine                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Izvori financiranja | Grad Ogulin; Turistička zajednica; Ministarstvo turizma i sporta; EU fondovi (Creative Europe, ESF+, Interreg); sponzorske kampanje; suradnje s kulturnim institucijama i udrugama                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |

### Mjera br. 33: Unaprjeđenje kulturno-zabavnih događanja

| Element             | Opis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|---------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Izazov              | Ogulin ima prepoznatljivu i bogatu manifestacijsku scenu, ali <i>eventi</i> se uglavnom koncentriraju na glavnu sezonu i gradski centar, dok nedostaju sustavna mjerenja posjećenosti, infrastrukturna podrška i koordinacija među organizatorima. Mnogi programi, poput Festivala bajke i Ljeta u Ogulinu, imaju snažan identitet, no njihova komunikacija, evaluacija i sinergija s turizmom još nisu potpuno optimizirane.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Opis mjere          | Mjera osigurava strateški razvoj manifestacijskog turizma kroz planiranje, koordinaciju, digitalizaciju i evaluaciju događanja. Cilj je povećati kvalitetu, održivost i međunarodnu vidljivost ogulinskih festivala i manifestacija. Programi će biti povezani zajedničkim kalendarom, komunikacijskom platformom i standardima organizacije kako bi se smanjila sezonalnost i optimiziralo iskustvo posjetitelja.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Ciljevi             | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Uspostaviti jedinstveni godišnji kalendar događanja za destinaciju Ogulin</li> <li>- Povećati broj posjetitelja i produžiti boravak kroz tematske i izvansezonske sadržaje</li> <li>- Uvesti sustav praćenja ekonomskih i ekoloških učinaka događanja</li> <li>- Osigurati bolju prostornu distribuciju događanja (decentralizacija centara aktivnosti)</li> <li>- Ojačati međunarodni doseg i partnerske suradnje u manifestacijama</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Ključne aktivnosti  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Uspostava destinacijskog kalendara manifestacija povezanog s glavnim kulturnim brendom „Zavičaj bajke“</li> <li>- Digitalizacija sustava najave, prijava i rezervacija događanja (integracija s TZ-ovom platformom)</li> <li>- Izrada metodologije za praćenje posjećenosti, potrošnje i zadovoljstva posjetitelja</li> <li>- Promocija i medijsko umrežavanje manifestacija poput „Ljeta u Ogulinu“ i „Adventa u Ogulinu“</li> <li>- Povezivanje sportskih, kulturnih i gastro manifestacija u zajedničke tematske cikluse</li> <li>- Jačanje profesionalizacije – radionice o <i>event</i> menadžmentu, sigurnosti i održivosti događanja</li> <li>- Aktivno uključivanje lokalnih udruga, škola, umjetnika i OPG-ova u realizaciju događanja</li> </ul> |
| Pokazatelji         | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Broj organiziranih događanja godišnje</li> <li>- Uspostavljena metodologija praćenja učinaka događanja i ekološkog otiska</li> <li>- Porast broja posjetitelja događanja</li> <li>- Broj međunarodnih partnerstava i promotivnih suradnji</li> <li>- Broj lokalnih izvođača i proizvođača uključenih u programe</li> <li>- Zadovoljstvo posjetitelja i lokalne zajednice</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Nositelj/partneri   | Turistička zajednica grada Ogulina; Grad Ogulin; Zavičajni muzej; Ivanina kuća bajke; Hrvatske turističke zajednice; Ministarstvo turizma i sporta; Hrvatski sabor kulture; Pučko otvoreno učilište; lokalne udruge i OPG-ovi; medijski partneri i sponzori                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| SDG poveznice       | SDG8–Dostojanstven rad i gospodarski rast SDG11–Održivi gradovi i zajednice SDG12–Odgovorna potrošnja i proizvodnja SDG17–Partnerstvom do ciljeva                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Rok provedbe        | 2026. – 2029., kontinuirano po fazama                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Izvori financiranja | EU fondovi (ESF+, EFRR, Creative Europe, Interreg), gradski i županijski proračuni, nacionalni fondovi za kulturu i turizam, sponzorstva i javno-privatna partnerstva.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |

### Mjera br. 34: Jačanje digitalne infrastrukture i pametnih rješenja u Ogulinu

| Element             | Opis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|---------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Izazov              | Unatoč rastu dostupnosti interneta, Ogulin ima ograničenu pokrivenost brzim optičkim mrežama – većina korisnika koristi brzine ispod 30 Mbit/s, a samo središte grada ima mreže do 100 Mbit/s. Nedostatak digitalnih edukacija, sustava pametnih usluga i integriranih <i>online</i> platformi usporavaju razvoj destinacije kao pametnog i održivog grada. Potrebno je osigurati bolju povezanost, digitalno uključivanje građana i razvoj IT rješenja koja podržavaju turizam, javne usluge i energetska učinkovitost.                |
| Opis mjere          | Mjera potiče razvoj i modernizaciju digitalne infrastrukture te implementaciju pametnih rješenja kroz projekte širokopojsnog interneta, besplatnih Wi-Fi točaka i inicijative <i>Smart City</i> . Kroz ulaganja financirana iz NPOO-a i fondova EU unaprijedit će se pristup optičkoj i mobilnoj mreži, otvoriti edukacijski programi digitalne pismenosti te razviti platforme za e-upravu, pametne senzore i aplikacije za građane i turiste. Ogulin se modelira kao digitalno dostupna i povezana zajednica.                         |
| Ciljevi             | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Povećati dostupnost širokopojsnog interneta na 100% urbanog područja Ogulina</li> <li>- Modernizirati gradske javne površine kroz WiFi4EU mrežu i pametne uređaje</li> <li>- Razviti <i>Smart City</i> sustave (upravljanje prometom, zrakom, bukom, energijom)</li> <li>- Osigurati digitalnu pismenost građana kroz radionice i projekte EU-a</li> <li>- Uključiti digitalna rješenja u razvoj turizma, upravljanje događanjima i energetiku</li> </ul>                                      |
| Ključne aktivnosti  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Provedba projekta širokopojsnog interneta za Ogulin, Josipdol, Plaški i Tounj, sufinanciranog iz državnog i EU programa</li> <li>- Širenje WiFi4EU mreže na turističke zone i objekte javne namjene (parkovi, trgovci, turistički infocentri)</li> <li>- Implementacija <i>Smart City</i> projekta (digitalna interaktivna sučelja, praćenje kvalitete zraka i buke, videonadzor okoliša)</li> </ul>                                                                                           |
| Pokazatelji         | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pokrivenost urbanog područja internetom <math>\geq 100</math> Mbit/s (cilj &gt; 95 % do 2027.)</li> <li>- Broj WiFi4EU lokacija na području grada</li> <li>- Broj implementiranih <i>Smart City</i> sustava i mobilnih alata</li> <li>- Broj edukacijskih radionica i građana uključenih u digitalne programe</li> <li>- Porast zadovoljstva građana dostupnošću i brzinom digitalnih usluga</li> <li>- Broj turističkih i energetske servisa koji koriste nove digitalne platforme</li> </ul> |
| Nositelj / partneri | Grad Ogulin; Ministarstvo mora, prometa i infrastrukture; Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova EU-a; Fond za zaštitu okoliša i energetska učinkovitost; Hrvatska regulatorna agencija (HAKOM); HT, A1 Hrvatska, Telemach; GT-net; LAG Frankopan; Karlovačka županija; tehničke škole i informatički <i>hubovi</i>                                                                                                                                                                                                                 |
| SDG poveznice       | SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice SDG 16 – Jake institucije SDG 17 – Partnerstvom do ciljeva                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Rok provedbe        | 2026. – 2029., kontinuirano po fazama                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Izvori financiranja | EU fondovi (NPOO, EFRR, Digital Europe, Interreg), državni proračun, gradski proračun, telekomunikacijski operatori, partnerstva s IT tvrtkama i fondovima za digitalnu tranziciju                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |

### Mjera br. 35: Jačanje zdravstvene i opće sigurnosti u destinaciji Ogulin

| Element             | Opis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|---------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Naziv mjere         | <b>Jačanje zdravstvene i opće sigurnosti u destinaciji Ogulin</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Izazov              | Ogulin raspolaže razvijenim sustavom zdravstvene zaštite i operativnih službi (civilna zaštita, vatrogasci, HGSS), no postoji potreba za daljnjom modernizacijom infrastrukture, većom uključenosti zdravstvenog sektora u turističke aktivnosti i boljim praćenjem sigurnosti na turističkim lokacijama. Na području Sabljaka i Kleka nedostaju trajne točke prve pomoći i stalni nadzor, dok se sustav javnog informiranja i edukacije o sigurnom boravku u destinaciji može dodatno unaprijediti.                                |
| Opis mjere          | Mjera osigurava sustavni razvoj i unapređenje zdravstvene, tehničke i preventivne sigurnosti turista i stanovnika Ogulina kroz bolju koordinaciju svih nadležnih službi, integraciju digitalnog sustava uzbunjivanja, jačanje medicinske i hitne infrastrukture te razvoj edukacijskih programa i oznaka sigurnosti.                                                                                                                                                                                                                |
| Ciljevi             | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ojačati infrastrukturu zdravstvene i civilne zaštite na svim ključnim turističkim lokacijama</li> <li>- Promicati edukaciju lokalne zajednice, volontera i organizatora događanja o kriznom djelovanju</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Ključne aktivnosti  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Uvođenje integriranog digitalnog sustava obavješćavanja za turiste (<i>smart alert</i> aplikacija, <i>web</i> i <i>radio</i> obavijesti)</li> <li>- Održavanje zajedničkih vježbi civilne zaštite, HGSS-a, vatrogasaca i hitne pomoći</li> <li>- Suradnja sa zdravstvenim ustanovama, školama i Crvenim križem na programima prevencije i pružanja prve pomoći</li> <li>- Uspostava sustava praćenja zdravstvenog statusa turista u suradnji s Domom zdravlja i bolnicom Ogulin</li> </ul> |
| Pokazatelji         | - Povećanje zadovoljstva sigurnošću destinacije u anketama TZ-a                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Nositelj/partneri   | Grad Ogulin; Turistička zajednica grada Ogulina; Dom zdravlja Ogulin; Županijska bolnica Karlovac; Civilna zaštita; Vatrogasna zajednica Ogulin; HGSS Ogulin; Policijska postaja Ogulin; Crveni križ; Ministarstvo turizma i sporta; Ministarstvo zdravstva; Hrvatske vode; Hrvatske šume; LAG Frankopan                                                                                                                                                                                                                            |
| SDG poveznice       | SDG 3 – Zdravlje i dobrobit                      SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura                      SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice<br>SDG 16 – Mir, pravda i snažne institucije                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Rok provedbe        | 2026. – 2029.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Izvori financiranja | gradski i županijski proračuni, donacije i sponzorstva sigurnosnih institucija, fondovi za civilnu zaštitu.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |

