

---

**Strategija razvoja turizma Grada Samobora**  
(do 2030. godine)

Zagreb, 2022.

Naručitelj:



Autori:

dr. sc. Snježana Boranić Živoder  
dr. sc. Sanela Grujo Vrkljan  
dr. sc. Josip Mikulić  
dr. sc. Zoran Klarić

Lektura:  
Pavuna d.o.o.

## Sadržaj:

<b>1. POLAZIŠTE .....</b>	<b>4</b>
<b>2. OBILJEŽJA DESTINACIJE SAMOBOR .....</b>	<b>6</b>
2.1. Prostorna, demografska i prometna obilježja .....	6
2.2. Institucionalni okvir – dionici i planska dokumentacija.....	10
2.3. Turistička atrakcijska osnova .....	18
2.4. Obilježja turističke potražnje .....	25
2.5. Analiza smještajnih kapaciteta .....	30
2.6. Projekti u funkciji turizma.....	35
<b>3. ANALIZA TRŽIŠTA .....</b>	<b>37</b>
3.1. Kvantitativni trendovi i prognoze .....	38
3.2. Kvalitativni trendovi.....	39
<b>4. PRIMJERI DOBRE PRAKSE .....</b>	<b>42</b>
<b>5. SWOT .....</b>	<b>47</b>
<b>6. STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA .....</b>	<b>50</b>
6.1. Načela razvoja turizma .....	51
6.2. Vizija i ciljevi razvoja turizma .....	53
6.3. Brend koncept razvoja .....	54
6.4. Turistički proizvodi i ciljni segmenti.....	57
6.5. Prostorna koncepcija razvoja .....	70
<b>7. OPERATIVNE STRATEGIJE I MJERE.....</b>	<b>73</b>
7.1. Podizanje kvalitete destinacijskog doživljaja .....	75
7.2. Unapređenje smještajne i druge uslužne ponude.....	81
7.3. Unapređenje organizacije i upravljanja .....	89
7.4. Jačanje turističkog imidža .....	96
<b>8. TERMINSKI PLAN AKTIVNOSTI .....</b>	<b>100</b>

## 1. POLAZIŠTE



Strategija razvoja turizma Grada Samobora trebala bi pružiti strateški okvir djelovanja za sve sudionike u turističkom razvoju, odnosno, odrediti viziju i glavne ciljeve razvoja do 2030. godine, kao i aktivnosti koje će biti potrebno poduzeti kako bi se ta vizija i ostvarila. Cilj dokumenta je, kroz valorizaciju turističkih potencijala, i u skladu s kretanjima na turističkom tržištu, snažnije potaknuti turistički razvoj, očuvati vrijednu kulturnu i prirodnu baštinu te pridonijeti kvaliteti života lokalnog stanovništva. Grad Samobor uživa etablirani imidž turističke destinacije. Taj je imidž stečen kroz povijest jer je Samobor bio (i još uvijek je) omiljena izletnička destinacija za Zagrepčane koji su ovaj grad i okolicu posjećivali zbog lijepe prirode, gastronomije, ambijentalnosti, dobrog ugođaja. Danas se Samobor, kao i brojne druge destinacije, suočava s potrebom stalne inovacije i prilagodbe svoje turističke ponude dinamičnom turističkom okruženju, sve zahtjevnijim kupcima u sve izazovnijim vremenima.

Tržište i njegova obilježja danas se snažno i brzo mijenjaju pod utjecajem različitih gospodarskih, ekonomskih, zdravstvenih, tehnoloških, ekoloških, političkih i drugih faktora. Stil suvremenog života jača potrebu za odmorom i odmakom od svakodnevice, skupljanjem energije i mira, traženjem ravnoteže. Destinacije koje mogu odgovoriti tim potrebama one su koje obiluju zelenim i očuvanim prostorima sa šetnicama i biciklističkim stazama, restoranima s lokalnom kuhinjom, sezonskim i zdravim namirnicama, vinarijama sa zanimljivim pričama, kulturnim sadržajima, festivalima i događanjima, očuvanim ruralnim prostorima i svime što gostima može stvoriti osjećaj 'povratka sebi', mira i ravnoteže i time olakšati povratak u dinamičan i užurban životni ritam, kojemu su gosti često izloženi. Osim osjećaja 'odmaka', turiste na posjet mogu potaknuti i brojni drugi motivi poput zabave, edukacije, hedonizma, druženja i slično, na što Samobor, kao destinacija, zasigurno može odgovoriti.

Međutim, da bi se odgovorilo na sve te motive i potrebe gostiju nužno je neprekidno unapređivati i inovirati ponudu, i to na temeljima koncepta cjelokupnog destinacijskog lanca vrijednosti, što znači povezivanje svih dijelova ponude i podizanje kvalitete svih sastavnica turističkih proizvoda – od konkretnih i opipljivih (smještaj, ugostiteljstvo, turistički resursi i atrakcije, interpretacija i dr.) do onih koji nisu opipljivi, ali čine neizostavni dio kvalitete i cjelokupnosti doživljaja (priče, odnos prema gostu, zanimljive ture, ambijentalnost, ciljana promocija, ljubaznost – odnos domaćina i gosta i dr.). Povrh toga, uspješnost destinacije ovisi i o tome koliko uspije gostima prenijeti svoja jedinstvena obilježja i originalnost i ugraditi tu svoju jedinstvenost u stvarni doživljaj.

Kako bi se dobio kvalitetan uvid u potrebe svih daljnjih aktivnosti koje je potrebno provoditi studija polazi od analize stanja. Ovaj 1. izvještaj obuhvaća pregled prostornih, demografskih i prometnih obilježja grada Samobora. Potom se analiziraju dionici i postojeća planska dokumentacija, što je nužno kako bi se strategija turizma uklopila u sve druge planske dokumente, odnosno, kako bi se uvažili svi drugi planovi budući da je turizam ovisan o općem gospodarskom razvoju, korištenju prostora, izgradnji infrastrukture i svim drugim planiranim aktivnostima. Slijedi detaljna analiza turističkih resursa i atrakcija, koja predstavlja osnovu za promišljanje i razvoj turističkih proizvoda te se analiziraju turistička potražnja i smještajni kapaciteti. Nakon toga, sagledavaju se kvantitativna kretanja i kvalitativne promjene na tržištu koji oblikuju današnjeg kupca. Primjeri dobre prakse izabrani su kako bi se vidjelo kako gradovi u okruženju valoriziraju svoje potencijale i što je zanimljivo naučiti iz njihovih primjera. Konačno, izvještaj završava SWOT matricom u kojem se rezimiraju prednosti, nedostaci, prilike i prijetnje, što je nužno za nastavak dokumenta, odnosno, definiranje vizije, ciljeva, strategije i konkretnih aktivnosti.

## 2. OBIJEŽJA DESTINACIJE SAMOBOR



## 2.1. Prostorna, demografska i prometna obilježja

**Prostorna obilježja:** Grad Samobor nalazi se na sjeverozapadnom dijelu Hrvatske, a prostire se na 250,7 km<sup>2</sup>, što čini 8,12 % površine Zagrebačke županije. Samobor se nalazi samo dvadesetak kilometara jugozapadno od Zagreba. S južne strane Samobor natkriljuje gorski masiv Žumberačko-samoborskog gorja, a s druge, sjeverne strane pitoma nizina rijeke Save. Smješten je na putu između Zagreba i slovenske granice, od koje je udaljen samo nekoliko kilometara.

Grad Samobor sa svoje sjeverne strane graniči s Republikom Slovenijom, na sjeveroistoku s Općinom Brdovec i Gradom Zaprešićem, na istoku s Gradom Svetom Nedeljom, na jugoistoku s općinama Stupnik i Klinča Sela te Gradom Zagrebom, na jugu s Gradom Jastrebarsko i općinom Krašić te na jugozapadu i zapadu s Općinom Žumberak.

Samobor je smješten na rubu triju velikih prirodnih sredina – Panonske nizine na istoku, Dinarskog gorskog masiva na jugu i Alpskog planinskog prostora na zapadu, što mu omogućava raznolikost utjecaja reljefnih, klimatskih, geoloških i botaničkih osobina tih sredina i donosi posebnost ovom kraju.

Četiri su tipa reljefa na samoborskom području – nizinski, zavalski, predgorski i gorski. Nizinski (istočni) dio razvijeniji je te su ondje veća naselja i naseljenost, dok u gorskom dijelu prevladavaju šumska područja koja su uglavnom manje naseljena. Samobor se prostire na području dvije subgeomorfološke regije – gorskog masiva Žumberačke gore i Samoborske zavale u nizini Save. Čak 44 % površine Grada Samobora nalazi se pod šumom. Skoro trećina (31 %) površine Parka prirode Žumberak – Samoborsko gorje pripada području Grada Samobora.

Za Grad Samobor karakteristična je umjereno topla kišna klima u kojoj nema suhog razdoblja, s raspoređenim oborinama tijekom cijele godine. Izražena su topla ljeta, svježije zime i optimalna količina oborina. Siječanj je najhladniji mjesec s prosječno najvišom temperaturom 3,5°C i prosječno najnižom temperaturom -1,8°C, dok je kolovoz najtopliji mjesec s prosječno najvišom temperaturom 27,7°C i prosječno najnižom temperaturom 14,9°C.

Od geomorfoloških resursa ističe se Grgosova špilja, jedna od najpoznatijih znamenitosti Samobora te ujedno i jedna od najpoznatijih prirodnih turistička atrakcija. Među najljepšim je špiljama u sjeverozapadnoj Hrvatskoj te je proglašena zaštićenim geomorfološkim spomenikom prirode zbog bogatog špiljskog nakita. Što se tiče hidrografskih resursa, važno je istaknuti i slapove kojih Samobor ima nekoliko, a najslikovitiji je Vranjački slap koji se često povezuje s legendom samoborskog kraja o vilama. Za njega kažu da zimi nalikuje na kristalno bijelu kosu brdske vile. Posebnost Samobora su svakako i njegova flora i fauna s obzirom da se mogu pronaći četiri, na globalnoj razini kritično ugrožene biljke, 11 globalno ugroženih i 28 globalno osjetljivih vrsta. Također, postoje i brojne aktivnosti u prirodi, kao što su ribolov i jahanje, koji povećavaju atraktivnost ove turističke destinacije. Od pejzažnih resursa, ističe se Žumberačka gora na čijim se istočnim obroncima smjestio grad Samobor. Samobor također ima i brojna zaštićena područja koja su svakako važna za intenziviranje turizma, a konkretna područja i kategorije zaštite navedena su u tablici koja slijedi. Park prirode Žumberak značajan je po nevjerojatnom bogatstvu biljnog i životinjskog svijeta, geoloških, arheoloških i kulturnih vrednota. Na njegovom su području pronađeni keltski novčići „Samoborci“.



Tablica 2.1.1. Zaštićena područja Grada Samobora

Kategorija zaštite	Naziv
Park Prirode	Žumberak – Samoborsko gorje
Park šuma	Šumski predjel Tepec - Palačnik
Park šuma	Okolica Okić-grada
Park šuma	Šumski predjel Stražnik
Posebni rezervat	Područje uz rijeku Savu u k.o. Strmec
Posebni rezervat	Vrh Japetić
Posebni rezervat	Brežuljak kod Smerovišća
Spomenik parkovne arhitekture	Park u Lugu kod Samobora
Spomenik parkovne arhitekture	Park Bistrac kraj Samobora
Spomenik parkovne arhitekture	Park Mojmir u Samoboru
Spomenik parkovne arhitekture	Park u Samoboru, Langova ul. 39
Spomenik parkovne arhitekture	Tisa u Samoboru
Spomenik prirode	Otruševačka špilja

Izvor: Strateški program razvoja Grada Samobora za razdoblje 2020. – 2025. (2020.)

**Upravna podjela:** Grad Samobor obuhvaća ukupno 78 naselja: Beder, Bobovica, Braslovje, Bratelji, Bregana, Breganica, Brezovac Žumberački, Budinjak, Bukovje Podvrško, Celine Samoborske, Cerje Samoborsko, Cerovica, Dane, Dolec Podokički, Domaslovec, Draganje Selo, Dragonoš, Drežnik Podokički, Dubrava Samoborska, Falašćak, Farkaševac Samoborski, Galgo, Golubići, Gornja Vas, Gradna, Grdanci, Gregurić Breg, Hrastina Samoborska, Jarušje, Javorek, Kladje, Klake, Klokočevac Samoborski, Konščina, Kostanjevec Podvrški, Kotari, Kravljak, Lug Samoborski, Mala Jazbina, Mala Rakovica, Mali Lipovec, Manja Vas, Medsave, Molvice, Noršić Selo, Novo Selo Žumberačko, Osredok Žumberački, Osunja, Otruševac, Pavučnjak, Petkov Breg, Podgrađe Podokičko, Podvrh, Poklek, Prekrižje Plešivičko, Rakov Potok, Rude, Samobor, Samoborski Otok, Savršćak, Selce Žumberačko, Sječevac, Slani Dol, Slapnica, Slavagora, Smerovišće, Stojdraga, Sveti Martin Pod Okićem, Šimraki, Šipački Breg, Tisovac Žumberački, Velika Jazbina, Velika Rakovica, Veliki Lipovec, Višnjevac Podvrški, Vratnik Samoborski i Vrhovčak.

**Demografska obilježja:** prema prvim rezultatima popisa stanovništva Državnog zavoda za statistiku za 2021. godinu, ukupan broj stanovnika koji živi na području grada Samobor je 37.481 u 12.693 kućanstva. U Samoboru živi 12,4 % stanovnika Zagrebačke županije. U odnosu na prethodni popis iz 2011. godine, kada je područje grada Samobora obuhvaćalo populaciju od 37.633 stanovnika, može se reći da je u posljednjih desetak godina broj stanovnika stagnirao (manji za 0,4 %).

Prema zadnjem popisu, najviše stanovnika živi u samom naselju Samobor 17.114, a od ukupno 78 naselja više od 1.000 stanovnika imaju naselja Bregana (2.207), Rakov Potok (1.093) i Rude (1.085). Posebno valja istaknuti kako, u više od polovice naselja, nema više od 200 stanovnika, da je stanovništvo više koncentrirano u nizinskim naseljima, dok naselja u udaljenijim (od samog naselja Samobor) i brežuljkastim predjelima imaju znatno manji broj stanovnika.

**Prometna obilježja:** Samobor je dvadesetak kilometara udaljen od središta Zagreba. Pet je kilometara udaljen od hrvatsko-slovenske granice. Na regionalnoj je prometnici koja je odvojak magistralne prometnice Zagreb – državna granica – Ljubljana. Dobro je prometno povezan sa Zagrebom, kao i ostatkom Hrvatske. Samo je pola sata vožnje udaljen od Zračne luke Zagreb, zagrebačkog željezničkog i autobusnog kolodvora, što osigurava odličnu povezanost i s drugim državama. Uz Samobor prolazi magistralni cestovni pravac istok-zapad, koji se, na nedalekoj zagrebačkoj obilaznici, sječe sa isto tako važnim pravcem sjever-jug.



## Prometna infrastruktura

**Cestovna infrastruktura:** Cestovni promet na području Grada Samobora čine javne i nerazvrstane ceste. Prometnica najvišeg reda koja prolazi rubnim dijelom teritorija Grada je autocesta A3, koja se teritorijem Grada Samobora prostire od Bregane do Svete Nedelje. Svojim značajem ističu se i državna cesta D1 od Rakovog Potoka do Petkovog Brega te državna cesta D231 od Svete Nedelje preko Samobora do malog graničnog prijelaza u Bregani. Hrvatske autoceste d.o.o. nadležne su za upravljanje autocestom A3, a Hrvatske ceste d.o.o. upravljaju državnim cestama. Teritorijem Samobora prolaze nerazvrstane ceste ukupne duljine oko 505 kilometara, a njima upravlja Grad Samobor.

**Željeznička infrastruktura:** Na području Grada Samobora trenutno ne postoji izgrađena željeznička mreža i infrastruktura, dok je u prošlosti postojala pruga Samoborčec. Postoji idejni projekt izgradnje širokotračne jednokolosječne pruge Podsused – Sveta Nedjelja – Samobor – Bregana. Taj su idejni projekt izradili Grad Samobor, Grad Sveta Nedjelja, Zagrebačka županija i HŽ Infrastruktura, a službeni je investitor HŽ Infrastruktura. Projekt obnove željeznice i povezivanja željezničkom mrežom prioritetan je za Grad Samobor, a kako je isti u nadležnosti Hrvatskih željeznica, potrebno je zalagati se za njegovu realizaciju.

**Javni prijevoz:** Sustav javnog prijevoza na području Grada Samobora temelji se na gradskom i prigradskom autobusnom prijevozu koji, na temelju koncesijskog ugovora, obavljaju tvrtke Samoborčec d.o.o. i Autoturist d.o.o. iz Samobora te na taxi prijevozu. Najvažniji objekt za pružanje usluge javnog prijevoza je autobusni kolodvor u Samoboru. Autobusne linije prostiru se kroz gotovo sve županijske i lokalne ceste na području Samobora te ga povezuju sa susjednim gradovima i naseljima. Izuzetno je važna povezanost sa Zagrebom.

**Biciklistička infrastruktura:** Biciklističke rute na području Samobora trenutno ne zadovoljavaju uvjete za „stazu“ prema Pravilniku o biciklističkoj infrastrukturi (2016.). Budući da broj korisnika biciklističkog prometa u Republici Hrvatskoj, pa tako i u Gradu Samoboru sve više raste, javlja se potreba za izgradnjom primjerene biciklističke infrastrukture. Prema podacima Grada Samobora, na području Samobora trenutno je izgrađeno sedam biciklističkih ruta koje su namijenjene uglavnom cikloturizmu. Postoje planovi povezivanja Grada Samobora s Gradom Sveta Nedjelja, ali i potencijal za razvoj drugih dionica, primjerice prema Sloveniji.

Tablica 2.1.2. Udaljenost Grada Samobora od većih gradova u okolici

Grad	Udaljenost
Zagreb	20 km
Ljubljana	122 km
Rijeka	176 km
Osijek	307 km
Zadar	308 km
Beč	375 km
Split	420 km
Novi Sad	433 km
Beograd	425 km
Sarajevo	447 km

Izvor: Izrada autora na temelju podataka dostupnih na Google kartama

Grad Samobor ima izuzetno povoljnu lokaciju za daljnji razvoj turizma. Njegov povoljni smještaj proizlazi iz činjenice da je u neposrednoj blizini, ne samo grada Zagreba, nego i državne granice, te na

cestovnoj ruti prolaska brojnih turista na daljnja odredišta u Republici Hrvatskoj. Tu se komparativnu prednost može dodatno iskoristiti kako bi se privukli turisti u tranzitu da posjete Samobor te da se, po mogućnosti, u njemu i dulje zadrže. Ulaskom Republike Hrvatske u Schengenski prostor početkom 2023. godine stvorit će se dodatni poticajni uvjeti za razvoj prekograničnog turizma.

## 2.2. Institucionalni okvir – dionici i planska dokumentacija

Grad Samobor ima značajan prostor za rast i razvoj u turističkom smislu, s obzirom na činjenicu da raspolaže vrijednom resursno-atraksijskom osnovom, od koje dio još uvijek nije dovoljno valoriziran i komercijaliziran. Identifikacija ključnih dionika turističkog razvoja grada, razumijevanje njihovih stavova, ali i stvarnih mogućnosti njihovog utjecaja na turistički razvoj cijelog područja i svih njegovih sadržaja, kao i međusobno usuglašavanje stavova, bitna su pretpostavka uspješnog jačanja konkurentnosti destinacije u narednom periodu.

Velik broj dionika turističkog razvoja grada Samobora svjestan je sve bržih i intenzivnijih promjena na globalnom i europskom turističkom tržištu, ne samo posljedično na tehnološki napredak, nego i posljedično na pandemijske prilike, promjene stilova življenja i druge utjecaje. Konkurencija je sve snažnija, a turistički proizvodi su sve istančaniji i inovativniji kako bi mogli odgovoriti na zahtjeve turističke potražnje koja traži individualni pristup, autentični doživljaj, uključenost i uz odmor, mogućnost vlastitog rasta i razvoja, odnosno dobrobiti.

Razvoj turizma u destinaciji uključuje velik broj različitih dionika iz privatnog i javnog sektora koji se razlikuju po njihovoj uključenosti, ali i mogućnosti utjecaja na turistički razvoj. Stoga je moguće dionike svrstati u tri kategorije: ambasadore turizma, podupiratelje turizma i latentne dionike turističkog razvoja (Slika 2.2.1).

Slika 2.2.1. Grupe dionika prema utjecaju na provedbu strateškog razvoja grada Samobora:

<p><b>Ambasadori razvoja turizma - donositelji odluka</b> - visok intenzitet utjecaja i snažan interes –</p>
<p><i>Institucije i pravne osobe koje smatraju da je razvoj turizma jedan od prioriteta budućeg gospodarskog razvoja većeg dijela Grada Samobora i koje svojim proaktivnim djelovanjem, mogu značajno pridonijeti realizaciji tog razvojnog cilja.</i></p> <p>Turistička zajednica Grada Samobora Turistička zajednica Zagrebačke županije Grad Samobor Turistički subjekti: hoteli, hosteli, ugostiteljski objekti, vinari, turističke agencije, kampovi, privatni smještaj, proizvođači lokalnih proizvoda i suvenira i dr. JU Park prirode Žumberak – Samoborsko gorje (planinarski domovi)</p>
<p><b>Podupiratelji razvoja turizma</b> - snažan interes, manji intenzitet utjecaja –</p>
<p><i>Institucije i pravne osobe koje smatraju da bi razvoj turizma trebao biti jedan od prioriteta gospodarskog razvoja Grada i koje podupiru potrebu za strateškim pristupom turističkom razvoju, no imaju manji utjecaj na donošenje i vođenje turističke i razvojne politike, a time i na operacionalizaciju željene vizije turističkog razvoja.</i></p> <p>Hrvatska turistička zajednica Vlada RH: Ministarstvo turizma i sporta, Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova Europske unije, Ministarstvo kulture i medija, Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja Zagrebačka županija</p>

Ostali gospodarski i obrtnički subjekti (direktno povezani s turizmom) Kulturne institucije Potencijalni investitori Stručne udruge Lokalno stanovništvo Turisti
<b>Latentni dionici turističkog razvoja</b> <b>- mali intenzitet utjecaja i manji interes -</b>
<i>Institucije, pravne i fizičke osobe koje, u načelu, nisu previše fokusirane na problematiku turističkog razvoja, a time ni na implementaciju zaključaka i preporuka ovog Dokumenta. Neovisno o tome, ukoliko ih se pravilno educira i usmjeri, mogu imati važan doprinos te odigrati pozitivnu ulogu u realizaciji željene vizije turističkog razvoja.</i>
Komunalna poduzeća Ostali gospodarski i obrtnički subjekti (direktno povezani s turizmom) HGK i HOK Civilne udruge Lokalno stanovništvo Ostala tijela državne uprave i ministarstva RH

Izvor: Institut za turizam, Zagreb

Prema navedenom 'mapiranju' dionika turističkog razvoja, ključnu ulogu u implementaciji zaključaka i preporuka ovog Dokumenta u cilju ostvarenja željenog strateškog turističkog razvoja grada Samobora trebali bi imati:

1. Na lokalnom nivou:

- Turistička zajednica Grada Samobora
- Turistička zajednica Zagrebačke županije
- Grad Samobor
- Turistički subjekti: hoteli, hosteli, ugostiteljski objekti, turističke agencije, kampovi, privatni smještaj, proizvođači lokalnih proizvoda i suvenira i dr.
- JU Park prirode Žumberak – Samoborsko gorje (planinarski domovi)

2. Na državnom i županijskom nivou:

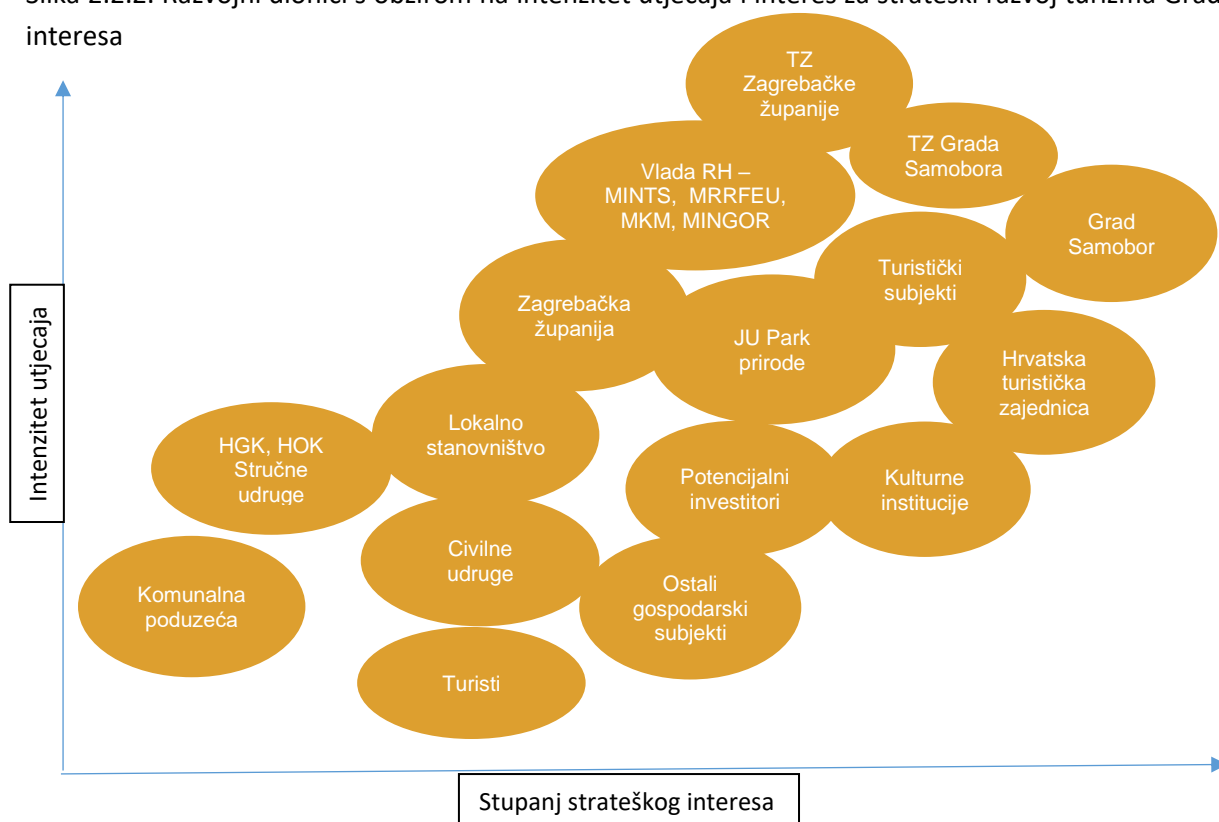
- Hrvatska turistička zajednica
- Vlada RH: Ministarstvo turizma i sporta, Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova Europske unije, Ministarstvo kulture i medija, Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja
- Zagrebačka županija
- Stručne udruge, HOK i HGK
- Potencijalni investitori

Uz ove ključne dionike, ulogu, iako ne ključnu, u turističkom razvoju imat će kulturne institucije, ostali gospodarski i obrtnički subjekti (direktno povezani s turizmom) i komunalna poduzeća te ostala tijela državne uprave i drugih ministarstava. Nadalje, uslijed implikacija budućeg turističkog razvoja grada na zadovoljstvo, radi ostvarenih pomaka, treba ubrojiti lokalno stanovništvo i turiste.

Međusobno koordinirano djelovanje 'donositelja odluka' koji, uz izrazito visok intenzitet utjecaja imaju i izrazito visok stupanj strateškog interesa za turistički razvoj Samobora i dionika koji nemaju toliko

visok intenzitet utjecaja, ali imaju snažan interes za održivost turističkog razvoja grada, bit će ključno za uspješno provođenje zaključaka i preporuka ovog Dokumenta.

Slika 2.2.2. Razvojni dionici s obzirom na intenzitet utjecaja i interes za strateški razvoj turizma Grada interesa



Izvor: Institut za turizam, Zagreb

Prilikom izrade i donošenja te provođenja 'Strategije razvoja turizma Grada Samobora' za uspješnost provođenja zaključaka i smjernica nužna je kvalitetna komunikacija svih dionika i dobra suradnja, a da bi ona bila moguća nužni preduvjet je kvalitetno i ažurno informiranje svih dionika.

Temeljem 'mapiranja' dionika turističkog razvoja prema intenzitetu njihovog utjecaja na donošenje i realizaciju ovog Dokumenta i strateškom interesu, u nastavku se predlažu **ciljevi i interesi** dionika.

Strateški ciljevi i interesi uključivanja svih ključnih **turističkih dionika** (turističko-ugostiteljski subjekti, Turistička zajednica grada Samobora i dr.) u provedbu Strategije razvoja turizma grada Samobora od lokalne razine prema nacionalnoj razini su:

- razvoj mikro, malog i srednjeg poduzetništva kroz unapređenje poslovne klime,
- privlačenje i provedba investicija,
- unapređenje kvalitete turističke, a posebno smještajne ponude na području grada Samobora,
- obogaćivanje i osnaživanje distribucijskog lanca vrijednosti,
- kreiranje i obogaćivanje doživljajne komponente turističke ponude i stvaranje novih turističkih proizvoda te stavljanje novih lokacija u funkciju turizma, uz očuvanje kulturnog naslijeđa i lokalnog načina života,
- razvoj javne turističke infrastrukture na području Grada Samobora,

- suradnja u promotivnim aktivnostima destinacije i unapređenje tržišne komunikacije, s naglaskom na digitalnu komunikaciju,
- unapređenje turističkog imidža i konkurentnosti destinacije grada Samobora,
- povećanje zadovoljstva turista i drugo.

Strateški ciljevi i interesi uključenja svih ključnih dionika **Vlade RH, državne uprave i lokalne samouprave** u provedbu Strategije razvoja turizma Grada Samobora od lokalne razine prema nacionalnoj razini su:

- jačanje konkurentnosti grada Samobora kao turističke destinacije i gospodarstva grada Samobora kroz investicije u dizanje kvalitete i proširenje smještajnih kapaciteta, prvenstveno hotelske ponude, unapređenje postojećih i uvođenje novih sadržaja turističke ponude i atrakcija, primarno kroz revitalizaciju kulturne i prirodne baštine,
- razvoj održivog turizma na razini svih gradskih četvrti i naselja, s naglaskom na očuvanje vrijedne prirodne i kulturne baštine, socio-kulturni razvoj i povećanje životnog standarda lokalnog stanovništva,
- investicije u turizam i povezane gospodarske djelatnosti s naglaskom na razvoj malog i srednjeg poduzetništva koji će osigurati dodatna radna mjesta,
- jačanje potražnje za proizvodima lokalnih OPG-a,
- razvoj (zadnjih godina zapuštene) komunalne infrastrukture,
- poticanje korištenja sredstava EU fondova,
- povećanje zadovoljstva turista,
- povećanje prihoda od turizma i drugo.

### Planska dokumentacija

Temeljni strateški planski dokument Grada Samobora je Strateški program razvoja Grada Samobora<sup>1</sup> za razdoblje 2020. - 2025. Dokumentom je definirana vizija Grada Samobora: „Grad Samobor upravlja prostornim resursima na održiv način ostvarujući time visoku prostornu efikasnost, dok jasno usmjerenim upravljanjem otvara mogućnosti ostvarenju za opći razvoj važnih strateških projekata. Grad Samobor je prostor zadovoljnih građana kojima svaki aspekt javnog i privatnog života podupiru visokokvalitetne javne, društvene, infrastrukturne i okolišne usluge po čemu će biti prepoznat u širim nacionalnim okvirima kao grad poželjan za život svim skupinama stanovništva.“

Strateški program razvoja Grada Samobora navodi sljedećih pet posebnih ciljeva:

1. Modernizacija gospodarskih grana i unaprjeđenje gospodarskih procesa
  - Razvoj infrastrukture i usluga za daljnji razvoj gospodarskih djelatnosti
  - Razvoj diversificiranog i konkurentnog gospodarstva
2. Razvoj visokokvalitetnih javnih i društvenih usluga
  - Unaprjeđenje odgojno-obrazovne infrastrukture i usluga
  - Povećanje dostupnosti usluga zdravstva i socijalne skrbi
  - Unapređenje kulturnog i društvenog života građana
3. Infrastrukturna modernizacija i povećanje dostupnosti
  - Unaprjeđenje prometnih sastavnica
  - Modernizacija komunalne infrastrukture
4. Očuvanje i valorizacija prostornih resursa

<sup>1</sup> Strateški program razvoja Grada Samobora za razdoblje 2020. - 2025., izrađivač: Urbanex d.o.o., naručitelj: Grad Samobor, Zagreb, 2020.

- Unaprijeđena zaštita i valorizacija prirodne i kulturne baštine
  - Unaprijeđena zaštita i valorizacija urbanog okoliša i prostora
5. Kvalitetno i usmjereno upravljanje razvojem
- Jačanje kapaciteta razvojnih dionika
  - Razvoj aktivne i progresivne međusektorske komunikacije i suradnje.

Gotovo se svi ciljevi mogu smatrati ciljevima jačanja turističke infrastrukture i atrakcija.