### Mjera br. 36: Unapređenje prometne i pristupne infrastrukture destinacije Ogulin

| Element | Opis                                                                                                                                                                                        |
|---------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Izazov  | Iako Ogulin ima povezanost autocestom A1, željeznicom Zagreb – Rijeka i glavnim županijskim cestama, cestovna mreža i gradske prometnice zahtijevaju redovitu obnovu, bolju signalizaciju i |

| Element             | Opis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|---------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                     | održavanje. Parkirališta i pješačka infrastruktura nedovoljno su prilagođeni održivom turizmu, a sustavi za digitalno upravljanje prometom, parkiranjem i javnim prijevozom još ne postoje. Poseban izazov predstavlja ograničena povezanost <i>shuttle</i> i autobusnih linija prema turističkim atrakcijama te potreba za ekološki prihvatljivim rješenjima prometa u zoni centra i jezera Sabljaci.                                                                                                               |
| Opis mjere          | Mjera se fokusira na modernizaciju, sigurnost i održivost prometne mreže Ogulina kroz obnovu cesta, razvoj digitalnih sustava upravljanja prometom i poticanje javnog i ekološkog prijevoza. Planirana je izgradnja obilaznice D42, rekonstrukcija ključnih ulica te implementacija <i>smart</i> rješenja za prometne tokove i parkirališta. Cilj je povećati sigurnost, smanjiti onečišćenje i omogućiti jednostavan pristup svim dijelovima grada i okolnim atrakcijama.                                           |
| Ciljevi             | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Poboljšati cestovnu i pješačku infrastrukturu, uz prioritet na zonama Sabljaka, centra i turističkih atrakcija</li> <li>- Uspostaviti digitalni sustav upravljanja prometom i parkiranjem</li> <li>- Jačati zelenu mobilnost, biciklističke i pješačke rute te e-infrastrukturu</li> <li>- Povezati javni i turistički prijevoz kroz integrirani koncept održivog prometa</li> <li>- Smanjiti prometna zagušenja i poboljšati sigurnost svih sudionika u prometu</li> </ul> |
| Ključne aktivnosti  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Izgradnja i dovršetak cestovnog prstena i obilaznice D42, koja će izmjestiti teretni promet iz centra i rasteretiti ključne gradske prometnice</li> <li>- Uređenje i označavanje novih parkirališnih prostora, uvođenje punionica za električna vozila (planirano 2-3 nove lokacije)</li> <li>- Organizacija <i>shuttle</i> linija i mini bus sustava za Sabljake, Klek i Ivaninu kuću bajke (posebno ljeti)</li> </ul>                                                     |
| Pokazatelji         | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Duljina obnovljenih i rekonstruiranih prometnica</li> <li>- Broj novih parkirališnih mjesta</li> <li>- Broj punionica za e-vozila</li> <li>- Smanjenje emisija CO<sub>2</sub> i broja prometnih gužvi</li> <li>- Zadovoljstvo gostiju i stanovnika prometnim i parkirnim rješenjima</li> </ul>                                                                                                                                                                              |
| Nositelj / partneri | Grad Ogulin; Hrvatske ceste; Karlovačka županija; HŽ Infrastruktura; Ministarstvo mora, prometa i infrastrukture; Ministarstvo turizma i sporta; TZ Ogulin; Upravni odjel za komunalne djelatnosti; komunalno poduzeće; Hrvatske vode; LAG Frankopan                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| SDG poveznice       | SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice SDG 13 – Klimatska akcija SDG 17 – Partnerstvom do ciljeva                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Rok provedbe        | 2026. – 2029., kontinuirano po fazama                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Izvori financiranja | EU fondovi (EFRR, Interreg, NPOO, CEF – Connecting Europe Facility), državni proračun, gradski proračun, Hrvatske ceste, HŽ Infrastruktura, javno-privatna partnerstva i programi zelene mobilnosti                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |

### Mjera br. 37: Digitalna transformacija i Smart City razvoj Ogulina

| Element             | Opis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|---------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Izazov              | Ogulin ostvaruje značajan napredak u digitalizaciji javne uprave, prometa i komunalnih sustava, no nedostaje cjelovita integracija u jedinstveni <i>Smart City</i> ekosustav. Službene e-usluge su ograničene, a ruralna naselja imaju manju digitalnu dostupnost.                                                                                                                                                                                                                         |
| Opis mjere          | Mjera potiče razvoj pametnog i povezanog Grada Ogulina kroz implementaciju digitalne infrastrukture, razvoj pametnih aplikacija i povećanje digitalne pismenosti građana. Cilj je pozicionirati Ogulin kao „pametni grad održivog razvoja” temeljen na inovacijama i pristupačnim digitalnim rješenjima za građane i turiste.                                                                                                                                                              |
| Ciljevi             | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Digitalizirati gradske i turističke usluge</li> <li>- Implementirati centralizirani <i>Smart City</i> sustav za promet, komunalne usluge i upravljanje javnim površinama</li> <li>- Razviti turističku digitalnu platformu (rezervacije, virtualne ture, digitalni vodiči)</li> <li>- Povećati digitalne kompetencije građana kroz sustavne edukacije</li> <li>- Osigurati optičku pokrivenost i digitalnu inkluziju ruralnih područja</li> </ul> |
| Ključne aktivnosti  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Uspostava <i>Smart City</i> središta i platforme za analitiku prometa, potrošnje energije i digitalni nadzor javnih usluge</li> <li>- Razvoj digitalne turističke platforme „Visit Ogulin” (virtualne ture, interaktivne karte, e-rezervacije, QR-kodovi na atrakcijama)</li> <li>- Implementacija senzora i pametnih rješenja u javnu rasvjetu, okoliš i prometne sustave</li> </ul>                                                             |
| Pokazatelji         | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Broj implementiranih <i>Smart City</i> sustava</li> <li>- Broj edukacijskih radionica i polaznika digitalnih edukacija</li> <li>- Pokrivenost optičkom mrežom</li> <li>- Povećanje <i>online</i> reputacije i digitalne vidljivosti destinacije</li> </ul>                                                                                                                                                                                        |
| Nositelj/partneri   | Grad Ogulin; Ministarstvo mora, prometa i infrastrukture; Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova EU; Hrvatska agencija za digitalizaciju; Fond za zaštitu okoliša i energetske učinkovitost; Hrvatski telekom; A1 Hrvatska; Telemach; Turistička zajednica Ogulin; LAG Frankopan; tehničke škole i <i>startup centri</i>                                                                                                                                                               |
| SDG poveznice       | SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice SDG 16 – Jake institucije SDG 17 – Partnerstvom do ciljeva                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| Rok provedbe        | 2026. – 2029.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Izvori financiranja | EU fondovi (EFRR, Digital Europe, NPOO, Interreg), nacionalni programi digitalne transformacije, gradski proračun, partnerstva s telekom operatorima i IT tvrtkama.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |

### Mjera br. 38: Unapređenje pristupačnosti i inkluzivne politike Grada Ogulina

| Element             | Opis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|---------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Izazov              | Ogulin provodi značajne projekte za dostupnost i podršku osobama s invaliditetom, no još uvijek nedostaju integrirana Strategija pristupačnosti i sustavno praćenje napretka. Infrastrukturni zahvati i obrazovni programi napreduju, ali je potrebno dodatno ojačati koordinaciju među ustanovama, pratiti standarde univerzalnog dizajna u svim novim projektima te u potpunosti digitalno mapirati dostupnost prostora i usluga.                                        |
| Opis mjere          | Mjera jača inkluzivnost destinacije kroz strategiju pristupačnosti, kontinuirano ulaganje u fizičku i digitalnu dostupnost prostora, edukaciju i partnerstvo s udrugama osoba s invaliditetom. Uključuje implementaciju univerzalnog dizajna u nove projekte, digitalnu mapu pristupačnosti, zapošljavanje stručnjaka za inkluziju te proširenje kapaciteta socijalnih programa.                                                                                           |
| Ciljevi             | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Izraditi i provesti Akcijski plan pristupačnosti Grada Ogulina</li> <li>- Digitalno mapirati sve javne prostore, kulturne ustanove i turističke atrakcije prema kriterijima pristupačnosti</li> <li>- Uspostaviti sustav stalne suradnje s udrugama i institucijama koje pružaju podršku osobama s invaliditetom</li> <li>- Osigurati zapošljavanje i kontinuiranu edukaciju stručnjaka za inkluziju u javnim službama</li> </ul> |
| Ključne aktivnosti  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Izrada Strategije pristupačnosti u skladu s Nacionalnim planom izjednačavanja mogućnosti osoba s invaliditetom</li> <li>- Nastavak projekata „Zaželi za Ogulin“ i „Podrška osobama s invaliditetom bez granica“</li> </ul>                                                                                                                                                                                                        |
| Pokazatelji         | - Donesena i provedena Strategija pristupačnosti                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Nositelj/partneri   | Grad Ogulin; Turistička zajednica Ogulin; Upravni odjel za društvene djelatnosti; Centar za socijalnu skrb Ogulin; Udruga slijepih Ogulin; Gradsko društvo Crvenog križa; Ministarstvo rada, mirovinskog sustava, obitelji i socijalne politike; LAG Frankopan; Udruga OSIT Hrvatska; Javna ustanova Dom zdravlja Ogulin; lokalne škole i poduzetnici                                                                                                                      |
| SDG poveznice       | SDG 3 – Zdravlje i dobrobit SDG 10 – Smanjenje nejednakosti SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice SDG 17 – Partnerstvom do ciljeva                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Rok provedbe        | 2026. – 2029., kontinuirano po fazama                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Izvori financiranja | EU fondovi (ESF+, Interreg, EFRR, NPOO), Ministarstvo rada i socijalne politike, Državni ured za revitalizaciju lokalnih zajednica, gradski i županijski proračuni, donacije, sponzorstva, partnerstva s civilnim organizacijama                                                                                                                                                                                                                                           |

### Mjera br. 39: Prilagodba destinacije Ogulin djeci prema svjetskim standardima

| Element | Opis                                                                                                                                                              |
|---------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Izazov  | Ogulin je prirodno orijentiran prema djeci zahvaljujući brendu „Zavičaj bajke“, no trenutno ne postoji sustavna strategija prilagodbe prostora, sadržaja i usluga |

| Element             | Opis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|---------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                     | prema međunarodnim standardima Child Friendly Destination. Potrebno je uskladiti fizičku, edukativnu, digitalnu i sigurnosnu infrastrukturu te osigurati aktivno uključivanje djece i obitelji u stvaranje i oblikovanje turističkih proizvoda.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Opis mjere          | Mjera utemeljena na UNICEF-ovim načelima Child Friendly Cities & Communities uspostavlja standarde i certifikacijski okvir. Cilj je razviti destinaciju koja djeci i obiteljima osigurava siguran, edukativan, dostupan i inspirativan boravak integracijom kulturnih, rekreativnih i digitalnih sadržaja. Ogulin postaje referentni primjer za <i>child-safe</i> i <i>family-oriented</i> pristup turizmu u Hrvatskoj.                                                                                                                                              |
| Ciljevi             | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Uspostaviti standarde i certifikaciju Child Friendly Destination Ogulin</li> <li>- Uključiti mišljenje djece u planiranju i evaluaciji turističkih sadržaja</li> <li>- Prilagoditi javne prostore, igrališta, kulturne i sportske objekte potrebama djece</li> <li>- Osigurati edukaciju turističkih djelatnika, vodiča i ugostitelja o radu s djecom</li> <li>- Povećati sigurnost, higijenske i zdravstvene uvjete u prostorima koje djeca koriste</li> </ul>                                                             |
| Ključne aktivnosti  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Izrada Strategije „Ogulin – Grad djece i bajki“ u skladu s načelima UNICEF-a i Child Friendly Cities Initiative</li> <li>- Edukacija turističkih djelatnika o dječjoj animaciji, pristupu i komunikaciji (vodiči, animatori, ugostitelji)</li> <li>- Uređenje i digitalizacija dječjih sadržaja: interaktivna igrališta, multimedijske rute, dječje zone u muzejima i atrakcijama</li> <li>- Implementacija standarda sigurnosti, higijene i pristupa u smještaju i ugostiteljstvu (<i>child-safe amenities</i>)</li> </ul> |
| Pokazatelji         | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Donesen i proveden akcijski plan</li> <li>- Objekti s certifikatom Child Friendly Destination</li> <li>- Visoka razina zadovoljstva djece i obitelji</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| Nositelj/partneri   | Grad Ogulin; Turistička zajednica grada Ogulina; UNICEF Hrvatska; Ministarstvo turizma i sporta; Ministarstvo rada, obitelji i socijalne politike; Ivanina kuća bajke; Zavičajni muzej Ogulin; obrazovne ustanove; udruge roditelja i djece; HGK; Udruga obiteljskog smještaja; privatni sektor                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| SDG poveznice       | SDG 3 – Zdravlje i dobrobit SDG 4 – Kvalitetno obrazovanje SDG 10 – Smanjenje nejednakosti SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice SDG 17 – Partnerstvom do ciljeva                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Rok provedbe        | 2026. – 2029.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Izvori financiranja | EU fondovi (ESF+, Interreg, CREATIVE EUROPE, NPOO), Ministarstvo turizma i sporta, UNICEF, nacionalni fondovi za socijalnu inkluziju, gradski i županijski proračun, partnerstva s privatnim sektorom i CSR programima                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |

## Mjera br. 40: Jačanje organiziranosti i dostupnosti turističke destinacije Ogulin

| Element             | Opis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|---------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Izazov              | Ogulin posjeduje široku infrastrukturu smještaja, gastronomije, kulture i sporta, ali sustav destinacijskog upravljanja i umreženosti između dionika još je nedovoljno razvijen.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Opis mjere          | Mjera ima za cilj stvoriti učinkovit, povezan i dobro upravljan destinacijski sustav koji integrira sve pružatelje usluga, infrastrukturne kapacitete i javne ustanove.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Ciljevi             | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Povećati razinu koordinacije među dionicima destinacije kroz formaliziranu DMO strukturu</li> <li>- Unaprijediti kvalitetu i kategorizaciju smještaja, ugostiteljstva i dodatnih usluga</li> <li>- Jačati promociju autentičnih OPG-ova i ruralnih proizvoda kroz maloprodaju i ugostiteljstvo</li> <li>- Digitalno povezati i centralizirati informacije o svim uslugama i događanjima</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Ključne aktivnosti  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Turistička zajednica operativno preuzima zadaće kao DMO (Destination management organizacija)</li> <li>- Izrada platforme za upravljanje destinacijom (interaktivna karta, kalendar događanja, ponuda smještaja, agencija, vodiča i ugostitelja)</li> <li>- Podrška razvoju novih objekata smještaja (hostel, <i>boutique</i> hotel, <i>wellness</i>-centar).</li> <li>- Organizacija zajedničkih edukacija za privatni i javni sektor (ugostitelji, iznajmljivači, vodiči)</li> <li>- Povezivanje kulturno-sportskih sadržaja i ugostiteljskih ponuda u zajedničke promotivne pakete</li> <li>- Standardizacija u destinaciji, koordinirani pristup i komunikacija na svim nivoima operativnog sustava</li> </ul> |
| Pokazatelji         | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Formirana i operativna DMO struktura</li> <li>- Uspostavljena digitalna destinacijska platforma (do 2027.)</li> <li>- Broj certificiranih poslovnih subjekata s destinacijskim oznakama kvalitete</li> <li>- Porast udjela višekategoriziranih i održivih smještaja</li> <li>- Povećanje zadovoljstva posjetitelja dostupnošću i kvalitetom usluge</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Nositelj/partneri   | Grad Ogulin; Turistička zajednica grada Ogulina; Karlovačka županija; Ministarstvo turizma i sporta; Hrvatska turistička zajednica; HGK; DMO Karlovačke županije; OPG-ovi i lokalni poduzetnici; LAG Frankopan; kulturne i sportske ustanove; udruge obrtničkog sektora                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| SDG poveznice       | SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice SDG 17 – Partnerstvom do ciljeva                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Rok provedbe        | 2026. – 2029., kontinuirano po fazama                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Izvori financiranja | EU fondovi (EFRR, ESF+, Interreg, NPOO), Ministarstvo turizma i sporta, HTZ, gradski i županijski proračuni, DMO projekti, privatne investicije, partnerstva s OPG-ovima, CSR t vrtkama i udrugama                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |

## Mjera br. 41: Jačanje ljudskih potencijala i kompetencija u turizmu Ogulina

| Element             | Opis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|---------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Izazov              | Ljudski potencijali predstavljaju ključnu komponentu razvoja održivog i kvalitetnog turizma. U Ogulinu je do sada organiziran vrlo ograničen broj edukacija – dvije u posljednje tri godine, što nije dovoljno za stvaranje stručne i konkurentne baze kadrova. Nedostatak stalnih programa edukacije i mentorstva, ograničeni budžeti TZ-a te mali broj certificiranih vodiča i stručnjaka za kulturnu interpretaciju usporavaju profesionalizaciju sektora.                                                                                                                |
| Opis mjere          | Mjera ima za cilj sustavni razvoj znanja, vještina i profesionalnih kompetencija svih dionika u turizmu, od lokalnih vodiča i iznajmljivača do OPG-ova, poduzetnika i javnih institucija. Program se temelji na načelima cjeloživotnog učenja, partnerstvu javnog i privatnog sektora te razmjeni znanja na lokalnoj, nacionalnoj i međunarodnoj razini. Osmišljava se modularni sustav edukacija za interpretaciju baštine, digitalni marketing, održivost, komunikaciju i inovacije u turizmu.                                                                             |
| Ciljevi             | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Povećati broj edukacija i radionica za turističke dionike (minimalno 5 godišnje)</li> <li>- Uspostaviti Centar za cjeloživotno obrazovanje u turizmu u suradnji sa SŠ Ogulin i partnerskim institucijama</li> <li>- Povezati OPG-ove, male poduzetnike i ugostitelje u zajedničke programe razvoja autentične ponude.</li> <li>- Omogućiti sudjelovanje lokalnih dionika u nacionalnim i EU projektima edukacija i razmjene</li> <li>- Osigurati programe mentorstva, stipendiranja i samozapošljavanja mladih u turizmu</li> </ul> |
| Ključne aktivnosti  | - Organizacija kontinuiranih edukacija TZ-a i Grada Ogulina u suradnji s partnerima (HTZ, TZ Karlovačke županije, Ministarstvo turizma).                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Pokazatelji         | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Broj provedenih radionica i polaznika godišnje</li> <li>- Broj certificiranih vodiča, interpretera i stručnjaka za turizam</li> <li>- Broj dionika uključenih u mentorstvo i razmjenu znanja</li> <li>- Porast sudjelovanja žena i mladih u sektoru turizma</li> <li>- Broj stipendiranih učenika/studentica za turistička zanimanja</li> </ul>                                                                                                                                                                                     |
| Nositelj/partneri   | Turistička zajednica Grada Ogulina; Grad Ogulin; TZ Karlovačke županije; Hrvatska turistička zajednica; Ministarstvo turizma i sporta; Ministarstvo rada i socijalnog sustava; Gimnazija i strukovna škola Bernardina Frankopana; Obrtnička i tehnička škola Ogulin; obrtničke komore; HZZ; LAG Frankopan; kulturne institucije; privatni sektor                                                                                                                                                                                                                             |
| SDG poveznice       | SDG 4 – Kvalitetno obrazovanje SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura SDG 17 – Partnerstvom do ciljeva                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Rok provedbe        | 2026. – 2029.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Izvori financiranja | EU fondovi (ESF+, Interreg, Erasmus+, NPOO), Ministarstvo turizma i sporta, HTZ, Grad Ogulin, županijski proračuni, privatni sektor, sponzorstva, CSR programi tvrtki                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |

## Mjera br. 42: Edukacija i brendiranje ugostiteljske ponude – „Bajkoviti okusi Ogulina“

| Element             | Opis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|---------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Izazov              | Ugostiteljski sektor Ogulina obiluje autentičnim tradicijskim jelima i lokalnim namirnicama (ogulinsko zelje, masnica, sir, med), ali nedostaje zajednička gastronomska strategija, standard kvalitete i kontinuirane edukacije za ugostitelje. Većina restorana nije tematski povezana s brendom „Zavičaj bajke“ te rijetko koristi lokalne proizvode u interpretaciji menija. Potrebna su ulaganja u edukaciju osoblja, promociju, uređenje interijera i razvoj ponude za obitelji i djecu. |
| Opis mjere          | Mjera potiče kontinuiranu edukaciju ugostitelja i stvaranje prepoznatljivog gastrobrenda „Bajkoviti okusi Ogulina“ koji spaja lokalne tradicijske recepte i modernu interpretaciju jela. Naglasak je na korištenju lokalnih namirnica, pripovijedanju kroz gastronomiju („jela s pričom“), tematskom uređenju interijera i profesionalnoj usluzi. Edukacije obuhvaćaju stručna predavanja o kulinarnstvu, marketingu, kreativnom serviranju, komunikaciji s gostima i standardima održivosti. |
| Ciljevi             | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Potaknuti kvalitetu ugostiteljske ponude kroz certificiranje objekata s oznakom „Bajkoviti okusi“</li> <li>- Povezati ugostitelje s OPG-ovima i lokalnim proizvođačima</li> <li>- Organizirati edukacije za ugostitelje</li> <li>- Uvesti elemente dječje i obiteljske ponude (mini porcije, bajkoviti meniji, dječje radionice)</li> <li>- Potaknuti ulaganja u interijere i eksterijere kao dijelove destinacijskog doživljaja</li> </ul>          |
| Ključne aktivnosti  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Organizacija gastronomskih radionica i edukacija za ugostitelje</li> <li>- Razvoj i promocija oznake kvalitete „Bajkoviti okusi Ogulina“</li> <li>- Uvođenje tematskih „bajkovitih jelovnika“</li> <li>- Suradnja s OPG-ovima i proizvođačima (zelje, masnica, sir, med, liker od borovnice)</li> </ul>                                                                                                                                              |
| Pokazatelji         | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Broj ugostitelja uključenih u edukaciju</li> <li>- Broj restorana certificiranih oznakom „Bajkoviti okusi Ogulina“</li> <li>- Broj ugostiteljskih prostora s tematskim interijerom</li> <li>- Porast zadovoljstva gostiju i ponovnog posjeta</li> </ul>                                                                                                                                                                                              |
| Nositelj/partneri   | Turistička zajednica Grada Ogulina; Grad Ogulin; Hrvatska turistička zajednica; Ministarstvo turizma i sporta; Udruženje ugostitelja; Pučko otvoreno učilište Ogulin; Srednja škola Ogulin – smjer turizam i ugostiteljstvo; OPG-ovi i lokalni proizvođači; kreativni studiji i kulturne udruge.                                                                                                                                                                                              |
| SDG poveznice       | SDG 4 – Kvalitetno obrazovanje SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Rok provedbe        | 2026. – 2029.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Izvori financiranja | EU fondovi (ESF+, Interreg, NPOO, Creative Europe), Ministarstvo turizma i sporta, HGK, HOK, TZ Karlovačke županije, gradski proračun, partnerstva s OPG-ovima i ugostiteljskim udrugama.                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |

### Mjera br. 43: Jačanje komunikacijskih kapaciteta i promocije destinacije Ogulin

| Element             | Opis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|---------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Izazov              | Turistička zajednica Ogulina ima značajnu aktivnost u promociji događanja, ali digitalna prisutnost, praćenje učinkovitosti i profesionalna integracija kanala i partnera još uvijek su ograničeni. Nedostaje <i>web</i> -analitika, diversifikacija digitalnih kanala (Instagram, YouTube, TikTok), strateški PR pristup i sustavna komunikacija kroz <i>newslettere</i> i CRM. Potreban je modernizirani model destinacijske komunikacije koji povezuje događanja, sadržaje i brend „Zavičaj bajke“.                                                                                                                                                                                                                           |
| Opis mjere          | Mjera uspostavlja profesionalnu, integriranu komunikaciju destinacije Ogulin kroz kombinaciju <i>online</i> i <i>offline</i> aktivnosti, modernizaciju internetske stranice, digitalni marketing i snažniji PR i <i>event management</i> .                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Ciljevi             | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Povećati vidljivost destinacije na nacionalnoj i međunarodnoj razini</li> <li>- Profesionalizirati komunikacijski sustav TZ-a (analitika, CRM, AI alati)</li> <li>- Osigurati prisutnost Ogulina na svim ključnim digitalnim medijima</li> <li>- Uspostaviti partnerstva s medijima, <i>influencerima</i> i poznatim osobama radi promocije brenda</li> <li>- Mjeriti i evaluirati učinke promocijskih kampanja i PR aktivnosti</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                              |
| Ključne aktivnosti  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Izrada Strategije komunikacije i PR-a Zavičaja bajke i definiranje godišnjeg PR plana</li> <li>- Redizajn i optimizacija internetske stranice TZ-a Ogulin uz integraciju Google Analyticsa i SEO alata</li> <li>- Proširenje prisutnosti na društvenim mrežama (Instagram, TikTok, YouTube) i razvoj videoserijala o Ogulinu</li> <li>- Uspostava godišnjih KPI pokazatelja (broj objava, doseg, <i>engagement</i>, vrijednost PR-a, posjeti internetskoj stranici)</li> <li>- Razvoj AI <i>chatbot</i> asistenta i digitalnog <i>newsletter</i> sustava za posjetitelje (CRM integracija)</li> <li>- Jačanje suradnje s TZ-om Karlovačke županije na zajedničkim kampanjama</li> </ul> |
| Pokazatelji         | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Broj objava i medijskih priloga o Ogulinu godišnje</li> <li>- Doseg digitalnih kampanja</li> <li>- Broj međunarodnih i domaćih suradnji s <i>influencerima</i> i novinarima</li> <li>- Vrijednost ekvivalentnog medijskog prostora</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Nositelj/partneri   | Turistička zajednica Grada Ogulina; Grad Ogulin; Turistička zajednica Karlovačke županije; Hrvatska turistička zajednica; Ministarstvo turizma i sporta; PR agencije i medijski partneri; <i>influenceri</i> i ambasadori destinacije (sportaši i javne osobe); Ivanina kuća bajke; Zavičajni muzej Ogulin; Pučko otvoreno učilište Ogulin                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| SDG poveznice       | SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice SDG 17 – Partnerstvom do ciljeva                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Rok provedbe        | 2026. – 2029., kontinuirano po fazama                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Izvori financiranja | EU fondovi (EFRR, Interreg, ESF+, HTZ programi sufinanciranja), Ministarstvo turizma i sporta, gradski i županijski proračuni, PR agencije, privatni sponzori, projekti javne diplomacije                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |

## Mjera br. 44: Integralno upravljanje kvalitetom destinacije Ogulin

| Element             | Opis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|---------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Izazov              | U destinaciji nije još razvijen sustavni model upravljanja kvalitetom niti mehanizmi praćenja zadovoljstva gostiju, stanovnika i dionika. Nedostatak standarda, alata za mjerenje <i>online</i> reputacije i edukacija otežava održavanje visokog kvalitativnog okvira, dok slabija povezanost privatnog sektora i institucija usporava zajedničku implementaciju mjera održivog razvoja (SDG).                                                                                  |
| Opis mjere          | Mjera uspostavlja model integralnog upravljanja kvalitetom u turizmu Ogulina, koji povezuje sve dionike kroz sustavno mjerenje zadovoljstva, postavljanje standarda kvalitete i održivosti te razvoj kulture gostoljubivosti i izvrsnosti. Aktivnosti integriraju evaluaciju usluga, praćenje <i>online</i> reputacije, uključivost zajednice i stalno unaprjeđenje ponude, u skladu s principima održivog razvoja i destinacijskog menadžmenta.                                 |
| Ciljevi             | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Povećati kvalitetu turističke ponude i razinu zadovoljstva posjetitelja</li> <li>- Uspostaviti destinacijske standarde kvalitete i održivosti</li> <li>- Redovito pratiti <i>online</i> reputaciju i mišljenja gostiju putem digitalnih alata</li> <li>- Aktivno uključiti dionike i stanovnike u procese vrednovanja i planiranja</li> <li>- Jačati transparentnost i partnersko upravljanje kroz sudjelovanje svih sektora</li> </ul> |
| Ključne aktivnosti  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Razvoj destinacijskog sustava za koordinirano praćenje, evaluaciju i unaprjeđenje kvalitete usluge</li> <li>- Izrada godišnjeg izvješća kvalitete i reputacije destinacije temeljem digitalne analitike i povratnih informacija i zadovoljstva posjetitelja</li> </ul>                                                                                                                                                                  |
| Pokazatelji         | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Uspostavljen i aktivan sustav integralnog upravljanja kvalitetom</li> <li>- Broj provedenih mjerenja zadovoljstva gostiju</li> <li>- Usporedba zadovoljstva gostiju i reakcija na nepravilnosti i negativne recenzije</li> </ul>                                                                                                                                                                                                        |
| Nositelj/partneri   | Grad Ogulin; Turistička zajednica Grada Ogulina; TZ Karlovačke županije; Hrvatska turistička zajednica; Ministarstvo turizma i sporta; Pučko otvoreno učilište Ogulin; kulturne institucije; lokalne turističke udruge; privatni sektor; LAG Frankopan                                                                                                                                                                                                                           |
| SDG poveznice       | SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja SDG 17 – Partnerstvom do ciljeva                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Rok provedbe        | 2026. – 2029., kontinuirano po fazama                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Izvori financiranja | EU fondovi (ESF+, EFRR, Interreg, NPOO), Ministarstvo turizma i sporta, HTZ, gradski i županijski proračuni, lokalne inicijative, sponzorstva i projekti održivog upravljanja                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |

### Mjera br. 45: Bajkoviti Ogulin, razvoj talenata, edukacije i kreativne ekonomije

| Element              | Opis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Naziv mjere          | <b>Ogulin – Grad živih bajki Ivane Brlić-Mažuranić</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Izazov               | Ogulin je nacionalno prepoznat po Ivaninoj kući bajke i Ogulinskom festivalu bajke, no bajkoviti duh nije prisutan tijekom cijele godine. Cilj je kontinuirano kulturno oživljavanje javnog prostora kroz mikroaktivacije zajednice, bez velikih troškova.                                                                                                                                          |
| Opis mjere           | Godišnji ciklus od 12 mikrotema oživljava grad kroz citate, motive i likove iz Ivanina opusa. Svaki mjesec donosi novu priču, povezanu s određenom lokacijom i aktivnošću (šetnja, čitanje, karneval, radionica, film, glazba). Stanovnici, škole, obrtnici i ugostitelji zajednički stvaraju „žive bajke“.                                                                                         |
| Ciljevi              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Stvoriti trajnu identifikaciju Ogulina s Ivaninim likovima i vrijednostima</li> <li>- Aktivirati zajednicu i kulturne ustanove u programu 12 mjesečnih mikrodogaćanja</li> <li>- Povećati izvansezonski posjet i lokalni promet kroz tematske aktivnosti</li> <li>- Promicati kulturnu, ekološku i društvenu osviještenost kod djece i odraslih</li> </ul> |
| Pokazatelji          | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 12 realiziranih tematskih događanja godišnje</li> <li>- Broj uključenih partnera</li> <li>- Porast izvansezonskog posjeta</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                       |
| Nositelji i partneri | TZG Ogulin; Grad Ogulin; Ivanina kuća bajke; Zavičajni muzej; Gradska knjižnica; Pučko učilište; OŠ i SŠ Ogulin; Društvo Naša Djeca; TKD Klek; OPG-ovi; ugostitelji; kreativne udruge; lokalni mediji                                                                                                                                                                                               |
| SDG poveznice        | SDG 4 – Kvalitetno obrazovanje; SDG 8 – Dostojanstven rad i rast; SDG 11 – Održivi gradovi; SDG 12 – Odgovorna potrošnja; SDG 17 – Partnerstvom do ciljeva.                                                                                                                                                                                                                                         |
| Rok provedbe         | 2026. – 2029., kontinuirano po fazama                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Izvori financiranja  | Grad Ogulin; TZ Ogulin; Ministarstvo kulture; HTZ; Karlovačka županija; lokalni sponzori; privatni ugostitelji; EU mikroprojekti                                                                                                                                                                                                                                                                    |

## 5. Smjernice i preporuke za dionike razvoja

### 5.1. Smjernice i preporuke za jedinice lokalne samouprave

#### 1. **Osigurati institucionalnu i upravljačku podršku provedbi Plana**

Jedinica lokalne samouprave treba formalno integrirati provedbu Plana upravljanja u svoje strateške i proračunske dokumente. To uključuje planiranje financijskih izvora, imenovanje odgovorne osobe ili koordinacijskog tima te stalnu suradnju s Turističkom zajednicom u operativnom praćenju mjera.