Dodatno, kao horizontalni cilj navedeno je unaprjeđenje socioekonomskog stanja gorskih predjela Grada te ublažavanje prostornih nejednakosti, u sklopu kojeg se spominje razvoj sportskog turizma, s naglaskom na cikloturizam i komplementarne aktivnosti vezane uz Park prirode i prostor koji ga povezuje s centrom grada te organizaciju kulturnih i društvenih sadržaja i događanja. Horizontalni cilj u kontekstu razvoja poljoprivrede, prednost daje poticanju razvoja ekološke poljoprivredne proizvodnje koju je moguće povezati s komplementarnom turističkom ponudom Parka prirode ili povezati s ugostiteljskim objektima grada. U kontekstu razvoja turizma, a nadovezujući se na razvoj primarnog sektora, potiče se razvoj etno-eko turističke ponude kroz razvoj turističkih proizvoda agroturizma, povezivanja cikloturizma s etnoturizmom i eno-gastro turizmom i slično.

Cikloturizam se spominje i kod mjere Unaprjeđenja prometnih sastavnica s uputom uređenja biciklističkih staza, minimalne infrastrukture i cikloturističke signalizacije kako bi se stvorili uvjeti za uređenje bike & ride prometnog sustava. Pod posebnim ciljem razvoja visokokvalitetnih javnih i društvenih usluga spominju se sportsko-rekreacijski sadržaji koji, osim usluga lokalnom stanovništvu, mogu poslužiti i za razvoj sportskog turizma.

Cilj modernizacije gospodarskih grana i unapređenje gospodarskih procesa dijelom se dotiče razvoja turizma te ističe kako, zahvaljujući bogatstvu očuvane prirodne baštine i brojnim turističkim atrakcijama i događanjima, Grad Samobor ima znatne predispozicije za unaprjeđenje turističkog sektora, posebice u kontekstu kulturne baštine koja je nedovoljno valorizirana. Bogatstvo turističkih atrakcija u gradu Samoboru omogućuje stvaranje cjelogodišnje turističke ponude i organiziranog djelovanja koje bi imalo niz pozitivnih efekata, kao što su razvoj djelatnosti i dodatno zapošljavanje, bolja međusektorska suradnja, održavanje kulturnih tradicija i obrta te podizanje razine kvalitete života.

Kao najznačajniji nedostaci navode se: nepostojanje većih smještajnih hotelskih kapaciteta, nedovoljna turistička vezanost gorskih predjela i Parka prirode Žumberak - Samoborsko gorje uz samo gradsko naselje Samobor te nedovoljno korišten potencijal suradnje s TZ grada Zagreba u svrhu povećanja vidljivosti. Slijedom svega navedenog Strateški program razvoja Grada Samobora predlaže izradu strategije razvoja turizma i turističkog brendiranja grada. Navodi se kako će podrška biti pružena razvoju hotelskog smještaja, razvoju inovativnih turističkih proizvoda i selektivnih oblika turizma, razvoju centra za posjetitelje i interpretacijskog centra, organizaciji međusektorskih sastanaka s ciljem usklađivanja turističke ponude, oživljavanju obrta u jezgri grada i povezivanju s dionicima u turizmu, razvoju projekata turističke valorizacije ruralnih cjelina gorskih predjela, razvoju turističke signalizacije, jačanju kapaciteta TZ-a grada Samobora te poticanju aktivnije suradnje s TZ Grada Zagreba i TZ Zagrebačke županije.

### **Strategija turističkog razvoja Zagrebačke županije do 2025. godine**

Prema strateškoj prostornoj koncepciji razvoja, Samobor je uključen u klaster *lifestyle* turističkih proizvoda koji je glavni privlačni čimbenik stacionarne i izletničke turističke potražnje u Zagrebačkoj županiji povezane s gustom mrežom eno-gastro i kulturnih objekata, prepoznatljivim manifestacijama i rekreacijskim sadržajima uključujući golf i jahanje.

**Strategija turističkog razvoja Zagrebačke županije do 2025. godine**<sup>2</sup> ističe najveće i najvažnije zaštićeno područje Park prirode Žumberak - Samoborsko gorje, čijih se 78 % teritorija nalazi u Zagrebačkoj županiji i na koji se odnosi više od dvije trećine zaštićenog prostora Županije. Od park šuma izdvojene su: Anin dol, šetnica i mjesto snimanja kulturnog filma „Tko pjeva zlo ne misli“ te Tepec - Palačnik - Stražnik Samobor. Po važnosti za turizam, Strategija ističe značajne krajobrazne Okić grad – okolicu i potočnu dolinu Slapnicu, zatim rezervat šumske vegetacije Japetić i spomenik prirode Otruševečka ili Grgosova spilja, te Lug (park oko dvorca), park u Bistracu, park u Langovoj i park Mojmir kao spomenike parkovne arhitekture, kao i Trmec – Savu kao posebni ornitološki rezervat i drugo.

Od turističkih atrakcija Strategija turističkog razvoja Zagrebačke županije izdvaja:

- Kulturno-povijesnu cjelinu grada Samobora koja je 1240. godine dobila status slobodnog kraljevskog grada, tradicionalno izletišta Zagrepčana prepoznatljivo po ambijentalnom gradskom trgu sa zidanim katnicama, Samoborskom muzeju, Franjevačkim samostanom UBD Marije, kurijama i crkvama;
- Župnu crkvu Sv. Anastazije Samobor, građene od 13. do 17. stoljeća, kao rijetke ranobarokne crkve u Hrvatskoj, s brončanim kipom „tužni Krist“;
- Stari grad Samobor na brdu Tepec iz 13. st. iznad naselja Samobor;
- Stari grad Okić u Sv. Martinu pod Okićem dostupan planinarskom stazom;
- Samoborski muzej smješten u dvorcu iz 18. stoljeća sa izlošcima iz Samobora nastalim od 17. do 20. st.;
- Ranobaroknu Crkvu sv. Barbare u Rudama iz 17. stoljeća;
- Crkvu Sv. Jurja u Stojdragi iz 19. stoljeća sa zvonikom s tri zvona, jedinstvenim kovanim svijećnjacima;
- Žumberački uskočki muzej u Stojdragi, bogatog sadržaja žumberačke baštine i povijesti žumberačkih uskoka, dio grkokatoličkog župnog ureda Sv. Juraj i
- Rudnik Sv. Barbare u Rudama koji se sastoji od tri rova: Vlašić, Sveto Trojstvo i Kokel (dio otvoren za javnost) koji obiluje geološkom raznolikosti stijena i minerala.

Izdvojene su i cikloturističke rute Zagrebačke županije (Dugo Selo, Sv. Ivan Zelina, Vrbovec, Ivanić-Grad, Velika Gorica, Pisarovina, Klinča Sela, Samobor, Zaprešić) od 209 km, zatim Ruta 1. Zaprešić - Marija Gorica - Brdovec - Pušća - Samobor - Bregana - Strmec od 29 km i Ruta 6. Žumberak - Samobor od 51,4 km.

Od važnijih manifestacija izdvojen je Samoborski fašnik s tradicijom iz 19. stoljeća koji se odvija u veljači na Trgu kralja Tomislava, te Bitka kod Samobora 1441. Izdvojena su i autohtona jela, proizvodi i slastice - samoborska kremšnita, Rudarska greblica, bermet i muštarda, a značajno mjesto u eno-gastro ponudi zauzimaju vinske ceste. Prema strategiji proizvodnog portfelja Samobor bi mogao ponuditi trekning i

<sup>2</sup> Strategija turističkog razvoja Zagrebačke županije do 2025. godine, izrada: Institut za turizam, naručitelj: Turistička zajednica Zagrebačke županije, Zagreb, 2016.



planinarenje (Samoborsko gorje – Oštrc - Japetić), golf, adrenalinske sportove (paraglajding na Japetiću), manifestacije i turizam baštine (Samoborski fašnik, stara gradska jezgra Samobora), vjerski turizam (križne puteve, programe duhovne obnove i drugo), pješačke, biciklističke i konjičke staze, izletišta, zdravstveni i rekreacijski turizam.

## Prostorni planovi

**Pročišćeni tekst odredbi za provođenje Prostornog plana Zagrebačke županije** Samobor svrstava u istu funkcionalnu cjelinu (jednu od osam) sa općinom Stupnik i Gradom Sveta Nedelja, te ga svrstava u prvi prsten oko Zagreba, i u područje uz granicu.

Namjena predviđena za ugostiteljstvo i turizam je, osim u građevinskim područjima naselja, iznimno predviđena i u izdvojenim građevinskim područjima izvan naselja, kao i izvan građevinskih područja prema uvjetima iz Plana. Kriterije za raspored, vrstu, kapacitet i veličinu, i ostale pokazatelje ugostiteljsko-turističkih područja, mora se provoditi u skladu s kvalitativnim značajkama prostora, između ostalih i osobito:

- izgradnju novih kapaciteta u turizmu usmjeriti u većem dijelu na izgradnju kvalitetnih dopuna postojeće turističke ponude,
- prilikom investiranja u postojeće ili nove objekte stimulirati izgradnju viših i visokih kategorija,
- poboljšati infrastrukturu i unaprijediti zaštitu okoliša,
- pri gradnji građevina izbjegavati rijetka i ugrožena staništa ili uvesti mjere zaštite,
- pri projektiranju građevina potrebno je procijeniti značajnost utjecaja zahvata u prostoru na području HR2000586 Žumberak – Samoborsko gorje, jer postoji rizik od gubitka dijela rijetkih i ugroženih staništa te utvrditi moguće djelotvorne mjere ublažavanja utjecaja i smanjenja rizika,
- pri projektiranju građevina aquaparka i bazena potrebno je odrediti izvore i kapacitet crpljenja vode, kao i procijeniti značajnost utjecaja na vodena i vlažna staništa te faunu,
- gradnju novih građevina treba prostorno i oblikovno uklapati u oblike tradicionalne gradnje lokalnog ambijenta,
- koristiti resurse etnološke i kulturne baštine, npr. vrijedne ruralne cjeline i dvorce,
- osigurati prostore za nove i atraktivne turističko-rekreacijske sadržaje, kao npr. golf igrališta i uvjete za razvoj zdravstveno-rekreacijskog i selektivnog turizma i drugo.

Nastavno na prethodne preporuke, razvoj turizma s gledišta prostora i planiranja sadržaja u prostoru, a primjenjivo za područje grada Samobora, treba se usmjeravati na:

- podizanje razine ugostiteljske usluge,
- planiranje i opremanje smještajnih i pratećih turističkih kapaciteta u urbanim sredinama,
- planiranje površina turističke namjene izvan naselja i formiranje turističko-ugostiteljskih punktova na izdvojenim turistički atraktivnim lokacijama,
- planiranje i opremanje zdravstveno-lječilišnih kompleksa,
- turističko-rekreativne sadržaje sa seoskim turizmom u okviru obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava ili izdvojeno uz oglednu proizvodnju zdrave hrane (agroturizam),
- planiranje kampova visoke kategorije,
- sanaciju i uređenje zaštićenih povijesnih urbanih, poluurbanih i ruralnih sredina i stavljanje u funkciju turizma i ugostiteljstva,

- vinski turizam vezan uz izgradnju “vinskih cesta” s odgovarajućim sadržajima vezanim uz tradiciju vinarstva,
- planiranje novih lokacija za golf igrališta,
- opremanje turistički atraktivnih područja sportskim građevinama za rekreaciju i natjecanja i drugo.

Tablica 2.1.3. Kriteriji za dimenzioniranje izdvojenih građevinskih područja ugostiteljsko-turističke namjene izvan naselja za područje Samobora

Naselje	Vrsta	Najveća površina (ha)	Najveći smještajni kapacitet (broj kreveta / kamp mjesta)
Samobor (Samoborsko polje)	hotel, u sklopu golf igrališta	10	100
Samoborsko polje	turističko naselje, kampovi	10	200
Prekrižje Plešivičko (izletišta Poljanice)	izletišta	2	40
Braslovje (izletišta Oštrc)	izletišta	2	40
Braslovje (izletišta Veliki dol)	izletišta	2	40
Sječevac - Kravljak (izletišta Ekoselo Žumberak)	izletišta	2	40
Sječevac - Kravljak (Ekoselo Žumberak)	turističko naselje	2	40

Izvor: Prilagođeno prema podacima Zavoda za prostorno uređenje Zagrebačke županije, Prostornog plana Zagrebačke županije - Elaborata pročišćenog teksta Odredbi za provođenje i Grafičkog dijela Plana, str. 31.

Unutar područja Parka prirode Žumberak - Samoborsko gorje omogućuje se formiranje izdvojenih građevinskih područja gospodarske (poslovne) i ugostiteljsko-turističke namjene izvan naselja površina, ne većih od 2 hektara, te povećanje ukupne površine građevinskih područja naselja na razini grada odnosno općine ili njihova dijela koji se nalazi unutar parka prirode do najviše 5 %, isključivo zbog prenamjene prostora na kojima je zatečena izgradnja. Prostori za razvoj sportsko-rekreacijskih aktivnosti vezani su za turističko-ugostiteljsku djelatnost i dodatne potrebe stanovnika, te centri od šireg značaja mogu biti zimski sportsko-rekreacijski centri na Žumberku-Samoborskom gorju.

Na području Parka prirode Žumberak – Samoborsko gorje moguće je:

- planirati nova izletišta površine, ne veće od 2 ha, i s najvećim smještajnim kapacitetom do 40 ležaja unutar površina športsko-rekreacijske namjene,
- planirati nove ili rekonstruirati i dograditi postojeće planinarske domove s najvećim smještajnim kapacitetom do 40 ležaja, uz odgovarajući akt nadležnog tijela za zaštitu prirode,
- planirati objekte iz skupine kampovi površine ne veće od 2 hektara s najvećim smještajnim kapacitetom do 30 ležaja, uz glavne ulaze u park prirode i unutar površina sportsko-rekreacijske namjene i drugo.

Prostornim planom predviđa se izgradnja golf igrališta na području Samobora (Grad Samobor, Hrastine Samoborske i Domaslovec), najveće ukupne površine 40 hektara, od čega najviše 10 hektara za izgradnju hotelskog objekta do 100 kreveta.

Uz prostorni plan Zagrebačke županije, i prema njegovoj preporuci, izrađen je i **Prostorni plan Parka prirode Žumberak - Samoborsko gorje**. Sa razine grada, dostupni su Prostorni plan uređenja Grada Samobora te Generalni urbanistički plan Grada Samobora (GUP), oba s pripadajućim naknadnim izmjenama.

**Generalni urbanistički plan Grada Samobora (GUP)** navodi kako su osnovna područja djelatnosti u gradu turizam, malo i srednje poduzetništvo. Prema GUP-u turizam je baziran na velikom broju raznolikih kulturno-povijesnih i prirodnih resursa koji su, s obzirom na blizinu, veličinu i značaj Zagreba, izvrstan turistički potencijal za izletnički – sezonski i cjelogodišnji turizam, jednako kao i za turizam manifestacija. Tranzitni bi pak turizam, s obzirom na neposrednu blizinu graničnog prijelaza u Bregani iz pravca srednje i zapadne Europe, mogao u budućnosti biti jače razvijan. Planom se omogućuje usmjeravanje razvoja turizma na području grada osim, prema tradicionalno izletničkom i prema poslovnom, sajamskom, kongresnom, znanstvenom i kulturnom turizmu.

I na kraju, **Prostornim planom Grada Samobora**, nastavno na Prostorni plan Zagrebačke županije, predviđaju se sportsko-rekreacijski sadržaji površine veće od 5 hektara za dodatne potrebe stanovnika ili u funkciji turizma te igrališta za golf do 40 hektara, kao i ugostiteljsko-turističke zone veće od 5 hektara kao građevina važnih za županiju te zimsko-sportski rekreacijski centar u Parku prirode Žumberak – Samoborsko gorje, uz uvjet da se ne koristi umjetno zasnježivanje, kao građevine važne za državu. Na području Parka prirode, u blizini naselja Budinjak, omogućuje se gradnja lječilišta za rehabilitaciju plućnih bolesnika kao ponude zdravstvenog turizma.

Svi prostorni planovi, županijski, gradski i područja posebnih obilježja prepoznaju važnost i ulogu turizma za Samobor i podržavaju daljnji razvoj turističke ponude.

### 2.3. Turistička atrakcijska osnova

Područje grada Samobora, prema površini i broju stanovnika, druga je jedinica lokalne samouprave u Zagrebačkoj županiji, nakon Grada Velike Gorice i prva po broju naselja (ukupno 78). Zauzima prostor na zapadu Županije između rijeke Save i Žumberačke gore uz granicu sa Slovenijom, koji uključuje vrlo raznolike krajolike od ravnice uz rijeku Savu, preko vinorodnih brežuljaka do najviših dijelova u Žumberku i Samoborskom gorju na visinama blizu 900 metara nad morem. Zahvaljujući ljepoti krajolika i bogatstvu kulturno-povijesne baštine smatra se najatraktivnijim dijelom Zagrebačkog prstena, a tako i jednim od najpopularnijih zagrebačkih izletišta. Grad Samobor najpoznatiji je po svojoj očuvanoj povijesnoj jezgri i fašniku, a u njegovom sastavu nalazi se i više od četvrtine površine Parka prirode Žumberak - Samoborsko gorje. Kao poznate samoborske atrakcije već su se etablirali i Gradina Okić s jednim od najvažnijih hrvatskih penjališta, gastronomske delicije poput rudarske greblice i samoborskih kremšniti, a područje uz Savu ima priliku postati dijelom jedne od najvažnijih biciklističkih ruta u Hrvatskoj, državne rute br. 2 i potencijalne EuroVelo rute Sava.

Glavna prirodna atrakcija grada Samobora je Park prirode Žumberak – Samoborsko gorje, koje zauzima oko 40 % površine Grada i više od četvrtine površine cijelog Parka. Upravo se na području Grada Samobora nalazi veći dio Samoborskog gorja kao, s planinarskog motrišta, najatraktivnijeg dijela Parka, većina uređenih planinarskih domova i najatraktivnije pješačke staze. Unutar Parka, na području Grada Samobora, je i jedan od najljepših žumberačkih slapova Cerinski vir i dva osobito atraktivna žumberačka naselja Stojdraga sa Uskočkim muzejom i Budinjak s vrijednim arheološkim nalazištem uz

koje je uređena atraktivna poučna staza. Na području Grada Samobora su i dva od tri interpretacijska centra Parka prirode - u Budinjaku i u Slanom Dolu, gdje je locirana i Uprava Parka prirode.

Druga najvažnija, ali za sada slabo iskorištena prirodna atrakcija, je dio područja Grada Samobora uz rijeku Savu. Osim kao rijeka s najduljim tokom u Hrvatskoj, Sava je i međunarodno važna kao rijeka koja prolazi kroz četiri države, povezuje tri glavna grada Ljubljanu, Zagreb i Beograd, a prostor uz nju se ističe očuvanošću prirode i autohtonom ruralnom arhitekturom. Iako je pod zaštitom samo mali dio prostora uz Savu uz granicu s područjem Grada Sveta Nedjelja, radi se dijelu toka Save uglavnom u prirodnom stanju, a u selu Medsave nalazi se i jedna od rijetkih aktivnih starih skela. Najveći turistički potencijal prostora uz Savu odnosi se na razvoj cikloturizma, jer tuda prolazi državna glavna biciklistička ruta br. 2 'Sava', s perspektivom prerastanja u EuroVelo rutu, što bi Samobor stavilo na mrežu glavnih europskih cikloturističkih komunikacija.

Vrlo značajna prirodna atrakcija je i slikovito područje oko Starog Grada Okića, zaštićeno kao park šuma. Na južnoj stijeni Okića nalazi se i jedno od najvažnijih hrvatskih penjališta, ferata Žoharov put i uz nju čuvena Dragojlina staza, nazvana po hrvatskoj književnici iz doba Ilirskog pokreta Dragojli Jarnević. Njen uspon na Okić 1843. godine smatra se začetkom alpinizma u Hrvatskoj i jedan od rijetkih slučajeva u svijetu gdje je prvi veliki penjački poduhvat u nekoj državi poduzela žena. U najatraktivnije park šume u Hrvatskoj ubraja se i Park šuma Tepec i Palačnik na brijegu iznad Starog grada Samobora, poznatija kao Anindol, s veličanstvenim vidikovcem na uzvišenju Tepec.

Na području Grada Samobora u mjestu Otruševac nalazi se i jedna od ljepših hrvatskih spilja, Otruševačka ili Grgosova spilja, nazvana po Josipu Grgosu koji ju je otkrio 1973. godine, a kod sela Šipački brijeg jedan od ljepših slapova kontinentalne Hrvatske Cerinski vir. Na području grada Samobora ima i drugih reljefnih znamenitosti poput Kamene stijene Kornjača podno Starog grada ili spilja Vilinske jame, a slikovit je i cijeli brdski dio Samoborskog gorja i Žumberka s vinogradnim brežuljcima i dubokim kanjonima potoka, prošaran brojnim planinarskim stazama. Konačno, Samobor krase i mnogo lijepih parkova, od kojih su parkovi kod dvorca Bistrac, u Lugu, Mojmir i Park u Langovoj ulici zaštićeni kao spomenici parkovne arhitekture.

Tablica 2.3.1. Prirodne atrakcije

NAZIV ATRAKCIJE	TIP ATRAKCIJE	VAŽNOST	TRŽIŠNA SPREMNOST
<b>PP Žumberak-Samoborsko gorje</b>	<b>planina</b>	<b>nacionalna</b>	<b>uglavnom spremno</b>
<b>Rijeka Sava</b>	<b>rijeka</b>	<b>nacionalna</b>	<b>djelomično spremno</b>
<b>Park šuma Okolica Okić grada</b>	<b>park šuma</b>	<b>regionalna</b>	<b>uglavnom spremno</b>
<b>Geomorfološki spomenik prirode Otruševačka (Grgosova) spilja</b>	<b>spilja</b>	<b>regionalna</b>	<b>spremno</b>
<b>Cerinski vir kod Šipačkog brega</b>	<b>vodopad</b>	<b>regionalna</b>	<b>djelomično spremno</b>
<b>Park šuma Šumski predjel Tepec i Palačnik (Anindol)</b>	<b>park šuma</b>	<b>regionalna</b>	<b>uglavnom spremno</b>
Kamena stijena Kornjača podno Starog Grada	reljefna znamenitost	lokalna	djelomično spremno
Vrh Oštrca	reljefna znamenitost	lokalna	spremno
Vilinske jame kod Breganice	spilja	lokalna	spremno
Posebni botanički rezervat Brežuljak kod Smerovišća	biljni svijet	lokalna	nespremno <sup>3</sup>

<sup>3</sup> Područje nije otvoreno za posjećivanje.

Posebni ornitološki rezervat Strmec - Sava (mali dio)	šumsko područje	lokalna	djelomično spremno
Posebni rezervat šumske vegetacije Vrh Japetić (mali dio, u PP Žumberak - Samoborsko gorje)	šumsko područje	lokalna	djelomično spremno
Park šuma Stražnik	šumsko područje	lokalna	spremno
Spomenik parkovne arhitekture Park oko dvorca u Lugu	park	lokalna	djelomično spremno
Spomenik parkovne arhitekture Park u Bistracu	park	lokalna	djelomično spremno
Spomenik parkovne arhitekture Park u Langovoj 39	park	lokalna	djelomično spremno
Spomenik parkovne arhitekture Park Mojmir	park	lokalna	djelomično spremno
Spomenik parkovne arhitekture - pojedinačno stablo Tisa u Samoboru	park	lokalna	djelomično spremno

Ipak, Samobor je diljem Hrvatske najpoznatiji po svojim antropogenim atrakcijama, u prvom redu povijesnom jezgrom Samobora i Fašnikom kao jednim od najpopularnijih hrvatskih manifestacija takve vrste. Najatraktivniji dio zaštićene kulturno-povijesne cjeline Grada Samobora čini prostor oko središnjeg gradskog Trga kralja Tomislava, gdje se pod dodatnom zaštitom nalazi 16 palača, a u blizini Trga nalaze se i najatraktivnije samoborske sakralne građevine župna crkva Sv. Anastazije i legendarna kapela Sv. Ane, te dvije najvažnije muzejske institucije: Samoborski muzej i Galerija Prica. U bogatoj sakralnoj baštini Samobora ističu se i Franjevački samostan sa crkvom Uznesenja Bl. Djevice Marije u Samoboru, poznat po atraktivnom oltarom Sv. Franje Asiškog, propovjedaonici i zbirkama inkunabula i rijetkih knjiga, te slikovita crkva Sv. Mihalja kod Starog grada. Vrijednih crkava ima i u okolnim mjestima, kao što su crkva Sv. Martina u Svetom Martinu pod Okićem s neobičnim zvonikom, crkva Sv. Vida u Vrhovčaku, kapela Presvetog Trojstva u Braslovju ili jedinstvena grkokatolička crkva Sv. Petronile (Petke) u Budinjaku na Žumberku.

Na području Grada Samobora nalazi se i nekoliko atraktivnih gradina na vrhovima brežuljaka, od kojih su najpoznatije Stari grad Samobor i Stari grad Okić, a u značajne gradine ubraja se i razmjerno slabo poznati Tušćak kod Kravljaka na Žumberku, važan i kao arheološki lokalitet. Samoborski kraj poznat je i po brojnim očuvanim dvorcima i kurijama iz prošlih vremena, iako se za sada više koriste kao ukras krajolika, nego što imaju turističku svrhu. Među njima je najpoznatija impresivna Vila Wagner blizu središta Samobora, a u poznatije objekte ubrajaju se i Dvorac Livadić u Samoboru, Kurija Mirnovec u Velikoj Rakovici te Balagovi dvori u Lugu Samoborskom i kurija Bistrac u Samoboru okruženi parkovima.

Turistički potencijal nije dovoljno iskorišten niti kada je riječ o ruralnoj baštini žumberačkih sela, posebice zaselaka Brezovac i Pavkovići, zaštićenih kao kulturno-povijesne cjeline. Od njih su mnogo poznatije neke kulturno-povijesne atrakcije koje nisu pod posebnom zaštitom, osim kao dio kulturno-povijesne cjeline Grada Samobora. To se u prvom redu odnosi na Zdenac na Trgu Kralja Tomislava kao svojevrsni simbol Samobora, ali i na prolaz Hrvatskih pjesnika i spomenik legendarnom vlaku Samoborčeku na istočnom rubu središta Grada.

Nešto je bolje iskorištena baština vezana uz kulturu života i rada, posebice u slučaju rudarske tradicije mjesta Rude s lijepo uređenim Rudnikom Sv. Barbare i Umijećem pripreme kolača rudarska greblica, zaštićenim kao nematerijalna baština. Pod zaštitom su i Umijeće izrade nakita samoborskog kraluša i umijeće pripreme žumberačkog božićnog kruha, ali su od njih znatno poznatije samoborske kremšnite,

samoborski bermet pa i samoborska muštarda, samoborska salama i samoborski kristal, koje Ministarstvo kulture i medija nije uvrstilo u zaštićenu nematerijalnu baštinu.

Tablica 2.3.2. Antropogene atrakcije

NAZIV ATRAKCIJE	TIP ATRAKCIJE	VAŽNOST	TRŽIŠNA SPREMNOST
<b>Kulturno-povijesna cjelina grada Samobora</b>	<b>kulturno-povijesna cjelina</b>	<b>nacionalna</b>	<b>uglavnom spremno</b>
Dvanaest zaštićenih zgrada na Tomislavovom trgu u Samoboru i četiri u neposrednoj blizini Trga	palača (dio cjeline Grada)	nacionalna	uglavnom spremno
<b>Stari grad Okić (kod Svetog Martina pod Okićem)</b>	<b>tvrđava, gradina</b>	<b>regionalna</b>	<b>uglavnom spremno</b>
<b>Stari grad Samobor</b>	<b>tvrđava, gradina</b>	<b>regionalna</b>	<b>uglavnom spremno</b>
<b>Arheološko nalazište Budinjak</b>	<b>arheološki lokalitet</b>	<b>regionalna</b>	<b>uglavnom spremno</b>
<b>Franjevački samostan sa crkvom Uznesenja Bl. Djevice Marije u Samoboru</b>	<b>sakralni objekt</b>	<b>regionalna</b>	<b>uglavnom spremno</b>
<b>Župna crkva sv. Anastazije u Samoboru</b>	<b>sakralni objekt</b>	<b>regionalna</b>	<b>uglavnom spremno</b>
<b>Kapela sv. Mihalja u Samoboru</b>	<b>sakralni objekt</b>	<b>regionalna</b>	<b>uglavnom spremno</b>
<b>Kapela sv. Ane u Samoboru</b>	<b>sakralni objekt</b>	<b>regionalna</b>	<b>uglavnom spremno</b>
<b>Vila Wagner u Samoboru</b>	<b>dvorac, kurija</b>	<b>regionalna</b>	<b>nespremno</b>
<b>Samoborski muzej</b>	<b>muzej</b>	<b>regionalna</b>	<b>uglavnom spremno</b>
<b>Zdenac na Trgu Kralja Tomislava</b>	<b>spomenik</b>	<b>regionalna</b>	<b>spremno</b>
<b>Rudnik Sv. Barbara u Rudama</b>	<b>kultura života i rada</b>	<b>regionalna</b>	<b>spremno</b>
<b>Priprema kolača rudarske grebljice (u Rudama)</b>	<b>gastronomija</b>	<b>regionalna</b>	<b>spremno</b>
<b>Samoborski bermet</b>	<b>gastronomija</b>	<b>regionalna</b>	<b>spremno</b>
<b>Samoborske kremšnite</b>	<b>gastronomija</b>	<b>regionalna</b>	<b>spremno</b>
Zaseoci Brezovac i Pavkovići na Žumberku	kulturno-povijesna ruralna cjelina	lokalna	djelomično spremno
Stari grad Tušćak kod Kravljaka	tvrđava, gradina	lokalna	djelomično spremno
Kapela sv. Jurja u Samoboru	sakralni objekt	lokalna	djelomično spremno
Kapela sv. Helene u Samoboru	sakralni objekt	lokalna	djelomično spremno
Crkva Sv. Filipa i Jakova u Samoboru (Gradišće)	sakralni objekt	lokalna	djelomično spremno
Kapela Presvetog Trojstva u Braslovju	sakralni objekt	lokalna	djelomično spremno
Kapela sv. Petke (Petronile) u Budinjaku	sakralni objekt	lokalna	djelomično spremno
Kapela sv. Roka u Galgovu	sakralni objekt	lokalna	djelomično spremno
Crkva sv. Leonarda u Kotarima	sakralni objekt	lokalna	djelomično spremno
Crkva sv. Duha u Noršić Selu	sakralni objekt	lokalna	djelomično spremno
Kapela sv. Križa u Otruševcu	sakralni objekt	lokalna	djelomično spremno
Crkva sv. Barbare u Rudama	sakralni objekt	lokalna	djelomično spremno
Crkva sv. Martina u Sv. Martinu pod Okićem	sakralni objekt	lokalna	djelomično spremno
Crkva sv. Vida u Vrhovčaku	sakralni objekt	lokalna	djelomično spremno
Župna Crkva Sv. Ivana Krstitelja u Lugu Samoborskom	sakralni objekt	lokalna	djelomično spremno

Župna Crkva Sv. Jurja u Stojdragi na Žumberku	sakralni objekt	lokalna	djelomično spremno
Župna Crkva Krista Kralja u Domaslovcu	sakralni objekt	lokalna	djelomično spremno
Crkva Sv. Antuna u Klakama	sakralni objekt	lokalna	djelomično spremno
Balagovi dvori u Lugu Samoborskom	dvorac, kurija	lokalna	djelomično spremno
Dvorac Livadić u Samoboru	dvorac, kurija	lokalna	djelomično spremno
Dvorac Reiser u Samoboru	dvorac, kurija	lokalna	djelomično spremno
Kurija Bistrac u Samoboru	dvorac, kurija	lokalna	djelomično spremno
Kurija Levičar u Samoboru	dvorac, kurija	lokalna	djelomično spremno
Kurija Mirnovec u Velikoj Rakovici kod Samobora	dvorac, kurija	lokalna	djelomično spremno
Kurija Praunsperger u Samoboru	dvorac, kurija	lokalna	djelomično spremno
Kurija Špigelski u Samoboru	dvorac, kurija	lokalna	djelomično spremno
Kurija Hamor u Samoboru	dvorac, kurija	lokalna	djelomično spremno
Vila Allnoch u Samoboru	dvorac, kurija	lokalna	nespremna
Vila Šojka u Samoboru	dvorac, kurija	lokalna	nespremna
Kuća u Sječevcu	seoska kuća	lokalna	djelomično spremno
Prolaz hrvatskih pjesnika u Samoboru	spomenik	lokalna	spremno
Kućice za knjige u Samoboru i Bregani	spomenik	lokalna	spremno
Vlak Samoborček	spomenik	lokalna	spremno
Galerija Prica	muzej, galerija	lokalna	uglavnom spremno
Foto galerija Lang	muzej, galerija	lokalna	uglavnom spremno
Zbirka Josipa Prudeusa	muzej, galerija	lokalna	uglavnom spremno
Uskočki muzej u Stojdragi	muzej, galerija	lokalna	uglavnom spremno
Etnografska zbirka udruge Ekosspiritus i obitelji Librić	etnografska građa	lokalna	nespremno
Umijeće izrade samoborskog kraluša	kultura života i rada	regionalna	spremno
Tradicijska peć Vapnenica u Otruševcu	kultura života i rada	regionalna	uglavnom spremno
Mlin vodenica u Rudama	kultura života i rada	regionalna	uglavnom spremno
Umijeće pripreme žumberačkog božićnog kruha	kultura života i rada	regionalna	djelomično spremno
Samoborski kristal	kultura života i rada	regionalna	uglavnom spremno
Samoborska muštarda	gastronomija	regionalna	uglavnom spremno
Samoborska salama	gastronomija	regionalna	uglavnom spremno
Samoborska češnofka	gastronomija	regionalna	Uglavnom spremno
Samoborska fašnička krafna	gastronomija	regionalna	uglavnom spremno

Napomena: dvorac Reiser u Samoboru, kurije Bistrac, Levičar, Praunsperger, Špigelski i Hamor u Samoboru i kurija Mirnovec u Velikoj Rakovici i vila Šojka u Samoboru u privatnom su vlasništvu i nisu za posjećivanje, ali svojim arhitektonskim elementima čine lijepu samoborsku vizuru i tom su kontekstu antropogene atrakcije.