#### 2. **Uspostaviti sustav koordinacije i suradnje s dionicima**

Nužno je redovito okupljati ključne partnere iz javnog, privatnog i civilnog sektora kroz zajedničke radne skupine, savjetodavne odbore i tematske forume. Takav mehanizam osigurava uključivost i transparentnost te omogućuje učinkovitu provedbu definiranih mjera i projekata.

#### 3. **Uskladiti prostorno, komunalno i infrastrukturno planiranje s ciljevima Plana**

Lokalna administracija treba koordinirati razvojne odluke i investicije kako bi bile usklađene s prioritetima Plana upravljanja i principima održivog razvoja, osobito u područjima javne infrastrukture, prometne povezanosti i očuvanja prostora.

#### 4. **Pratiti pokazatelje održivosti i osigurati periodično izvještavanje**

Jedinica lokalne samouprave, u suradnji s Turističkom zajednicom, dužna je pratiti provedbu mjera pomoću jasno definiranih indikatora održivosti (ekoloških, društvenih, ekonomskih). Rezultati trebaju biti javno dostupni kroz godišnja izvješća i evaluacije napretka.

#### 5. **Osigurati javnu vidljivost i transparentnost provedbe**

Provedba Plana mora biti javno komunicirana putem mrežnih stranica i javnih savjetovanja. Objavljivanje projektnih rezultata, planiranih aktivnosti i izvješća građanima doprinosi većem povjerenju i socijalnoj legitimnosti procesa.

## 5.2. Smjernice i preporuke za turističku zajednicu

Upravljačka i operativna uloga Turističke zajednice:

- Djelovati kao **središnja operativna jedinica destinacijskog menadžmenta (DMO Ogulin)** s jasnim ovlastima koordinacije, implementacije i nadzora svih strateških mjera.
- Izraditi i svake godine ažurirati **Godišnji operativni plan** s prioritetima, nositeljima i budžetima po mjerama.
- Voditi transparentan sustav **praćenja performansi (KPI)** – broj posjetitelja, noćenja, događanja, zadovoljstvo turista i građana, medijska vidljivost i ekonomski učinak.
- Uspostaviti **interni koordinacijski ured DMO** (tri stručne pozicije): strateški menadžer, specijalist za marketing, analitičar i projektni koordinator.

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

Gospodarski subjekti u Ogulinu trebaju uskladiti svoju ponudu s oznakom „Bajkoviti“ korištenjem tematskih jelovnika, lokalnih proizvoda, sadržaja za djecu i obitelji i održive prakse, dok istovremeno jačaju svoju digitalnu prisutnost na platformama te aktivno sudjeluju u zajedničkim događajima s TZ-om. OPG-ovi i mali proizvođači trebaju koristiti oznaku „Lokalno je bajkovito“ i digitalne platforme za promociju, nuditi inovativne proizvode i sudjelovati u gastronomskim i agromanifestacijama, uz završavanje edukacijskih programa. Kulturne i obrazovne institucije trebaju organizirati edukativno-kreativne programe povezane s bajkama, mitovima i ekološkim temama, koristeći javne prostore za mikrodogađanja i digitalne sadržaje te uključivati djecu i mlade u projekte i manifestacije. Civilni sektor i volonteri mogu aktivno sudjelovati u kreiranju događanja, promicati društvene inicijative i ekološke akcije te surađivati s TZ-om putem mikroprojekata i volontiranja na turističkim spotovima. Na kraju, važno je uspostaviti dugoročnu suradnju s medijima i investitorima, promicati identitet Ogulina kroz priče i kampanje te osigurati

održivost i inovativnost turističkih projekata, pri čemu zajedništvo i odgovorno upravljanje ostaju ključni za razvoj destinacije.

## 6. Popis projekata

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

Tablica 66: Implementacija brenda „Ogulin Zavičaj bajke“

| Naziv projekta                             | 1. Implementacija brenda „Ogulin Zavičaj bajke“                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|--------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Opis projekta                              | Projekt ima za cilj objediniti i ojačati identitet Ogulina kao jedinstvene destinacije kulturnog, prirodnog i doživljajnog turizma. Kroz razvoj brenda „Ogulin zavičaj bajke“ stvorit će se vizualno, sadržajno i doživljajno jedinstvena platforma koja povezuje kulturnu baštinu Ivane Brlić-Mažuranić, prirodne atrakcije (Klek, jezero Sabljaci, Đulin ponor) i suvremene turističke proizvode.                                                                                                                |
| Svrha projekta                             | Stvoriti snažan, autentičan i prepoznatljiv identitet Ogulina kao destinacije koja povezuje bajkovitost, prirodu i održivi životni stil, čime se povećava atraktivnost, broj noćenja, medijska prisutnost i ukupna konkurentnost destinacije.                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti | <ul style="list-style-type: none"> <li>- doprinos SDG 11 (održivi gradovi i zajednice) kroz valorizaciju baštine i prostornu interpretaciju identiteta;</li> <li>- doprinos SDG 12 (odgovorna potrošnja i proizvodnja) kroz poticanje lokalnog dizajna, brendiranja i lokalne proizvodnje suvenira;</li> <li>- doprinos SDG 9 (inovacije i infrastruktura) kroz razvoj digitalnih i multimedijских sadržaja;</li> <li>- dugoročno smanjenje sezonalnosti i povećanje broja cjelogodišnjih posjetitelja.</li> </ul> |
| Nositelj provedbe projekta                 | Turistička zajednica grada Ogulina                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Lokacija provedbe projekta                 | Grad Ogulin                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Planirani početak provedbe projekta        | 2026. godina                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Planirani završetak provedbe projekta      | 2029. godina - kontinuirano                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Ključne točke ostvarenja projekta          | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Izrada Strategije brendiranja i vizualnog identiteta</li> <li>2. Tematizacija i certificiranje prvih smještajnih objekata</li> <li>3. Postavljanje interpretacijskih i multimedijских točaka na ključnim atrakcijama</li> </ol>                                                                                                                                                                                                                                          |

|                                   |                                                                                                                                                                                            |
|-----------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                   | 4. Pokretanje digitalne platforme i storytelling kampanje „Doživi bajku u Ogulinu“<br>5. Produkcija promotivnih filmova i 3D/AR sadržaja<br>6. Organizacija godišnjeg promotivnog događaja |
| Procijenjena vrijednost projekta  | 70.000 €                                                                                                                                                                                   |
| Iznos vlastitog financiranja      | 10.000€                                                                                                                                                                                    |
| Ostali mogući izvori financiranja | Ministarstvo turizma i sporta, Hrvatska turistička zajednica, Karlovačka županija, grad Ogulin                                                                                             |

*Izvor: Turistička zajednica grada Ogulina*

Tablica 67: Ogulin Outdoor Trails – mreža održivih biciklističkih, pješačkih i ruta za nordijsko hodanje

| <b>Naziv projekta</b>                      | <b>2. Ogulin Outdoor Trails – mreža održivih biciklističkih, pješačkih i ruta za nordijsko hodanje</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|--------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Opis projekta                              | Projekt uspostavlja integriranu mrežu biciklističkih, pješačkih i ruta za nordijsko hodanje na području Grada Ogulina. Temelji se na principima održivog turizma, sigurnosti i interpretacije prirodne i kulturne baštine. Cilj je povezati postojeće i nove staze u koherentnu destinacijsku mrežu koja posjetiteljima omogućuje aktivan boravak u prirodi, a lokalnoj zajednici nove razvojne mogućnosti. Projekt obuhvaća trasiranje i označavanje novih dionica, uređenje odmorišta, digitalizaciju ruta (QR i GPS oznake), te integraciju s ključnim atrakcijama – Klek, Đulin ponor, jezero Sabljaci, te ruralna naselja oko Ogulina. |
| Svrha projekta                             | Povećati atraktivnost Ogulina kao destinacije aktivnog i održivog turizma kroz razvoj sigurne, označene i digitalno dostupne mreže outdoor ruta, što doprinosi produženju boravka, rastu izvansezonskog turizma i boljoj prostornoj raspodjeli posjetitelja.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti | <ul style="list-style-type: none"> <li>- SDG 9: razvoj zelene infrastrukture i inovativnih digitalnih rješenja (pametne oznake, digitalne karte);</li> <li>- SDG 11: stvaranje održivih, pristupačnih javnih prostora i infrastrukture;</li> <li>- SDG 12: odgovorno korištenje prirodnih resursa kroz uređenje ekoloških odmorišta;</li> <li>- SDG 13: klimatska otpornost kroz poticanje ekološkog prijevoza i aktivnosti bez emisija;</li> </ul>                                                                                                                                                                                         |

|                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|---------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                       | - SDG 15: zaštita prirodnih područja kroz kontrolirano korištenje prostora i edukaciju posjetitelja.                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Nositelj provedbe projekta            | Grad Ogulin                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Lokacija provedbe projekta            | Područje Grada Ogulina: planina Klek, Đulin ponor, jezero Sabljaci, ruralna naselja, Frankopanski kaštel – poveznice s gradskim i prigradskim rutama                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Planirani početak provedbe projekta   | 2026. godine                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Planirani završetak provedbe projekta | 2028. godine                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Ključne točke ostvarenja projekta     | 1. Analiza postojećih trasa i terenska snimanja<br>2. Izrada masterplana ruta i signalizacijskog sustava<br>3. Trasiranje i označavanje novih staza (cca 250 km)<br>4. Uređenje odmorišta, vidikovaca i sanitarnih točaka<br>5. Digitalizacija ruta (QR kodovi, mobilna aplikacija, interaktivna karta)<br>6. Promotivna kampanja „Ogulin Outdoor Trails“ i edukativni program o sigurnosti i zaštiti prirode |
| Procijenjena vrijednost projekta      | 150.000€                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Iznos vlastitog financiranja          | 10.000€                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Ostali mogući izvori financiranja     | Ministarstvo turizma i sporta, Hrvatska turistička zajednica, Karlovačka županija, grad Ogulin                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |

*Izvor: Turistička zajednica grada Ogulina*

Tablica 68: Turizam Znanja – Edukacijski program za dionike turizma Grada Ogulina

| Naziv projekta | 3. Turizam Znanja – Edukacijski program za dionike turizma Grada Ogulina                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|----------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Opis projekta  | Projekt uspostavlja sustavni program edukacije i osnaživanja lokalnih dionika uključenih u turističku ponudu Ogulina – iznajmljivača, ugostitelja, vodiča, djelatnika u suvenirnicama, turističkih agencija, OPG-ova, kulturnih ustanova i potencijalnih novih poduzetnika u turizmu. Program će kroz kombinaciju radionica, stručnih seminara i digitalnih tečajeva omogućiti stjecanje znanja o destinacijskom menadžmentu, digitalnom marketingu, održivom poslovanju, iskustvenom upravljanju gostima, interpretaciji baštine i standardima kvalitete. |
| Svrha projekta | Povećati razinu znanja, profesionalnosti i inovativnosti među dionicima u turizmu Ogulina, s ciljem stvaranja konkurentne, kvalitetne i održive destinacije koja pruža visok standard usluge i autentičan doživljaj.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |

|                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|--------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti | <ul style="list-style-type: none"> <li>- SDG 4 – Kvalitetno obrazovanje: razvoj stručnih kompetencija i cjeloživotnog učenja.</li> <li>- SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast: profesionalizacija turističkog sektora i povećanje zaposlenosti.</li> <li>- SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura: poticanje inovacija i digitalnih vještina u turizmu.</li> <li>- SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice: jačanje lokalnih kapaciteta za održivo upravljanje turizmom.</li> <li>- SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja: poticanje održivih poslovnih modela i lokalne suradnje.</li> </ul> |
| Nositelj provedbe projekta                 | Turistička zajednica grada Ogulina                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Lokacija provedbe projekta                 | Grad Ogulin                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Planirani početak provedbe projekta        | 2026. godine                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Planirani završetak provedbe projekta      | 2029. godina - kontinuirano                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Ključne točke ostvarenja projekta          | Izrada Programa edukacije<br>Provedba edukacijskih ciklusa                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Procijenjena vrijednost projekta           | 45.000€                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Iznos vlastitog financiranja               | 7.000€                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Ostali mogući izvori financiranja          | Ministarstvo turizma i sporta, Hrvatska turistička zajednica, Karlovačka županija, grad Ogulin                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |

*Izvor: Turistička zajednica grada Ogulina*

Tablica 69: Promocija destinacije Ogulin Zavičaj bajke – online i offline komunikacijska kampanja

| Naziv projekta | 4. Promocija destinacije Ogulin Zavičaj bajke – online i offline komunikacijska kampanja                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Opis projekta  | <p>Projekt uspostavlja integrirani sustav promocije turističke destinacije „Ogulin Zavičaj bajke“ kroz kombinaciju digitalnih i tradicionalnih komunikacijskih kanala. Obuhvaća redizajn službene web stranice Turističke zajednice, izradu marketinške strategije, kontinuirano vođenje društvenih mreža, oglašavanje na televiziji, radiju i u tiskanim medijima, kao i vanjsko oglašavanje (jumbo plakati i city light poster) u relevantnim tržištima (Zagreb, Rijeka, Karlovac, Split). Cilj je povećati vidljivost Ogulina kao autentične i cjelogodišnje destinacije, predstaviti nove turističke proizvode (outdoor, bajke, ruralni turizam) te potaknuti dolaske posjetitelja tijekom cijele godine. Projekt</p> |

|                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|--------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                            | povezuje storytelling, suvremeni dizajn i marketinšku analitiku za mjerenje učinaka kampanje.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Svrha projekta                             | Jačanje prepoznatljivosti Ogulina na nacionalnom i regionalnom tržištu, pozicioniranje destinacije kroz brend „Ogulin zavičaj bajke“, povećanje turističkog prometa i digitalne prisutnosti                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti | <ul style="list-style-type: none"> <li>- SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast: rast turističkog prometa i novih poduzetničkih prilika.</li> <li>- SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura: digitalna transformacija promocije destinacije.</li> <li>- SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice: promicanje kulturnog identiteta i lokalnog brenda.</li> <li>- SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja: korištenje održivih materijala i lokalnih partnera u kampanjama.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                             |
| Nositelj provedbe projekta                 | Turistička zajednica grada Ogulina                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Lokacija provedbe projekta                 | Grad Ogulin                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Planirani početak provedbe projekta        | 2026. godina                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Planirani završetak provedbe projekta      | 2029. godina - kontinuirano                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Ključne točke ostvarenja projekta          | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Izrada komunikacijske i promotivne strategije destinacije</li> <li>2. Redizajn službene web stranice TZ Ogulin s modernim UX dizajnom, SEO optimizacijom i višjezičnim sadržajem</li> <li>3. Uspostava sustava digitalnog marketinga i vođenja društvenih mreža (Facebook, Instagram, TikTok, YouTube)</li> <li>4. Izrada promotivnih video spotova i storytelling kampanja o Ogulinu</li> <li>5. Vanjsko oglašavanje (jumbo plakati, city light, LED ekrani) u ključnim regijama Hrvatske i susjednih zemalja</li> <li>6. Kampanje u TV, radio i tiskanim medijima</li> <li>7. Sustavno mjerenje učinaka kampanje – analiza dosega, angažmana i povrata ulaganja (ROI)</li> </ol> |
| Procijenjena vrijednost projekta           | 120.000€                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Iznos vlastitog financiranja               | 15.000€                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Ostali mogući izvori financiranja          | Ministarstvo turizma i sporta, Hrvatska turistička zajednica, Karlovačka županija, grad Ogulin                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |

*Izvor: Turistička zajednica grada Ogulina*

Tablica 70: Sustav upravljanja i razvoja cjelogodišnjih događanja

| Naziv projekta                             | 5. Sustav upravljanja i razvoja cjelogodišnjih događanja                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|--------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Opis projekta                              | <p>Projekt uspostavlja strukturirani sustav planiranja, organizacije, evaluacije i promocije događanja na području Grada Ogulina. Cilj je profesionalizirati pristup manifestacijama, uskladiti ih s identitetom „Ogulin zavičaj bajke“ te razviti nove programe izvan glavne turističke sezone.</p> <p>Projekt potiče suradnju između TZ-a, Grada, ustanova, udruga i privatnog sektora, kako bi se događanja koristila kao strateški alat za promociju, razvoj zajednice i produljenje sezone.</p>                         |
| Svrha projekta                             | Stvoriti održiv i mjerljiv model upravljanja manifestacijama koji povećava učinkovitost ulaganja, potiče lokalno sudjelovanje i doprinosi cjelogodišnjem razvoju turizma u Ogulinu.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti | <ul style="list-style-type: none"> <li>- SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast: poticanje novih poslovnih prilika u event i ugostiteljskom sektoru.</li> <li>- SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice: jačanje kulturnog i društvenog života kroz događanja.</li> <li>- SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja: planiranje događanja s minimalnim otpadom i lokalnim resursima.</li> <li>- SDG 17 – Partnerstva za ciljeve: povezivanje svih dionika kroz zajedničko upravljanje kalendarom i resursima.</li> </ul> |
| Nositelj provedbe projekta                 | Turistička zajednica grada Ogulina                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Lokacija provedbe projekta                 | Grad Ogulin                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Planirani početak provedbe projekta        | 2026. godine                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Planirani završetak provedbe projekta      | 2029. godine - kontinuirano                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Ključne točke ostvarenja projekta          | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Izrada Strategije i metodologije upravljanja događanjima</li> <li>2. Uspostava digitalnog kalendara manifestacija i baze podataka o događanjima</li> <li>3. Razvoj sustava evaluacije učinaka manifestacija (ankete, medijska analitika, broj posjetitelja, gospodarski učinak)</li> <li>4. Razvoj i testiranje novih vansezonskih sezonskih manifestacija – „proljetna, jesenska i zimska događanja“</li> </ol>                                                                   |

|                                   |                                                                                                |
|-----------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                   | 5. Edukacija organizatora i volontera o održivom upravljanju događanjima                       |
| Procijenjena vrijednost projekta  | 35.000€                                                                                        |
| Iznos vlastitog financiranja      | 10.000€                                                                                        |
| Ostali mogući izvori financiranja | Ministarstvo turizma i sporta, Hrvatska turistička zajednica, Karlovačka županija, grad Ogulin |

*Izvor: Turistička zajednica grada Ogulina*

Tablica 71: Bajkoviti okusi Ogulina – razvoj gastronomskog identiteta i umrežavanje ugostitelja

| <b>Naziv projekta</b>                      | <b>6. Bajkoviti okusi Ogulina – razvoj gastronomskog identiteta i umrežavanje ugostitelja</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|--------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Opis projekta                              | Projekt ima za cilj razvoj prepoznatljivog gastronomskog identiteta Ogulina i jačanje ugostiteljske ponude kroz suradnju, edukaciju i promociju lokalnih okusa. Kroz brend „Bajkoviti okusi“, Ogulin će stvoriti mrežu ugostiteljskih objekata koji nude jela od lokalnih proizvoda, koriste održive prakse te pružaju visoku razinu usluge.                                                                                                                                                                                |
| Svrha projekta                             | Stvoriti prepoznatljiv, održiv i autentičan gastronomski identitet Ogulina koji povezuje lokalne proizvođače i ugostitelje, povećava kvalitetu ponude te potiče turističku potrošnju tijekom cijele godine.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti | <ul style="list-style-type: none"> <li>- SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast: jačanje lokalne ugostiteljske ekonomije i otvaranje novih radnih mjesta.</li> <li>- SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura: uvođenje digitalnih alata i inovacija u ugostiteljstvo.</li> <li>- SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice: jačanje lokalnog identiteta i kulturne gastronomije.</li> <li>- SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja: korištenje lokalnih, sezonskih i održivo proizvedenih namirnica.</li> </ul> |
| Nositelj provedbe projekta                 | Turistička zajednica grada Ogulina                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Lokacija provedbe projekta                 | Grad Ogulin                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Planirani početak provedbe projekta        | 2027. godina                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Planirani završetak provedbe projekta      | 2029. godina kontinuirano                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Ključne točke ostvarenja projekta          | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Osnivanje koordinacijskog tima (TZ, Grad, ugostitelji, OPG-ovi)</li> <li>2. Izrada pravilnika i standarda oznake „Bajkoviti okusi“</li> </ol>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |

|                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|-----------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                   | 3. Provedba prvog kruga edukacija za ugostitelje i proizvođače<br>4. Certificiranje i promocija prvih nekoliko objekata s oznakom „Bajkoviti okusi“<br>5. Organizacija gastro manifestacija<br>6. Razvoj digitalne platforme s mapom i online rezervacijama<br>7. Medijska i influencerska kampanja „Bajkoviti okusi Ogulina“<br>8. Praćenje kvalitete usluge s tajnim kupcima |
| Procijenjena vrijednost projekta  | 30.000€                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Iznos vlastitog financiranja      | 8.000€                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Ostali mogući izvori financiranja | Ministarstvo turizma i sporta, Hrvatska turistička zajednica, Karlovačka županija, grad Ogulin                                                                                                                                                                                                                                                                                 |