Grad Samobor poznat je i po velikom broju raznovrsnih manifestacija, među kojima prvorazredno mjesto ima Samoborski Fašnik kao najpopularniji fašnik kontinentalne Hrvatske. Uz Samoborski fašnik veže se i jedinstvena gastronomska ponuda s nadaleko poznatim samoborskim kremšnitama, fašničkim krafnama, samoborskom salamom i češnjovkama, samoborskim bermetom, muštardom itd.



Zahvaljujući iskustvu u događanjima na fašniku, veliku popularnost imaju i Samoborski božićni sajam, Doček Nove Godine u Samoboru, Samoborski proljetni sajam, jedinstveni Cirkusni ulični festival CU'FUS, kao i brojne druge zabavne i gastronomske manifestacije.

Samobor je poznat i kao snažno kulturno središte s brojnim priredbama vezanima uz glazbu i književnost, a ima i mnogo dobro posjećenih i popularnih gastronomskih i sportskih događanja. Osobito su brojne manifestacije vezane uz glazbu, koje uključuju klasična glazbena događanja poput Samoborskih glazbenih jeseni i Međunarodnog gitarističkog natjecanja Ida Presti, ali i folklorne priredbe poput Smotre klapa ili Youngmasters festivala. Među književnim priredbama centralno mjesto ima manifestacija Vrazova Ljubica u spomen na poznatog ilirskog pjesnika Stanka Vraza, od povijesnih rekonstrukcija Bitke kod Samobora iz 1441. godine, a od gastronomskih Dani rudarske greblice u Rudama i Samoborska Salamijada. Samobor je poznat i po održavanju brojnih sportskih priredbi visoke razine, među kojima se ističu Grand Prix Croatia u karateu i Međunarodna brdska biciklistička utrka XCO Samobor. Tu je i niz kulturnih priredbi lokalnog karaktera poput Susreta samoborskih pjesnika Pri svetem Mihalu ili Noći knjige u Samoboru, glazbenih poput Samoborskog jazz festivala ili Samoborskog tamburatorijske te specifičnih događanja kao što su Cvjetni korzo u Samoboru ili Bakuš Slavagorski u Slavagori vezano uz bogatu vinogradarku tradiciju Samoborskog kraja.

Tablica 2.3.3. Manifestacije i turistička infrastruktura

NAZIV ATRAKCIJE	TIP ATRAKCIJE	VAŽNOST	TRŽIŠNA SPREMNOST
Samoborski fašnik	fašnik	nacionalna	spremno
Savska biciklistička ruta (Državna ruta br. 2)	biciklistička ruta	nacionalna	djelomično spremno
Penjalište / ferata na Okiću (Dragojla Jarnević)	penjalište	nacionalna	uglavnom spremno
Bitka kod Samobora 1441.	povijesna manifestacija	regionalna	spremno
Vrazova Ljubica	kulturna manifestacija	regionalna	spremno
Samoborska glazbena jesen	glazbena manifestacija	regionalna	spremno
Youngmasters festival u Samoboru	glazbena manifestacija	regionalna	spremno
Međunarodno gitarističko natjecanje Ida Presti u Samoboru	glazbena manifestacija	regionalna	spremno
Smotra klapa u Samoboru	glazbena manifestacija	regionalna	spremno
Dani Rudarske greblice u Rudama	gastronomska manifestacija	regionalna	spremno
Samoborska salamijada	gastronomska manifestacija	regionalna	spremno
Grand Prix Croatia u karateu u Samoboru	sportska manifestacija	regionalna	spremno
Međunarodna brdska biciklistička utrka XCO Samobor	sportska manifestacija	regionalna	spremno
Vidikovac Tepec	vidikovac	regionalna	spremno
Planinarski put iz Samobora na Oštrc i Japetić	planinarska staza	regionalna	spremno
International Sound & Music Film Music Festival - ISFMF	glazbena manifestacija	regionalna	spremno
Susreti samoborskih pjesnika Pri svetem Mihalu	kulturna manifestacija	lokalna	spremno
Noć knjige u Samoboru	kulturna manifestacija	lokalna	spremno
Dani kratkopičaša u Samoboru	kulturna manifestacija	lokalna	spremno
Akvareli na skeli u Medsavama	likovna manifestacija	lokalna	spremno

Žumberačka likovna kolonija	likovna manifestacija	lokalna	spremno
Smotra samoborskih studenata glazbe	glazbena manifestacija	lokalna	spremno
Samobor Jazz Festival	glazbena manifestacija	lokalna	spremno
Samoborski tamburatorij	glazbena manifestacija	lokalna	spremno
Dan Grada Samobora	zabavna manifestacija	lokalna	spremno
Advent u Samoboru	zabavna manifestacija	lokalna	spremno
Doček Nove Godine u Samoboru	zabavna manifestacija	lokalna	spremno
Ljeto u Samoboru	zabavna manifestacija	lokalna	spremno
CU`FUS - Cirkuski ulični festival u Samoboru	zabavna manifestacija	lokalna	spremno
Bakuš Slavagorski u Slavagori	etnografska manifestacija	lokalna	spremno
Susret pri Kalinu u Bregani	gastronomska manifestacija	lokalna	spremno
Cvjetni korzo	folklorna manifestacija	lokalna	spremno
Noćna utrka grada Samobora	sportska manifestacija	lokalna	spremno
Samoborski Craft Festival	poslovna manifestacija	lokalna	spremno
Samoborska kalvarija	hodočasnički sadržaj	lokalna	spremno
Eko centar Slani dol	interpretacijski centar	lokalna	spremno
Eko centar Budinjak	interpretacijski centar	lokalna	spremno
Skela u Medsavama	prometna infrastruktura	lokalna	spremno
Meteorološki stup na Trgu Matice Hrvatske	tehnička infrastruktura	lokalna	spremno
Sunčani sat uz potok Gradnu	tehnička infrastruktura	lokalna	spremno
Hidropatsko kupalište Vugrinščak	kupalište	lokalna	spremno
Penjalište Terihaji kod Klaka	penjalište	lokalna	uglavnom spremno
Poučna staza Otruševac	poučna staza	lokalna	spremno
Poučna staza Okićnica	poučna staza	lokalna	spremno
Staza kneževa kod Budinjaka na Žumberku	poučna staza	lokalna	spremno
Poučna staza Tragom zelenog prstena	poučna staza	lokalna	spremno
Poučna staza Izvori života u selu Dane na Žumberku	poučna staza	lokalna	spremno
Županijska biciklistička ruta br. 1 Zagrebačke županije	biciklistička ruta	lokalna	uglavnom spremno
Sedam biciklističkih ruta Grada Samobora	biciklističke rute	regionalna	uglavnom spremno

Važan dio turističke atrakcijske osnove čine i infrastrukturni sadržaji, u prvom redu brojne uređene planinarske i poučne staze i označene biciklističke rute, ali i penjališta, vidikovci, kupališta i drugi objekti namijenjeni turističkom korištenju. Uz najatraktivniju planinarsku stazu koja od Samobora preko Velikog dola i Oštrca vodi do najvišeg vrha Samoborskog gorja Japetića postoji niz drugih atraktivnih označenih planinarskih staza te više lijepo uređenih poučnih staza i drugih sadržaja za planinare, šetače i penjače. Među poučnim stazama atraktivnošću se ističu Poučna staza Okićnica podno Okić grada i jedinstvena Staza kneževa na Žumberku, a od pratećih sadržaja uz već spomenuti vidikovac Tepec iznad Samobora i Feratu Žoharov put i manje penjalište Terihaji kod Klaka.

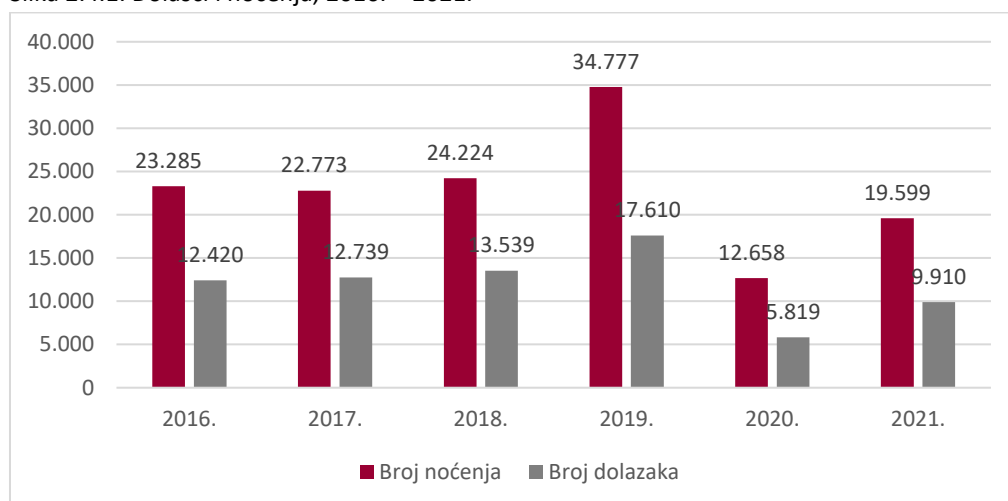
Za bicikliste je označeno Sedam lokalnih biciklističkih ruta Grada Samobora i Županijska biciklistička ruta br. 1 Zagrebačke županije, a bilo bi uputno označiti i Državnu glavnu biciklističku rutu br. 2 'Sava,'

kao potencijalni dio EuroVelo rute Sava. No, problem s biciklističkim rutama Grada Samobora, kao i većine ostalih dijelova Hrvatske, je taj što one, skoro isključivo, vode po postojećim cestama po kojima se kreću motorna vozila, umjesto po posebnim biciklističkim stazama. Stoga bi bilo važno dovršiti već započetu biciklističku stazu od Samobora do Svete Nedelje, a po mogućnosti urediti biciklističke staze i u drugim dijelovima područja Grada Samobora. Od elemenata turističke infrastrukture vrijedi spomenuti i Meteorološki stup na Trgu Matice Hrvatske, Sunčani sat uz potok Gradnu, te Hidropatsko kupalište Vugrinščak uz šetnicu od središta Samobora do Starog grada, kao jedino kupalište u Samoboru.

## 2.4. Obilježja turističke potražnje

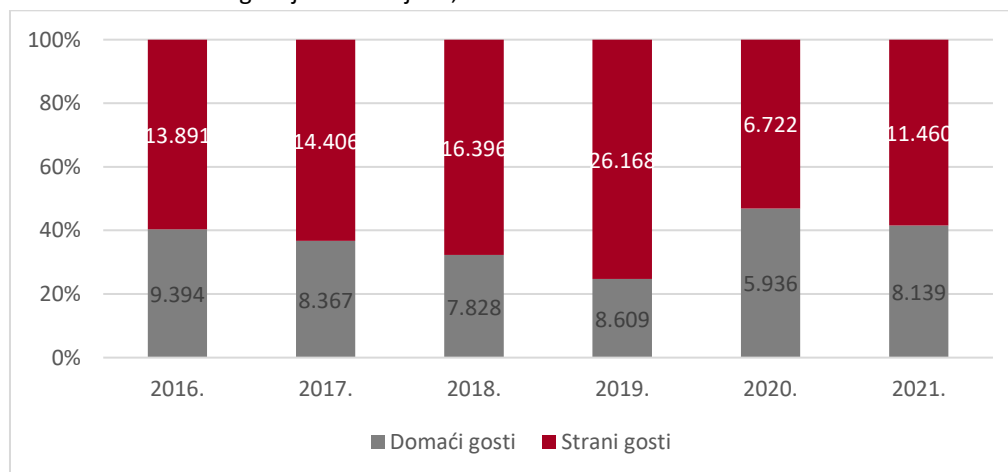
Samobor je 'predpandemijske' 2019. godine posjetilo oko 5,8 tisuća turista koji su ostvarili oko 34,7 tisuće noćenja. U razdoblju od 2017. do 2019. godine vidljiv je rast u broju dolazaka i noćenja nakon čega je 2020., kao i u cijelom svijetu, došlo do velikog pada turističkog prometa. Sljedeća, 2021. godina, bila je godina laganog oporavka. U usporedbi s 'rekordnom' 2019. godini ostvareno je svega 56,5 % noćenja i 56,3 % dolazaka turista. U ovoj, 2022. godini, očekuje se snažniji oporavak.

Slika 2.4.1. Dolasci i noćenja, 2016. – 2021.



Izvor: baza eVisitor, obrada Institut za turizam

Slika 2.4.2. Struktura gostiju u noćenjima, 2016. – 2021.



Izvor: baza eVisitor, obrada Institut za turizam

Gledajući strukturu gostiju, vidljiv je veći udio stranih gostiju, posebno 2019. godine, kada je u strukturi čak 75 % stranih gostiju. U prošloj i prethodnoj godini (2020. i 2021.) ta dominacija nije bilo toliko izražena i Samobor se, kao i većina destinacija, više oslanjao na domaće goste. Tako su u 2021. godini strani gosti ostvarili 58,5 %.

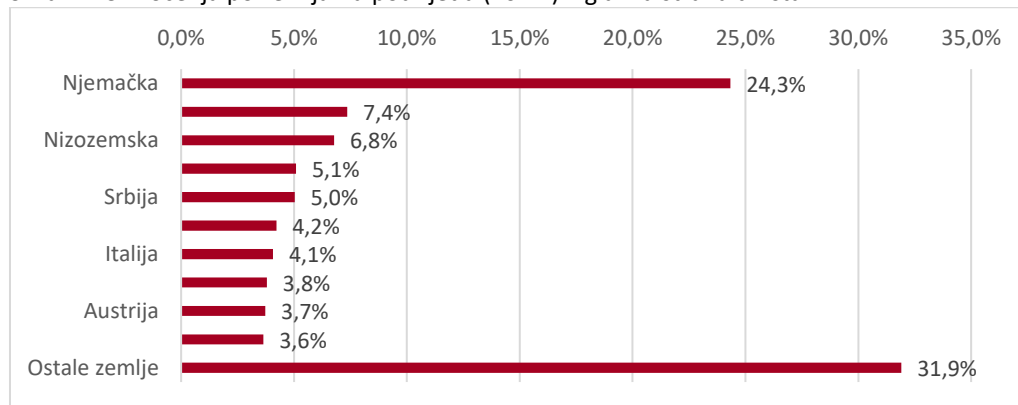
Tablica 2.4.1 Noćenja po vrstama smještaja, 2016. – 2021.

Noćenja / vrsta smještaja	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.
Hoteli	14.866	14.556	13.389	13.831	5.297	9.336
Obiteljski smještaj	6.761	6.839	8.009	10.396	6.616	8.893
Ostali smještaj	1.658	1.378	2.826	10.550	745	1.370
<b>Ukupno</b>	<b>23.285</b>	<b>22.773</b>	<b>24.224</b>	<b>34.777</b>	<b>12.658</b>	<b>19.599</b>

Izvor: baza eVisitor, obrada Institut za turizam

Prema vrsti smještaja, u 2021. godini najveći broj noćenja ostvaren je u hotelskom smještaju s udjelom od 47,6 % (9.336 noćenja), zatim u obiteljskom smještaju (45,4 %; 8.893 noćenja), a u ostalim oblicima smještaja ostvareno je 1.370 noćenja (7,0 %).

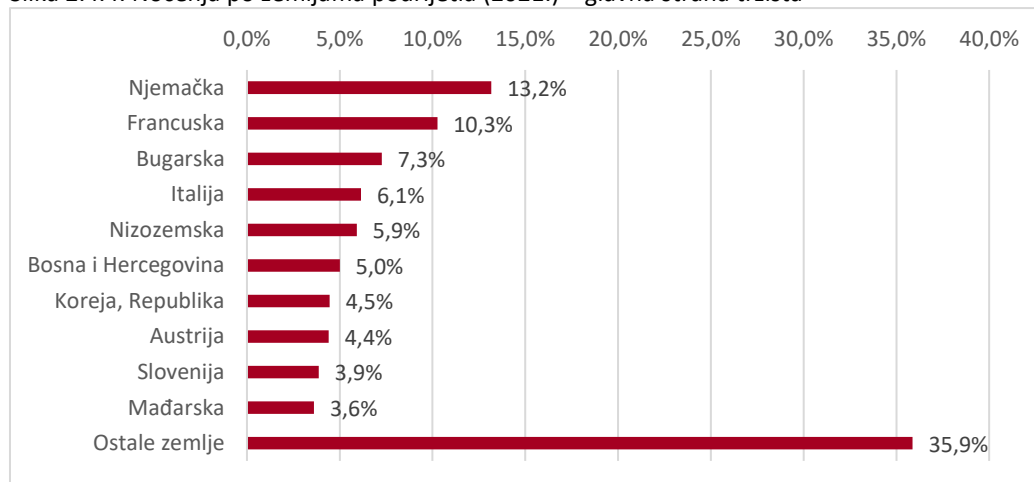
Slika 2.4.3. Noćenja po zemljama podrijetla (2021.) – glavna strana tržišta



Izvor: baza eVisitor, obrada Institut za turizam

Prema podacima za 2021. godinu, daleko najznačajnije emitivno tržište za turizam u Samoboru je Njemačka s udjelom od 24,3 % u ukupnom broju noćenja gostiju iz inozemstva. Druge zemlje s pojedinačnim udjelom višim od 5 % u ukupnom broju noćenja su Poljska (7,4 %), Nizozemska (6,8 %), Bosna i Hercegovina (5,1 %) i Srbija (5,0 %).

Slika 2.4.4. Noćenja po zemljama podrijetla (2021.) – glavna strana tržišta



Izvor: baza eVisitor, obrada Institut za turizam

Kada se promatra razdoblje prije pandemije (2019.), i tada su gosti iz Njemačke generirali najveći broj noćenja među stranim turistima (13,2 %). Međutim, u razdoblju prije pandemije dominacija njemačkog tržišta nije bila toliko izražena. Tako su 2019. godine turisti iz Francuske bili na drugom mjestu s udjelom od 10,3 % u ukupnom broju turističkih noćenja, te se među zemljama s pojedinačnim udjelom većim od 5 % pojavljuju još i Bugarska s 7,3 % i Italija sa 6,1 % u ukupnom broju noćenja. Općenito se može reći da je došlo do značajnije promjene u strukturi emitivnih tržišta u 2021. godini u usporedbi s predpandemijskom 2019. godinom (npr. gubitak Korejskog tržišta koji reflektira pad ovog avio-tržišta za Grad Zagreb uslijed pandemije).

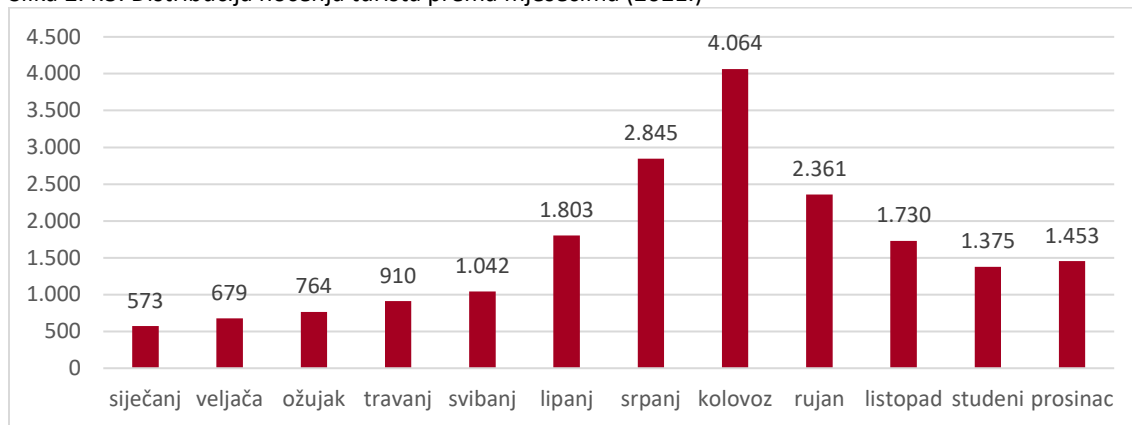
Tablica 2.4.2. Broj noćenja i dolazaka po naseljima, 2016. – 2021.

Naselja	2016.		2017.		2018.		2019.		2020.		2021.	
	Broj noćenja	Broj dolazaka	Broj noćenja	Broj dolazaka	Broj noćenja	Broj dolazaka	Broj noćenja	Broj dolazaka	Broj noćenja	Broj dolazaka	Broj noćenja	Broj dolazaka
Bregana	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	193	39
Cerje Samoborsko	0	0	0	0	0	0	404	245	209	189	443	397
Gradna	0	0	0	0	0	0	136	88	68	40	149	79
Gregurić Breg	509	182	291	66	142	48	0	0	0	0	0	0
Hrastina Samoborska	0	0	64	28	736	313	1.231	719	308	187	912	633
Kladje	1.222	836	662	380	692	281	1.961	988	367	139	579	130
Klake	263	178	251	131	376	205	342	142	280	71	545	216
Konščica	0	0	0	0	8	4	129	48	177	11	0	0
Lug Samoborski	132	72	185	131	219	111	207	95	58	30	0	0
Mala Jazbina	48	26	39	25	24	24	0	0	256	25	592	115
Molvice (Samobor)	147	16	229	19	260	25	46	8	207	45	64	10
Noršić Selo	0	0	99	31	84	37	86	33	54	13	122	33
Rakov Potok	0	0	227	117	201	81	44	20	274	67	831	182
Samobor	19.637	10.155	19.297	10.951	19.984	11.492	28.849	14.297	9.638	4.518	14.492	7.602
Slani Dol	161	134	110	85	152	89	251	130	64	38	103	39
Slavagora	366	274	478	221	583	304	490	400	415	271	244	201
Smerovišće	16	16	41	21	0	0	0	0	0	0	0	0
Stojdraga	74	25	11	11	36	8	40	11	6	6	0	0
Šimraki	0	0	0	0	0	0	18	18	0	0	0	0
Vrhovčak	710	506	789	522	727	517	543	368	277	169	330	234
<b>Ukupno</b>	<b>23.285</b>	<b>12.420</b>	<b>22.773</b>	<b>12.739</b>	<b>24.224</b>	<b>13.539</b>	<b>34.777</b>	<b>17.610</b>	<b>12.658</b>	<b>5.819</b>	<b>19.599</b>	<b>9.910</b>

Izvor: baza eVisitor, obrada Institut za turizam

Prema naseljima, pored Samobora u kojemu je ostvareno 14.492 noćenja turista u 2021. godini (73,9 %), nekoliko naselja ostvaruje značajniji broj noćenja s udjelom od blizu 3 % ili više—tj. Hrastina Samoborska (4,7 %), Rakov Potok (4,2 %), Mala Jazbina (3,0 %), Kladje (3,0 %) i Klake (2,8 %).

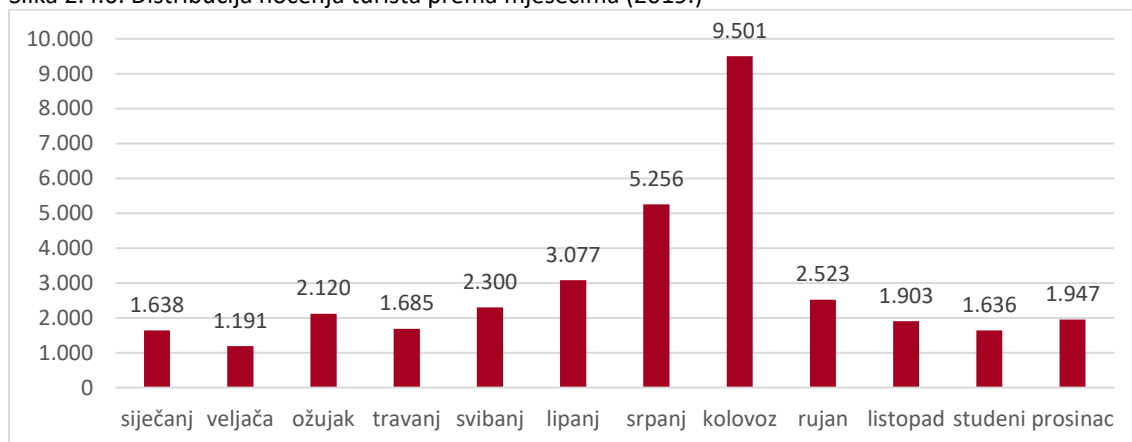
Slika 2.4.5. Distribucija noćenja turista prema mjesecima (2021.)



Izvor: baza eVisitor, obrada Institut za turizam

Kada se promatra kretanje broja turističkih noćenja prema mjesecima, može se uočiti da distribucija prati oblik krivulje kao i za turističku aktivnost na razini cijele Republike Hrvatske. Tako je dosta izražena sezonalnost turističke aktivnosti sa kolovozom kao najjačim mjesecom (4.064 dolazaka; 20,7 % noćenja na razini godine), nakon čega slijede srpanj (2.845; 14,5 %), rujan (2.361; 12,0 %) i lipanj (1.803; 9,2 %). Zajedno ova četiri mjeseca apsorbiraju 56,4 % svih noćenja turista. Međutim, u usporedbi s nacionalnom razinom, sezonalnost turističke aktivnosti u Samoboru je slabijeg intenziteta, sa ravnomjernijom distribucijom noćenja izvan ljetnog razdoblja, a što je još vidljivije kada se promatraju podaci za predpandemijsku 2019. godinu.

Slika 2.4.6. Distribucija noćenja turista prema mjesecima (2019.)



Izvor: baza eVisitor, obrada Institut za turizam

Tablica 2.4.3. Prosječna duljina boravka

	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.
Domaći gosti	1,94	1,81	1,80	1,91	2,07	1,87
Strani gosti	1,84	1,77	1,78	2,00	2,28	2,06
Ukupno	1,87	1,79	1,79	1,97	2,18	1,98

Izvor: baza eVisitor, obrada Institut za turizam



Prosječna duljina boravka turista u Samoboru je oko 2 noćenja po dolasku s neznatnim razlikama između domaćih i stranih gostiju (nešto duži boravak stranih turista). Ovaj podatak reflektira dominantan izletnički karakter turizma u Samoboru.

## 2.5. Analiza smještajnih kapaciteta

Prema podacima sustava eVisitor, na području grada Samobora, tijekom 2021. godine poslovala su tri hotela s ukupno 60 smještajnih jedinica, odnosno 100 kreveta, 35 pružatelja usluga obiteljskog smještaja sa 67 smještajnih jedinica, odnosno 161 krevetom te četiri nuditelja ostalih oblika smještaja (jedan hostel, dva kampa i jedno prenoćište) s ukupno 28 smještajnih jedinica ili 134 kreveta. Prosječno 20 smještajnih jedinica po hotelskom objektu ukazuje na prisutnost po veličini malih hotelskih objekata. Načelno, promatrajući sve smještajne objekte, njihova prosječna veličina je ispod pet smještajnih jedinica.

Tablica 2.5.1. Broj smještajnih objekata i smještajnih jedinica prema vrsti smještaja Grada Samobora od 2016. do 2021. godine

Samobor	2016.		2017.		2018.		2019.		2020.		2021.	
Vrsta smještaja	Objekti	Sobe	Objekti	Sobe	Objekti	Sobe	Objekti	Sobe	Objekti	Sobe	Objekti	Sobe
Hoteli	2	54	3	60	3	60	3	60	3	60	3	60
Obiteljski smještaj	18	41	25	49	31	67	35	72	34	58	35	67
Ostali smještaj	6	33	7	43	6	37	5	37	5	37	4	28
<b>Ukupno</b>	<b>26</b>	<b>128</b>	<b>35</b>	<b>152</b>	<b>40</b>	<b>164</b>	<b>43</b>	<b>169</b>	<b>42</b>	<b>155</b>	<b>42</b>	<b>155</b>

Izvor: sustav eVisitor, obrada Instituta za turizam, Zagreb

Hoteli koji su djelovali 2021. godine na području grada Samobora su: Lavica, Hotel Livadić i Hotel Priča.

Pod ostalim smještajem podrazumijevaju se hosteli, kampovi u domaćinstvu ili na OPG-u, prenoćišta i planinarski domovi. Na području Samobora u razdoblju od 2016. do 2021. godine, u pojedinim ili svim godinama, eVisitor evidentira sljedeće objekte pod ostalim smještajem:

- Jedan hostel (Hostel Tantor)
- Planinarski dom (Cerinski vir)<sup>4</sup>
- Dva prenoćišta (Divlje vode i Gogo)
- Tri kampa (Seljačko domaćinstvo Marijan Slakoper, Robinzonski kamp – Brdo Zminjak i Kamp odmorište Vugec plac).

Od navedenih objekata ostalog smještaja u 2021. godini noćenja su ostvarili Hostel Tantor, kamp Vugec plac, Prenocište Gogo i Seljačko domaćinstvo Marijan Slakoper.

<sup>4</sup> Također postoji i planinarski dom Ivica Studnik koji trenutno ne radi, ali će ići u obnovu.

Također valja spomenuti Planinarski dom Željezničar na Oštrcu, Planinarski dom Dr. Maks Plotnikov, Planinarsku kuću Scout u Keretićima i Planinarski dom Sv. Bernard kod Velikog Lovnika. U ovim planinarskim domovima nema smještaja, ali po najavi pružaju ugostiteljske usluge.

Za potrebe izrade ovog Dokumenta, u tablicama se prikazuju i analiziraju podaci o broju i udjelima objekata, smještajnih jedinica (soba) i kreveta (postelja) samo za one objekte koji su ostvarili barem jedno noćenje u analiziranoj godini ili razdoblju.

Tablica 2.5.2. Broj smještajnih objekata i soba prema vrsti smještaja grada Samobora od 2016. do 2021. godine

Samobor Vrste smještaja	2016.		2017.		2018.		2019.		2020.		2021.	
	Objekti	Kreveti	Objekti	Kreveti	Objekti	Kreveti	Objekti	Kreveti	Objekti	Kreveti	Objekti	Kreveti
Hoteli	2	94	3	100	3	100	3	100	3	100	3	100
Obiteljski smještaj	18	87	25	102	31	147	35	158	34	150	35	161
Ostali smještaj	6	164	7	194	6	152	5	152	5	152	4	134
<b>Ukupno</b>	<b>26</b>	<b>345</b>	<b>35</b>	<b>396</b>	<b>40</b>	<b>399</b>	<b>43</b>	<b>410</b>	<b>42</b>	<b>402</b>	<b>42</b>	<b>395</b>

Izvor: sustav eVisitor, obrada Instituta za turizam, Zagreb

Analizirajući podatke iz 2016. i 2021. godine, vidljiv je porast broja hotela sa ostvarenim noćenjima s dva na tri hotela, gotovo dupli porast broja objekata u obiteljskom smještaju, sa 18 na 35 objekata te pad broja objekata ostalog smještaja sa šest na četiri objekta. U usporedbi s 2016. godinom, kada je poslovalo 26 objekata, došlo je do povećanja ukupnih smještajnih kapaciteta Samobora za 38,1 %, primarno zahvaljujući rastu broja smještajnih kapaciteta u obiteljskom smještaju. U hotelima je broj kreveta gotovo konstantan, pao je broj kreveta u ostalom smještaju, a rastao broj kreveta u obiteljskom smještaju.

Tablica 2.5.3. Udio smještajnih kapaciteta po vrstama u razdoblju od 2016. do 2021. godine

Udio smještajnih kapaciteta po vrstama	Hoteli		Obiteljski smještaj		Ostali smještaj		Ukupno
	broj	udio	broj	udio	broj	udio	
2016.	2	7,7 %	18	69,2 %	6	23,1 %	26
2017.	3	8,6 %	25	71,4 %	7	20,0 %	35
2018.	3	7,5 %	31	77,5 %	6	15,0 %	40
2019.	3	7,0 %	35	81,4 %	5	11,6 %	43
2020.	3	7,1 %	34	81,0 %	5	11,9 %	42
2021.	3	7,2 %	35	83,3 %	4	9,5 %	42

Izvor: sustav eVisitor, obrada Instituta za turizam, Zagreb

Na području grada Samobora u 2021. godini poslovala su ukupno 42 smještajna objekta, od čega najviše u obiteljskom smještaju (83,3 %), ostalom smještaju (9,5 %), a najmanje je hotela (7,2 %). Značajno je smanjen udio ostalog smještaja u ukupnim smještajnim kapacitetima s 23,1 % u 2016. godini na 9,5 % u 2021. godini.

Tablica 2.5.4. Udio smještajnih jedinica (soba) po vrstama smještajnih kapaciteta u razdoblju od 2016. do 2021. godine

Samobor Smještajne jedinice (sobe)	Hoteli		Obiteljski smještaj		Ostali smještaj		Ukupno
	broj	udio	broj	udio	broj	udio	
2016.	54	42,2%	41	32,0%	33	25,8%	128
2017.	60	39,5%	49	32,2%	43	28,3%	152
2018.	60	36,6%	67	40,9%	37	22,5%	164
2019.	60	35,5%	72	42,6%	37	21,9%	169
2020.	60	38,7%	58	37,4%	37	23,9%	155
2021.	60	38,7%	67	43,2%	28	18,1%	155

Izvor: sustav eVisitor, obrada Instituta za turizam, Zagreb

Na samoborskom području u 2021. godini najviše smještajnih jedinica nalazi se u obiteljskom smještaju (43,2 %), zatim hotelima (38,7 %) te u ostalom smještaju (18,1 %). Iako je broj hotela sa ostvarenim noćenjima povećan za jedan (s 2 na 3) u periodu od 2016. godine do 2021. godine, udio smještajnih jedinica hotela u ukupnim smještajnim jedinicama Samobora smanjen je za 3,5 % u korist obiteljskog smještaja kod kojeg je broj smještajnih jedinica povećan za 11,2 % u ukupnim smještajnim kapacitetima. Broj smještajnih jedinica ukupno, neovisno o vrsti smještajnog kapaciteta je povećan za 17,4 %, odnosno sa 128 na 155 smještajne jedinice.