*Izvor: Turistička zajednica grada Ogulina*

## 6.2. Projekti od posebnog značaja za razvoj destinacije

Tablica 72: Projekt: Valorizacija prirodne baštine kanjona Dobre

| Parametar                                         | Vrijednost projektnog podatka                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|---------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Rb.                                               | 1.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Županija                                          | IV KARLOVAČKA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Turistička zajednica                              | TZ Grada Ogulina                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Kratki opis predmeta projekta                     | Integrirani projekt „Valorizacija prirodne baštine kanjona Dobre“ odnosi se na valorizaciju prirodne baštine kroz izgradnju šetnice u kanjonu rijeke Dobre, gradnju i opremanje otvorenog gradskog paviljona s info centrom i javnog WC-a. Provedba projekta daje snažan naglasak na obnovi i očuvanju prirodne baštine ekološke mreže NATURA 2000 te unaprjeđenju infrastrukture za razvoj inovativnih rekreacijskih sadržaja i usluga. |
| Kratki opis svrhe projekta                        | Promocija i očuvanje prirodne baštine Grada                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Način doprinosa ostvarenju pokazatelja održivosti | Pokazatelji održivosti obuhvaćaju sljedeća 3 glavna aspekta: ekološku, društvenu i ekonomsku održivost.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |

| Parametar                                   | Vrijednost projektnog podatka                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|---------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                             | <p>1) ekološka održivost projekta prisutna je kroz ublažavanje klimatskih promjena i smanjenje emisije CO<sub>2</sub> te kroz korištenje okolišno učinkovite tehnologije, uključujući fotonaponsku elektranu. Navedeno će imati pozitivan tujecaj na poboljšanje kvalitete zraka, voda i tla te očuvanje bioraznolikosti i ekosustava.</p> <p>2) društvena održivost ogleda se kroz povećanje javne infrastrukture dostupne lokalnom stanovništvu, poticanju zapošljavanja te promicanju prirodne i kulturne baštine grada Ogulina. Projekt doprinosi razvoju zajednice i kvaliteti života.</p> <p>3) ekonomska održivost odražava se kroz stvaranje novih gospodarskih prilika kroz povećanje turističke ponude što pozitivno utječe na konkurentnost regije. Važno je napomenuti kako je projekt financijski održiv što se očituje kroz predviđeni pozitivni kumulativni novčani tok te kroz pozitivnu neto sadašnju vrijednost na investiciju kao i pozitivnu internu stopu rentabilnosti.</p> |
| Nositelj provedbe projekta                  | Grad Ogulin                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Lokacija provedbe projekta                  | Grad Ogulin                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Planirani početak provedbe projekta         | 2026                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Planirani završetak provedbe projekta       | 2029                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Ključne točke ostvarenja projekta           | Projekt obuhvaća revitalizaciju i valorizaciju kanjona rijeke Dobre kroz izgradnju tematskih šetnica i gradskog paviljona s info centrom te ugradnju solarne elektrane i energetski učinkovite LED rasvjete. Projektom je predviđeno uvođenje digitalne infrastrukture za interpretaciju prirodne baštine i upravljanje okolišem. Projekt potiče zapošljavanje, umrežavanje lokalnih dionika te povećava turističku atraktivnost Ogulina tijekom cijele godine, uz istodobno očuvanje prirodne i kulturne baštine u skladu s načelima održivog razvoja.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Planirani rokovi postignuća ključnih točaka | Pripremne aktivnosti i ishođenje dozvola: 0–12 mjeseci (izrada projektne dokumentacije, ishođenje dozvola, priprema terena); Čišćenje i izgradnja šetnica kanjona rijeke Dobre: 12–36 mjeseci (mlinska, adrenalinska i poučna staza, opremanje info-tabli,                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |

| Parametar                                                 | Vrijednost projektnog podatka                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|-----------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                           | rasvjeta); Izgradnja i opremanje gradskog paviljona i javnog WC-a: 26–34 mjeseci (ugradnja solarne elektrane, digitalna i pristupna oprema, bina za manifestacije); Postavljanje digitalne infrastrukture i pristupačnosti za osobe s invaliditetom: 30–34 mjeseca<br>Završno testiranje, edukacija i početak rada info centra: 34–26 mjeseca; Potpuna funkcionalnost projekta i ostvarenje svih pokazatelja održivosti: do 36. mjeseca od početka provedbe |
| Ukupno procijenjena vrijednost projekta                   | 6 200 000 €                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Iznos vlastitog financiranja                              | 100 %                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Ostali mogući izvori financiranja                         | Nacionalni plan za oporavak i otpornost, Poziv "Regionalna diversifikacija i specijalizacija hrvatskog turizma kroz ulaganje u razvoj turističkih proizvoda visoke dodane vrijednosti - GRUPA 1                                                                                                                                                                                                                                                             |
| Imovinsko-pravni odnosi                                   | Riješeni                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Osnova za raspolaganje nekretninama                       | Pravo služnosti                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>PROJEKTI OD POSEBNOG ZNAČAJA ZA RAZVOJ DESTINACIJE</b> | <b>DA</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Napomena                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| Postoji li izrađen profil projekta                        | DA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Postoji li izrađena studija predizvodljivosti/izvedivosti | DA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Postoji li izrađena CBA                                   | DA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Postoji li izrađen idejni projekt                         | DA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Da li je ishodovana lokacijska dozvola                    | NE                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Postoji li izrađen glavni projekt                         | DA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |

| Parametar                                   | Vrijednost projektnog podatka                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|---------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Da li se projekt može graditi po Pravilniku | NE                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Da li je ishodovana građevinska dozvola     | DA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Da li se radi o projektu od posebn. značaja | DA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Način doprinosa strateškom cilju            | Projekt doprinosi strateškom cilju razvoja održivog i otpornog turizma kroz valorizaciju prirodne baštine kanjona Dobre, primjenu obnovljivih izvora energije i digitalnih tehnologija te poticanje zapošljavanja i produženje turističke sezone u skladu s Nacionalnom razvojnom strategijom RH do 2030. i Europskim zelenim planom. |
| Značajan/mjerljiv financijski učinak        | Projekt ostvaruje mjerljiv financijski učinak kroz povećanje broja posjetitelja i turističke potrošnje, otvaranje novih radnih mjesta, umrežavanje lokalnih dionika te produljenje turističke sezone na 12 mjeseci, čime izravno doprinosi rastu prihoda u turizmu i povezanim sektorima.                                             |
| Projekt započinje u važenju plana           | DA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Minimalno izrađena studijska dokumentacija  | DA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Projekt prelazi vrijednost od 1.000.000 EUR | DA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |

*Izvor: Grad Ogulin*

Tablica 73: Izgradnja igrališta u mjesnim odborima

| Parametar | Vrijednost projektnog podatka |
|-----------|-------------------------------|
| Rb.       | 2.                            |
| Županija  | IV KARLOVAČKA                 |

| Parametar                                         | Vrijednost projektnog podatka                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|---------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Turistička zajednica                              | TZ Grada Ogulina                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Kratki opis predmeta projekta                     | Projektom će se izgraditi dječja igrališta na području Grada Ogulina koji će služiti djeci za igru, rekreaciju i turističke aktivnosti.                                                                                                                                                                                                                                            |
| Kratki opis svrhe projekta                        | Cilj projekta je izgradnjom igrališta u mjesnim odborima grada Ogulina unaprijediti društvenu infrastrukturu i kvalitetu života stanovnika te osigurati sigurne prostore za igru, druženje i rekreaciju djece i mladih u lokalnim zajednicama.                                                                                                                                     |
| Način doprinosa ostvarenju pokazatelja održivosti | Značajni doprinos /umjereni doprinos/ <b><u>manji doprinos</u></b> pokazatelju:<br>Broj turističkih noćenja na stotinu stalnih stanovnika u vrhu turističke sezone<br>Prosječna duljina boravka turista u destinaciji<br>Ukupan broj dolazaka turista u mjesecima s najvećim opterećenjem<br>Zadovoljstvo cjelokupnim boravkom u destinaciji                                       |
| Nositelj provedbe projekta                        | Grad Ogulin                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Lokacija provedbe projekta                        | Grad Ogulin                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Planirani početak provedbe projekta               | 2026.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Planirani završetak provedbe projekta             | 2029.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Planirani rokovi postignuća ključnih točaka       | Projekt će se realizirati u roku od 36 mjeseci. Međutim budući da se radi se o tri sportska igrališta čija će se izgradnja međusobno preklapati dan je prikaz provedbenih koraka jednog od njih – u prvih 4 mjeseca provede će se priprema dokumentacije i nabava, od 4. do 12. mjeseca izgradnja i opremanje igrališta, a završni radovi i otvaranje planirani su do 14. mjeseca. |
| Ukupno procijenjena vrijednost projekta           | 105.000,00                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |

| Parametar                                                 | Vrijednost projektnog podatka               |
|-----------------------------------------------------------|---------------------------------------------|
| Status izrade potrebne studijske dokumentacije            | Ne postoji projektno-tehnička dokumentacija |
| Status izrade potrebne projektne dokumentacije            | Ne postoji projektno-tehnička dokumentacija |
| <b>PROJEKTI OD POSEBNOG ZNAČAJA ZA RAZVOJ DESTINACIJE</b> | <b>DA</b>                                   |

Izvor: Grad Ogulin

Tablica 74: Rekonstrukcija nerazvrstane ceste K 355

| Parametar                                         | Vrijednost projektnog podatka                                                                                                                                                                                                             |
|---------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Rb.                                               | 3.                                                                                                                                                                                                                                        |
| Županija                                          | IV KARLOVAČKA                                                                                                                                                                                                                             |
| Turistička zajednica                              | TZ Grada Ogulina                                                                                                                                                                                                                          |
| Kratki opis predmeta projekta                     | Projektom će se rekonstruirati prometnica koja, budući da prolazi neposredno uz jezero Sabljaci, predstavlja neupitan turistički potencijal grada Ogulina.                                                                                |
| Kratki opis svrhe projekta                        | Cilj projekta je rekonstrukcijom nerazvrstane ceste K-355 unaprijediti prometnu povezanost i sigurnost u Ogulinu te poboljšati pristup naseljima, gospodarskim i turističkim sadržajima, u skladu s načelima održivog prostornog razvoja. |
| Način doprinosa ostvarenju pokazatelja održivosti | <p><b><u>Značajni doprinos</u></b>/ umjereni doprinos/ manji doprinos pokazatelju:</p> <p>Broj turističkih noćenja na stotinu stalnih stanovnika tijekom turističke sezone.</p> <p>Prosječna duljina boravka turista u destinaciji</p>    |

| Parametar                                                 | Vrijednost projektnog podatka                                                                                                                                                                                                                    |
|-----------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                           | <p>Ukupan broj dolazaka turista kroz čitavu godinu.</p> <p>Zadovoljstvo cjelokupnim boravkom u destinaciji.</p>                                                                                                                                  |
| Nositelj provedbe projekta                                | Grad Ogulin                                                                                                                                                                                                                                      |
| Lokacija provedbe projekta                                | Grad Ogulin                                                                                                                                                                                                                                      |
| Planirani početak provedbe projekta                       | 2026.                                                                                                                                                                                                                                            |
| Planirani završetak provedbe projekta                     | 2029.                                                                                                                                                                                                                                            |
| Ključne točke ostvarenja projekta                         |                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Planirani rokovi postignuća ključnih točaka               | Projekt će se provoditi u razdoblju od 36 mjeseca. U prvih 12 mjeseci planirana je priprema dokumentacije i nabava, zatim izgradnja i opremanje šetnice (12–30 mj.), a do 36. mjeseca uređenje okoliša, tehnički pregled i otvorenje za javnost. |
| Ukupno procijenjena vrijednost projekta                   | 1.500.000,00                                                                                                                                                                                                                                     |
| Status izrade potrebne studijske dokumentacije            | Postojeća kompletna projektno-tehnička dokumentacija                                                                                                                                                                                             |
| Status izrade potrebne projektne dokumentacije            | Postojeća kompletna projektno-tehnička dokumentacija                                                                                                                                                                                             |
| <b>PROJEKTI OD POSEBNOG ZNAČAJA ZA RAZVOJ DESTINACIJE</b> | <b>DA</b>                                                                                                                                                                                                                                        |