Tablica 2.5.5. Udio postelja po različitim vrstama smještajnih kapaciteta u razdoblju od 2016. do 2021. g.

Kreveti (postelje)	Hoteli		Obiteljski smještaj		Ostali smještaj		Ukupno Broj
	broj	udio	broj	Udio	broj	udio	
2016.	94	27,2 %	87	25,2 %	164	47,6 %	345
2017.	100	25,2 %	102	25,8 %	194	49,0 %	396
2018.	100	25,1 %	147	36,8 %	152	38,1 %	399
2019.	100	24,4 %	158	38,5 %	152	37,1 %	410
2020.	100	24,9 %	150	37,3 %	152	37,8 %	402
2021.	100	25,3 %	161	40,8 %	134	33,9 %	395

Izvor: sustav eVisitor, obrada Instituta za turizam, Zagreb

U 2021. godini na području grada Samobora najveći broj kreveta nalazi se u obiteljskom smještaju (161) s udjelom 40,8 % u ukupnom broju kreveta, zatim ostalom smještaju (134) s udjelom 33,9 % u ukupnom broju kreveta, a s najmanje kreveta raspolažu hoteli (100) s udjelom 25,3 %. U odnosu na 2016. godinu, neovisno o vrsti smještajnog objekta broj kreveta je porastao za 12,7 %. Najviše je rastao broj kreveta u obiteljskom smještaju pa je i udio kreveta u obiteljskom smještaju u ukupnom broju kreveta u svim smještajnim kapacitetima porastao za 15,6 %, dok je udio kreveta u hotelima u ukupnom broju kreveta svih smještajnih kapaciteta smanjen za 1,9 %. Smanjen je i udio kreveta ostalog smještaja u ukupnom broju kreveta svih smještajnih kapaciteta za 13,7 %.

Tablica 2.5.6. Kategorizacija smještajnih objekata grada Samobora od 2016. do 2021. godine

Kategorizacija	2		3	4		5	Nema	Ukupno	
	sunca	zvjezdice	zvjezdice	sunca	zvjezdice	zvjezdica	kategorizacije		
2016.	broj	2	4	10	0	5	2	5	28
	udio	7,1 %	14,3 %	35,7 %	0,0 %	17,9 %	7,1 %	17,9 %	100,0 %
2017.	broj	2	4	14	0	7	2	6	35
	udio	5,7 %	11,4 %	40,0 %	0,0 %	20,0 %	5,7 %	17,1 %	100,0 %
2018.	broj	3	4	18	1	12	2	5	45
	udio	6,7 %	8,9 %	40,0 %	2,2 %	26,7 %	4,4 %	11,1 %	100,0 %
2019.	broj	3	4	21	2	14	3	8	55
	udio	5,5 %	7,3 %	38,2 %	3,6 %	25,5 %	5,5 %	14,5 %	100,0 %
2020.	broj	3	4	22	2	17	2	9	59
	udio	5,1 %	6,8 %	37,3 %	3,4 %	28,8 %	3,4 %	15,3 %	100,0 %
2021.	broj	3	3	23	2	14	2	9	56
	udio	5,4 %	5,4 %	41,1 %	3,6 %	25,0 %	3,6 %	16,1 %	100,0 %

Izvor: sustav eVisitor, obrada Instituta za turizam, Zagreb

Dominira smještaj kategoriziran s 3 zvjezdice, s udjelom od 41,1 % svih objekata, zatim s 4 zvjezdice s udjelom 25 %. Udio visokokvalitetnog smještaja kategoriziranog s 5 zvjezdica je 3,6 %, odnosno tek su dva objekta kategorizirana najvišom kategorijom. Udio nekategoriziranih smještajnih objekata u 2021. godini iznosi 16,1 % što je i dalje vrlo visok udio, iako je neznatno za 1,8 % smanjen u odnosu na 2016. godinu.

Tablica 2.5.7. Broj ostvarenih noćenja po vrstama ostvarenih smještajnih kapaciteta od 2016. do 2021. g.

Vrste smještaja	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.
Hoteli	14.866	14.556	13.389	13.831	5.297	9.336
Obiteljski smještaj	6.761	6.839	8.009	10.396	6.616	8.893
Ostali smještaj	1.658	1.378	2.826	10.550	745	1.370
Ukupno	23.285	22.773	24.224	34.777	12.658	19.599

Izvor: sustav eVisitor, obrada Instituta za turizam, Zagreb

U 2021. godini u hotelima je ostvareno 47,6 % svih noćenja, u obiteljskom smještaju 45,4 %, a u ostalom smještaju 7 % svih noćenja na području Samobora. Ukupno je ostvareno 19.599 noćenja. Vidljiv je značajan pad broja noćenja u odnosu na 2016. godinu od 15,8 % na razini svih vrsta smještajnih kapaciteta. Najznačajnije je pao broj noćenja u hotelima u kojima se u 2021. godini ostvarilo tek 62,8 % noćenja ostvarenih u 2016. godini, iako je broj hotela povećan za jedan hotel (ukupno tri hotela u 2021. godini). Pao je broj noćenja i u ostalom smještaju za 17,4 %, dok je broj noćenja u obiteljskom smještaju povećan za 24,0 %.

2019. godine, u organiziranom kampiranju povodom 23. Svjetskog susreta Spačeka 2019., ostvareno je 7.940 noćenja, što je uz uobičajene objekte ostalog smještaja, Samoboru donijelo ukupno 10.550 noćenja u ostalom smještaju i tu godinu učinilo iznadprosječnom. U 2020. godini radi utjecaja pandemije COVID-19 svi su smještajni objekti ostvarili značajan pad u broju noćenja, a najmanji pad zabilježili su objekti obiteljskog smještaja.

Najviše smještajnih objekata prema podacima za 2021. godinu nalazi se u naseljima: Samobor (27), Kladje (4), Klake (3), Mala Jazbina (2), Molvice (2), Rakov Potok (2), Slani Dol (2), Slavagora (2) i Vrhovčak (2). Sva ostala naselja imaju po jedan ili niti jedan smještajni objekt. Najviše smještajnih jedinica, odnosno soba prema podacima za 2021. godinu imaju naselja: Samobor (131), Klake (13), Kladje (10) i Samoborska Hrastina (10), Stojdraga (9), Vrhovčak (8), Slani Dol (8), Rakov Potok (7), Gregurić Breg (5), Slavagora (5), a ostala naselja imaju manje ili niti jednu smještajnu jedinicu.

Tablica 2.5.8. Broj smještajnih objekata i smještajnih jedinica Samobora po naseljima od 2016. do 2021. g.

Samobor Naselja - sobe	2016.		2017.		2018.		2019.		2020.		2021.	
	Objekti	Sobe	Objekti	Sobe	Objekti	Sobe	Objekti	Sobe	Objekti	Sobe	Objekti	Sobe
Bregana	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
Cerje Samoborsko	0	0	0	0	0	0	1	4	1	4	1	4
Golubići (Samobor)	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1
Gradna	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1
Gregurić Breg	1	5	1	5	0	0	1	5	1	5	1	5
Hrastina Samoborska	0	0	1	10	1	10	1	10	1	10	1	10
Kladje	3	9	4	11	4	11	4	11	4	11	4	10
Klake	1	5	1	5	2	7	2	7	2	6	3	13
Konščica	0	0	0	0	0	0	1	2	1	2	0	0
Lug Samoborski	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0
Mala Jazbina	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2
Mali Lipovec	0	0	0	0	0	0	1	2	1	2	1	2
Molvice (Samobor)	1	1	1	1	1	1	1	1	2	3	2	3
Noršić Selo	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Rakov Potok	1	6	1	6	1	6	1	6	2	7	2	7
Samobor	14	95	17	119	24	137	29	140	29	134	27	131
Slani Dol	1	4	1	4	2	8	2	8	2	8	2	8
Slavagora	1	3	2	5	2	5	2	5	2	5	2	5
Smerovišće	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Stojdraga	1	9	1	9	1	9	1	9	1	9	1	9
Šimraki	0	0	0	0	1	2	1	2	1	2	0	0
Vrhovčak	1	4	1	4	2	8	2	8	2	8	2	8
<b>Ukupno</b>	<b>28</b>	<b>144</b>	<b>35</b>	<b>183</b>	<b>45</b>	<b>208</b>	<b>55</b>	<b>225</b>	<b>59</b>	<b>223</b>	<b>56</b>	<b>222</b>

Izvor: sustav eVisitor, obrada Instituta za turizam, Zagreb

Najveći broj kreveta u 2021. godini nalazi se u naseljima: Samobor (334), Klake (31), Hrastina Samoborska (30), Gregurić Breg (30), Kladje (25), Stojdraga (18), Vrhovčak (18), Rakov potok (16),

Slani Dol (13) i Smerovišće (12). Ostala naselja imaju manje od 10 kreveta ili nemaju smještajnih kapaciteta.

Tablica 2.5.9. Broj smještajnih objekata, smještajnih jedinica Samobora po naseljima od 2016. do 2021. g.

Samobor	2016.		2017.		2018.		2019.		2020.		2021.	
Naselja - kreveti	Objekti	Kreveti	Objekti	Kreveti	Objekti	Kreveti	Objekti	Kreveti	Objekti	Kreveti	Objekti	Kreveti
Bregana	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	6
Cerje												
Samoborsko	0	0	0	0	0	0	1	7	1	7	1	7
Golubići (Samobor)	0	0	0	0	0	0	0	0	1	8	1	8
Gradna	0	0	0	0	0	0	1	2	1	2	1	2
Gregurić Breg	1	30	1	30	0	0	1	30	1	30	1	30
Hrastina												
Samoborska	0	0	1	30	1	30	1	30	1	30	1	30
Kladje	3	20	4	24	4	24	4	27	4	27	4	25
Klake	1	14	1	14	2	18	2	18	2	20	3	31
Konščica	0	0	0	0	0	0	1	4	1	4	0	0
Lug												
Samoborski	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	0	0
Mala Jazbina	1	2	1	2	1	2	1	2	2	6	2	6
Mali Lipovec	0	0	0	0	0	0	1	4	1	4	1	4
Molvice												
(Samobor)	1	4	1	4	1	4	1	4	2	8	2	8
Noršić Selo	0	0	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2
Rakov Potok	1	10	1	10	1	10	1	10	2	16	2	16
Samobor	14	243	17	289	24	325	29	10.337	29	333	27	334
Slani Dol	1	8	1	8	2	13	2	13	2	13	2	13
Slavagora	1	4	2	8	2	8	2	8	2	8	2	8
Smerovišće	1	12	1	12	1	12	1	12	1	12	1	12
Stojdraga	1	18	1	18	1	18	1	18	1	18	1	18
Šimraki	0	0	0	0	1	4	1	4	1	4	0	0
Vrhovčak	1	8	1	8	2	18	2	18	2	18	2	18
<b>Ukupno</b>	<b>28</b>	<b>375</b>	<b>35</b>	<b>461</b>	<b>45</b>	<b>490</b>	<b>55</b>	<b>10.552</b>	<b>59</b>	<b>572</b>	<b>56</b>	<b>578</b>

Izvor: sustav eVisitor, obrada Instituta za turizam, Zagreb

Uz hotele i obiteljski smještaj, na području grada Samobora postoje hosteli, kampovi, prenoćišta i planinarski domovi. Gradu nedostaju kvalitetniji i veći smještajni objekti. Naglasak bi trebalo staviti na ulaganja u postojeće smještajne objekte kako bi se digla razina kvalitete te proširio njihov prihvatni kapacitet te bi trebalo ohrabriti izgradnju hotelskih objekata koji bi kapacitetom mogli primati grupe gostiju, podržati organizaciju različitih događaja i cjelogodišnje poslovanje destinacije.

## 2.6. Projekti u funkciji turizma

U Provedbenom programu grada Samobora za razdoblje 2021. – 2025. predviđen je niz projekata čijem će se realizacijom uvelike unaprijediti turistička ponuda. Riječ je o projektima u domeni unapređenja prirodne baštine, infrastrukture za aktivni odmor, unapređenja kulturnog turizma te

generalno projekta koji će unaprijediti boravak turista i posjetitelja. Posebno je potrebno istaknuti sljedeće planirane projekte:

#### PRIRODNA BAŠTINA

Rudnik svete Barbare

Razvoj zelene infrastrukture u Rudama/šetnica od parkirališta do rudnika

Uređenje ružičnjaka i botaničkog vrta autohtonog samoniklog bilja

Uređenje park šume Anindol/JU Zeleni prsten

#### INFRASTRUKTURA ZA AKTIVNI ODMOR

ZTK uređenje parka s tehničkim napravama

Izgradnja pješačko-biciklističke staze uz državnu cestu D231

Biciklističko-pješačka ruta od Ulice N. Š. Zrinskog u Samoboru do naselja Gradna (1 km)

#### KULTURNI TURIZAM

Rekonstrukcija muzeja

Galerija samoborskog muzeja

Izrada aplikacije i digitalnog djela stalnog postavaka uz elemente proširene realnosti u muzeju

Izgradnja ljetne pozornice na šetnici

ZTK uređenje starog vlaka Samoborčeka

Izgradnja/uređenje koncertne dvorane

Izgradnja konferencijske sale/dvorane

#### TURISTIČKA INFRASTRUKTURA

Centar za posjetitelje/multimedijalni centar/gastronomski, enološki, kulturni

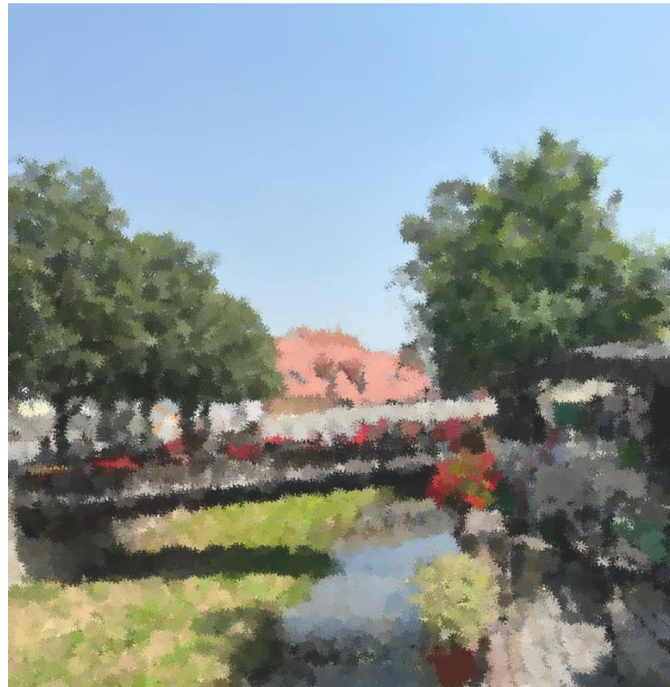
Brendiranje, izgradnja turističke infrastrukture, izrada mobilne aplikacije za biciklističke staze, kupovina bicikala/najam, izgradnja popratne biciklističke infrastrukture

U Rudnik sveta Barbare, koja čini jednu od glavnih atrakcija, do sada je uloženo oko 4,5 milijuna kuna. Daljnje ulaganje predviđa Centar za posjetitelje, dodatnih 450 metara rovova, uspostavu prezentacijsko komunikacijske infrastrukture, stazu po krošnjama kao vanjsku poveznicu ulaznog i izlaznog rova, smještajne jedinice i edukacijski centar.<sup>5</sup>

<sup>5</sup> Grad Samobor (2021). Provedbeni program rada Grada Samobora za razdoblje 2021.-2025.



### 3. ANALIZA TRŽIŠTA



Prilikom promišljanja razvoja turističke ponude bitno je osvrnuti se na kvantitativna kretanja i prognoze kao i promjene na tržištu koje utječu na ponašanja, preferencije i navike gostiju. Turističko tržište je pod velikim utjecajem svih promjena u društvu, gospodarstvu i politici, koje je posljednjih godina iznimno dinamično. Stoga se dodatno naglašava potreba pažljivog planiranja aktivnosti koje su izravno ili neizravno vezane uz turizam kako bi se što bolje odgovorilo na te dinamične promjene i kako bi se zauzela pozicija kojom se dugoročno može opstati na tržištu.

### 3.1. Kvantitativni trendovi i prognoze

Turizam je, uz naftnu i farmaceutsku industriju, jedna od najvažnijih gospodarskih aktivnosti u svijetu i prema svim prognozama takvu će poziciju zadržati i u budućnosti. Kontinuirani rast u turističkim kretanjima, posljednjih 60-ak godina, proizlazio je iz općeg gospodarskog i društvenog razvoja koje je stvarao mogućnosti putovanja za sve veći broj ljudi.

U 2019. godini, koja je bila rekordna godina po ostvarenim rezultatima u turističkim kretanjima, zabilježeno je 1,5 milijardi turističkih dolazaka. Nakon toga, uslijed krize uzrokovane pandemijom COVID-19, na globalnoj razini 2020. godine, ostvareno je 406 milijuna turističkih dolazaka, a 2021. godine 429 milijuna. Takav veliki pad nikada se, u povijesti praćenja turističkih kretanja, nije dogodio, a ono na što su ukazivale prijašnje krize bilo je da je turizam iznimno otporan te da se nakon kriza brzo 'oporavlja' i vraća na putanju rasta.

U Europi je 2019. godine bilo ostvareno 745 milijuna turističkih dolazaka, čime je u odnosu na prethodnu godinu, ostvaren rast od 4 %. Nakon toga, kao i u cijelom svijetu slijedio je pad, iako je on bio nešto manji nego u ostatku svijeta. U Europi se 2019. ostvarilo 51 % od ukupnog broja turističkih dolazaka ostvarenih na svjetskoj razini, a unutar Europe, najviše turističkog prometa ostvarivalo se na Mediteranu. U Europi se za prošlu 2021. godinu očekuju ukupno oko 288,4 milijuna turističkih dolazaka.

Hrvatsku je 2019. godine posjetilo ukupno 19,6 milijuna turista, što je također bila rekordna godina. Nakon toga, kao i u cijelom svijetu, uslijedio je pad. Prošle, 2021. godine ostvarilo se ukupno 13,8 milijuna dolazaka i oko 84,1 milijun noćenja, što je pokazivalo lagani oporavak turizma. Ove, 2022. godine, očekuje se još snažniji oporavak, odnosno, stavljanjem pandemije 'pod kontrolu' polako se vraćaju i turistički tokovi, s time da se potpuni oporavak na globalnoj razini očekuju kroz dvije do tri godine.

### 3.2. Kvalitativni trendovi

Želje i preferencije potrošača podložne su stalnim promjenama i uvjetovane tehnološkim, društvenim, a u posljednje vrijeme i sve izraženijim, političkim i zdravstvenim promjenama koje nas okružuju. Te promjene sve su dinamičnije i brže kreiraju nove trendove koje je potrebno stalno pratiti, uvažavati i shodno njima kreirati i prilagođavati cjelokupnu turističku ponudu. Osjećaj zadovoljstva kod gostiju usko je povezan s percepcijom kvalitete kao i osjećajem brige za njihove potrebe, razumijevanja, posvećenosti i cjelovitosti doživljaja.

Kreiranje turističke ponude koja će izazvati interes često se suočava s kontradiktornošću i traži stvaranje ravnoteže među elementima u destinacijskoj ponudi. Primjerice, razvoj tehnologije i globalizacija, donijeli su potrebu uvođenja određenih standarda u ponudu i procedure, dok istovremeno jača interes za lokalnim i autentičnim. Donedavno, nešto što se smatralo previše 'bazičnim i jednostavnim', počinje buditi interes onih koji traže luksuz (smještaj, lokalna hrana i sl.). Cijeni se domaće i lokalno i sve što je očuvano i drugačije od onoga čime su gosti svakodnevno okruženi.

Suvremeni se turizam temelji na bijegu od rutine i doživljajima, odmaku, zabavi i otkrivanju nečeg novog, osjećaju za ekologiju i brigu za buduće naraštaje, čuvanju baštine. Broj motiva koji mogu pokrenuti goste na putovanje i posjet nekom mjestu sve je veći, što je generalno posljedica veće obrazovanosti i razvoja interesa, veće dostupnosti informacija i mijenjanju potreba. Turiste više ne pokreću samo posjeti kulturnim atrakcijama ili odmor u prirodi, već hrana, vina, priče, adrenalinski doživljaji, interakcija s domaćinima, odmor u miru i tišina i brojni drugi. Uslijed takve potražnje globalno tržište postalo je izrazito segmentirano na niz tržišnih niša i turistička ponuda postaje sve više individualizirana tj. usmjerena na potrebe takvih niša. Turistički se proizvodi kroje po 'mjeri potrošača' i prilagođavaju se njihovim specifičnim željama. Sve je veći naglasak na jedinstvenim obilježjima destinacija koje treba predstaviti na primjeren način, a koje često stanovnici ne prepoznaju niti valoriziraju na način kako ih vide gosti. Unikatnost ponude i specijalizacija postaju također ključevi uspjeha.

Suvremene kupce, pa tako i one u turizmu, generalno obilježava potreba za edukacijom, vraćanjem životne snage i energije, odmakom od rutine, doživljajem kroz koji se može obogatiti život. Trendove je potrebno stalno pratiti, a neke koji su važni za unapređenje turističke ponude Samobora moguće je rezimirati na sljedeći način:

**Raste prosječna razina obrazovanja:** s rastom obrazovanja raste i broj različitih interesa, ali i razinom informiranosti prije dolaska i tijekom boravka u destinaciji. Pri tome je važno osigurati kvalitetnu komunikaciju i ispričati 'priče'. Gosti istražuju, a istraživanje Samobora treba se uvijek oplemeniti nečim novim i jedinstvenim što je specifično za Samobor.

**Raste svijet o zdravlju i zdravom načinu života:** briga o zdravlju i ulozi prevencije sve je izraženija. U tom kontekstu gosti su sve aktivniji u destinacijama, važne su im mogućnosti rekreacije u zdravom i prirodnom okruženju, hrana od lokalno uzgojenih i sezonskih namirnica. Boravak u prirodi pomaže održavanju fizičkog i mentalnog zdravlja.

**Raste broj pripadnika starijih dobnih skupina:** briga o zdravlju produljuje životni vijek stanovništva koji pojačano putuju u potrazi za doživljajima i upoznavanjem različitih destinacija. Naglasak im je na udobnosti, odmorom izvan ljetnih mjeseci, kulturnim sadržajima i svim onim što pridonosi održavanju psihofizičke ravnoteže. Starije dobne skupine imaju razvijene interese, odnosno, imaju vremena posvetiti se tim interesima, od gastronomije, različitih wellness sadržaja, turizmu vina i sl. Zanima ih obilaziti kušaonice, tečajevi kulinarstva, sudjelovanje u kulturnim sadržajima (očuvani obrti i sl.).

**Izražena potreba za uspostavom ravnoteže:** izloženost stresu i užurbanom životu, izloženost tehnologijama koje ubrzavaju komunikaciju stvara potrebu za 'digitalnim detoxom', više kraćih odmora umjesto jednog velikog, odmorom u prirodi zbog vraćanja ravnoteže. Cijelo tržište, a posebno europsko, ima velik broj 'vremenom siromašnih' kupaca koji traže 'mikro' avanture koje će im pomoći u vraćanju energije. To su, primjerice, pješaćenje, planinarenje, vožnja čamcima, spavanje 'pod zvijezdama' i slično.

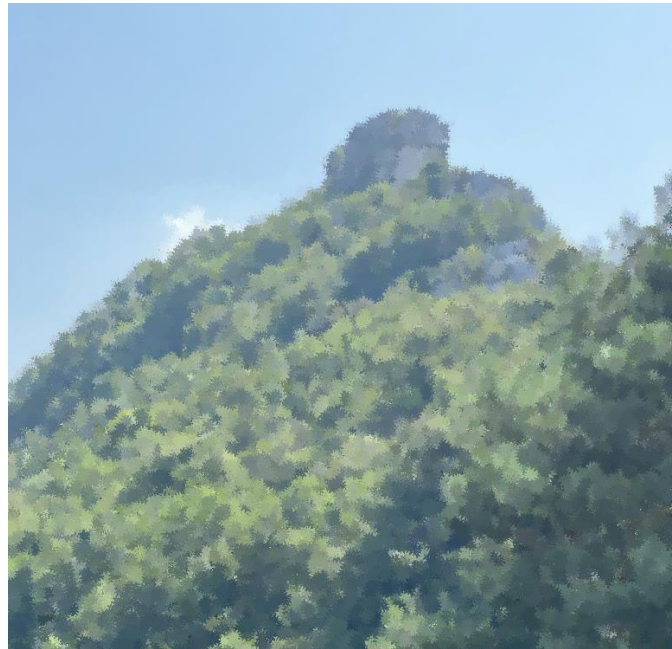
**Raste utjecaj tehnologija:** tehnologija utječe na sve aspekte života, a u turizmu je uvelike promijenila načine informiranja i kupnje turističkih proizvoda. Kad je riječ o informiranju, tehnologije su omogućile gotovo trenutnu dostupnost svim informacijama o destinaciji i njihovo uspoređivanje. S druge strane, omogućila je doseg globalnom tržištu, posebno kad je riječ o malim ponuđačima, kojima su, prije razvoja tehnologija, brojne takve mogućnosti bile ograničene. Promocija može biti inovativna i mogu se izravno ciljati tržišni segmenti.

**Raste svijest o ekologiji i održivosti:** sve je veći broj ljudi koji su svjesni potrebe odgovornog ponašanja prema okolišu, čuvanja naslijeđenih prirodnih i kulturnih vrijednosti. Zbog toga se iznimno cijeni briga o okolišu i općenito odnos destinacije prema prostoru. Recentna zdravstvena kriza dodatno je osvijestila utjecaj čovjeka na ravnotežu u prirodi i pojačala svijest o čuvanju resursa. Odgovorno ponašanje i briga za ono što nas okružuje nešto je što gosti očekuju od sebe i od destinacija u kojima borave.


**Raste broj iskusnih putnika:** iskusni putnici preferiraju izvorno i autentično i prepoznaju umjetno i standardizirano. Iskustvo koje imaju, stečeno kroz putovanja, pomaže im u prepoznavanju autentičnih i istinskih doživljaja, traže kvalitetu u svim aspektima proizvoda, cijene gostoljubivost i iskren odnos domaćina.

Kriza uzrokovana pandemijom COVID-19 donijela je sa sobom nove promjene i promišljanja oko putovanja. Traže se sigurna i bliža odredišta, unikatni doživljaji, destinacija s dobrom zdravstvenom zaštitom. Zeleno, uravnoteženo, autohtono i lokalno još više dobivaju na važnosti.

#### 4. PRIMJERI DOBRE PRAKSE



Kao primjeri dobre prakse za Samobor izabrana su četiri grada iz okruženja sličnih obilježja i razvojnog konteksta, od koji svaki razvija svoju 'turističku priču' temeljenu na glavnim privlačnim obilježjima i mogućnostima razvoja zanimljive ponude za turiste. Destinacije se oslanjaju na razvoj kulturnog turizma i/ili sadržaja u okruženju. To su: Češki Krumlov, Ptuj, Szentendre i Varaždin koji imaju od 10 do 50 tisuća stanovnika. Grad Samobor, s navedenim gradovima, dijeli ambijentalna obilježja u smislu očuvane gradske jezgre kao malog povijesnog središta koje im daje posebitost.

<b>Česki Krumlov</b>	
	Izvor: www.pixabay.com
Broj stanovnika	- 13.500
Glavne atrakcije	- Grad je 1992. godine upisan na UNESCO-ovu listu - Dvorac Český Krumlov na stijeni iznad Vltave (6. stoljeće) s prostornim vrtom - Budejovická vrata - Gradski park - Ambijentalni raspored ulica i zgrada
Smještaj i ugostiteljstvo	- 14 hotela (s 3 ili 4 zvjezdice) - 6 tradicijskih objekta s apartmanima - Oko 20 pansiona s 'bed and breakfast' ponudom - Velik broj restorana s ponudom lokalnih jela i pića u tradicijskim autohtonim objektima - Tradicionalna slastičarnica s originalno ručno rađenim staročeškim medenjacima iz 16. stoljeća - Vinski barovi, pivnice, kavane - Tradicijska trgovina s tekućom karamelom (za aromatizirane raznih pića i jela)
Glavne manifestacije	- Četiri velika glazbena događanja: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Festival komorne glazbe</li> <li>○ Međunarodni glazbeni festival Krumlov</li> <li>○ Rallye Český Krumlov (dio prvenstva Češke u moto sportu)</li> <li>○ Povijesni gradski festival (3 dana)</li> </ul>
Turistički proizvodi	- Kulturni turizam - Aktivni odmor – šetnje okolicom (Križova hora), rafting na Vltavi
Okruženje	- blizina Čeških Budejovica, Salzburga, Beča, Linza - staze za pješaćenje, atrakcija 'Treetop Walkway Lipno' (šetnica drvene konstrukcije u šumi s 11 adrenalinskih dionica za djecu)
Promocija	- Turistički portal <a href="http://www.ceskykrumlov.com/">http://www.ceskykrumlov.com/</a> - Društveni mediji: Facebook, Instagram

**Ptuj**



Izvor:  
www.hr.berfex.com

Broj stanovnika	- 23,9 tisuća
Glavne atrakcije	- Dvorac Ptuj s muzejom - Mramorni spomenik Marka Valerija Vera - Samostan s knjižnicom iz 13. stoljeća - Gradski toranja s baroknom kupolom i tri sata - Crkva Sv. Jurja
Smještaj i ugostiteljstvo	- Četiri hotela (3 i 4 zvjezdice), privatni smještaj, hostel, kamp i 'vinsko selo' (tematizirani smještaj u bačvama) - Najstariji vinski podrum u Sloveniji, vinoteka (četiri vinska podruma) - Taste of Ptuj – lokalni specijaliteti (koji se nude u osam restorana)
Manifestacije	- 'Kurentovanje' (uvršteno među 10 najboljih svjetskih karnevala) - Salon Sauvignon i specijaliteti slovenskih farmi - Festival suvremene umjetnosti 'Art Stays' - Dani poezije i vina
Turistički proizvodi	- Kulturni turizam - Aktivnosti uz Dravu (šetnje, drvene platforme) - Vinski i gastronomski turizam - Wellness i rekreacija (Terme Ptuj) - Tematizirane ture - Casino (Hotel Admiral)
Okruženje	- Aktivni odmor (pješačenje, planinarenje, golf, aktivnosti na Dravi, adrenalinske avanture) - Mnoštvo vinarija (vinska regija Haloze i Slovenske Gorice)
Promocija	- 'Old town, new experiences' - Pregledna, interaktivna i zanimljiva internetska stranica <a href="https://visitptuj.eu/en/">https://visitptuj.eu/en/</a> - Društveni mediji: Facebook, Instagram, YouTube, Pinterest, Tripadvisor



## Szentendre



Izvor: [www.epiteszforum.hr](http://www.epiteszforum.hr)

Broj stanovnika	- 25,9 tisuća
Glavne atrakcije	- Pročelja zgrada u nijansama plave, ružičaste, žute i zelene s puno cvijeća ('Europski grad s razglednice') - Katedrala Belgrad - Muzej marcipana - Nacionalni muzej vina - Muzej na otvorenom - Baptistička kuća
Smještaj i ugostiteljstvo	- 3 hotela, 12 pansiona, 3 apartmana - 20-ak restorana s ponudom tradicijskih jela - poznate slastičarnice (Levenduli) – sladoled s okusima lavande, limuna, jagode, balzamičnog octa, Cambberta
Manifestacije	- Proljetni festival u Szentendru - Dječji dani - Festival piva - Ljetno kazalište - Festival jazza i vina - Karneval u Szentendreu
Turistički proizvodi	- Kulturni turizam (mnoštvo malih galerija i muzeja) - Ponuda dnevnih tematskih tura (lijepim ulicama, vidikovci, grad umjetnika, vino i tradicija, slastice)
Okruženje	- Blizina Budimpešte, krstarenje Dunavom
Promocija	- Centralizirano kroz turistički portal za Budimpeštu

## Varaždin



Izvor: [www.theculturetrip.com](http://www.theculturetrip.com)

Broj stanovnika	- 46,9 tisuća
Glavne atrakcije	- Povijesna jezgra Varaždin - Stari grad - Varaždinsko groblje - Palače
Smještaj i ugostiteljstvo	- četiri hotela (3 i 4 zvjezdice), studentski dom, hosteli, apartmani i kuće za odmor - mnoštvo restorana s tradicijskim jelom, kavane/slastičarnice s tradicijskim slasticama
Glavne manifestacije	- Špancirfest - Varaždinske barokne večeri - Festival varaždinskih dvorišta - Ljeto u Varaždinu - Draga jump - Trash film festival
Turistički proizvodi	- Kulturni turizam (muzeji i galerije) - Rekreacija u bližoj okolici – cikloturizam, planinarenje (Ivanščica, Ravna Gora), paraglajding, panoramski letovi
Okruženje	- Pokojec – šetnja, vidikovac - Kalnik - Staze uz Dravu i aktivnosti na rijeci
Promocija	- iznimno atraktivan i interaktivan portal <a href="https://visitvarazdin.hr/">https://visitvarazdin.hr/</a> (posebitost pretraživanje 'Who do I want to be in Varaždin?') - društveni mediji: Facebook, Instagram, Pinterest, YouTube

## 5. SWOT



Na temelju prethodnih analiza i uvažavajući resursno-atraktivnost osnovu može se reći da u Gradu Samoboru postoji velik potencijal za razvoj široke palete različitih konkurentnih turističkih proizvoda, posebno u području turizma posebnih interesa. S druge strane, postoje određena razvojna ograničenja koja je potrebno prevladati kako bi turizam dobio jači zamah i kako bi se kreirala turistička ponuda koja će se, u svim svojim dijelovima, a posebno u destinacijskom aspektu, isticati kvalitetom i jedinstvenošću.

Sagledavanjem snaga i slabosti Samobora kao turističke destinacije, kao i prijetnji i prilika za razvoj turizma koje dolaze iz okruženja, dolazi se do važnih inputa za promišljanje aktivnosti koje je potrebno poduzeti u smjeru intenziviranja turističkog razvoja, uključivanja većeg broja dionika sa strane javnog i privatnog sektora te generalno stvaranje pozitivne klime za snažnije pozicioniranje Samobora na turističkom tržištu, kako izletničkom tako i stacionarnom. SWOT matrica ujedno pruža informacijsku podlogu za definiranje vizije i strateških ciljeva turističkog razvoja kao i konkretnih strategija i mjera za realizaciju te vizije.

U izradi SWOT matrice korištene su:

- informacije prikupljene iz postojećih strateških razvojnih dokumenata,
- informacije prikupljene iz dostupnih izvora (Državni zavod za statistiku, baza eVisitor i sl.),
- informacije/saznanja prikupljena tijekom obilaska terena projektnog područja i tijekom razgovora s dionicima u Samoboru te
- informacije/saznanja prikupljena tijekom strateške radionice koja je provedena s glavnim dionicima razvoja turizma u Gradu Samoboru.

PREDNOSTI	NEDOSTACI
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Izgrađen imidž turističke (izletničke) destinacije</li> <li>• Ambijentalnost gradske jezgre</li> <li>• Očuvano i atraktivno prirodno okruženje</li> <li>• Krajobrazna raznolikost (slikovitost)</li> <li>• Položaj i blizina Zagreba</li> <li>• Tradicija obrtništva (staklo, licitari i dr.)</li> <li>• 'Samoborski fašnik' - etablirana manifestacija</li> <li>• Prepoznatljivi 'tipični' proizvodi koji se vežu uz Samobor (bermet, kremšnite, rudarska greblica)</li> <li>• Bogato kulturno-povijesno nasljeđe</li> <li>• Očuvana kultura života i rada</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Smještajni kapaciteti (struktura i kvaliteta)</li> <li>• Prometna povezanost naselja Samobora sa PP Žumberak – Samoborsko gorje</li> <li>• Pad interesa proizvođača lokalnih/tradicijskih proizvoda (obrtnici)</li> <li>• Prostorno neujednačen demografski razvoj</li> <li>• Nedovoljna (infrastrukturna) opremljenost pojedinih objekata važnih za turističku ponudu (planinarskih domovi, muzej)</li> <li>• Nedovoljno iskorišteni potencijali za sadržajnu turističku ponudu</li> <li>• Nedovoljna povezanost s okruženjem u razvoju turističke ponude</li> <li>• Manjak receptivnih agencija</li> <li>• <i>(nedostatak javnih površina za veći broj kulturnih događanja)</i></li> </ul>

PRILIKE	PRIJETNJE
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ulazak Hrvatske u schengenski prostor – blizina granice</li> <li>• Segmentacija tržišta, rast tržišta posebnih interesa</li> <li>• Rast zanimanja za lokalnim, očuvanim i autohtonim vrijednostima</li> <li>• Povećana ekološka svijest turista i izražena briga za okoliš</li> <li>• Rast zanimanja za aktivnostima u prirodi</li> <li>• Raspoloživost Europskih fondova namijenjenih razvoju komunalne i turističke infrastrukture</li> <li>• Izražen interes Grada za ubrzavanje razvoja turizma</li> <li>• Udružena promocija</li> <li>• Udruživanje i jačanje suradnje sa susjednim područjima u razvoju turističkih proizvoda (vinske ceste, kulturne rute, gastronomija, šetnice, cikloturizam i dr.)</li> <li>• Razvoj novih tehnologija i mogućnosti komunikacije s tržištem</li> <li>• Realizacija nekoliko <i>'image-generating'</i> turističkih razvojno-investicijskih projekata</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gospodarska, politička ili zdravstvena kriza</li> <li>• Brži razvoj konkurencije</li> <li>• Mali/nedovoljan interes za poduzetništvom u turizmu</li> <li>• Dugoročno smanjena turistička potražnja na globalnom tržištu</li> <li>• Sporo i neučinkovito rješavanje imovinsko-pravnih odnosa</li> <li>• Nedostatak obrazovanog kadra u području turizma</li> </ul>

Temeljem postavljene SWOT analize, identificiranih snaga i slabosti kao i prijetnji i prilika koje dolaze iz okruženja moguće je identificirati neke 'strateške prednosti' na kojima treba temeljiti budućnosti turizma kao i 'strateške nedostatke' koje treba minimizirati ili eliminirati.

Kao ključne strateške prednosti može se izdvojiti sljedeće:

- Ambijentalnost/slikovitost gradske jezgre i atraktivno očuvano prirodno okruženje
- Tradicija i imidž Samobora kao izletničke destinacije Zagrepčana
- Prepoznatljivost Samoborskog fašnika i tipičnih samoborskih proizvoda (kremšnite, bermet, rudarska greblica)
- Bogato kulturno naslijeđe i tradicija obrtništva.

Kao ključni strateški nedostaci može se izdvojiti sljedeće:

- Nedostatak kvalitetnih i raznolikih smještajnih kapaciteta
- Nedovoljna turistička valorizacija turističkih atrakcija
- Nedovoljno razvijen destinacijski lanac vrijednosti (povezani elementi ponude u kvalitetne turističke proizvode za cjelovite turističke doživljaje).

## 6. STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA



U strategiji razvoja turizma polazi se od načela, potom se navode vizija i ciljevi razvoja turizma, brend koncept i razrađuju se turistički proizvodi koji se stavljaju u kontekst prostorne koncepcije razvoja turizma na području Grada Samobora. Pri tome se uzima u obzir nacionalna razvojna strategija, resursna osnova Samobora te se vodi računa o zaštiti i održivosti cijelog prostora. Vizija i ciljevi razvoja turizma temelje se na onome što se može realizirati u skoroj budućnosti, što će tržištu biti zanimljivo i čime Samobor može privlačiti postojeće, ali i nove tržišne segmente.

### 6.1. Načela razvoja turizma

Načela razvoja turizma predstavljaju temelje na koje se nadovezuju aktivnosti koje će se provoditi kako bi se ostvario željeni turistički razvoj. Načela se oslanjaju i na strategije višeg reda, tj. nacionalne i županijske, sa čijim principima razvoj treba biti usuglašen i u koje treba biti uklopljen. Nacionalna turistička strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine i Nacionalni plan razvoja održivog turizma 2021. – 2027. godine ima fokus na održivosti, proizvodima dodane vrijednosti i razvoju posebnih oblika turizma.

Slika 6.1.1. Načela razvoja turizma Grada Samobora



Zaštita prostora i uređenost destinacije jedno je od temeljnih načela razvoja turizma u Gradu Samoboru, kako zbog činjenice da zeleno i zaštićeno okruženje predstavlja jednu od glavnih atrakcija Grada Samobora tako i zbog činjenice da Samobor odlikuje ambijentalnost prostora od kojeg se očekuje da bude pažljivo uređen i skladan, kao i da se, generalno, dizajnu destinacije pridaje velika pažnja. U skladu s održivosti upravljanja, predviđa se i primjena 'zelenih' praksi u poslovanju, kako bi Samobor pratio trendove i bio i po tome prepoznat, posebno iz razloga što okruženje Grada čini zelen, očuvan i dijelom zaštićen prostor iznimne prirodne baštine. Uz to, budući da upravo kulturni resursi predstavljaju jedan od temeljnih vrijednosti koje se prepoznaju u Gradu, kroz njihovo očuvanje i čuvanje autohtonosti pridonosit će se stvaranju dugoročne pozicije na tržištu. Konačno, stalna briga o svim 'detaljima' uređenja grada pridonosit će daljnjem unapređenju i osjećaju 'duha mjesta' koji čini jednu od glavnih komparativnih prednosti Samobora. Naime, radi se o očuvanju duha grada (latinska sintagma *genius loci*) koji objedinjuje fizičke, ali i nematerijalne komponente pojavnosti nekog grada. Kad je riječ o fizičkom okolišu radi se o urbanom krajoliku (slikovitost), njegovim bojama i rasporedu. S druge strane, postoji i dio neopipljivog koji nastaje u 'oku promatrača' i izaziva ugodu boravka na nekom mjestu.

Sljedeće važno načelo na kojem počiva razvoj turizma Samobora je kvaliteta u svim segmentima ponude. To znači da i javni i privatni sektor kontinuirano rade na podizanju kvalitete ponude u njenim opipljivim i neopipljivim (uslužnim) dijelovima, čime se stvara cjelovitost ponude i podiže ukupna kvaliteta turističkog doživljaja u destinaciji. Riječ je o stvaranju cjelokupnog lanca vrijednosti budući da turistički proizvod iz perspektive kupca predstavlja cjelovitost, a iz perspektive ponude u njemu sudjeluje velik broj različitih dionika. Stvaranje takve ponude znači primjenu trendova i stalan rad na inovativnosti ponude, praćenje kvalitete u destinaciji kako bi se detektirala područja koja zahtijevaju unapređenja, dijeljenje informacija tj. znanja i iskustva među dionicima te razvoj partnerstva i suradnje kako bi zajedničkim aktivnostima u što kraćem vremenu realizirale predviđene aktivnosti.

Načelo ekonomske održivosti odnosi se na prostorno uravnotežen razvoj, odnosno, na planiranje proizvoda u prostoru u odnosu na raspored resursa i atrakcija te time poticanje turističkih proizvoda na cijelom prostoru Grada. Budući da Samobor ima dugu tradiciju obrtništva, načelo razvoja turizma podrazumijeva i daljnje poticanje poduzetništva, posebno u sferi ugostiteljstva, proizvođača suvenira, obiteljskih poljoprivrednih gospodarstva, obiteljskog smještaja i sl. Ovo se načelo također odnosi i na korištenje Europskih fondova za podizanje kvalitete atrakcija i turističke infrastrukture. Generalno, ovo načelo uključuje i stvaranje destinacijskog lanca vrijednosti u smislu ekonomske održivosti projekata koji će se realizirati na prostoru Grada.



## 6.2. Vizija i ciljevi razvoja turizma

Kad je riječ o viziji razvoja turizma u Samoboru ona se odnosi na željenu budućnost turizma, odnosno sliku kako bi Grad trebao izgledati u predstojećem razdoblju. Radi se o sažetom iskazu onoga što se želi postići u turizmu iz perspektive dionika u Samoboru.

Vizija je rezultat analiziranih resursa i potencijala, radionica i konzultativnih procesa s ključnim dionicima turističkog razvoja. Vizija na određen način predstavlja željenu sliku razvoja, ali, s druge strane akceptira i ograničenja s kojima se Grad suočava i vremenski horizont koji će biti potreban za njihovo prevladavanje.

### SAMOBOR

Grad Samobor prepoznat je po atmosferi šarmantnog i slikovitog gradića sa zelenim okruženjem, smješten u blizini Zagreba i na samom ulazu u Hrvatsku. Uređen s pažnjom da svaki 'detalj' stvara dojam sklada i cjelovitosti, kvalitete i ljepote življenja po mjeri modernog čovjeka. Uređena urbana cjelina integrirana sa zelenom okolicom nudi mnoštvo različitih sadržaja u kojem svatko može pronaći nešto za uživanje – u autohtonim i jedinstvenim kulturnim sadržajima, u poznatim gastronomskim specijalitetima, u laganim šetnjama ili planinarenju davno utabanim stazama, u brojnim mogućnostima dinamičnog i aktivnog odmora, u otkrivanju špiljskih prostora ili samo u upijanju atmosfere lokalnog života i povijesti ispričanih kroz pjesme, filmove, priče i legende ovoga kraja. Destinacija je snažno usmjerena prema kvaliteti, estetici, ekologiji i ponudi jedinstvenih doživljaja.

Ciljevi turističkog razvoja proizlaze iz vizije te se iz njih izvode konkretne operativne strategije. Kao glavni cilj nameće se učvrstiti poziciju Samobora na turističkom tržištu. Naime, Samobor, zahvaljujući svojoj tradiciji, uživa poziciju na tržištu, ali ono što se predviđa u okviru ove strategije jačanje je te pozicije u smislu činjenice da je potrebno destinaciju pozicionirati na širem tržištu, da Hrvatska ulazi u schengenski prostor što Samoboru otvara priliku za privlačenje gostiju s puno udaljenijih inozemnih tržišta. Uz izletničku potražnju, Samobor će privlačiti i znatno veći broj stacioniranih gostiju koji će boraviti na području Grada. Za taj cilj važno je osigurati realizaciju i podcjljeva, a što se ponajviše odnosi na podizanje kvalitete destinacijskog doživljaja, unapređenje smještajne i druge uslužne ponude, unapređenje organizacije i upravljanja te generalno jačanje turističkog imidža na tržištu.

Glavni cilj	Učvrstiti/ojačati poziciju Samobora na turističkom tržištu			
Operativni ciljevi	Podizanje kvalitete destinacijskog doživljaja	Unapređenje smještajne i druge uslužne ponude	Unapređenje organizacije i upravljanje	Jačanje turističkog imidža

### 6.3. Brend koncept razvoja

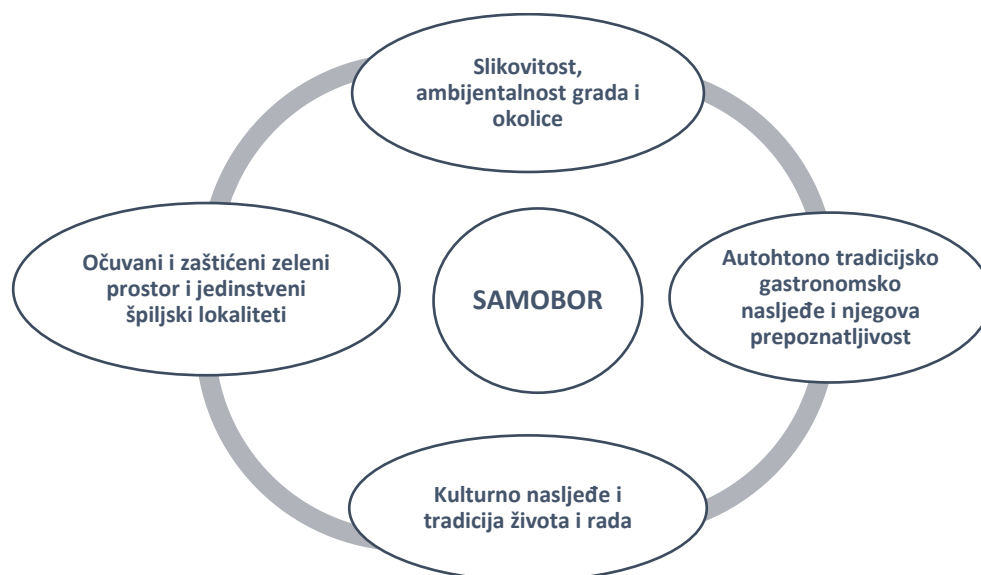
Brend koncept razvoja podrazumijeva definiranje polaze točke, odnosno ishodišta za promišljanje razvoja turističkih proizvoda i komunikacije s tržištem. U nekoliko ključnih riječi pomoću brend koncepta želi se istaknuti koja obilježja čine Samobor jedinstvenim, originalnim i drugačijim od svih drugih destinacija u okruženju, po čemu se Samobor razlikuje, što ga čini vrijednim za posjet i boravak, a da je to istovremeno relevantno suvremenom kupcu u turizmu. S jedne strane, brend mora odražavati stvarne i istinske odlike destinacije i time odgovarati istini, a s druge strane treba gostima pružiti obećanje da će doživjeti i osjetiti u destinaciji upravo to, čime ga 'destinacija poziva'.

U svijetu stalnog rasta konkurencije, destinacije danas sve više nastoje koristiti brendiranje kao jedan od alata destinacijskog marketinga i menadžmenta. Iznimno je zahtjevno prenijeti kupcu kroz jednostavne poruke glavne razloge dolaska u destinaciju i motivirati ih na posjet i boravak. Pri tome se u destinacijama istovremeno trebaju osigurati da gosti budu zadovoljni racionalnim komponentama (rekreacijom, uživanjem u izvornim okusima hrane ili vina, jednostavnom dostupnošću, upoznavanjem nečeg novog, a time i učenjem i sl.), ali i emotivnim komponentama poput osjećajem dobrodošlice, osjećajem uživanja, otkrivanja, ispunjenja ili nečeg sličnog.

Razvoj turizma u destinaciji i ono što ona pruža mora kroz sve elemente ponude u konačnici i odgovoriti onome što je obećala kroz 'poruke o svom brendu', što znači da suvremeni kupci danas žele doživjeti i istinski iskusiti ono što im je obećano i što ih je potaknulo na dolazak.

Samobor, u turističkom smislu, krasi brojna obilježja koja ga čine privlačnim mjestom za život i za posjet. Ipak, kad je riječ o ključnim atributima koji se mogu izdvojiti onda su to sljedeći:

Slika 6.3.1. Atributi jedinstvenosti Grada Samobora



**Slikovitost/ambijentalnost grada i okolice.** Samobor od ostalih gradova u bližem okruženju Zagreba odlikuje iznimna slikovitost (filmičnost) njegove gradske jezgre i zelene okolice. Zaokružen i cjelovit prostor s lijepim vizurama i visokom estetikom stvara posebnu ugodu boravka. Takav prostor ujedno pruža osjećaj bogate kulture i povijesti koja se ovdje odvijala i ostavila tragove utkane u zgrade, crkve, parkove, običaje i kulturu življenja. Od takvih se prostora očekuje 'puno' u smislu očuvanosti, njegovanja tradicije i brige za svaki naslijeđeni detalj materijalne i nematerijalne baštine.

**Kulturno nasljeđe i tradicija života i rada.** Bogata kultura Samoborskog kraja očituje se na svakom koraku u Gradu. Mnoštvo je ovdje priča i pjesama ispisano, posebno ljubavnih. Tradicija života, koja je do danas sačuvana, seže u daleku prošlost i nije samo njome inspirirana već se njeguje u izvornim oblicima i danas – od fašnika do gastronomskih delicija. Kulturom se gosti mogu nadahnuti kroz galerije, muzeje, restorane, suvenirnice ili samo šetnjom gradom i njegovim putevima.

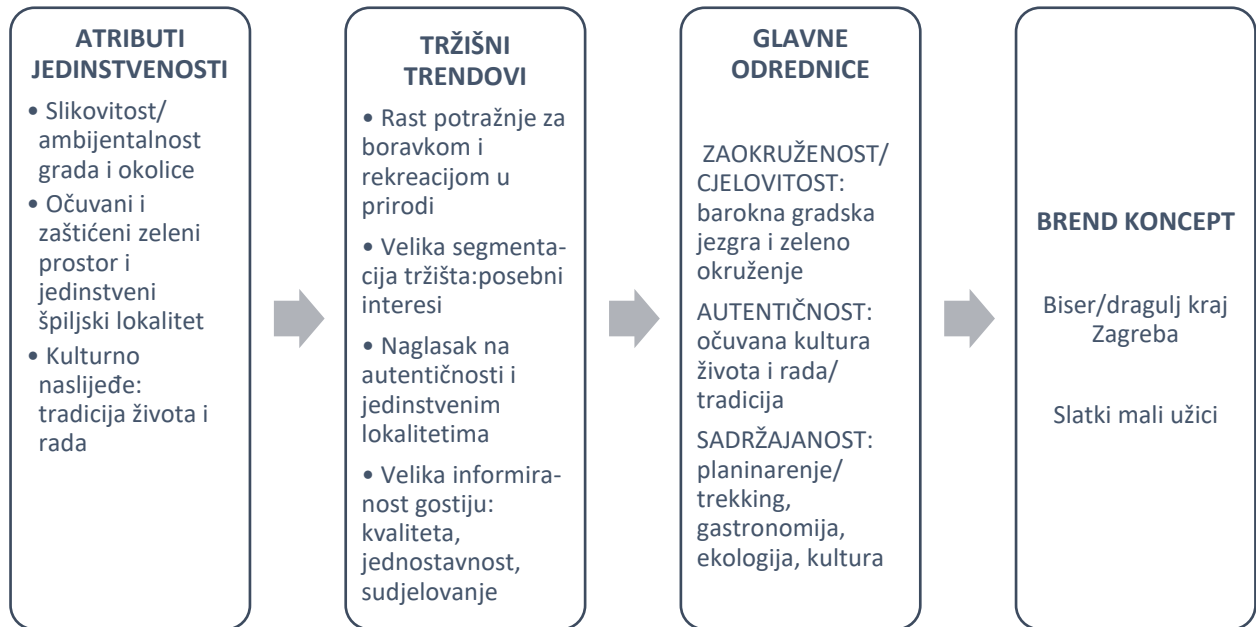
**Očuvani i zaštićeni zeleni prostor i jedinstveni špiljski lokaliteti.** Samobor je kolijevka planinarenja, a njegova zelena i očuvana okolica biser je mira, tišine i vraćanja energije. Samoborskim stazama mogu hodati i planinariti gosti, od najmlađih do najstarijih i svatko može naći neku stazu za sebe ili neku inspiraciju za doživljaj prirode i njenih oblika.

**Autohtono tradicijsko gastronomsko nasljeđe i njegova prepoznatljivost.** Samobor se već tradicionalno snažno povezuje s kremšnitama i drugim samoborskim delicijama, posebno bermetom, krafnama, češnofkama, rudarskom greblicom. Upravo te poveznice predstavljaju dobar temelj da Samobor gradi priču jedinstvenih gastronomskih doživljaja.

Stvaranje snažnog i prepoznatljivog brenda Samobora jedan je od izazova marketinga i generalno budućeg razvoja destinacije. Riječ je o tome da se ukratko, kroz jasnu komunikaciju, predstave glavne vrijednosti Samobora i razlozi za posjet i boravak turista.

Mnoštvo je različitih atributa privlačnosti koje se mogu pripisati Samoboru, ali je nužno izdvojiti one najjače po kojima se izdvaja od destinacija u okruženju i koje ga čine posebnim i drugačijim i koji mu u budućnosti mogu osigurati još veću prepoznatljivost i poželjni imidž. Pored toga, važno je istaknuti kako te glavne 'razloge' za dolazak turista, oni u destinaciji zaista i moraju osjetiti, odnosno, destinacija treba brend i 'oživjeti', kroz stalan razvoj turističkih proizvoda, unošenje inovacija koje tržište traži te kroz kvalitetnu komunikaciju s tržištem u smislu privlačenja, ali i informiranosti gostiju tijekom boravka u destinaciji.

Slika 6.3.2 Brend koncept Grada Samobora



#### 6.4. Turistički proizvodi i ciljni segmenti

Sagledavajući resursno atrakcijsku osnovu Grada Samobora kao bazu za promišljanje i razvoj turističkih proizvoda te trendove koji pokazuju turističko tržište u smislu motiva, želja i potreba za posjetom i tijekom boravka u destinaciji, moguće je za Grad Samobor definirati sljedeći portfelj turističkih proizvoda.

<b>PROIZVODI KULTURNOG TURIZMA</b>	Manifestacije i događanja	Turizam baštine	Vjerski turizam	
<b>PROIZVODI REKREACIJE I BORAVKA U PRIRODI</b>	Ekoturizam	Planinarenje/trekking	Cikloturizam	Lov i ribolov
<b>GASTRONOMSKI I VINSKI TURIZAM</b>	Gastronomski turizam	Turizam vina		
<b>POSEBNI PROIZVODI</b>	Tranzitni turizam			

Primarni turistički proizvodi Grada Samobora dolaze iz grupe proizvoda kulturnog turizma, rekreacije i boravka u prirodi i gastronomskog turizma, a uključuju manifestacije i događanja, turizam baštine, ekoturizam i planinarenje te gastronomski turizam. Proizvodi kojima se nadopunjuje osnovni spektar proizvoda su vjerski turizam, cikloturizam te turizam vina. Također, razvijaju se i tranzitni turizam te lovni i ribolovni turizam.

Veći dio turističkih proizvoda, u ovome je trenutku, orijentiran pretežno na izletničku potražnju, međutim, povećanje smještajnih kapaciteta i njihova tematizacija zasigurno će dovesti i do rasta stacionarne potražnje, kojoj će ovako široka peleta različitih turističkih proizvoda omogućiti aktivan i zanimljiv boravak od više dana.

Neki od turističkih proizvoda tržišno su spremni i povezuju se s Gradom Samoborom, dok se neki tek trebaju početi intenzivnije razvijati i promovirati. U nastavku se detaljnije obrazlažu svaki od navedenih turističkih proizvoda.

<b>Manifestacije i događanja</b>	
<p>Manifestacije i događanja jedan su od ključnih turističkih proizvoda Grada Samobora u kojima veliku ulogu ima Samoborski fašnik čiji se počeci bilježe dvadesetih godina 19. stoljeća. Time je ova manifestacija vremenom postala i jedna od glavnih ikona Grada.</p>	
Ciljne skupine	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Posjetitelji koji dolaze vidjeti događanje               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Obitelji s djecom</li> <li>○ Mladi i gosti srednje dobi</li> <li>○ Starija dob (i parovi)</li> </ul> </li> <li>• Posjetitelji koji sudjeluju u događanjima</li> </ul>
Pozicioniranje Samobora	<p>Grad prepoznat po Slobodnoj fašničkoj republici i bogatstvu događanja tijekom cijele godine</p>
Glavne atrakcije i sadržaji	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Samoborski fašnik – početak u dvadesetim godinama</li> <li>• Samborska salamijada</li> <li>• Vrazova Ljubica</li> <li>• Cu'Fus</li> <li>• Samoborski Jazz Festival</li> <li>• Dani Rudarske greblice</li> <li>• Međunarodna brdsko biciklistička utrka XCO Samobor</li> <li>• Bitka kod Samobora 1441.</li> </ul>
Razvoj proizvoda	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Odrediti nekoliko događanja koji su nositelji imidža i dodatno ih promovirati (poseban plan promocije i provedba imidž kampanja)</li> <li>• Kontinuirano unapređenje kvalitete infrastrukture koja prati događanje</li> <li>• Kontinuirano unapređenje suradnje organizatora događanja s dionicima u turizmu (turistička zajednica, Grad, mediji)</li> <li>• Povezivanje atrakcija i udružene marketinške aktivnosti (povezivanje s Gradom Zagrebom)</li> </ul>
Komunikacija s tržištem	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Provedba posebnog medijskog plana (kampanja) za pojedine 'marker' manifestacije</li> <li>• Pojačano korištenje društvenim medija za informiranje i komunikaciju sa ciljnim skupinama</li> </ul>

<b>TURIZAM BAŠTINE</b>	
<p>Kulturni sadržaji čine dio turističkog doživljaja i boravka u destinaciji bez obzira je li kultura primarni motiv putovanja. Turizam baštine obuhvaća cjelokupno kulturno nasljeđe u gradu Samoboru: muzeje i galerije, tvrđave, dvorce i kurije, samostan i crkve, stare obrte, gradsko središte i drugo. Turisti motivirani baštinom više su platežne moći te su sve zahtjevniji u odnosu na doživljajnu komponentu i prezentaciju baštine.</p>	
Ciljne skupine	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zrela dob (50-65)</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kulturni kreativci: književnici – pjesnici, glazbenici, slikari i drugi</li> <li>• Mladi</li> <li>• Obitelji s djecom</li> </ul>
Pozicioniranje Samobora	Šarmantni barokni gradić bogate baštine
Glavne atrakcije i sadržaji	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kulturno povijesna cjelina grada Samobora s naglaskom na arhitekturu zgrada, na i oko Trga kralja Tomislava, zdenac na Trgu kralja Tomislava, šetnicu uz potok</li> <li>• Muzeji i galerije: Samoborski muzej, Galerija Prica, Foto galerija Lang, Zbirka Josipa Prudeusa, Uskočki muzej u Stojdragi, Etnografska zbirka Udruge Ekosspiritus i obitelji Librić</li> <li>• Tvrđave: Stari grad Samobor, Stari grad Okić</li> <li>• Kurije i dvorci: Dvorac Livadić, Dvorac Reiser, Balagovi dvori, Kurija Bistrac, Kurija Levičar, Kurija Mirnovec, Kurija Praunspenger, Kurija Špigelski, Kurija Hamor, Vila Allnoch i Vila Šojka<sup>6</sup></li> <li>• Sakralna baština: Franjevački samostan sa crkvom Uznesenja Blažene Djevice Marije, Župna crkva sv. Anastazije u Samoboru, Kapela sv. Mihalja u Samoboru, Kapela sv. Ane u Samoboru, Kapela sv. Petke u Budinjaku i duge crkve i kapele</li> <li>• Arheološki lokaliteti: Budinjak, Stari grad Tušćak kod Kravljaka</li> <li>• Vlak Samoborček</li> <li>• Industrijska baština: izrada kristala, izrada medenjaka i licitara, izrada samoborskog kraluša, Vapnenica – tradicijska peć u Otruševcu, Mlin vodenica u Rudama</li> <li>• Poznate osobe koje se vežu uz Samobor: pjesnik Stanko Vraz, pjesnik A.G. Matoš, skladatelj Ferdo Livadić, fotograf Ivica Sudnik</li> </ul>
Razvoj proizvoda	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Daljnje unapređenje (uređenje) prezentacije baštine</li> <li>• Korištenje novih tehnologija – digitalizacija stalnih postava muzeja uz elemente proširene realnosti te bolja interpretacija u individualnoj prezentaciji proizvoda</li> <li>• Razvoj zajedničke platforme na ključnim mjestima u gradu koji će turistima omogućiti samostalni obilazak kulturnih atrakcija</li> <li>• Poticanje daljnjeg uređenja gradske jezgre s naglaskom na stvaranje atmosfere baroknog gradića u zelenilu kako bi se osnažila autentičnost</li> </ul>

<sup>6</sup> Najveći dio spomenutih dvoraca i kurija je u privatnom vlasništvu, ali je dio cjelovite lijepe vizure Samobora.

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organizacija tematskih edukativnih posjeta studentima književnosti, likovne i glazbene akademije i organizacija natjecanja – proizvod koji zahtijeva kreativno uključivanje sudionika</li> <li>• Uvođenje <i>storytellinga</i> u interpretaciji atrakcija (npr. Vrazove Ljubice - jačanje prepoznatljivosti događaja Dani Vrazove Ljubice, Prolaza hrvatskih pjesnika i ostalih lokacija)</li> <li>• Izgradnja ljetne pozornice za šetnici</li> <li>• Tematska povezivanja</li> <li>• Uređenje starog vlaka Samoborčeka te razvoj 'izletničkog' proizvoda inspiriranog filmom</li> <li>• Poticanje obnove i uređenja tvrđava, koje radi zapuštenosti i nepristupačnosti trenutno nisu na zadovoljavajućoj razini spremnosti za turističke posjete</li> <li>• Poticanje ugostiteljske ponude koja će uključivati zaštićene proizvode i proizvode po kojima je Samobor tradicionalno poznat: rudarska greblica, kremšnite, bermet i drugo</li> <li>• Povezivanja i partnerstva kulturnog i turističkog sektora</li> </ul>
Komunikacija s tržištem	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Naglasak na <i>storytellingu</i></li> <li>• Prilagođena promocija pojedinim tržišnim segmentima</li> </ul>

## VJERSKI TURIZAM

Hodočasnici i vjernici spremni su prelaziti velike udaljenosti kako bi došli do vjerskog odredišta. Ovaj oblik turizma, često se naziva i duhovnim turizmom. Uz putovanja, isključivo ili djelomično motivirana vjerskim razlozima, uključuju i duhovna putovanja koja su više motivirana težnjom pronalaženja unutrašnjeg mira za što su, prirodna i sakralna baština Samobora, izvrsno okruženje. Iako potaknuti ponajviše vjerskim razlozima, gosti u destinaciji trebaju i gastronomske, kulturne i druge sadržaje. Posljedično na način suvremenog života i rasta interesa za duhovnošću i unutarnjim mirom, predviđa se daljnji rast potražnje za vjerskim turizmom.