*Izvor: Grad Ogulin*

Tablica 75: Izgradnja šetnice oko jezera Sabljaci

| Parametar                                         | Vrijednost projektnog podatka                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|---------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Rb.                                               | 4.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Županija                                          | IV KARLOVAČKA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Turistička zajednica                              | TZ Grada Ogulina                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Kratki opis predmeta projekta                     | Projektom će se izgraditi šetnica oko jezera Sabljaci koja će služiti za rekreaciju i turističke aktivnosti.                                                                                                                                                                                                                    |
| Kratki opis svrhe projekta                        | Cilj projekta je izgradnjom šetnice oko jezera Sabljaci povećati turističku i rekreacijsku atraktivnost Ogulina, potaknuti razvoj aktivnog turizma i produljiti boravak posjetitelja uz očuvanje prirodnih i krajobraznih vrijednosti prostora.                                                                                 |
| Način doprinosa ostvarenju pokazatelja održivosti | Značajni doprinos/ umjereni doprinos/ <b><u>manji doprinos pokazatelju:</u></b><br>Broj turističkih noćenja na stotinu stalnih stanovnika tijekom turističke sezone.<br>Prosječna duljina boravka turista u destinaciji<br>Ukupan broj dolazaka turista kroz čitavu godinu.<br>Zadovoljstvo cjelokupnim boravkom u destinaciji. |
| Nositelj provedbe projekta                        | Grad Ogulin                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Lokacija provedbe projekta                        | Grad Ogulin                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Planirani početak provedbe projekta               | 2026.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Planirani završetak provedbe projekta             | 2029.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Planirani rokovi postignuća ključnih točaka       | Projekt će se provoditi u razdoblju od 36 mjeseca. U prvih 12 mjeseci planirana je priprema dokumentacije i nabava, zatim izgradnja i opremanje šetnice (12–30 mj.), a do 36. mjeseca uređenje okoliša, tehnički pregled i otvorenje za javnost.                                                                                |

| Parametar                                                 | Vrijednost projektnog podatka               |
|-----------------------------------------------------------|---------------------------------------------|
| Ukupno procijenjena vrijednost projekta                   | 3.200.000,00                                |
| Status izrade potrebne studijske dokumentacije            | Ne postoji projektno tehnička dokumentacija |
| Status izrade potrebne projektne dokumentacije            | Ne postoji projektno tehnička dokumentacija |
| <b>PROJEKTI OD POSEBNOG ZNAČAJA ZA RAZVOJ DESTINACIJE</b> | <b>DA</b>                                   |

*Izvor: Grad Ogulin*

## 7. Mjerenje napretka i izvješće o provedbi

Plan upravljanja destinacijom predstavlja obvezujući dokument s jasnim zakonskim uporištem. Njegovo donošenje propisano je Zakonom o turizmu i pripadajućim pravilnikom. Usvajanjem plana upravljanja na Gradskom vijeću Grada Ogulina, plan stječe obvezujući karakter te omogućuje provedbu njegovih odredbi u službenom sustavu upravljanja destinacijom. Na taj se način osigurava da razvojni smjer destinacije bude usklađen s interesima i prioritetima svih relevantnih dionika, uzimajući u obzir specifične potrebe, prostorne resurse i društveno-gospodarske ciljeve svake destinacije. U proces izrade plana uključuju se svi ključni dionici iz sustava turizma i sustava upravljanja razvojem destinacije – javni, privatni i civilni sektor – koji svojim djelovanjem mogu utjecati na turistički i prostorni razvoj. Takav inkluzivan pristup omogućuje koordinaciju različitih razvojnih funkcija, transparentno upravljanje procesima i učinkovito donošenje odluka u skladu s načelima održivosti, otpornosti i uključivosti.

Cilj samog procesa je stvoriti jasan okvir kojim se omogućuje strateško, dugoročno i odgovorno upravljanje destinacijom. Plan upravljanja tako postaje operativni instrument kojim se definira smjer razvoja turizma, jača kvaliteta života stanovnika te osigurava ravnoteža između gospodarskog napretka, zaštite resursa i dobrobiti lokalne zajednice.

## 8. Podrška i implementacija Plana upravljanja

Institucionalno, Grad Ogulin zadržava koordinacijsku ulogu, Turistička zajednica postaje operativni nositelj implementacije s funkcijom DMO-a, a Savjet za turizam formira se kao participativno tijelo koje okuplja predstavnike Grada, TZ-a, OPG-ova, udruženja, kulturnih i sportskih ustanova, dok Koordinacijski ured (tri člana) upravlja provedbom i izvještava Gradsko vijeće. Financijska podrška osigurava se iz EU fondova (EFRR, Interreg, ESF+, NPOO), nacionalnih programa Ministarstva turizma i sporta i HTZ-a, gradskog proračuna te vlastitih prihoda. Praćenje provedbe temelji se na godišnjim izvješćima koje TZ Ogulin predstavlja Gradskom vijeću. Ključni preduvjeti uspješne implementacije su stalna politička podrška lokalne uprave, aktivna suradnja javnog i privatnog sektora, stručno kadrovsko osnaživanje TZ-a i DMO tima, adaptivno upravljanje koje kontinuirano uči iz evaluacija te fokus na održivost gdje svaka aktivnost mora imati ekonomski, ekološki i društveni učinak.

### 8.1. Izvješće o provedbi plana upravljanja destinacijom

Direktor Turističke zajednice grada Ogulina dužan je najkasnije do 31. ožujka tekuće godine dostaviti Godišnje izvješće o provedbi Plana upravljanja turizmom za prethodnu godinu Gradskom vijeću grada Ogulina.

Kako bi se osigurala trajna provedba Plana i doseg zadanih ciljeva, svaka sjednica Vijeća ima točku Plan upravljanja s ciljem poticanja nove inicijative TZ-a ili lokalnih dionika.

## 9. Zaključak

Plan upravljanja turizmom grada Ogulina 2025.-2029. predstavlja sveobuhvatan dokument koji postavlja jasan okvir razvoja turizma na principima održivosti, autentičnosti i participativnog upravljanja. Temeljen na viziji Ogulina kao "Zavičaj bajke", ovaj plan uzima u obzir specifične kulturne, prirodne, društvene i ekonomske potencijale destinacije te njihovo usklađivanje s potrebama lokalnog stanovništva i trendovima na turističkom tržištu.

Plan upravljanja destinacijom Ogulin donosi cjelovit i inovativan pristup vođenju turističkog razvoja te postavlja temelje za održivo i odgovorno upravljanje resursima destinacije. Kroz detaljnu analizu postojećih atrakcija, infrastrukture i kapaciteta identificirani su ključni potencijali, ali i izazovi koji zahtijevaju koordiniranu akciju javnog i privatnog sektora te lokalne zajednice. Integracija kulturnih, prirodnih i obiteljskih sadržaja čini Ogulin prepoznatljivom i autentičnom destinacijom bajkovitih priča, edukacije i aktivnog odmora. Poseban fokus Plana stavljen je na jačanje kvalitete turističke ponude, brendiranje grada te jaču promociju tematskih sadržaja i održivih inovacija kroz projekte i manifestacije. Poticajnim mjerama usmjerenima na izvansezonski razvoj i povezivanje s regionalnim partnerima, Ogulin može značajno unaprijediti svoju konkurentnost na nacionalnom i inozemnom tržištu. Upravljanje kvalitetom i praćenje zadovoljstva posjetitelja integrirani su u sustavnu evaluaciju, osiguravajući kontinuirano podizanje standarda i prilagodbu suvremenim potrebama gostiju. Ogulin pokazuje zavidne rezultate u održavanju visoke reputacije među domaćim i stranim gostima, te uspješno koristi snagu brenda za privlačenje novih tržišnih segmenata. Plan nalaže nastavak partnerske suradnje svih sektora, jasno definirane razvojne prioritete i organizirano praćenje uspjeha kroz mjerljive pokazatelje održivosti. Implementacija preporučenih mjera i projekata biti će ključna za ostvarenje pune kulturne, društvene i gospodarske vrijednosti Ogulina kao destinacije izvan standardnih okvira turizma. Zaključno, Plan osigurava uravnotežen razvoj destinacije na dobrobit posjetitelja, gospodarstva i lokalnog stanovništva, uz očuvanje prirodnih i kulturnih vrijednosti za buduće generacije.

## 10. Izvori podataka

Plan upravljanja destinacijom Ogulin temelji se na kombinaciji sekundarnih i primarnih izvora podataka, koji zajedno čine analitičku osnovu za sve faze planiranja, odlučivanja i praćenja provedbe. Proces prikupljanja i obrade podataka proveden je u skladu s nacionalnim metodološkim smjernicama (NN 112/2024) te načelima integriranog, participativnog i dokazima utemeljenog planiranja.

**Sekundarni izvori podataka** obuhvaćaju:

- službene statističke baze i registre: Državni zavod za statistiku (DZS), eVisitor, FINA, HZMO, HZJZ, MUP, Hrvatske vode, Hrvatske šume i HEP
- strateške i prostorne dokumente: Strategiju razvoja održivog turizma RH do 2030., Nacionalnu razvojnu strategiju RH 2030., Prostorni plan Grada Ogulina, Strateški plan kulturnog turizma Ogulina, razvojne strategije Karlovačke županije i Prostorni plan Karlovačke županije
- sektorske i tematske planove: program rada i izvješća Turističke zajednice grada Ogulina, gradske proračune te dokumente i izvješća institucija relevantnih za razvoj turizma, komunalnu infrastrukturu i zaštitu okoliša
- stručne i znanstvene studije, kao i stručne članke, publikacije i dobre prakse relevantnih hrvatskih i međunarodnih organizacija (UN Tourism, WTTC, ETIS, GSTC).

**Primarni izvori podataka** prikupljani su kroz višefazni participativni proces, uključujući:

- fokus-grupe, intervju i radionice s ključnim dionicima iz javnog, privatnog i civilnog sektora
- anketna istraživanja provedena među stanovnicima i posjetiteljima radi procjene percepcije, zadovoljstva i utjecaja turizma
- terensko istraživanje stanja turističke, komunalne i prometne infrastrukture, kulturne i prirodne baštine te javnih sadržaja

- izravne konzultacije s predstavnicima Grada Ogulina, Turističke zajednice, komunalnog poduzeća, ustanova u kulturi i stručnih ustanova.

**Metodološki okvir** prikupljanja i provjere podataka slijedi standarde održivosti, usporedivosti i mjerljivosti te omogućuje kontinuirano praćenje razvoja prema pokazateljima učinkovitosti i održivosti. Time se osigurava da Plan upravljanja destinacijom Ogulin počiva na pouzdanim, provjerenim i ažuriranim informacijama koje objektivno prikazuju stanje i razvojne potrebe destinacije.

# PLAN UPRAVLJANJA DESTINACIJOM OGULINA

Naručitelj: Turistička zajednica grada Ogulina

Izvođač: Feel IQM d.o.o.