Ciljne skupine	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Religijom i vjerom inspirirani turisti</li> <li>• Turisti u potrazi za mirom i za duhovnom ravnotežom i rastom</li> <li>• Kulturni turisti</li> </ul>
Pozicioniranje	Destinacija mira, duhovne obnove i rasta
Glavne atrakcije i sadržaji	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Franjevački samostan sa crkvom Uznesenja Blažene Djevice Marije, s bočnim oltarom sv. Franje Asiškog, propovjedaonicom te zbirka inkunabula i stranih rijetkih knjiga</li> <li>• Kuća susreta Tabor, u Samoboru i Višoševićima, seminari duhovne obnove, ozdravljenja i oslobođenja, osnovnog</li> </ul>



	<p>kršćanskog iskustva, obraćenja, biblijski, franjevački, euharistijski i slično</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Crkve i kapele: Župna crkva sv. Anastazije u Samoboru, Kapela sv. Mihalja u Samoboru, Kapela sv. Ane u Samoboru, Kapela sv. Jurja u Samoboru, Kapela sv. Helene u Samoboru, Crkva sv. Filipa i Jakova u Samoboru, Kapela Presvetog Trojstva u Braslovju, Kapela sv. Petke u Budinjaku, Kapela sv. Roka u Galgovu, Crkva sv. Leonarda u Kotarima, Crkva sv. Duha u Noršić Selu, Kapela sv. Križa u Otruševcu, Crkva sv. Barbare u Rudama, Crkva sv. Martina pod Okićem u Sv. Martinu pod Okićem, Crkva sv. Vida u Vrhovčaku. Župna Crkva sv. Ivana Krstitelja u Lugu Samoborskom, Župna crkva sv. Jurja u Stojdragi na Žumberku, Župna crkva Krista Kralja u Domaslovcu</li> <li>• Samoborska kalvarija – hodočasnički sadržaj (križni put) između Kapele sv. Ane i Kapele sv. Jurja</li> <li>• Prirodna baština: Park prirode Žumberak – Samoborsko gorje (vezano uz Tabor), Park šuma Šumski predjel Tepec i Palačnik - Anindol (vezno uz križni put)</li> </ul>
Razvoj proizvoda	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jačati ponudu duhovne obnove</li> <li>• Poticati suradnju vjerskih institucija s lokalnim turističkim sektorom, kako bi se uskladilo radno vrijeme, sustav obilazaka objekata ili potaknuti vjerske institucije na ugradnju/prilagodbu ostakljenih ili kovanih vrata kroz koja bi se mogla vidjeti unutrašnjost objekata</li> <li>• Osiguranje parkirališta, mjesta za odmor i sanitarija uz atrakcije te turističke interpretacije objekata</li> <li>• Kvalitetna prometna i turistička signalizacija</li> <li>• Osmisliti tematske rute (mogućnost samostalnog obilaska) koje bi povezivale najznačajnije sakralne objekte, kako bi se osigurala njihova efikasnija promocija</li> <li>• Unaprijediti mogućnosti smještaja za vjerske turiste</li> </ul>
Komunikacija s tržištem	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Korištenje specijaliziranih kanala promocije prema vjernicima, vjerskim i duhovnim institucijama i društvima</li> </ul>

## PROIZVODI REKREACIJA I BORAVKA U PRIRODI

### EKOTURIZAM

Ekoturizam podrazumijeva turističku i izletničku aktivnost koja se odvija na području zaštićenih područja, a obuhvaća niz aktivnosti rekreacije i specifične oblike turizma koji se odvijaju u prirodi (cikloturizam, planinarenje, trekking, sportsko-rekreacijske aktivnosti na vodi). Na

<p>prostoru grada Samobora važnu ulogu i značajan potencijal daljnjeg razvoja imaju i edukativni programi o zaštićenim prostorima i svim sadržajima u njima, kao što su škole u prirodi i poučne staze.</p>	
Ciljne skupine	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Individualci i grupe sa izraženim interesom za prirodu</li> <li>• Školska djeca (škole u prirodi)</li> <li>• Studenti – terenska nastava</li> <li>• Djeca školske/srednjoškolske dobi i</li> <li>• Obitelji s djecom</li> <li>• Općenito populacija izraženije ekološke svijesti i višeg stupnja obrazovanja</li> </ul>
Pozicioniranje Samobora	<p>Zelena oaza nadomak Zagreba, ekologiji i održivosti orijentiran grad koji se velikim dijelom nalazi u zaštićenom prostoru</p>
Glavne atrakcije i sadržaji	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Park prirode Žumberak-Samoborsko gorje s: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ interpretacijskim centrima</li> <li>○ naseljem Stojdraga sa Uskočkim muzejom</li> <li>○ arheološkim nalazištem u Budinjaku s poučnom stazom</li> </ul> </li> <li>• Geomorfološki spomenik prirode Otruševička špilja</li> <li>• Park šuma Šumski predjel Tepec i Palačnik (Anindol)</li> <li>• Park šuma oko Starog Grada Okića</li> <li>• Rijeka Sava (zasad relativno slabije valorizirana)</li> <li>• Cerinski vir kod Šipačkog brega</li> </ul>
Razvoj proizvoda	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Daljnji razvoj edukativnih programa i tura u prirodi prilagođenih specifičnim obilježjima i potrebama/željama različitih ciljnih skupina</li> <li>• Uključivanje posjetitelja u aktivnosti zaštite i razvoj suradnje s obrazovnim institucijama na području volontiranja u zaštićenim područjima ('volonturizam')</li> <li>• Razvoj sportsko-rekreacijskih sadržaja i aktivnosti uz i na Savi (kajaking, kanuing)</li> <li>• Razvoj programa edukacije za lokalno stanovništvo</li> <li>• Daljnji razvoj turističke signalizacije i interpretacije</li> <li>• Uključivanje stručnjaka (geolozi, ornitolozi, arheolozi i sl.) u edukativne ture</li> <li>• Ulaganje u infrastrukturu za promatranje biljnog i životinjskog svijeta (botanički rezervat Brežuljak, ornitološki rezervat Strmec – Sava)</li> </ul>
Komunikacija s tržištem	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Orijentacija na doživljajnu i edukativnu komponentu boravka</li> </ul>

- Posebne imidž kampanje vezane uz komunikaciju Samobora kao zelene destinacije još uvijek nedovoljno istraženih, ali vrlo atraktivnih zaštićenih područja

## PLANINARENJE/TREKKING

Planinarenje/trekking sve je popularniji turistički proizvod koji podrazumijeva sportsko-rekreativnu aktivnost kretanja po planinarskim stazama i šumskim predjelima. Planiranje i trekking predstavlja sve značajniji motiv turističke i izletničke aktivnosti u brojnim destinacijama diljem svijeta. Ovaj je trend osobito prisutan u Europi, uslijed sve užurbanijeg života, pogotovo u urbanim područjima, uz paralelan trend rastuće svijesti o potrebi rekreacije i očuvanja zdravog života, i to preferirano u ekološki očuvanim prostorima. Kod ovog segmenta turista primjetan je trend potrebe za 'lutanjem' i istraživanjem destinacije. Šetnje i planinarenje atraktivne su i pogodne aktivnosti za brojne segmente kao što su obitelji, grupe prijatelja ('ekipe'), i organizirana društva. Međutim, raste potražnja i za individualno organiziranim turama, uz pratnju profesionalnih vodiča. Pored uređenosti staza i atraktivnosti krajolika i vizure područja, značajan čimbenik odabira odredišta za planinarenje postojanje je 'zelenog' imidža destinacije.

Ciljne skupine	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mladi profesionalci (26-35)</li> <li>• Obitelji s djecom</li> <li>• Grupe prijatelja ('ekipe') i organizirana društva</li> <li>• Zrela dob (50-65)</li> <li>• Općenito populacija izraženije ekološke svijesti i višeg stupnja obrazovanja</li> </ul>
Pozicioniranje	Destinacija još uvijek neistraženih planinarskih i trekking staza kroz zaštićenu prirodu s nizom atrakcija na tim putevima
Glavne atrakcije i sadržaji	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penjalište / ferata na Okiću (Dragojla Jarnević)</li> <li>• Planinarski put iz Samobora na Oštrc i Japetić</li> <li>• Vidikovac Tepec</li> <li>• Penjalište Terihaji kod Klaka</li> </ul>
Razvoj proizvoda	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Uređenje Park šume Anindol / Tepec / Stražnik: uređenje i/ili popravak staza, izrada panoramskih karti s uključenim stazama, Starim gradom, kapelama i dr., postavljanje putokaza na križanjima staza, izrada prospekata s kartom i podacima o atrakcijama</li> <li>• Uređenje planinarskih domova u vlasništvu Grada (Okić, Oštrc, Veliki dol)</li> <li>• Uređenje 'zip line-a' s Vidikovca do Vugrinščaka</li> <li>• Razvoj mini skijališta i sanjkališta na Žumberku – Samoborskom gorju</li> <li>• Edukacija za specijalizirane vodiče</li> <li>• Povezivanje ruta sa smještajnom i ugostiteljskom ponudom</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kreiranje agencijske ponude vođenih tura prilagođenih pojedinim ciljnim skupinama</li> <li>• Razvoj 'Geocaching' ponude</li> </ul>
Komunikacija s tržištem	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promocija Samobora kao atraktivne i još uvijek neistražene destinacije za planinarenje, s posebnim fokusom na Zagreb i uže gravitacijsko područje (uključujući prekogranično)</li> <li>• Promocija planinarskih i pješačkih staza i lokalnom stanovništvu, s ciljem podizanja svijesti o vrijednosti vlastite prirodne i kulturne baštine</li> </ul>

## CIKLOTURIZAM

Cikloturizam obuhvaća sva turistička putovanja biciklom prema, preko i unutar područja destinacije, biciklističke izlete, rekreaciju uz biciklističke staze i rute, te sudjelovanje na biciklističkim manifestacijama. Kao što vrijedi i za druge sportsko-rekreativne aktivnosti na otvorenom u kontekstu suvremenih turističkih trendova, popularnost cikloturizma bilježi kontinuiran porast zbog sve veće orijentiranosti na zdrav život, boravak u prirodi, kao i potrebu za odmakom od stresa svakodnevnog života, pogotovo u urbanim područjima. Cikloturisti su gosti koje karakteriziraju: visoka platežna moć i spremnost na potrošnju, ali i rastući zahtjevi spram cikloturističkoj infrastrukturi i ponudi u destinaciji, posebno u segmentu prilagođene smještajne i ugostiteljske ponude (certificirani objekti).

Ciljne skupine	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mladi profesionalci (26-35) u svim oblicima cikloturizma, posebno u segmentu cestovnog (sportskog) biciklizma</li> <li>• Obitelji s djecom</li> <li>• Zrela dob (50-65)</li> <li>• Općenito populacija izraženije ekološke svijesti i višeg stupnja obrazovanja</li> </ul>
Pozicioniranje	Cikloturizam u Gradu zaštićene prirode s mnoštvom raznolikih prirodnih vizura i bogate kulture
Glavne atrakcije i sadržaji	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Savska biciklistička ruta (Državna ruta br. 2)</li> <li>• Međunarodna brdsko biciklistička utrka XCO Samobor</li> <li>• Biciklističke rute Grada Samobora (sedam ruta)</li> <li>• Županijska biciklistička ruta br. 1 Zagrebačke županije</li> </ul>
Razvoj proizvoda	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Razvoj cikloturizma uz državnu biciklističku rutu br. 2 'Sava', koja ima perspektivu prerastanja u EuroVelo rutu</li> <li>• Dovođenje radova na započetoj biciklističkoj stazi od Samobora do Svete Nedelje</li> <li>• Uređenje dodatnih biciklističkih staza na području Grada Samobora (prema mogućnostima)</li> <li>• Daljnje povezivanje cikloturističkih ruta i uređenje biciklističko-pješačkih ruta</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Opremanje ruta adekvatnim odmorištima i obogaćivanje ponude servisnim uslugama</li> <li>• Prilagodba smještajnih i drugih ugostiteljskih objekata specifičnim potrebama cikloturista</li> <li>• Izrada specijaliziranih aplikacija (GPS tehnologija)</li> </ul>
Komunikacija s tržištem	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Unapređenje informacija o cikloturističkoj ponudi Samobora kroz web portal Turističke zajednice grada (karte, pretraživanja, specijalizirane informacije)</li> <li>• Razvoj mobilne aplikacije u svrhu promocije i informiranja turista koji su u destinaciji (specijalizirane ili opće turističke)</li> <li>• Opća promocija Samobora kao glavne ili usputne cikloturističke destinacije na specijaliziranim portalima i društvenim medijima</li> </ul>

## LOV I RIBOLOV

Ribolovni, i osobito lovni turizam, turistički su proizvodi iznimno visoke vrijednosti po dolasku turista, koji se obraćaju specifičnim, uskim, i vrlo zahtjevnim tržišnim segmentima na turističkom tržištu. Lov i ribolov zasad ne čine važan dio ukupne turističke ponude grada Samobora. Međutim, zbog šumom bogatog područja Samoborskog gorja, postojanja aktivnih lovačkih društava i duge tradicije lova u Samoboru, kao temeljnih preduvjeta za razvoj ovakve vrste turizma, radi se o potencijalno perspektivnom turističkom proizvodu visoke dodane vrijednosti kojim bi se mogla obogatiti turistička ponuda destinacije.

Ciljne skupine	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zrela dob (55-65)</li> <li>• Profesionalci srednje dobi (35-55)</li> <li>• Pasionirani lovci</li> <li>• Pasionirani ribolovci</li> <li>• Udruge i lovačka društva</li> <li>• Ribolovna društva</li> </ul>
Pozicioniranje	Grad s dugom tradicijom lova s bogatim fondom divljači
Glavne atrakcije i sadržaji	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Državno lovište 'Žumberačka gora' Samobor</li> <li>• Lovna društva s pripadajućim lovačkim kućama ('Jastreb' Sv. Nedelja, 'Šljuka' Sv. Martin pod Okićem, 'Srna' Samobor, 'Vepar žumberački' Budinjak)</li> </ul>
Razvoj proizvoda	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Uređivanje lovišta</li> <li>• Razvoj i uvođenje proizvoda lovnog turizma u suradnji sa specijaliziranim agencijama i lovnim društvima</li> <li>• Razvoj platformi za ribolov</li> </ul>
Komunikacija s tržištem	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Usko fokusirana promocija kroz medije specijalizirane na lov i ribolov</li> </ul>

- Komunikacija prema udrugama i društvima specijaliziranim za lov i ribolov

## GASTRONOMSKI I VINSKI TURIZAM

### Gastronomski turizam

Gastronomski turizam je oblik turizma koji obilježavaju iskustva povezana s hranom i povezanim proizvodima i aktivnostima. Posljednjih godina vidljiv je veliki trend u rastu zanimanja za ovim proizvodom, kako na razini doživljaja u destinaciji tako i sve više na razini motiva putovanja. Hrana i piće idealan su medij za prezentaciju i 'pričanje priča' o povijesti, kulturi i autentičnosti nekog kraja. Popularnost hrane i tema vezanih uz hranu povezana je s trendom rasta zanimanja za zdravu prehranu, lokalne namirnice, sezonsku hranu i specijalitete jedinstvene za destinaciju koja se posjećuje.

Ciljne skupine	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zrela dob (55-65)</li> <li>• Mladi parovi (26-35)</li> <li>• Treća dob (65+)</li> <li>• Obitelji s djecom</li> <li>• <i>Foodies</i> (primarno motivirani gastronomskim putovanjima)</li> </ul>
Pozicioniranje Samobora	Destinacija kremšnita i jedinstvenih specijaliteta inspiriranih lokalnom tradicijom.
Glavne atrakcije i sadržaji	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Samoborska kremšnita</li> <li>• Samoborski bermet</li> <li>• Samoborska mustada</li> <li>• Samoborska češnofka</li> <li>• Medenjaci</li> </ul>
Razvoj proizvoda	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Oformiti grupu stručnjaka (renomirani <i>chefovi</i>, ugostitelji) i izraditi razvoj ponude lokalnih jela (jelovnici, načini prezentacije hrane, lokalne namirnice)</li> <li>• Osigurati ponudu kremšnita i lokalnih proizvoda/jela u svim restoranima u Samoboru</li> <li>• Unapređenje prezentacije kroz '<i>storytelling</i>' (posebno za tradicionalne proizvode)</li> <li>• Osmišljavanje i provedba programa edukacija za lokalne poduzetnike</li> <li>• Provedba posebnih promocijskih aktivnosti za 'marker' proizvode (kremšnite, bermet, mustarda i dr.)</li> </ul>
Komunikacija s tržištem	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Provedba imidž kampanja za gastronomsku ponudu Samobora</li> </ul>

### Turizam vina

Turizam vina, zajedno s lokalnom hranom, u funkciji je stvaranja jedinstvenih doživljaja kroz neposredni kontakt s domaćinima i stilom života. Pri posjetu vinskom području gosti očekuju različite vrste iskustava – uživanje u ambijentalnom okruženju vinograda, posjet vinskom podrumu, prezentacija proizvodnje i degustacija vina. Sve zajedno treba biti obogaćeno kvalitetnom prezentacijom (*'storytellingom'*), u najboljem slučaju od strane samih vinara. Sudjelovanje u berbi ili radovima u vinogradu ili samo hodanje kroz vinograde također može činiti dio doživljaja. Turizam vina pruža brojne koristi i za goste i za proizvođače. To su, među ostalim, povećanje prodaje vina, edukacija posjetitelja, privlačenje novih tržišnih segmenata kao i povezivanje, a time i valorizacija drugih prirodnih i kulturnih resursa u destinaciji.

Ciljne skupine	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zrela dob (55-65)</li> <li>• Treća dob (65+)</li> <li>• Mladi parovi (26-35)</li> </ul>
Pozicioniranje Samobora	Iskustvo vinskog turizma u Samoboru iskustvo je darova prirode koji nastaju pod suncem, ali i onog što je skriveno u zemlji
Glavne atrakcije i sadržaji	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Samoborska vinska cesta</li> <li>• Podrum Filipec</li> <li>• OPG-ovi i kušaonice vina</li> <li>• Rudnik Sv. Barbara i Grgosova špilja (atrakcije na vinskoj cesti)</li> </ul>
Razvoj proizvoda	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poticanje stvaranja kratkih lanaca opskrbe – snažnije povezivanje proizvođača s restoranima i ponuđačima usluga hrane i pića u destinaciji</li> <li>• Poticanje ponude specijaliziranih turističkih agencija za ture vinskog turizma (kao i uključivanje u postojeće na širem području, posebno Plešivice)</li> <li>• Povezivanje s vinskim cestama u okruženju</li> </ul>
Komunikacija s tržištem	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Razvoj <i>'storytellinga'</i> (baza)</li> <li>• Daljnja promocija vinskog turizma kroz online i offline aktivnosti</li> </ul>

### TRANZITNI TURIZAM

Tranzitni turizam usmjeren je na turiste koji se kreću kroz destinaciju do svog odredišta i kratko se zadržavaju u destinaciji s ciljem odmora, korištenja usluga ugostiteljstva te obilaska atrakcija. Tranzit putnika kroz samoborsko područje odvija se isključivo cestom. Samobor je udaljen pet kilometara od hrvatsko-slovenske granice, a prometnica najvišeg ranga A3 prolazi od Bregane rubnim dijelom Samobora prema Svetoj Nedelji. Značajan udio turista sklon je planirano ili spontano zaustaviti se u destinaciji, ukoliko su upoznati s postojanjem i ponudom usputnog mjesta ili atrakcije.

Ciljne skupine	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Putnici u tranzitu</li> </ul>
Pozicioniranje	'Must stop' destinacija na putu do odredišta
Glavne atrakcije i sadržaji	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ugostiteljska - gastronomska ponuda Samobora</li> </ul>

Razvoj proizvoda	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kulturno-povijesna i prirodna baštinska ponuda Samobora</li> <li>• Uspostaviti atraktivne prateće uslužne objekte: odmaralište, sanitarije, benzinska postaja, trgovina te ugostiteljski sadržaji kojima je moguće prići izravno s tranzitne prometnice</li> <li>• Kvalitetna prometna signalizacija</li> <li>• Pružanje informacija na stajalištima – učiniti informacije lako i jednostavno dostupne</li> <li>• Kvalitetna turistička signalizacija uz prometnice</li> <li>• Razvoj i ponuda kratkih itinerera</li> <li>• Kamp odmorišta</li> </ul>
Komunikacija s tržištem	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kvalitetna turistička signalizacija uz ključne prometne pravce</li> <li>• Promocija Samobora na ključnim emitivnim tržištima s kojih turisti dolaze cestovnim putem autocestom A3 i državnom cestom D231</li> </ul>

#### Ciljni potrošački segmenti

Polazeći od ciljeva turističkog razvoja Samobor bi trebao privlačiti širu paletu ciljnih potrošačkih segmenata. Kad je riječ o demografskim segmentima to su svakako mladi parovi (25-30), zrela dob (50-65), treća dob (65+), obitelji s djecom, ali i školska djeca.

Od ciljanih interesnih segmenata Samobor će privlačiti 'kulturnjake', cikloturiste, *foodiese*, turiste koje zanima ekologija i rekreacija u prirodi, vjerski turisti, tranzitni gosti. U nastavku se opisuju njihova glavna obilježja.

'Kulturnjaci'	Gosti motivirani kulturnim sadržajima putuju tijekom cijele godine. Veliko zanimanje pokazuju za svime autentičnim i onim što odražava lokalno nasljeđe. Posebno cijene kvalitetnu i interaktivnu interpretaciju, sudjelovanje u aktivnostima i edukativnu komponentu. Unutar ove grupe gostiju postoje različite razine interesa: od onih koji putuju isključivo motivirani kulturom, do onih kojima je to samo jedan segment cjelokupnog boravka.
Rekreativci	Riječ je o planinarima i cikloturistima, odnosno, svima onima koje zanimaju aktivnosti u prirodi i kojima fizička aktivnost i briga o zdravlju čini važan aspekt života i putovanja. Rekreativci mogu pripadati različitim dobnim skupinama, a uz kvalitetne i opremljene staze važnost pridaju čistoj prirodi, prilagođenim

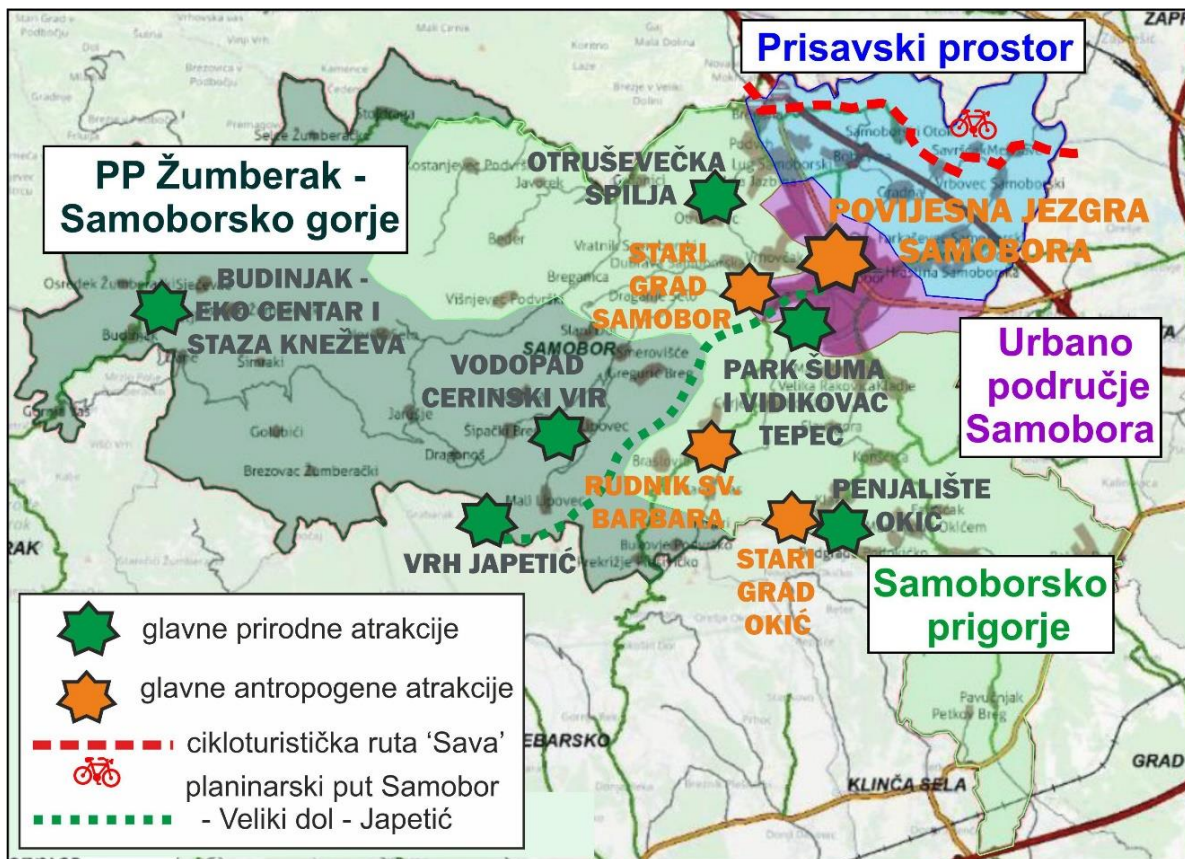


	vrstama smještaja i prehrane, autentičnim sadržajima i gostoljubivosti lokalnog stanovništva.
Eno-gastro turisti ( <i>foodies</i> )	Eno-gastro turisti putuju zbog gastronomskih doživljaja koji su im često cilj i svrha putovanja. I ovu grupu obilježavaju podsegmenti, od onih kojima je hrana motiv do onih kojima je samo element doživljaja. Zadnjih godina vidljiv je izrazit trend popularnosti hrane i vina pa je ovaj segment u stalnom porastu.
Ekoturisti	Ekoturisti su turisti koji su iznimno ekološki osviješteni s velikim interesom za zaštićena područja, edukaciju o njima i provođenje aktivnosti kojima se ne ugrožava priroda. To su aktivnosti poput hodanja u prirodi, učenja o jedinstvenim prirodnim fenomenima, promatranje ptica ili biljaka i slično.
Motivirani vjerom	Vjerska putovanja mogu obuhvatiti putovanja u vjerska središta ili putovanja na kojima se vjerska iskustva kombiniraju sa ostalim svjetovnim motivima. Vjerski motivi mogu biti različiti, od edukacije do potrebe za njegovanjem odnosa s Bogom ili duhovne obnove. Za vjerski turizam važna su mirna i opuštena mjesta.
Tranzitni gosti	Riječ je o gostima koji putuju u neke druge destinacije, ali planiraju ili trebaju skrenuti radi kraćeg obilaska neke značajnije atrakcije ili samo odmora i predaha. Obilasci se najčešće planiraju s ugostiteljskim sadržajima. Za to je potrebno imati kvalitetnu infrastrukturu kao i osigurati dobru informiranost gostiju.

## 6.5. Prostorna koncepcija razvoja

Područje grada Samobora ističe se izuzetnom raznolikošću na razmjerno malom prostoru, koji uključuje ravničarske prostore uz rijeku Savu na sjeveroistoku, brežuljkasto vinorodno područje u središnjem i južnom dijelu te gorsko područje Žumberka u sastavu Parka prirode Žumberak - Samoborsko gorje na zapadu. Uz ove, tri jasno definirane prirodne prostorne cjeline, izdvaja se i područje naselja Samobor na istočnom rubu administrativnog područja Grada, na prijelazu iz ravničarskog u brežuljkasti dio, koje kao prostor izrazito urbanih značajki, u kojem se odvija glavina turističkih aktivnosti zaslužuje poseban tretman. Na taj način izdvajaju se četiri fizionomski različite cjeline, odnosno turističke zone, od kojih svaka ima i različite mogućnosti razvoja turističkih aktivnosti.

Slika 6.5.1. Prostorne zone Samobora



Autor: Z. Klarić

Dvije najveće cjeline, na koje se odnosi 83 posto površine područja grada Samobora su: prostor u sastavu parka Žumberak-Samoborsko gorje i Samoborsko prigorje. I jedna i druga cjelina imaju površinu nešto veću od 100 četvornih kilometara, tako da zauzimaju nešto više od 40 posto administrativne površine grada Samobora. No, zbog većih

nadmorskih visina i udaljenosti od središta Samobora na prostor u sastavu Parka prirode odnosi se svega dva posto stanovništva, dok u prigorskom dijelu bez naselja Samobor živi više od 30 posto stanovnika. Na prisavski prostor odnosi se 10 posto površine i 22 posto stanovnika, a na naselje Samobor sedam posto površine administrativnog područja i čak 45 posto stanovništva. Ukoliko bi se ravničarskom dijelu pribrojio i urbani dio Samobora na njega bi se odnosilo oko 14 posto površine i više od dvije trećine stanovnika cijelog područja grada Samobora.

Tablica 6.5.1. Osnovni podaci o turističkim zonama na području Grada Samobora

	površina km <sup>2</sup>	broj stanovnika 2021.godine		broj naselja
		ukupno	na km <sup>2</sup>	
Urbano područje Samobora	17	16.911	994,8	1
PP Žumberak-Samoborsko gorje	106	684	6,5	27
Prisavski prostor	26	8.102	311,6	13
Samoborsko prigorje	102	11.738	115,1	37
UKUPNO	251	37.435	149,1	78

Izvori: Popis stanovništva, kućanstava i stanova u Republici Hrvatskoj 2021. godine

Na urbano područje Grada Samobora odnosi se glavnina turističkih atrakcija te smještajnih i ugostiteljskih sadržaja, a tu se odvija i većina turističkih aktivnosti koje se odnose na kulturno-povijesnu baštinu. Stoga se ova zona izdvaja kao prostor izletničkog, gradskog i kulturnog turizma s naglaskom na manifestacijama i gastronomiji. Osim ključnih antropogenih atrakcija povijesne jezgre Samobora, Samoborskog muzeja, Starog grada Samobor i crkvi Sv. Anastazije, Sv. Ane, Sv. Mihalja i Franjevački samostan, na urbano područje Samobora odnosi se i kupalište Vugrinščak te park šuma Tepec – Palačnik (Anindol) s vidikovcem Tepec kao jedna od važnijih prirodnih atrakcija. U središtu Grada na Trgu kralja Tomislava i njegovoj neposrednoj okolici odvija se i Samoborski fašnik te većina ostalih manifestacija, a uz njega se vežu i glavni gastronomski sadržaji i proizvodi (samoborske kremšnite, muštarda, češnjofke, bermet itd.).

Druga turistički najvažnija zona odnosi se na prigorski prostor koji se pruža zapadno i južno od središta Samobora. Odlikuje se slikovitošću uvjetovanom razvijenim reljefom s mnogo dubokih riječnih dolina i uzvisina s kojih se pružaju lijepi vidici. Tu se nalazi skoro polovica svih naselja na području Grada, većina atraktivnih planinarskih staza te skoro sve ostale važnije atrakcije i ugostiteljski sadržaji. Privlačnost ove zone upotpunjuju slikovita sela i vinogradi, zbog čega je Samoborsko prigorje jedna od najpopularnijih zona u okolici Zagreba za izgradnju vikendica. Atrakcije u prvom redu uključuju najatraktivniju planinarsku stazu Samobor - Oštrc - Japetić, Stari grad Okić s penjalištima i poučnom stazom, naselje Rude poznato po rudniku Sveta Barbara i rudarskoj greblici te Otruševečku spilju. Stoga se Samoborsko prigorje ističe kao izletnička destinacija

zasnovana na prirodnim atrakcijama, odnosno najpogodnija zona za razvoj pješačkog i planinarskog turizma, penjanja, cikloturizma i drugih oblika aktivnosti u prirodi.

Prostor u sastavu Parka prirode Žumberak - Samoborsko gorje je u turističkom pogledu znatno slabije valoriziran od prigorskog dijela. Glavni razlog za to nije njegova manja atraktivnost, već primarno udaljenost od Samobora i Zagreba i lošije prometne veze uvjetovane brdovitim reljefom i slabijom kvalitetom cesta. Kako se ovaj dio područja Grada Samobora većim dijelom nalazi na nadmorskim visinama iznad 500 metara nad morem izložen je snažnoj depopulaciji, što je vidljivo, ne samo iz rijetke naseljenosti, nego i iz vrlo malog prosječnog broja stanovnika pojedinih naselja. Naime, za razliku od prigorskog dijela gdje naselja u prosjeku imaju 320 stanovnika, ovdje naselja imaju manje od 30 stanovnika s tendencijom daljnjeg pada. Od važnijih pojedinačnih atrakcija ove zone ističu se naselje Budinjak s arheološkim nalazištem, poučnom stazom Kneževa i eko centrom, prostor oko najvišeg vrha Samoborskog gorja Japetića i slap Cerinski vir. Zbog izuzetne očuvanosti prirode i ugođaja mira ovaj je prostor pogodan za različite oblike ekoturizma, brdski biciklizam, a ne treba zanemariti ni kulturnu baštinu Žumberka s jedinstvenim grkokatoličkim crkvicama, Uskočkim muzejom u Stojdragi te gastronomsku baštinu, u prvom redu žumberački božićni kruh.

Preostala turistička zona uz rijeku Savu za sada nije gotovo uopće turistički valorizirana, iako se na nju odnosi 20 posto stanovnika područja Grada Samobora, a uračunaju li se i dijelovi urbanog područja Samobora u nizinskom prostoru i više od polovice. Kako se radi o prirodno manje atraktivnom ravničarskom prostoru u kojem nema značajnijih antropogenih atrakcija to je donekle i razumljivo. Ipak, Sava, kao najdulja hrvatska rijeka koja je velikim dijelom u prirodnom stanju, ima svoje čari, posebice dio oko Medsave gdje se prostire ornitološki rezervat i gdje vozi jedna od rijetkih tradicionalnih skela koje su još aktivne. Budući da uz rijeku Savu prolazi glavna državna cikloturistička br. 2 'Sava', koja bi uskoro trebala postati međunarodnom EuroVelo rutom i povezati tri glavna grada Ljubljanu, Zagreb i Beograd, ova zona ima veliku perspektivu u razvoju cikloturizma. Tome će dodatno doprinijeti aktualna izgradnja biciklističke staze Zagrebački 'Greenway' uz Savu od granice sa Slovenijom kod Bregane preko Zagreba do Lijevo Dubrovčaka na granici Zagrebačke i Sisačko-moslavačke županije. Prisavski prostor ima ključnu ulogu i kada je riječ o povezivanju turističke ponude grada Samobora sa susjednim prostorima, koji osim grada Zagreba uključuju i Brežice sa Čateškim toplicama i Mokricama u susjednoj Sloveniji, a preko skele u Medsavama i Zaprešić kao polaznu točku glavne regionalne cikloturističke rute Br. 1 Zagrebačke županije.

## 7. OPERATIVNE STRATEGIJE I MJERE





Strategijom se predviđaju četiri operativne strategije povezane s prethodno definiranim ciljevima turističkog razvoja. Za svaku od razvojnih strategija predviđaju se mjere i unutar njih određene aktivnosti.

Razvojne strategije	Podizanje kvalitete destinacijskog doživljaja	Unapređenje smještajne i druge uslužne ponude	Unapređenje organizacije i upravljanja	Jačanje turističkog imidža
Mjere	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Razvoj turističke infrastruktura</li> <li>• Uređenje destinacije</li> <li>• Razvoj proizvoda</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Unapređenje smještajne ponude</li> <li>• Unapređenje eno-gastronomske ponude</li> <li>• Unapređenje trgovačke/suvenirne ponude</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Unapređenje destinacijskog menadžmenta</li> <li>• Ljudski resursi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Imidž projekti</li> <li>• Komunikacijske aktivnosti</li> </ul>

**Podizanje kvalitete destinacijskog doživljaja** podrazumijeva mjere koje se odnose na aktivnosti razvoja turističke infrastrukture, razvoja turističkih proizvoda kao i uređenja destinacije, budući da slikovitost i ambijentalnost destinacije čini jednu od najvećih komparativnih prednosti Samobora. Kad je riječ o razvoju infrastrukture Grad Samobor u okviru razvojne strategije planira poduzeti niz infrastrukturnih projekata, od kojih će većina u velikoj mjeri pridonijeti ukupnoj kvaliteti turističkog boravka u Gradu. Stoga se ovom Strategijom također podržavaju i ti projekti.

**Strategija unapređenja smještajne i druge uslužne ponude** usmjerena je na prevladavanje nedostatka smještajne ponude i podizanje kvalitete gastronomske, suvenirne i druge uslužne ponude. Ovom se strategijom predviđaju tematizirani novi smještajni kapaciteti usmjereni na posebne tržišne niše. Također, s obzirom da Samobor ima veliki potencijal za razvoj enogastronomske ponude, posebne se aktivnosti predviđaju za veće iskorake prema tržištu *foodies* i generalno turista koje privlači ovaj oblik ponude i čini važan dio ukupnog turističkog doživljaja.

**Unapređenje organizacije i upravljanja** podrazumijeva aktivnosti u području destinacijskog menadžmenta, posebno jačeg povezivanja dionika i provedbe zajedničkih aktivnosti na razvoju proizvoda. To ujedno podrazumijeva i unapređenje ljudskih resursa u vještinama vezanih uz turizam, i to u sferi javnog sektora kao i kontinuiranu edukaciju za privatni sektor.

Samobor kao turistička destinacija stekla je imidž koji aktivnostima u predstojećem razdoblju treba jačati, stoga se određen broj mjera odnosi na **jačanje turističkog imidža**. Posebno se to odnosi na pozicioniranje Samobora na širem turističkom tržištu i tržištu u

tranzitu, za koji se očekuje da će se povećati ulaskom Hrvatske u schengenski prostor. Također je važno istaknuti kako se očekuje da Samobor osim pozicije nezaobilazne izletničke destinacije zauzme poziciju i destinacije višednevnog boravka, za što će također, uz povećanje smještajnih kapaciteta, trebati jačanje turističkog imidža.

### 7.1. Podizanje kvalitete destinacijskog doživljaja

#### MJERA: Unapređenje turističke infrastrukture

<b>Aktivnost:</b>	<b>Upravljanje povijesnom jezgrom Samobora</b>						
<b>Cilj:</b>	Očuvanje i održivo upravljanje gradskom jezgrom						
<b>Opis:</b>	<p>Gradska jezgra Samobora zahtijeva kontinuiranu brigu i zaštitu kao i poticanje obnove i uređenja javnih i privatnih objekata. Iako je spomenički fond u dobrom stanju još uvijek postoje zapuštene i dotrajale građevine. Ovim se projektom predlaže izrada strategije upravljanja povijesnom jezgrom s ciljem revitalizacije gradske jezgre, kako u smislu obnove, tako i u smislu osmišljavanja sadržaja u ovom visokovrijednom prostoru. Cilj je obnoviti građevinski fond, očuvati okoliš, voditi brigu o organizaciji prometa i prometa u mirovanju. Uz to, upravo je to dio grada koji može osigurati dinamiku za život građana, ali i boravak turista.</p> <p>Ovim bi se projektom osmislilo korištenje prostora, odnosno, sadržajno bi se programirao cijeli prostor što bi uključivalo korištenje jezgre, obnovu fasada, pješačke zone, trgovačke sadržaje, hortikulturno uređenje, uređenje dvorišta i sl.</p>						
<b>Provedbeni koraci:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Osmišljavanje projekta (izrada projektnog zadatka)</li> <li>• Provedba natječaja i izrada strategije</li> <li>• Implementacija strategije</li> </ul>						
<b>Nositelj:</b>	Grad Samobor						
<b>Ostali uključeni dionici:</b>	<p>Urbanisti i arhitekti</p> <p>Turistička zajednica grada Samobora</p> <p>Lokalno stanovništvo</p>						
<b>Vrijeme provedbe:</b>	2023.	2024.	2025.	2026.	2027.	2028.	2029. 2030.
<b>Razina prioriteta:</b>	visoka						

<b>Aktivnost:</b>	<b>Centar za posjetitelje</b>							
<b>Cilj:</b>	Unapređenje informiranja gostiju i načina obilaska grada							
<b>Opis:</b>	<p>Centar za posjetitelje predstavlja 'točku' gdje se turiste priprema za obilazak destinacije i upućuje na sve glavne atrakcije, sukladno njihovim interesima, te je ujedno i mjesto iskazivanja dobrodošlice. Centar za posjetitelje, ovisno o veličini i konceptu, može, putem različitih medija (izložbe, projekcije, karte i sl.), upoznati turiste i posjetitelje sa svim mogućnostima boravka i doživljaja destinacijskih atrakcija. Osim toga, to su mjesta na kojima se gosti, osim prikupljanja informacija, mogu opustiti.</p> <p>Centar za posjetitelje važno je locirati u zoni okupljanja posjetitelja, odnosno ishodišta od kojeg gosti kreću u obilazak.</p> <p>Centar može biti i mjesto povremenih izložbi, mjesto na kojima se gostima prezentiraju atrakcije na inovativan način (nove tehnologije), prezentiraju/prodaju suveniri, savjetuje kako i na koji način provesti vrijeme i sl.</p>							
<b>Provedbeni koraci:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Definiranje lokacije Centra za posjetitelje</li> <li>• Izrada koncepta poslovanja i sadržaja Centra (projektni zadatak kojim se osmišljava i interijer)</li> <li>• Program osposobljavanja trajnih i privremenih djelatnika (vezano uz dane kada očekuje velik broj turista)</li> <li>• Izrada sustava kretanja turista (kao jedna od funkcija Centra)</li> <li>• Opremanje i realizacija</li> </ul>							
<b>Nositelj:</b>	Turistička zajednica grada Samobora							
<b>Ostali uključeni dionici:</b>	Grad Samobor Odgovarajuće gradske službe Drugi dionici							
<b>Vrijeme provedbe:</b>	2023.	2024.	2025.	2026.	2027.	2028.	2029.	2030.
<b>Razina prioriteta:</b>	nižeg prioriteta							
<b>Aktivnost:</b>	<b>Izgradnja/unapređenje infrastrukture za razvoj kulturnog turizma</b>							
<b>Cilj:</b>	Unaprijediti ponudu kulturnog turizma							
<b>Opis:</b>	<p>Grad Samobor u razvojnim dokumentima planira projekte kojima će se znatno unaprijediti ponuda kulturnog turizma. To su:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Rekonstrukcija muzeja i galerije</li> <li>- Izgradnja ljetne pozornice</li> <li>- Uređenje starog vlaka Samoborčeka</li> </ul>							



- Izgradnja/uređenje koncertne sale/dvorane

**Rekonstrukcija muzeja i galerije.** Muzej i galerija predstavljaju važan dio ponude kulturnog doživljaja Grada, ali u ovome trenutku ne zadovoljavaju potrebe suvremene potražnje, ponajviše u smislu prezentacijskog dijela koji je potrebno unaprijediti i uskladiti s trendovima suvremene prakse (korištenje novih tehnologija, višejezičnost u prezentaciji, interaktivnost, sudjelovanje i sl.). Stoga će realizacija ovog projekta u znatnoj mjeri pridonijeti privlačnosti za obilazak i time upoznavanje destinacije i njene povijesti s naglaskom na doživljajne elemente.

**Izgradnja ljetne pozornice.** Realizacijom ovog projekta stvorit će se platforma za mnoštvo novih događanja, posebno koncerte i predstave. Ljetna pozornica omogućit će unošenje 'nove dinamike' u gradski život, koji će turisti i tijekom posjeta moći osjetiti.

**Uređenje starog vlaka Samoborčeka.** Vlak Samoborček predstavlja simbol nekadašnjeg način života i 'platformu' za brojne turističke priče i zanimljivosti. Riječ je o lokomotivi i dva vagona koja su smještena u Južnom naselju i koji svjedoči o pruzi (uskotračna željeznica s jednom prugom) koja je od 1901. do 1971. povezivala Samobor sa Zagrebom.

**Izgradnja/uređenje koncertne sale/dvorane.** Koncertna sala/dvorana bi osim podizanja kvalitete života lokalnog stanovništva kroz organizaciju koncerata privlačila turističko tržište i pridonijela kvaliteti boravka turista u Samoboru.

<b>Provedbeni koraci:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Projekti su sastavni dio Strategije razvoja grada Samobora, a zahtijevaju detaljnu razradu dokumentacije, određivanje načina financiranja, natječaj i odabir izvođača</li> <li>Po završetku, svaka od ovih atrakcija promovirat će se kroz aktivnosti Turističke zajednice grada Samobora</li> </ul>
<b>Nositelj:</b>	Grad Samobor
<b>Ostali uključeni dionici:</b>	Ministarstvo kulture RH Ministarstvo turizma i sporta Turistička zajednica grada Samobora
<b>Vrijeme provedbe:</b>	2023. 2024. 2025. 2026. 2027. 2028. 2029. 2030.
<b>Razina prioriteta:</b>	visoka
<b>Aktivnost:</b>	<b>Tematizacija i uređenje/interpretacija staza za šetnje /pješačenje ('Vrazova Ljubica')</b>
<b>Cilj:</b>	Unapređenje ponude kulturnog turizma

<b>Opis:</b>	<p>Samobor s okolicom nudi nekoliko tematiziranih staza za obilazak usmjerenih prema tržišnim nišama različitih interesa. Jedna od njih je 'Ekološka poučna staza Otruševac na kojoj šetnja traje oko 90 minuta i na kojoj gosti mogu nešto više doznati o prirodnim fenomenima ovog kraja (šume, vidikovci, sela, vinogradi, špilja). Osim toga, tu je i 'Šetnja s razgledavanjem', 'Rekreativna šetnja', 'Romantična šetnja', kao i 'Dječja šetnja'. S obzirom da su šetnje Samoborom i okolicom iznimno bogate lijepim vizurama, pričama i legendama, moguće je formirati veći broj tematskih obilazaka i time još više potaknuti goste na šetnje i upoznavanje povijesti i kulture Samobora.</p> <p>Riječ je o tematizaciji staza kojima se objedinjuju glavne atrakcije povezujući ih kroz jedinstvenu i zvučnu temu. Posebno zanimljiva tema je 'Vrazova Ljubica' koja se kroz 'storytelling' može ponuditi gostima različitih dobnih skupina, a koji žele iskusiti Samobor kroz povijest, priču i doživljaj obogaćen stvarnim događajima iz povijesti. Staza se nadovezuje i na Festival ljubavne poezije (književni susret) koji se već nekoliko desetljeća održava u Samoboru i okuplja renomirane književnike i pjesnike. Stazu je potrebno interpretirati, osmisлити doživljaje koji uključuju goste u aktivnosti, obogatiti je gastronomskim doživljajima ponudom suvenira, mogućnostima kupnje lokalnih proizvoda i sl.</p> <p>Tematske staze mogu se promovirati kroz sve aktivnosti turističke zajednice te nuditi kroz (izletničke) programe turističkih agencija ili za individualni obilazak.</p> <p>Osim ' Vrazove Ljubice' moguće je realizirati tematske staze 'Putevima tradicije i obrtništva', 'Slatki gušti' i sl.</p>
<b>Provedbeni koraci:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Istražiti moguće teme i lokacije za interpretaciju</li> <li>• Odrediti interpretaciju</li> <li>• Promovirati ture</li> </ul>
<b>Nositelj:</b>	Turistička zajednica grada Samobora
<b>Ostali uključeni dionici:</b>	<p>Pučko otvoreno učilište Samobor</p> <p>Grad Samobor</p> <p>Muzej grada Samobora</p>
<b>Vrijeme provedbe:</b>	2023. 2024. 2025. 2026. 2027. 2028. 2029. 2030.
<b>Razina prioriteta:</b>	srednja

**MJERA: Unapređenje turističkog proizvoda**

<b>Aktivnost:</b>	<b>Plan razvoja turizma događanja</b>
<b>Cilj:</b>	Stvaranje diversifikacijskog sustava turističkih doživljaja i povećanje turističke atraktivnosti
<b>Opis:</b>	<p>Uloge turističkih događanja mogu biti različite, od toga da obogaćuju boravak posjetitelja i turista, od toga da potiču njihov dolazak (posebno novih segmenata) do toga da promoviraju posebitosti Grada. U Samoboru se tijekom godina organizira širok spektar različitih događanja, od kojih neki privlače velik broj posjetitelja. Centralnu manifestaciju svakako čini 'Samoborski fašnik' koji je jedan od glavnih 'ikona' prepoznatljivosti Samobora kao turističke destinacije. Međutim, tu je još velik broj drugih događanja koji imaju potencijal snažnijeg uključivanja u turističku ponudu i koji također mogu pridonijeti imidžu Samobora.</p> <p>Ovim se projektom želi osmisliti godišnji plan događanja kojim bi se, na optimalan način (vremenski i kapacitetom), iskoristile glavne atrakcije Samobora.</p> <p>Neka od događanja koja potencijalno mogu prerasti u zanimljive programe su, primjerice, Program Mohorovičić, koji se odvija od 2018. godine, a koji se sastoji od znanstveno-edukativnih događanja s ciljem povezivanja kulture i sporta i popularizacije STEM područja (Ljetna i zimska Samoborska škola znanosti i tehnologije sa izložbama i radionicama koje se realiziraju u suradnji udruge SURLA sa Samoborskim muzejom i POU Samobor uz podršku Grada Samobora i drugih institucija). Isto tako, moguće je ojačati tematske gastronomske manifestacije koje bi bile u funkciji pozicioniranja Samobora i kao nezaobilazne gastronomske destinacije. Svakako valja spomenuti i Festival ljubavne poezije koji se održava već više od trideset godina, ali i brojni drugi.</p>
<b>Provedbeni koraci:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identifikacija svih postojećih događanja i njihova valorizacija u smislu ekonomskog, kulturnog i društvenog doprinosa</li> <li>• Identifikacija mogućnosti za razvoj novih događanja koja će podržati turističku orijentaciju Samobora</li> <li>• Klasifikacija događanja po turističkom značaju s ciljem definiranja nekoliko <i>hallmark</i> događanja koja će biti u funkciji privlačenja šire turističke potražnje</li> <li>• Identifikacija sustava podrške događanjima (financijska, promotivna, organizacijska i sl.)</li> <li>• Definiranje sustava praćenja kvalitete (evaluacija), odnosno, istraživanja posjetitelja i, sukladno tome, unapređivanja događanja</li> </ul>

<b>Nositelj:</b>	Turistička zajednica grada Samobora i Grad Samobor
<b>Ostali uključeni dionici:</b>	Organizatori događanja
<b>Vrijeme provedbe:</b>	2023. 2024. 2025. 2026. 2027. 2028. 2029. 2030.
<b>Razina prioriteta:</b>	visoka
<b>Aktivnost:</b>	<b>Unapređenje smeđe turističke signalizacije i interpretacije</b>
<b>Cilj:</b>	Informiranje posjetitelja o kretanju unutar destinacije te promocija pojedinačnih atrakcija
<b>Opis:</b>	Turistička signalizacija odnosi se na putokaze za turističke atrakcije i objekte, a interpretacija na sadržaj kojim se objašnjava značaj nekog lokaliteta. Izuzetno su važni za sadržaj svake destinacije, jer pomažu orijentaciji gostiju u prostoru, percepciji sadržajnosti destinacije kao i ukupnom zadovoljstvu boravkom. Zbog toga je potrebno kontinuirano unapređenje/održavanje i nadopuna postojeće signalizacije i interpretacije.
<b>Provedbeni koraci:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Izraditi bazu postojeće signalizacije i interpretacije</li> <li>• Usuglasiti lokacije (eventualno s privatnim objektima)</li> <li>• Odrediti atrakcije koje nisu u sustavu interpretacije (npr. vidikovci, kulturna baština, prirodna baština, lokacije iz filmova i serija i sl.)</li> <li>• Odrediti elemente jedinstvenog dizajna i standarde izrade interpretacijskih tabli (načini prezentacije, veličina, stil, oblici, boje, materijal, jezici i dr.)</li> <li>• Utvrditi plan i sredstva održavanja</li> </ul>
<b>Nositelj:</b>	Turistička zajednica grada Samobora
<b>Ostali uključeni dionici:</b>	Grad Samobor Institucije u kulturi Privatni sektor
<b>Vrijeme provedbe:</b>	2023. 2024. 2025. 2026. 2027. 2028. 2029. 2030.
<b>Razina prioriteta:</b>	visoki
<b>Aktivnost:</b>	<b>Dizajn destinacije Samobor</b>
<b>Cilj:</b>	Kontinuirano unapređenje estetike destinacije
<b>Opis:</b>	Ova aktivnost odnosi se na daljnje očuvanje svih elemenata ambijentalnosti i uređenja javnog i privatnog prostora u Samoboru. Način oblikovanja stambenih jedinica i vanjskih prostora uvelike utječe na cjelokupnu sliku destinacija. Zbog toga je važno s puno pažnje pristupiti izboru materijala, boja, oblika i svih drugih sastavnica važnih za

stvaranje ambijentalnosti. Riječ je, primjerice, o sljedećem: boje, oblici i materijali vanjske stolarije, priključci električne struje, pročelja zgrada i kuća, boje fasada, pokrovi, oglašavanje u prostoru, izlozi, uređenje okoliša, hortikultura te druge važne teme za stvaranje vizura i ugone prostora. Za poticanje svijesti o važnosti estetike za Samobor moguće je izraditi priručnik te provoditi edukacije vezane uz tu temu.

<b>Provedbeni koraci:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Okupiti stručnjake iz područja prostornog planiranja, arhitekture, oblikovanje pejzaža te stručnjake za energetska učinkovitost</li> <li>• Izraditi priručnik savjetodavnog karaktera koji bi kombinacijom teksta i slikovnih ilustracija, jednostavno pisan, kratko i sažeto koncipiran i prikladnog formata bio dostupan na stranicama Grada i Turističke zajednice grada Samobora</li> <li>• Organizirati edukativne radionice na pojedine teme (elementi tradicijske gradnje, uređenje vrsta autohtonim biljem i sl.)</li> </ul>
<b>Nositelj:</b>	Grad Samobor
<b>Ostali uključeni dionici:</b>	Turistička zajednica grada Samobora Stručnjaci iz područja prostornog planiranja, arhitekture, oblikovanja pejzaža i dr.
<b>Vrijeme provedbe:</b>	2023. 2024. 2025. 2026. 2027. 2028. 2029. 2030.
<b>Razina prioriteta:</b>	visoki

## 7.2. Unapređenje smještajne i druge uslužne ponude

### SMJEŠTAJNA PONUDA

<b>Aktivnost:</b>	<b>Izgradnja tematiziranih hotelskih objekata sa sadržajima (wellness sadržaji, bike hoteli ili poslovnih 'MICE')</b>
<b>Cilj:</b>	Unapređenje strukture smještajnih kapaciteta i stvaranje preduvjeta za razvoj višednevnog turizma
<b>Opis:</b>	<p>Na teritoriju Samobora, bez obzira na turistički potentnu resursno-atraksijsku osnovu, nije bilo izraženijeg interesa privatnog sektora za izgradnju novih hotelskih objekata moguće radi snažnog izletničkog imidža Samobora. Takvu percepciju potrebno je postupno, ali odlučno mijenjati kako bi Samobor postao prepoznat kao stacionarna turistička destinacija.</p> <p>Ponuda hotelskog smještaja, osobito ako je prikladno tematizirana i sadržajno dobro osmišljena, u objektima zadovoljavajuće kvalitete, preduvjet je razvoja stacionarnog turizma, povlači za sobom povećanje</p>

kvalitete ostale uslužne ponude u okruženju, te tako aktivno pridonosi imidžu turističke destinacije i njezinom tržišnom (re)pozicioniranju.

Aktivnost se odnosi na izgradnju srednje velikog hotela (50 – 100 smještajnih jedinica) na području naselja Samobor te određenog broja manjih 'boutique' hotela (do 50 smještajnih jedinica) smještenih u blizini ključnih prirodnih atrakcija, značajnijih biciklističkih ruta - Državne rute br. 2 i potencijalne EuroVelo rute Sava, te mjesta koja već ostvaruju određena noćenja na godišnjoj razini poput Samobora, Hrastine Samoborske, Rakovog Potoka, Male Jazbina, Kladja, Klaka i drugih. Pročišćeni tekst odredbi za provođenje Prostornog plana Zagrebačke županije predviđa izgradnju hotela do 100 kreveta u Samoborskom polju (Grad Samobor, Hrastine Samoborske i Domaslovec), u sklopu golf igrališta, koji do danas nije započet.

Treba naglasiti da će brzina realizacije aktivnosti uvelike ovisiti o osiguravanju prikladnog i poticajnog načina financiranja svakog pojedinog projekta privatnim investitorima, pri čemu bi ključnu ulogu mogao imati HBOR. Izrada projektnog zadatka i raspisivanje natječaja financiraju se iz sredstava Grada, dok je za izvođenje projekta odgovoran privatni investitor.

<b>Provedbeni koraci:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Utvrđivanje najpogodnijih lokaliteta za izgradnju hotelskih objekata (u naselju Samobor i na lokacijama u blizini ključnih atrakcija i turističkih proizvoda)</li> <li>• Prilagođavanje postojeće prostorno-planske dokumentacije (veličina, struktura i kvaliteta te prostorni razmještaj)</li> <li>• Rješavanje imovinsko-vlasničke problematike, odnosno otkup i infrastrukturno opremanje zemljišta, u slučaju da se ne radi o javnom vlasništvu</li> <li>• Priprema natječaja za prikupljanje projektnih ponuda s detaljnim opisom projektnog zadatka</li> <li>• Osiguranje investicija za realizaciju projekta</li> <li>• Pribavljanje svih potrebnih dozvola i provedba javnog natječaja i izbor najboljeg ponuđača – izvođača građevinskih i ostalih radova</li> <li>• Izgradnja i uređenje do faze spremnosti stavljanja u tržišnu upotrebu i osiguranje dostatne radne snage</li> </ul>
---------------------------	--

<b>Nositelj:</b>	Grad Samobor u suradnji s privatnim sektorom
------------------	--

<b>Ostali uključeni dionici:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Turistička zajednica grada Samobora</li> <li>• HBOR, EU fondovi, Ministarstvo turizma i sporta</li> <li>• Turistički konzultanti</li> <li>• Privatni poduzetnici</li> </ul>
----------------------------------	--

<b>Vrijeme provedbe:</b>	2023.	2024.	2025.	2026.	2027.	2028.	2029.	2030.
<b>Razina prioriteta:</b>	Visoka							

<b>Aktivnost:</b>	<b>Unapređenje i rast inovativne održive kamp ponude</b>
<b>Cilj:</b>	Unapređenje strukture smještajne ponude
<b>Opis:</b>	<p>Ukupna smještajna ponuda cijelog projektnog područja skromna je u odnosu na turistički potencijal najznačajnijih prirodnih atrakcija u područjima turistički slabo valoriziranih ruralnih dijelova Grada. Jedan je to od razloga zašto se turisti ne odlučuju za višednevni odmor na području Samobora. Ujedno, to nameće i potrebu za ponudom ekološki nenametljive, tematizirane i infrastrukturno manje zahtjevne smještajne vrste koje će se uklopiti u prirodno vrijedno i zaštićeno područje.</p> <p>Kao rješenje nameće se izgradnja nekoliko manjih eko-kampova primjerene opremljenosti i kvalitete. Pritom treba voditi računa o izboru najboljih mikrolokacija za svaki kamp. Pročišćeni tekst odredbi za provođenje Prostornog plana Zagrebačke županije predviđa izgradnju kampova do 200 kreveta u Samoborskom polju, što do danas nije započeto, kao i na području Parka prirode s najvećim smještajnim kapacitetom do 30 kreveta uz glavne ulaze u park prirode i unutar površina sportsko-rekreacijske namjene. Radi potencijala tranzitnog turizma, poželjno je razmotriti lokaciju u blizini graničnog prijelaza Bregana i ključnih tranzitnih prometnica za kamp odmorište.</p> <p>Projekt bi trebao biti potpomognut proračunskim sredstvima grada kao bespovratnim sredstvima u periodu provjere tržišne održivosti i financijske isplativosti. I u ovom slučaju valja naglasiti da će brzina i obuhvat realizacije aktivnosti ovisiti i o osiguravanju poticajnog načina financiranja svakog pojedinačnog investicijskog poduhvata, pri čemu bi ključnu ulogu trebao imati HBOR. Izrada projektnog zadatka i raspisivanje natječaja financiraju se iz sredstava Grada, dok je za izvođenje projekta odgovoran privatni investitor.</p>

<b>Provedbeni koraci:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Definiranje turistički najpotentnijih mikrolokacija u javnom vlasništvu koje su, u prostorno-planskom smislu, predviđene za turistički razvoj</li> <li>• Izrada najboljih koncepta korištenja za izabrane lokacije što uključuje određenje bitnih elemenata (veličina, struktura i kvaliteta te prostorni razmještaj) poželjnih sadržaja turističke ponude</li> <li>• Provjera tržišne održivosti i financijske isplativosti željenog razvojnog koncepta svake od izabranih lokacija</li> <li>• Infrastrukturno opremanje svake od definiranih mikrolokacija</li> <li>• Priprema projektne dokumentacije za raspisivanje javnog natječaja za prikupljanje ponuda</li> <li>• Pribavljanje svih potrebnih dozvola te provedba javnog natječaja, izbor najboljeg ponuđača</li> <li>• Izgradnja i uređenje do faze spremnosti stavljanja u tržišnu upotrebu</li> </ul>
<b>Nositelj:</b>	Grad Samobor u suradnji s privatnim sektorom
<b>Ostali uključeni dionici:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Turistička zajednica grada Samobora</li> <li>• HBOR, EU fondovi, Ministarstvo turizma i sporta</li> <li>• Turistički konzultanti</li> <li>• Privatni poduzetnici</li> </ul>
<b>Vrijeme provedbe:</b>	2023. 2024. 2025. 2026. 2027. 2028. 2029. 2030.
<b>Razina prioriteta:</b>	Visoka
<b>Aktivnost:</b>	<b>Podizanje kvalitete obiteljskog smještaja</b>
<b>Cilj:</b>	Osiguranje sadržajnog i poticajnog boravka u obiteljskom smještaju visoko-kvalitetne i personalizirane usluge
<b>Opis:</b>	<p>Obiteljski smještaj (turistički apartmani, sobe, smještaj na OPG-ovima, ruralne kuće za odmor) čini značajan dio ukupno raspoloživih, statistički registriranih, komercijalnih smještajnih kapaciteta Samobora. Radi se o smještaju različite razine kvalitete u vlasništvu fizičkih osoba različite osposobljenosti za pružanje turističko-ugostiteljskih usluga.</p> <p>U cilju unapređenja kvalitete i tržišne pozicije obiteljskog smještaja na području Samobora, trebalo bi odrediti mjere i aktivnosti unapređenja istog, s naglaskom na ekološki i socijalno odgovorno poslovanje. Dizanje razine postojećih znanja, vještina i informiranosti te razine kvalitete i sadržajnosti smještajnih kapaciteta obiteljskog smještaja nameće se kao prioritet.</p>



**Provedbeni koraci:** Operacionalizacija aktivnosti trebala bi se temeljiti na osiguravanju periodične edukacije vlasnika u cilju usvajanja novih znanja i vještina, te informiranja, minimalno svakih pet godina, u području:

- Upravljanja prodajnim kanalima i cijenom
- Promocije
- Upravljanja odnosima s gostima kako bi se osiguravalo pružanje kvalitete usluge
- Ponude destinacije radi osiguranja preporuka gostima i pričanja priča kojima bi se utjecalo na produljenje boravka gostiju u destinaciji
- Suradnja s drugim turističkim poduzetnicima u smislu stvaranja složenih turističkih proizvoda
- Financijskog praćenja poslovanja i izvještavanja
- Praćenja trendova u ponudi i opremanju smještajnih kapaciteta

Nadalje, operacionalizacija aktivnosti trebala bi uključivati podizanje kvalitete smještajne ponude te ponude dodatnih usluga gostima poput bazena, jacuzzija, doručka i slično.

<b>Nositelj:</b>	Turistička zajednica grada Samobora, Grad Samobor i vlasnici obiteljskog smještaja
<b>Ostali uključeni dionici:</b>	Turistički konzultanti Privatni poduzetnici
<b>Vrijeme provedbe:</b>	2023. 2024. 2025. 2026. 2027. 2028. 2029. 2030.
<b>Razina prioriteta:</b>	Visoka

<b>Aktivnost:</b>	<b>Poticanje rasta broja smještajnih kapaciteta</b>
<b>Cilj:</b>	Unapređenje strukture smještajnih kapaciteta i stvaranje preduvjeta za ubrzavanje razvoja višednevnog turizma
<b>Opis:</b>	<p>Velik dio Grada Samobora odnosi se na slabije naseljeni, izrazito atraktivan i ekološki očuvani ruralni prostor, izuzetno pogodan za razvoj različitih oblika turizma posebnih interesa. Aktivniji pristup turističkom razvoju ovog dijela projektnog područja mogao bi pridonijeti postupnoj ekonomskoj i demografskoj revitalizaciji.</p> <p>Kao posebno interesantna područja nameću se ruralna područja Samobora, prije svega sela i zaseoci smješteni u Parku prirode Žumberak – Samoborsko gorje, ali i u drugim mjestima s turističkim atrakcijama i uz važnije cestovne pravce za turiste u tranzitu. Osim pružanja usluge smještaja i prehrane te utočišta za bijeg od svakodnevnog stresa, ovi objekti mogu ponuditi sve aktivnosti koje prirodno, ekološki očuvano</p>

okruženje omogućuje. Jačanjem kritične mase malih, obiteljski vođenih smještajnih objekata pridonijelo bi jačanju interesa za višednevnim boravkom u Samoboru.

Radi povećanja ekonomskih učinaka (veće prosječne zauzetosti, veće prosječne cijene, veće profitabilnosti, bržeg povrata uloženi sredstava), a sukladno zakonskim mogućnostima, moguće je realizirati manji broj integralnih/difuznih hotela na području pojedinih naselja Samobora. Time bi se omogućilo kvalitativno ujednačavanje ponude obiteljskog smještaja, što bi se pozitivno odrazilo na imidž i konkurentnost smještajne ponude manjih naselja.

<b>Provedbeni koraci:</b>	<p>Operacionalizacija projekta sastoji se od sljedećih međusobno povezanih faza:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Definiranje uvjeta i prostorno-planskih ograničenja poželjne izgradnje</li> <li>• Izrada idejnog rješenja razvojnog koncepta za svaki pojedini objekt, analiza njegove tržišne održivosti i financijske isplativosti</li> <li>• Prezentiranje projekta potencijalnim privatnim investitorima te podizanje njihove razine znanja i vještina radi motiviranja na unapređenje te pronalaženja mogućih rješenja za pokretanje procesa prilagodbe postojećih smještajnih kapaciteta</li> <li>• Pribavljanje svih potrebnih dozvola te osiguranje investicija pri čemu ključnu ulogu trebaju preuzeti Grad Samobor i HBOR</li> <li>• Konkretno investicije u smislu građevinskih radova, opremanja, osiguranja potrebne radne snage i drugo</li> <li>• Stavljanje na tržište unaprijeđenog smještajnog objekta što može uključivati repositioniranje, prilagodbu novim tržišnim segmentima, korištenje drugih prodajno-promotivnih kanala i ostalo za što je potrebno osigurati adekvatnu edukaciju.</li> </ul>
<b>Nositelj:</b>	Grad Samobor u suradnji s privatnim poduzetnicima i Turističkom zajednicom grada Samobora
<b>Ostali uključeni dionici:</b>	<p>HBOR Ministarstvo turizma i sporta Turistički konzultanti Privatni poduzetnici</p>
<b>Vrijeme provedbe:</b>	2023. 2024. 2025. 2026. 2027. 2028. 2029. 2030.
<b>Razina prioriteta:</b>	Visoka

## DRUGA USLUŽNA PONUDA

<b>Aktivnost:</b>	<b>'Samoborski gušti' - podizanje kvalitete enogastronomske ponude</b>							
<b>Cilj:</b>	Unapređenje gastronomske ponude							
<b>Opis:</b>	<p>Iako Samobor ima nekoliko tradicijskih i poznatih restorana ova se ponuda, u smislu stvaranja gastronomske destinacije treba u znatnoj mjeri unapređivati i razvijati. Ponuda je nedovoljno diferencirana i nedostaje restorana zbog kojih se mora 'otići u Samobor'.</p> <p>Ovom se aktivnošću želi potaknuti tržišno profiliranje restorana, razvoj nove i inovativne ponude koja će na dobar način kombinirati tradicijsku kuhinju i suvremene trendove i način prezentacije. Također, želi se potaknuti otvaranje novih restorana koji bi imali snagu privlačnosti i predstavljali motiv dolaska u Samobor. Velika se pažnja pri tome stavlja na ambijent i atmosferu objekta, kreativnost jela i vina s naglaskom na lokalne namirnice i autohtonost. Postojeći restorani svoju ponudu mogu obogatiti inoviranjem jelovnika (nazivi jela, sezonski jelovnici, lokalni proizvodi). Osim restorana, Samobor kao destinacija 'gastronomskih doživljaja' priču o 'guštima' upotpunjuje manifestacijama, kušaonicama, prodavaonicama lokalnih proizvoda, tematskim gastronomskim turama, edukativnim radionicama na temu jela i pića i sl. Sve se zajedno povezuje i Samobor gradi poziciju kao nezaobilazna gastronomska destinacija razvijajući ovaj proizvod na destinacijom konceptu.</p> <p>Razvoj se može poticati i na način da se zainteresiranim dionicima organiziraju edukativne radionice, studijska putovanja, razmjena znanja i iskustva.</p>							
<b>Provedbeni koraci:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Izrada koncepta projekta 'Samoborski gušti'</li> <li>• Istražiti interes dionika (vlasnici restorana i drugih ugostiteljskih objekata, OPG-ovi, proizvođači lokalnih gastronomskih proizvoda, organizatori manifestacija, vinari i dr.) za uključivanjem u projekt</li> <li>• Izrada plana aktivnosti, provedba i evaluacija</li> </ul>							
<b>Nositelj:</b>	Turistička zajednica grada Samobora i Grad Samobor							
<b>Ostali uključeni dionici:</b>	Privatni poduzetnici Edukativne organizacije							
<b>Vrijeme provedbe:</b>	2023.	2024.	2025.	2026.	2027.	2028.	2029.	2030.
<b>Razina prioriteta:</b>	visoka							

<b>Aktivnost:</b>	<b>Podizanje kvalitete ponude suvenira i lokalnih proizvoda</b>							
<b>Cilj:</b>	Povećanje potrošnje turista i podizanje zadovoljstva boravkom u destinaciji							
<b>Opis:</b>	<p>U današnjem svijetu globalizacije interes gostiju za autentičnim i lokalnim proizvodima kontinuirano raste. Ti se proizvodi na kvalitetan način trebaju prezentirati, označiti i potrebno ih je 'ispričati' gostima tj. staviti u kontekst povijesti i kulture življenja lokalnog stanovništva.</p> <p>Danas u Samoboru postoje dvije lokacije za kupnju lokalnih proizvoda, ali u budućnosti valja razmisliti o većoj reprezentativnosti tih prostora, načinu prezentacije i izloženosti, načinu pakiranja i ambalaže, izlaganja, uređenja prilaza, izloga i svim drugim elementima estetike kojima se tim proizvodima dodaje vrijednost.</p> <p>Riječ je o prostoru u kojem bi se gosti mogli upoznati i kupiti veći broj proizvoda (tradicijski nakit, gastronomski suveniri, proizvodi Kristala Samobor, vina, likera i svi drugi).</p>							
<b>Provedbeni koraci:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Evidentirati sve lokalne proizvode i njihove proizvođače i proizvođače suvenira</li> <li>• Istražiti mogućnosti proizvodnje i interes za većim uključivanjem u turizam</li> <li>• Istražiti mogućnosti za lokaciju reprezentativnog prodajnog mjesta za lokalne proizvode i suvenire</li> <li>• Izraditi koncept i studiju isplativosti</li> <li>• Istražiti mogućnost označavanje 'labelling' lokalnih proizvoda i suvenira (i primjenu istoga)</li> </ul>							
<b>Nositelj:</b>	Turistička zajednica grada Samobora i Grad Samobor							
<b>Ostali uključeni dionici:</b>	Lokalni proizvođači (poduzetnici) Dizajneri							
<b>Vrijeme provedbe:</b>	2023.	2024.	2025.	2026.	2027.	2028.	2029.	2030.
<b>Razina prioriteta:</b>	Srednji							

## 7.3. Unapređenje organizacije i upravljanja

**UNAPREĐENJE DESTINACIJSKOG MENADŽMENTA**

<b>Aktivnost</b>	<b>Podizanje razine svijesti o potencijalima turizma</b>
<b>Cilj:</b>	Potaknuti lokalno stanovništvo za uključivanje u turistički razvoj
<b>Opis:</b>	<p>S obzirom na to da je Grad Samobor prvenstveno poznat i prepoznat kao popularna i atraktivna destinacija za jednodnevne izlete u Zagrebačkom prstenu, ovom se aktivnošću želi stvoriti i ojačati svijest o neiskorištenim potencijalima razvoja značajnije turističke aktivnosti koja uključuje višednevni boravak na području destinacije Grada Samobora. Kako bi se stvorilo poticajno ozračje za uključivanje lokalnog stanovništva, kao ključnog dionika destinacije, u sam razvoj turizma u Samoboru, potrebno je jasno iskomunicirati da turizam u srednjem i dugom roku može značajno pridonijeti unapređenju kvalitete života lokalnog stanovništva na ekonomskoj i općedruštvenoj razini. U tu svrhu potrebno je kreirati programe interne marketinške komunikacije kojima bi se informirao što veći dio lokalne zajednice i time podigla svijest o resursnoj osnovi, atrakcijama i drugim vrijednostima u Gradu Samoboru koje je moguće turistički valorizirati.</p> <p>Jednom kada se stvori svijest o značajnim i neiskorištenim potencijalima razvoja turizma na području Grada Samobora, te iskomunicira strateška opredijeljenost Grada prema sustavnom razvoju održivog turizma, može se očekivati i veći interes lokalnog stanovništva za uključivanje u turističke tokove kroz različite oblike poduzetničkih pothvata. Višom razinom opće informiranosti o 'vlastitim' resursima i atrakcijama, unaprijedit će se i kapaciteti pripadnika lokalne zajednice u odnošenju prema turistima i pružanju informacija posjetiteljima destinacije.</p> <p>Aktivnosti internog marketinga podrazumijevaju priloge u lokalnim medijima (online i offline) i putem službenih kanala društvenih medija Grada i Turističke zajednice grada Samobora, a koji obuhvaćaju intervju s dionicima, priopćenja o planiranim projektima u domeni turizma i s turizmom povezanim područjima (npr. infrastrukturni projekti) u fazi planiranja i realizacije, informacije o postignutom turističkom prometu i novostima u turističkoj ponudi.</p>
<b>Provedbeni koraci:</b>	<p>Operacionalizacija projekta podrazumijeva:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kontinuirano izvještavanje o projektima i aktivnostima u domeni turizma i s turizmom povezanim područjima</li> </ul>

- Organizaciju tematskih radionica s ciljem stvaranja i podizanja svijesti o potencijalnim koristima od razvoja značajnije turističke aktivnosti za lokalnu zajednicu
- Općenito, aktivnosti odnosa s javnošću kroz priopćenja i nastupe u lokalnim medijima, s ciljem promoviranja svih aktivnosti vezanih uz turizam i razvoj turizma

<b>Nositelj:</b>	Turistička zajednica grada Samobora
<b>Ostali uključeni dionici:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lokalni mediji</li> <li>• Dionici važni za turistički razvoj</li> </ul>
<b>Vrijeme provedbe:</b>	2023. 2024. 2025. 2026. 2027. 2028. 2029. 2030.
<b>Razina prioriteta:</b>	visoka

<b>Aktivnost:</b>	<b>Praćenje kvalitete u turizmu</b>
<b>Cilj:</b>	Osigurati kvalitetu ponude na destinacijskoj razini
<b>Opis:</b>	<p>Jedan od ključnih čimbenika uspješnosti i konkurentnosti destinacija je kvaliteta turističko-destinacijskog proizvoda. Stoga je kontinuirani rad na kvaliteti turističke ponude jedina dugoročno održiva razvojna opcija za destinacije koje žele turizam koji je u skladu s potrebama i željama suvremenih turista, prostorom i okolišem, ali i interesima pripadnika lokalne zajednice koji bi trebali biti u središtu svake razvojne strategije, budući se turizam odvija u njihovom svakodnevnom prostoru.</p> <p>Koncept kvalitete podrazumijeva sklad između očekivanja i stvarnog doživljaja koji se turistima pruža u destinaciji, a one najbolje svojom ponudom uspijevaju i nadmašiti očekivanja gostiju. Pritom treba osvijestiti da turističko-destinacijski proizvod treba promatrati holistički, kao lanac koji povezuje brojne karike (smještaj, ugostiteljstvo, aktivnosti, atrakcije, informiranje, atmosferu destinacije, odnos lokalnog stanovništva prema turistima itd.), a koji je onoliko jak i kvalitetan koliko je jaka njegova najslabija karika.</p> <p>Implementacija sustava praćenja kvalitete, kao svojevrsnog marketinškog informacijskog sustava, podrazumijeva definiranje ciljeva, pružanje podrške procesima i sustavno praćenje, mjerenje i evaluaciju kvalitete prema postavljenim standardima. Sustav praćenja kvalitete u tom smislu predstavlja kontrolni mehanizam u postizanju zadanih ciljeva, ali pruža i informacijsku podlogu za donošenje korektivnih mjera i konkretnih poslovnih odluka kojima je cilj unaprijediti sveukupni turistički doživljaj,</p>

kroz stvaranje i unapređenje izvora zadovoljstva turista, s jedne strane, i minimiziranje izvora nezadovoljstva, s druge strane.

Rezultate dobivene kroz sustave praćenja kvalitete valja javno obznaniti, kao poticaj dobrom radu i destimuliranje manje dobrih praksi u domeni turističke ponude. Rezultati su korisni dionicima destinacijske ponude na svim razinama i mogu im pomoći u donošenju kvalitetnijih poslovnih odluka i efikasnijem usmjeravanju resursa. Ujedno se kroz ovakav proces 'kultura kvaliteta' promovira kao jedna od temeljnih determinanti razvoja turizma u Gradu Samoboru.

Konkretno pokazatelje kojima se mjeri kvaliteta turističke ponude treba prilagoditi specifičnostima destinacije. Određeni pokazatelji, kao što je, na primjer, statistika o fizičkom turističkom prometu ili broj poduzetnika u turizmu, prate se na razini određenih javnih institucija, a za specifična područja koja nisu pokrivena u sekundarnim izvorima podataka, moguće je provoditi problemski-orijentirana primarna istraživanja na *ad-hoc* ili kontinuiranoj osnovi. Ogleđni pokazatelji mogu biti: rast broja poduzetnika u turizmu, zadovoljstvo podrškom turističkom sektoru, percipirana kvaliteta ugostiteljskih usluga, raspoloživost i kvaliteta informacija u destinaciji, ponuda aktivnosti, spremnost na ponovni dolazak i/ili davanje preporuke za posjet destinacije i dr.

<b>Provedbeni koraci:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Definiranje koordinatora za praćenje kvalitete destinacijske ponude</li> <li>• Definiranje dionika uključenih u proces praćenja kvalitete</li> <li>• Kreiranje sustava pokazatelja za praćenje kvalitete</li> <li>• Kontinuirano prikupljanje podataka koji su dostupni kroz sekundarne izvore</li> <li>• Kontinuirano praćenje komentara gostiju i turista na važnim i relevantnim društvenim medijima i portalima vezanima uz turizam i putovanja</li> <li>• Sustavno provođenje problemski-orijentiranih primarnih istraživanja u određenim intervalima</li> <li>• Aktivno prikupljanje povratnih informacija od strane gostiju kroz pružanje mogućnosti anonimnog davanja žalbi i pohvala</li> <li>• Praćenje i usporedba postignutih rezultata te predlaganje korektivnih mjera s ciljem unapređenja kvalitete i doživljaja turista</li> </ul>
<b>Nositelj:</b>	Turistička zajednica grada Samobora
<b>Ostali uključeni dionici:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dionici iz javnog sektora</li> <li>• Dionici iz privatnog sektora</li> </ul>
<b>Vrijeme provedbe:</b>	2023. 2024. 2025. 2026. 2027. 2028. 2029. 2030.

<b>Razina prioriteta:</b>	visoka							
<b>Aktivnost:</b>	<b>Razvoj i ponuda agencijskih programa</b>							
<b>Cilj:</b>	Umrežavanje i povezivanje različitih turističkih dionika s ciljem stvaranja kompleksnijih turističkih proizvoda							
<b>Opis:</b>	<p>Turisti su, na suvremenom turističkom tržištu, u stalnoj potrazi za novim, visokokvalitetnim turističkim sadržajima, aktivnostima i destinacijama koji će im pružiti jedinstven i nezaboravan doživljaj. Ono što osviješteni i iskusni turist današnjice traži je ponuda temeljena na lokalnim i jedinstvenim posebnostima nekog područja, na njegovoj autohtonoj kulturi življenja i specifičnostima koje nije moguće doživjeti u nekoj drugoj destinaciji. U tom je kontekstu važno potaknuti nastanak i podržati rad receptivnih turističkih agencija (ili destinacijskih menadžment kompanija) kao ključne spona između ponude i potražnje, a koje će kreirati zanimljive turističke ponude u obliku pojedinačnih sadržaja ili paketa iz domene specifičnih oblika turizma i turističkih proizvoda definiranih u strategiji razvoja turizma. Pored samog razvoja turističkih paketa, specijalizirane receptivne agencije (DMK-i) imaju nezamjenjivu ulogu u promociji i distribuciji novokreiranih ponuda. Ponuda receptivnih agencija pritom može biti usmjerena na izletničku i na višednevnu stacionarnu potražnju u destinaciji, i prilagođena je potrebama i željama pojedinih ciljnih segmenata.</p>							
<b>Provedbeni koraci:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dizajniranje i razvoj kompleksnijih turističkih proizvoda (kao što je npr. lovni turizam)</li> <li>• Poticanje receptivnih agencija i drugih turističkih posrednika na uključivanje u razvoj, promociju i distribuciju složenijih turističkih proizvoda</li> <li>• Organizacija edukacija i radionica za B2B segment</li> <li>• Organizacija studijskih putovanja za turističke posrednike</li> </ul>							
<b>Nositelj:</b>	Turistička zajednica grada Samobora							
<b>Ostali uključeni dionici:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zagrebačka županija</li> <li>• Gradovi/općine na području Županije</li> <li>• Lokalne/županijske ustanove i gospodarski subjekti javnog sektora</li> <li>• Privatni sektor</li> </ul>							
<b>Vrijeme provedbe:</b>	2023.	2024.	2025.	2026.	2027.	2028.	2029.	2030.
<b>Razina prioriteta:</b>	visoka							

<b>Aktivnost:</b>	<b>Poticanje poduzetništva</b>							
<b>Cilj:</b>	Pružanje podrške i poticanje poduzetnika na uključivanje u turistički razvoj kroz horizontalnu i vertikalnu integraciju							



<b>Opis:</b>	<p>Kvalitetan i dugoročno održiv turizam, koji je primarno u funkciji podizanja razine kvalitete života lokalne zajednice, počiva na stvaranju jednostavnijih i kompleksnijih turističkih proizvoda, prvenstveno od strane lokalnih poduzetnika. Pritom, na administrativnoj i upravnoj razini treba dati podršku radu i povezivanju većeg broja ponuditelja različitih proizvoda i usluga, koji su direktno i indirektno uključeni u kreiranje destinacijsko-turističkog proizvoda. Pored financijskih poticaja planiranim i poželjnim projektima u domeni turizma, jedan od načina za poticanje poduzetništva je kreiranje platformi u vidu proizvodnih (tematskih) klastera, koji mogu biti formalne (pravne osobe) ili neformalne prirode (mreže poduzeća, javnih i obrazovnih institucija povezanih oko zajedničkog turističkog proizvoda ili destinacijskog proizvoda u cjelini). Cilj ovakvih klastera ja da vertikalno i horizontalno integriraju sve relevantne dionike, s ciljem stvaranja sinergijskih učinaka kroz razmjenu iskustava, lobiranje, postavljanja zajedničkih standarda kvalitete, koordiniranje zajedničkog tržišnog nastupa, podizanje vidljivosti i prepoznatljivosti postojećih i/ili od strane tržišta neprepoznatih turističkih proizvoda. Udruživanje u tematske klaster ne treba ograničiti na područje destinacije, već je poželjno povezivanje sa srodnim organizacijama na županijskoj, nacionalnoj i, eventualno, međunarodnoj razini.</p>
<b>Provedbeni koraci:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Iniciranje suradnje zainteresiranih subjekata i usuglašavanje područja djelovanja</li> <li>• Analiza interesa i potreba za tematskim klasterima</li> <li>• Definiranje pravnog i poslovnog modela udruživanja, uključujući i scenarije tržišnog nastupa</li> <li>• Procjena financijskih potreba i očekivanih učinaka</li> </ul>
<b>Nositelj:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grad Samobor, Upravni odjel za gospodarstvo, razvoj i projekte Europske unije</li> <li>• Turistička zajednica grada Samobora</li> </ul>
<b>Ostali uključeni dionici:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Privatni sektor</li> <li>• Zagrebačka županija</li> <li>• Gradovi/općine na području Županije</li> <li>• Srodne organizacije/klasteri na županijskoj i nacionalnoj razini</li> </ul>
<b>Vrijeme provedbe:</b>	<p>2023. 2024. 2025. 2026. 2027. 2028. 2029. 2030.</p>
<b>Razina prioriteta:</b>	<p>visoka</p>

**UNAPREĐENJE LJUDSKIH RESURSA**

<b>Aktivnost:</b>	<b>Programi edukacija za poduzetnike</b>
<b>Cilj:</b>	Poticanje poduzetništva kroz jačanje kapaciteta ljudskih resursa u privatnom sektoru
<b>Opis:</b>	<p>S obzirom na to da Grad Samobor želi potaknuti uključivanje većeg broja poduzetnika te unaprijediti postojeće poduzetništvo u svom turizmu, nužno je educirati postojeće i potencijalne poduzetnike o željenom razvojnom smjeru, planiranom turističko-proizvodnom portfelju, kao i mogućnostima uključivanja poduzetnika u lanac turističko-destinacijskog proizvoda Grada Samobora. Isto tako ih je potrebno educirati o potrebi društveno odgovornog i dugoročno održivog upravljanja turističkim razvojem kako bi se minimizirali njegovi potencijalno negativni učinci. S obzirom na to da se Samobor u prošlosti razvio i pozicionirao prvenstveno kao vrlo atraktivna destinacija za jednodnevne izlete, a za višednevne boravke tek u manjoj mjeri, poduzetnicima kroz edukacije treba dati potrebna znanja za kvalitetan i profitabilan tržišni nastup. Također, cilj je otklanjanja barijera u vidu straha od 'ulaska na nepoznat teren' i neizvjesnosti od investicija u poduzetničke pothvate u području turizma i s turizmom povezanim područjima. Stoga je potrebno organizirati edukacije i radionice za zainteresirane potencijalne poduzetnike na području turizma, gdje bi se pružala konkretna znanja potrebna za uspješno pokretanje i vođenje poslova u turizmu.</p> <p>Kako bi se procijenio interes za takvu vrstu edukacije, može se provesti ispitivanje među poduzetnicima i stanovnicima s područja Grada Samobora. Teme edukacija mogu pokriti razna područja relevantna za uspješan nastup na turističkom tržištu, kao što su marketing, financije, digitalne vještine i dr., a preporučuje se da ih vode iskusni eksperti i da se održavaju u više termina kroz određeno razdoblje.</p>
<b>Provedbeni koraci:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Procjena interesa za edukacije i vrste edukacija među dionicima</li> <li>• Dizajniranje prilagođenih i specijaliziranih programa i modula edukacije</li> <li>• Suradnja s obrazovnim institucijama i ekspertima u provođenju edukacija</li> </ul>
<b>Nositelj:</b>	Grad Samobor
<b>Ostali uključeni dionici:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Turistička zajednica grada Samobora</li> <li>• Sveučilište u Zagrebu i druga visoka učilišta</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Institut za turizam i druge konzultantske firme</li> <li>• Poduzetnički centar Samobor</li> <li>• Razvojna agencija i Poduzetnički centar Zagrebačke županije</li> </ul>
<b>Vrijeme provedbe:</b>	2023. 2024. 2025. 2026. 2027. 2028. 2029. 2030.
<b>Razina prioriteta:</b>	visoka

<b>Aktivnost:</b>	<b>Edukacija za lokalno stanovništvo</b>
<b>Cilj:</b>	Stvaranje klime podrške kroz informiranje lokalnog stanovništva o koristima razvoja turizma i njihovo uključivanje u proces planiranja
<b>Opis:</b>	Niska razina poznavanja razvojnih mogućnosti i planova može rezultirati osjećajem neuključenosti među lokalnim stanovništvom, a posljedično rezultirati nepoticašnjim ozračjem i nepodržavanjem razvojnih planova i projekata u destinaciji. Isto tako se potencijalno destimuliraju poduzetničke ideje od strane lokalnog stanovništva koje bi mogle obogatiti i unaprijediti turističku ponudu. S obzirom na to da se turizam odvija u svakodnevnom prostoru lokalnog stanovništva, njihovi bi interesi trebali biti na prvom mjestu svake strategije, te im stoga treba i jasno iskomunicirati potencijalne koristi u vidu podizanja njihove kvalitete života. Isto tako im, kroz dijalog i edukacije, treba osvijestiti veliku važnost koju lokalno stanovništvo i njihov odnos i ophođenje prema turistima ima u kreiranju sveukupnog zadovoljstva boravkom i doživljaja turista.
<b>Provedbeni koraci:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organiziranje edukacija s ciljem informiranja lokalne zajednice o mogućnostima i koristima razvoja turizma te uložiti lokalnog stanovništva u procesu turističkog razvoja</li> <li>• Kontinuirano i transparentno informiranje o donošenju ključnih odluka u turističko-razvojnem procesu</li> <li>• Uključivanje predstavnika lokalne zajednice u donošenje značajnijih razvojnih odluka (<i>'community based planning'</i>)</li> </ul>
<b>Nositelj:</b>	Grad Samobor
<b>Ostali uključeni dionici:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Turistička zajednica grada Samobora</li> <li>• Grad Samobor</li> <li>• Konzultanti</li> </ul>
<b>Vrijeme provedbe:</b>	2023. 2024. 2025. 2026. 2027. 2028. 2029. 2030.
<b>Razina prioriteta:</b>	visoka

<b>Aktivnost:</b>	<b>Podrška kroz B2B aktivnosti</b>
<b>Cilj:</b>	Podrška javnom i privatnom sektoru u jačanju znanja i kompetencija
<b>Opis:</b>	Ova aktivnost obuhvaća pružanje aktualnih i relevantnih informacija poslovnim sektorima kao što su najave i informacije o natječajima,

studije o trendovima na turističkom tržištu, rezultati relevantnih istraživanja, stručne studije, priručnici i upute za provođenje pojedinih poslovnih aktivnosti, te općenito, sve informacije koje mogu pomoći poduzetnicima u donošenju poslovnih odluka. Povrh toga, moguće je organizirati studijska putovanja za pripadnike poslovnog segmenta s ciljem upoznavanja i potencijalnog transfera dobre prakse, kao i radionice s ekspertima i stručnjacima iz prakse vezano uz određene teme za kojima postoji želja i potreba među dionicima javnog i privatnog sektora.

Na mrežnom mjestu Turističke zajednice grada Samobora u ovom trenutku postoji Kutak za iznajmljivače koji pruža osnovne korisne informacije svima onima koji se žele uključiti u segment ponude pružanja smještajnih usluga (koje su u ovom trenutku nedostatne i kvantitetom i kvalitetom za značajniji razvoj turizma u Gradu Samoboru). Predlaže se proširenje ponude informacija ovog kutka organiziranjem posebne sekcije pregledno organiziranih i aktualnih informacija za poslovni sektor, koja bi pored svih gore navedenih informacija, korisnih dokumenata i materijala, obuhvatila i aktualne razvojne strategije i planove operacionalizacije projekata na razini Grada Samobora.

<b>Provedbeni koraci:</b>	Operacionalizacija projekta podrazumijeva: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kreiranje strukture sadržaja i web arhitekture za B2B web</li> <li>• Kreiranje B2B sekcije na portalu Turističke zajednice grada Samobora (pored sadašnjeg Kutka za iznajmljivače)</li> <li>• Kontinuirano osvježavanje informacija</li> </ul>								
<b>Nositelj:</b>	Turistička zajednica grada Samobora								
<b>Ostali uključeni dionici:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Profesionalne agencije za izradu mrežnih mjesta</li> <li>• Konzultantska poduzeća i eksperti s područja turizma</li> </ul>								
<b>Vrijeme provedbe:</b>	2023.	2024.	2025.	2026.	2027.	2028.	2029.	2030.	
<b>Razina prioriteta:</b>	srednja								

#### 7.4. Jačanje turističkog imidža

##### Imidž projekt

<b>Aktivnost:</b>	<b>Projekt 'Kao na filmu'</b>
<b>Cilj:</b>	Cilj je ovog projekta kreiranje posebne atrakcije koja će, sama za sebe, tematskim doživljajem, privlačiti posjetitelje u Samobor

<b>Opis:</b>	<p>Riječ je o projektu koji bi oživio 'prošla vremena' prikazana u filmu 'Tko pjeva zlo ne misli' na način da gostima omogući posjet i boravak u Samoboru u duhu prošlih vremena. Posjet bi se organizirao posebnim prijevoznim sredstvom (koji bi na suvremeni način interpretirao vlak Samoborček, a to bi mogao biti 'retro' autobus koji bi već i sam predstavljao atrakciju). 'Film' bi se 'provlačio' kroz cjelokupni doživljaj – od muzike u autobusu, kostima, obroka i načina njegova serviranja, načina druženja i provoda, posjeta atrakcijama (livada, Anindol..). Dodatno bi se organizirala tura po Samoboru koja bi obuhvatila glavne atrakcije, a način interpretacije i pričanja priča također bi bio prilagođen vremenu u kojem se odvija film.</p> <p>Ture bi se mogle organizirati na regularnoj bazi, s posebnim promotivnim kampanjama koje bi se provodile u svrhu upoznavanja tržišta s ovim proizvodom. Ciljne skupine bi bile Zagrepčani, ali i gosti koji borave u Zagrebu kojima bi se to moglo predstaviti kao jedan od posebnih izleta u okolicu.</p>
<b>Aktivnosti:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Razrada koncepta ture s troškovnikom</li> <li>• Razrada modela provedbe projekta</li> <li>• Promocija ture</li> </ul>
<b>Nositelj:</b>	Grad Samobor, Turistička zajednica grada Samobora, turističke agencije
<b>Ostali uključeni dionici:</b>	<p>Turistička zajednica grada Zagreba</p> <p>Turistička zajednica Zagrebačke županije</p> <p>Turističke agencije</p> <p>Hotelijeri i drugi ponuđači smještaja</p>
<b>Vrijeme provedbe:</b>	2023. 2024. 2025. 2026. 2027. 2028. 2029. 2030.
<b>Razina prioriteta:</b>	srednja

### Komunikacijske aktivnosti

<b>Aktivnost:</b>	<b>Brendiranje destinacije</b>
<b>Cilj:</b>	Izgraditi prepoznatljiv brend Grada Samobora na širem turističkom tržištu
<b>Opis:</b>	Definiranje brenda destinacije predstavlja ishodište za aktivnosti razvoja proizvoda i komunikaciju s tržištem, odnosno cjelokupnog marketinga destinacije. Brend predstavlja konkurentsku prednost destinacije, odnosno, sažima njene glavne atribute jedinstvenosti. Koncept brenda predstavljen je u ovoj studiji, dok sljedeći korak predstavlja izrada komunikacijskih konstanti koje će se dosljedno primjenjivati kroz sve promocijske aktivnosti i materijale izrađene u budućnosti.

Komunikacijske konstante mogu se primjenjivati i kroz aktivnosti drugih dionika (npr. lokalni proizvođači, vinari, suvenirnice i dr.) čime bi se dodatno pojačale aktivnosti prema tržištu te time ostvarivali sinergijski učinci. Kroz brend se prenosi srž destinacije Samobor i motivira se goste na dolazak. Sam koncept 'dragulj kraj Zagreba' upućuje na to da se radi o nečemu malom, iznimno vrijednom posjeta. 'Kraj Zagreba' govori o tome da se destinacija nalazi nadomak glavnom gradu što je važno kao poruka novom tržištu koji se otvara ulaskom Hrvatske u schengenski prostor.

Ovako postavljen koncept predstavlja temelj za razradu promocijskih konstanti – slogana i potencijalno loga (ukoliko se ukaže potreba za njegovom promjenom) te promotivnih poruka koje se mogu ciljano koristiti prema tržištima. Također se tekstovi i vizuali u svim materijalima prilagođavaju tom konceptu.

Temeljem svega izrađuje se '*brend book*' koji je dostupan javnom i privatnom sektoru te se potiče skladnost u izradi svih materijala.

<b>Provedbeni koraci:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Izrada strategije brendiranja</li> <li>• Izrada 'brend booka'</li> <li>• Distribucija i primjena promocijskih konstanti</li> </ul>
<b>Nositelj:</b>	Turistička zajednica grada Samobora
<b>Ostali uključeni dionici:</b>	Grad Samobor Dionici u turizmu iz javnog i privatnog sektora
<b>Vrijeme provedbe:</b>	2023. 2024. 2025. 2026. 2027. 2028. 2029. 2030.
<b>Razina prioriteta:</b>	Niži prioritet

<b>Aktivnost:</b>	<b>Baza imidž materijala i materijala za 'storytelling'</b>
<b>Cilj:</b>	Podizanje prepoznatljivosti Samobora na širem turističkom tržištu
<b>Opis:</b>	<p>Grad Samobor, s ciljem podizanja prepoznatljivosti, u što većoj mjeri treba promovirati i ponavljati kroz promocijske aktivnosti i materijale svoje glavne 'ikone'. Vezano uz to, bilo bi korisno odabrati najjače 'ikone' Grada koje su jedinstvene i svojstvene samo Samoboru i prikazati ih na način da izazovu zanimanje. Mogu se koristiti i samo detalji atrakcija, prenositi doživljaj i osjećaj koje te atrakcije izazivaju (otkrivanje, učenje, uživanje, druženje, opuštanje) s naglaskom na emotivne komponente doživljaja.</p> <p>Isto tako, zbog činjenice da Samobor obiluje povijesnim pričama i legendama bilo bi zanimljivo izraditi njihovu bazu po temama koja bi mogla služiti svim dionicima koji dolaze ili će dolaziti u komunikaciju s gostima da mogu te priče pričati. Naime, upravo kvaliteta turističkog</p>

doživljaja izravno ovisi o načinu interpretacije jedinstvenosti nekog prostora. Većina ljudi traži zabavni i lepršavi dio destinacijskog boravka koji se upravo može 'isporučiti' kroz prepričavanje zanimljivih zgoda i priča koje se dugo mogu pamtili. Baza takvih priča može biti podloga i za edukaciju stručnjaka/vodiča, a s tim ciljem mogu se provoditi radionice, objavljivati materijali (tekstovi, video materijali) namijenjeni poslovnoj javnosti kao i medijima.

<b>Aktivnosti:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Izbor/selekcija 'ikona'</li> <li>• Angažiranje stručnjaka i izrade baze fotografija i video materijala</li> <li>• Prikupljanje zanimljivih priča i legendi</li> <li>• Izrada materijala za edukaciju i popularizaciju i njihova distribucija</li> <li>• Provedba radionica</li> </ul>
<b>Nositelj:</b>	Turistička zajednica grada Samobora
<b>Ostali uključeni dionici:</b>	<p>Stručnjaci iz područja komunikacije</p> <p>Stručnjaci iz područja interpretacije</p> <p>Fotografi, snimatelji i dr.</p>
<b>Vrijeme provedbe:</b>	2023. 2024. 2025. 2026. 2027. 2028. 2029. 2030.
<b>Razina prioriteta:</b>	visoka

## 8. TERMINSKI PLAN AKTIVNOSTI

MJERE/AKTIVNOSTI	2023.	2024.	2025.	2026.	2027.	2028.	2029.	2030.
<b>Podizanje kvalitete destinacijskog doživljaja</b>								
Unapređenje turističke infrastrukture								
Upravljanje povijesnom jezgrom Samobora								
Centar za posjetitelje								
Izgradnja/unapređenje infrastrukture za razvoj kulturnog turizma								
Tematizacija i uređenje/interpretacija staza za šetnje/pješačenje ('Vrazova ljubica')								
Unapređenje turističkog proizvoda								
Plan razvoja turizma događanja								
Unapređenje smeđe turističke signalizacije i interpretacije								
Dizajn destinacije Samobor								
<b>Unapređenje smještajne i druge uslužne ponude</b>								
Smještajna ponuda								
Izgradnja tematiziranih hotelskih objekata sa sadržajima (wellness sadržaji, <i>bike</i> hoteli ili poslovni (MICE))								
Unapređenje i rast inovativne održive kamp ponude								
Podizanje kvalitete obiteljskog smještaja								
Poticanje rasta broja smještajnih kapaciteta								
Druga uslužna ponuda								
'Samoborski gušti' – podizanje kvalitete enogastronomske ponude								
Podizanje kvalitete ponude suvenira i lokalnih proizvoda								
<b>Unapređenje organizacije i upravljanja</b>								
Unapređenje destinacijskog menadžmenta								
Podizanje razine svijesti o potencijalima turizma								
Praćenje kvalitete u turizmu								
Razvoj i ponuda agencijskih programa								
Poticanje poduzetništva								
Unapređenje ljudskih resursa								
Programi edukacija za poduzetnike								
Edukacija za lokalno stanovništvo								
Podrška kroz B2B aktivnosti								
<b>Jačanje turističkog imidža</b>								
Imidž projekt								
Projekt 'Kao na filmu'								



Komunikacijske aktivnosti								
Brendiranje destinacije								
Baza imidž materijala i materijala za 'storytelling'								